جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال

تأثير استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تلقي العرض الإخباري التلفزيوني

دراسة ميدانية لعينة من طلبة الماستر
قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة المسيلة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص : اتصال وعلاقات عامة

إعداد الطالبة :
شبوب أسماء

الأستاذ المشرف :
تقي الدين يحي

الدكتور صاولي عبد المالك	جامعة محمد بوضياف بالمسيلة	رئيسا
تقي الدين يحي	جامعة محمد بوضياف بالمسيلة	مشرف ومقررا
الاستاذ بن عيسى الشيخ	جامعة محمد بوضياف بالمسيلة	عضوا مناقشا

السنة الجامعية

2016-2017م

بسم الله الرحمن الرحيم

شكر وتقدير

أول شكر يقدمه المرء بعد نهاية كل عمل هو لله سبحانه وتعالى، فالحمد لله الذي سدد خطانا، وذلّل لنا الصعاب، وألهمنا الرشاد، وجعل من أساتذتنا مصابيح تنير طريقنا، ومصداقا لقوله عليه الصلاة والسلام "من لم يشكر الناس لم يشكره الله".

لذا أتقدم بالشكر والعرفان إلى الأستاذة القديرة والتي منعتها ظروف خاصة من استكمال عملية الإشراف باجي سهام وإلى الأستاذ المحترم المشرف تقي الدين يحي الذي أفادني بنصائحه و توجيهاته، و الأستاذة حمديني ابتسام التي كان لها الفضل في اختياري لهذا الموضوع.

كما أخص بالشكر الأستاذ صحراوي السنوسي

وجزيل الشكر إلى كل من ساعدني من قريب أو بعيد

إهداء

إلى الذين وضعاني على أولى خطوات العلم

والديا الكريمين البسهم+ا اللّه ثياب الصحة وأطال اللّه في عمرهما وختم لهما بالصالحات أعمالهما

إلى عائلتي الصغيرة زوجي و ولديا أسامة ورديـنا بلقيس حفظهم اللّه

إلى إخوتي واخواتي

أهدي هذا الجهد المتواضع معتذرة عن

كل تقصير

أسماء شبوب

قائمـة

المحتويات

الفهـــرس

شكر وعرفان

إهداء

قائمة الجداول والاشكال

مقدمة أ

الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة

1- إشكالية الدراسة 04

2- التساؤلات 05

3- أسباب اختيار الموضوع 05

4- أهداف الدراسة 05

5- أهمية الدراسة 06

6- المدخل النظري : نظرية التلقي 06

7- نوع الدراسة ومنهجها 09

8- أداة جمع البيانات 10

9- مجتمع البحث 11

10- عينة الدراسة 11

11- مفاهيم الدراسة 12

12- الأساليب الاحصائية المستخدمة 17

13- حدود ومجالات الدراسة 17

14-الدراسات السابقة 18

الفصل الثاني : تكنولوجيا الاتصال الحديثة

I- المادة الاخبارية التلفزيونية 25

1- المادة الاخبارية المصورة 25

2- الوظيفة الإخبارية للتلفزيون 26

3- القيم الإخبارية في التلفزيون 27

II- ماهية تكنولوجيا الاتصال الحديثة 30

1- تعريف تكنولوجيا الاتصال الحديثة 30

2- خصائص تكنولوجيا الاتصال الحديثة 31

3- أشكال تكنولوجيا الاتصال الحديثة المستخدمة في العرض الإخباري 33

III- مزايا استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في العرض الإخباري: 35

1- التقارب والاندماج 35

2- السرعة 35

3- جودة المنتوج الإعلامي 35

الفصل الثالث: الإطار الميداني للدراسة

1- التحليل الكمي والكيفي للجداول 38

2- عادات وأنماط التعرض والمشاهدة للعرض الإخباري التلفزيوني 42

3- اهم التكنولوجيات الاتصالية الحديثة المستخدمة في العرض الاخباري 51

4- تأثير استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تلقي العرض الاخباري 64

5- نتائج الدراسة 77

6- الاستنتاجات العامة للدراسة 79

خاتمة 81

قائمة المصادر والمراجع

الملاحق

الملخص

قائمة الأشكال

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	38
02	نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن	39
03	نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	40
04	نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغيرالتخصص	41

قائمة الجداول

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	38
02	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن	39
03	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	40
04	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغيرالتخصص	41
05	يوضح مدى مشاهدة القنوات الاخبارية	42
06	يوضح ساعات المشاهدة للقنوات الإخبارية في اليوم	43
07	يوضح العرض الإخباري المتابع	44
08	يوضح استخدام القناة لتكنولوجيا الاتصال الحديثة في العرض الإخباري	45
09	يوضح مدى تقييم مستوى النشرات الإخبارية	46
10	يوضح تقييم النشرات الإخبارية من حيث الاعداد	47
11	يوضح مدى تقييم النشرات الإخبارية من حيث التقديم	48
12	يوضح مدى تقييم النشرات الإخبارية من حيث الاخراج	49
13	يوضح مدى مواكبة القناة آخر التطورات التكنولوجية الحديثة	51
14	يوضح أشكال تكنولوجيا الأكثر استخدام في العرض الاخباري	52
15	يوضح مدى استخدام القناة SKYPE	53
16	يوضح مدى استخدام القناة google Earth	55
17	يوضح مدى استخدام القناة للاستوديو الافتراضي	56
18	يوضح مدى استخدام القناة للشاشة الذكية	57
19	يوضح مدى تقديم الأخبار بحاجة إلى	59
20	يوضح مدى التغيير الحاصل بعد إدخال التكنولوجيا الحديثة	60
21	يوضح مدى جودة الصوت والصورة من أولويات تقديم الأخبار	61
22	يوضح مدى توظيف التقنيات الحديثة يسهم جودة تقديم الخبر	62
23	يوضح مدى استخدام التكنولوجيا الحديثة زاد في تفاعل المتلقي مع الخبر	64

24	يوضح مدى التفاعل مع الأخبار	65
25	يوضح مدى إعادة مشاهدة النشرات السابقة	66
26	يوضح مدى وسيلة إعادة المشاهدة	67
27	يوضح مدى استطاعة التكنولوجيا الحديثة في تحسين تقديم الخبر	68
28	يوضح مدى مزايا استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في العرض الاخباري	69
29	يوضح مزايا استخدام التكنولوجيا	70
30	يوضح المعوقات	72

مقـــدمـــة

يتم الاستعانة بمخرجات التقنيات الاتصالية الحديثة على مستوى عدد لا حصر له من القطاعات المتعلقة بحياة الإنسان مباشرة، ليزداد الاعتماد على التكنولوجيا كلما أحس المستخدم بصرف جهد أو مال أو وقت زائد عن الحد على أداء وظائفه الرئيسية، الأمر الذي انعكس إيجابا –غالبا– على مجريات عمل المستفيدين عامة.

على أن قطاع الاعلام يمكن اعتباره من أكثر القطاعات الحيوية ارتباطا بجديد تكنولوجيا الاتصال، حيث تقدم مختلف وسائل الاعلام أفكارا متنوعة ورؤى جديدة للأشياء والأحداث، تهيء البشرية إمكان الانفتاح على العالم الخارجي، بل ونقل ذلك العالم بكل أحداثه المعقدة والمتلاطمة إليه وذلك نتيجة طبيعية للتقدم الهائل في أساليب الاتصال.

حيث يشغل الاعلام مساحة واسعة في حياة الانسان المعاصر الذي يعتمد عليه في الحصول على المعلومات وتوفير الراحة الذهنية والمتعة الفنية في بعض الأحيان، ويظهر مدى قوة ارتباط الانسان المعاصر بالإعلام إذا نحن نظرنا إلى الوقت الذي يقتطعه الفرد العادي من حياته اليومية لمشاهدة التلفزيون، ومتابعة برامج الإذاعات العالمية، وتصفح الجرائد والمجلات، وتصفح صفحات الأنترنت وزيارة مختلف المواقع العالمية خاصة أوقات الأزمات العالمية.

فالإعلام يعتبر إحدى حقائق الحياة المعاصرة الذي شهد مراحل عديدة من التطوير والتجديد إلى أن وصل إلى المرحلة التي يعتمد فيها على التكنولوجيا الحديثة، حيث لا يزال التطوير مفتوحا على مصراعيه ولا يمكن التكهن بالمدى الذي قد يصل إليه في المستقبل وتأثيرات ذلك على العملية الاعلامية، هذا ما أدى إلى تعاظم أشكال وأساليب التنافس في مجال الإعلام بدءا من التحكم في صناعة الوسائل ومرورا بأشكال وطرق التخزين، وصولا إلى إعداد الخبر وتحريره وبثه بفضل السرعة الرهيبة، وطرق بثه وكيفية وجودة تقديمه.

فكل وسائل الاعلام سخرت للاستفادة من المعلومات والأخبار والتسابق للتحكم بها واستغلالها الاستغلال الجيد، وفي مقدمة هذه الوسائل التلفزيون، لما لهذه الوسيلة من قدرة كبيرة على التأثير والتغيير وخاصة ما أضفت عليه تلك التكنولوجيا الحديثة من مزايا اهمها السرعة والجذب والاثارة والتنوع والجودة، وبذلك فالتلفزيون يحوز على رضا عدد واسع من الجمهور في أي مكان في العالم.

إن تقنيات التلفزيون الحديثة قد أدت إلى تغييرات ملموسة ليس في جانب الشكل البرامجي فحسب، بل ولدت معها أساليب فنية جديدة وبالأخص إعداد الأخبار التلفزيونية والتقنيات الجديدة التي أدخلت في هذتا المجال وحسنت من العمل الإخباري في شكل تقديمه خاصة.

فأصبح التنافس في مجال العمل الإعلامي المرئي يعتمد أساسا على الصورة والخبر، خصوصا مع بداية الثورة الحقيقية في استخدام الفضاء لأغراض الاتصالات والتي تمثلت في الأقمار الصناعية التي تغطي الكرة الأرضية بأكملها، واستخدام الحاسوب والشبكة العنكبوتية في تقديم الخبر، هذا ما ألغى الحدود بين القارات أمام مئات القنوات التلفزيونية ومع زيادة هذه التطورات ازدادت المنافسة لتقديم خدمة إخبارية في فضاء إعلامي مفتوح، ألغيت فيه الحدود الكلاسيكية مثل اللغة والحدود الجغرافية، فأصبحت الصورة تمثل صلب الخبر، هذا ما يبشر بظهور ثورة في تقنيات إعداد وبث الخبر التلفزيوني وهذا بتوظيف آخر التكنولوجيات الحديثة في العرض الإخباري.

وفي ظل كل هذه التغيرات التي تعرفها مختلف القنوات الإخبارية، جعلت هذه الأخيرة تولي أهمية كبيرة إلى كيفية تقديم الخبر في العرض الإخباري التلفزيوني، وهذا بتوظيف آخر تكنولوجيات الاتصال الحديثة قصد تحسين الأداء وتقديم خدمة إخبارية متميزة تحوز اهتمام الجمهور شكلا ومضمونا.

وقد قسمت الباحثة الدراسة إلى ثلاثة فصول تشمل الأطر المنهجية والنظرية والتطبيقية وهي كما يأتي:

يتناول الفصل الأول الاجراءات المنهجية للدراسة وقد قسم الفصل إلى مشكلة الدراسة وتساؤلاتها، كما تضمن أهمية وأهداف وأسباب اختيار الموضوع، والمصطلحات المستخدمة كما تم عرض الدراسات السابقة، نوع الدراسة والمنهج المستخدم وعينة الدراسة وأدوات جمع البيانات، والمدخل النظري للدراسة.

الفصل الثاني: وتضمن المادة الاخبارية التلفزيونية وتكنولوجيا الاتصال الحديثة وأشكالها المستخدمة في العرض الإخباري، كما تم عرض مزايا استخدام هذه التكنولوجيا في العرض الإخباري.

الفصل الثالث: هو الشق التطبيقي للدراسة وتضمن تحليل نتائج استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في العرض الإخباري، ثم نتائج الدراسة العامة فالخاتمة كما أدرجت استمارة الدراسة ضمن الملاحق.

الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة

1- إشكالية الدراسة

2- التساؤلات

3- أسباب اختيار الموضوع

4- أهداف الدراسة

5- أهمية الدراسة

6- المدخل النظري

7- نوع الدراسة ومنهجها

8- أداة جمع البيانات

9- مجتمع البحث

10- عينة الدراسة

11- تحديد المفاهيم

12- الاساليب الاحصائية

13- حدود ومجالات الدراسة

14- الدراسات السابقة

1- إشكالية الدراسة:

ينفرد التلفزيون بتركيبته الثلاثية وهي النص، الصوت والصورة، والتي ميزته عن مختلف وسائل الإعلام الأخرى، إضافة إلى احتلال الوظيفة الإخبارية صدارة اهتمام العمل التلفزيوني، وقد اتسع نطاق المنافسة بين القنوات والمحطات التلفزيونية نحو تقديم خدمات متميزة في المجال الإعلامي عامة والمجال الإخباري بصفة خاصة، سواء في الحصول على المعلومة أو في سرعة بثها أو في جودة تقديمها للجمهور.

وتتمثل أقوى تأثيرات هذه الوسيلة في اندماج وسائل الإعلام وتكنولوجيا الاتصال الذي أحدث بدوره تحولات هيكلية في بنية العمليات وأتاح للمتلقين إمكانيات غير محدودة لاختيار والتفاعل الحر مع القائمين بالاتصال، نتيجة لهذا انتقل المتلقي من الدور السلبي إلى دور إيجابي كطرف فاعل في العملية الاتصالية.

لقد أثر هذا الكم الهائل من التكنولوجيات الإعلامية والاتصالية المتاحة للجمهور والتطورات التكنولوجية التي لحقت بالتلفزيون عامة وبالعرض الإخباري بصفة خاصة، إذ عدل فيها وأوجد أخرى جديدة لم تكن معروفة من قبل، فقد أصبحت كيفية تقديم الخبر ضمن العرض الإخباري بالنسبة لهذه القنوات شغلها الشاغل ومحاولة التسابق للوصول إلى النحو الأمثل من خلال استخدام هذه التكنولوجيات لمحاولة التأثير على المتلقي، هذا الأخير الذي كان بدوره يعاني التهميش من خلال النظرة التقليدية التي تراه سلبيا يتلقى البرامج دون مقاومة، وعليه فإن الاتجاهات الحديثة في دراسات الجمهور اتجهت إلى إعطاء المتلقي دوره في المشاركة من خلال عمليات الانتقاء التي يقوم بها عند تلقيه للبرامج الإعلامية.

ومن خلال هذا نستطيع أن نلخص ونصيغ إشكالية الدراسة على النحو التالي:

هل يؤثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تلقي العرض الإخباري التلفزيوني لدى طلبة الماستر في علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة؟

2- تساؤلات الدراسة:

في ضوء مشكلة الدراسة تم صياغة التساؤلات التالية:

- ✓ما هي عادات وأنماط التعرض والمشاهدة للعرض الإخباري التلفزيوني لدى طلبة الماستر علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة؟

✓ما هي أهم التكنولوجيات الاتصالية الحديثة المستخدمة في العرض الإخباري التلفزيوني؟

✓هل ساهمت تكنولوجيا الاتصال الحديثة في التأثير على عملية تلقي العرض الإخباري بالنسبة لطلبة الماستر في علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة؟

3-أسباب اختيار الموضوع:

تعود أسباب اختيار الموضوع إلى:

- ✓ قلة الدراسات العلمية المتوفرة لدينا في هذا الميدان.
- ✓ تقديم عرض شامل لتكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة المستخدمة في العرض الإخباري التلفزيوني وذكر مختلف وسائلها.
- ✓ الاقتناع بأن تكنولوجيا الاتصال الحديثة تؤدي دورا مهما في تقديم الخبر التلفزيوني.

4-أهداف الدراسة:

نسعى من خلال هذا البحث للوصول للأهداف التالية:

- ✓ معرفة مختلف وسائل وأجهزة التكنولوجيا الحديثة التي تقوم بعرض وإرسال المعلومات في إحدى وسائل الإعلام وهي وسيلة التلفزيون.
- ✓ التعرف على وضعية النشرات الإخبارية والتغييرات التي طرأت عليها في ظل التكنولوجيا الحديثة.
- ✓ تزويد الطلبة بمرجع شامل حول تكنولوجيا الاتصال الحديثة المستخدمة والموظفة في العرض الإخباري التلفزيوني مع التركيز على نقاط جد مهمة في ميدان علوم الإعلام والاتصال تفيد الطالب حين التخرج والشروع في مجال العمل الإعلامي والإخباري.

5-أهمية الدراسة:

للدراسة أهمية بالغة نظرا لما يلي:

- ✓ الوقوف على أهم التحولات التقنية التي شهدها المشهد الإعلامي ضمن القنوات الإخبارية في الوقت الراهن.
- ✓ تحديد استخدام التقنيات الحديثة في النشرات الإخبارية التلفزيونية.
- ✓ اعتبار الدراسة إضافة للأبحاث المتخصصة في العرض الإخباري التلفزيوني.

6- المدخل النظري: نظرية التلقي

إن المنطلقات الأولى لنظرية التلقي تعود إلى دراسة النصوص الأدبية بألمانيا في إطار ما يسمى بمدرسة كونستانس*(1960)، بريادة كل من (Jauss) و(Izer)، حيث ظهرت وتبلورت فيها، ثمّ توسّعت واتخذت أبعادا متنوعة خلال الربع الأخير من القرن العشرين، الّذي شهد بداية فعلية للاهتمام بالقارئ والسياق والمرجعية الثقافية والاجتماعية والإيديولوجية، بعدما كان الاهتمام منصبّا على سلطة المؤلف وحياته وظروفه التاريخية وإهمال عنصر أساسي في عملية التلقي وهو المستقبل[1]. وهذا ما ينطبق على دراسات التلقي الإعلامية الأولى التّي كانت ترى في المتلقي أنّه سلبي ليس له أيّ دور في إنتاج الدلالة أو تأويل للرسالة الإعلامية، فحسب ذلك الاعتقاد في تلك المرحلة فإنّ الرسالة تؤثّر في المتلقي تأثيرا مباشرا وقوي لكن، ونتيجة لمجموعة من العوامل السياسية والاقتصادية والثقافية والعلمية التي عرفها العالم بعد الحرب العالمية الثانية؛ أدّت إلى إحداث طفرة نوعية في مجال دراسات التلقي؛ حيث أصبح الحديث يدور عن الثنائية الشهيرة (النص/القارئ) بدلا من (النص/المؤلف)، فالمتلقي يستطيع أن يُظهر سلطته في تأويل وتفسير مختلف المعاني نتيجة فهمه وإدراكه لها[2]، ولقد انتقلت دراسات التلقي من المجال الأدبي إلى مجال الاتصال، نظرا لكون الرسائل الإعلامية عبارة عن نصوص يتلقاها ويستقبلها المتلقي، ومن ثمّة يقوم بتفكيك شفراتها، والاختلاف يتمثّل في نوع الوسيلة وحسب، وإذا كانت نظرية التلقي في بادئ الأمر تهتمّ بالأدب، فإنّ الرسائل الإعلامية سواء كانت سمعية أو بصرية تنطبق عليها نفس المتطلّبات والشروط المنهجية، لأنّ النّص الإعلامي، المسموع أو المشاهد ما هو إلاّ نص مقروء يتم إدخال ميزات جديدة عليه تتعلق إمّا بالصوت أو بالصورة تفرضها التقنية في حد ذاتها.

ومن جهة أخرى، فقد وضع (ياوس) " أسس جمالية التلقي" عندما نادى بتغيير النموذج من الاهتمام بالمؤلف إلى الاهتمام بالقارئ؛ وذلك لشرح استجابة تلقي القارئ للأعمال الأدبية والفنية بصفة عامة، وكان الاهتمام قد بدأ في إطار الدراسات النقدية التي تنتمي إلى مدرسة كونستانس*

---

* نسبة إلى مدينة كونستانس التّي تقع جنوب ألمانيا، وأهم ما جاءت به هذه المدرسة هو التركيز على دور المتلقي.

[1] – روبرت هولب، نظرية التلقي: مقدمة نقدية، ترجمة عز الدين إسماعيل، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، ط 1، 2000، ص ص 10، 11.

[2] – نفس المرجع، ص 36.

