

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة العربي التبسي - تبسة



LARBI TEBESSI – TEBESSA

جامعة العربي التبسي - تبسة

UNIVERSITY

UNIVERSITE LARBI TEBESSI – TEBESSA

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية .

قسم : علوم الإعلام و الاتصال

الميدان : علوم إنسانية واجتماعية

الشعبة : علوم الإعلام و الاتصال

التخصص : اتصال تنظيمي

العنوان: اعتماد جمهور المشاهدين على مضامين الفضائيات أثناء الأزمات

- دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الإعلام و الاتصال

جامعة تبسة -

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر "ل م د"

دفععة 2019

إشراف الدكتور:

البار الطيب

إعداد الطالبتين:

لحمر فريدة

الوافي صنية

جامعة العربي التبسي - تبسة  
Université Larbi Tébessi - Tébessa  
لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة العلمية	الصفة
عبد الغني بوزيان	أستاذ محاضر - أ -	رئيسا
الطبيب البار	أستاذ محاضر - ب -	مشرفا ومقررا
ربوح معمر	أستاذ مساعد - أ -	مناقشا

السنة الجامعية 2019/2018



## شكر وتقدير:

الحمد لله حمدا كثيرا طيبا مباركا فيه، الحمد لله الذي  
أعاننا على انجاز هذا العمل المتواضع ويسر لنا درب  
التوفيق من غير حول منا ولا قوة، والصلاة والسلام على  
أشرف خلق الله، وعلى آله وصحبه أجمعين ومن تبعهم  
بإحسان إلى يوم الدين أما بعد.....

نتقدم بجزيل الشكر وكامل التقدير للأستاذ الكريم  
الطبيب البار على إشرافه المميز وتوجيهاته المفيدة  
وملاحظاته القيمة.

لكل من ساعدنا وشجعنا على إتمام هذا العمل ونخص  
بالذكر زملائنا في الدراسة وفي الحياة الاجتماعية.

كذلك نتقدم بجزيل الشكر إلى كل من مد لنا يد العون  
من قريب أو من بعيد وإلى كل من لم تسعفنا الذاكرة  
لذكرهم.

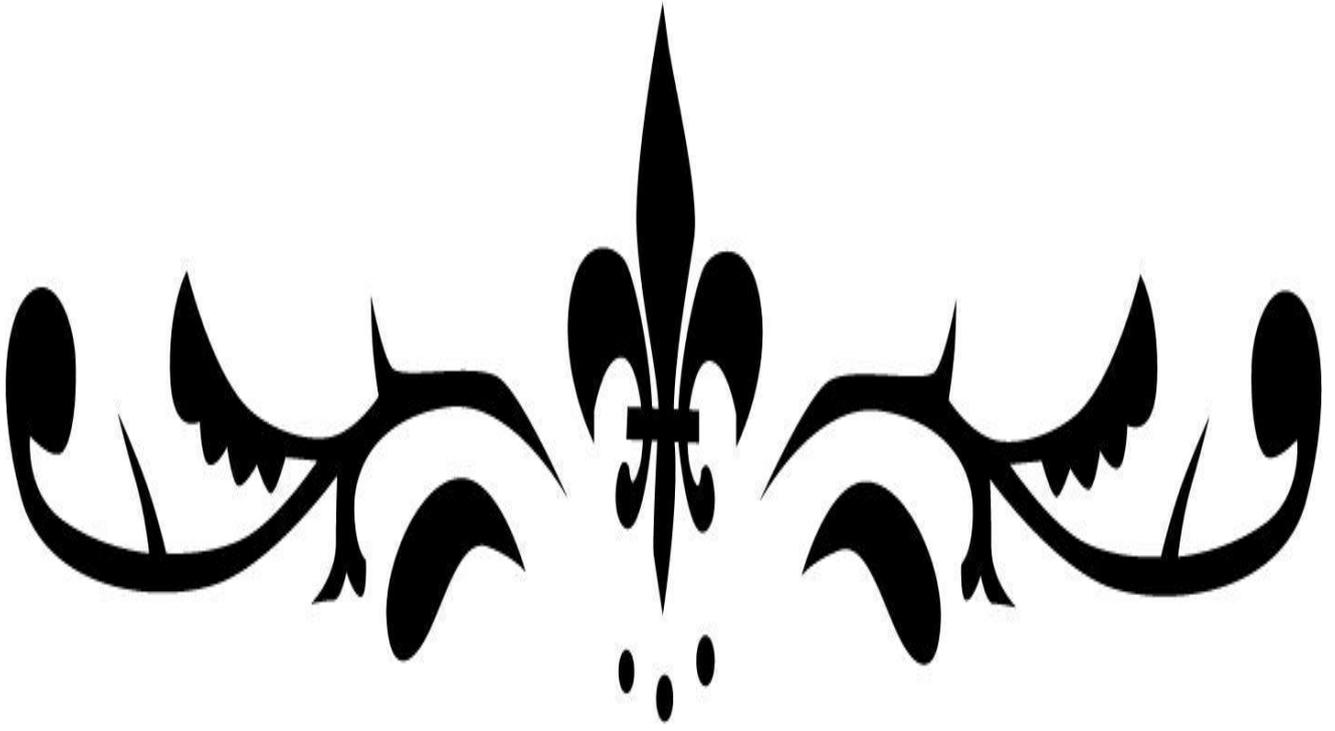
الصفحة	العنوان
	البسمة
	شكر وتقدير
	فهرس الدراسة
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
أ - ب	مقدمة
48_5	الفصل الأول: الإطار المنهجي والمفاهيمي
	المبحث الأول: مشكلة الدراسة
5	المطلب الأول: تحديد إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
7	المطلب الثاني: فرضيات الدراسة
7	المطلب الثالث: أهداف الدراسة
8	المطلب الرابع: أهمية الدراسة وأسباب اختيار الموضوع
10	المطلب الخامس: الدراسات السابقة
24	المطلب السادس: تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة
	المبحث الثاني: الخلفية النظرية للدراسة
30	المطلب الأول: تعريف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام
31	المطلب الثاني: نشأة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام
32	المطلب الثالث: الافتراضات التي تقوم عليها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام

33	المطلب الرابع: الركائز التي تقوم عليها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام
38	المطلب الخامس: علاقة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بموضوع الدراسة
	المبحث الثالث: الإجراءات المنهجية للدراسة
40	المطلب الأول: مجالات الدراسة
40	المطلب الثاني: نوع الدراسة
40	المطلب الثالث: مجتمع الدراسة، العينة ومواصفاتها
45	المطلب الرابع: منهج الدراسة
46	المطلب الخامس: أدوات جمع البيانات
78 - 50	الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة
	المبحث الأول: ماهية التلفزيون
50	المطلب الأول: تعريف التلفزيون
52	المطلب الثاني: نشأة وتطور التلفزيون
55	المطلب الثالث: خصائص التلفزيون
57	المطلب الرابع: وظائف التلفزيون
59	المطلب الخامس: أهمية التلفزيون
61	المطلب السادس: مزايا وعيوب التلفزيون
	المبحث الثاني: الأزمات
63	المطلب الأول: تعريف الأزمة
65	المطلب الثاني: أسباب الأزمة

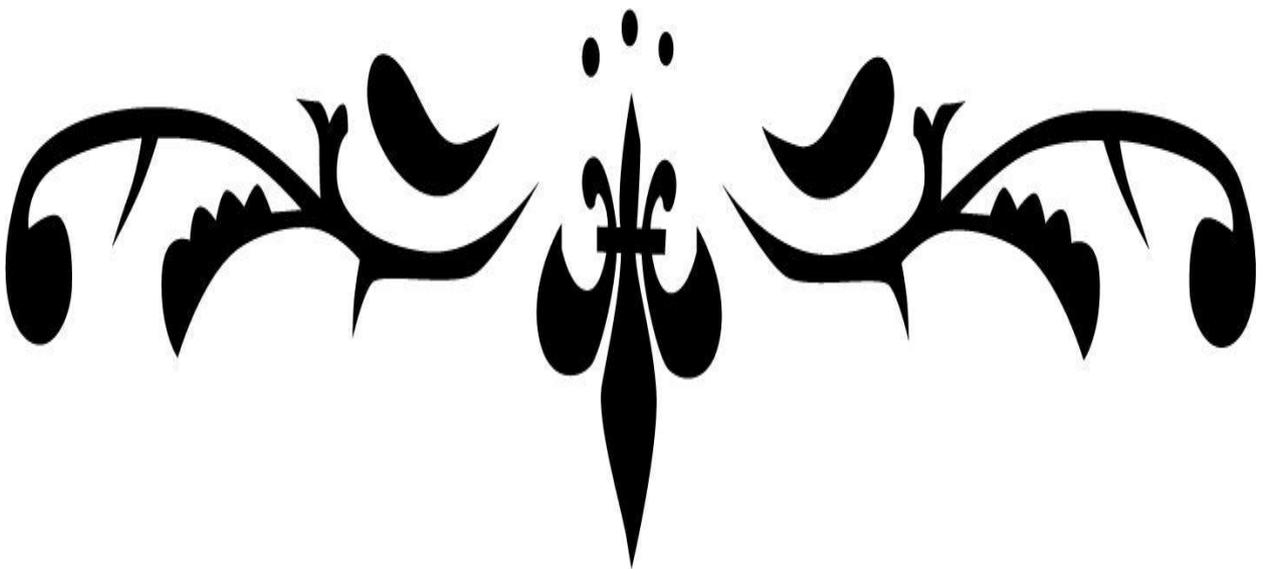
69	المطلب الثالث: مراحل الأزمة
73	المطلب الرابع: أنواع الأزمة
76	المطلب الخامس: استراتيجيات الأزمة
102 -80	الفصل الثالث: الإطار الميداني للدراسة
	المبحث الأول: عرض وتحليل البيانات الميدانية ونتائج الدراسة
80	المطلب الأول: تحليل بيانات الدراسة الميدانية
99	المطلب الثاني: النتائج العامة للدراسة الميدانية
102	المطلب الثالث: مناقشة الفرضيات في ضوء النتائج
104	الخاتمة
106	قائمة المصادر والمراجع
	الملاحق

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	يوضح توزيع المبحوثين حسب النوع.	80
02	يوضح توزيع المبحوثين حسب السن.	81
03	يوضح توزيع المبحوثين حسب التخصص.	82
04	يمثل معدل استخدام الطلبة الجامعيين لوسيلة التلفزيون.	83
05	يوضح توزيع المبحوثين بناء على اتجاهاتهم في استخدام التلفزيون.	84
06	يوضح توزيع المبحوثين حسب دوافع استخدام التلفزيون.	85
07	يوضح توزيع المبحوثين حسب توجههم الى التلفزيون للحصول على المعلومات.	87
08	يوضح توزيع المبحوثين حسب درجة الاعتماد على التلفزيون أثناء الأزمات.	88
09	يمثل أهم القنوات التلفزيون المحلية التي يتابعها الطلبة أثناء الأزمات.	89
10	يمثل أهم القنوات العربية والأجنبية التي يتابعها الطلبة أثناء الأزمات.	90
11	يمثل نسبة اعتماد الطلبة الجامعيين على الوسيلة الواحدة أثناء الأزمات.	91
12	يمثل نوعية الأخبار التي يتابعها الطلبة في التلفزيون.	92
13	يمثل التأثيرات المعرفية التي تحدث للطلبة أثناء الأزمات.	93
14	يمثل التأثيرات الوجدانية التي تحدث لمشاهدي التلفزيون أثناء الأزمات.	95
15	يمثل التأثيرات السلوكية التي تحدث لمشاهدي التلفزيون عينة الدراسة أثناء الأزمات.	97
16	يمثل اقتراحات الطلبة لكيفية تعامل التلفزيون مع الأزمات.	98

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
34	نموذج نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام.	01
68	يمثل أسباب نشوء الأزمة.	02
80	توزيع المبحوثين حسب النوع.	03
81	يمثل توزيع المبحوثين حسب السن.	04
82	يمثل توزيع المبحوثين حسب التخصص.	05
83	مدى الاستخدام اليومي لوسيلة التلفزيون.	06
87	توزيع المبحوثين حسب اتجاههم الى التلفزيون على المعلومات.	07
88	توزيع المبحوثين حسب درجة الاعتماد على التلفزيون أثناء الأزمات.	08



