

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عمار ثليجي بالأغواط
كلية العلوم الانسانية والحضارة
قسم علوم اعلام واتصال



العنوان :

اتجاهات الطلبة الإعلام نحو التضييل الاعلامي لجرب طوفان الأقصى
(دراسة تحليلية لقناة الجزائرية نيوز 24)
أنموذجا

مذكرة لنيل شهادة ماستر اعلام واتصال

التخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف :

د / عبد القادر بن جدو

من إعداد الطالب:

• عيساوي محمد الأمين

الموسم الجامعي 2024/2023

شكر وعرفان

قال الله تعالى " فاذكروني أذكركم و أشكروني و لا تكفرون " و عملا بقوله صلى الله عليه و سلم: " من لم يشكر الناس لم يشكر الله "

الحمد لله العظيم الكريم أحمده و اشكره و استرضيه على فضله وجزيل بذله، الذي وفقني لإنجاز هذا العمل.

أتقدم أولا بالشكر الجزيل إلى من مد يد المساعدة و ساهم معنا في تذليل ما واجهنا من صعوبات الأستاذ المشرف " عبد القادر بن جدو" على مساعدته لنا دون أن يبخل علينا بتوجيهاته و نصائحه القيمة، وله منا خالص التقدير و الاحترام كما نتقدم بالشكر إلى كل أساتذة قسم اعلام واتصال نشكر كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد و لم نذكره .

إهداء

" و قضى ربك ألا تعبدوا إلا إياه و بالوالدين احسان "

أهدي هذا العمل المتواضع إلى من هي الأولى بصحبتى "أمى الغالية"

-إلى من ربانى صغيرا و أشفق عليا كثيرا ، سندی العزیز "أبى الغالى"

-إلى اخوتى و أخواتى الذين كانوا سنداً و داعمين و عوناً لى

فى حياتى كلها و مسيرتى

و تحصيلى العلمى خاصة كل واحد باسمه

إلى كل من ساعدنى من قريب أو من بعيد و لو بكلمة

فنسأل الله أن ييسر لنا عملنا هذا و يوفقنا فيه.



ملخص الدراسة:

نهدف من خلال دراستنا إلى الكشف عن مدى تشكيل اتجاهات الجمهور نحو التضليل الاعلامي لحرب طوفان الأقصى.

خلقت جدلاً كبيراً بسبب كثرة المعلومات الزائفة والمضللة التي انتشرت حول المعركة فضلاً عن الدعاية الإسرائيلية التي روجت الكثير من الدعايات والتي تناقلتها وسائل الإعلام وخاصة الغربية منها دون تحقّق وساهمت في نشرها لباقي قراء هذه الشبكات ومتابعيها.

Résumé de l'étude :

À travers notre étude, nous visons à révéler dans quelle mesure les attitudes du public à l'égard de la désinformation façonnent la guerre des inondations d'Al-Aqsa.

Il a créé une grande controverse en raison du grand nombre d'informations fausses et trompeuses qui se sont répandues sur la bataille, ainsi que de la propagande israélienne qui a promu beaucoup de propagande rapportée par les médias, en particulier occidentaux, sans vérification et a contribué à la diffuser au reste des lecteurs et des adeptes de ces réseaux.

الصفحة	فهرس العام للمحتويات
	الإهداء
	خطة البحث
أ.ب	مقدمة
الجانب المنهجي	
03	I. أسباب اختيار الموضوع
04	II. أهداف الدراسة
07	III. أهمية الدراسة
12	IV. الإشكالية
13	V. تساؤلات الدراسة
14	VI. الدراسات السابقة
15	VI. تحديد المفاهيم
الفصل الأول: لمحة عامة حول التلفزيون	
	تمهيد
المبحث الأول: ماهية التلفزيون	
21	المطلب الأول: تعريف التلفزيون
22	المطلب الثاني: تطور صناعة التلفزيون
23	المطلب الثالث: أهمية القنوات الفضائية
24	المبحث الثاني: تحولات التلفزيون
25	المطلب الأول: ظهور تلفزيون الكابل
26	المطلب الثاني: التلفزيون الرقمي أو التلفزيون التفاعلي
31	المطلب الثالث: البث التلفزيوني المباشر عبر الأقمار الصناعية

32	المطلب الرابع: الخصائص التأثيرية للتلفزيون وتقنياتها
33	الفصل الثاني: لمحة عامة حول جمهور وسائل الاعلام الاخبارية
34	المبحث الأول: دراسة جمهور وسائل الاعلام وتطورها
35	المطلب الأول: ماهية جمهور وسائل الاعلام
36	المطلب الثاني: سيمات ومميزات جمهور وسائل الاعلام
41	المطلب الثالث: علاقة الجمهور بالوسيلة والرسالة
42	المبحث الثاني: القنوات الاخبارية
43	المطلب الأول: القنوات الاخبارية وعلاقتها بالجمهور
44	المطلب الثاني: القنوات فضائية العربية
45	المطلب الثالث: معدل مشاهدة القنوات الاخبارية التلفزيونية

قائمة الجداول

الصفحة	العنوان	رقم الجدول
51	توزيع افراد عينة الدراسة وفق لمتغير الجنس	1
52	توزيع افراد عينة الدراسة وفقا لمتغير	2
53	توزيع افراد العينة حسب	3
54	توزيع افراد العينة حسب	4
55	توزيع افراد العينة حسب	5

56	توزيع افراد العينة حول	6
61	توزيع افراد العينة حسب	7
62	توزيع افراد العينة حسب	8
63	توزيع افراد العينة حسب	9
64	توزيع افراد العينة حسب	12
65	توزيع افراد العينة حسب	11
66	توزيع افراد العينة حسب	12

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

مقدمة:

تعتبر القنوات التلفزيونية مصدرا مهما من مصادر التوجيه والتثقيف في أي مجتمع وهي ذات تأثير كبير في جماهير المتلقين المختلفين باختلاف مستوياتهم العمرية والثقافية من خلال ما تبثه من برامج اجتماعية واقتصادية وثقافية وسياسية وترفيهية... الخ

وتحتل هذه القنوات شكل إعلامي لا يستهان به في تشكيل إدراك التصورات الرأي العام بشأن نظام الحكم السلطة ولها الفضل في إبراز وجهات النظر حول مختلف الأحداث الجارية محليا وقاريا.

وفي ظل ما يشهده العالم من توترات سياسية على الساحة العالمية بين الدول جعل من الوعي السياسي مسألة حتمية وأصبح ضرورة لخلق جيل قادر على التعلم والبناء والتقدم واخذ الحيطة والحذر من تلك المخططات الرامية إلى تفكيك الدول خاصة في المنطقة العربية التي تمثل مسرح الأحداث وفي ضوء ذلك تقوم هذه القنوات بدور حيوي في خلق وجهات نظر عن طريق البرامج المقدمة في مختلف المجالات خاصة السياسية منها والتي ينتقي جمهورها نحو بث التضليل الاعلامي لحرب الطوفان

1) الإشكالية:

ان القنوات الفضائية حقيقة واقعة ومؤثرة في حياة المشاهدين وبالتالي لم يعد في الامكان تجاهلها لما لها من العديد من الانعكاسات على مشاهديها وذلك من خلال ما تقدمه من كم هائل من معلومات وبرامج متنوعة شكلا ومضمونا.

وتعتبر هذه القنوات مصدرا مهما من مصادر التوجيه والتثقيف في أي مجتمع وهي ذات تأثير كبير في جماهير المتلقين المختلفين باختلاف مستوياتهم العمرية والثقافية من خلال ما تبثه من برامج اجتماعية واقتصادية وثقافية وسياسية وترفيهية... الخ

وتحتل هذه القنوات شكل إعلامي لا يستهان به في تشكيل إدراك التصورات الرأي العام بشأن نظام الحكم السلطة ولها الفضل في إبراز وجهات النظر حول مختلف الأحداث الجارية محليا وقاريا.

وفي ظل ما يشهده العالم من توترات سياسية على الساحة العالمية بين الدول جعل من الوعي السياسي مسألة حتمية وأصبح ضرورة لخلق جيل قادر على التعلم والبناء والتقدم واخذ الحيطة والحذر من تلك المخططات الرامية إلى تفكيك الدول خاصة في المنطقة العربية التي تمثل مسرح الأحداث وفي ضوء ذلك تقوم هذه القنوات بدور حيوي في خلق وجهات نظر عن طريق البرامج المقدمة في مختلف المجالات خاصة السياسية منها والتي ينتقي جمهورها نحو بث التضليل الاعلامي لحرب الطوفان وعليه فانه قد تم صياغة الإشكال التالي:

● ماهي اتجاهات قناة الجزائرية نيوز 24 نحو التضليل الاعلامي لحرب طوفان

الأقصى؟

(2) تساؤلات الدراسة:

- 1) هل تساهم قناة الجزائرية نيوز 24 في التأثير على طلبة السنة الثالثة ماستر اعلام واتصال نحو قضية حرب طوفان الأقصى ؟
- 2) هل للمضمون الاعلامي التي تبث عبر قناة الجزائرية نيوز 24 دور في تشكيل صورة ذهنية نحو قضية حرب طوفان الأقصى لطلبة السنة الثالثة ماستر اعلام واتصال ؟
- 3) ما هو الجمهور المستهدف من طرف قناة الجزائرية نيوز 24 من خلال برنامج لحرب طوفان الأقصى ؟
- 4) ما هي القيم التي تضمنتها قناة الجزائرية نيوز 24 من خلال برنامج لحرب طوفان الأقصى ؟

3 فرضيات الدراسة:

- 1 تساهم قناة الجزائرية نيوز 24 في التأثير على طلبة السنة الثالثة ماستر اعلام واتصال نحو قضية حرب طوفان الأقصى بدرجة كبيرة ؟
- 2 للمضمون الاعلامي التي تبث عبر قناة الجزائرية نيوز 24 دور كبير في تشكيل صورة ذهنية نحو قضية حرب طوفان الأقصى لطلبة السنة الثالثة ماستر اعلام واتصال ؟
- 3 الجمهور المستهدف من طرف قناة الجزائرية نيوز 24 من خلال برنامج لحرب طوفان الأقصى ؟
- 4 القيم التي تضمنتها قناة الجزائرية نيوز 24 من خلال برنامج لحرب طوفان الأقصى ؟

أسباب اختيار الموضوع:

الأسباب الذاتية:

- الرغبة في التعرف التضليل الاعلامي لحرب طوفان الأقصى لقناة الجزائرية نيوز 24.
- الشغف العلمي والإهتمام الشخصي بالموضوع نحو التضليل الاعلامي لحرب طوفان الأقصى لقناة الجزائرية نيوز 24.
- الميل الشخصي اتجاه المواضيع المتعلقة بحرب طوفان الأقصى.