* نشأت هذه المدرسة في أواخر الستينيات كرد فعل على مدارس ثلاثة كانت سائدة في الدراسات النقدية الألمانية وهي: المدرسة الماركسية، مدرسة التفسير الضمني، ومدرسة فرانكفورت، وأهم أعلامها: هانس روبرت ياوس وفولفغانغ أيزر، وأهم ما جاءت به هو التركيز على دور

الألمانية. وبالتالي، ظهور نظرية جديدة في مجال الدراسات الأدبية والفنية ومن ثم الإعلامية تحت اسم **نظرية التلقي** والتي تولي عناية بالغة لسياق التلقي والمتلقي؛ وذلك من خلال إنتاج معاني وتأويل النصوص انطلاقا من خبرات المتلقي وتكوينه الشخصي. لأنّ فعل التلقي يختلف من قارئ لآخر حسب تكوينه النظري والميول والرغبات، وحسب قدرته الاجتماعية والثقافية التي يحملها؛ وكل هذا يشكل مخزونا أو مرجعيته الخاصة به.[1] لكن، نظرية التلقي لم تنشأ من فراغ؛ وإنّما كانت هناك إرهاصات ساعدت على تطوّرها، حيث ترجع بداياتها الأولى إلى ما كان يعرف عند (أرسطو) باسم "التطهير" في كتابه " فن الشعر "؛ إذ أن فكرة "التطهير" هي مقولة أساسية من مَقُولاَت التجربة الجمالية، يكتسب الجمهور فيها دورا أساسيا من خلال استجابته للأعمال الأدبية والفنية.[2]

وانطلاقا من هذه النظرة التي تنادي بإدماج نظرية التلقي الأدبية في تخصصات أخرى، نسعى في بحثنا هذا إلى الإقتداء بهذه النظرة؛ محاولين تطبيقها في ميدان الإعلام والاتصال ولو بدرجة قليلة وقليلة، مستعينين بأعمال بعض الرواد في ميدان الاتصال، علما أن السياق والمنهجية الذي طُبِّقَت فيه تختلف عن المنهجية والسياق الذي نطبّقه في بحثنا هذا.

لقد ظهرت إشكالية التلقي في الدول الناطقة بالألمانية خاصة مدرسة Constance (ألمانيا الغربية)، حينما تكفّلت الدراسات الأدبية صياغة إشكالية القارئ والتلقي في الستينيات، وترجع أهمية هذا العمل إلى الباحث (ياوس) عندما ألقى محاضرته سنة 1977 في جامعة Constance، حيث أَسَّسَ (ياوس) مقاربة تحت اسم "جمالية التأثير والتلقي" معارضة لجمالية الإنتاج والتمثيل، التي ترجع أصولها إلى كل من المقاربة الماركسية والشّكلانية. ويقصد الباحث بالتأثير ذلك التفاعل الذي ينتج جراء تعامل القارئ مع النص وما يستهلكه (يستفيد منه)، فالجمهور ما هو إلاّ أداة تضمن استمرارية إنتاج الأعمال على اختلاف أنواعها (أدبية، وفنية، وإعلامية). فالجمهور أو المتلقي يمثّل الشريك الضروري للعمل المنجز، في حين يشير مفهوم التلقي إلى مختلف التجسيدات المتتابعة للعمل، وبالتالي فإنّ أيّ

المتلقي وتوسيع مفهوم التلقي ليخرج من المفهوم السيكولوجي(أنغلو- أمريكي) ويقوم على مفهوم التجربة الجمالية بأبعادها الثلاثة: الاستقبالي، التطهير، التواصلي.

[1]- حدادة سالم، النص وتجليات التلقي، حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية، الكويت، 2000، ص ص 44، 48.

Source : docs.ksu.edu.sa/DOC/articles40/article400513.doc: Le14/03/2008

[2]- روبرت هولب، مرجع سبق ذكره، ص 47.

عمل كان ما هو إلاّ جهدا مشتركا بين الكاتب والقارئ (المتلقي بصفة عامة). وهـــذا مـــا يؤكّـــده Robert Escarpait بقوله: " أنّ العمل الأدبي هو نتيجة نشاط الكاتب والقـــارئ مـــن خـــلال التفسيرات والتأويلات التي ينشئها الجمهور المتلقي ".)1(

وانطلاقا من هذا المنظور، فإذا كانت جمالية التلقي والتأثير تركز على العناصر التاليـــة: القـــراءة، والقارئ، والتجربة الجمالية (الالتقاء بين القارئ والنص، والمتعة الجمالية ونتيجة القراءة)، فإنّ جماليـــة التلقي في التلفزيون هي الأخرى تهتم بالعناصر السالفة الذكر والفرق الوحيد يكمن في الوسيلة وحسب. ومن ثم نجد عناصرها تتمثل في: المشاهد، والمشاهدة التلفزيونية، والتجربة الجمالية التلفزيونيـــة،[1] وهـــذا مانجده من خلال العرض الإخباري تتمثل في المشاهد الذي يتلقى العرض الإخباري ويتأثر به، والتجربة الجمالية وهي استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في العرض الإخباري.

7- نوع الدراسة ومنهجها:

تندرج الدراسة التي نحن بصددها ضمن الدراسات الوصفية في مجال بحوث الإعلام، حيث تبرز أهمية هذه الدراسات الوصفية في بحوث الإعلام في كونها تمثل الأسلوب الأكثر قابلية للاستخدام لدراسة بعض المشكلات والظواهر التي تتصل بالإنسان ومواقفه وآرائه ووجهات نظره في علاقته بالإعلام ووسائله.[2]

كما أن الدراسات الوصفية تهدف إلى دراسة واقع الأحداث والظواهر وتحاول تحليلها وتفسيرها من أجل تصحيح هذا الواقع أو إجراء تعديلات فيه أو استكماله وتطويره، فالبحوث الوصفية حسب مايراه محمد زيان عمر تقوم على تقرير وتحليل الحقائق تحليلا دقيقا وهي تتميز بكونها تنصب على الوقت الحاضر أي أنها تتناول أشياء موجودة بالفعل وقت إجراء الدراسة[3]، ويشاطره الرأي هويتني الذي يعتبرها دراسة للحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع.[4]

---

[2]- أرمان وميشال ماتلار، تاريخ نظريات الاتصال، ترجمة نصر الدين لعياضي والصادق رابح، المنظمة العربية للترجمـــة، بـــيروت، لبنـــان، ط3، 2005، ص 161.

[1]- حنان شعبان، أثر الفواصل الاشهارية التلفزيونية على عملية التلقي، مذكرة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر، 2009، ص81.

[2]- عبد الباسط محمد حسن، أصول البحث الاجتماعي، د ط، مكتبة وهبة، القاهرة، د ت، ص221.

[3]- محمد زيان عمر، البحث العلمي مناهجه وتقنياته، د،ط، دار الشروق للنشر والتوزيع، السعودية، 1983، ص 188.

[4]- محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الاعلامية والاجتماعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002، ص 78.

أما المنهج: "فهو مجموعة الإجراءات المتبعة في دراسة الظاهرة أو مشكلة البحث لاستكشاف الحقائق المرتبطة والإجابة على الأسئلة التي أثارتها المشكلة، وكذلك الأساليب المتبعة من أجل تحقيق الأغراض التي صممت، ولهذا فمن الضروري استخدام المنهج باعتباره الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسة المشكلة من اجل استكشاف الحقيقة، والإجابة على الاستفسارات التي يثيرها موضوع البحث، وهو البرنامج الذي يحدد لنا السبيل للوصول إلى تلك الحقائق وطرق اكتشافها"[1]، كما يعرف بأنه: "فن التنظيم الصحيح لسلسة من الأفكار العديدة إما من أجل الكشف عن الحقيقة أو البرهنة عليها"[2].

اعتمدت الدراسة في جانبها التطبيقي المنهج الوصفي لكونه الأنسب في تصوير وتحليل وتقديم خصائص مجموعة معينة أو موقفا معينا يغلب عليه صفة التحديد أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة معينة أو موقف أو مجموعة من الناس أو الأحداث أو الأوضاع بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها دون الدخول في أساليبها أو التحكم فيها، ولكونه أنسب الأساليب العلمية ملائمة للدراسات التي تستهدف بناء وتركيب جمهور وسائل الإعلام وأنماط سلوكه بصفة خاصة ذلك أن هذا المنهج يستهدف تحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وطرق الحصول عليها.[3]

8- أدوات جمع البيانات:

يعتمد نجاح البحث العلمي، وتحقيق أهدافه العلمية، على حسن اختيار الأدوات الملائمة للحصول على المعلومات والبيانات المطلوبة عن الظاهرة أو المشكلة، والأداة التي استخدمناها لجمع البيانات في هذه الدراسة هي أداة الاستبيان كونها الأداة الأنسب من أجل تحقيق أغراض البحث، والاستمارة هي "تلك الأداة التي من خلالها يمكن التعرف على آراء وأفكار المبحوثين حول موضوع الدراسة، وتمتاز هذه الطريقة بكونها تساعد على جمع معلومات جديدة ومستمدة مباشرة من الواقع"[4]، ويعرف الاستبيان أيضا بأنه: "قائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث من أجل الحصول على إجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة"[5].

وبخصوص تصميم الاستبيان فقد كان وفق إشكالية الدراسة وتساؤلاتها وبما يجعلنا نصل إلى الأهداف المرجوة وفق المحاور المسطرة في الدراسة النظرية، احتوت الاستمارة على أسئلة مفتوحة

---

[1]- محمود شفيق، البحث العلمي الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، د ط، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 1985، ص 87.

[2]- محمد زيان عمر، البحث العلمي مناهجه وتقنياته، د ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1987، ص 48.

[3]- محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الاعلام، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 1993، ص 122.

[4]- أحمد عبادة سرحان، الاحصاء الاجتماعي، د ط، الدار القومية للطباعة والنشر، القاهرة، 1993، ص 13.

[5]- أحمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، د ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص 220.

وأخرى مغلقة، كما تم المزج بين النوعين من الأسئلة، وبعد الانتهاء من الاستمارة قمنا بعرضها على أساتذة محكمين، وعلى ضوء ملاحظاتهم واقتراحاتهم قمنا بما يلزم من تعديل لتتخذ الاستمارة شكلها النهائي، كما اشتملت أداة الدراسة على المحاور التالية حسب تساؤلات الدراسة: محور البيانات الشخصية، محور أنماط وعادات التعرض والمشاهدة للعرض الإخباري، محور أهم التكنولوجيات الاتصالية الحديثة المستخدمة في العرض الإخباري، أثر استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تلقي العرض الإخباري.

الصدق والثبات:

بعدما تمت صياغة أسئلة الاستبيان في شكله الأولي كان لا بد من إخضاعه لاختباري الصدق والثبات

الصدق:

يعرف الصدق: هو دراسة أو اختبار مدى ملائمة أدوات وطرق القياس المستخدمة في التحليل الكمي للظاهرة موضوع البحث ودرجة صلاحها لتوفير المعلومات المطلوبة والمحققة لأهداف الدراسة.[1] ومن هذا المنطلق تم عرض استمارة الاستبيان على محكمين (2) أساتذة من ذوي الخبرة والاختصاص في مجال الإعلام والاتصال.

الثبات:

للتعرف على مدى ثبات الاستمارة بمعنى اتساق البيانات، حيث يعد المقياس ثابتا عندما يعطي نفس النتائج، وقد قمنا باختيار طريقة الاختبار وإعادة الاختبار، قمنا بتطبيق المقياس على نفس الأفراد في وقتين مختلفين وقد تم حساب معامل الارتباط (ر) بطريقة بيرسون وتم تقدير قيمة الثبات بين الاختبارين بـــ: 0.98 وهذا معناه أن القيمة تدل على أن المقياس على درجة عالية من الثبات.

9- مجتمع البحث:

"هو المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر للمجتمع المستهدف الذي يهدف الباحث دراسته ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته، إلا أنه من الصعب الوصول إلى المجتمع المستهدف بضخامته، فيتم التركيز على المجتمع المتاح أو الممكن الوصول إليه والاقتراب منه لجمع البيانات، والذي يعتبر عادة ممثلا للمجتمع المستهدف ويلبي حاجات الدراسة وأهدافها وتختار منه عينة البحث"[2]، ويتمثل مجتمع البحث في هذه الدراسة في طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال.

---

[1]- أحمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، مرجع سابق، ص 113.

[2]- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية، ط2، عالم الكتب، مصر، 2004، ص 130.

10- عينة الدراسة:

العينة: "هي ذلك الجزء من المجتمع التي يجري اختيارها وفق قواعد وطرق علمية، بحيث تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا"[1]، وانطلاقا مما سبق قمنا باختيار العينة القصدية: "هي التي يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكمية لا مجال فيها للصدفة، بل يقوم هو شخصيا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات"[2]، وقد تم اخذ طلبة الماستر من قسم الإعلام والاتصال بصفة قصدية فيما يتعلق بمفردات البحث من جهة والتخصص من جهة ثانية خاصة وأن جمهور هذا الفرع أهل لدراسات التلقي والتأثير، حيث تمثلت العينة في (80) طالبا.

11- مفاهيم الدراسة:

11-1 التأثير:

التأثير في اللغة إبقاء الأثر في الشيء: ترك فيه أثرا.[3] إلا أنه يقرب بدرجة كبيرة من الإقناع إذا تأثر من قصد بالتأثير، وقال في المصباح المنير: "أثرت فيه تأثيرا: جعلت فيه أثر وعلامة فتأثر أي: قبل وانفعل".[4]

اصطلاحا:

يعرفه السعيد بومعيزة: "هو تلك العلاقة التفاعلية بين أفراد جمهور وسائل الإعلام وتتميز هذه العلاقة من جانب وسائل الإعلام بمحاولة تكييف رسائلها مع خصائص الجمهور الذي تتوجه إليه بهدف استمالتهم لكي يتعرضوا لمحتوياتها وليس بالضرورة التأثير عليهم لكي يغيروا شيئا ما على المستوى المعرفي أو الوجداني أو السلوكي ومن جانب أفراد الجمهور فهم يستعملون وسائل الإعلام ويتعرضون لمحتوياتها لأسباب مختلفة باختلاف سياقاتهم الاجتماعية والنفسية والاقتصادية والثقافية وهذا وفقا للقيمة التي تحملها هذه المحتويات وماتمثله بالنسبة إليهم ومدى قدرتها على إشباع حاجاتهم".[5]

إجرائيا:

يقصد بالتأثير في عملية الاتصال حدوث الاستجابة المستهدفة من هذه العملية، والتي تتفق مع مفهوم الهدف من الاتصال أو وظيفة الاتصال، وعادة ما يكون هذا الهدف في وعي المرسل أو القائم بالاتصال ويتوقع تحقيقه من طرف المستقبل أو المتلقي، إذن فالتأثير مرتبط بالقصدية والرغبة في بث رسالة معينة.

---

[1]- عبد المجيد لطفي، علم الاجتماع ، ط7، دار المعارف، القاهرة، 1976، ص 353.

[2]- أحمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، د ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1993، ص 197.

[3]- لسان العرب، مادة (أثر)، 5/4

[4]- المصباح المنير، مادة (أثر) 1/4.

[5]- السعيد بومعيزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكات لدى الشباب، أطروحة دكتوراه ليست منشورة، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر، 2006، ص29.

11-2 التلقي:

11-3 لغة: جاء في لسان العرب: "فلان يتلقى فلان أي يستقبله"[1]

ويقال في العربية: تلقاه أي استقبله، والتلقي هو الاستقبال كما حكاه الأزهري.[2]

اصطلاحا:

هو نشاط إيجابي يتم في شكل انتقاء لبعض مايقع على حواسنا دون البعض الآخر، وينظم الحكم النقدي الذي هو محاولة للارتفاع بفعل التلقي إلى مستوى شعوري وتنظيمي أعلى.[3]

تدل كلمة التلقي على استقبال شيء ما، كما تدل أيضا على العناصر التي تتحكم في قراءة جمهور معين للخطاب الفني والأدبي والإعلامي، وبعبارة أخرى ذلك الفعل الذي يمارسه الفرد كإنسان له مكوناته النفسية والذهنية والانفعالية والاجتماعية لتفسير مايقدم له هذا المعنى، حيث يتضمن الإحساس والذكاء والإدراك وبناء المعنى.[4]

إجرائيا:

التلقي هو مجموعة من الاتجاهات والنشاطات التي يظهرها المتلقي في تلقيه لرسائل الأعمال الأدبية والفنية والإعلامية، كما يمثل أيضا الطريقة أو الأسلوب الذي يستخدم فيه المتلقي المعلومات التي يتلقاها من الخطاب مهما كانت طبيعته.

11-4 تكنولوجيا:

لغويا:

اشتقت كلمة (Technologie) من الكلمة اليونانية (Techne) وتعني فنا أو مهارة، والكلمة اللاتينية (Texere) وتعني تركيبا أو نسخا والكلمة (logos) وتعني علما أو دراسة، وبذلك فهي تعني علم المهارات أو الفنون أي دراسة المهارات بشكل منطقي لتأدية وظيفة محددة[5]، فكلمة تكنولوجيا هي كلمة معربة ولا أصل لها في كتب اللغة والقواميس اللغوية العربية ويقابلها "تقنية" والتي

---

[1]- جمال الدين أبو الفضل محمد بن منظور، لسان العرب، ج8، (مادة لقا)، تح: عامر أحمد حيدر، ط1، دار الكتب العلمية، بيروت، 2005، ص685.

[2]- أبو منصور محمد بن أحمد الأزهري الهروي، تهذيب اللغة، مج07، (باب القاف واللام)، تح: أحمد عبد الرحمان مخيمر، ط1، دار الكتب العلمية، بيروت، 2004، ص 276.

[3]- مصطفى سويف، دراسات نفسية في الابداع والتلقي، الدار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة، مصر، 1999، ص203.

[4]- مخلوف بوكروح، محاضرات في مقياس نظريات التلقي للسنة أولى ماجستير علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006.

[5]- إبراهيم أبو عرقوب، الاتصال الإنساني ودوره في التعامل الاجتماعي، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 1993، ص 125.

يمكننا أن نطلقها على كلمة تكنولوجيا، ولا باس من استخدام اللفظ مادام يعطي دلالة المعنى الذي عرف بها.

ويعرف قاموس أكسفورد التكنولوجيا بأنها: "الدراسة العلمية للفنون العلمية أو الصناعية وكذلك باعتبارها تطبيقا للعلم".

هي "أي آلة أو تقنية أو وسيلة خاصة تعمل على إنتاج أو تخزين أو استرجاع أو استقبال أو عرض المعلومات"، ورمي بها الباحث على كل ما تم إدخاله من أجهزة إعلامية حديثة داخل المنظومة التليفزيونية، من شاشات للعرض، ورسوم وخرائط وتحديد للمواقع الجغرافية من خلال الإنترنت.[1]

التعريف الإجرائي: هي الجهد المنظم الرامي لاستخدام نتائج البحث العلمي في تطوير أساليب الأداء والممارسة أثناء التطبيق العملي وذلك للتوصل إلى أساليب ووسائل جديدة أجدى للمجتمع.

11-4 الخبر:

في اللغة العربية مفرد أخبار وهو ما أتاك من نبأ عمن تستخبر وخبره بكذا وأخبره: نبأه واستخبره، والاستخبار والتخبر: السؤال عن الخبر، يقال تخبر الخبر واستخبر إذا سأل عن الأخبار ليعرفها.[2] وهو ما ينقل ويحدث به قولا أو كتابة.[3]

اصطلاحا:

يعرفه الدكتور محمود عزمي: الخبر هو إعلام عن حدث جديد هام ومتميز.

يعرفه خليل الصابات: إن الخبر يجب أن يحوي شيئا خارجا عن المعتاد والمألوف ليؤثر في الناس، ويجب أن يتميز بالفائدة والأهمية والجدة والصدق.[4]

"هو أكثر الأنواع الصحفية استخداما وشيوعا، يتميز بأن المعلومات هي العنصر الأساسي فيه، وهو يتسم بقدر كبير من الآنية والفاعلية والمقدرة على التأثير من خلال الوقائع".[5]

التعريف الإجرائي:

فالخبر سواء جاء في الصحافة أم الراديو أو التلفزيون لا بد أن يتسم بالفورية والحس البشري فضلا عن إثارة الانتباه، ويتميز بالصدق والثبات والموضوعية ويحمل جديدا على شرط أن يهم الكثير من الجمهور لارتباطه بأفكارهم ومصالحهم ومحيطهم الاجتماعي والمهني.

---

[1]- موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبات عملية، ط2، الجزائر، دار القصبة للنشر، 2006، ص96.

[2]- ابن منظور، لسان العرب، مادة: خبر، بيروت، 1956، ج 15.

[3]- المعجم الوسيط، جزء2، ص20.

[4] إسماعيل إبراهيم، أدبيات الصحافة، مطبعة داودي، دمشق، 1986، ص 34.

[5]- د أديب خضور، أدبيات الصحافة، دمشق، مطبعة ذاودي، 1986، ص 34.

11-5 التلفزيون:

لغويا: هو وسيلة إعلام واتصال تعتمد على الصوت والصورة في آن واحد وتجمع بين خواص الإذاعة المسموعة والمرئية، وكلمة télévision مكونة من كلمتين télé وتعني عن بعد و vision تعني الرؤية أي نقل الصورة والمرئيات عن بعد.