مقدمة



تعتبر وسائل الإعلام والاتصال من أهم وسائل الاتصال الحديثة التي تسيطر على الأفراد والجماعات والدول في جميع أنحاء العالم في عصرنا الحالي، وذلك لما تتميز به من مميزات لا تتوفر في الوسائل الأخرى خاصة في ظل التطور السريع والمتنامي للتكنولوجيا الحديثة ويعتبر التلفزيون من أهم هذه الوسائل، وذلك لما يتميز به من قدرة كبيرة على جذب الجمهور بمختلف فروقاته الكبيرة والصغيرة حول شاشته إذ يمتاز بمجموعة من الخصائص التقنية توفر له تقديم المعارف والمعلومات وكذا جميع البرامج والأخبار، إضافة إلى لغته التعبيرية له وتنوع وتكامل عناصر التجسيد الفني لمادته وبساطة بنيتها ومضمونها وكذا شكلها، وسهولة التعرض إليها وكذلك مقدرته على جلب الانتباه وخلق الإحساس بالمشاركة، فالتلفزيون كوسيلة إعلامية له دور بارز وكذا الدور الإعلامي الذي يلعبه، خاصة في الأوقات التي تحدث فيها الأزمات بمختلف أنواعها نجده حاضرا في كل مكان لأنه يرصد الأحداث وكذا الأخبار ويجعلها واضحة للجميع، وعلى هذا فان أخبار هذه الأزمات نجدها تستقطب جميع الفئات العمرية، وبما أن بعض المجتمعات تواجه العديد من الكوارث والأزمات على المستويين الداخلي والخارجي، تثير مخاوف الناس وقلقهم وقد تهدد حياتهم ومستقبلهم وعلى هذا نجد التلفزيون أصبح نشط بشكل ملحوظ في تغطية هذه الأحداث أولا بأول وتشير الدراسات والبحوث إلى أنه في أوقات الأزمات والكوارث يتزايد اعتماد الجمهور على الإعلام ليمده بالمعلومات عما يحدث في الواقع المحيط به، وعن آليات وسبل التعامل مع الأزمة، وليساعده في بناء تصور يفسر به الأزمة ويكون له موقف إزاءها.

ولأهمية دور الإعلام في الأزمات تم تطوير بحوث الإعلام والاتصال وكذا العلاقات العامة، التي تركز على دور الإعلام في التحذير من الأزمات واحتواء الآثار السلبية لها، وتوفير البيانات والمعلومات للجمهور بالإضافة إلى تطوير قدرة المنظمات الإعلامية على إنتاج ونشر الرسائل الإعلامية بسرعة وبطريقة واضحة ومؤثرة.

وتمثل وسائل الإعلام وعلى رأسها التلفزيون مصدرا رئيسيا يستقي منه الجمهور معلوماته عما يدور حوله من أحداث وقضايا ويتابع الجمهور تطورات الأزمات من خلال ما تقدمه وسائل الإعلام له ولمعالجة هذا الموضوع اعتمدنا على الخطة التالية والمكونة من الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة، والذي تم فيه طرح الإشكالية وتساؤلات الدراسة وكذا أسباب اختيار الموضوع ثم التطرق إلى أهمية وأهداف الدراسة، ثم التعرض للدراسات السابقة ومن ثمة تطرقنا إلى تعريف بعض المفاهيم المهمة في الدراسة، وبعدها عرجنا على أهم أدوات الدراسة ومجتمع الدراسة وعينتها وفي الأخير تعرضنا لمجالات الدراسة.

أما الإطار النظري فقسمناه إلى مبحثين، حيث تم في المبحث الأول استعراض لماهية التلفزيون تعريف التلفزيون من نشأته ومراحل تطوره ووظائفه وخصائصه، وكذلك أهميته ومميزاته وعيوبه.

أما المبحث الثاني فاشتمل على الأزمات تناولنا فيه الأزمة وكذا أسباب ومراحل الأزمة ثم أنواع الأزمة ومن ثم معرفة دور استراتيجيات الأزمة ودور الإعلام في مواجهة الأزمة. وفي الأخير يأتي الإطار التطبيقي حيث جاء فيه تفريغ البيانات وتحليلها، ثم تعرفنا على النتائج العامة للدراسة ثم مناقشة الفرضيات في ضوء النتائج وأخيرا خاتمة للدراسة.



الفصل الأول: الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة:

المبحث الأول: مشكلة الدراسة.

المطلب الأول: تحديد إشكالية الدراسة وتساؤلاتها.

المطلب الثاني: فرضيات الدراسة.

المطلب الثالث: أهداف الدراسة.

المطلب الرابع: أهمية الدراسة وأسباب اختيار الموضوع.

المطلب الخامس: الدراسات السابقة.

المطلب السادس: تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة.

المبحث الثاني: الخلفية النظرية للدراسة.

المطلب الأول: تعريف نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

المطلب الثاني: نشأة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

المطلب الثالث: الافتراضات التي تقوم عليها نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

المطلب الرابع: الركائز التي تقوم عليها نظرية وسائل الإعلام.

المطلب الخامس: علاقة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بموضوع الدراسة.

المبحث الثالث: الإجراءات المنهجية للدراسة.

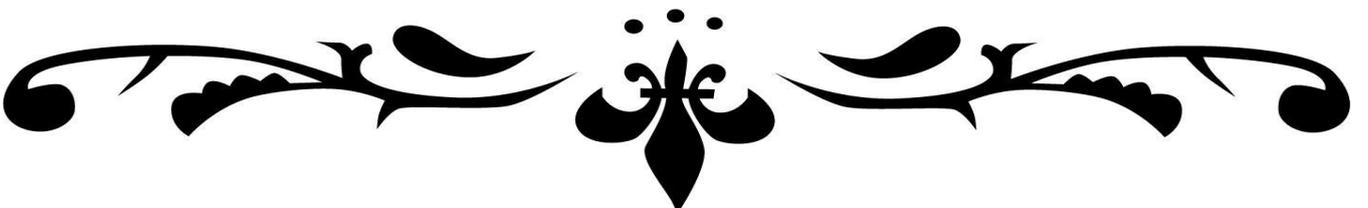
المطلب الأول: مجالات الدراسة.

المطلب الثاني: نوع الدراسة.

المطلب الثالث: مجتمع الدراسة العينة ومواصفاتها.

المطلب الرابع: منهج الدراسة.

المطلب الخامس: أدوات جمع البيانات.



### الفصل الأول: الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة:

#### المبحث الأول: مشكلة الدراسة.

المطلب الأول: تحديد إشكالية الدراسة وتساؤلاتها.

تعتمد قطاعات واسعة من الأمم والشعوب على وسائل الإعلام المختلفة سواء بهدف الحصول على المعلومات أو لمتابعة آخر التطورات والأحداث الجارية سواء على الصعيد السياسي أو غيره من الأصعدة، وذلك بهدف بلورة الأفكار والآراء تجاه القضايا والأحداث المختلفة.

ولقد زاد اعتماد جمهور الطلبة الجامعيين بشكل عام على التلفزيون خاصة أثناء الأزمات والمحن والحروب، وذلك بغرض الحصول على المعلومات والأخبار والتفسيرات والتحليلات للأحداث الجارية، وهذه الزيادة متوقعة طبقا لفرضية نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تلك الفرضية القائلة: "أنه كلما زادت التغيرات والأزمات في المجتمع كلما زادت حاجة المجتمع وأفراده للحصول على المعلومات ومتابعة الأخبار الجارية سواء على الصعيد المحلي أو الإقليمي أو الدولي ومعرفة تفاصيلها فور وقوعها، الأمر الذي يدفع بالطلبة الجامعيين الى اللجوء للتلفزيون والاعتماد عليه بهدف مواكبة الأحداث والتطورات الجارية"، وبالتالي زيادة نسبة المعرفة بطبيعة الأحداث ومعرفة مزيد من الأخبار والمعلومات. ويأتي التلفزيون في مقدمة وسائل الإعلام المعتمد عليها من قبل العديد من شرائح الشعب، وذلك نظرا لاعتباره من أهم وسائل الإعلام وأكثرها انتشارا ومتابعة من قبل الجمهور، حيث سجل نجاحا ملحوظا بالوصول إلى مختلف الشرائح ودخوله أغلب البيوت وأماكن العمل الأمر الذي جعل الاعتماد عليه أكثر من الاعتماد على غيره من وسائل الإعلام الأخرى نتيجة لما يتمتع به من أبعاد مختلفة ومميزات تفوق أي وسيلة إعلامية أخرى فهو مزيج لما يقدم في المسرح والسينما والإذاعة، كما يعمل على تجسيد الهوية وتوعية الجماهير وتفتحها على العالم الخارجي، كل هذا جعله يحتل مكانة الصدارة بين وسائل الإعلام المختلفة ومع ازدياد الأحداث السياسية والميدانية والعسكرية فان دور وسائل الإعلام

## الفصل الأول: الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة

بشكل عام والتلفزيون على وجه التحديد يزداد ويتعاضد في تغطية الأحداث المتسارعة، وعلى هذا فان جمهور الطلبة يعتمد على وسائل الإعلام لتزويده بالمعلومات التي تلبى حاجاته وتساعد في تحقيق هذه الاحتياجات.

وهنا نجد أن الأفراد واستخدامهم لوسائل الإعلام لا يتم بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي الذي نعيش بداخله نحن ووسائل الإعلام، والطريقة التي نستخدم بها وسائل الاتصال وتفاعل بها مع تلك الوسائل، تتأثر بما نتعلمه من المجتمع وما تعلمناه من وسائل الاتصال، وأي رسائل نتلقاها قد يكون لها نتائج مختلفة اعتمادا على خبراتنا السابقة عن الموضوع وكذلك تأثيرات الظروف الاجتماعية المحيطة.

وعلى هذا وحسب نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تقوم على علاقة اعتمادية بحيث تكون هذه العلاقة بين منظومة وسائل الإعلام بشكل إجمالي مع أحد أجزائها مثل: التلفزيون أو الإذاعة أو الصحافة. جاءت هذه الدراسة لتسلط الضوء على اعتماد جمهور الطلبة الجامعيين على مضامين القنوات الفضائية أثناء الأزمات، حيث سعينا من خلال هذه الدراسة للتعرف على استخدام جمهور الطلبة الجامعيين للتلفزيون، بالإضافة إلى السعي لمعرفة الآثار المعرفية والوجدانية وكذلك السلوكية المترتبة على اعتماد الطلبة الجامعيين على التلفزيون وعلى هذا نطرح الإشكال التالي:

- ما مدى اعتماد جمهور الطلبة الجامعيين سنة أولى ماستر الاتصال التنظيمي و السمععي البصري - تبسة - على القنوات الفضائية أثناء الأزمات؟.

ومن خلال تفكيك إشكالية الدراسة استخرجنا مجموعة من التساؤلات الفرعية التي حصرناها فيما يلي:

1/ ما هي درجة اعتماد الطلبة الجامعيين سنة أولى ماستر اتصال تنظيمي و السمععي البصري - تبسة - على القنوات الفضائية أثناء الأزمات؟.

2/ ما مدى استخدام جمهور الطلبة الجامعيين للقنوات الفضائية أثناء الأزمات؟.

3/ ما هي دوافع اعتماد جمهور الطلبة الجامعيين على الوسيلة الواحدة أثناء الأزمات؟.

## الفصل الأول: الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة

4/ ما هي نتائج الآثار المترتبة على اعتماد جمهور الطلبة الجامعيين على القنوات الفضائية أثناء الأزمات؟.

### المطلب الثاني: فرضيات الدراسة:

تعتبر الفرضيات في البحث العلمي الإجابة المؤقتة عن تساؤلات الدراسة المطروحة في إشكالية البحث فحينما ينتهي الباحث من انجاز بحثه يثبت صحة فرضياته من عدمها، وبناء على التساؤلات التي قمنا بطرحها سابقا يمكن وضع الفرضيات التالية:

- الفرضية الأولى: كلما زاد الشعور بالقلق اتجاه الأزمات وسبل إيجاد الحلول لها كلما زادت درجة الاعتماد على القنوات الفضائية.

- الفرضية الثانية: تسيطر الآثار المعرفية على جمهور الطلبة الجامعيين سنة أولى ماستر اتصال تنظيمي والسمعي البصري - تبسة- أثناء الأزمات مقارنة ببقية الآثار الأخرى.