الأسباب الموضوعية:

- ارتباط الدراسة بتخصص الاعلام والاتصال.
- تزويد مكتبتنا بدراسة تكون بمثابة أرضية خصبة لدراسات جديدة.
- جودة الموضوع واعتباره محط جدال، خاصة فيما يتعلق بتشكيل صورة ذهنية حول حرب طوفان الأقصى.

2 أهداف الدراسة:

تهدف دراستنا الى معرفة مداخل النظرية لفهم ما مدى اتجاهات الايديولوجية نحو التضليل الاعلامي لحرب طوفان الأقصى لقناة الجزائرية نيوز 24.

- تقديم دراسة علمية في بحوث الاعلام لجامعتنا.
- اشباع الفضول العلمي لمعرفة المضامين الخاصة المتعلقة بحرب طوفان الأقصى لقناة الجزائرية نيوز 24.
- تعرف على دوافع وأسباب استخدام تكنولوجيا في عرض المضامين السياسي وذلك من حيث الوسيلة والرسالة.

3 أهمية الدراسة:

ترجع أهمية دراسة اتجاهات الجمهور لحرب طوفان الأقصى لقناة الجزائرية نيوز 24.

الى عدة عوامل من بينها:

- أن موضوعات اتجاهات الجمهور لحرب طوفان الأقصى لا بد له من تحديد واضح ومفهوم استخدام تكنولوجيا الاتصال الحديث لهذا فقد سعت الى تحديد أبعاد كل وسيلة ومضمون كل رسالة.
- محاولة توضيح الإطار النظري لمفهوم اتجاهات الجمهور لحرب طوفان الأقصى.
- معرفة درجة التأثير خصائص المضامين الاعلامية.

7 الدراسات السابقة:

ان الدراسات السابقة تعد سجلا حافلا بالمعلومات التي يمكن من خلالها رصد وتحديد موقعها في التراث النظري من حيث الاهتمام بها كما تمثل الدراسة نقطة انطلاق للعديد من الدراسات والأبحاث التي تليها لذلك قمنا بجمع بعض الدراسات السابقة التي تناولت متغيرات الدراسة سواء المتغيرين معا أو كل متغير لوحده مع متغيرات أخرى ومن هذه الدراسات نجد ما يلي:

الدراسة الأولى:

هي رسالة ماجستير لمحمد حسين علون بعنوان " آراء الجمهور العراقي في القنوات الفضائية العراقية المحلية " بغداد سنة (2006) حيث انطلقت الدراسة من إشكالية مفادها معرفة آراء عينة من الجمهور العراقي حول القنوات الفضائية العراقية وعملها الإعلامي وأدائها ودورها في المجتمع. وقد استعمل الباحث المنهج المسحي كما اعتمد على أداة الاستبيان لجمع المعلومات وأسفرت الدراسة على النتائج التالية:

- أن الجمهور العراقي يثق في حيادية القنوات الفضائية العراقية
- إن الجمهور العراقي اظهر رضاه العالي عن مستوى تناول القنوات الفضائية العراقية للمشاكل والمهموم التي تم المواطنين.
- أن الجمهور العراقي يستفيد كثيرا من القنوات الفضائية العراقية في زيادة معارفه ومعلوماته ثقافته وتواصله مع وسطه الاجتماعي ومساعدته على اتخاذ القرارات المناسبة له.

الدراسة الثانية:

- دراسة الدكتور وديع عبد لعزيري ,كلية الإعلام جامعة صنعاء (دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي للشباب اليمني, دراسة ميدانية على طلبة الجامعات)(جامعة صنعاء- جامعة عدن- جامعة تعز- جامعة الحديدة-جامعة ذمار-جامعة إب- جامعة حضرموت) وهدفت الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي لشباب الجامعة واستخدمت دراسة المنهج المسحي بهدف جمع المعلومات والحقائق واعتمدت على أداة الاستبيان ومن بين أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:
- أن دور وسائل الإعلام في تشكيل الوعي السياسي لشباب الجامعي كان ضعيفا.
 - جاء التلفزيون في التلفزيون في مقدمة الوسائل الإعلامية التي يعتمد عليها الشباب الجامعي في متابعة المواد السياسية ويليه الصحف ثم الإذاعة.
 - أن هناك اهتمام كبير من الشباب الجامعي بمتابعة القضايا السياسية بنسبة 88 بالمائة, في حين أن 12 بالمائة فقط لا يهتمون ويرجعون السبب إلى عدم متابعة القضايا السياسية.

الدراسة الثالثة:

دراسة ماجستير دراسات الشرق الأوسط لشيرين حربي جميل الضاني جامعة الأزهر غزة (دور التنظيمات السياسية في تنمية الوعي السياسي لدى طلبة الجامعات في قطاع غزة) حيث هدفت هذه الدراسة إلى إلقاء الضوء على ظروف تشكيل التنظيمات السياسية الفلسطينية خاصة بعد عام 1948 واستخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي من خلال وصف وتحليل نشوء التنظيمات السياسية وقد حدد الباحث عينة دراسته من 600 طالب وطالبة بكالوريوس كما توصلت الدراسة إلى نتائج وهي:

-اهتمام الطلبة بمتابعة المتغيرات السياسية على الصعيد الإقليمي والدولي من الطلبة المنتمين لكل التنظيمات مما يؤثر في تطور وعيهم السياسي في الوقت الراهن والمستقبل.

-يرى غالبية الأفراد أن أكثر القضايا التي تناوّلها وسائل الإعلام والتنظيمات السياسية المنتمون لها هي القضايا السياسية ورغم ذلك فإن غالبية النتائج تدل على ضعف عام في الوعي السياسي لدى الطلبة المنتمون لتلك التنظيمات مما يؤثر سلباً على وعي الأفراد الحالي والمستقبل.

-وجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

من خلال الدراسات السابقة استفدنا من الناحية المنهجية من خلال تحديد المنهج المستخدم وتحديد العينة والتطرق للعينة واستخدامها كما تسمح بتحديد أدوات الدراسة.

(7) تحديد المفاهيم اجرائياً:

-مفهوم القناة :

-لغة: هي الرمح الأجوف, وهي بمعنى مجرى الماء و يقال فلان صلب القناة أي القامة.

-اصطلاحا: لكل محطة إذاعية أو تلفزيونية قناة معينة تبث عليها إرسالها وهي بمثابة الطريق تسلكه الإشارة الإذاعية أو التلفزيونية من محط الإرسال إلى أجهزة الاستقبال.

القنوات الفضائية الإخبارية الجزائرية الخاصة إجرائيا :

هي القنوات المتخصصة في تقديم الخدمة الإخبارية بأشكالها ومضامينها المختلفة على مستوى النشرات والبرامج الإخبارية والبرامج التي تناقش قضايا الساعة في كافة المجالات والتي تسعى إلى تشكيل اتجاه تضليلي لجرب طوفان الأقصى لدى المتلقين, وتنمية معلوماتهم ودفعهم إلى المشاركة في العملية السياسية.

- لغة: هو التبليغ والإبلاغ أي الاتصال، يقال: بلغت القوم بلاغا أي اوصلتهم الشيء المطلوب، والبلاغ ما بلغك أي وصلك.¹

- اصطلاحا: هو التعريف بقضايا العصر وبمشاكله، وكيفية معالجة هذه القضايا في ضوء النظريات والمبادئ التي اعتمدت لدى كل نظام او دولة من خلال وسائل الاعلام المتاحة داخليا وخارجيا، وبالأساليب المشروعة أيضا لدى كل نظام وكل دولة.²

❖ - التعريف الإجرائي: هي عملية نقل أخبار المضلة لطوفان الأقصى لتستهدف جماهير معينة من خلال اعلامها بحقائق أو أحداث أو قضايا تنقل بموضوعية وحرية في احدى وسائل الاعلام التي اعتمدت لدى دولة.

❖ - التلفزيون:

❖ لغة: يتكون من مقطعين Télélé ومعناه عن بعد و Vision ومعناه الرؤية، وبهذا

يكون معنى هذه الكلمة هو: الرؤية عن بعد.

¹علي عبد الفتاح, إدارة الاعلام, دار الزاوي العلمية للنشر و التوزيع, ط1, عمان, 2014, ص144

²علي عبد الفتاح, نفس المرجع, ص 145

- ❖ **اصطلاحاً:** أما من الناحية العلمية يمكن تعريف نظام التلفزيون بأنه " طريقة إرسال واستقبال الصوت والصورة، من مكان الى آخر بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية، ثم بواسطة الأقمار الصناعية ومحطاتها الأرضية في حالة البث طويل المسافة " ¹
- ❖ **التعريف الإجرائي:** التلفزيون وسيلة اتصال سمعية بصرية لطالما كانت تسحر مختلف الفئات الاجتماعية، كما تعرف بقدرتها على التأثير في المتلقين والمتابعين لقناة الجزائرية نيوز 24 في تضليلها الاعلامي لطلبة اعلام واتصال.
- ❖ **الجمهور:**

لغة: إن كلمة جمهور تعني في معناها العادي تجمعاً لمجموعة لا على التعيين من قبل الافراد، أيا تكن هويتهم القومية أو مهنتهم أو جنسهم.

اصطلاحاً: تكتل ما من البشر شرط أن يمتلك خصائص جديدة مختلفة جداً عن خصائص كل فرد يشكله. فعندئذ تنطمس الشخصية الواعية للفرد وتصبح عواطف وأفكار والوحدات المصغرة المشكلة للجمهور موجهة في نفس الاتجاه. ²

- **التعريف الإجرائي:** وهو عدد من الأفراد تجمعهم رابطة محددة متمثلة في استقبال برامج عبر وسائل محددة (تلفزيون) أي مستقبلين لبرنامج معين في توقيت محدد لتضليل الطلبة لحرب طوفان الأقصى.