اصطلاحا:

يعمل التلفزيون على تحويل الصورة إلى أشعة، تختلف قوتها حسب كميات الضوء الموزعة على الأشياء المصورة لتتحول بواسطة الأشعة إلى موجات أثيرية تنتشر في الجو، بحيث يصبح بالإمكان التقاطها بواسطة أجهزة خاصة من أجهزة الاستقبال التي تحول تلك الموجات الأثيرية إلى أشعة من جديد ثم تحول الأشعة إلى صورة.[1] وبفعل التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال عرفت وسيلة التلفزيون تطورات كبيرة في الشكل والمضمون.

التعريف الإجرائي:

هو وسيلة إعلام واتصال الكترونية تخاطب العين والأذن معا بالصوت والصورة، فهو يقوم بنقل الأخبار والأفكار والمعلومات والعلوم بالصوت والصورة عن بعد، وبذلك يعتبر من أكثر الوسائل تأثيرا على الجمهور.

11-6نشرة الأخبار أو العرض الإخباري:

وهي عبارة عن مجموعة أخبار متنوعة ومهمة تقدم للمستمع أو المشاهد خلال فترة زمنية تتراوح غالبا بين 10د و 15د ولها مواعيد ثابتة يوميا على خريطة المحطة الإذاعية أو التلفزيونية، وقد تمتد هذه النشرة في بعض الأحيان إلى ما يقرب من الساعة، غير أنها تمثل في هذه الحالة ما يمكن تسميته "بالفترة الإخبارية الشاملة" حيث تبدأ بما يسمى عناوين الأخبار ثم يتم عرض الأخبار بالتفاصيل يقوم بقراءتها المذيعون، ثم يتم الانتقال إلى بعض مواقع الأحداث فتقدم تقارير إخبارية يقوم فيها المراسلون أو المندوبون بنقل صورة صوتية أو مرئية لحدث أو خبر معين.[2]

أما معجم المصطلحات الإعلامية فعرف نشرة الأخبار بأنها "اصطلاح إذاعي يطلق على فترة زمنية تخصصها محطات الإذاعة ومحطات التلفزيون لتقدم فيها أهم ما وقع من الأخبار، ونظرا لحرص

[1]- د.كرم شلبي، معجم المصطلحات الاعلامية، ط1، القاهرة، دار الشروق، 1989، ص 603.

[2]- د. طارق سيد أحمد الخليفي، فن الكتابة الاذاعية والتلفزيونية، مصر، دار المعرفة الجامعية، 2005، ص 118-119.

هذه المحطات على تقديم خدمة إخبارية متصلة لإحاطة المستمع لكل ما يجري، فإنها تقدم أكثر من نشرة على مدى الأربع والعشرين ساعة يوميا، وتقدم هذه النشرات في مواعيد ثابتة، وتشمل النشرات والتعليقات والمواجيز والتحليلات السياسية ورسائل المراسلين.[1]

ويمكن أن نميز بين نوعين من نشرات الأخبار الأولى هي "النشرات الإخبارية العامة" أي التي توجه إلى المجتمع كله وتتضمن أخبارا متنوعة سواء داخلية أو خارجية، وهناك "النشرات المتخصصة" سواء على أساس الجمهور المستهدف أم على أساس النطاق الجغرافي أو على أساس الموضوع، ومثال ذلك النشرة المتخصصة على أساس جغرافي تسمى النشرة المحلية أي أنها توجه إلى الجمهور في منطقة معينة، والنشرة المتخصصة حسب الموضوع هي تلك التي تتناول أخبارا أو أحداثا في مجال واحد كالأدب أو العلم أو الفن ومثال ذلك النشرة الاقتصادية وتشمل الأخبار الاقتصادية والمعاملات الاقتصادية وحالة السوق....[2]

ويمكن أن نخلص من خلال ما سبق التعريف الإجرائي لنشرة الأخبار التلفزيونية أي بتطبيقها على وسيلة التلفزيون بالتعريف التالي:

هي نشرة تقدم أخبار مهمة ومتنوعة للمشاهد عبر محطة التلفزيون، وذلك في وقت محدد وثابت، حيث يقدمها مقدم النشرة (المذيع) وتقسم النشرات إما على أساس جغرافي محلية أو دولية، أو على أساس الموضوع وهي النشرات المتخصصة إما اقتصادية أو ثقافية،...الخ.

12- الأساليب الإحصائية المستخدمة:

اعتمدنا في دراستنا في تفريغ البيانات على برنامج spss كما اعتمدنا على اختبار كاي تربيع و هو من الاختبارات اللابارامترية الأكثر شيوعا. و لاستخدام اختبار كا^2 عدة حالات من بينها عندما تكون البيانات اسمية أو على شكل تكرارات لدراسة مدى تشابه تكرارات العينة وهذا يتناسب مع الدراسة، كما يستخدم أيضا للمقارنة بين التكرارين الملاحظ و المتوقع.

13- حدود ومجالات الدراسة :

[1]- د. كرم شلبي، معجم المصطلحات الاعلامية، مرجع سابق، ص 603.

[2]- بركات عبد العزيز، اتجاهات حديثة في انتاج البرامج الاذاعية، القاهرة، دار الكتاب الحديث، 2000، ص59-60.

"إن المجال يشير إلى المكان أو البيئة أو المنطقة الجغرافية وإلى الناس وتفاعلاتهم وعلاقاتهم وإلى الزمن الذي يوجد فيه هؤلاء الناس الذين يتواجدون في بيئة محددة أو منطقة جغرافية معينة وتسود بينهم معاملات وعلاقات تشكل حياتهم الاجتماعية"[1]، ويمكن تقسيم مجال الدراسة إلى ثلاث مجالات رئيسية:

13-1- **المجال المكاني:** أجريت هذه الدراسة بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة بقسم علوم الإعلام والاتصال كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية وذلك لقرب هذا التخصص من موضوع الدراسة.

13-2- **المجال البشري:** عينة الدراسة وهم الطلبة الذين مثلوا مجتمع الدراسة وتضمنتهم الدراسة كما أشرنا إليهم سابقا وهم طلبة الماستر كونهم أكثر اطلاعا على الموضوع محل الدراسة.

13-3- **المجال الزمني:** مر بثلاث مراحل:

- **المرحلة الأولى:** وتم خلالها تصميم وتحرير الإطار النظري للبحث بعد جمع وتصنيف المادة النظرية وتمتد هذه الفترة من ديسمبر 2016 إلى غاية مارس 2017.
- **المرحلة الثانية:** وهي فترة الدراسة الميدانية مرورا بإعداد استمارة البحث في صورتها الأولية ثم التجريبية فإعدادها بعد ذلك بصفة نهائية وعرضها على المحكمين، ليأتي بعد ذلك توزيع الاستمارة على المبحوثين واسترجاعها وقد استغرقت هذه المرحلة أسبوعين تقريبا.
- **المرحلة الثالثة:** وهي المرحلة الخاصة بتفريغ البيانات ومعالجتها وتنظيمها ثم تحليلها واستخلاص النتائج لتأتي بعد ذلك تحرير النتائج العامة للدراسة.

14 – الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى:

آسيا إبراهيم أحمد عبده، دور تكنولوجيا الاتصال في تطوير إنتاج البرامج الإخبارية للراديو –دراسة تطبيقية على الإذاعة السودانية[1] –

[1] – ناصر ثابت، أضواء على الدراسة، مكتبة الفلاح، الكويت، 1984، ص 68.

تتكون هذه الدراسة من خمسة فصول وهي: الإطار العام، تكنولوجيا الاتصال، البرامج الإخبارية في الراديو، تكنولوجيا الاتصال وإنتاج البرامج الإخبارية للراديو والدراسة التطبيقية.

تمحورت إشكالية الدراسة حول دور تكنولوجيا الاتصال في إنتاج البرامج الإخبارية للراديو من ناحية المضمون أو الشكل الخارجي الذي تقدم به .أجرت الباحثة دراسة ميدانية مستخدمة المنهج المسحي واعتمدت على عينة عمدية واستخدمت في جمع البيانات المقابلة والاستبانة.

نتائج الدراسة:

- ✓ أصبحت التقنية تؤدي دورا أساسيا ومهما في تطوير العمل الإخباري في الإذاعة السودانية، مما أكسب الإذاعة أهمية في تحقيق تنمية الإنتاج.
- ✓ أن القائمين على إنتاج وتحليل الأخبار يحتاجون إلى مهارات الإذاعي والمنتج والمحرر الذي يستطيع التعامل مع بيئة متعددة الوسائط والخدمات مما يتطلب استخدام التقنية الرقمية والعمل الميداني بالحاسوب المحمول ومهارات التحرير وإنتاج النشرات الإخبارية.
- ✓ أثبتت الدراسة أن العلاقة بين التطور التكنولوجي والعمل الإذاعي علاقة طردية، أنه كلما زاد التقدم التكنولوجي زاد حجم التقدم في الأداء الإذاعي.
- ✓ أكدت الدراسة ضعف الاهتمام بعمليات التدريب الخارجي للعاملين وقصر المدى الزمني للدورات التدريبية مما يقلل فرص الاستفادة من الجوانب العلمية وبالتالي عدم تحقيق الأهداف المرجوة في عملية التدريب.
- ✓ أثبتت الدراسة أن إنتاج البرامج الإخبارية بحاجة إلى تحسين التدريب والتأهيل للعاملين، وتوفير الأجهزة والآليات والمعدات المواكبة حتى تكتمل فعالية الإنتاج الإخباري.

الدراسة الثانية:

برنيس نعيمة، الوظيفة الإعلامية لشبكة الانترنت في عصر ثورة المعلومات –دراسة نظرية ميدانية في قسم الأخبار بالقناة الأرضية للتلفزيون الجزائري[2]–.

---

[1] – آسيا ابراهيم محمد، دور تكنولوجيا الاتصال في تطوير انتاج البرامج الاخبارية للراديو –دراسة تطبيقية على الاذاعة السودانية– بحث مقدم لنيل درجة الدكتوراة في الإذاعة والتلفزيون، السودان، قسم الراديو (الاذاعة والتلفزيون)، كلية علوم الااتصال، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا 2014.

[2]– برنيس نعيمة، الوظيفة الاعلامية لشبكة الأنترنت في عصر ثورة المعلومات –دراسة نظرية ميدانية في قسم الأخبار بالقناة الأرضية للتلفزيون الجزائري–، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر 2010.

تتكون الدراسة من خمسة فصول وهي: الإشكالية والإطار النظري للدراسة، تكنولوجيا المعلومات والاتصال، شبكة الإنترنت مفاهيم عامة، التطبيقات الإعلامية لشبكة الإنترنت الدراسة الميدانية والإجراءات المنهجية. حيث طرحت الباحثة الإشكالية التالية: فيما تتمثل استفادة التلفزيون الجزائري ممن استعماله لشبكة الانترنت؟

أجرت الباحثة دراسة ميدانية استخدمت منهجين معا هما المنهج المسحي ومنهج دراسة الحالة، واعتمدت على عينة قصدية بنظام المسح الشامل شملت الإعلاميين المتعاملين مع الإنترنت في وسائل الإعلام، واستخدمت في جمع البيانات أداة استمارة الاستبيان.

نتائج الدراسة:

- ✓ تعد شبكة الانترنت للتلفزيون الجزائري مصدرا رئيسيا للحصول على المعلومات والأخبار والصور.
- ✓ إدخال شبكة الانترنت إلى التلفزيون الجزائري تساهم في ترقية العمل الإعلامي به إلى المستوى الاحترافي العالمي.
- ✓ قلة الدورات التكوينية للصحفيين تحد من استفادة التلفزيون الجزائري من خدمات شبكة الانترنت.

الدراسة الثالثة: هارون منصر، استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في الإنتاج الإذاعي –دراسة على القائم بالاتصال بإذاعة تبسة[1] –

تتكون هذه الدراسة من خمسة فصول تشمل الأطر المنهجية والنظرية، تكنولوجيا الاتصال الحديثة، الإنتاج الإذاعي والإذاعة الجزائرية، وشمل الفصل الأخير الشق الميداني.

طرح الباحث الإشكالية التالية: ما مدى تأثير تكنولوجيا الاتصال الحديثة على القائم بالاتصال أثناء عمليات الإنتاج الإعلامي في إذاعة تبسة؟

أجرى الباحث دراسة ميدانية استخدم من خلالها منهج المسح الإعلامي وكذلك منهج دراسة الحالة، واعتمد على عينة قصدية بنظام المسح الشامل التي تضم العاملين في مجال الإنتاج الإعلامي في إذاعة تبسة واستخدم في جمع بيانات الدراسة الملاحظة العلمية، المقابلة واستمارة الاستبيان.

[1]– هارون منصر، استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في الانتاج الإذاعي –دراسة على القائم بالاتصال بإذاعة تبسة– رسالة ماجستير، الجزائر، جامعة باتنة 2012.

نتائج الدراسة:

- ✓ اعتبار المستويات التعليمية الأعلى والأقرب للتخصصات الإعلامية أول المحكات للتوظيف ضمن مقتضيات العمل الإذاعي.
- ✓ إخضاع القائمين بالاتصال بإذاعات الدولة المحلية أو الوطنية لبرامج تدريبية متواصلة على تكنولوجيا الاتصال الحديثة.
- ✓ يجب أن تقوم المؤسسات الإذاعية عبر الوطن بعمليات تجديد كامل لمقتنياتها التكنولوجية الاتصالية، خدمة لمجالات الإنتاج الإعلامي المختلفة.
- ✓ اعتماد برامج إنتاجية أكثر حرفية، تماشيا مع التطورات المتسارعة على صعيد التكنولوجيات الحديثة.
- ✓ دراسة العوامل المهنية المؤثرة على أداء القائم بالاتصال بالإذاعات الجزائرية لمهامه الإعلامية.
- ✓ دراسة الاستخدامات والاشباعات المتحققة عند استخدام القائمين بالاتصال بالإذاعات الجزائرية للتكنولوجيا الاتصالية الحديثة.
- ✓ القيام بدراسات مسحية عبر كامل المؤسسات الإذاعات الجزائرية للكشف عن مكامن القصور المادي والفكري والتطبيقي تعاملا مع التقنيات الاتصالية الحديثة.

الدراسة الرابعة: لبنى جلال سكيك، استخدام التكنولوجيا الرقمية في النشرة الإخبارية التلفزيونية – نشرة الأخبار في التلفزيون الجزائري أنموذجا[1]–

تتكون هذه الدراسة من ستة فصول وهي: تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة، تكنولوجيا البث التلفزيوني، المادة الإخبارية التلفزيونية، التكنولوجيا الرقمية والأخبار التلفزيونية، نشأة وتطور التلفزيون الجزائري، الأخبار في التلفزيون الجزائري.

تمحورت إشكالية الدراسة حول ما هو أثر استخدام التكنولوجيا الرقمية الحديثة في النشرة الرئيسية للأخبار التلفزيونية؟ وقد أجرت الباحثة دراسة ميدانية استخدمت من خلالها منهج دراسة الحالة واعتمدت على عينة قصدية تضم مهنيي التلفزيون الجزائري، كما استخدمت أداتي الملاحظة والمقابلة في جمع بيانات الدراسة.

نتائج الدراسة:

[1]– جلال لبنى سكيك، استخدام التكنولوجيا الرقمية في النشرة، –نشرة الأخبار الرئيسية في التلفزيون الجزائري نموذجا–، رسالة ماجستير غير منشورة، الجزائر، كلية العلوم السياسية، جامعة الجزائر 2008.

- ✓ تبين أن التطور التكنولوجي والتكنولوجيا الرقمية الحديثة تعد مؤثرا قويا في عملية إعداد نشرات الأخبار التلفزيونية ونقلها من المحلية إلى العالمية.
- ✓ هذه التكنولوجيا جعلت التنافس يشتد بين القنوات التلفزيونية المحلية والعالمية من حيث إعداد وإنتاج النشرات الإخبارية والبرامج والحصص الإخبارية كما ونوعا.
- ✓ نشرة الأخبار التلفزيونية بالتلفزيون الجزائري نجحت في تحقيق التكافؤ بين مفردات الصوت والصورة والنص بفعل استخدامها واستعانتها بالتكنولوجيا الرقمية والموظفة خصوصا في مجال الصورة.
- ✓ شدة غزارة وتدفق المعلومات والأخبار المتاحة وتنوعها.
- ✓ السرعة في الأداء.
- ✓ العمل الصحفي أصبح أكثر مهنية، فقد أصبح الصحفي المحرر محررا ومركبا في نفس الوقت وبنفس الجهاز.
- ✓ قلة التكلفة، وذلك فيما يخص تجهيز غرف الأخبار واستوديوهاتها بالتقنيات والأجهزة الرقمية.

نقد الدراسات السابقة:

استطاعت الدراسات العربية في مجالات التلفزيون، الإذاعة، تكنولوجيا الاتصال الحديثة، الإنتاج الإعلامي أن تثري هذه الدراسة بأساليب متجددة في طرح القضايا المتعلقة بالتحديات التقنية أمام القائم بالاتصال في محاولاته الجادة لإنتاج إعلامي أكثر حرفية لتقديم إعلام وأخبار يتلقاها المتلقي بجودة عالية، وقد كانت أوجه الاستفادة من هذه الدراسات خاصة ما تعلق بالجانب المنهجي والنظري ونتائج هذه الدراسات، فيما تبقى الدراسة الرابعة –استخدام التكنولوجيا الرقمية في النشرة- هي الدراسة الأقرب لدراستنا والأكثر إفادة لها إذ كان لها مساهمة كبيرة في تحديد المفاهيم والخصائص، والاستفادة من النتائج المتوصل إليها، إلا أن هناك تعقيب على هذه الدراسات فجلها تناول القائم بالاتصال ولا يوجد دراسة على الجمهور من خلال الدراسات المطلع عنها، فيما أن دراستنا هي اتجاهات الجمهور حول هذه التكنولوجيات.

الفصل الثاني : تكنولوجيا الاتصال الحديثة

I: المادة الاخبارية التلفزيونية

4- المادة الاخبارية المصورة

5- الوظيفة الإخبارية للتلفزيون

6- القيم الإخبارية في التلفزيون

II: ماهية تكنولوجيا الاتصال الحديثة

4- مفهوم تكنولوجيا الاتصال الحديثة

5- خصائص تكنولوجيا الاتصال الحديثة

6- أشكال تكنولوجيا الاتصال الحديثة المستخدمة في العرض الإخباري

III: مزايا استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في العرض الإخباري:

4- التقارب والاندماج

5- السرعة

6- جودة المنتوج الإعلامي

تمهيد:

يعيش العالم اليوم بفضل تكنولوجيا الاتصال الحديثة مرحلة جديدة من مراحل تطوره الاتصالي، وهذه المرحلة بدأت من منتصف الثمانينات من القرن الماضي ومازالت مستمرة حتى الآن وتتميز بسمة أساسية وهي المزج بين أكثر من تكنولوجيا اتصالية تمثلها أكثر من وسيلة، لتحقيق الهدف النهائي وهو توصيل وتقديم الرسالة الاتصالية.

ونظرا للأهمية المتزايدة لتكنولوجيا الاتصال الحديثة في المجتمع المعاصر نجد أن العوامل التكنولوجية تؤثر بشكل واضح على عملية تقديم الأخبار التي تقوم بها القنوات الإخبارية، وتتميز التكنولوجيا الاتصالية الحديثة بتعاقبها السريع وتجددها وتطورها المستمر وشمولها كافة جوانب الصناعة الإعلامية، خاصة بعد اندماجها مع تكنولوجيا المعلومات والتي تغير العالم المعاصر وتقذف به صوب الكونية والعالمية.

في هذا الفصل تتم عملية الإحاطة بأهم التقنيات المستخدمة في العرض الإخباري.

I: المادة الإخبارية التلفزيونية

أصبحت المادة الإخبارية مادة أساسية لدى الجمهور المستهدف لوسائل الاعلام المختلفة، لهذا تحرص هذه الوسائل على تلبية حاجة الجمهور بتقديم المادة الإخبارية في نشرات الأخبار لكسب ثقة الجمهور من ناحية، وكسب ود جماهير جديدة من ناحية ثانية، وهذه المادة تكون إما مصورة أو مكتوبة، ويكون هنا تركيزنا على المادة الإخبارية المصورة.

1- المادة الإخبارية المصورة:

إن الصورة في التلفزيون أساسية والكلمة مجرد شرح وتفسير للخبر، فالصورة تكمل القصة الإخبارية الكلامية، بل إن بعض الصور يمكن أن تكون خبرا قائما بذاته، بإضافة تعليق قصير عليه أو بدون تعليق، ويمكن أن نميز بين شكلين من المادة الإخبارية المصورة:[1]

أ- الصورة الثابتة:

رسومات الغرافيك: تعد جزء حيوي من تكوين أي نشرة إخبارية وتمكن من إذاعة الأخبار التي لا يتوفر لها مادة فيلمية فهي إذن وسيلة إيضاح للخبر لا يمكن الاستغناء عنها ويقوم القسم الفني بغرف الأخبار بإعدادها.

ويمكن التمييز بين نوعين رئيسيين:

- ✓ الصور ذات البعدين: الطول والعرض 2D
- ✓ الصور ذات الثلاث أبعاد: الطول والعرض والارتفاع 3D

ولكل من النوعين استخدامه وفقا للتأثير المطلوب.