### المطلب الثالث: أهداف الدراسة:

من خلال هذه الدراسة والتي جاءت لغرض دراسة اعتماد جمهور الطلبة الجامعيين على مضامين

القنوات الفضائية أثناء الأزمات نسعى لتحقيق مجموعة من الأهداف والتي نحصرها فيما يلي:

1/ التعرف على استخدام جمهور الطلبة الجامعيين للقنوات الفضائية أثناء الأزمات.

2/ معرفة الدرجة التي تتمتع بها القنوات الفضائية أثناء الأزمات كمصدر للمعلومات لدى أفراد العينة.

3/ الكشف عن الدوافع وراء اعتماد جمهور الطلبة الجامعيين على القنوات الفضائية أثناء الأزمات.

4/ الكشف عن الآثار المترتبة على اعتماد جمهور الطلبة الجامعيين على القنوات الفضائية أثناء الأزمات.

المطلب الرابع: أهمية الدراسة وأسباب اختيار الموضوع:

1/ أهمية الدراسة: تتجلى أهمية الدراسة في عدة جوانب وهي:

تكتسب هذه الدراسة أهميتها من أهمية الموضوع الذي تستكشفه وهو اعتماد جمهور الطلبة الجامعيين على القنوات الفضائية أثناء الأزمات ومدى رضا الجمهور في معرفة هذه الأزمة عبر القنوات الفضائية.

- تكمن أهمية الدراسة في أنها زاد معرفي جديد للبحوث الأكاديمية.

- كما تستمد هذه الدراسة أهميتها من جانب اهتمامها بدراسات الجمهور في الجزائر وخاصة أنها تعرضت إلى جمهور القنوات الفضائية وهو نادرا ما تعرضت إليه دراسات الجمهور في الجزائر.

- نرى أن هذه الدراسة تساهم في التعرف على طبيعة الدور الذي تلعبه وسائل الإعلام والتلفزيون خصوصا أثناء حدوث الأزمات.

- كما تستمد أهميتها من الدور المتزايد للقنوات الفضائية وما أحدثته من نقلة نوعية في عالم الإعلام والاتصال.

- الدراسة سوف تستثير الباحثين وتفتح أمامهم الآفاق نحو مزيد من الدراسات العلمية حول القنوات الفضائية وكيفية تطويرها والاستفادة القصوى منها.

### 2/ أسباب اختيار الموضوع:

إن أسباب اختيار موضوع البحث وتحديد اشكاليته يكون نتيجة لمجموعة من الأسباب ولقد كانت أسبابنا مقسمة إلى أسباب شخصية وأسباب موضوعية والتي نلخصها فيما يلي:

#### أ/ الأسباب الشخصية:

- الميل الشخصي للقنوات الفضائية.
- الاهتمام هو أحد الأسباب التي دفعتنا إلى محاولة معرفة اعتماد جمهور الطلبة الجامعيين على مضامين القنوات الفضائية أثناء الأزمات وهذا من خلال تسليط الضوء على معرفة الآثار المترتبة على اعتماد جمهور الطلبة الجامعيين على التلفزيون أثناء الأزمات.
- صلة موضوع البحث بتخصصنا.
- قربنا من مجال الدراسة مما سهل علينا الدراسة وكذا التعامل مع مجتمع الدراسة.

#### ب/ أسباب موضوعية:

- الرغبة في إثراء وتدعيم دراسات الجمهور وتسليط الضوء على جمهور الطلبة الجامعيين للقنوات الفضائية والتي بقيت الدراسات المتعلقة به شبه نادرة والتي لم تتل حضاها من البحوث والدراسات الإعلامية خاصة مع ظهور الوسائل الإعلامية والاتصالية المتطورة من جهة ومن جهة أخرى التطورات التكنولوجية التي لحقت بالإعلام الفضائي.
- خصوصية القنوات الفضائية كوسيلة إعلامية والتي رغم ظهور العديد من الوسائل الإعلامية استطاعت التكيف والتأقلم مع هذه التطورات التكنولوجية ولهذا رأينا ضرورة محاولة الكشف عن واقع هذه القنوات.
- قياس المدى في اعتماد جمهور المشاهدين على وسائل الاتصال الجماهيري أثناء الأزمات.
- محاولة الوصول إلى نتائج جيدة.

### المطلب الخامس: الدراسات السابقة:

من المعلوم أن البحوث العلمية والدراسات السابقة تبقى إحدى أهم المصادر التي يلجأ إليها الباحثون للتعرف أكثر على المشكلات البحثية وتكوين فكرة أعمق حول موضوع البحث والدراسة، وفي ضوء مسح التراث العلمي للدراسات والأبحاث السابقة فقد قمنا بالاطلاع والاستفادة من تلك الأبحاث والدراسات التي تمكن من الوصول للعديد منها والتي عالجت قضايا مختلفة ذات صلة بموضوع الدراسة، وللإفادة من الدراسات والأبحاث السابقة والاسترشاد بها فقد قمنا باختيار أهم تلك الدراسات وأكثرها قرباً للدراسة وهي كالتالي:

### الدراسة الأولى:

جاءت الدراسة تحت عنوان تغطية القنوات الفضائية الكويتية لانتخابات مجلس الأمة الكويتي الرابع عشر، رسالة ماجستير في علوم الإعلام من إعداد الباحث سعود نايف الحجر 2012-2013 كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، حاول الباحث من خلال هذه الدراسة دراسة تغطية القنوات الفضائية الكويتية لانتخابات مجلس الأمة لمعرفة مجريات هذه الانتخابات وتحدد الإشكالية كما يلي:

### 1/ إشكالية الدراسة:

تتمثل مشكلة هذه الدراسة في التعرف على طبيعة التغطيات الإعلامية التلفزيونية لعملية الانتخابات من حيث التنافسية والموضوعية والشمولية والتنوع وغير ذلك من عناصر التغطية وبدءاً من مرحلة التحضير للانتخابات مروراً بمرحلة الدعاية الانتخابية وحتى الإعلان عن النتائج وذلك من وجهة نظر أو تقدير العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي ومعرفة مدى رضا هذه الشريحة المهنية عن تلك التغطيات.

السؤال الرئيسي للدراسة هو: ما تقييم العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي لطبيعة تغطية الفضائيات الكويتية لانتخابات مجلس الأمة الكويتي الرابع عشر؟.

## الفصل الأول: الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة

ويتفرغ السؤال الرئيسي إلى أسئلة فرعية كما يلي:

- ما تقييم العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي لمستوى المهنية في تغطيات التلفزيون الحكومي الكويتي لانتخابات مجلس الأمة الرابع عشر (2012)؟.

- ما تقييم العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي لمستوى المهنية في تغطيات الفضائيات الكويتية الخاصة لانتخابات مجلس الأمة الرابع عشر (2012)؟.

- كيف انعكس التنافس بين المرشحين في الدعاية الانتخابية على طبيعة التغطيات الإعلامية للقنوات الفضائية الكويتية الخاصة من وجهة نظر العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي؟.

- كيف انعكس التنافس بين المرشحين في الدعاية الانتخابية على أداء القنوات الفضائية الكويتية الخاصة في علاقتها بالمشاهدين من وجهة نظر العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي؟.

- ما تقييم العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي لمدى التزام محطات التلفزيون الحكومي الكويتي والفضائيات الكويتية الخاصة بقواعد الدعاية الانتخابية وأغراضها المعمول بها قبل بداية الدعاية الحكومية وخلالها إلى حين الإعلان عنها؟.

- ما مستوى الرضا لدى العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي عن مستوى جودة تغطية القنوات التلفزيونية الحكومية الكويتية والفضائيات الكويتية الخاصة لعملية الانتخابات لمجلس الأمة الرابع عشر؟.

### 2/ فرضيات الدراسة:

- هل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في تقييم الإعلاميين للمستوى المهني لأداء القنوات التلفزيونية الكويتية تبعا لعدد من المتغيرات الديمقراطية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي).

- هل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في تقييم الإعلاميين للمستوى المهني لأداء القنوات التلفزيونية الكويتية تبعا لمعدل مشاهدة القنوات التلفزيونية.

## الفصل الأول: الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة

- هل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في تقييم الإعلاميين للمستوى المهني لأداء القنوات التلفزيونية الكويتية تبعا لنوع المؤسسة الإعلامية التي يعمل بها الإعلاميين.
- هل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في رضا الإعلاميين الكويتيين نحو أداء القنوات التلفزيونية الكويتية تبعا لعدد من المتغيرات الديموقراطية (الجنس، العمر، المستوى التعليمي).
- هل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوي الدلالة (0.05) في رضا الإعلاميين الكويتيين نحو أداء القنوات التلفزيونية الكويتية تبعا لمعدل مشاهدة القنوات التلفزيونية.
- هل يوجد فروق ذات دلالة إحصائية عند مستوى الدلالة (0.05) في رضا الإعلاميين الكويتيين نحو أداء القنوات التلفزيونية الكويتية تبعا لنوع المؤسسة الإعلامية التي يعمل بها الإعلاميون.

### 3/ أهداف الدراسة: هدف الباحث من خلال هذه الدراسة إلى:

- التعرف على طبيعة دور الفضائيات الكويتية في تغطية الانتخابات ومدى موضوعية وشمولية ونزاهة هذه التغطيات من وجهة نظر العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي.
- التعرف إلى مدى إسهام الفضائيات الكويتية في الحياة السياسية الكويتية.
- التعرف إلى مدى رضا العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي عن التغطيات التي قامت بها القنوات الفضائية لانتخابات مجلس الأمة الأخير (الرابع عشر)، ومن أجل الوصول إلى هذه الأهداف استخدم الباحث في دراسته على الاستمارة والتي احتوت على مجموعة من الأسئلة التي استهدفت عينة عشوائية بسيطة تقدر بـ (380) مفردة من خلالها تم التعرف على كيفية تغطية القنوات الفضائية الكويتية لانتخابات مجلس الأمة.

## الفصل الأول: الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة

4/ مجتمع الدراسة: يتمثل مجتمع الدراسة في كافة العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي المسجلين لدى جمعية الصحفيين الكويتية، ويبلغ عدد هؤلاء (2134) عضوا تقريبا (جمعية الصحفيين الكويتية 2012).

5/ عينة الدراسة: لتحقيق أهداف الدراسة والحصول على نتائج يمكن تعميمها على العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي تم اختيار عينة عشوائية بسيطة تمثل الصحفيين بنسبة (19%) تقريبا من مجتمع الدراسة.

والمقصود بالطريقة العشوائية في اختيار أفراد العينة هو أن نتاح لكل فرد من أفراد المجتمع فرصة متساوية لكي يتم اختياره في العينة وتم تقدير عدد مفردات العينة بـ (380) وفق نسبة (19%) وأضاف إليه الباحث عدد (40) استبانته من باب الاحتياط، نظرا لأن عددا لا بأس به من الاستبيانات لا يجري استرجاعها كما أشار عدد من المحكمين والمجربين وقد قام الباحث بتوزيع (400) نسخة من الاستبانة بالطريقة العشوائية على أعضاء جمعية الصحفيين الكويتيين لأن هؤلاء يعملون في المؤسسات الإعلامية، وقليل ما يتواجدون في مقر الجمعية فقد قرر الباحث توزيع الاستبيانات على عدد من المؤسسات الإعلامية، بحيث شملت الصحف الورقية والإذاعات وبعض القنوات التلفزيونية، وفي نهاية المطاف استعاد الباحث (367) استبانة وقام المحلل الإحصائي باستبعاد (7) منها لأنها غير صالحة للتحليل وبذلك انتهت العينة التي خضعت للتحليل الإحصائي (360) استبانة.

6/ أداة الدراسة: الاستبانة هي أداة جمع بيانات الدراسة وتتكون الاستبانة من عدد من المحاور والأسئلة والفقرات.

7/ منهج الدراسة: تعتمد هذه الدراسة على المنهج الوصفي حيث أنه سيكون المسح هو أسلوب الدراسة، إذ قام الباحث بمسح البيانات والمعلومات التي تعد معلومات تقديرية من وجهة نظر العاملين في الوسط الإعلامي الكويتي.