¹ فوضيل دليو، مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1998، ص 143

² غوستاف لوبون، سيكولوجية الجماهير، ت: تبوزيد صحراوي و اخرون ، بيروت ، لبنان ، دار الساقى ، ط1، 1991، ص53

الإطار النظري للدراسة

تمهيد للفصل:

لقد استقطبت مسألة التلفزيون اهتمام الجميع من سياسيين ومفكرين وباحثين وعلى رأسهم المختصون في مجال علوم الاعلام والاتصال كما أثارت هذه القضية ، ولا زالت تثير الى حد الآن جدلا واسعا حول تأثيراتها على أفراد المجتمع كوسائل اتصالية فعالة.

المبحث الأول: لمحة عامة عن التلفزيون

المطلب الأول: تعريف عام للتلفزيون

يمكن أن نطلق على طريقة عمل التلفزيون بأنها الطريقة القائمة على فكرة إرسال واستقبال صور مرئية تتميز بالقدرة على الحركة وارسال الأصوات، وذلك من خلال موجات كهرومغناطيسية، وفقاً لرؤى حسين أبو شنين وهذا يعني أن للتلفزيون الكثير من الإمكانيات الهائلة وهي إمكانية الجمع بين الضوء والصوت والحركة، وهو بذلك يعطي صورة كاملة للأحداث أي أنه أعطى فرصة انتقال الحدث إلى المشاهد وليس العكس.

ويعرف التلفزيون بأنه مجموعة متكونة من عدة أجزاء هي مواد وبرامج وصور إضافة إلى بعض المعينات سواء كانت تعليمية أو غيرها، والتي يتم بثها من خلال المحطات التلفزيونية النوعية، وذلك بواسطة دوائر مغلقة داخل المدارس أو الجامعات أو المؤسسات التعليمية بشكل عام.¹

¹ رفعت عارف الضبع، التلفزيون النوعي، دار الفجر للنشر و التوزيع، ط1، القاهرة، 2011، ص11

المطلب الثاني: تطور التلفزيون

لقد ورث التلفزيون الكثير من تقاليد الراديو، وقد لعبت العديد من العوامل دوراً هاماً لتجعل من التطور التكنولوجي للتلفزيون وانتشاره في المجتمع الأمريكي عملية أكثر سرعة وأقل فوضوية مما حدث مع سلفه الراديو، والواقع أن تكنولوجيا التلفزيون كانت معقدة بالفعل قبل التوسع في صناعة الأجهزة وطرحها على نطاق واسع للبيع في السوق، وفي هذا المجال لا توجد فترة يمكن مقارنتها بما حدث في عصر التلفزيون من حيث سعة الانتشار، ولم تكن الوسيلة الإعلامية الجديدة مضطرة إلى التوصل لهيكل للسيطرة والإشراف مع الحكومة، وكانت الأسس المالية للتلفزيون واضحة منذ البداية، كما كان الجمهور معتاداً تماماً على الإعلانات التجارية، وكان التلفزيون يبشر بالمزيد من التأثير والفعالية كوسيلة لتنشيط المبيعات، ولم تكن هناك مشكلة موقعة بالنسبة لجلب أموال الإعلانات، كذلك لم تكن هناك مرحلة عداء مع الصحافة ووسائل الاتصال السلكية فكل هذه الترتيبات امتدت ببساطة من الراديو إلى التلفزيون، وكانت فكرة الشبكات قد حققت شعبية بالفعل من أيام الراديو، كما كانت تكنولوجيا الكابل المتحد المحور (coaxial- cable) متاحة وموجودة وكل ما هو مطلوب هو بناء المنشآت المادية فقط، فالجمهور كان معتاداً بالفعل على الصور المتحركة ولم يكن من الصعب تقبلها بعد بثها وإذاعتها بالتلفزيون، ولهذا السبب لم يتوقع أحد سوى مقاومة محدودة من جانب الجمهور للوسيلة الإعلامية الجديد¹

المطلب الثالث: أهمية الفضائيات التلفزيونية

يعد البث الفضائي ثورة في ميدان الاتصال البشري ومنذ ظهور التلفزيون أعيد تصميم غرف الجلوس، وظهرت في الأسواق كراسي خاصة به، وموائد صغيرة للأكل أثناء مشاهدته وأطعمة جيدة سريعة التجهيز وقد استطاع أن يشد إليه اهتمام الناس بدرجة هائلة عندما نقل إليهم سلسلة من العروض الحية والفورية التي حولت هذا الجهاز من لعبة غالية الثمن إلى ضرورة حقيقية.

¹ ملفين ل. ديفليور وآخرون، نظريات وسائل الاعلام، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، ص168.169

إن التلفزيون أصبح يتميز بقدرة خارقة على الاقناع والتأثير والسيطرة لقد أصبحت رمز السلطة وعصر الاتصال فالثورات والانقلابات تقوم اليوم بالاستيلاء على مقرات التلفزيون بدلا من القصور الرئاسية فلا توجد سلطة سياسية أو اقتصادية أو دينية لا تحلم بالسيطرة عليها أنها تكمن ببساطة من هيكله خيال الفرد والجماعة والتحكم في الرأي العام.¹

المبحث الثاني: تطورات التلفزيون

المطلب الأول: تلفزيون الكابل

ان الكابلات ثنائية المحور هي أسلاك مغلقة بالبلاستيك الذي يحيط به غطاء معدني لمنع ضياع الإشارة أو حدوث تداخل، ولقد دخلت هذه الكابلات بسرعة إلى حيز الاستخدام لبث البرامج التلفزيونية عبر مسافات طويلة وأدت مهمتها هذه بنجاح ملحوظ، وكان استخدام الكابلات في نقل الإشارات التلفزيونية إلى المنازل.

وبالإضافة إلى ذلك أدت حقيقة أن الإشارة التلفزيونية تنتقل في خط مستقيم إلى التقليل من جودة الاستقبال أو حتى استحالة حدوثه فيها وراء المباني المرتفعة أو على الجانب الآخر من التلال أو الجبال وما أشبه ذلك.²

وهناك بعض الجدل حول المكان الذي بدأ فيه استخدام الكابل للاستقبال التلفزيوني المنزلي، ويؤكد أحد الآراء أن ذلك حدث عام 1950 بمنطقة لانسفورد بولاية بنسلفانيا الأمريكية، فقد تلقى رويرث تارلتون، الذي كان يمتلك ورشة لإصلاح أجهزة الراديو والتلفزيون، العديد من الشكاوى حول الاستقبال.

¹ قاسي علاء الدين وآخرون، صورة القنوات الجزائرية الخاصة لدى جمهورها، جامعة 08 ماي 1945 قالمة، 2017، ص55-54.

² ملفين ل. ديفلير وآخرون، نظريات وسائل الاعلام، الدار الدولية للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، ص173.

أصبحت الكابلات قادرة على أن تقدم لمشتركيها الإشارات التي يتم إرسالها من مدن أخرى على مسافات أبعد، وبالنسبة لمحطة الإرسال المحلية، كان ذلك عملاً غير مرغوب فيه وغير عادل، وكانت النتيجة عدد من القضايا والدعوى القانونية.

وقد راحت هذه الفكرة وانتشرت بسرعة وأصبحت مشروعات الهوائي التلفزيوني العام Community Antenna Television تغطي جميع أنحاء البلاد، وكان معظمها مجرد مشروعات صغيرة وحتى بعد عشر سن الأسر الأمريكية التي لديها جهاز التلفزيون هي فقط تستقبل الإرسال بهذه الطريقة في المناطق النائية ولا يتجاوز عدد المشتركين فيه مئات قليلة. وحتى بعد عشر سنوات وفي عام 1960 كان أقل من 2% من الأسر الأمريكية التي لديها جهاز التلفزيون.

مقابل للإشارات التي توزعها على المشتركين ولكنها رغم ذلك تخص بينما كان عدد الشركات التي تقدم خدمة الكابل تصل إلى 640 شركة، ورغم ذلك فمع توسع هذه الأنظمة انضم إليها و أصلاً تعترض فكانت ترى في هذه الشركات مجرد كيانات طفيلية لا تدفع لت على أرباح مالية، والأكثر من ذلك أنه مع زيادة تعقد التكنولوجيا أصبحت الكابلات قادرة على أن تقدم لمشتركيها الإشارات التي يتم إرسالها من مدن أخرى على مسافات أبعد، وأما بالنسبة لمحطة الإرسال المحلية كان ذلك عملاً غير مرغوب فيه وغير عادل. مزيد من المشتركين، وبدأت المحطات التي تبث الإشارات التلفزيونية.

المطلب الثاني: التلفزيون الرقمي

يعد التلفزيون الرقمي هو وسيط ثنائي الاتجاه يمنح المشاهد الفرصة في الاختيار والتعديل بجدول البرامج ومواعيدها كي يتلاءم مع مواعيده وأذواقه فهو بهذه الحالة يزيد من المشاركة بين المرسل والمستقبل ويمنح عملية الاتصال المرونة المطلوبة، والتلفزيون التفاعلي هو نفسه التلفزيون الرقمي فالرقمية هي التي منحت التفاعلية إذا فالتلفزيون التفاعلي يجب أن يكون رقمياً فالنظام الرقمي هو ضرورة التفاعل لقدرته على توفير خصائص ومستحقات رقمية في الإنتاج والعرض والتقديم ودعم المشاركة في

الاتصال، (فالسمة التفاعلية التي يتمتع بها التلفزيون الرقمي تجعل منه مشهدياً يمكن المشاهد من التدخل في المحتوى الإعلامي واختيار ما يروقه والتحكم في مجريات الأحداث).¹

ويعتمد عمل التلفزيون التفاعلي على قاعدتين أساسيتين هما:

1. توفير التفاعلية مع البرامج والقنوات أثناء المشاهدة بحيث يتحول المشاهد إلى مشارك وتنتهي فكرة المشاهد السلبي.

2. إلغاء التزامن بين العرض والمشاهدة الذي يفيد المشاهد بخريطة العرض ويكون أمام خيار واحد هو أن يشاهد ما يرغب في وقت العرض حسب خريطة العرض وزمنه، فقد أنهت التفاعلية أسطورة احتكار المعلومة.