أنواع الصور ورسومات الغرافيك في نشرات الأخبار: الصورة وهي إما لشخصيات للدلالة على الشخص الذي يدور حوله الخبر كما في أخبار الاتصالات الهاتفية بين الزعماء والرؤساء، وكما تستخدم للدلالة على مكان الخبر ومواقع الأحداث والخرائط التي تعتبر وسيلة إيضاح ضرورية لبيان الموقع الجغرافي الذي وقع به حدث ما، وتستخدم في الأحداث التي تقع في مناطق غير مألوفة الذكر، وفي مثل هذه الأخبار تستخدم الخرائط حتى لو توفرت المادة الفيلمية للحدث.

[1]- سعيد محمد السيد، انتاج الأخبار في الراديو والتلفزيون، عالم الكتب، مصر، 1988، ص 178-180.

وهناك أيضا الرسوم التوضيحية التي تستخدم لتوضيح بيانات رقمية أو كمية ذات دلالة ذات دلالة يتضمنها الخبر كأسعار البورصة ونتائج الانتخابات، وأبسط أنواع الصور الثابتة هي الكتابة الالكترونية والتي تتم بواسطة أجهزة يتم ربطها بأستوديو التنفيذ، وقد أصبح بديلا فعالا للوحات الخط التي كان يعدها الخطاطون لاستخدامها للتعريف بأسماء مقدمي النشرة والضيوف أو أماكن الأحداث أو للتعريف أن الحدث مسجل أو مباشر على الهواء أو كتابة ملخص للخبر المعروض على الشاشة.

ب- الصور المتحركة (المادة الفيلمية):

المادة الفيلمية أو ما يطلق عليه الفيديو فهي الشغل الشاغل للقائمين بالعمل الإخباري التلفزيوني لأن توفير المادة الفيلمية يعدمن أصعب المهام الإخبارية، فهي عنصر التفوق الإخباري نظرا لأهمية الصورة في تحقيق المصداقية ومعايشة المشاهد للحدث، وهناك عدة مصادر للمادة الفيلمية لنشرة الأخبار منها: وكالات الأنباء الفيلمية العالمية، اتفاقيات التبادل الإخباري، وحدات جمع الأخبار الالكترونية، شبكات المراسلين في الخارج، صور القنوات الفضائية عبر الأقمار الصناعية، الشبكة الدولية للمعلومات (الإنترنت)، الصحف والمجلات.

2- الوظيفة الإخبارية للتلفزيون:

يجمع التلفزيون بين الصوت والصورة واللون والحركة، مما يجعله يتفوق على كل وسائل الاتصال التي سبقته لأنه يجمع بين كل إمكانياتها ومميزاتها وعن طريقه يمكن تقديم المعلومات التي يتعذر نقلها عن طريق الكلمة المكتوبة أو المنطوقة أو المصورة إذا استعملت كل منها حدا، وبهذا فإن التلفزيون يكاد يقترب من الاتصال الشخصي الذي يتميز بفاعلية التأثير على الأداء والمواقف وعن طريقه أمكن إرسال الصورة والصوت واستقبالها على مسافات بعيدة، وأصبح من السهل مشاهدة كل نواحي الحياة، فهو ذلك الجهاز الذي ينقل ملايين البشر إلى داخل المترل، فكثيرا من الأحداث السياسية والاجتماعية كالمؤثرات والحروب والسباقات الرياضية والحفلات وغيرها من الأحداث تنقلها محطات التلفزيون وزيادة على البث المباشر الذي زاد من تفوق التلفزيون على الوسائل الاتصالية الأخرى، من حيث السرعة والحيوية والواقعية في نقل الصور والأحداث فللتلفزيون وظائف عديدة نذكر منها:[1]

- ✓ يقدم للمشاهدين الأنباء والبيانات والصور والحقائق والرسائل والآراء والتعليقات المطلوبة من أجل فهم الظروف الشخصية والقومية والدولية.

[1]- لبنى جلال سكيك، استخدام تكنولوجيا الرقمية في نشرة الأخبار، مرجع سابق، ص 183.

- ✓ أهم مصادر الثقافة وترويجها، إذ يقدم سلع ثقافية عديدة من خلال الاحتكاك بالحضارات العالمية.
- ✓ التنشئة الاجتماعية والوعي الاجتماعي.
- ✓ فاعلية في الانتشار.
- ✓ نشر المعرفة واكتساب المهارات والقدرات.
- ✓ الترفيه من خلال الفكاهة والرياضة والألعاب والموسيقى.

كل هذه الوظائف تؤكد على أن الاعلام وظيفة من وظائف الاتصال والأخبار هي وظيفة من وظائف الاعلام، فوظيفة الاعلام في التلفزيون مرتبطة بالعملية الإخبارية بصفة عامة، وتبدو أكثر جلاء عند الحديث عن الأخبار أو نشرات الأخبار في التلفزيون.[1]

3- القيم الإخبارية في التلفزيون:

يعتبر موضوع القيم الإخبارية من أهم الموضوعات التي تتناولها البحوث الخاصة بالعملية الإخبارية في وسائل الاعلام المختلفة، فالقيم الإخبارية تقوم بإضفاء المزيد من الفهم للخبر، فهي تعني مجموعة الخصائص التي تعطي الصلاحية والجدارة الإخبارية للأحداث والأفكار، ويرى الدكتور إسماعيل إبراهيم أن العناصر الإخبارية للخبر هي تلك الأركان التي تحدد جودته وصلاحيته للنشر أو الإذاعة، فإذا فقد الخبر أحد هذه العناصر أو الأركان قلت أهميته وأصبح نشره محل مناقشة، وهذه القيم مرتبطة بالدرجة الأولى بالبيئة المحيطة بالوسيلة وباهتمامات الجمهور دون أن نهمل موقف القائم بالإعلام الذي يتصرف أمام هذه القيم بأن يقدم واحدة على الأخرى أو يفصل هاته عن تلك، بالإضافة إلى السياسة العامة التي تتبناها الوسيلة.[2]

لقد حدد كل من لانس وستيفنز Gerald Lanson and Mitchell Stephens عدد من القيم الإخبارية الأساسية التي تحكم اختيار المحررين للأخبار في نشرات الأخبار:[3]

[1]- د.معوض، د بركات عبد العزيز، الخبر الاذاعي والتلفزيوني، مرجع سابق، ص 63.

[2]- د اسماعيل ابراهيم، فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، دار النشر والتوزيع، القاهرة، 1998، ص 14.

[3] -gerald lanson and mitchell stephens, writing and repopting the news,(harcourt college, publishing, december 1993, pp, 116-120.

- **الحداثة والجدة**: الأحداث التي تتميز بالسرعة والمباشرة والجدة والحداثة والفورية والآنية، وتسعى النشرات الإخبارية المتتالية إلى أن تجعل المشاهدين مسايرين ومواكبين لهذه الأحداث إلى أن تعطي الجمهور إحساسا بالفورية والمباشرة والمشاركة والتي ساعدها على ذلك وسائل التكنولوجيا الحديثة للإعلام والاتصال المختلفة.

- **التأثير**: إن الأخبار ذات القيمة الكبرى هي التي تحمل الحقائق والأحداث ذات التأثير العظيم على الجمهور المتلقي، فالخبر يكون أكثر قيمة كلما اتسع نطاق الجمهور الذي يتأثر بالخبر والخبر المؤثر يعني الذي يحقق إجابات عن أسئلة تراود الجماهير ويحل مشكلاتها اليومية.

- **الواقعية**: ويعني مصداقية الوسيلة في نقل الأخبار، لذا تحرص وسائل الاعلام اليوم على تنويع المصادر لتفادي الخطأ، بإرسال مندوبيها إلى عين المكان وتدعيم الوقائع بالصور الحية والاستجوابات مع الفاعلين في الموضوع.

- **الثقل والشهرة**: كلما كان الخبر عن دولة أو مؤسسة أو شخص ذي قيمة وثقل كبيرين كلما زادت فرصة انتقائه للنشر.

- **القرب**: ليس المقصود به القرب المكاني فقط، بل أيضا القرب العاطفي والنفسي المرتبط بالجانب الانساني في جمهور وسائل الاعلام.

- **الغريب والشاذ**: هي الأحداث التي تنحرف وتبتعد عما هو متوقع وعن تجربة ومجرى الحياة اليومية، فهي أحداث تخرج عن المألوف وعن نطاق الخبرة اليومية للجماهير.

- **الصراع**: الأحداث التي تصور وتعكس الخلافات الإنسانية والسياسية والصراعات والنزاعات والحروب، أمور تشكل الدعائم الأساسية للقصص الإخبارية وتحتل بذلك مرتبة متقدمة بين الأخبار القابلة للنشر والبث.

- **القيمة التعليمية**: هي كل ما يحمله الخبر من معلومات ومعرفة تفيد الجمهور.

ويتفق معظم العاملين في الحقل الإخباري على أن الحداثة والصراع والشهرة هي أهم القيم الإخبارية، فقد يضم الخبر العديد من القيم الإخبارية وهو الأمر الذي يزيد فرصة انتقائه عن غيره من الأخبار.

II: ماهية استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة

1- تعريف تكنولوجيا الاتصال الحديثة:

تتعدد التعاريف المقدمة لتكنولوجيا الاتصال الحديثة تبعا للمرتكزات النظرية أو التطبيقية التي انطلق منها المهتمون بهذا الشأن، غير أن الاتفاق حول مجموعة من السمات أو الوظائف أو حتى التأثيرات المحددة لها سهل من عملية استنباط مفاهيم قريبة تبين ماهية تكنولوجيا الاتصال.

ليس هناك تعريف محدد لعبارة "تكنولوجيا الاتصال الحديثة" رغم ذيوع استخدامها، غير أن مدلولها أصبح ينصب على الوسائل الالكترونية المستخدمة في الانتاج والتسجيل الكهرومغناطيسي (الكاسيت الضوئي والفيديو) واسطوانات الليزر، والبث الاذاعي والتلفزيوني الذي توج باستخدام الشبكات الفضائية، وشبكات الميكروويف المعتمدة على الترددات العالية القدرة VHFوفائقة القدرة UHFوالشبكات الأرضية التي تستخدم الألياف الضوئية FOذات الكفاءة العالية في حمل العديد من البرامج التلفزيونية والإذاعية والمعلومات، هذا بالإضافة إلى استخدام الحاسوب (الكمبيوتر) وما يتصل به من تقنيات.[1]

على أن كلمة "حديثة" في تعريف تكنولوجيا الاتصال، تحمل قدرا كبيرا من النسبية فهي تتوقف في الدرجة الأولى على مدى تطور المجتمع وأخذه بالأساليب الحديثة في االإنتاج.

تعرف تكنولوجيا الاتصال الحديثة أكاديميا بأنها: "القطع الحرفية والخدمية التي تعمل على نقل واستقبال وتخزين ومعالجة ونشر المعلومات بوسائل إلكترونية".[2]

يعرفها سويلمر بأنها: "الوسائل المختلفة للحصول على المعلومات واختزانها ونقلها باستخدام الحاسبات computers والاتصالات telecommunication والالكترونيات المصغرة Micro electronic.

ويعرفها رولي: "بانها جمع وتخزين ومعالجة وبث واستخدام المعلومات ولا يقتصر ذلك على التجهيزات المادية Hqrdware او البرامج soft ware ولكن ينصرف كذلك إلى أهمية دور

[1] - محمد تيمور ومحمود علم الدين، المعلومات وتكنولوجيا الاتصال، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2002، ص17.

[2] - فاروق سيد حسين، تكنولوجيا شبكات الحاسبات الآلية، القاهرة، هلا للنشر والتوزيع، 2000، ص103.

الإنسان وغاياته التي يرجوها من تطبيق واستخدام تلك التكنولوجيا والقيم والمبادئ التي يلجأ إليها لتحقيق خياراته".[1]

2- خصائص تكنولوجيا الاتصال الحديثة:

2-1 التفاعلية:

حيث أتاحت ثورة الاتصال بتكنولوجياتها الحديثة للمتلقي درجة من التفاعل الايجابي مع الوسائل الاعلامية، كما أدت إلى قلب موازين العملية الاتصالية، فلا وجود للقائم بالاتصال أو المصدر أو المستقبل والمتلقي للرسائل الاعلامية، حيث تحول الاثنان إلى مشاركين من خلال تأثير التكنولوجيا الجديدة على الأدوار وتداولها في العملية الاتصالية.[2]

2-2 اللاتزامنية (عدم الارتباط بعنصر الوقت):

وتعني إمكانية ارساله الرسائل واستقبالها في وقت مناسب للفرد المستخدم، ولا تتطلب من كل المشاركين أن يستخدموا النظام في الوقت نفسه، فمثلا في نظام البريد الالكتروني ترسل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستقبلها في أي وقت دونما حاجة إلى تواجد مستقبل الرسالة.

2-3 التوجه نحو التصغير (قابلية التحرك أو الحركية):

تتجه رسائل الاتصال الجماهيرية في ظل هذه الثورة إلى وسائل صغيرة يمكن نقلها من مكان إلى آخر، وبالشكل الذي يتلاءم وظروف مستهلك هذا العصر الذي يتميز بكثرة التنقل والتحرك، عكس مستهلك العقود الماضية الذي اتسم بالسكون والثبات، ومن الأمثلة عن هذه الوسائل الجديدة: تلفزيون الجيب، الهاتف النقال، الحاسوب النقال المزود بطابعة إلكترونية.

2-4 قابلية التحويل:

وهي إمكانية نقل المعلومات من وعاء لآخر باستعمال تقنيات تسمح بتحويل الأوعية الورقية إلى مصغرات فلمية وبالعكس، كذلك إمكانية تحويل المعلومات المسجلة على المصغرات الفيلمية إلى الأوعية الممغنطة أو الليزرية، وكذلك إمكانية تحويل النصوص من لغة إلى أخرى أو ما يسمى بنظام الترجمة الآلية.

---

[1]- محمد فتحي ، المعلومات وتكنولوجيا المعلومات على أعتاب قرن جديد، القاهرة، مكتبة الدار العربية للكتاب، 2005، ص44.

[2]- محمد شطاح، قضايا الاعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والايديولوجيا، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة، الجزائر، 2006، ص 25.

2-5 قابلية التوصيل والتركيب:

هذه السمة تتمثل بإمكانية استعمال الأجهزة المصنعة من قبل الشركات المختلفة التي تحكمها معايير معينة في توحيد صناعة الأجزاء المختلفة لهذه الأجهزة مما يتيح إمكانية تناقل المعلومات بين المستفيدين وبغض النظر عن الشركات المصنعة للأجهزة المختلفة.[1]

2-6 العالمية أو الكونية:

وتعني إمكانية تناقل المعلومات بين المستفيدين على المستوى العالم، وذلك لتوافر كميات ونوعيات من التقنيات التي تسمح بذلك وهذه السمة من السعة في تناقل المعلومات بين البشر تضفي الكثير من المميزات على التواصل العلمي والتقني وفي تناقل الخبرات بينهم وبالتالي يكون التواصل عالميا.

2-7 اللاجماهيرية:

وتعني أن الرسالة الاتصالية من الممكن أن تتوجه إلى فرد واحد أو إلى جماعة معينة، وليس إلى جماهير ضخمة كما كان في الماضي، وتعني أيضا درجة تحكم في نظام الاتصال بحيث تصل الرسالة مباشرة من منتج الرسالة إلى مستهلكها.[2]

2-8 الشيوع والانتشار:

ونعني به الانتشار المنهجي لنظام وسائل الاتصال حول العالم في داخل كل طبقة من طبقات المجتمع، وكل وسيلة تظهر تبدو في البداية على أنها ترف ثم تتحول إلى ضرورة، نلمح ذلك في التلفزيون ثم الفاكسميلي، وكلما زاد عدد الأجهزة المستخدمة زادت قيمة النظام، وفي رأي ألفين توفلر أن يجدوا طرقا لتوسيع النظام الجديد للاتصال ليشمل لا ليقضي على من هم أقل ثراء، حيث يدعمون بطريقة غير مباشرة الخدمة المقدمة لغير القادرين على تكاليفها.

هذا ما أدى إلى ازدياد الفجوة بين القادرين على اقتنائها في الدول المصنعة لها والدول المتقدمة بشكل عام، وبين الدول التي لا تستطيع امتلاك تلك التقنيات الحديثة، فحدث تقسيم للمجتمع إلى فئتين متمايزتين فئة الثراء المعرفي لمن يملكون الوسائل، والفقر المعرفي لمن لا يملكونها.[3]

---

[1] – الهجرسي، سعد محمد، الاتصالات والمعلومات والتطبيقات التكنولوجية، الاسكندرية، دار الثقافة العلمية، 2001، ص201.

[2] – محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري، القاهرة، دار العربي، 1990، ص178.

[3] – عبد الباسط محمد عبد الوهاب، مرجع سابق، ص 270.

2-9 السرعة الفائقة:

فتكنولوجيا الاتصال جعلت المدة الزمنية الفاصلة بين وقوع الحدث ونقله تتقلص إلى حد إلغاء الفرق بين الزمن الاعلامي والزمن الواقعي في حالة البث المباشر عبر الأقمار الصناعية، ويتجلى التطور الذي أحدثته أقمار الاتصال في مجال الإعلام لا سيما في البث التلفزيوني في تحقيق الآنية في نقل الأخبار وتقديمها زمن حدوثها، وهذا ما جعل المشاهد يتعايش مع الأحداث بشكل مباشر.[1]

3- أشكال تكنولوجيا الاتصال الحديثة المستخدمة في العرض الإخباري:

3-1 الأستوديو الافتراضي أو الديكور الافتراضي:

هذه التقنية الجديدة تقوم فكرة عملها على تصوير الأشخاص في محيط ثلاثي الأبعاد مطلي بلون واحد ومضاء جيدا، بحيث تكون درجة وضوح الألوان متساوية في كل أرجاء موقع التصوير وأثناء التصوير يقوم جهاز الكمبيوتر يتتبع مسارات الكاميرات من خلال مجسات خاصة، ويتم إدخال الصور الحقيقية والصور الافتراضية على جهاز فصل الخلفيات حيث يقوم هذا الجهاز بفصل الخلفيات أحادية اللون وإحلال الصور الافتراضية محلها مع الإبقاء على الأشخاص المصورين، وبما أن مسارات التصوير الحقيقية والافتراضية متطابقة فإن النتيجة تكون صور للأشخاص الحقيقيين داخل الأستوديوهات الافتراضية، ومن أشهر المحطات التي تستخدم هذه التقنية محطة الجزيرة الإخبارية، شبكة CNN.[2]

3-2 غوغل ايرثGoogle Earth:

هو برنامج خرائطي وجغرافي معلوماتي كان يطلق عليه في الأصل Earth Viewer 3D أنشأته شركة كي هول، وهي شركة امتلكتها غوغل سنة 2004، يرسم البرنامج خريطة للأرض عن طريق تركيب الصور التي تتم الحصول عليها من صور الأقمار الصناعية والتصوير الجوي، ونظم المعلومات الجغرافية الثلاثية الأبعاد الخاصة بالكرة الأرضية، وقد تم توظيف هذا البرنامج في العرض الإخباري حديثا وهذا عندما لا تتوفر صور أو فيديو للخبر حيث يتم تحديد المكان الذي وقع فيه الحدث.[3]

3-3 الاتصال عبر سكايب:

---

[1]- عبد المالك ردمان الدناني، تطوير تكنولوجيا الاتصال وعولمة المعلومات، المكتب الجامعي الحديث، 2005، ص76.

[2]-http://www.brainstorm.es/pages: 3-3-2017 ,9 :45.

[3]- http://www.ndex.php. 3-3-2017, 9 :57.

برنامج سكايب هو أحد أشهر برامج الاتصال عبر الأنترنت وأوسعها انتشارا وأسهلها استخداما في نفس الوقت، بالإضافة إلى تعدد اختياراته، واتاحة الاتصال بين حاسب وآخر، وبين هاتف وحاسب أو العكس، وكذلك بين الهواتف، وكل ذلك باستخدام تقنية (VOLP) والتي تنقل الصوت عبر الشبكات المختلفة،[1] وقد تم توظيف هذا البرنامج في عدة مجالات ومنها في مجال البث التلفزيوني والتقديم حيث تستخدمه القنوات الإخبارية خاصة في تقديم النشرات حيث يتم الاتصال بالأشخاص البعيدين وهذا لتقديم آرائهم أو لتحليلهم لمختلف الأخبار، مما سهل من عمل هذه القنوات.

3-4 اللوحة الذكية أو الشاشة الذكية:

بدأ التفكير في تصميم اللوحة الذكية في عام 1987 من قبل كل من ديفيد مارتن ونانسي نولتون في إحدى الشركات الكبرى الرائدة في تكنولوجيا التعليم في كندا والولايات المتحدة الأمريكية، وبدأت الأبحاث على جدوى اللوحة الذكية تتواصل، ثم كان الانتاج الفعلي لأول لوحة ذكية من قبل شركة سمارت في عام 1991.