## الفصل الأول: الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة

8/ نتائج الدراسة: لقد توصلت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

- إن نسب مشاهدة القنوات الفضائية الكويتية الحكومية والخاصة كانت ضعيفة نوعا ما إذ أن نصف أفراد العينة تماما كانوا لا يشاهدون تلك القنوات أو أن مشاهدتهم كانت بمعدل أقل من ساعة يوميا.
- إن نسبة متابعة انتخابات مجلس الأمة الكويتي من قبل أفراد عينة الدراسة كانت كبيرة أو كبيرة جدا، إذ تبين أن نحو أكثر من ثلثي أفراد العينة (62%) تقريبا كانوا يتابعونها متابعة متوسطة أو متابعة كبيرة أو كبيرة جدا.
- إن الفقرات التي تنص على أن السرعة والفورية والشمولية حازت على المرتبتين الأولى والثانية على التوالي، بينما تأخرت الفقرات التي تنص على المهنية الصحفية والموضوعية إلى آخر قائمة رتب مستوى المهنية في تغطية الفضائيات الكويتية الخاصة.

9/ النقد والتعقيب على هذه النظرية:

- أوجه الاختلاف والاتفاق من حيث المنهج المستخدم: اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي وبالرجوع إلى الدراسات السابقة نجدها قد استخدمت نفس المنهج.
- أوجه الاختلاف والاتفاق من حيث النظرية المستخدمة: استخدمنا نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، وقد اختلفت الدراسة من حيث النظرية المستخدمة مع الدراسات السابقة التالية: دراسة سعود نايف الحجرف والتي اعتمد على نظرية المسؤولية الاجتماعية نظرية التأثير المحدود.
- أوجه الاختلاف والاتفاق من حيث أداة الدراسة: استخدمنا في دراستنا أداة الاستبانة لجمع البيانات من مجتمع الدراسة ونجد الدراسة السابقة لسعود نايف الحجرف التي اعتمد على جمع البيانات هو كذلك على الاستبانة.

### 10/ أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة:

بعدما اطلعنا على الدراسات السابقة يمكن تلخيص أوجه الاستفادة منها على النحو التالي:

- الاطلاع الجيد على الأسلوب والمناهج المستخدمة أدى بنا للوصول إلى تصور جيد حول موضوع الدراسة.

- ساعدتنا هذه الدراسة في إرشادنا إلى استخدام الإجراءات المنهجية المناسبة.

- كما استفدنا منها في تحديد مفهوم القنوات الفضائية.

- تم الاستفادة من المراجع والمصادر العلمية التي اعتمدت عليها.

### الدراسة الثانية:

لماجد أحمد أبو مراد الموسومة بـ اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على الصحافة الالكترونية أثناء الأزمات، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير أجريت بقسم الصحافة والإعلام بالجامعة الإسلامية بغزة، 2016.

### 1/ إشكالية الدراسة:

وتكمن مشكلة الدراسة في معرفة اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على الصحافة الالكترونية أثناء الأزمات التي عانت منها الساحة الفلسطينية خلال الحد الزمني للدراسة، والدوافع المختلفة لهذه المتابعة، ومعرفة مدى تأثير الصحافة الالكترونية على الأفكار والتوجهات والآراء الفكرية والسياسية لأفراد النخبة. والسؤال المركزي تمحور حول: ما اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على الصحافة الالكترونية أثناء الأزمات؟.

ويتفرع عنه التساؤلات الفرعية التالية:

- ما استخدام أفراد العينة للصحافة الالكترونية؟

## الفصل الأول: الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة

- هل يعتمد أفراد النخب على الصحافة الالكترونية أثناء الأزمات فقط أم يمتد اعتمادهم عليها قبل وبعد وأثناء الأزمات؟

- ما أهم مواقع الصحافة الالكترونية التي تلجأ إليها النخبة السياسية الفلسطينية في الأزمات؟

- إلى أي حد تعتمد النخبة السياسية الفلسطينية على الصحافة الالكترونية في الأزمات؟

- ما الدوافع الكامنة وراء اعتماد أفراد النخبة على الصحافة الالكترونية لدى حدوث الأزمات؟

- ما درجة الثقة التي تتمتع بها الصحافة الالكترونية كمصدر للمعلومات لدى أفراد العينة؟

- ما تأثير الصحافة الالكترونية في أفكار وتوجهات وآراء مجتمع الدراسة؟

- هل تؤثر الصحافة الالكترونية على القرارات التي يتخذها أفراد النخبة أثناء الأزمات؟

- ما هي أهم الاقتراحات التي يمكن أن يعتقد أفراد النخب أنها تسهم في تطوير وإنجاح الصحافة الالكترونية؟

- إلى أي درجة تعتمد النخبة السياسية الفلسطينية على الصحافة الالكترونية كمصدر للمعلومات أثناء الأزمات؟

### 2/ فرضيات الدراسة:

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد على الصحافة الالكترونية ونسبة المعرفة لدى المبحوثين أثناء الأزمات.

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد على الصحافة الالكترونية ودرجة الثقة التي تتمتع بها كمصدر للمعلومات أثناء الأزمات.

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد على الصحافة الالكترونية ودرجة التأثير على القرارات أثناء الأزمات.

## الفصل الأول: الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة

- توجد علاقة ارتباطية ذات دلالة إحصائية بين درجة الاعتماد على الصحافة الالكترونية وزيادة الشعور بالقلق تجاه الأزمات وسبل إيجاد الحلول المناسبة لها.

- توجد فروق ذات دلالة إحصائية في مدى درجة التأثيرات الناتجة عن اعتماد المبحوثين على الصحافة الالكترونية تبعا للمتغيرات الديمغرافية للمبحوثين ( النوع، السكن، التأيد السياسي، المؤهل العلمي، العمر).

### 3/ أهداف الدراسة:

سعت الدراسة لتحقيق الأهداف التالية:

- التعرف على مدى استخدام أفراد العينة للصحافة الالكترونية.
- معرفة مدى اعتماد أفراد النخبة محل الدراسة على الصحافة الالكترونية أثناء الأزمات.
- رصد أهم مواقع الصحافة الالكترونية التي تلجأ إليها النخبة الفلسطينية أثناء الأزمات.
- الكشف عن الدوافع الكامنة وراء اعتماد أفراد النخبة المقصودة على الصحافة الالكترونية.
- معرفة درجة الثقة التي تتمتع بها الصحافة الالكترونية كمصدر للمعلومات لدى أفراد العينة.
- معرفة تأثير الصحافة الالكترونية على الآثار المعرفية للنخبة الفلسطينية؟
- معرفة الآثار الوجدانية لدى النخبة السياسية الفلسطينية جراء الاعتماد على الصحافة الالكترونية.
- معرفة الآثار السلوكية لدى النخبة السياسية الفلسطينية جراء الاعتماد على الصحافة الالكترونية وخاصة أثناء الأزمات.
- الكشف عن أثر الصحافة الالكترونية على قرارات النخبة الفلسطينية وخاصة القرارات المتعلقة بالأزمات.
- الوقوف على أهم الاقتراحات التي تقدمها النخبة لصالح الصحافة الالكترونية.

### 4/ نوع الدراسة :

نوع هذه الدراسة التي اعتمد عليها الباحث هي من البحوث الوصفية، التي تستهدف تصوير وتحليل وتقويم خصائص مجموعة معينة أو موقف معين يغلب عليه صفة التحديد.

### 5/ مجتمع الدراسة:

وتمثل مجتمع الدراسة في النخبة السياسية الفلسطينية التي تعتبر أحد أهم مكونات المجتمع الفلسطيني والمتمثلة في نواب المجلس التشريعي الفلسطيني الحاليين والسابقين والوزراء الحاليين والسابقين وقادة المنظمات والفصائل والقوى الفلسطينية بما في ذلك ممثليها ومندوبيها في لجنة المتابعة الوطنية، وكذلك لجنة العلاقات الوطنية التي تضم ممثلين عن معظم الفصائل، ولجنة وفصائل المقاومة التي تجمع ممثلين لمعظم الفصائل الفلسطينية المؤمنة بالعمل المقاوم، وأعضاء اللجان السياسية في الفصائل والحركات والمحللين السياسيين والكتاب في الصحف الفلسطينية اليومية والأسبوعية، بالإضافة لقادة الرأي وأساتذة العلوم السياسية في كافة الجامعات الفلسطينية في محافظات قطاع غزة، بالإضافة للسفراء والقناصل سواء الحاليين أو السابقين المتواجدين في قطاع غزة والذين استطاع الباحث الوصول إليهم.

### 6/ عينة الدراسة:

لقد اختار الباحث في دراسته العينة العشوائية نظرا لأنها الأنسب لطبيعة عينة الدراسة.

### 7/ أدوات الدراسة:

اعتمد الباحث في دراسته على أدوات الاستبانة والمقابلة.

- صحيفة الاستقصاء: وقد اعتمد الباحث على صحيفة الاستقصاء والتي تم تطبيقها على عينة من النخبة السياسية الفلسطينية لمعرفة مدى اعتمادهم على الصحافة الإلكترونية وقت الأزمات.

- المقابلة الشخصية: ولقد قام الباحث باعتماد المقابلة المقننة مع عدة شخصيات من النخبة السياسية الفلسطينية، وذلك بهدف التعرف على مدى اعتمادهم على الصحافة الإلكترونية وقت الأزمات وللوقوف

## الفصل الأول: الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة

على نظرتهم وأرائهم فيما يتعلق بدور الصحافة الالكترونية وقت الأزمات، ومعرفة السلبيات والايجابيات التي تمتعت بها الصحافة الالكترونية من وجهة نظرهم، وكذلك الوقوف على أنواع الأزمات التي تعرضت لها محافظات قطاع غزة أثناء الفترة الزمنية للدراسة، كما قام الباحث بمناقشة نتائج الدراسة مع أفراد النخبة السياسية الذين أجرى معهم المقابلات الشخصية.

### 8/ منهج الدراسة:

اعتمد الباحث في هذه الدراسة على منهج المسح وفي إطار هذا المنهج اعتمدت الدراسة على أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام بهدف التعرف على مدى اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على الصحافة الالكترونية وقت الأزمات.

### 9/ نتائج الدراسة:

- أوضحت الدراسة أن ما نسبته (87%) من المبحوثين كانوا من الذكور مقابل (13%) من الإناث.
- أظهرت الدراسة أن نسبة المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم بين (18 - 30) بلغت (11,6%) بينما نسبة الواقعة أعمارهم بين (31 - 40 سنة) فقد بلغت نسبتهم (22,7%)، في حين أن ما نسبته (29,5%) كانوا ممن تتراوح أعمارهم بين (41 - 50 سنة)، أما من تقع أعمارهم بين (51 - 60 سنة) فقد بلغت نسبتهم (27%)، في حين من زادت أعمارهم من المبحوثين عن (61 سنة) فأكثر فكانت نسبتهم (9,2%).
- بينت الدراسة أن ما نسبته (6,8%) من المبحوثين يحملون شهادات علمية أقل من بكالوريوس وأن (40,6%) حاصلين على درجة البكالوريوس، وما نسبتهم (33,8%) هم من حملة شهادة الماجستير مقابل (18,8%) يحملون شهادة الدكتوراه.
- أشارت الدراسة إلى أن ما نسبته (49,3%) من المبحوثين هم من سكان محافظة غزة وما نسبتهم (23,2%) من سكان محافظة شمال غزة، في حين بلغت نسبة سكان محافظة الوسطى (7,7%) وما

## الفصل الأول: الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة

نسبتهم (13%) كانوا من سكان محافظة خان يونس، بينما سكان محافظة رفح من بين العينة المبحوثة فقد كانت نسبتهم (6,8%).

- بينت الدراسة أن (28,9%) من المبحوثين كانوا من الأكاديميين وما نسبتهم (5,5%) هم من الوزراء الحاليين والسابقين وما نسبتهم (7,8%) هم نواب المجلس التشريعي الحاليين والسابقين، في حين كانت نسبة المحللين السياسيين (19,9%)، وأخيرا (37,9%) من المبحوثين كانوا قيادات في القوى والفصائل الوطنية والإسلامية.

- أظهرت الدراسة أن ما نسبته (63,8%) من المبحوثين يجيدون لغات أجنبية مع لغتهم الأم مقابل (36,2%) هم ممن لا يجيدون لغات أجنبية.