المطلب الثالث: البث المباشر للتلفزيون

لقد عرف البث المباشر في مجال الإذاعة أنه كل مادة تبث حية أي غير مسجلة، ويقصد به نوعية من البرامج التي تبث على الهواء، أو التي يكون المشاهد عنصراً رئيسياً مشاركاً فيها، أما البث المباشر من خلال الأقمار الصناعية فهو ظاهرة حديثة نسبياً، وهو إمكانية وصول الإشارة إلى أجهزة الاستقبال التلفازي في البيوت مباشرة بعد تركيب معدات صغيرة إضافية دون مرور بمحطات أرضية للاستقبال ووفقاً لهذا التعريف فإن البث المباشر يشمل الاستقبال الفردي أو الجماعي، ويقصد بالاستقبال الفردي إمكانية تلقي الفرد للإشارة من قمر الاتصالات بوسائل بسيطة ولاسيما الهوائيات الصغيرة، في حين يقصد بالاستقبال الجماعي استقبال الاشارات عن طريق تجهيزات للاستقبال معقدة وهوائيات أكبر من التي يستخدمها الفرد من أجل استخدام مجموعة من الأفراد أو للاستخدام العام في منطقة محدودة أو بنظام توزيع يغطي منطقة معينة.²

¹ يسرى خالد ابراهيم، التلفزيون الرقمي والتلفزيون التفاعلي تقنيات عملية الاتصال وتطورها، دراسة نظرية في بنية الاتصال الحديثة، ديوان مطبوعات جمعية، 2010، ص 251.

² سميرة شيخاني، الاعلام الجديد في عصر المعلومات، جامعة دمشق، 2010، ص 467-468.

وأقمار الاتصال (Communication Satellite) هي أساس الشبكات الفضائية ولها قنوات مرئية وصوتية تختلف طاقاتها باختلاف الغرض الذي أطلقت من أجله والرقعة المطلوب تغطيتها والمجالات التي تستخدمها.

أدى استخدام أقمار الاتصال في مجال التلفاز إلى حدوث تغير ملموس في البث التلفازي، فقد أمكن التغلب على المشاكل التي كانت تعوق نقل البرامج التلفازية إلى مناطق بعيدة، واصبحت القنوات التلفازية قادرة على توصيل برامجها إلى جميع أنحاء العالم، إلا أن التطور الأكبر الذي أحدثته أقمار الاتصال هو القدرة على تحقيق الآنية في نقل الأخبار والمعلومات والبرامج من دول العالم المختلفة، وهذا أدى إلى تقديم المادة الإعلامية في زمن حدوثها، وسهل للتلفاز الوصول إلى إدراك المشاهد وجعله يتعايش مع الأحداث بشكل مباشر.

المطلب الرابع: خصائص التلفزيون وتقنياتها

1- الخصائص الإتصالية ذات الطبيعة التأثيرية للتلفزيون:

اشار العالم الاميريكي (ولتر لبيان) إلى أن وسائل الاعلام تساعد في بناء الصورة الذهنية لدى الجمهور، وتقدم أحيانا (صورة زائفة) للواقع.¹

وقال عالم الاتصال الاميريكي (ولبرشرام) في هذا الشأن " إن التلفزيون الامكانيات والظروف التي يستطيع بها أن يأسر انتباه المشاهد ويشجعه على الاستغراق مع البرامج ، وذهب باحثون آخرون إلى أن التلفزيون ينتج عملية الاقناع عبر اربع طرائق مختلفة تلقي بآثارها على الجمهور وهي تمكين الناس من الاحاطة بما يجري في العالم اسلوب التعلم وتحديد القضايا والاحداث السياسية المهمة أو مشاكل الساعة (أسلوب ترتيب الاحداث) ، وأداء دور تأثيري في تحديد السياسيين الذين ينبغي لومهم أو مكافأتهم بشأن الموضوعات والاحداث التي توردها الاخبار.

¹ غالب كاظم جواد الدعي، التلفزيون وصناعة الرأي العام، دار أمجد للنشر و التوزيع، عمان، ط1، 2016، ص96-95-94.

وعلى وفق هذا فإن القدرة التأثيرية التي يتميز بها التلفزيون ناتجة من خصائصه الفنية كوسيلة ، ومن المضمون الذي ينتجه ، فضلا عن طبيعة جمهوره ، وتتجلى صدقية الصورة في مقدمة الخصائص الفنية التي تعزز من قدرة التلفزيون في عملية الاقناع والتأثير على الجمهور على حد سواء.

2- التقنيات الحديثة للتلفزيون:

لقد شكلت وسائل الاتصال منذ نشأتها وحتى اليوم قنوات للمعرفة الإنسانية ، وأهميتها تتزايد باستمرار نتيجة التطور الذي تشهده تقنيات الاتصال ، الأمر الذي جعلها تقع في دائرة اهتمام الجمهور الذي بات يخصص من وقته ساعات طويلة لتلقي المضامين الاتصالية التي تبث على مدار 24 الساعة ويعد استخدام التقنيات التلفزيونية الحديثة في تغطية النشرات الإخبارية مهمة أساسية في صناعة الخبر التلفزيوني ، الأمر الذي منحها أهمية بالغة تمثلت في عملية انتقاء الأحداث التلفزيونية والمفاضلة بينها وبثها ، وذلك للفت انتباه وأنظار المشاهدين والمهتمين بهذا المجال ، والسعي إلى دراستها والكشف عنها ، وبيان مدى أهمية كل منها بالنسبة لبيئة النظام السياسي الذي نتج منه ، وإمكانية قدرتها على تلبية حاجاته ورؤيته لمهام الأخبار والمضامين التي تحملها.¹

إن أبرز التقنيات الحديثة المستخدمة في مجال التلفزيون والهادفة إلى جذب المتابعين وزيادة أعدادهم تتمثل بما تستخدمه إدارة القنوات الفضائية من برمجيات ومعدات خاصة ، بهدف إخراج العمل الإعلامي بأعلى مستويات الجودة وذلك لنقل كل ما هو جديد من خلال هذه التقنيات . كما أن أهم هذه التقنيات تتجلى في المؤثرات البصرية والمؤثرات السمعية ، حيث تعد أجهزة نقاء الصورة وأجهزة تسجيل وعرض الفيديو وأجهزة المونتاج ، بالإضافة إلى أجهزة مزج الصورة والمؤثرات الرقمية والرسومات والتصميم أجهزة مهمة تساهم في نقل الصور بأحسن حال للمشاهد ، أما المؤثرات السمعية والتي يمكن الإشارة إليها في المايكروفونات والسماعات ومازجات الأصوات ، بالإضافة إلى

¹ مالك رحاب محمود العزة، استخدام التقنيات الحديثة وتأثيرها على زيادة متابعة متاهدة البرامج الاخبارية في التلفزيون الاردني،(رسالة

ماجستير، تخصص اعلام)، قسم الاعلام، كلية الاعلام، جامعة الشرق الاوسط، الأردن، 2017، ص11-10-9.

أجهزة التسجيل الصوتي المغناطيسي وأجهزة قياس الصوت وغيرها، لها القدرة على الوصول إلى مسامع المشاهدين والتأثير فيهم قدر الإمكان.

المبحث الأول: عموميات عن جمهور وسائل الاعلام.

المطلب الأول: مفهوم وأنواع جمهور وسائل الإعلام :

إن الحديث عن ماهية الإعلام والاتصال باعتبارهما كعملية يتم من خلالها نقل الأفكار والمعلومات والأخبار وحتى تبادل الخبرات عن طريق وسائل مختلفة ومتباينة الخصائص والمميزات، يقودنا إلى الحديث عن تلك الفئة المستهدفة من خلال هذه العملية والتي تقصد بها هنا مجموع المتلقين أو جمهور وسائل الإعلام، فغاية المرسل أو القائم بالاتصال تبقى متجهة دائما إلى تحقيق هدف معين يسعى من خلاله إلى تعديل سلوك أو التأثير على اتجاهات ومواقف المتلقي، هذا الأخير الذي يستقبل الرسالة ويقوم بتفسير الرموز وإدراك المعاني في إطار العمليات العقلية التي يقوم بها من خلال تعرضه لمضامين وسيلة إعلامية، أو بوصفه كأحد أطراف العملية الاتصالية.¹

أنواع جمهور وسائل الاعلام:

-**الجمهور العام** :ويأتي هذا النوع في طليعة الجماهير عددا إلا أنه متباعد مكانيا ويتصل في كونه يتفاعل ازاء قضية أو ظاهرة متصلة بالحياة العامة للمجتمع وهو جمهور عام متنوع من حيث الثقافة والتعليم والجنس والمهنة وعرفه (ديوي) بأنه تجمع سياسي لمجموعة من الافكار يشكلون وحدة اجتماعية عبر الاعتراف المتبادل بوجود مشكلات مشتركة ينبغي ايجاد حلول مشتركة لها

-**الجمهور الخاص** : يميز أفراد هذا النوع من الجمهور انهم يربطون بوشاح تجمعهم مع بعضهم كالانتماء إلى نقابة أو مؤسسة أو يجمعهم الاهتمام المشترك بقضية من القضايا او انتمائهم الى فئة العمرية نفسها (اطفال/ وشباب/وكهول) أو على أساس جغرافي أو نوعي (نساء/ورجال) أو على أساس مهني (فلاحين، عمال، صحفيين، اطباء) وغيرها من التقسيمات الاخرى التي تتبع من وجود علاقة تجمع هذا النوع من الجمهور مع بعضه دون غير من الأنواع الاخرى .

¹-صرف الحاج،(تأثير التلفزيون الجزائري على تحديد السلوك الإنتخابي،مذكرة ماجستير , اعلام واتصال)،قسم علوم الاعلام والاتصال،كلية العلوم الانسانية والحضارة الاسلامية، جامعة وهران،2007،ص.30.

وقدم الباحث الامريكى (كلوس) عددا لجمهور وسائل الاعلام تتصل بمستوى اسهامه وكما يلي :

أ-الجمهور الخاص : يوصف هذا النوع من الجمهور بانه الجمهور الذي يمتلك اجهزة تلفزيون او راديو او يواظب على قراءة الصحف ومن ثم يستطيع استقبال الرسالة الاعلامية، الا أن هناك صعوبات تواجه الباحثين في معرفة و تحديد الجمهور المفترض الذي يستقبل الرسائل الاعلامية عبر الانترنت فضلا عن بروز حالة جديدة وهي لجوء الجماهير إلى الاستعانة باكثر من وسيلة اعلامية للحصول على المعلومات من ثم تتبلور صعوبات في المعرفة وتعيين الجمهور المفترض لكل وسيلة بمعزل عن الاخرى.¹

ب -الجمهور الفعلي:

وهو حصيلة مجموع الجمهور الذي يتعرض لمضمون الوسيلة الاعلامية ويشمل افراد الجمهور المواظب على متابعة برنامج معين في التلفزيون او وسائل الاعلام الاخرى .