وهي من أحدث الوسائل التعليمية المستخدمة في تكنولوجيا التعليم وهي نوع خاص من اللوحات التفاعلية التي يتم التعامل معها باللمس، ويتم استخدامها لعرض ما على شاشة الكمبيوتر من تطبيقات متنوعة، وتستخدم في الصف الدراسي، في المؤتمرات ورش العمل والندوات، ليتم استخدامها في العرض الاخباري من طرف القنوات الإخبارية وهذا لتقديم مختلف الأخبار، فيقوم الصحفي بعرض مختلف المخططات والصور و الفيديوهات ويمكنه التفاعل معها من خلال إضافة صور أو نصوص عليها وتحريكها،[2] فقد ساهمت هذه اللوحة في إضفاء تشويق على الخبر.

III: مزايا استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في العرض الإخباري:

1- التقارب والاندماج:

وهذا ما تتميز به التكنولوجيا الحديثة، ويعني التقاء تكنولوجيا مختلفة أو انصهار تكنولوجيتين أو أكثر ليكون شيئا جديدا ومختلفا ويحمل صفات كل منها في منتج جديد أكثر كفاءة وفعالية، كإنتاج نظم وأجهزة اتصال أو أجهزة الكترونية تتكامل فيها وظائف الحاسبات الآلية مع وظائف أجهزة

[1]- http://www.ndex.PHP03/0, 3-3-2017, 10 :15.
[2]-www.skype.com. 3-3-2017, 10 :19

الاتصالات،[1] فهذه الميزة الجديدة أدخلت على التلفزيون بفعل التكنولوجيا الحديثة وذلك بدمجه بوسائل الاتصال المختلفة، والذي تضمن استخدام شاشات الفيديو كوسيلة للتفاعل والتجارب الايجابي بينه وبين المستخدم، وهذا ما نجده موظفا في العرض الإخباري من خلال الشاشة الذكية، والاتصال عبر سكايب مثلا.

2- السرعة:

لقد أصبحت العملية الإخبارية تتم في سرعة ملفتة للانتباه وذلك في نقل ونشر وتقديم الأخبار، فإضافة إلى استفادة نشرات الأخبار من تكنولوجيا الأقمار الصناعية والبث المباشر، فقد أحدثت التكنولوجيا الاتصالية الحديثة بأنظمتها الذكية ووسائلها المختلفة السرعة في تحرير الأخبار وتقليص مدة إعدادها وإنتاجها، وبذلك بثها في الوقت المحدد للعرض وبالجودة العالية التي تم بها التحرير والإعداد، فيمكن للصحفي وحده أن يحرر ويعد ويقدم مادته الإخبارية في أقل وقت ممكن وهذا بفضل ما وفرته هذه التكنولوجيا من وقت وجهد[2].

3- جودة المنتوج الإعلامي:

وهو من حيث الإعداد والعرض، فقد غيرت تكنولوجيا الاتصال الاتصال الحديثة، في الأعمال والقوالب الفنية الإخبارية والبرامجية بالتلفزيون، تناولا وإعدادا وتراسلا، من خلال تسهيل عملية الإعداد، فلقد تم ابتكار الرسوم والنصوص وتخزينها وتغييرها بشكل أفضل من السابق بفضل استخدام الحاسب الالكتروني، وهذه الرسوم تستخدم لعرض خرائط الطقس ورسم الخرائط، وتحديد المناطق الجغرافية وغيرها من الرسوم التي تستخدم في الأخبار،[3] فالطريقة المعمول بها هي أن عملية اختيار الصورة أو المادة المصورة والسيطرة عليها وتركيبها تأتي قبل اختيار المادة الخبرية المكتوبة لما لأهمية الصورة بالنسبة لنشرة الأخبار التلفزيونية والتي تمثل الأساس في إيصال الرسالة الإخبارية للمشاهد، من خلال إضفاء عناصر الإبهار التي تقدم بها، جعل مشاهدتها متعة في حد ذاتها مما جعل منها مادة جذابة لجماهير واسعة، حيث ظهرت القنوات الإخبارية المتخصصة لتغطية هذه الحاجة مثل شبكة CNN.[4]

---

[1]- محمد تيمور ومحمود علم الدين، الحاسبات الالكترونية وتكنولوجيا الاتصال، دار الفكر العريب، عمان، 1986، ص90.

[2]- لبنى جلال سكيك، استخدام التكنولوجيا الرقمية في النشرة، مرجع سابق، ص180.

[3]- د. حسن عماد مكاوي، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات، مرجع سابق، ص 72.

[4]- لبنى جلال سكيك، استخدام التكنولوجيا الرقمية في النشرة، مرجع سابق، ص 182.

الفصل الثالث : الإطار الميداني للدراسة

1- التحليل الكمي والكيفي للجداول

2- عادات وأنماط التعرض والمشاهدة للعرض الإخباري التلفزيوني.

3- اهم التكنولوجيات الاتصالية الحديثة المستخدمة في العرض الاخباري.

4- تأثير استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تلقي العرض الاخباري

5- نتائج الدراسة

6- الاستنتاجات العامة للدراسة

1- التحليل الكمي والكيفي للجداول:

1-1-المحور الأول: البيانات الشخصية:

1-1-1-الجنس:

الجدول رقم (01) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرارات	النسبة المئوية
ذكر	28	%35
أنثى	52	%65
المجمـــــوع	**80**	**%100**

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالا (**80**) فردا، نلاحظ أن (28) ذكر بلغت **35%**، أما الإناث فقد بلغ عددهن (**52**) أنثى بنسبة قدرت بـــ65% كما هو موضح من خلال الشكل رقم (01) وهذا ما يفسر أن فئة الإناث هي النسبة الأكبر المسجلة في الماستر.

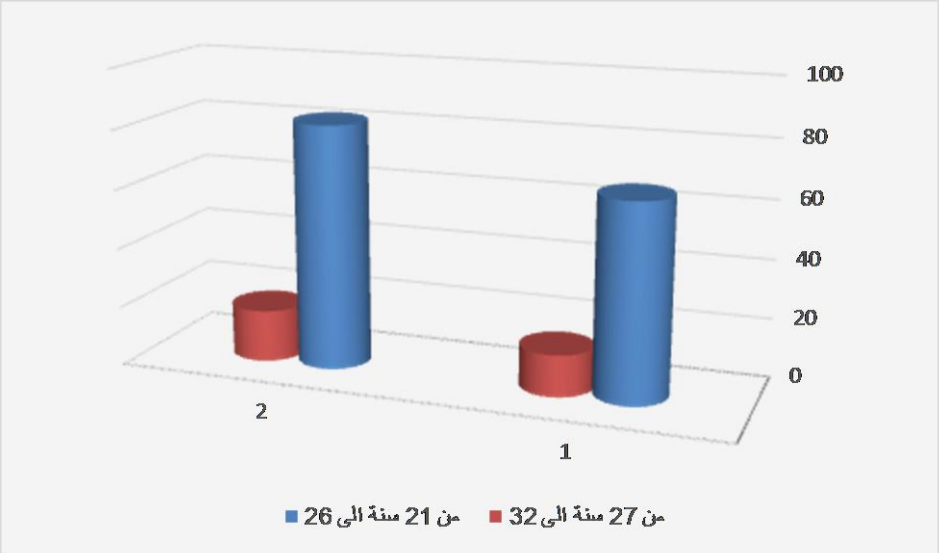
الشكل رقم (01) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

1-1-2-السن:

الجدول رقم (02) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن

السن	التكرارات	النسبة المئوية
من 21 سنة الى 26	66	% 82,5
من 27 سنة الى 32	14	% 17,5
أكثر من 32	00	%00
المجموع	**80**	**%100**

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالا (80) فردا، نلاحظ أن (66)فرد من 21 سنة الى 26 بنسبة بلغت **82,5 %**، أما من تتراوح أعمارهم من 27 سنة الى 32 سنة فقد بلغ عددهم (**14**) فرد بنسبة قدرت بـــ 17,5 %، في حين تمثل فئة اكثر من 32 سنة (00) فرد ب بنسبة قدرت بـــ **00**%، وهذا ما يفسر أن الفئة الأولى من 21 سنة إلى 26 سنة هي الفئة الأكبر المسجلة في الماستر



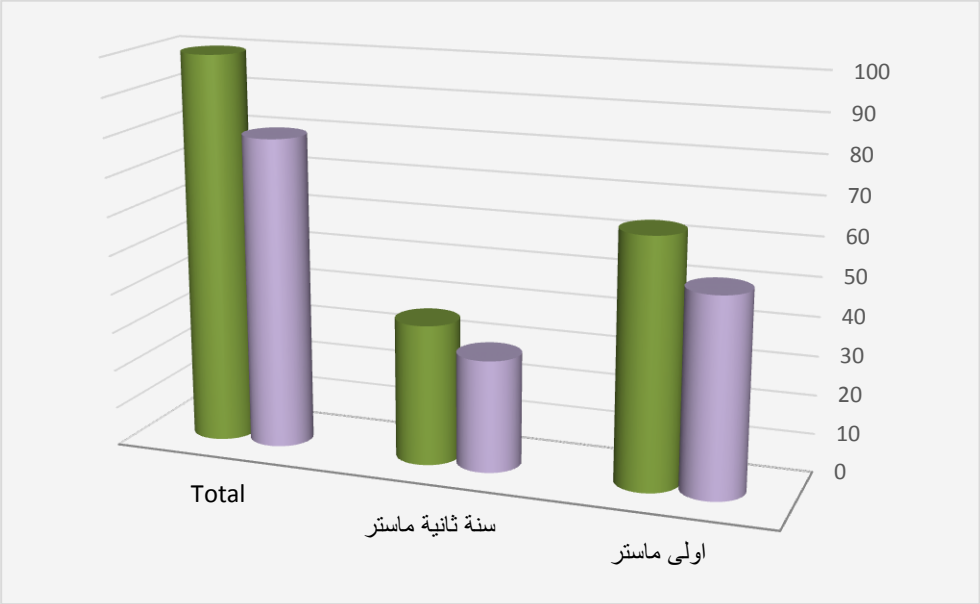
الشكل رقم (02) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن

1-1-3-المستوى الجامعي :

الجدول رقم (03) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

المستوى الجامعي	التكرارات	النسبة المئوية
اولى ماستر	51	%63,8
سنة ثانية ماستر	29	%36,3
المجموع	**80**	**%100**

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالا (80) فردا، نلاحظ أن (51) أفراد لديهم مستوى اولى ماسترنسبة مئوية بلغت 63,8%، اما الذين لديهم مستوى سنة ثانية ماسترفقد بلغ عددهم (29) بنسبة قدرت بـــ (36,3%) كما هو موضح من خلال الشكل رقم (03) وهذا يعني أن نسبة المسجلين في السنة الأولى أكثر من المسجلين في السنة الثانية.



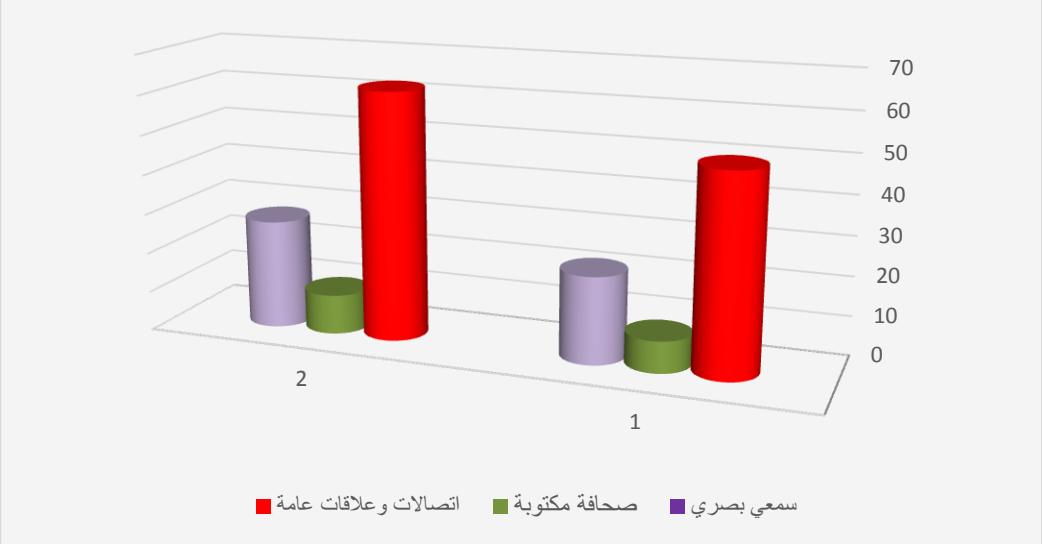
الشكل رقم (03) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

1-1-4-التخصص:

الجدول رقم (04) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير التخصص

التخصص	التكرارات	النسبة المئوية
اتصال وعلاقات عامة	50	%62,5
صحافة مكتوبة	8	%10
سمعي بصري	22	%27,5
المجموع	**80**	**%100**

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالا (80) فردا، نلاحظ أن (50) فردا لديهم تخصص اتصال وعلاقات عامة بنسبة مئوية قدرت بـــ 62,5% في حين بلغ عدد الافراد الذين لديهم صحافة مكتوبة(8) فرد بنسبة مئوية بلغت 10%، اما الذين تخصص سمعي بصري فبلغ عددهم (22) بنسبة مئوية قدرت بـــ 27,5%وهذا ما نفسره بأن تخصص اتصال وعلاقات عامة يضم أكبر عدد من الطلبة في حين التخصصين سمعي بصري والصحافة المكتوبة بنسبة أقل ما هو موضح من خلال الشكل رقم (04).



الشكل رقم (04) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغيرالتخصص

2-المحور الأول: أنماط وعادات التعرض و المشاهدة للعرض الإخباري التلفزيوني

2-1 مشاهدة القنوات الإخبارية:

الجدول رقم (05) يوضح مدى مشاهدة القنوات الاخبارية

بدائل الإجابة على السؤال رقم (1)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	قيمة K^2	مستوى الدلالة	القرار
نعم	72	%90	40	32	1	$51,200^a$	0,000	دال عند مستوى 0.01
لا	8	%10	40	-32				
المجموع	**80**	**%100**	/////					

مخرجات برنامج spss بالاعتماد على إجابات أفراد العينة

من خلال الجدول أعلاه رقم (05) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (80) فردا قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (1) بالبديل "نعم" وقد بلغ عددهم (72) فردا بنسبة مئوية بلغت 90%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "لا" والبالغ عددهم (8) بنسبة مئوية قدرت بـــ 10%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـــ $51,200^a$ وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعتين (نعم/ لا) لصالح المجموعة الأولى (نعم)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1% وعليه نستنتج أن أفراد عينة الدراسة يشاهدون القنوات الإخبارية وما يؤكد ذلك هو نتيجة اختبار كا^2 لدلالة الفروق بين التكرارات الملاحظة والمتوقعة حيث كانت دالة لصالح البديل نعم، وبناءا على إجابات أفراد العينة على السؤال المفتوح حول القناة التي يشاهدونها نجد قناة "الشروق News" تحتل المرتبة الأولى فيما تليها قناة "النهار" الإخبارية لتأتي بعدها

بعدها القنوات: الجزيرة، العربية، فرانس 24، الميادين، BBC، المغاربية، روسيا اليوم، ومن خلال إجابات المبحوثين حول القناة التي يشاهدونها يقيمونها حول استخدام هذه القناة لتكنولوجيا الاتصال الحديثة في العرض الإخباري.

2-2 ساعات المشاهدة للقنوات الإخبارية في اليوم:

الجدول رقم (06) يوضح ساعات المشاهدة للقنوات الإخبارية في اليوم

بدائل الإجابة على السؤال رقم (2)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	قيمة K^2	مستوى الدلالة	القرار
1 ساعة	53	%66,3	20,0	33,0	3	$83,800^a$	0,000	دال عند مستوى 0.01
2 ساعة	21	%26,3	20,0	1,0				
3 ساعة	5	%6,3	20,0	-15,0				
4 ساعة فأكثر	1	%1,3	20,0	-19,0				
المجموع	**80**	**%100**	/////					

مخرجات برنامج spss بالاعتماد على إجابات أفراد العينة

من خلال الجدول أعلاه رقم (06) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (80) فردا قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (2) بالبديل "1 ساعة" وقد بلغ عددهم (53) فردا بنسبة مئوية بلغت 66,3%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "2 ساعة" والبالغ عددهم (21) بنسبة مئوية قدرت بـــ 26,3%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "3 ساعة " والبالغ عددهم (5) بنسبة مئوية قدرت بـــ 6,3%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "4 ساعة فأكثر" والبالغ عددهم (1) بنسبة مئوية قدرت بـــ 1,3%،وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء

إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـــ $^a83,800^a$ وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الأربع لصالح المجموعة الأولى (1 ساعة)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%وهذا قد يرجع إلى كون أن أفراد العينة مرتبطون بساعات الدراسة في اليوم حيث نجد أن نسبة 66.3% تشاهد ساعة واحدة في اليوم.

2-3 العرض الإخباري المتابع :

الجدول رقم (07) يوضح العرض الإخباري المتابع

بدائل الإجابة على السؤال رقم (3)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	قيمة K^2	مستوى الدلالة	القرار
الموجز	32	%40	40	40	1	a3,200	0,000	دال عند مستوى 0.01
النشرة الرئيسية	48	%60	60	60				
المجموع	**80**	**%100**	/////					

مخرجات برنامج spss بالاعتماد على إجابات أفراد العينة

من خلال الجدول أعلاه رقم (07) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (80) فردا قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (3) بالبديل " **الموجز** " وقد بلغ عددهم (32) فردا بنسبة مئوية بلغت 40% ، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **النشرة الرئيسية**" والبالغ عددهم (48) بنسبة مئوية قدرت بـــ 60%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـــ $^a3,200^a$ وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا

(α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعتين لصالح المجموعة الثانية (**النشرة الرئيسية**)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.وهذا قد يرجع إلى النشرة الرئيسية تحتل مكانة هامة لدى المبحوثين لأنها تكون أكثر تفصيلا من الموجز.

2-4 استخدام القناة لتكنولوجيا الاتصال الحديثة في العرض الإخباري :

الجدول رقم (8) يوضح استخدام القناة لتكنولوجيا الاتصال الحديثة في العرض الإخباري

بدائل الإجابة على السؤال رقم (4)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	قيمة K^2	مستوى الدلالة	القرار
دائما	30	%37,5	26,3	3,7	2	42,709[a]	0,000	دال عند مستوى 0.01
أحيانا	48	%60	26,3	21,7				
أبدا	1	%1,3	26,3	-25,3				
المجموع	**79**	**%100**	/////					

مخرجات برنامج spss بالاعتماد على إجابات أفراد العينة

من خلال الجدول أعلاه رقم (08) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (80) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (8) بالبديل "دائما" وقد بلغ عددهم (30) فردا بنسبة مئوية بلغت 37,5%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "أحيانا" والبالغ عددهم (48) بنسبة مئوية قدرت بـــ 60,0%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "أبدا" والبالغ عددهم (1) بنسبة مئوية قدرت بـــ 1,3%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـــ **42,709[a]** وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة

الثانية (أحيانا)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1% وهذا قد يرجع إلى أن القنوات المتابعة من طرف المبحوثين أحيانا ما تستعمل التكنولوجيات الحديثة وبما أن النسبة الاكبر كانت لقناتي الشروق والنهار الإخباريتين هذا ما يفسر أنهما قناتان حديثتا النشأة في مجال السمعي البصري

2-5 تقييم مستوى تقديم نشرات الأخبار الرئيسية :

الجدول رقم (9) يوضح مدى تقييم مستوى النشرات الإخبارية الرئيسية

بدائل الإجابة على السؤال رقم (5)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K^2 قيمة	مستوى الدلالة	القرار
جيد	38	%47,5	26,7	11,3	2	34,300[a]	0,000	دال عند مستوى 0.01
متوسط	40	%50,0	26,7	13,3				
ضعيف	2	%2,5	26,7	-24,7				
المجموع	**80**	**%100**	/////					

مخرجات برنامج spss بالاعتماد على إجابات أفراد العينة

من خلال الجدول أعلاه رقم (9) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (80) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (5) بالبديل "جيد" وقد بلغ عددهم (38) فردا بنسبة مئوية بلغت**47,5%** ، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "متوسط" والبالغ عددهم (40) بنسبة مئوية قدرت بـــ**50%**، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "ضعيف" والبالغ عددهم (2) بنسبة مئوية قدرت بـــ **2,5%**وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـــ $34,300^a$وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى

الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الثانية(متوسط)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1% وهذا ما قد يفسر بأن جل المبحوثين يشاهدون النشرات على القنوات الجزائرية الخاصة وهذا راجع لقلة الخبرة في مجال السمعي البصري ولأن تجربة الجزائر حديثة في هذا المجال، لذا جاءت نسبة متوسط 50% أما نسبة جيد فهي 47.5% وهذا راجع لمشاهدة قنوات إخبارية أخرى عربية وعالمية ومن خلال النسبتين نجد هناك تقارب أي أن القنوات الجزائرية في طريق مواكبة القنوات العالمية.