- كما أوضحت الدراسة أن ما نسبتهم (72%) من الذين يجيدون لغات أجنبية يجيدون اللغة الانجليزية، مقابل ما نسبتهم (21,2%) يجيدون اللغة العبرية، في حين أن الذين يجيدون لغات أخرى من لغتهم الأم مثل التركية والفرنسية والألمانية كانت نسبتهم (6,8%).

- بينت الدراسة أن ما نسبته (44,4%) من المبحوثين هم من مؤيدي حركة المقاومة الإسلامية حماس، بينما (17,4%) كانوا من مؤيدي حركة التحرير الوطني الفلسطيني فتح، و(4,8%) من مؤيدي حركة الجهاد الإسلامي، وما نسبته (9,2%) من مؤيدي الجبهة الشعبية لتحرير فلسطين، مقابل (5,3%) من مؤيدي الجبهة الديمقراطية، و(8,2%) كانوا من مؤيدي الفصائل الأخرى، وما نسبته (10,6%) هم من المستقلين غير المنتمين للحركات والفصائل الفلسطينية.

- أوضحت الدراسة أن ما نسبته (100%) من العينة المبحوثة تستخدم شبكة الانترنت، بمعنى أنه لا يوجد من أفراد العينة المبحوثة من لا يستخدم الشبكة.

## الفصل الأول: الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة

- أشارت الدراسة أن ما نسبته (39,1%) من المبحوثين كانوا يستخدمون الانترنت بدرجة عالية، بينما (39,9%) كانوا يستخدمون الانترنت بدرجة عالية جدا، مقابل (24,2%) هم من الذين يستخدمون الشبكة بدرجة متوسطة، و (8,4%) يستخدمونها بدرجة منخفضة.

- أوضحت الدراسة أن الأسباب التي تدفع المبحوثين لاستخدام شبكة الانترنت هو تمتع مواقع الصحافة الالكترونية بالفورية والتحديث المستمر وذلك بنسبة بلغت (70%).

- بينت الدراسة أن النسبة الكبرى من المبحوثين يعتمدون على الصحافة الالكترونية في ظل الأوقات الطبيعية بدرجة عالية بنسبة مئوية بلغت (45,9%) في حين بلغت نسبة من يعتمدون عليها بدرجة عالية جدا (23,9%).

- أشارت الدراسة إلى أكثر المبحوثين كانوا يتابعون ويستخدمون الصحافة الالكترونية بمعدل من ساعة إلى أقل من ساعتين وذلك بنسبة (53,3%)، يلي ذلك معدل الاستخدام من ساعتين إلى أقل من ثلاث ساعات بنسبة (23,2%).

- أكدت الدراسة أن نسبة (42,5%) من المبحوثين يعتمدون على الصحافة الالكترونية أثناء الأزمات بدرجة عالية، في حين أن نسبة (37,7%) يعتمدون عليها أثناء الأزمات أيضا بدرجة عالية جدا.

- حصلت وكالة (معا) الإخبارية على أعلى نسبة مطالعة واعتماد أثناء الأزمات من قبل المبحوثين بنسبة (70%) يليها موقع (دنيا الوطن) بنسبة (54,6%) وفي المرتبة الثالثة جاءت وكالة (سما) الإخبارية بنسبة (49,3%)، وحصلت في المرتبة الرابعة وكالة الصحافة الفلسطينية (صفا) بنسبة (44,9%).

- أما على صعيد مواقع الصحافة الالكترونية العربية والأجنبية فقد حصلت (الجزيرة نت) على أعلى نسبة متابعة ومطالعة واعتماد من قبل المبحوثين بنسبة بلغت (75,2%)، يلي (بي بي سي) عربي بنسبة (31,1%) ثم موقع صحيفة القدس العربي بنسبة (28,6%).

## الفصل الأول: الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة

- أفادت الدراسة أن نسبة (52,2%) من المبحوثين يعتبرون أن تعرضهم للصحافة الالكترونية يزيد المعرفة لديهم بدرجة عالية، ونسبة (29,5%) منهم اعتبروا أنها تزيد المعرفة لديهم بدرجة متوسطة.
- أكدت الدراسة أن (49,8%) من المبحوثين يعتبرون أن الصحافة الالكترونية تتمتع بالثقة لديهم كمصدر للمعلومات أثناء الظروف الطبيعية بدرجة متوسطة، كما أفادت الدراسة أن نسبة (76,3%) من المبحوثين تزيد نسبة اعتمادهم على الصحافة الالكترونية وقت الأزمات.
- أشارت الدراسة إلى أن أعلى المميزات التي تدعوا المبحوثين للاعتماد على الصحافة الالكترونية وقت الأزمات هو السرعة والفورية في نقل الأخبار والمعلومات وذلك بنسبة (85%).
- حصلت الأخبار التي تتناول قضية القدس على أعلى نسبة متابعة من بين الأخبار التي تعالجها الصحافة الالكترونية وذلك بنسبة (73,4%)، بينما كانت الأسباب السياسية هي أعلى نسبة تدفع المبحوثين لمتابعة الصحافة الالكترونية بنسبة (91,3%).
- أفادت نسبة (39,6%) من المبحوثين أنه لم يتوفر لديهم وسائل أخرى غير الصحافة الالكترونية أثناء الأزمات، بينما رأت ما بنسبتهم (65%) من المبحوثين أن الصحافة الالكترونية تساعدهم على بلورة أفكار معينة اتجاه قضايا محددة.
- نالت الحروب العدوانية المتكررة على قطاع غزة أعلى نسبة أفادت فيها الصحافة الالكترونية المبحوثين وزودتهم بالمعلومات المهمة حولها بنسبة (78,3%) في حين بلغت نسبة أفراد العينة الذين يشاركون المواطنين أثناء الأزمات بفعل تعرضهم للصحافة الالكترونية ما نسبة زيادة (73,9%).
- أوضحت الدراسة أن أهم المشاكل التي تعاني منها الصحافة الالكترونية عند معالجتها للأزمات هي مجهولية مصدر المعلومات وبنسبة بلغت (64,3%) من المبحوثين يليها اعتماد الصحافة الالكترونية على معلومات أو مصادر غير موثوقة بنسبة (59,4%) وحلت عدم الموضوعية في معالجة تداعيات وأسباب.

### 10/ النقد والتعقيب على هذه الدراسة:

\_ أوجه الاختلاف والاتفاق من حيث المنهج المستخدم:

اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي وبالرجوع إلى الدراسة السابقة قد استخدمت المنهج المسحي واعتمدت على أسلوب مسح جمهور وسائل الإعلام.

\_ أوجه الاختلاف والاتفاق من حيث النظرية المستخدمة:

استخدمنا في دراستنا نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام والاتصال وقد اتفقت النظرية مع النظرية المستخدمة في الدراسة السابقة.

\_ أوجه الاختلاف والاتفاق من حيث أداة الدراسة:

اعتمدنا في دراستنا على أداة الاستبيان لجمع البيانات من مجتمع الدراسة، ونجد الدراسة السابقة قد اعتمدت على أداتين لجمع البيانات وهما صحيفة الاستقصاء والمقابلة الشخصية.

\_ أوجه الاختلاف والاتفاق من حيث الإجراءات المنهجية:

اختلفت هذه الدراسة عن الدراسة الحالية في المجال المكاني والزمني ومجتمع الدراسة والعينة حيث أن هذه الدراسة أجريت بغزة وذلك سنة 2016، وقد تمثل مجتمع دراسته في النخبة السياسية الفلسطينية، كما اعتمد على العينة العشوائية أما في دراستنا الحالية ستجرى في جامعة الشيخ العربي التبسي بتبسة ويتمثل مجتمع دراستنا في الطلبة الجامعيين كما اعتمدنا على العينة الطبقية أي حددنا طلبة الماستر السمععي البصري والاتصال التنظيمي.

\_ أوجه الاستفادة من هذه الدراسة:

اتفقت هذه الدراسة مع دراستنا في كونها تناولت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كما استفدنا من أداة جمع البيانات وهي الاستبيان، كما استفدنا أيضا من تحديد المفاهيم والمصطلحات.

### المطلب السادس: تحديد مفاهيم والمصطلحات الدراسة.

يساعد تحديد المصطلحات الباحث على توضيح المعاني والمفاهيم التي يتناولها في دراسته في ذلك بهدف إزالة الغموض والالتباس حول المعاني المتعرض لها في الدراسة وبذلك لأن الغموض في المصطلحات يفقد الموضوع قيمته العلمية، لذلك سنتطرق إلى تحديد المفاهيم التالية: القنوات الفضائية، التلفزيون، جمهور المشاهدين، الاتصال الأزماتي، التعرض، المعلومات، الاعتماد، وسائل الإعلام.

#### 1/ مفهوم القنوات الفضائية:

##### • القنوات:

لغويا: قنوات جمع قناة والمراد بها في اللغة "الرمح" والجمع (قنوات) وكل خشبة عند العرب قناة كالعصا والرمح وجمعها قنا وقني والمراد بها هنا هي تلك الترددات التي تلتقط من قبل قمر صناعي محدد وتبث من مركز البث الخاص بها لكل من يستقبلها خلال طبق خاص.

##### • الفضائية:

لغويا: بالمد المكان الواسع و(فضا المكان) فضوا من باب قعد إذا اتسع فهو فضاء.<sup>(1)</sup>

##### • القنوات الفضائية اصطلاحا: هي مظاهر الاتصال الحديثة التي اعتمدت أقمار البث الصناعية وسيلة

في إيصال رسائلها الإعلامية بشكل مباشر وآني، وهي أكثر وسائل البث سرعة ودقة لكونها تعتمد

على تقنيات الأقمار الصناعية والتكنولوجية الحديثة في إيصال المعلومات إلى المشاهدين بشكل متنوع

ومستمر على مدار الساعة.<sup>(2)</sup>

(1) - أبي الحسن أحمد: معجم مقاييس اللغة، ط2، دار الجبل، لبنان، 1997، ص65 - 66.

(2) - عبد الله فتحي الظاهر، علي احمد خضر المعماري: اثر القنوات الفضائية في القيم الاجتماعية والسياسية، دار غيداء

للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص29.

## الفصل الأول: الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة

- **التعريف الإجرائي:** ويقصد بها ما يتم استقباله من الفضاء الخارجي عبر الأطباق والأقمار الصناعية ويتم التقاطه عبر الوسائل التكنولوجية كالتلفزيون.

### 2/ مفهوم التلفزيون:

لغويا: كلمة مركبة من مقطعين هما *télé* معناها عن بعد و *vision* معناها الرؤية وبالعربية معناها الرؤية عن بعد، وشاع اسمه في العربية بالشاشة الصغيرة.<sup>(1)</sup>

**اصطلاحا:** عرفه معجم مصطلحات الإعلام بقوله التلفزيون وسيلة نقل الصورة والصوت في وقت واحد عن طريق بث برامج معينة.<sup>(2)</sup>

### 3/ مفهوم جمهور المشاهدين:

**اصطلاحا:** ويقصد به تلك الفئة التي تمنح وقتا مخصصا لمتابعة البرامج التلفزيونية من أجل ملء وقت الفراغ وذلك بهدف تلبية وإشباع رغبات مختلفة كالترفيه والتعليم والتثقيف.<sup>(3)</sup>

**التعريف الإجرائي:** يقصد به الفئة التي تلجأ إلى وسيلة التلفزيون من أجل متابعة برامج معينة بهدف تلبية حاجات وإشباع رغبات مختلفة.

(1) - سليم عبد النبي: الإعلام التلفزيوني، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص 25.

(2) - محمد علي القوزي: نشأة وسائل الإعلام وتطورها، دار النهضة العربية، لبنان، 2007، ص 106.

(3) - محمد معوض: المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني، دار الكتاب الحديث، الكويت، 2008، ص 15.

### 4/ مفهوم الاتصال الأزماتي:

#### • مفهوم الاتصال:

**لغويا:** كلمة اتصال في اللغة العربية تعني التواصل ويقال واصل توصل على وزن فاعل وتفاعل، ومصدره وصال ومواصلة، والمراد من الفعل توصل أي شارك في الفعل والمشاركة تكون بين طرفين أو أكثر ونقيض توصل تهاجر وتنافر وتقاطع.<sup>(1)</sup>

**اصطلاحا:** يعرفه كارل هوفلاند أنه العملية التي يقدم خلالها القائم بالاتصال منبهات (عادة رموز لغوية) لكي يعدل سلوك الأفراد الآخرين (مستقبلي الرسالة).<sup>(2)</sup>

#### • مفهوم الأزمة:

**لغويا:** وتأخذ الأزمة عدة دلالات لغوية يمكن تلخيصها فيما يلي:

الصرخة والاحتجاج: فيقال أزم على الشيء أزما أي عض بالفم كله عضا شديدا.