ج-الجمهور المتعرض أو المستهدف :

يعد جزءا من الجمهور الفعلي الذي تعرض للرسالة الاعلامية بغض النظر عن الاستجابة لها، فهناك من يستجيب للرسالة وهناك من يستخف بها أو يتجاهلها لتعارض مضمونها مع معتقداته و افكاره .

د-الجمهور الفعال او النشط:

وهو جزء من الجمهور يستجيب للرسالة الاعلامية و يكون محط اهتمام السياسيين ورجال الاعمال ويتم توجيه برامج متنوعة تستهدف تغيير قناعاته أو كسب وده في الحصول على صوته الانتخابي أو دفعه لشراء سلع دون اخرى بتعريضه إلى إعلانات متنوعة .

وقسم (دينيس هوويت) الجمهور على :

¹ غالب كاظم جواد الدعمي ،مرجع سابق،ص.67

أ-الجمهور العنيد :يتميزهذا الجمهور بوعي ثقافي كبير وعدم تقبله مضمون الرسائل الاعلامية بسهولة وهودائما يعرضها للنقاش والحوار مع نفسه قبل قبولها أو رفضها فضلا عن دور المعتقدات التي يؤمن بها والتي يكون لها مدخلية كبيرة في تدعيم قبول الرسالة أو رفضها .

ب- الجمهور الحساس :إن تأثير وسائل الاعلام في الجمهور ليس مطلقا بل هناك حدود لهذا التأثير وتباين درجة تأثير من شخص إلى آخر فالاطفال والمراهقون هم أكثر عرضة للتأثير من غيرهم وهناك أشخاص بطبيعتهم يتميزون بشخصية حساسة مرهقة قد تكون أكثر استجابة لمضمون الرسائل الاعلامية .¹

ج- الجمهور اللامبالي : يتميز هذا الجمهور بعدم اهتمامه بما يعرض في الوسائل الاعلام ولا يمكن لنا أن نصفه مع الجمهور العنيد أو الجمهور الحساس بل هو جمهور سلبي و غير مهتم اصلا بالرسالة التي تبثها الوسيلة الاعلامية .

د-الجمهور الاستراتيجي :

ويمثل هذا الجمهور تأييدا او دعما للمؤسسة و يتكون من جمهور محلي او خارجي او دولة او وسائل اعلام وربما يكون جمهورا استراتيجيا الان وربما في المستقبل .

و-الجمهور الدائم :

وهو جمهور الثابت في ولائه و تأكيده و حياديته وفي الغالب يكون منضوبا تحت النظام السياسي و تعمل وسائل الاعلام على تنمية و ترسيخ ولائه للنظام ومن الصعوبة تغيير قناعاته إلا في حالات نادرة مثل الانقلابات والثورات.

¹ نفس المرجع،ص 68.

ه- الجمهور المعارض :

يمثل هذا الجمهور تهديدا مباشرا للنظام السياسي ولا بد لقادة الرأي العام أو النخبة من فهم نوع الجمهور الذي يستهدف فليس المهم أن نتحدث بل المهم أن نجد من يستمع لرسالتك و يفهمها و يستجيب لها.¹

ي- الجمهور المتغير :

بمعنى أن الجمهور الذي يصنف على أنه جمهور دائم استراتيجي ربما يتغير في المستقبل الى جمهور اخر بمقتضى المصلحة العامة فلكل زمن جمهور ورسالة مناسبة تتوافق مع متبنياته ،فإدراك ماهية الجمهور يوفر فرصة للقائم بالاتصال اختيار الرسالة المناسبة له.²

الخصائص العامة للجمهور :

1- الخصائص الظاهرية للجمهور

أ- الحجم الواسع : حيث يتخذ شكل الجمهور والجماهير حجما أكبر من اشكال المجتمعات الاخرى .

ب-التباعد: يتواجد أشخاص في أوضاع وأماكن متباعدة خاصة مع استعمال مكثف لتكنولوجيات الاتصال الحديثة كالبث الفضائي و الانترنت و الذي يعطي بعدا كونيا للجمهور .

ج- عدم التجانس : حيث تتمايز افراد الجمهور في ميزتها و احتياجاتها و مصالحها و اهتماماتها وبالتالي في السلوك الاتصال .

د- عدم التعارف : حيث ان الافراد معروفين بذواتهم و مجهولين ببعضهم البعض ، وعند القائم بالاتصال .

¹ نفس المرجع،ص 69.

² نفس المرجع ،ص 70.

هـ- غياب التنظيم الاجتماعي : نظرا لتباعد وعدم تعارف افراد الجمهور يفقد القدرة على تشكيل تنظيمات اجتماعية بهذه الصفات .

و- التغيير : حيث يمتاز افراد الجمهور بعدم الاستقرار الزمان و المكان .¹

2- الخصائص الضمنية (الديموغرافية) للجمهور :

مع تنوع وسائل الاعلام و إتساع حجم الجمهور واحتياجاته و اهتماماته في اطار البعد الدعائي و التجاري التسويقي لوسائل الاعلام و الاتصال ، اوضحت دراسات تعتمد على تحديد حجمه ووصف تركيبته و تجزئته الى فئات فرعية على اساس سمات ديمغرافية مثل السن و الجنس و الوظيفة التي تتفاعل مع عناصر سيكولوجية و السوسولوجية تأثر في السلوك الاتصالي و تصف هذه السمات الى نوعين هما :

أ- أولية أو أساسية: وهي سمات غير قابلة للتغيير مثل السن ، الجنس

ب- مكتسبة أو ثانوية: وهي سمات قابلة للتغيير مثل : الوظيفة ، المستوى التعليمي ، مكان اقامة و تستخدم الدراسات الاعلامية هذه السمات او البيانات العامة تبعا لطبيعة البحث حيث نجد اغلب السمات استعمالا فئة العمر و الجنس و المستوى التعليمي و المهنة و الدخل ، نظرا لدورها في تشكيل خبرات الفرد و توجهاته و توقعه في سياق الحياة الخاصة و الاجتماعية و بالتالي سلوك الاتصالي ، ولهذا ستتطرق دراسة لتوضيح الفئة الاهم فيما يلي :

-النوع أو جنس : و يتم تقسيم الجمهور إلى إناث اعتمادا على العوامل الفيسيولوجية و النفسية ، نظرا لثبوت تباين في استجابة كل نوع لرسالة الاعلامية و تباين الاهتمامات .

¹ زواوي الحاج سعد، (اتجاهات الجمهور نحو البرامج الاخبارية لقناة الجزيرة، مذكرة ماجستير في علم الاجتماع)، قسم العلوم الاجتماعية، كلية علوم اجتماعية والانسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2013، ص.69.

-العمر أو السن : استخدمت البحوث المبكرة على وسائل الاعلام الفئات العمرية العشرية حسب طبيعة و اهداف الدراسة حيث استخدم (لآزار سفيلد) فئة (21-29) ، (30-39) ، (40-49) ، (50-59) ، (60 فما فوق) لاهتمامه بسلوك الانتخابي لقراء الصحافة، ويعتبر توزيع الفئة العمرية العشرية الحماسية أكثر استعمالاً في البحوث الاجتماعية العامة، حيث يستخدم علماء الاحصاء السكان هذه الفئة لبيان الهرم السكاني في دراسة التركيب العمري لسهولة تصنيفها و تبويبها واستخدامات البريطانية في دراسة استكشاف تأثير أفلام العنف التلفزيوني على الاطفال والمراهقين في السبعينيات القرن الماضي الفئات العمرية الرباعية من مؤسسة (bbc) ،وهذا الامر طبيعي في دراسة تستهدف مجتمع ذا فئات عمرية ليست بالطويلة(5-9)،(10-14)،(115-19) .¹

المطلب الثاني: سيمات ومميزات جمهور وسائل الاعلام.

1- السمات الاجتماعية و الفردية وعلاقتها بالرضى والاشباع لدى جمهور وسائل الاعلام:

ان العوامل الاساسية في ديناميكية تأثير وسائل الاعلام، استشارة الحاجات والدوافع، و التحريض اذا الاستجابة بتلبية الرسائل الاعلامية لحاجات الفرد ورغباته.²

ذلك ان اي فرد لديه مجموعة من الدوافع و الحاجات تجعل الفرد يستجيب لرسالة مؤيدا لها ،اذا ما جاءت ملبية لهذه الدوافع و الحاجات .

وعند هذه المرحلة يتحقق عند الفرد الرضى عن وسائل الاعلام و مفرداتها و محتواها ،عندما تحقق اشباعا لهذه الدوافع و الحاجات ،تدعم استخدامه لهذه الوسائل ،وسلوكه المأيد نحوها .

¹ نفس المرجع،ص 70

² محمد عبد الحميد، دراسة جمهور بحوث الاعلام، دار النشرعلاء للكتب،القاهرة ، ط1، 1993،ص.61

وقد ترتب على فشل الكثير من البحوث في تقديم الدليل على التأثير المباشر لوسائل الاعلام كما سبق أن ذكرنا من قبل الى البحث في العوامل و المتغيرات المرتبطة بتحقيق حاجات الفرد ودوافعه، والتركيز على ما تقوم به وسائل الاعلام من وظائف تأثر في اهتمام الافراد بوسائل الاعلام و استخدامها لها .

المطلب الثالث: العلاقة الرابطة بين الوسيلة والرسالة وتأثيرها في الجمهور.

1- علاقة الجمهور بالوسيلة :

لقد ظلت الاتجاهات المهيمنة في اجراء ابحات الاتصال الجماهيري حول الجمهور و لاسيما الابحات المبكرة تنظر الى اثار الوسائل الاعلامية المباشرة على الجمهور وسادة التصورات التي ترى ان هذا الجمهور متفرق ، سلمي ذوا طبيعة غير شخصية، كما اكدت على قابليته الشديدة لتاثر وسط الحشد بمحفزات وسائل الاعلام غير ان هذه الراية قد استبعدت الأن لتحل محلها وجهات نظر اكثر تطور وتعقيدا تنظر لطبيعة الجمهور المشيدة اجتماعيا وسادة تأكيد على نتائج السياق الاجتماعي و على العلاقات العامة القائمة بين الاعضاء من جماعات اجتماعية مختلفة في المجتمع و منتجات وسائل الاعلام والجماهيرية ،حتى يسهم ذلك في تفسير السياق وتاويل علاقة وسائل الاعلام بجمهورها.¹

ولقد أصبحت الوسائل اليوم ضرورية لاتتم عملية الاتصال دونها، فالاحزاب والشخصيات السياسية لا تتوجه الى الجماهير بصفة مباشرة مثلما كان الامر قبل الحرب العالمية الثانية وبعدها بقليل ولاكنها تتوجه اليها عن طريق وسائل الاتصال والاعلام كما أن المعلنين يعتمدون بشكل كبير على هذه الوسائل في التعريف والترويج لمنتجاتهم وخدماتهم .