2-6 تقييم النشرات الإخبارية من حيث الإعداد :

الجدول رقم (10) يوضح تقييم النشرات الإخبارية من حيث الاعداد

بدائل الإجابة على السؤال رقم (6)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K^2 قيمة	مستوى الدلالة	القرار
جيد	38	%47,5	26,7	11,3	2	$34,300^a$	0,000	دال عند مستوى 0.01
متوسط	40	%50	26,7	13,3				
ضعيف	2	%2,5	26,7	-24,7				
المجموع	**80**	**%100**	/////					

مخرجات برنامج spss بالاعتماد على إجابات أفراد العينة

من خلال الجدول أعلاه رقم (10) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (80) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (6) بالبديل "جيد" وقد بلغ عددهم (38) فردا بنسبة مئوية بلغت**47,5%** ، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "متوسط" والبالغ عددهم (40) بنسبة مئوية قدرت بـــ**50%** ، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "ضعيف" والبالغ عددهم (2) بنسبة مئوية قدرت بـــ **2,5%**، وللتأكد من

دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـــ $34,300^a$وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الثانية(متوسط) ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1% يمكن تفسيره بأنه متوسط لأن القنوات التي اختارها المبحوثين لم ترقى بعد إلى مستوى جيد من حيث الإعداد.

2-7-تقييم النشرات الإخبارية من حيث التقديم

الجدول رقم (11)يوضح مدى تقييم النشرات الإخبارية من حيث التقديم

بدائل الإجابة على السؤال رقم (7)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	قيمة K^2	مستوى الدلالة	القرار
جيد	42	%52,5	26,7	15,3	2	$37,525^a$	0,000	دال عند مستوى 0.01
متوسط	37	%46,3	26,7	10,3				
ضعيف	1	%1,3	26,7	-25,7				
المجموع	**80**	**%100**	/////					

مخرجات برنامج spss بالاعتماد على إجابات أفراد العينة

من خلال الجدول أعلاه رقم (11) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (80) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (7) بالبديل "جيد" وقد بلغ عددهم (42) فردا بنسبة مئوية بلغت **52,5%**، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "متوسط" والبالغ عددهم (37) بنسبة مئوية قدرت بـــ**46,3%** ، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "ضعيف" والبالغ عددهم (1) بنسبة مئوية قدرت بـــ **1,3%**وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية

(كا^2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـــ$37,525^a$وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الأولى (جيد)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1% يتضح لنا من خلال نسبة 52.5%لصالح البديل جيد بالنسبة للتقديم مما يفسر لنا أنه هناك تطور في التقديم.

2-8-تقييم النشرات الإخبارية من حيث الإخراج :

الجدول رقم (12) يوضح مدى تقييم النشرات الإخبارية من حيث الاخراج

بدائل الإجابة على السؤال رقم (8)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K^2 قيمة	مستوى الدلالة	القرار
جيد	35	%43,8	26,7	8,3	2	$26,875^a$	0,000	دال عند مستوى 0.01
متوسط	40	%50	26,7	13,3				
ضعيف	5	%6,3	26,7	-21,7				
المجموع	**80**	**%100**	/////					

مخرجات برنامج spss بالاعتماد على إجابات أفراد العينة

من خلال الجدول أعلاه رقم (12) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (80) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (8) بالبديل "جيد" وقد بلغ عددهم (35) فردا بنسبة مئوية بلغت**43,8%** ، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "متوسط" والبالغ عددهم (40) بنسبة مئوية قدرت بـــ**50%** ، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "ضعيف" والبالغ عددهم (5) بنسبة مئوية قدرت بـــ **6,3%**وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـــ **$26,875^a$**وهي قيمة دالة إحصائيا عند

مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الثانية(متوسط)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1% يمكن أن نقول أن مستوى الإخراج جيد ومرتفع.

3-المحور الثاني: أهم التكنولوجيات الاتصالية الحديثة المستخدمة في العرض الإخباري

3-1 مواكبة هذه القناة آخر التطورات التكنولوجية الحديثة :

بدائل الإجابة على السؤال رقم (9)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K^2 قيمة	مستوى الدلالة	القرار
دائما	30	%37,5	26,7	3,3	2		0,000	

أحيانا	48	%60	26,7	21,3		40,300[a]		دال عند مستوى 0.01
أبدا	2	%2,5	26,7	-24,7				
المجموع	**80**	**%100**	/////					

الجدول رقم (13) يوضح مدى مواكبة القناة آخر التطورات التكنولوجية الحديثة

مخرجات برنامج spss بالاعتماد على إجابات أفراد العينة

من خلال الجدول أعلاه رقم (13) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (80) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (9) بالبديل "دائما" وقد بلغ عددهم (30) فردا بنسبة مئوية بلغت37,5% أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "أحيانا" والبالغ عددهم (48) بنسبة مئوية قدرت بـــ60% ، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "أبدا" والبالغ عددهم (2) بنسبة مئوية قدرت بـــ 2,5%وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـــ **40,300[a]**وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الثانية (أحيانا)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1% يمكن تفسير ميول الأغلبية غلى القول بأحيانا ما تواكب القناة آخر التطورات التكنولوجية هو: أولا ينبغي التمييز بين شيئين رئيسيين هما التطوير والرقي ففعلا استخدام هذه التكنولوجيات طورت مستوى القنوات لكنه لم يصل بعد إلى المستوى الاحترافي العالمي الذي وصلت إليه بعض المؤسسات الإعلامية الأخرى مثل الجزيرة وهذا بناءا على إجابات المبحوثين فأغلبيتهم يشاهدون الشروق نيوز وقناة النهار الإخبارية.

3-2 أشكال التكنولوجيا الأكثر استخداما في العرض الاخباري :

بدائل الإجابة على	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	الفرق بين	درجة	قيمة K^2	مستوى	القرار

السؤال رقم (10)	المشاهد		المتوقع	التكرار المشاهد والمتوقع	الحرية		الدلالة	
الشاشة الذكية	37	%46,3	19,3	17,8	3	24,974[a]	0,000	دال عند مستوى 0.01
الاتصال SKYPE	13	%16,3	19,3	-6,3				
غوغل ايرث	8	%10	19,3	-11,3				
الأستوديو الافتراضي	19	%23,8	19,3	-,3				
المجموع	**78**	**%100**	/////					

الجدول رقم (14) يوضح أشكال التكنولوجيا الأكثر استخداما في العرض الاخباري

مخرجات برنامج spss بالاعتماد على إجابات أفراد العينة

من خلال الجدول أعلاه رقم (14) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (80) فردا قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (10) بالبديل "الشاشة الذكية" وقد بلغ عددهم (37) فردا بنسبة مئوية بلغت 46,3%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "الاتصال SKYPE" والبالغ عددهم (13) بنسبة مئوية قدرت بـــ 16,3%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "غوغل ايرث" والبالغ عددهم (8) بنسبة مئوية قدرت بـــ 10%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "الأستوديو الافتراضي" والبالغ عددهم (19) بنسبة مئوية قدرت بـــ 23,8%،وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (3) قدرت بـــ $24,974^a$وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الأربع لصالح المجموعة الأولى (الشاشة الذكية)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة

1%نستنتج مما سبق ان الشاشة الذكية هي التقنية الأكثر استخداما في العرض الإخباري فأصبحت أغلب القنوات الإخبارية تعتمد على هذه التقنية الجديدة وتأتي بعدها باقي التقنيات الاخرى.

3-3استخدام القناة لـــ Skype :

الجدول رقم (15) يوضح مدى استخدام Skype

بدائل الإجابة على السؤال رقم (11)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K^2 قيمة	مستوى الدلالة	القرار
دائما	4	%5	16	-12,0	4	45,375[a]	0,000	دال عند مستوى 0.01
غالبا	8	%10	16	-8,0				
أحيانا	38	%47,5	16	22,0				
نادرا	11	%13,8	16	-5,0				
أبدا	19	%23,8	16	3,0				
المجموع	**80**	**%100**	/////					

مخرجات برنامج spss بالاعتماد على إجابات أفراد العينة

من خلال الجدول أعلاه رقم (15) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (80) فردا قد انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (11) بالبديل "دائما" وقد بلغ عددهم (4) فردا بنسبة مئوية بلغت 5%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "غالبا" والبالغ عددهم (8) بنسبة مئوية قدرت بـــ 10%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "أحيانا" والبالغ عددهم (38) بنسبة مئوية قدرت بـــ 47,5%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "نادرا" والبالغ عددهم (11) بنسبة مئوية قدرت بـــ 13,8%،أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "أبدا "

والبالغ عددهم (19) بنسبة مئوية قدرت بـــ23,8%وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـــ $45,375^a$وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمسة لصالح المجموعة الثالثة (البديل أحيانا)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1% وهذا ما قد يفسر بأن القناة أحيانا ما تعتمد على على الاتصال عبر السكايب وهذا عند التعذر على الضيف الحضور الشخصي مما سهل الاتصال.

استخدام القناة لـــ google Earth :

بدائل الإجابة على السؤال رقم (12)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K^2 قيمة	مستوى الدلالة	القرار
دائما	12	%15	16	-4	4	$25,875^a$	0,000	دال عند مستوى
غالبا	9	%11,3	16	-7				
أحيانا	34	%42,5	16	18				

نادرا	12	%15	16	-4			0.01
أبدا	13	%16,3	16	-3			
المجموع	**80**	**%100**	/////				

الجدول رقم (16) يوضح مدى استخدام google Earth

مخرجات برنامج spss بالاعتماد على إجابات أفراد العينة

من خلال الجدول أعلاه رقم (16) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (80) فردا قد انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (12) بالبديل "دائما" وقد بلغ عددهم (12) فردا بنسبة مئوية بلغت15%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "غالبا" والبالغ عددهم (9) بنسبة مئوية قدرت بـــ 11.3%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "أحيانا" والبالغ عددهم (34) بنسبة مئوية قدرت بـــ 42,5%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "نادرا" والبالغ عددهم (12) بنسبة مئوية قدرت بـــ 15%،أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "أبدا " والبالغ عددهم (13) بنسبة مئوية قدرت بـــ 16,3%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت ب$25,875^a$وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمسة لصالح المجموعة الثالثة، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1% يتضح لنا من خلال النتائج أنه أحيانا ما تستخدم القنوات موقع غوغل ايرث في العرض الإخباري وليس بصفة دائمة وهرا يمكن تفسيره أنها تعتمد على شبكة المراسلين.

استخدام القناة للأستوديو الافتراضي

الجدول رقم (17) يوضح مدى استخدام القناة للأستوديو الافتراضي

بدائل الإجابة على السؤال رقم (13)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K^2 قيمة	مستوى الدلالة	القرار
دائما	10	%12,5	16	-6,0	4	$11,875^a$	0,000	دال عند مستوى 0.01
غالبا	18	%22,5	16	2,0				
أحيانا	26	%32,5	16	10,0				
نادرا	9	%11,3	16	-7,0				
أبدا	17	%21,3	16	1,0				
المجموع	**80**	**%100**	/////					

مخرجات برنامج spss بالاعتماد على إجابات أفراد العينة

من خلال الجدول أعلاه رقم (17) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (80) فردا قد انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (13) بالبديل "دائما" وقد بلغ عددهم (10) فردا بنسبة مئوية بلغت **12,5%**، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "غالبا" والبالغ عددهم (18) بنسبة مئوية قدرت ب**22,5%**ـــ ، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " أحيانا " والبالغ عددهم (26) بنسبة مئوية قدرت بـــ **32,5%**، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "نادرا " والبالغ عددهم (9) بنسبة مئوية قدرت بـــ **11,3%**، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "أبدا " والبالغ عددهم (17) بنسبة مئوية قدرت بـــ **21,3%** وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـــ $11,875^a$وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين

المجموعات الخمسة لصالح المجموعة الثالثة (أحيانا)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1% يمكن تفسيره على أن القنوات الإخبارية احيانا ما تستعمل تقنية الأستوديو الافتراضي وهذا راجع إلى القنوات المشاهدة من طرف المبحوثين فهي أحيانا ما تستعمل الأستوديو الافتراضي.

استخدم القناة للشاشة الذكية:

الجدول رقم (18) يوضح مدى استخدام القناة للشاشة الذكية

بدائل الإجابة على السؤال رقم (14)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K^2 قيمة	مستوى الدلالة	القرار
دائما	27	%33,8	16	11	4	$23,375^a$	0,000	دال عند مستوى 0.01
غالبا	18	%22,5	16	2				
أحيانا	23	%28,8	16	7				
نادرا	6	%7,5	16	-10				
أبدا	6	%7,5	16	-10				
المجموع	**80**	**%100**	/////					

مخرجات برنامج spss بالاعتماد على إجابات أفراد العينة

من خلال الجدول أعلاه رقم (18) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (80) فردا قد انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (14) بالبديل "دائما" وقد بلغ عددهم (**27**) فردا بنسبة مئوية بلغت **33,8%**، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "غالبا" والبالغ عددهم (**18**) بنسبة مئوية قدرت بـــ**22,5%** ، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "أحيانا" والبالغ عددهم (23) بنسبة مئوية قدرت بـــ **28,8%**، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "نادرا" والبالغ عددهم (6)

بنسبة مئوية قدرت بـــ **7,5%**،أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "أبدا " والبالغ عددهم (6) بنسبة مئوية قدرت بـــ **7,5%**، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـــ $23,375^a$وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمسة لصالح المجموعة الأولى(دائما)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1% نستنتج من خلال النتائج السابقة أن الشاشة الذكية تحتل مكانا هاما في العرض الإخباري واعتماد القنوات الإخبارية على هذه التقنية الحديثة لما لها من مزايا في تقديم الأخبار.

3-5 تقديم الأخبار بحاجة إلى:

بدائل الإجابة على السؤال رقم (15)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	قيمة K^2	مستوى الدلالة	القرار
صحفي متميز	51	%63,8	20	31,0	2	$68,500^a$	0,000	دال عند
التركيب اللغوي	14	%17,5	20	-6,0				

للخبر							مستوى 0.01
التقنية المستخدمة	13	%16,3	20	-7,0			
أخرى	2	%2,5	20	-18,0			
المجموع	**80**	**%100**	/////				

جدول رقم (19) يوضح مدى تقديم الإخبار بحاجة إلى

مخرجات برنامج spss بالاعتماد على إجابات أفراد العينة

من خلال الجدول أعلاه رقم (19) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (80) فردا قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (15) بالبديل "صحفي متميز" وقد بلغ عددهم (51) فردا بنسبة مئوية بلغت**63,8%** ، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "التركيب اللغوي للخبر" والبالغ عددهم (14) بنسبة مئوية قدرت بـــ**17.5%**، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "التقنية المستخدمة" والبالغ عددهم (13) بنسبة مئوية قدرت بـــ **16.3%**، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "أخرى" والبالغ عددهم (2) بنسبة مئوية قدرت بـــ **2.5%**وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـــ **68,500**وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الأربع لصالح المجموعة الأولى (صحفي متميز)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1% جاءت النسبة الأكبر للبديل صحفي متميز في تقديم الأخبار بنسبة 63.5% وهذا ما يمكن تفسيره أن للصحفي دور كبير في تقديم الأخبار بغض النظر عن التركيب اللغوي للخبر والتقنية المستخدمة التي احتلت هذه الأخيرة نسبة 16.3% أي أن ليس لها تأثير كبير في تقديم الخبر حسب إجابات المبحوثين.

3-6 التغيير الحاصل بعد إدخال التكنولوجيا الحديثة :

جدول رقم (20) يوضح مدى التغيير الحاصل بعد إدخال التكنولوجيا الحديثة

بدائل الإجابة على السؤال رقم (16)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	قيمة K^2	مستوى الدلالة	القرار
تقديم الأخبار	46	%57,5	40	6	1	$1,800^a$	0,000	دال عند مستوى 0.01
تحرير الأخبار	34	%42,5	40	-6				
المجموع	**80**	**%100**	/////					

مخرجات برنامج spss بالاعتماد على إجابات أفراد العينة

من خلال الجدول أعلاه رقم (20) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (80) فردا قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (16) بالبديل "**تقديم الأخبار**" وقد بلغ عددهم (46) فردا بنسبة مئوية بلغت 57.5% ، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "**تحرير الأخبار**" والبالغ عددهم (34) بنسبة مئوية قدرت بـــ 42.5%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـــ **$1,800^a$** وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعتين لصالح المجموعة الأولى (**تقديم الأخبار**)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1% التغيير الحاصل بعد إدخال تكنولوجيا الاتصال الحديثة كان أكثر على تقديم الأخبار بنسبة 57.5% وهذا راجع لأن تحرير الخبر وبناؤه لا يتغير وإنما تتغير طريقة التقديم وهذا من مميزات التلفزيون لما له خاصية ثلاثية التأثير الصوت والصورة والنص وتأتي الصورة بدرجة أكبر وهذا طبقا لما تناولناه في الجانب النظري.

3-7 جودة الصوت والصورة من أولويات تقديم الأخبار :

جدول رقم (21) يوضح مدى جودة الصوت والصورة من أولويات تقديم الأخبار

بدائل الإجابة على السؤال رقم (17)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K^2 قيمة	مستوى الدلالة	القرار
نعم	72	%90	40	32	1	$51,200^a$	0,000	دال عند مستوى 0.01
لا	8	%10	40	-32				
المجموع	**80**	**%100**	/////					

مخرجات برنامج spss بالاعتماد على إجابات أفراد العينة

من خلال الجدول أعلاه رقم (21) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (80) فردا قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (17) بالبديل " **نعم**" وقد بلغ عددهم (72) فردا بنسبة مئوية بلغت 90% ، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "**لا**" والبالغ عددهم (8) بنسبة مئوية قدرت بـــ 10%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـــ **$51,200^a$**وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعتين لصالح المجموعة الأولى (**نعم**)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1% يتضح من خلال النتائج أن التلفزيون يتمتع بخاصية ثلاثية تميزه عن باقي وسائل الاتصال الأخرى، فجودة الصوت والصورة حاليا من متطلبات تقديم الخبر وهذا بتركيز القنوات الإخبارية على الصورة وتأثيرها على المشاهد، فيمكن لبعض الصور أن تكون خبرا قائما بذاته.

3-8 هل توظيف التقنيات الحديثة يسهم جودة تقديم الخبر:

بدائل الإجابة	التكرار	النسبة	التكرار	الفرق بين	درجة	K^2 قيمة	مستوى	القرار

على السؤال رقم (18)	المشاهد	المئوية	المتوقع	التكرار المشاهد والمتوقع	الحرية		الدلالة	
دائما	58	%72,5	26,7	31,3	2	$61,300^{a}$	0,000	دال عند مستوى 0.01
أحيانا	20	%25	26,7	-6,7				
نادرا	2	%2,5	26,7	-24,7				
المجموع	**80**	**%100**	/////					

جدول رقم (22) يوضح مدى توظيف التقنيات الحديثة يسهم جودة تقديم الخبر

مخرجات برنامج spss بالاعتماد على إجابات أفراد العينة

من خلال الجدول أعلاه رقم (22) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (80) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (18) بالبديل "دائما" وقد بلغ عددهم (58) فردا بنسبة مئوية بلغت**72.5%** ، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "أحيانا " والبالغ عددهم (20) بنسبة مئوية قدرت بـــ**25%**، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "نادرا" والبالغ عددهم (2) بنسبة مئوية قدرت بـــ **2,5%**وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^{2}) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـــ **$61,300^{a}$**وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الأولى(دائما)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1% نستنتج من خلال نتائج الجدول أنه بنسبة 72.5% من إجابات المبحوثين دائما ما توظيف التقنيات الجديدة يسهم في جودة تقديم الخبر وهذا من خلال الإضافات التي قدمتها للخبر من ناحية الصوت والصورة وهذا ما ذكر في الجانب النظري والدراسات السابقة.

4-المحور الثالث: تأثير استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تلقي العرض الإخباري

4-1 استخدام التكنولوجيا الحديثة زاد في تفاعل المتلقي مع الخبر :

بدائل الإجابة على السؤال رقم (19)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد	درجة الحرية	قيمة K^2	مستوى الدلالة	القرار

				والمتوقع				
نعم	72	%90	40	32	1	$51,200^{a}$	0,000	دال عند مستوى 0.01
لا	8	%10	40	-32				
المجموع	**80**	**%100**	/////					

جدول رقم (23) : يوضح مدى استخدام التكنولوجيا الحديثة زاد في تفاعل المتلقي مع الخبر

مخرجات برنامج spss بالاعتماد على إجابات أفراد العينة

من خلال الجدول أعلاه رقم (23) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (80) فردا قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (19) بالبديل " **نعم**" وقد بلغ عددهم (72) فردا بنسبة مئوية بلغت 90% ، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "**لا**" والبالغ عددهم (8) بنسبة مئوية قدرت بـــ 10%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية ($كا^2$) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـــ **$51,200^{a}$**وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعتين لصالح المجموعة الأولى (**نعم**)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1% نستنتج من النتائج أن عدد المبحوثين الذين أجابوا بنعم أن استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة زاد في تفاعل المتلقي مع الأخبار بنسبة 90% هذا ما يفسر أن لهذه التكنولوجيا خاصية التفاعلية وهذا ما ذكر في الجانب النظري وخصائص تكنولوجيا الاتصال الحديثة أما الذين كانت إجابتهم بلا فهم يشاهدون الأخبار لكن لا يتفاعلون معها.