الخسارة الشديدة: فيقال أزممت السنة أزما أي أشدت قحطها وبهذا فإن الأزمة تعني القحط.

الانفعالية الزائدة: فيقال الأزمة الضيق أو الشدة والحمية في علم الطب تغير مفاجئ يحدث في مرض حاد كالحميات.

**اصطلاحا:** الأزمة هي موقف ينتج عن متغيرات بيئية مولدة للأزمات ويخرج عن إطار العمل المعتاد، ويتضمن قدرا من الخطورة والتهديد وضيق الوقت والمفاجآت إن لم يكن في الحدوث فهو في التوقيت،

(1) - مجد الهاشمي: تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص80.

(2) - حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، 1998، ص24.

## الفصل الأول: الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة

ويتطلب استخدام أساليب إدارية حديثة مبتكرة وسرعة ودقة في رد الفعل ويقرر آثارا مستقبلية تحمل في طياتها فرصا للتحسن والتعليم.<sup>(1)</sup>

**التعريف الإجرائي:** الأزمة هي عبارة عن حدث مفاجئ غير متوقع لكن يمكن التنبؤ به من خلال تكرار نفس الأسباب ولوجود مراكز ومصادر معلومات رسمية وغير رسمية تعمل على رصد مؤشراتها المعروفة لأنها نتائج كارثية طبيعية ( الفيضانات ) أو غير طبيعية.

**الاتصال الأزماتي اصطلاحا:** يعتبر الاتصال لبنة مهمة في إدارة الأزمات بوصفه أساس التواصل داخل المجتمعات الإنسانية بحيث لا يمكن تصور إدارة ممكنة دون الأخذ في الاعتبار هذا العامل.<sup>(2)</sup>

### 5/ مفهوم التعرض:

**لغويا:** التعرض للخطر سير هدفا له.

التعرض لموضوع ما يعني التصدي له.

التعرض في القضائي فعل مادي أو إجراء قانوني.<sup>(3)</sup>

(1) - شهرزاد مسعود لمجد: الإعلام وإدارة الأزمات ( الإعلام الأمريكي أنموذجا ) ، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان،

2013، ص48.

(2) - شهرزاد مسعود لمجد، المرجع نفسه، ص 89.

(3) - معجم المعاني الجامع، الوسيط، اللغة العربية المعاصرة، معجم عربي عربي، متاح على الرابط

[lienhttp://almaan.com/ar/dict/ar-ar/le](http://almaan.com/ar/dict/ar-ar/le)

## الفصل الأول: الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة

**اصطلاحاً:** استقبال الجمهور لرسائل الاتصال الجماهيري عن طريق قراءة الصحف أو الاستماع إلى الراديو أو مشاهدة التلفزيون، في حين وصفه آخرون بأنه عملية وصول المعلومات من مصادر الإعلام إلى الجماهير والأفراد بصورة مباشرة أو غير مباشرة.<sup>(1)</sup>

**التعريف الإجرائي:** التعرض هو التصدي للأشياء الخارجية دون أخذ الاحتياطات.

### 6/ مفهوم الاعتماد:

**لغة:** أصل الكلمة في اللغة العربية جاء في معجم المعاني الجامع اعتماد اسم الجمع اعتمادات المصدر اعتمد الاعتماد على النفس فضيلة الاتكال عليها والثقة بإمكانياتها أي اعتماداً على استنادا إلى، وجاء في الوسيط من الفعل اعتمد الشيء وعليه اتكل ويقال اعتمد فلان وعليه اتكل واعتمد الشيء قصده.<sup>(2)</sup>

**التعريف الإجرائي:** وهو الاعتماد المتبادل بين الأفراد والتلفزيون، وان العلاقة التي تحكمهم هي علاقة اعتماد بين التلفزيون والجمهور.

### 7/ مفهوم المعلومات:

**لغة:** جاء في المعجم الإعلامي تعريف المعلومات على أنها البيانات المصاغة بطريقة هادفة لتكون أساساً لاتخاذ القرار في حين أن البيانات هي المادة الخام التي لا تؤدي إلى اتخاذ قرار ما غالباً بل تمهد لعملية اتخاذ القرار ويستلزم وجود المعلومات توفير وعاء فكري يحتويها وهو ما يسمى بالوثيقة كوسيط يحمل المعلومات والبيانات.<sup>(3)</sup>

(1) - تسعديت قدوارا: أثر تكنولوجيا الاتصال على الإذاعة وجمهورها، مذكرة ماجستير، كلية علوم إنسانية واجتماعية، جامعة محمود منتوري، قسنطينة، 2007، ص30.

(2) - معجم المعاني الجامع، الوسيط، المرجع السابق، متاح على الرابط [lienhttp://almaan.com/ar/dict/ar-ar/le](http://almaan.com/ar/dict/ar-ar/le)

(3) - محمد جمال الفار: المعجم الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص316.

## الفصل الأول: الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة

**اصطلاحاً:** المعلومات هي بيانات تمت معالجتها لتصبح في شكل أكثر نفعاً لمستخدميها حالياً ومستقبلاً، وذلك بعد أن تم إزالة الغموض عنها، أما البيانات فهي عناصر من الحقيقة ما زالت تفتقر إلى المعنى العام لذا يتوجب تحويلها إلى معلومات.

المعلومات هي المعرفة المطبقة على عمل، لخلق قيمة أو لزيادة قيمة.

المعلومات هي رأس المال الفكري المطبق على وسائل الإنتاج لزيادة الثروة.<sup>(1)</sup>

### 8/ مفهوم وسائل الإعلام والاتصال:

**اصطلاحاً:** يقصد بها نقل المعلومات المختلفة عبر أشكال الاتصال الرقمي مثل الصحف الإلكترونية والمواقع الإخبارية على شبكة الانترنت.<sup>(2)</sup>

**التعريف الإجرائي لوسائل الإعلام:** يقصد بمصطلح وسائل الإعلام في دراستنا وسيلة التلفزيون دون التطرق إلى مسألة التعرض لبقية وسائل الاتصال الجماهيري الأخرى، كما قصدنا بنفس المفهوم ( التلفزيون ) القنوات الفضائية الجزائرية.

(1) - عبد الرحمان الصباح: نظم المعلومات الإدارية، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، 1998، ص12.

(2) - محمد حافظ، معجم مصطلحات الإعلام، معجم اللغة العربية، القاهرة، مصر، 2008، ص62.

### المبحث الثاني: الخلفية النظرية للدراسة:

#### المطلب الأول : مفهوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام Dependency Theory

ويمكن القول أن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام هي نظرية بيئية و النظرية البيئية تنظر إلى المجتمع باعتباره تركيباً عضوياً، وهي تبحث في كيفية ارتباط أجزاء من النظم الاجتماعية صغيرة و كبيرة يرتبط كل منها بالآخر، ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات، والمفترض أن يكون نظام وسائل الإعلام جزءاً هاماً من النسيج الاجتماعي للمجتمع الحديث، وهذا النظام له علاقة بالأفراد والجماعات والمنظمات والنظم الاجتماعية الأخرى، وقد تتسم هذه العلاقات بالتعاون أو بالصراع، وقد تكون ديناميكية متغيرة، أو ساكنة ثابتة، وقد تكون مباشرة وقوية أو غير مباشرة وضعيفة.

وكما يوحي اسم النظرية فإن العلاقة الرئيسية التي تحكمها هي علاقة الاعتماد بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي والجمهور، وقد تكون هذه العلاقات مع نظم وسائل الإعلام جميعها، أو مع أحد أجزائها، الصحف والراديو، المجالات، التلفزيون، السينما<sup>(1)</sup>.

وتكمن قوة وسائل الإعلام في سيطرتها على مصادر معلومات يعتمد عليها الأفراد والمجموعات والمنظمات والنظم الاجتماعية لتحقيق أهدافهم، وعلاقة الاعتماد هذه ليست ذات اتجاه واحد، وإنما تعتمد وسائل الإعلام أيضاً على المصادر التي يسيطر عليها الآخرون، فالحكومات الحديثة التي ترغب في الاتصال بمواطنيها، والمؤسسات التي ترغب في الاتصال بعملائها المحتملين، لا يستطيعون الاعتماد على الاتصال الشخصي بشكل وحيد أو أساسي، لكي يصلوا إلى ملايين الأفراد، وآلاف الجماعات والمنظمات التي يرغبون في الوصول إليها وهكذا فإن النظم السياسية والاقتصادية والنظم الأخرى في المجتمعات

(1) - حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد : مرجع سابق، ص 314.

## الفصل الأول: الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة

الحديثة تعتمد على وسائل الإعلام في المعلومات وموارد الاتصال التي تحتاجه المنظمات السياسية لكي تؤدي وظائفها بكفاءة في المجتمعات الحديثة المعقدة.

ومن ناحية أخرى فإن وسائل الإعلام ليست قوية تماما، فهي أيضا تعتمد على موارد تتحكم فيها النظم السياسية والاقتصادية والاجتماعية الأخرى لكي تمارس عملها بكفاءة أيضا، ويمكن وصف ذلك بمفهوم "الاعتماد المتبادل" فوسائل الإعلام والمنظمات الأخرى في المجتمع لا تستطيع العمل بكفاءة بدون الاعتماد على بعضها بعضا.<sup>(1)</sup>

### المطلب الثاني: نشأة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

ظهر مفهوم الاعتماد على وسائل الإعلام في السبعينات الميلادية من القرن الماضي وذلك عندما ملأ كل من "ديفلور و ساندر بول روكتش" وهما صاحبا كتاب نظريات وسائل الإعلام ومؤسسا نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام الفراغ الذي خلفه نموذج الاستخدامات والإشاعات الذي أهمل تأثير وسائل الإعلام وركز على المتلقي وأسباب استعماله لوسائل الإعلام، فأخذ المؤلفان بمنهج النظام الاجتماعي العريض لتحليل تأثير وسائل الإعلام حيث اقترحا علاقة اندماج بين الجمهور ووسائل الإعلام والنظام الاجتماعي وهذه هي البداية الأولى لهذه النظرية.

وخرجت هذه النظرية من الدوافع الإنسانية للمدرسة الاجتماعية، حيث يرى باحثو النظرية أن هناك اعتمادا متبادلا بين الإعلام الجماهيري والنظام الاجتماعي الذي ينشأ فيه فقد لاحظت "ساندر بول روكتش" إحدى مؤسسي النظرية ومطورها أن شمولية نظرية الاعتماد ودقتها تجعلها إحدى النظريات الإعلامية القلائل التي يمكنها فهم تأثيرات الإعلام واستخدامه.<sup>(2)</sup>

(1) - حسين شفيق: نظريات الإعلام و تطبيقاته في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي، دار فكر وفن،

الإسكندرية، 2013، ص176.

(2) - حسين شفيق: مرجع سابق، ص 178 - 179.

### المطلب الثالث : افتراضات نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

استقى بعض الباحثين من التأثير المعتدل لوسائل الإعلام بعض النظريات منها:

- يتراوح تأثير وسائل الإعلام بين القوة والضعف تبعاً للظروف المحيطة والخبرات السابقة.
- نظام وسائل الإعلام جزء من النسق الاجتماعي للمجتمع، ولهذا النظام علاقة بالأفراد والجماعات والنظم الاجتماعية الأخرى.

- استخدام وسائل الإعلام لا يحدث بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي الذي يكون فيه الجمهور.

- استخدام الجمهور لوسائل الإعلام وتفاعله معها يتأثران بما يتعلمه الفرد من المجتمع ومن وسائل الاتصال، ويتأثر الفرد بما يحدث نتيجة تعرضه لوسائل الاتصال.