2- علاقة الجمهور بالرسالة:

¹سمار نجاة، مدفوني مريم، (استخدام القارئ الجزائري للاعلانات في صحافة المكتوبة، مذكرة ماستر في علوم الاعلام والاتصال)، قسم العلوم الانسانية، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن المهدي ام البواقي، 2015، ص.139.138.

ان وسائل الاعلام الجماهيرية تتلاقى مع جمهورها من خلال عملية اختيار متبادلة في الجمهور اختيار من بين وسائل الاعلام على اساس المضمون الذي تقدمه وفي المقابل تختار وسائل الاعلام جمهورها ايضا عن طريق مضمونها ولذلك ينبغي على القائم بالاتصال تكييف رسالته وفق خصائص الجمهور ولتحقيق ذلك لا بد ان يجيب القائم بالاتصال المرسل على الاسئلة التالية :

1- هل سيكون الجمهور قادرا على الامام بالموضوع على نحوي جديد ؟

2- هل سبق وان تعرض لمدى اتصالية حول نفس الموضوع؟

3- ما هي الصعوبات التي تواجه الجمهور عند محاولته فهم الرسالة؟

ويمكن تقسيم فئات مضمون أية وسيلة اعلامية في علاقتها بالجمهور الى ثلاث فئات اساسية هي:

1- مضمون اتسم بانخفاض الذوق و المضمون الذي تتعرض له جماهير نفيرة ويتم توزيعه على نطاق واسع و هذا المضمون هو الذي يثير دائما غضب النقاد

2- المضمون الذي لا تختلف عليه وجهات النظر

3- المضمون الذي يتسم بالذوق الرفيع و هو المضمون الذي يوزع على نطاق واسع ولكن لا يتعرض له عدد كبير من الجمهور وهذا المضمون هو الافضل من الناحية الذوق فهو تعليمي ويرفع من مستويات الاخلاقية كما انه ملم بشكل ما.¹

- جمهور وسائل الإعلام من التبعية إلى المشاركة:

يثير ما سبق عرضه حول انهيار مصداقية وسائل الإعلام وتساعد استخدام الوسائل الجديدة بديلا عن الوسائل التقليدية ، وبصفة خاصة مواقع التشبيك الاجتماعي

التي جاءت نتاجا لتطور شبكة الويب واستخداماتها يثير هذا العرض تساؤلات عديدة حول المفاهيم

¹ نفس المرجع، ص 140.

التي سادت منذ الثلاثينات من القرن الماضي في وصف جمهور وسائل الإعلام وعلاقته بأداء هذه الوسائل ومخرجاتها وحدود التأثير الذي انعكس على وصف الجمهور ووصف التأثيرات.¹

المبحث الثاني: القنوات التلفزيونية الاخبارية.

المطلب الاول: القنوات الفضائية الاخبارية العربية.

يمكن ترتيب إنشاء القنوات الفضائية على النحو التالي: في الكويت، الإمارات، مصر، ثم لبنان والسودان والمغرب وسوريا وتونس، ليبيا، موريتانيا، الأردن أما العراق فقد تأخر إطلاق فضائية بسبب منع الدولة لاستخدام الصحون اللاقطة لأسباب تتعلق بسياساتها ورغبتها في السيطرة التامة على الإعلام.²

ومن ثم ظهرت في مختلف البلدان الأخرى، يحق اليوم في مشاهد عربي أن يتنقل بكل حرية من برنامج به ضيف عربي معارض وآخر يلعن أمريكا والأنظمة العربية على قناة الجزيرة أو المستقلة. أما ما تنتجه التلفزيونات العربية فهي مجرد اقتباسات من برامج أجنبية، إما اقتباسا كلياً، أو جزئياً مع إضفاء بعضاً من الطابع الشرقي.

أما بخصوص تعداد القنوات العربية، يواجه دارس القنوات التلفزيونية العربية صعوبة في حصر عددها، فالمصادر العربية، على شحها، تقدم أرقاماً متباينة ومتضاربة، وكلما اقتنعنا بتقديرات هذا المصدر أو ذاك لدقته ومصداقيته، يفاجئنا الواقع بميلاد عشرات القنوات التلفزيونية العربية الجديدة التي دخلت حيز البث أو مازالت قيد التجربة، أو توقفت عن البث بشكل نهائي أو مؤقتاً.³

¹ محمد عبد الحميد، مدونات الاعلام البديل، دارعلاء للكتب، القاهرة، ط1، 2009، ص37.

² كوبيي حفصة، (الصناعات الثقافية التلفزيونية وعلاقتها بالاعتراب الاجتماعي، اطروحة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال)، قسم العلوم

الانسانية، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، 2016، ص68.67.

³ نفس المرجع، ص69.

المطلب الثاني: النشرات الاخبارية وعلاقتها بالجمهور.

تحتل الاخبار موقع متميز بين برامج التلفزيون التي تحظى باهتمام الجماهير العريضة في المجتمعات كلها، ولم يعد الاهتمام بها ومتابعتها ومناقشتها حكرا على فئة أو طائفة أو شعب دون غيره ويمكن أن توصف أنها ظاهرة عالمية تشترك فيها الدول المتقدمة والدول النامية، وقد اظهرت دراسة أجريت في مصر على سبيل المثال عام (1994م-1995م) أن نسبة الذين يتابعون الاخبار التلفزيونية تقريبا 84% وأن 72% منهم يعدون التلفزيون مصدرهم الرئيس في الحصول على الأخبار ومثلها دراسة أجريت في دولة قطر اشارت الى أن الجمهور يحصل على جل معلوماته حول الأحداث والموضوعات المحيطة به من النشرات الاخبارية التلفزيونية.¹

وتعزز متابعة النشرات الاخبارية التلفزيونية إلى حد كبير المعلومات التي يحصل عليها الجمهور وهي تعد من اهم المصادر لدى الجمهور بشأن الاحداث المحلية والاقليمية والدولية كما تعد عاملا جوهرية في نشر الأفكار وتوفير المعلومات والبيانات المتعلقة بالوضع المحيط ومن ثم الاسهام بفتح آفاق واسعة امام الجمهور وزيادة مداركه، فضلا عما يتسم به التلفزيون من مقدرة كبيرة ومتميزة في عرض دقائق الامور وتعريف الجمهور بالشخصيات الاجتماعية والسياسية وتقديمها إلى العالم.

بوجود تناقضات واختلافات أخرى بين أفضليته من محتوى النشرة وبين المحتوى الكامل لها الذي يحوي تفسيرات أخرى للحدث أو القضية بما يناقض أفضليته، في حين يرجح الافتراض الثالث عن معارضة الجمهور لمحتوى النشرة في أثناء متابعته تفاصيلها لتعارض مضمونها مع ما يعتقد به المتلقي عقائدية أو فكريا.²

وينتهي الإدراك السليم ماهية ومضمون الخبر بالجمهور الى الحكم الصائب على الأشياء وبناء تصور دقيق وواضح للواقع الاجتماعي والسياسي الذي يحيط به، فضلا عن أن النشرات التلفزيونية تساعد

¹ غالب كاظم جواد الدعمي، التلفزيون وصناعة الرأي العام، مرجع سابق، ص. 67.

² نفس المرجع، ص. 68.

على تقديم تعريف جديد للواقع وفك رموز الأشياء الغامضة عن طريق عرض المعلومات والبيانات التي تخص القضايا النقاشية.

ويظهر على طاولة النقاش عدد من الأهداف التي تسعى نشرات الاخبار إلى تحقيقها وهي

كالتالي:

1- إمداد الجمهور بالأخبار والبيانات والمعلومات التكوينية أفق معرفي بالأشياء والأمور الاجتماعية والسياسية تخلص إلى تمكين الأفراد من اتخاذ الحكم الصائب إزاء القضايا المطروحة للنقاش.

2- تخلق النشرات الاخبارية بيئة من المساواة بين الجماهير العريضة وذلك بتوفيرها فرصة عادلة للمشاهدين بالحصول على المعلومات المتعلقة بالشؤون المحلية والإقليمية والدولية فضلا عن اخبار الكوارث والأخطار والتهديدات الطبيعية الأخرى.

3- التأثير على اتجاهات المتلقين وذلك بتعزيز آرائهم أو تغييرها او خلق رأي جديد عن طريق بث معلومات جديدة يمكنها أن تخلص في النهاية إلى التأثير على متبنياتهم لاسيما في أوقات الانتخابات ويمكن أن تنتهي بالجمهور إلى العزوف عن مرشح والتوجه إلى آخر، وكما توضح هذه الصورة في بناء تصور على الشخصيات الاجتماعية والسياسية سواء أكانت إيجابية أم سلبية.¹

المطلب الثالث: معدل مشاهدة القنوات الاخبارية التلفزيونية.

معدل مشاهدة أخبار التلفزيون:

بدأ معدل مشاهدة أخبار التلفزيون يتزايد في السنوات الأخيرة بشكل ملحوظ، كما ازدادت ثقة جمهور المشاهدين بأخبار التلفزيون بصورة لاحد لها، واكتسبت أخبار التلفزيون تأثيرا متزايدا في مجالات السياسة وتكوين الرأي العام، ووصلت أخبار التلفزيون مرحلة من التقدم لم يسبق لها مثيل، وأصبحت برجة الأخبار جزءا أساسيا منتظمة من التلفزيون. وتشير الدراسات والبحوث أن حجم

¹ نفس المرجع، ص 69.

مشاهدة نشرات أخبار التلفزيون يختلف تبعا لاختلاف السن والنوع والمستوى الثقافي للمشاهد، ولقد أثبتت الدراسات المختلفة وجود ارتباط قوي بين مستوى التعليم والانتظام في مشاهدة نشرات أخبار التلفزيون، وكذلك وجود معامل ارتباط ايجابي بين الانتظام في المشاهدة كمتغير تابع وبين السن كمتغير أساس ويعتمد حجم المشاهدة لأخبار التلفزيون على عدة عوامل هامة أخرى منها تاريخ البث، وموعده، والخدمة التي يقدمها، ومدى اهتمام الرأي العام بها، إلى غير ذلك من العوامل التي تلعب دورا هاما في حجم مشاهدة الأخبار في التلفزيون، فمعدل كثافة مشاهدي النشرات يختلف من وقت لآخر، وهناك ما يطلق عليه بالفترات الحية، وهي التي يبلغ العرض الاخباري فيها أعلى نسبة من المشاهدين.