4-2 التفاعل مع الأخبار :

بدائل الإجابة على	التكرار	النسبة	التكرار	الفرق بين	درجة	K^2 قيمة	مستوى	القرار

السؤال رقم (20)	المشاهد	المئوية	المتوقع	التكرار المشاهد والمتوقع	الحرية		الدلالة	
مواقع التواصل	40	%50	25	15	2	35,280[a]	0,000	دال عند مستوى 0.01
النقاش مع الزملاء	34	%42,5	25	9				
أخرى	1	%1,3	25	-24				
المجموع	**75**	**93,8%**	/////					

جدول رقم (24) يوضح مدى التفاعل مع الأخبار

مخرجات برنامج spss بالاعتماد على إجابات أفراد العينة

من خلال الجدول أعلاه رقم (24) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (80) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (20) بالبديل "مواقع التواصل الاجتماعي" وقد بلغ عددهم (40) فردا بنسبة مئوية بلغت **50%**، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "النقاش مع الزملاء " والبالغ عددهم (34) بنسبة مئوية قدرت بـــ 42.5%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "أخرى" والبالغ عددهم (1) بنسبة مئوية قدرت بـــ **1,3%**وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـــ **35,280**وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الأولى(مواقع التواصل)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1% لقد قدمت التكنولوجيات الحديثة للاتصال وسائل عديدة للتفاعل وهذا ما نلاحظه من خلال إجابة المبحوثين حيث كان التفاعل عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 50% وهذا راجع إلى الانتشار الواسع لهذه التكنولوجيات بين أوساط المبحوثين، أما نسبة 25% بالنسبة للنقاش مع الزملاء فتبقى نسبة متوسطة لفتح باب النقاش في مجال الأخبار.

4-3 إعادة مشاهدة النشرات السابقة :

جدول رقم (25) يوضح مدى إعادة مشاهدة النشرات السابقة

بدائل الإجابة على السؤال رقم (21)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K^2 قيمة	مستوى الدلالة	القرار
نعم	31	%38,8	40	-9	1	$4,050^a$	0,000	دال عند مستوى 0.01
لا	49	%61,3	40	9				
المجموع	**80**	**%100**	/////					

مخرجات برنامج spss بالاعتماد على إجابات أفراد العينة

من خلال الجدول أعلاه رقم (25) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (80) فردا قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (21) بالبديل "**نعم**" وقد بلغ عددهم (31) فردا بنسبة مئوية بلغت 38.8%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "**لا**" والبالغ عددهم (49) بنسبة مئوية قدرت بـــ 61.3%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـــ **$4,050^a$** وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعتين لصالح المجموعة الثانية (**لا**)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1% يتضح لنا من خلال إجابات المبحوثين بأنهم لم يسبق وأن أعادوا مشاهدة نشرات سابقة فاتتهم بنسبة 61.3% هذا ما يفسر أنه يمكن أنهم يتابعونها في وقت بثها في حين نجد أن نسبة 38.8% أعادوا مشاهدتها وهذا ما يفسر أنهم كانوا مواظبين على متابعتها هذا ما يدفعهم إلى إعادتها.

4-4 وسيلة إعادة المشاهدة :

جدول رقم (26) يوضح مدى وسيلة إعادة المشاهدة

بدائل الإجابة على السؤال رقم (22)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K^2 قيمة	مستوى الدلالة	القرار
زيارة موقع القناة	5	%6,3	11	-6	2	$26,909^a$	0,000	دال عند مستوى 0.01
مشاهدة اليوتيوب	25	%31,3	11	14				
أخرى	3	%3,8	11	-8				
المجموع	**33**	**%41.4**	/////					

مخرجات برنامج spss بالاعتماد على إجابات أفراد العينة

من خلال الجدول أعلاه رقم (26) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (80) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (22) بالبديل "**زيارة مواقع القناة**" وقد بلغ عددهم (5) فردا بنسبة مئوية بلغت 6.3% ، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "**مشاهدة اليوتيوب**" والبالغ عددهم (25) بنسبة مئوية قدرت بـــ 31,3% ، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "**أخرى** " والبالغ عددهم (3) بنسبة مئوية بلغت 3,8%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـــ **26,909**وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعتين لصالح المجموعة الأولى (**نعم**)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1% نلاحظ من خلال إجابات المبحوثين أنهم أعادوا مشاهدة النشرة من خلال موقع يوتيوب وهذا من خصائص تكنولوجيا الاتصال الحديثة وهي اللاتزامنية فيمكنهم مشاهدتها في وقتها أو في أي وقت آخر شاء المشاهد.

4-5 التكنولوجيا الحديثة استطاعت تحسين تقديم الخبر :

جدول رقم (27) يوضح مدى استطاعة التكنولوجيا الحديثة في تحسين تقديم الخبر

بدائل الإجابة على السؤال رقم (23)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K^2 قيمة	مستوى الدلالة	القرار
دائما	32	%40	26,7	5,3	2	$44,800^a$	0,000	دال عند مستوى 0.01
غالبا	48	%60	26,7	21,3				
أبدا	00	00	26,7	-26,7				
المجموع	**80**	**%100**	/////					

مخرجات برنامج spss بالاعتماد على إجابات أفراد العينة

من خلال الجدول أعلاه رقم (27) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (80) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (23) بالبديل " **دائما**" وقد بلغ عددهم (32) فردا بنسبة مئوية بلغت 40% ، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "**غالبا**" والبالغ عددهم (48) بنسبة مئوية قدرت بـــ ,60%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "**أبدا** " والبالغ عددهم (00) بنسبة مئوية بلغت 00%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـــ **44,80**وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعتين لصالح المجموعة الثانية (غالبا)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1% وهذا قد يفسر بأنه كان لتكنولوجيا الاتصال الحديثة دور في تحسين تقديم الخبر أي غالبا ما حسنته وهذا دون إغفال أن لتكنولوجيا الاتصال الحديثة مزايا وعيوب

4-6 مزايا استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في العرض الإخباري :

جدول رقم (28) يوضح مدى مزايا استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في العرض الإخباري

بدائل الإجابة على السؤال رقم (24)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K^2 قيمة	مستوى الدلالة	القرار
دائما	40	%50	26,7	13,3	2	$34,300^a$	0,000	دال عند مستوى 0.01
احيانا	38	%47	26,7	11,3				
أبدا	2	%2,5	26,7	-24,7				
المجموع	**80**	**%100**	/////					

مخرجات برنامج spss بالاعتماد على إجابات أفراد العينة

من خلال الجدول أعلاه رقم (28) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (80) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (24) بالبديل " **دائما**" وقد بلغ عددهم (40) فردا بنسبة مئوية بلغت.50,0% ، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "**غالبا**" والبالغ عددهم (38) بنسبة مئوية قدرت بـــ 47,5% ، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "**أبدا** " والبالغ عددهم (2) بنسبة مئوية بلغت 2,5%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـــ **34,300**وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعتين لصالح المجموعة الأولى (**دائما**)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1% وهذا قد يفسر بأنه دائما ما كانت هناك مزايا لاستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في العرض الإخباري وهذا ما يتفق مع الجانب النظري فيما يتمثل في عنصر مزايا استخدام تكنولوجيا الاتصال في العرض الإخباري ومع الدراسات السابقة.

4-7 المزايا :

جدول رقم (29) يوضح مزايا استخدام التكنولوجيا

بدائل الإجابة على السؤال رقم (25)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K^2 قيمة	مستوى الدلالة	القرار
تحسين جودة الخبر	26	%32,5	19,8	6,3	3	$14,924^a$	0,000	دال عند مستوى 0.01
السرعة في تقديم الخبر	29	%36,3	19,8	9,3				
تسهيل عمل الصحفي	17	%21,3	19,8	-2,8				
سهولة التلقي	7	%8,8	19,8	-12,8				
المجموع	**80**	**%100**	/////					

مخرجات برنامج spss بالاعتماد على إجابات أفراد العينة

من خلال الجدول أعلاه رقم (29) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (80) فردا قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (25) بالبديل "تحسين جودة الخبر" وقد بلغ عددهم (26) فردا بنسبة مئوية بلغت**32,5%** ، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "السرعة في تقديم الخبر" والبالغ عددهم (29) بنسبة مئوية قدرت بـــ**36.3%**، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "تسهيل عمل الصحفي" والبالغ عددهم (17) بنسبة مئوية قدرت بـــ **21.3%**، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "سهولة التلقي" والبالغ عددهم (7) بنسبة مئوية قدرت بـــ 8,8%وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (3) قدرت بـــ **$14,924^a$**وهي قيمة دالة إحصائيا عند

مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الأربع لصالح المجموعة الثانية(السرعة في تلقي الخبر)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1% ومن خلال النتائج يتضح لنا أن هناك مزايا لاستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في العرض الإخباري بنسبة كبيرة في السرعة في تقديم الخبر، فقد أصبحت العملية تتم في سرعة ملفتة للانتباه وذلك في نقل ونشر وتقديم الأخبار، أما فيما يخص تحسين جودة الخبر فأخذ ما نسبته 32.5% فهي أيضا تعد ميزة من مزايا تكنولوجيا الحديثة في العرض الإخباري وهو من حيث جودة المنتوج الإعلامي من حيث الإعداد والعرض.

من خلال إجابة المبحوثين على السؤال المفتوح ماهي الحلول المقترحة في رأيك لتطوير العمل الإخباري فقد كان هناك شبه اتفاق تام على أن يكون الإعداد الجيد وفي مستوى الخبر والتحرير الجيد للأخبار والتحضير المسبق، اما فيما يخص التقديم فهو توظيف الصحفي المتمكن من اللغة الإعلامية لتسهل على المشاهد وصول الخبر وفهمه كذلك إعداد دورات تكوينية للصحفيين لأعدادهم لتقديم الأخبار بشكل جيد، أما مقترح التطورات التكنولوجية فكان الإجماع من المبحوثين بضرورة مواكبة آخر التكنولوجيا واستخدام التقنيات الجديدة في العرض الإخباري وهذا لمواكبة القنوات العالمية.

4-8- المعوقات

جدول رقم : (30) يوضح المعوقات

العبارات	بدائل الإجابة	التكرار المشاهد	%	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	قيمة K^2	مستوى الدلالة	القرار
ع1	أوافق بشدة	6	%7,5	16	-10	4	28,875[a]	0,000	دال
	اوافق	7	%8,8	16	-9				
	محايد	12	%15	16	-4				
	لا أوافق	27	%33,8	16	11				
	لا اوافق بشدة	28	%35	16	12				

ع 2	أوافق بشدة	1	%1,3	16	-15	4	55,250[a]	0,000	دال
	اوافق	9	%11,3	16	-7				
	محايد	11	%13,8	16	-5				
	لا أوافق	40	%50	16	24				
	لا اوافق بشدة	19	%23,8	16	3				
ع 3	أوافق بشدة	4	%5	16	-12	4	19,125[a]	0,000	دال
	اوافق	12	%15	16	-4				
	محايد	25	%31,3	16	9				
	لا أوافق	24	%30	16	8				
	لا اوافق بشدة	15	%18,8	16	-1				
ع 4	أوافق بشدة	2	%2,5	16	-14		38,000[a]		
	اوافق	5	%6,3	16	-11				
	محايد	17	%21,3	16	1				
	لا أوافق	27	%33,8	16,0	11				
	لا اوافق بشدة	29	%36,3	16	13				
ع 5	أوافق بشدة	2	%2,5	16	-14		33,000[a]		
	اوافق	5	%6,3	16	-11				
	محايد	23	%28,8	16	7				
	لا أوافق	25	%31,3	16	9				
	لا اوافق بشدة	25	%31,3	16	9				
المجموع		34	%100	////					

مخرجات برنامج spss بالاعتماد على إجابات أفراد العينة

نلاحظ من من خلال الجدول أعلاه رقم (30) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (80) فردا قد انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على **السؤال رقم (26)**والذي نص على **" عدم تأهيل وتدريب العاملين"**

بالبديل" (**أوافق بشدة**)وقد بلغ عددهم (6) فردا بنسبة مئوية بلغت 7,5%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "**موافق**" فبلغ عددهم (7) بنسبة مئوية قدرت بـــ 8,8%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 15% فتمثل المجموعة الثالثة فتمثل الافراد الذين تمحورت اجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " محايد " والذين بلغ عددهم (12)، أما المجموعة والرابعة فتمثل البديل **" لا أوافق"**والذين بلغ عددهم (27)، بنسبة مئوية بلغت 33.8%، في حين تمثل المجموعة الخامسة والذين تمحورت اجاباتهم على هذا السؤال بالبدل **"لا أوافق بشدة"** والذين بلغ عددهم (28) بنسبة مئوية قدرت بـــ 35 %وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـــ **28,875**وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الخامسة (**غير موافق بشدة**)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

نلاحظ من من خلال الجدول أعلاه رقم (30) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (80) فردا قد انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على **السؤال رقم (27)** والذي نص على **" محدودية الفرص المتاحة للتدريب التي تواجه العرض الإخباري " بالبديل"** (**أوافق بشدة**) وقد بلغ عددهم (1) فردا بنسبة مئوية بلغت1,3%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "**موافق**" فبلغ عددهم (9) بنسبة مئوية قدرت بـــ 11,3%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 13,8%فتمثل المجموعة الثالثة فتمثل الافراد الذين تمحورت اجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " محايد " والذين بلغ عددهم (11)، أما المجموعة والرابعة فتمثل البديل **" لاأوافق"** والذين بلغ عددهم (40)، بنسبة مئوية بلغت 50%، في حين تمثل المجموعة الخامسة والذين تمحورت اجاباتهم على هذا السؤال بالبدل **"لا أوافق بشدة"** والذين بلغ عددهم (19) بنسبة مئوية قدرت بـــ 35 % وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـــ **28,875**وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة

الخامسة (**غير موافق بشدة**)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

كما نلاحظ من من خلال الجدول أعلاه رقم (30) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (80) فردا قد انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على **السؤال رقم (28)** والذي نص على **" غياب التخطيط لإعداد وإنتاج النشرات الإخبارية " بالبديل"** (**أوافق بشدة**) وقد بلغ عددهم (4) فردا بنسبة مئوية بلغت ,5% ، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "**موافق**" فبلغ عددهم (12) بنسبة مئوية قدرت بـــ **15%**، في حين نلاحظ أن ما نسبته 31,3% فتمثل المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " محايد " والذين بلغ عددهم (**25**)، أما المجموعة والرابعة فتمثل البديل **" لا أوافق"** والذين بلغ عددهم (24)، بنسبة مئوية بلغت 31,3%، في حين تمثل المجموعة الخامسة الذين تمحورت إجاباتهم على هذا السؤال بالبدل **"لا أوافق بشدة"** والذين بلغ عددهم (15) بنسبة مئوية قدرت بـــ 18,8% وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـــ **19,125^a**وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس لصالح **المجموعة الثالثة (محايد)**، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

نلاحظ من من خلال الجدول أعلاه رقم (30) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (80) فردا قد انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على **السؤال رقم (29)** والذي نص على **" ضعف الإمكانيات المالية تؤثر سلبا على عمق تطور الاستوديوهات" " بالبديل"** (**أوافق بشدة**) وقد بلغ عددهم (2) فردا بنسبة مئوية بلغت 2,5% ، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "**موافق**" فبلغ عددهم (5) بنسبة مئوية قدرت6,3% ، في حين نلاحظ أن ما نسبته 21,3% فتمثل المجموعة الثالثة فتمثل الافراد الذين تمحورت اجاباتهم على هذا السؤال بالبديل **" محايد "** والذين بلغ

عددهم 17، أما المجموعة الرابعة فتمثل البديل **" لاأوافق"** والذين بلغ عددهم 27، بنسبة مئوية بلغت 33,8%، في حين تمثل المجموعة الخامسة الذين تمحورت اجاباتهم على هذا السؤال بالبدل **"لا أوافق بشدة"** والذين بلغ عددهم 29، بنسبة مئوية قدرت بـــ 36,3%وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـــ **38,000^a**وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس لصالح **المجموعة الخامسة (لا أوافق بشدة)**، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

نلاحظ من من خلال الجدول أعلاه رقم (30) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (80) فردا قد انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على **السؤال رقم (30)** والذي نص على **" من معوقات تطوير العرض الإخباري السياسة الإخبارية " بالبديل"** (**أوافق بشدة**) وقد بلغ عددهم (2) فردا بنسبة مئوية بلغت 2,5%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "**أوافق**" فبلغ عددهم (5) بنسبة مئوية قدرت6,3% ، في حين نلاحظ أن ما نسبته 28,8% فتمثل المجموعة الثالثة فتمثل الافراد الذين تمحورت اجاباتهم على هذا السؤال بالبديل **" محايد "** والذين بلغ عددهم (23)، أما المجموعة الرابعة فتمثل البديل **" لا أوافق"** والذين بلغ عددهم 25، بنسبة مئوية بلغت 31,3%، في حين تمثل المجموعة الخامسة الذين تمحورت اجاباتهم على هذا السؤال بالبدل **"لا أوافق بشدة"** والذين بلغ عددهم 25، بنسبة مئوية قدرت بـــ 31,3%وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـــ **33,000^a**وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس لصالح **المجموعة الرابعة والخامسة (لا أوافق/ لا أوافق بشدة)**، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

نستنتج من خلال نتائج الجدول أن المعوقات المقترحة لم تكن عائقا لاستخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في العرض الإخباري وهذا حسب إجابات المبحوثين، حيث جاءت عبارة لا أوافق ولا أوافق بشدة بأكبر النسب عكس عبارة أوافق وأوافق بشدة وهذا حسب إجابات المبحوثين في رأيهم أنها ليست من المعوقات عدم تأهيل وتدريب الصحفيين، محدودية الفرص المتاحة للتدريب وغياب التخطيط والإعداد للنشرات مع ضعف الإمكانيات المالية والسياسة الإعلامية للمؤسسة.

لكن يبقى عدم تأهيل وتدريب الصحفيين من معوقات استخدام تكنولوجيا الاتصال ، كذلك نجد أن ضعف الإمكانيات المالية تؤثر سلبا على تطور المؤسسة الإعلامية واقتنائها لآخر التقنيات المستخدمة في العرض الإخباري.

5-نتائج الدراسة:

5-1-أنماط وعادات التعرض والمشاهدة للعرض الإخباري التلفزيوني:

لقد أكدت الدراسة الميدانية والنتائج المتحصل عليها من قبل المبحوثين على مشاهدة القنوات الإخبارية بنسبة 90% ، فيما احتلت قناة الشروق news الصدارة في المشاهدة ثم قناة النهار الإخبارية لتليها بعد ذلك باقي القنوات العربية والعالمية وهذا من خلال إجابة المبحوثين على السؤال المفتوح، فيما كان استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة من قبل هذه القنوات أحيانا بنسبة 60%، من خلال الدراسة الميدانية يتضح لنا أنه كان رأي المبحوثين في نشرات الأخبار من حيث الإعداد متوسط بنسبة 50%، أما من حيث التقديم فكان جيد بنسبة 52.5% أما من حيث الإخراج فكان متوسط بنسبة 50% ، أما بالنسبة لتقديم النشرات الرئيسية فكان متوسط بنسبة 50% وتقديم الأخبار بحاجة إلى صحفي متميز بنسبة 63.8%.

5-2 – أهم التكنولوجيات الاتصالية الحديثة المستخدمة في العرض الإخباري:

كان استخدام الشاشة الذكية الأكثر استخداما في القنوات بنسبة 46.3%، فيما جاءت نسبة 33.8% بدائما لاستخدام الشاشة الذكية ومواكبة القنوات لأخر التطورات كان أحيانا بنسبة 60%. وتقديم الأخبار بحاجة إلى صحفي متميز بنسبة 63.8%.

أما عن شكل التغيير الحاصل بعد إدخال تكنولوجيا الاتصال الحديثة فقد كانت نسبة 57.5% لتقديم الأخبار، ومن أولويات تقديم الأخبار فكانت لصالح جودة الصوت والصورة بنسبة 90%، ودائما ما توظيف التقنيات الحديثة يسهم في جودة تقديم الخبر بنسبة 72.5%.

5-3-تأثير استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تلقي العرض الإخباري:

يتضح لنا من خلال الدراسة الميدانية أن استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في الإخباري زاد في تفاعل المتلقي مع الخبر بنسبة 90% وكان هذا التفاعل عن طريق مواقع التواصل بنسبة 50%، أما فيما يتعلق بإعادة مشاهدة النشرات السابقة فكانت بنسبة 61.3% بلا، أما الذين أجابوا بنعم فكان ذلك عن طريق اليوتيوب بنسبة 31.3%.