ويذكر جمعة الفنزلي أن النظرية تفترض أن الأفراد يستخدمون الوسائل الإعلامية لإيجاد بديل للتفاعل

الاجتماعي في وقت تكاد أواصر العلاقات الاجتماعية تنقطع كما يذكر الفنزلي أن "بننتلي" "Bentley" قال

أن النظرية تستخدم الأهداف إضافة إلى الاحتياجات كدافع للمتابعة الإعلامية، حيث أن الأفراد لديهم

أهداف معينة من الاستخدام، ولا ينطلق الاستخدام من الحاجة فقط، وقد ركز على هذا المفهوم كل من "

ديفلور و ساندرابول "على أن العلاقة بين الجمهور والإعلام والنظام الاجتماعي معقدة بعض الشيء.<sup>(1)</sup>

(1) - حسين شفيق: مرجع سابق، ص 179-180.

## الفصل الأول: الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة

المطلب الرابع: ركائز نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

و تقوم علاقات الاعتماد على وسائل الإعلام على ركيزتين أساسيتين هما:

- **الأهداف:** لكي يحقق الأفراد والجماعات والمنظمات أهدافهم الشخصية والاجتماعية فان عليهم أن يعتمدوا على موارد يسيطر عليها أشخاص أو جماعات أو منظمات أخرى، و العكس صحيح.
- **المصادر:** يسعى الأفراد والمنظمات إلى المصادر المختلفة التي تحقق أهدافهم وتعد وسائل الإعلام نظام معلومات يسعى إليه الأفراد والمنظمات من أجل بلوغ أهدافهم، وتتحكم وسائل الإعلام في ثلاث أنواع من مصادر المعلومات هي:

- **المصدر الأول:** هو جمع المعلومات بمعنى جمع المعلومات من مصادرها وأماكن حدوثها و من ثم إرسالها إلى المؤسسة الإعلامية.

- **المصدر الثاني:** تنسيق المعلومات فإذا استقبلت المؤسسة الإعلامية هذه المعلومات و تكون في بعض الأحيان مستقبلة من أكثر من مصدر مثل: المراسلين، وكالات الأنباء، الانترنت، تبدأ عملية فرز وتنسيق المعلومات بصورة إعلامية.

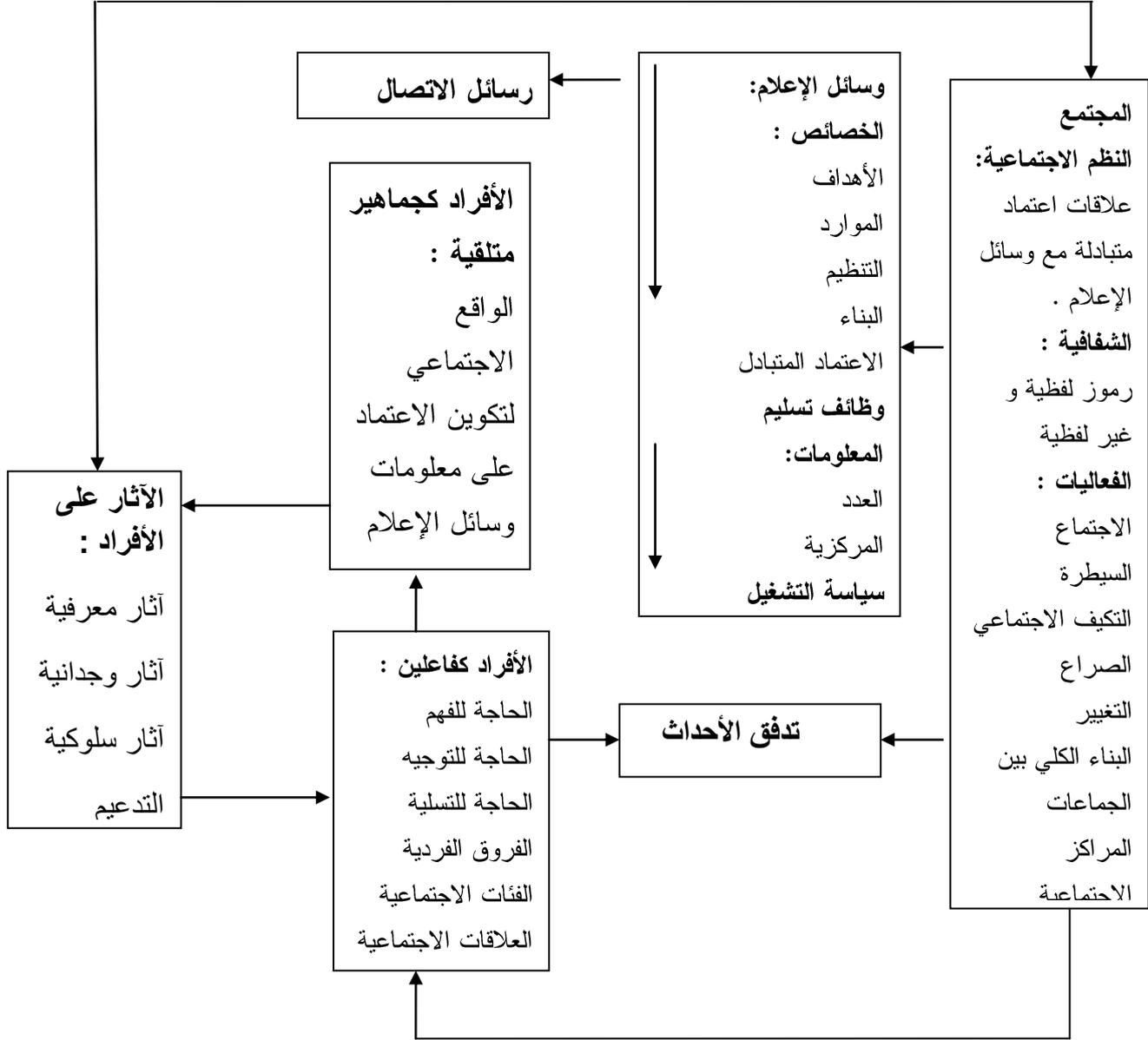
- **المصدر الثالث:** نشر المعلومات وتوزيعها بصورة جماهيرية وهذا هو السبب المهم في جمع المعلومات و ذلك لخدمة هدف المؤسسة وهو التأثير في الجمهور من خلال المعلومات التي تصل إليه من المؤسسة الإعلامية.<sup>(1)</sup>

(1) - حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: مرجع سابق، ص 314-315.

## الفصل الأول: الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة

### • نموذج نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

لقد طرح النموذج المتكامل لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام كما تصوره وأضعاً النظرية " ملفين ديفلور " و "ساندرا بول روكتش " .



الشكل رقم (1) نموذج نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

المصدر: حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي: نظريات الإعلام، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح، القاهرة،

2007، ص 416.

### - تأثير وسائل الإعلام في الجمهور نتيجة الاعتماد عليها:

يرصد ملفين ديفلور و ساندررا بول روكتش مجموعة الآثار التي تنتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام من خلال ثلاث فئات أساسية هي: الآثار المعرفية و الآثار الوجدانية والآثار السلوكية وسوف نعرضها فيما يلي:

أولاً: الآثار المعرفية: **Cognitive Effects**: تشتمل الآثار المعرفية على أربعة أمور هي:

#### 1/ كشف الغموض:

ترتبط مشكلة الغموض بالآثار المعرفية لوسائل الإعلام والغموض عبارة عن مشكلة ناتجة إما عن نقص في المعلومات أو معلومات بها صراع وتناقض فالغموض يمكن أن يحدث لأن الناس يفتقرون إلى معلومات كافية لفهم معنى حدث أو يفتقرون إلى المعلومات التي تحدد التفسير الصحيح من بين تفسيرات عديدة تقدمها وسائل الإعلام، وتشير البحوث السابقة إلى أن نسبة الغموض تزداد حين تقع أحداث غير متوقعة مثل كارثة طبيعية أو اغتيال زعيم سياسي، و حين تقدم وسائل الإعلام معلومات غير متكاملة أو معلومات متضاربة بشأن هذه الأحداث، في هذه الحالة يتولد الإحساس بالغموض لدى أعضاء الجمهور، فهم يدركون وقع الحدث، ولكنهم لا يستطيعون تفسيره أو معرفة أسبابه و آثاره واحتمالاته المستقبلية، وفي حالات عديدة تكون وسائل الإعلام هي المصدر الوحيد المتاح للحصول على المعلومات، ويحدث الغموض حين تكون هذه المعلومات غير مكتملة، أو يكتنفها الغموض و التضارب. (1)

(1) - ياسين فضل ياسين: الإعلام الرياضي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص 67.

### 2/ تكوين الاتجاه:

تكون وسائل الإعلام الاتجاه لدى الجمهور مع عدم إغفال الدور الانتقائي للفرد في تكوين الاتجاه لديه، كما في مثل مشكلات البيئة و التربية.

### 3/ ترتيب الأولويات:

ولهذا الأثر نظرية مستقلة تحمل الاسم نفسه حيث أن وسائل الإعلام تبرز قضايا و تخفي أخرى مما يشكل أهمية لدى الجمهور من إجراء تسليط الإعلام الضوء على قضية دون أخرى.

### 4/ اتساع الاهتمامات:

وذلك أن وسائل الإعلام تعلم الجمهور أشياء ومعارف لا يدركها من قبل، مما لا يشكل لهم أهمية و ذلك مثل الحرية في التعبير وأمر المساواة.<sup>(1)</sup>

### ثانيا: الآثار الوجدانية: Effective Effects:

ترتبط العمليات الوجدانية ببعض المصطلحات مثل المشاعر والعواطف، ويمكن التعرف على آثار وسائل الإعلام على الوجدان وقياس هذه الآثار ويحدد (ديفلور وروكتش ) هذه الآثار الوجدانية في " الفتور العاطفي، أو اللامبالاة، والخوف والقلق، والدعم المعنوي والاعتراب.

### 1/ الفتور العاطفي: Desensitization

يفترض أن كثرة التعرض للعنف في وسائل الإعلام يؤدي إلى الشعور بالتبذل أو اللامبالاة وعدم الرغبة في تقديم العون للآخرين حين تقع أحداث عنيفة في الواقع الحقيقي.

وتشير بعض الدراسات إلى أن الاستشارة الناتجة عن مشاهدة أعمال العنف في وسائل الإعلام تتعرض للنقصان التدريجي و تؤدي إلى الفتور العاطفي.<sup>(2)</sup>

(1) - ياسين فضل ياسين: مرجع سابق، ص 67.

(2) - حسن عماد مكاوي، ليلي حسين: مرجع سابق، ص 328.

### 2/ الخوف والقلق: Fear and Anxiety

عندما تعرض وسائل الإعلام أحداث العنف والرعب والكوارث والاضغاث، فإنها تثير مشاعر الخوف لدى المتلقين، والقلق من وقوع ضحايا لأعمال العنف في الواقع.

### 3/ الدعم المعنوي والاضغاث: Morale and Alienation

من بين التأثيرات الوجدانية لوسائل الإعلام رفع الروح المعنوية لدى المواطنين أو تزايد شعورهم بالاضغاث، كما يؤيد " كلاب klapp " أن المجتمعات التي تقوم فيها وسائل الإعلام فيها بأدوار اتصال رئيسية ترفع الروح المعنوية لدى الأفراد نتيجة زيادة الشعور الجمعي والتوحيد والاندماج، وخاصة إذا كانت وسائل الإعلام تعكس الفئات الاجتماعية التي ينتمي إليها الفرد.

### 3- الآثار السلوكية: Behavioral Effect

تتخصص الآثار السلوكية لاعتماد الفرد على وسائل الإعلام وفقا لديفلور وساندرا بول روكتش في سلوكين أساسيين هما التنشيط و الخمول.

#### - التنشيط: Activation

التنشيط يعني قيام الفرد بعمل ما نتيجة التعرض للوسيلة الإعلامية، وهو المنتج النهائي لربط الآثار المعرفية والوجدانية.

#### - الخمول: Deactivation

الخمول يعني عدم النشاط وتجنب القيام بالفعل، وهذا النوع من الآثار السلوكية لم يحظ بالدراسات الكافية، وقد يتمثل الخمول في العزوف عن المشاركة السياسية.<sup>(1)</sup>

(1) - حسن عماد مكاوي، ليلي حسين: مرجع سابق، ص 328 - 329.