وفي دراسة تطبيقية ثبت فيها أن الوقت المناسب لنصف عدد مشاهدي التلفزيون هو فيما بين الساعة السابعة والرابع مساء وحتى التاسعة والنصف، وأن أكبر عدد للمشاهدين في الدول موضع الدراسة يتركزون لمشاهدة التلفزيون حوالي الساعة الثامنة.

وفي الدول التي يقدم التلفزيون فيها نشرتين أشارت إحدى الدراسات الاعلامية أن عدد مشاهدي النشرة الثانية (النشرة المسائية) التي تقدم في التاسعة مساء يزيد عن بقية النشرات، ذلك لأن فترات الكثافة التي يصل فيها معدل مشاهدة البرامج إلى أقصاه، تبدأ من منتصف الساعة الثامنة ويستمر في الارتفاع إلى ما قبل الحادية عشرة مساء، ثم يبدأ في الهبوط التدريجي حتى يصل إلى أدناه في منتصف الليل¹.

ومن جهة أخرى أظهرت الدراسات التي أجريت في كثير من الدول أن النسوة أقل إهتمام بالشؤون العامة من الرجال، كما تشير دراسية التطبيقية على بعض قرى الريف المصري إلى أن نسبة الذكور الذين يفضلون متابعة نشرات أخبار التلفزيون تزداد عن نسبة النساء (الإناث) بدرجة واضحة، حيث بلغت نسبة الاناث 6.17%، بينما بلغت نسبة الذكور 33.58% كما تشير دراسة تلفزيون عن

¹ نفس المرجع، ص 23.22.

مهمة الأخبار الإذاعية والتي أجريت في لندن أن حجم مشاهدة نشرات أخبار التلفزيون يزداد فيما بين الذكور عن الإناث بالنسبة لأخبار (bbc) بشبكته طوال مدة الدراسة، كما تشير إلى اختلاف حجم المشاهدة باختلاف أعمار المشاهدين.

واليوم بدأ الاهتمام يتزايد بأخبار التلفزيون بشكل غير عادي، خاصة وأنها تشغل أماكن متميزة وكبيرة بالنسبة لخريطة البرامج في التلفزيون، وأصبح الشخص العادي يشاهد يوميا ولمدة نصف ساعة من أخبار التلفزيون، وبزيادة 50% عما كان عليه الحال منذ أكثر من عقد مضى ، كما بدأ معدل المشاهدة يزيد على معدل قراءة الصحف بثلاث أضعاف، وأكثر من ذلك تشير الدراسات والبحوث الميدانية إلى أن متوسط عدد مشاهدي الجهاز الواحد يزيد عن ستة أشخاص.

الفصل الثالث

الاطار الميداني للدراسة

منهج الدراسة:

إن من أهم الخطوات التي يتبعها الباحث لإنجاز بحثه هو انتقاء منهج ملائم كونه أداة لاختبار الفروض ولا تتم أي دراسة بحثية إلا به.

كما تعد منهجية البحث من أهم أسباب نجاح البحث العلمي، لذا يوليها الباحث أهمية عظمى، قصد اختيار منهج يلائم طبيعة العمل والموضوع في آن واحد، وتختلف المناهج باختلاف المواضيع فلكل منهج وظيفته وخصائصه التي يستخدمها كل باحث في ميدان اختصاصه.¹

لذا أدرجت هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية لطبيعة الموضوع الذي يتطلب ذلك، فلمنهج الوصفي هو " المنهج الذي يهدف إلى جمع الحقائق والبيانات عن الظاهرة أو موقف معين مع محاولة تفسير هذه الحقائق تفسيراً كافياً والبحوث الوصفية لا تنحصر أهدافها في مجرد جمع الحقائق، بل ينبغي أن تتجه تصنيف البيانات والحقائق وتحليلها تحليلًا دقيقًا كافياً ثم الوصول إلى التعميمات بشأن الموقف أو الظاهرة موضوع الدراسة"².

كما أنه "تصوير للوضع الراهن وتحديد للعلاقات التي توجد بين الظواهر والاتجاهات "

¹عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1995، ص92

²عصام حسن احمد الدليمي، علي عبد الرحيم صالح، البحث العلمي اسسه و مناهجه، دار الرضوان للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى،

عمان، 2014، ص149

عينة الدراسة:

تعرف العينة بأنها "ذلك الجزء من مجتمع البحث الذي سنجمع من خلالها المعطيات، في ميدان العلم، ونتطلع أن تسمح لنا العينة المتكونة من بعض العشرات، المئات أو الآلاف من العناصر وذلك حسب الحالة، والمأخوذة من مجتمع بحث معين بالوصول إلى التقديرات التي يمكن تعميمها على كل مجتمع البحث الأصلي، أي مجموعة فرعية من عناصر مجتمع بحث معين" ¹ إذ تمثلت عينة دراستنا في جل طلبة ماستر اعلام واتصال المشاهدين لقناة نيوز 24 بنية توزيع استمارة الاستبيان كما كان مخطط له في السابق، والذي بلغ مجملهم 00 مفردة. كما قد تمت الاستعانة بأسلوب المسح الشامل إذ تعرف أنها المسوحات التي تشمل كافة مفردات مجتمع البحث.

ويقصد بالمجتمع، مجموع وحدات البحث أو الدراسة التي يراد الحصول على معطيات عنها سواء أكانت وحدة العد إنسانا أو نباتا أو جمادا. إلا أن عملية العد الكامل (المسوحات الشاملة) باهظة التكاليف سواء من الناحية المالية أو الوقت، وتعرض لأخطاء كبيرة، كأخطاء الحذف والازدواجية، وأخطاء التسجيل، وأخطاء تجهيز المعطيات وغير ذلك التي من شأنها أن تؤثر على جودة العمل. وتنبع هذه الأخطاء أساسا من صعوبة الإشراف السليم على مثل هذه العمليات الإحصائية الكبيرة.

لذا فكثيرا ما تسفر مسوحات العينة عن نتائج أكثر دقة من التعدادات، لان المسح بالعينة يتيح الوقت للإشراف الدقيق على الأعمال الميدانية وتجهيز النتائج وتقليل الأخطاء البشرية وشهدت السنين الأخيرة تناقصا تدريجيا في عدد المسوحات الشاملة نتيجة العوامل التالية:

- التطور الكبير في العمل الإداري وما أدى ذلك من انتظام السجلات الإدارية وسهولة الحصول على المعطيات الإحصائية.

¹ مورييس انجريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ت: بوزيد صحراوي واخرون، دار القصبه للنشر طبعة الثانية منقحة،

- زيادة الوعي الثقافي والاجتماعي للأفراد وإدراكهم أهمية إعطاء المعطيات الصحيحة، لازدياد حاجتهم إلى الخدمات الرسمية التي تتوقف على الحصول على معطيات مدونة عن الأفراد وممتلكاتهم وأسرهم وعناوينهم وما إلى ذلك.

- تقدم الأدوات الإحصائية والرياضية من أجل شيوع استنتاجات العينة وتأسيس التوقعات والتقدير، وقد ساعد على ذلك بدرجة كبيرة التوسع في استخدام الحاسب الآلي.¹

أدوات جمع البيانات:

يتوقف نجاح أي دراسة علمية على مدى استعداد الباحث على استغلال العقلاني للتقنيات والأدوات المنهجية التي تدخل في مجال البحث حتى يكون بحثه متكاملًا موضوعيًا إلى حد ما، إذ تتطلب الدراسات في العلوم الإنسانية والاجتماعية من الباحث الاستعانة بأدوات معينة لجمع المعلومات الضرورية الخاصة بدراسته وتختلف أهمية هذه الأدوات بالنسبة للباحث وذلك لارتباطها بطبيعة مشكلة البحث وفروض الدراسة والأهداف المتوخى تحقيقها من هذه الدراسة لذلك يستعين الباحث بأداة أو أدوات معينة دونما غيرها من الأدوات.

وعليه قد استخدمنا لدراسة اتجاهات الجمهور نحو التضليل الاعلامي لحرب طوفان الأقصى على استمارة الاستبيان حيث تعرف على أنها " في شكلها الأكثر شيوعا بسبر الآراء تقنية مباشرة لطرح الأسئلة على الافراد وبطريقة موجهة، ذلك لان صيغ الإجابات تحدد مسبقا، هذا ما يسمح بالقيام بمعالجة كمية بهدف اكتشاف علاقات رياضية وإقامة مقارنات كمية. ان الاستبار هي وسيلة للدخول في اتصال بالمخبرين بواسطة طرح أسئلة عليهم واحدا واحدا وبنفس الطريقة، بهدف استخلاص اتجاهات وسلوكيات مجموعة كبيرة من الافراد، انطلاقا من الأجوبة المتحصل عليها."²

¹مدحت جمال، البلداوي، عبد الحميد عبد المجيد (2007). أساليب البحث العلمي والتحليل الإحصائي: التخطيط للبحث وجمع وتحليل البيانات يدوياً وباستخدام SPSS. عمان: دار الشروق. <https://www.maktabtk.com/>. اخر زيارة للموقع في

07: 51/.19.05.2020

²موريس النجس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ت: بوزيد صحراوي واخرون، دار القصة للنشر طبعة الثانية منقحة، الجزائر 2004-2006، ص 204.

كون نفس الأسئلة تطرح على كل مخبر وبنفس الصيغة، وإن كل واحد منهم يمكنه أن يختار من ضمن نفس قائمة الإجابات، فإننا نستطيع القيام بالمقارنات بأكثر سهولة مما هو عليه الحال في مقابلة البحث، وكذا القيام بتجميع الرقمي وحساب نسب مئوية في علاقاتها بهذا أو ذاك المتغير المتضمن في فرضية الانطلاق، هكذا فكلما طبقت المعيارية على الأسئلة كلما اتسع مجال المقارنة.