من خلال الدراسة الميدانية يتضح لنا أن التكنولوجيا الحديثة استطاعت تحسين تقديم الخبر فكان غالبا بنسبة 60% وعن مزايا استخدام هذه التكنولوجيا في العرض الإخباري فكان دائما بنسبة 50% وفيما يخص هذه المزايا فكانت السرعة في تقديم الخبر بنسبة 36.3% والحلول المقترحة هي مواكبة القنوات لآخر التطورات التكنولوجية واستخدامها وإجراء دورات تدريبية للصحفيين والإعداد الجيد المسبق للعرض الإخباري كان هذا ضمن السؤال المفتوح.

من خلال الدراسة الميدانية تبين أنه لم تكن هناك معوقات تعيق استخدام هذه التكنولوجيات بنسبة 35% لا أوافق بشدة بالنسبة لعدم تأهيل وتدريب الصحفيين والعاملين، ونسبة 50 % لا أوافق بالنسبة لمحدودية الفرص المتاحة للتدريب، ونسبة 31.3% محايد بالنسبة لغياب التخطيط ولإعداد وإنتاج النشرات الإخبارية ونسبة 36.3% لا أوافق بشدة بالنسبة لضعف الإمكانيات المالية وما نسبته 31.3% لا أوافق بشدة بالنسبة للسياسة الإعلامية للمؤسسة الإعلامية.

6- الاستنتاجات العامة للدراسة:

- ✓ توصلت الدراسة إلى أن مشاهدة القنوات الإخبارية كان بنسبة كبيرة ما يؤكد أن التلفزيون لم يفقد مكانته في أوساط الشباب في ظل واقع جديد يتميز بتعدد التقنيات التي يستخدمها الشباب.
- ✓ أن استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في العرض الإخباري كان استخداما محدودا وكان لمواكبة القناة آخر التطورات التكنولوجية تأثير كبير لاستخدامها آخر هذه التكنولوجيات ومنها الشاشة الذكية التي احتلت المرتبة الأولى في القنوات الإخبارية لكنه أحدث تأثيرا على المتلقي.
- ✓ في ظل استخدام التكنولوجيا الاتصال الحديثة تحسن مستوى تقديم الأخبار بمساعدة هذه التكنولوجيات.
- ✓ كان لتكنولوجيا الاتصال الحديثة تأثير كبير حيث أحدثت تغييرات على مستوى تقديم الأخبار وكذا من تحسين لجودة الصوت والصورة اللذين يعدان من أولويات تقديم الأخبار.
- ✓ التقنيات الحديثة أسهمت بشكل كبير في تحسين جودة الخبر.

- ✓ زادت تكنولوجيا الاتصال الحديثة من تفاعل المتلقي مع الخبر.
- ✓ ساهمت التكنولوجيات الحديثة في السرعة في تقديم الخبر وتلقيه من طرف الجمهور.
- ✓ من المعوقات التي تواجهها في تطوير العرض الإخباري نجد عدم تأهيل وتدريب العاملين والسياسة الإعلامية وضعف الإمكانيات ولكنها ليست بالمعوقات الكبيرة.

خـاتمـة

إن الاندماج الحاصل بين ثورة المعلومات الحاسبات وثورة تكنولوجيا الاتصال أدى بالضرورة إلى تغير كبير في وسائل الإعلام السمعي البصري وعلى رأسها التلفزيون، إذ تعددت القنوات التلفزيونية وتنوعت مضامينها وأصبح العالم بين يدي المشاهد على حد تعبير Bill Gates.

حيث برزت في مجال الأخبار عشرات القنوات الإخبارية المتخصصة في جمع الأخبار ومعالجتها وبثها لحظة وقوعها، ومع اتساع الامتزاج بين ما هو مسموع وما هو مرئي ومطبوع ومرسوم أحدث هذا تأثيرا كبيرا على نشرات الأخبار التلفزيونية، وفتح المجال الواسع للبث الإخباري للقنوات التلفزيونية سواء كانت المحلية أو العالمية فظهرت المنافسة الشديدة بين هذه القنوات الإخبارية، من هنا بدأت القنوات الإخبارية كغيرها من القنوات المتخصصة الولوج إلى التكنولوجيا والتقنيات الحديثة، لمواجهة المنافسة الشديدة الناتجة عن القنوات العالمية وهذا لكسب رضا الجمهور، وفي محاولة منا للتعرف وبطريقة عملية على استخدام هذه التكنولوجيا الحديثة بوسائلها المختلفة في العرض الإخباري ومعرفة أثر استخدام هذه التكنولوجيا على الشاهد وما هي أهم التغييرات التي طرأت على العرض الإخباري وأهم المعوقات فقد تناولنا موضوع الدراسة من خلال الفصل النظري الذي كان بمثابة أرضية للوصول إلى صلب الموضوع، والاستعانة بأدوات الدراسة المتمثلة في الاستمارة للإجابة عن إشكالية الدراسة وإزالة الغموض لنقاط عدة والخروج في الأخير باستنتاجات الدراسة المذكورة سابقا.

وعليه نرى أن موضوع استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في العرض الإخباري يجب أن يهتم بعدة جوانب، وبناءا على ما تقدم من نتائج رأينا من الواجب تقديم بعض الاقتراحات والتوصيات التي قد تساعد في تحسين استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في العرض الإخباري التلفزيوني:

- ✓ إعطاء أولوية وأهمية لتكنولوجيا الاتصال الحديثة في العرض الإخباري واستخدامها من طرف القناة الإخبارية حتى تلبي حاجات المشاهد لأن إدخالها ضمن العرض الإخباري جاء نتيجة لظروف العمل الإعلامي والتنافس الشديدين بين القنوات الإخبارية العالمية.
- ✓ كما أشرنا في الفصل النظري من الدراسة إلى أن قوة التلفزيون نابعة من تركيبته الثلاثية المتفردة وهي الصورة والصوت والنص فأغلبية مواد النشرة تقدم مصورة عن طريق صور ثابتة وإيضاحية وفيديو فيجب الاستعانة بالتكنولوجيا الحديثة وهذا مسايرة للواقع الحالي.

- ✓ تنويع الخدمة الإخبارية وتنويع الاهتمام بالأخبار.
- ✓ استغلال أجهزة السمعي البصري أحسن استغلال وهذا باقتناء أجهزة حديثة التي لم تستغل كليا.
- ✓ العمل على تحسين الأداء بصفة مستمرة للصحفيين والمحررين والعاملين وذلك من جانب المهارة والتحكم في هذه التكنولوجيات.
- ✓ الاستثمار في مجال التكنولوجيات الحديثة ويجب أن يكون على دراسة جدية يشترك فيها تقنيون ومهندسون ومتخصصون في هذا المجال لتحسين الخدمة الإخبارية المقدمة للجمهور.

وعموما فإن العرض الإخباري بالقنوات الإخبارية قد تحسن وشهد تطورا ملحوظا في السنوات الأخيرة في جانب توظيف التكنولوجيات الحديثة، من حيث المضمون من خلال التدفق الهائل للمعلومات والأخبار، وكذلك من حيث الشكل بالنسبة لنقاء وجودة الصورة والصوت وتوظيف الرسومات والأشكال والخرائط التوضيحية.

ولكن يبقى من الضروري الاهتمام بهذا الجانب لكي يشبع الجمهور حاجته الإخبارية من خلال مشاهدته لنشرات الأخبار اليومية أمام الكم الهائل من القنوات الإخبارية.

قائمـــة

المراجـــع

قائمة المصادر والمراجع

1- المعاجم :

1. جمال الدين أبو الفضل محمد بن منظور، لسان العرب، ج8، (مادة لقا)، تح: عامر أحمد حيدر، ط1، دار الكتب العلمية، بيروت، 2005.
2. كرم شلبي، معجم المصطلحات الاعلامية، ط1، القاهرة، دار الشروق، 1989.

2- المراجع باللغة العربية :

1. إبراهيم أبو عرقوب، الاتصال الإنساني ودوره في التعامل الاجتماعي، دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 1993.
2. أبو منصور محمد بن أحمد الأزهري الهروي، تهذيب اللغة، مج07، (باب القاف واللام)، تح: أحمد عبد الرحمان مخيمر، ط1، دار الكتب العلمية، بيروت، 2004.
3. أحمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، د ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1993.
4. أحمد بن مرسلي، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، د ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.
5. أحمد عبادة سرحان، الاحصاء الاجتماعي، د ط، الدار القومية للطباعة والنشر، القاهرة، 1993.
6. أديب خضور، أدبيات الصحافة، دمشق، مطبعة ذاودي، 1986..
7. أرمان وميشال ماتلار، تاريخ نظريات الاتصال، ترجمة نصر الدين لعياضي والصادق رابح، المنظمة العربية للترجمة، بيروت، لبنان، ط3، 2005، .
8. اسماعيل ابراهيم، فن التحرير الصحفي بين النظرية والتطبيق، دار النشر والتوزيع، القاهرة، 1998.
9. بركات عبد العزيز، اتجاهات حديثة في انتاج البرامج الاذاعية، القاهرة، دار الكتاب الحديث، 2000.
10. خدادة سالم، النص وتجليات التلقي، حوليات الآداب والعلوم الاجتماعية، الكويت، 2000.
11. روبرت هولب، نظرية التلقي: مقدمة نقدية، ترجمة عز الدين إسماعيل، المكتبة الأكاديمية، القاهرة، ط 1، 2000.
12. سعيد محمد السيد، انتاج الأخبار في الراديو والتلفزيون، عالم الكتب، مصر، 1988.

13. طارق سيد أحمد الخليفي، فن الكتابة الاذاعية والتلفزيونية، مصر، دار المعرفة الجامعية، 2005.
14. عبد الباسط محمد حسن، أصول البحث الاجتماعي، د ط، مكتبة وهبة، القاهرة، د ت.
15. عبد المالك ردمان الدناني، تطوير تكنولوجيا الاتصال وعولمة المعلومات، المكتب الجامعي الحديث، 2005.
16. عبد المجيد لطفي، علم الاجتماع ، ط7، دار المعارف، القاهرة، 1976.
17. فاروق سيد حسين، تكنولوجيا شبكات الحاسبات الآلية، القاهرة، هلا للنشر والتوزيع، 2000. .
18. كرم شلبي، معجم المصطلحات الاعلامية، ط1، القاهرة، دار الشروق، 1989.
19. محمد تيمور ومحمود علم الدين، الحاسبات الالكترونية وتكنولوجيا الاتصال، دار الفكر العريب، عمان، 1986.
20. محمد تيمور ومحمود علم الدين، المعلومات وتكنولوجيا الاتصال، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2002.
21. محمد زيان عمر، البحث العلمي مناهجه وتقنياته، د ط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1987.
22. محمد زيان عمر، البحث العلمي مناهجه وتقنياته، د،ط، دار الشروق للنشر والتوزيع، السعودية، 1983.
23. محمد شطاح، قضايا الاعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والايديولوجيا، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة، الجزائر، 2006.
24. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية، ط2، عالم الكتب، مصر، 2004.
25. محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الاعلام، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 1993.
26. محمد فتحي ، المعلومات وتكنولوجيا المعلومات على أعتاب قرن جديد، القاهرة، مكتبة الدار العربية للكتاب، 2005.
27. محمد منير حجاب، أساسيات البحوث الاعلامية والاجتماعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002.
28. محمود شفيق، البحث العلمي الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية، د ط، المكتب الجامعي الحديث، مصر، 1985.

29. محمود علم الدين، تكنولوجيا المعلومات وصناعة الاتصال الجماهيري، القاهرة، دار العربي، 1990. .
30. مصطفى سويف، دراسات نفسية في الابداع والتلقي، الدار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة، مصر، 1999.
31. موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبات عملية، ط2، الجزائر، دار القصبة للنشر، 2006.
32. ناصر ثابت، أضواء على الدراسة، مكتبة الفلاح، الكويت، 1984، ص 68.
33. الهجرسي، سعد محمد، الاتصالات والمعلومات والتطبيقات التكنولوجية، الاسكندرية، دار الثقافة العلمية، 2001.

3-الرسائل الجامعية :

1. آسيا ابراهيم محمد، دور تكنولوجيا الاتصال في تطوير انتاج البرامج الاخبارية للراديو –دراسة تطبيقية على الاذاعة السودانية- بحث مقدم لنيل درجة الدكتوراة في الإذاعة والتلفزيون، السودان، قسم الراديو (الاذاعة والتلفزيون)، كلية علوم الااتصال، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا 2014.
2. برنيس نعيمة، الوظيفة الاعلامية لشبكة الأنترنت في عصر ثورة المعلومات –دراسة نظرية ميدانية في قسم الأخبار بالقناة الأرضية للتلفزيون الجزائري-، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر 2010.
3. جلال لبنى سكيك، استخدام التكنولوجيا الرقمية في النشرة، -نشرة الأخبار الرئيسية في التلفزيون الجزائري نموذجا-، رسالة ماجستير غير منشورة، الجزائر، كلية العلوم السياسية، جامعة الجزائر 2008.
4. حنان شعبان، أثر الفواصل الاشهارية التلفزيونية على عملية التلقي، مذكرة ماجستير في علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر، 2009، ص81.
5. السعيد بومعيزة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكات لدى الشباب، أطروحة دكتوراه ليست منشورة، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر، 2006، ص29.

6. هارون منصر، استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في الانتاج الإذاعي –دراسة على القائم بالاتصال بإذاعة تبسة– رسالة ماجستير، الجزائر، جامعة باتنة 2012.

4– المحاضرات والملتقيات :

1. مخلوف بوكروح، محاضرات في مقياس نظريات التلقي للسنة أولى ماجستير علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006.

5– المراجع باللغة الأجنبية :

[1] *-Gerald lanson and mitchell stephens, writing and repopting the news,(harcourt college, publishing, december 1993.*

.

6– المواقع الوابوغرافية :

1. http://www.brainstorm.es/pages.
2. http://www.ndex.php..
3. http://www.ndex.PHP03/0.
4. www.skype.com.

الملاحـــق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

ماستر : اتصال وعلاقات عامة

استمارة استبيان حول :

تأثير استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تلقي العرض الإخباري التلفزيوني

دراسة ميدانية لعينة من طلبة الماستر قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة المسيلة

إعداد الطالبة :

شبوب أسماء

إشراف الأستاذ :

تقي الدين يحي

ملاحظة :

- بيانات الاستمارة سرية والغرض منها علمي بحت.
- ضع علامة (X) في خانة الاجابة

السنة الجامعية : 2017/2016

البيانات الشخصية :

الجنس : ذكر ☐ أنثى ☐

السن : 21-26 ☐ 27-32 ☐ أكثر من 32 سنة ☐

المستوى الجامعي : سنة أولى ماستر ☐ سنة ثانية ماستر ☐

التخصص :

- إتصالات وعلاقات عامة ☐
- صحافة مكتوبة ☐
- سمعي بصري ☐

المحور الأول : أنماط وعادات التعرض والمشاهدة للعرض الإخباري التلفزيوني:

1- **هل تشاهد القنوات الإخبارية :** نعم ☐ لا ☐

- **إذا كانت اجابتك بنعم ما هي هذه القناة :** .....

2- ما هي ساعات المشاهدة للقنوات الإخبارية في اليوم :

1 سا ☐ 2 سا ☐ 3 سا ☐ 4 سا فأكثر ☐

3- ما هي النشرة التي تتابعها ؟

الموجز ☐ النشرة الرئيسية ☐

4- هل تستخدم هذه القناة التكنولوجيا الحديثة في العرض الاخباري ؟

دائما ☐ احيانا ☐ ابدا ☐

5- ما رأيك في مستوى تقديم النشرات الإخبارية الرئيسية ؟

جيد ☐ متوسط ☐ ضعيف ☐

6- ما رأيك في النشرات الإخبارية من حيث :

- الإعداد : جيد ☐ متوسط ☐ ضعيف ☐
- التقديم : جيد ☐ متوسط ☐ ضعيف ☐
- الإخراج : جيد ☐ متوسط ☐ ضعيف ☐

المحور الثاني : أهم التكنولوجيات الاتصالية الحديثة المستخدمة في العرض الإخباري

7- هل تواكب هذه القناة آخر التطورات التكنولوجية الحديثة ؟

دائما ☐ أحيانا ☐ أبدا ☐

8- ما هي أشكال التكنولوجيا الأكثر استخداما في العرض الاخباري ؟

الشاشة الذكية ☐ الاتصال Skype ☐

غوغل ايرث ☐ الاستوديو الافتراضي ☐

هل تستخدم Skape : دائما ☐ غالبا ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐ أبدا ☐

هل تستخدم google earth : دائما ☐ غالبا ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐ أبدا ☐

هل تستخدم الاستوديو الافتراضي : دائما ☐ غالبا ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐ أبدا ☐

هل تستخدم الشاشة الذكية : دائما ☐ غالبا ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐ أبدا ☐

9- تقديم الأخبار بحاجة إلى :

- صحفي متميز ☐
- التركيب اللغوي للخبر ☐
- التقنية المستخدمة ☐
- أخرى ☐

10- ما هو شكل التغيير الحاصل بعد إدخال التكنولوجيات الحديثة :

تقديم الأخبار ☐ تحرير الأخبار ☐

11- هل تعتبر جودة الصورة والصوت من أولويات تقديم الأخبار ؟

نعم ☐ لا ☐

12- هل توظيف التقنيات الحديثة يسهم جودة تقديم الخبر ؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

المحور الثالث : تأثير استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تلقي العرض الإخباري

13- هل ترى أن استخدام تكنولوجيا الحديثة زاد في تفاعل المتلقي مع الخبر ؟

نعم ☐ لا ☐

14- إذا كانت إجابتك بنعم هل سبق وتفاعلت مع الأخبار عن طريق :

- مواقع التواصل ☐
- النقاش مع الزملاء ☐
- أخرى ☐

15- هل سبق وأن أعدت مشاهدة نشرات سابقة ؟

نعم ☐ لا ☐

إذا كانت إجابتك بنعم كان هذا عن طريق :

- زيارة موقع القناة ☐
- مشاهدتها you tube ☐
- أخرى ☐

16- هل التكنولوجيا الحديثة استطاعت تحسين تقديم الخبر ؟

- دائما ☐ غالبا ☐ أبدا ☐

17- هل ترى أن هناك مزايا لاستخدام التكنولوجيا في العرض الإخباري ؟

دائما ☐ أحيانا ☐ أبدا ☐

إذا كنت ترى أن هناك مزايا فيما تتمثل :

- تحسين جودة الخبر ☐
- السرعة في تقديم الخبر ☐
- تسهيل عمل الصحفي ☐
- سهولة التلقي ☐

18- ما هي الحلول المقترحة في رأيك لتطوير العمل الإخباري من حيث :

1- الإعداد : .....

2- التقديم : .....

3- التطورات التكنولوجية الحديثة في مجال الإنتاج الإخباري: .....

.....

المعوقات

العبارة	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
عدم تأهيل وتدريب العاملين					
محدودية الفرص المتاحة للتدريب التي تواجه العرض الاخباري					
غياب التخطيط لإعداد وإنتاج النشرات الاخبارية					
ضعف الامكانيات المالية تؤثر سلبا على عمق تطور الاستوديوهات					
من معوقات تطوير العرض الاخباري السياسة الاخبارية					

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف إلى تأثير استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديثة في تلقي العرض الإخباري التلفزيوني لدى طلبة الماستر، ولتحقيق الهدف من الدراسة تم الاعتماد على أداة الاستبيان من خلال توزيعها على (80) مفردة متمثلة في مجموعة من طلبة الماستر بجامعة محمد بوضياف، وفي هذا الصدد تم استخراج التكرارات والنسب المئوية، التكرار المتوقع والفرق بين التكرار المتوقع والتكرار المشاهد، كذلك قياس درجة الحرية ومعامل الارتباط كاي تربيع ومستوى الدلالة وهذا بالاعتماد على برنامج spss ومن النتائج التي توصلت إليها الدراسة: استخدام تكنولوجيا الاتصال أثر في تلقي العرض الإخباري ، ومواكبة القنوات الإخبارية لآخر هذه التطورات، وتحسن مستوى تقديم النشرات الإخبارية بمساعدة هذه التكنولوجيات كما كان لها أثر كبير في زيادة التفاعل مع المتلقي والتغييرات التي طرأت على العرض الإخباري من حيث التقديم بالدرجة الأولى ثم الإعداد والإخراج.

Abstract

This study aims to know about using the modern technology for Receiving tv news show for master students . To reach this goal , we depend to use the questionnaire which is pointed to 80 master students from msila university. In this depand we extracted the duplicates , the expected persantages In addition , the expected duplicates , the expected percentages K^2 Relative correlation coefficient Coeffcient of correlation Level of segnificance by depending on spss programme. From the results we get : using the communication technology affects on receiving tv news show , keeping up news channels and improving the level of news show . Moreover, it affects on the increase of interaction with the receiver and the changes in terms of presentation first , then prepation and Production