جدول 1: جدول يمثل عينة الدراسة من برنامج القضية الفلسطينية لقناة الجزائرية نيوز 24

اسم البرنامج	صيغة عرض البرنامج	توقيت العرض	مدة العرض	العينة
				العدد
اخبار	مباشر	19.00	60 دقيقة	العدد 1
اخبار	مباشر	19.00	60 دقيقة	العدد 2
اخبار	مباشر	19.00	60 دقيقة	العدد 3
اخبار	مباشر	19.00	60 دقيقة	العدد 4

نتبين من خلال هذا الجدول أن القنوات الاخبارية ويتعزز هذا الحضور من خلال بث قنوات متخصصة في مجالات أخرى لمادة الأخبار وما يتعلق بالقضية الفلسطينية.

جدول 1: جدول يمثل عينة الدراسة من برنامج القضية الفلسطينية لقناة الجزائرية

نيوز 24

اسم البرنامج	صيغة عرض البرنامج	توقيت العرض	مدة العرض	العينة
				العدد
اخبار	مباشر	19.00	60 دقيقة	العدد 1
اخبار	مباشر	19.00	60 دقيقة	العدد 2
اخبار	مباشر	19.00	60 دقيقة	العدد 3
اخبار	مباشر	19.00	60 دقيقة	العدد 4

نتبين من خلال هذا الجدول أن القنوات الاخبارية ويتعزز هذا الحضور من خلال بث قنوات متخصصة في مجالات أخرى لمادة الأخبار وما يتعلق بالقضية الفلسطينية.

جدول 2: جدول يمثل عينة الدراسة من برنامج القضية الفلسطينية لقناة الجزائرية

نيوز 24

اسم البرنامج	صيغة عرض البرنامج	توقيت العرض	مدة العرض	العينة
				العدد
اخبار	مباشر	12.00	60 دقيقة	العدد 1
اخبار	مباشر	12.00	60 دقيقة	العدد 2
اخبار	مباشر	12.00	60 دقيقة	العدد 3
اخبار	مباشر	12.00	60 دقيقة	العدد 4

نتبين من خلال هذا الجدول أن القنوات الاخبارية ويتعزز هذا الحضور من خلال بث قنوات متخصصة في مجالات أخرى لمادة الأخبار وما يتعلق بالقضية الفلسطينية.

جدول 3: جدول يمثل عينة الدراسة من برنامج القضية الفلسطينية لقناة الجزائرية

نيوز 24

اسم البرنامج	صيغة عرض البرنامج	توقيت العرض	مدة العرض	العينة
				العدد
اخبار	مباشر	12.00	20 دقيقة	العدد 1
اخبار	مباشر	12.00	20 دقيقة	العدد 2
اخبار	مباشر	12.00	20 دقيقة	العدد 3
اخبار	مباشر	12.00	20 دقيقة	العدد 4

نتبين من خلال هذا الجدول أن القنوات الاخبارية ويتعزز هذا الحضور من خلال بث قنوات متخصصة في مجالات أخرى لمادة الأخبار وما يتعلق بالقضية الفلسطينية.

جدول 4: جدول يمثل عينة الدراسة من برنامج القضية الفلسطينية لقناة الجزائرية

نيوز 24

اسم البرنامج	صيغة عرض البرنامج	توقيت العرض	مدة العرض	العينة
				العدد
اخبار	مباشر	12.00	40 دقيقة	العدد 1
اخبار	مباشر	12.00	40 دقيقة	العدد 2
اخبار	مباشر	12.00	40 دقيقة	العدد 3
اخبار	مباشر	12.00	40 دقيقة	العدد 4

نتبين من خلال هذا الجدول أن القنوات الاخبارية ويتعزز هذا الحضور من خلال بث قنوات متخصصة في مجالات أخرى لمادة الأخبار وما يتعلق بالقضية الفلسطينية.

اتجاهات الشباب الجزائري نحو الفضائيات الدينية ودورها في القضية الفلسطينية

(1) يرى معظم أفراد العينة أن الفضائيات الدينية تثري المعلومات الدينية عند

الأفراد فقد وافق على هذه العبارة (151) مبحوثا منهم يمثلون نسبة (86.29%)، وأنها تعالج القضايا والمشكلات المهمة في حياة الناس بإجابة (147) فردا من أفراد العينة يمثلون نسبة (84%)، وأنها تطرح أسس التدين الصحيح فقد أجاب بالموافقة لهذه العبارة (149) مبحوثا يمثلون نسبة (85.14%)، وأنها توعي ضد مخاطر الأفكار الهدامة، بإجابة (131) مبحوثا يمثلون نسبة (74.86%).

ولاحظنا أن نسب الموافقة على العبارات السابقة كانت مرتفعة عند إناث العينة مقارنة بذكورها؛ فقد سجلت العبارة الأولى (تثري المعلومات الدينية) عند الإناث نسبة موافقة مساوية لـ (92.31%) و (80.49%)، في حين سجلت عند الذكور نسبة موافقة مساوية لـ (88.89%) و (82.61%). وسجلت العبارة الثانية (تعالج القضايا والمشكلات المهمة) عند الإناث نسب موافقة (84.67%) و (90.24%)، في حين سجلت عند الذكور نسب موافقة (80.55%) و (80.43%)، وسجلت العبارة الرابعة (توعي ضد مخاطر الأفكار الهدامة) عند الإناث نسب موافقة (76.92%) و (73.17%)، في حين سجلت عند الذكور نسب موافقة (38.33%) و (67.39%)، فيما تقاربت كثيرا نسب الموافقة على العبارة الثالثة (تطرح أسس التدين الصحيح) بين الذكور والإناث.

كما تبين أن معظم أفراد العينة لا يوافقون على أن الفضائيات الدينية تعرف بالبلاد والشعوب الإسلامية؛ فقد سجلت نسبة (55.43%) عدم موافقتهم على هذه العبارة، وإن كانت بالمقابل نسبة الموافقة على هذه العبارة مرتفعة هي كذلك؛ فقد وافق على أن الفضائيات الدينية تعرف بالبلاد والشعوب الإسلامية نسبة (40.00%)، كما لم يوافق معظمهم على أن برامج الفضائيات الدينية تطلع على أخبار الأقليات المسلمة في خارج البلاد الإسلامية، فلم يوافق على العبارة (132) مبحوثا يمثلون نسبة (75.43%).

الخاتمة :

في الأخير نستنتج أن التغطية الإعلامية لعملية طوفان الأقصى خلقت جدلاً كبيراً بسبب كثرة المعلومات الزائفة والمضللة التي انتشرت حول المعركة فضلاً عن الدعاية الإسرائيلية التي روجت الكثير من الدعايات والتي تناقلتها وسائل الإعلام وخاصة الغربية منها دون تحقّق وساهمت في نشرها لباقي قراء هذه الشبكات ومتابعيها.

قائمة المصادر و المراجع:

1. رفعت عارف الضبع، التلفزيون النوعي، دار الفجر للنشر و التوزيع، ط1، القاهرة، 2011.
2. قاسي علاء الدين وآخرون ،صورة القنوات الجزائرية الخاصة لدى جمهورها، جامعة 08 ماي 1945 قالمة، 2017.
3. يسرى خالد ابراهيم، التلفزيون الرقمي والتلفزيون التفاعلي تقنيات عملية الاتصال وتطورها، دراسة نظرية في بنية الاتصال الحديثة ،ديوان مطبوعات جمعية، 2010،
4. سميرة شيخاني، الاعلام الجديد في عصر المعلومات، جامعة دمشق ،2010.
5. غالب كاظم جواد الدعيمي، التلفزيون وصناعة الرأي العام، دار أمجد للنشر و التوزيع، عمان، ط1، 2016 .
6. مالك رحاب محمود العزة، استخدام التقنيات الحديثة وتأثيرها على زيادة متابعة مشاهدة البرامج الاخبارية في التلفزيون الاردني،(رسالة ماجستير، تخصص اعلام)، قسم الاعلام، كلية الاعلام، جامعة الشرق الاوسط، الأردن، 2017.
7. عباس مصطفى صادق، الاعلام الجديد، دراسة في مداخله النظرية وخصائصه العامة.
8. وسام فاضل راضي، مهند حميد التميمي، الاعلام الجديد التحولات الاتصالية ورؤى معاصرة، دار للكتاب الجامعي، دولة الإمارات العربية المتحدة، ط 1، 2017.
9. مصطفى يوسف كافي، الاعلام التفاعلي، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2016،
10. سهيلي لامية،(التفاعلية في المواقع الاخبارية، مذكرة ماستر، صحافة مكتوبة)، قسم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف المسيلة، 2015.

11. حصة بنت عبد الكريم الزيد، أثر استخدام الانترنت على الفتيات في مجال الدعوة، مجلة الجامعة الاسلامية، العدد 166.
12. صرف الحاج، (تأثير التلفزيون الجزائري على تحديد السلوك الانتخابي، مذكرة ماجستير، اعلام واتصال)، قسم علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الانسانية والحضارة الاسلامية، جامعة وهران، 2007.
13. زاوي الحاج سعد، (اتجاهات الجمهور نحو البرامج الاخبارية لقناة الجزيرة، مذكرة ماجستير في علم الاجتماع)، قسم العلوم الاجتماعية، كلية علوم اجتماعية والانسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2013.
14. محمد عبد الحميد، دراسة جمهور بحوث الاعلام، دار النشر علاء للكتب، القاهرة، ط1، 1993.
15. سمار نجاة، مدفوني مريم، (استخدام القارئ الجزائري للاعلانات في صحافة المكتوبة، مذكرة ماستر في علوم الاعلام والاتصال)، قسم العلوم الانسانية، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن المهدي ام البواقي، 2015.
16. محمد عبد الحميد، مدونات الاعلام البديل، دار علاء للكتب، القاهرة، ط1، 2009.
17. عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1995.
18. عصام حسن احمد الدليمي، علي عبد الرحيم صالح، البحث العلمي اسسه و مناهجه، دار الرضوان للنشر والتوزيع، الطبعة الاولى، عمان 2014.
19. موريس انجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ت: بوزيد صحراوي واخرون، دار القصبه للنشر طبعة الثانية منقحة، الجزائر 2004-2006.
20. مدحت جمال، البلداوي، عبد الحميد عبد المجيد (2007). أساليب البحث العلمي والتحليل الإحصائي: التخطيط للبحث وجمع وتحليل البيانات يدويا وباستخدام SPSS. عمان: دار

قائمة المصادر والمراجع

الشروق. <https://www.maktabtk.com/>. اخر زيارة للموقع في
07: 51/.19.05.2020