## الفصل الأول: الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة

### المطلب الخامس: علاقة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام بموضوع الدراسة:

تعتمد فكرة هذه النظرية على أن استخدامنا لوسائل الإعلام لا يتم بمعزل عن تأثير المجتمع الذي نعيش داخله، كما أن قدرة وسائل الإعلام على التأثير تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظيفة نقل المعلومات بشكل مميز عندما هذه الوسائل بوظيفة نقل المعلومات بشكل مميز ومكثف وبالتالي فالجمهور يعتمد على وسائل الإعلام باعتبارها نظام فرعي من اجل فهم وإدراك نظام فرعي آخر هو المحيط الاجتماعي الذي يعيش فيه أفراد الجمهور بما فيها عنصر استقصاء الأخبار والتي تعتبر فيه وسائل الإعلام بما فيها القنوات الفضائية مصادر رئيسية يعتمد عليها أفراد الجمهور في الحصول على المعلومات عن الأحداث من حوله وبخاصة في حالات اللاستقرار والتحويلات والأزمات والصراعات داخل البنية الاجتماعية التي تفرض على أفراد الجمهور زيادة الاعتماد على وسائل الإعلام من اجل فهم الواقع الاجتماعي, كما أن وسائل الإعلام تركز في نشاطها على المسائل والأحداث التي ترى بأهميتها للنظام الاجتماعي والجمهور معا.

فالأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام باعتبارها مصدرا من مصادر تحقيق أهدافهم, فالفرد يهدف إلى تأييد حقه في المعرفة لاتخاذ القرارات الشخصية والاجتماعية المختلفة، ويحتاج إلى التسلية والترفيه كهدف أيضا في نفس الوقت إلا أن الأفراد لا يستطيعون ضبط أو تحديد ما لم ينشر من اللاستقرار ووسائل الإعلام تحدد ما ينشر أو لا ينشر بناء على العلاقة الدائرية مع أفراد المتلقين مثلها مثل النظم الاجتماعية، ويظهر بالتالي تأثير الخصائص والسمات الفردية والاجتماعية على تطوير هذه العلاقة الدائرية مع وسائل الإعلام، ويعتمد الأفراد على وسائل الإعلام لتحقيق العديد من الأهداف، كالفهم مثل معرفة الذات من اجل التعلم والحصول على الخبرات والفهم الاجتماعي من خلال معرفة أشياء عن العالم أو الجماعة المحلية وتفسيرها التوجيه، ويشتمل على توجيه العمل والحصول على دلالات عن كيفية التعامل مع مواقف جديدة أو صعبة.

## الفصل الأول: الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة

---

ضف إلى ذلك التسلية، ويشتمل على التسلية الفردية أو المنعزلة مثل الراحة والاسترخاء والتسلية الاجتماعية مثل الذهاب إلى السينما أو الاستماع إلى الموسيقى مع الأصدقاء أو مشاهدة التلفزيون مع الأسرة.

ومن خلال تساؤلنا ما مدى اعتماد جمهور المشاهدين على مضامين الفضائيات أثناء الأزمات؟. يمكننا أن نقول أن القنوات الفضائية هي ضرورة ملحة أفرزتها تكنولوجيا الإعلام والاتصال على واقعنا الإعلامي حيث أنها اليوم أصبحت تمثل مصدرا سريعا للمعلومة التي تسعى الدراسات النظرية اليوم إلى إثباتها ودراستها وفق المنحنى الاجتماعي العام والمنبثقة من البناءات النظرية الأولى على غرار نظرية الاعتماد المتبادل على وسائل الإعلام وباقي النظريات الأخرى في أدبيات الإعلام والتي تترجم قدرتها المستمرة على إيجاد تساؤلات جديدة بالبحث، إضافة إلى استكشاف طرق جديدة للبحث العلمي.

### المبحث الثالث: الإجراءات المنهجية للدراسة:

#### المطلب الأول: مجالات الدراسة.

- **المجال المكاني:** جامعة الشيخ العربي التبسي - تبسة - كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية، الواقعة بحي 600 سكن طريق قسنطينة بجانب مرقد الشباب حيث تضم قسمين : قسم العلوم الاجتماعية وقسم العلوم الإنسانية.

- **المجال الزمني:** تم الشروع في هذه الدراسة ابتداء من شهر ديسمبر إلى غاية أبريل 2019 حيث باشرنا إجراءات الجانب المنهجي والنظري من شهر ديسمبر إلى فيفري ومن ثم انتقلنا إلى الجانب الميداني من شهر أبريل إلى غاية ماي.

#### المطلب الثاني: نوع الدراسة:

تدخل هذه الدراسة في إطار البحوث الوصفية التي تهدف إلى اكتشاف الوقائع ووصف الظواهر وصفا دقيقا وتحديد خصائصها تحديدا كفييا أو كمييا وكما تقوم بالكشف عن الحالة السابقة للظواهر وكيف وصلت إلى صورتها الحالية، وتحاول التنبؤ بما ستكون عليه في المستقبل وباختصار فهي تهتم بماضي الظواهر وحاضرها ومستقبلها<sup>(1)</sup>.

وتسعى هذه الدراسة لوصف اعتماد جمهور الطلبة على التلفزيون أثناء الأزمات.

#### المطلب الثالث: تحديد مجتمع الدراسة، العينة ومواصفاتها.

ويعرف مجتمع الدراسة على انه مصطلح علمي منهجي يراد به كل من يمكن أن تصمم عليه نتائج البحث سواء أكان مجموعة أفراد أو كتب أو مباني مدرسية وذلك طبقا للمجال الموضوعي لمشكلة البحث.<sup>(2)</sup>

(1) - مروان عبد المجيد إبراهيم: أسس البحث العلمي إعداد الرسائل الجامعي، مؤسسة الوراق، عمان، 2000، ص40.

(2) - عادل مرابطي، عائشة نحوي: العينة، مجلة الواحات للبحوث والدراسات، العدد 4، جامعة غرداية، 2009، ص95.

## الفصل الأول: الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة

وتمثل مجتمع دراستنا الطلبة الجامعيين في جامعة تبسة كلية العلوم الاجتماعية و العلوم الإنسانية قسم علوم الإعلام والاتصال مستوى سنة أولى ماستر بتخصصيه اتصال تنظيمي و السمي البصري، والذي بلغ تعدادهم حسب الوثائق المرفقة 382 طالب إجمالاً منهم 52 طالب وطالبة في تخصص السمي البصري و يبلغ عدد الذكور 25 طالب و الإناث 27 طالبة.

أما في تخصص الاتصال التنظيمي فقد بلغ تعدادهم إلى 330 طالب وطالبة و يبلغ عدد الذكور 178 طالب و عدد الإناث 152 طالبة.

### - عينة الدراسة:

ويقصد بها الجزء الذي تم اختياره من المجتمع الأصلي لتطبيق الدراسة عليه وفي الدراسات الإنسانية بما في ذلك دراسات الإعلام و الاتصال لا يتم اللجوء إلي اختيار عينة من المجتمع إلا في حالة تعذر تطبيق الدراسة على سائر أفراد المجتمع.<sup>(1)</sup>

وبما أن دراستنا تتمحور حول اعتماد جمهور المشاهدين على مضامين الفضائيات أثناء الأزمات، فان مفردات دراستنا تتمحور حول طلبة جامعة تبسة كلية العلوم الاجتماعية و العلوم الإنسانية قسم علوم الإعلام والاتصال وبالضبط طلبة السنة الأولى ماستر بتخصصيه اتصال تنظيمي و سمي بصري و بمقتضيات إجراءات الدراسة استدعت العينة العشوائية الطبقية على اعتبار أن مجتمع الدراسة الأصلي مكون من 382 طالب و طالبة.

(1) - فاطمة عوض صابر، ميرفت علي خفاجة: أسس ومبادئ البحث العلمي، ط1، مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية،

الإسكندرية، مصر، 2002، ص193.

### - العينة لعشوائية الطبقة:

وتتبع هذه الطريقة في حالة عدم تجانس المجتمع حيث يصبح من الضروري اختيار عينة طبقية يتمثل فيها فئات المجتمع الأصلي بنسب وجودها فيه، ففي هذه الطريقة يتم تقسيم أفراد المجتمع إلى مجموعات متجانسة وفقا لصفات متشابهة.<sup>(1)</sup>

وهي حسب دراستنا العينة الأمثل حيث قمنا بالاستناد على العينة العشوائية الطبقة من طلبة تخصص إعلام واتصال سنة أولى ماستر بتخصصيه اتصال تنظيمي وسمعي بصري، وقد وقع اختيارنا على هذه العينة باعتبار أن طلبة علوم الإعلام والاتصال هم الفئة الأقرب لموضوع دراستنا ومن جهة أخرى إمكانية الوصول إليها بسهولة، وقد قمنا بالاتصال بهم على دفعات حتى يتسنى لنا شرح موضوع الدراسة والاحتكاك بهم على الوجه الأمثل إذا كان المجتمع الإحصائي يتألف من وحدات اختيار غير متجانسة فيما بينهما من حيث الظاهرة المدروسة، فانه يتعين علينا تقسيم هذا المجتمع إلى مجتمعات جزئية تكون الوحدات المنتمية إليها متجانسة نوعا ما فيما بينهما، نسمي هذه المجتمعات الجزئية بالطبقات بعد ذلك نسحب من كل طبقة عينة عشوائية بسيطة بحيث يشكل المجموع العينات المسحوبة من كل طبقة، حيث أن هذا النوع من العينات يستخدم في المجتمعات غير المتجانسة والتي تتباين مفرداتها وفقا لخواص معينة. مجتمع الدراسة محدد ومعروف اختل التجانس في أكثر من مؤشر مثل التخصص والنوع ويمكن تقسيم مجتمع الدراسة إلى طبقات وفقا لهذه الخواص وباستخدام أسلوب التوزيع المتناسب نجد:

(1) - الحيزان محمد عبد العزيز: البحوث الإعلامية أسسها، أساليبها، مجالاتها، ط2، فهرسة مكتبة الملك فهد الوطنية أثناء

النشر، الرياض، 1945، ص71.

## الفصل الأول: الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة

- بالنسبة للاتصال التنظيمي نجد:

$$\begin{array}{r} 54 \times 382 = \text{ع} \\ \hline 100 \end{array} \quad \begin{array}{l} \%382 \longleftarrow \%100 \\ \text{ع} \longleftarrow \%54 \\ \text{ع}=206 \end{array}$$

نسبة السحب: %10

إذن نسبة سحب الذكور ستكون بالتقريب 20 مفردة.

$$\begin{array}{r} 46 \times 382 = \text{ع} \\ \hline 100 \end{array} \quad \begin{array}{l} 382 \longleftarrow \%100 \\ \text{ع} \longleftarrow \%46 \\ \text{ع}=176 \end{array}$$

إذن نسبة سحب الإناث ستكون بالتقريب 17 مفردة.

- باستخدام الأسلوب المتناسب للسمعي البصري نجد:

$$\begin{array}{r} 48 \times 382 = \text{ع} \\ \hline 100 \end{array} \quad \begin{array}{l} 382 \longleftarrow \%100 \\ \text{ع} \longleftarrow \%48 \\ \text{ع}=183 \end{array}$$

إذن نسبة سحب الذكور بالتقريب هي 18 مفردة.

$$\begin{array}{r} 52 \times 382 = \text{ع} \\ \hline \end{array} \quad \begin{array}{l} 382 \longleftarrow \%100 \end{array}$$

نسبة سحب الإناث سمعي بصري ستكون بالتقريب 19 مفردة.

إذن عدد الاستثمارات التي سحبت باستخدام الأسلوب المتناسب هي 74 استثمارة.

#### مواصفات العينة:

- بلغ حجم العينة 74 طالب وطالبة موزعة باستخدام أسلوب التناسب على المستوى الجامعي وبالضبط طلبة السنة أولى ماستر اتصال تنظيمي وسمعي بصري، وقد تم تفريغ استمارات الاستبيان كلها ولم تلغى أي واحدة لان الطالب كان يجيب عليها بكل صدق وتعاون وبذلك كانت الاستثمارات كلها صالحة وقد استخدمنا في عينة الدراسة العينة الطبقيّة والتي تعتمد على تقسيم المجتمع الأصلي إلى فئات أو طبقات متجانسة، من حيث طبيعة المعلومات والبيانات المدروسة وقد اتسمت عينة الدراسة بعدة مواصفات أهمها:
- من حيث النوع: تضمنت العينة كلا الجنسين ذكور وإناث للكشف عن مدى اعتماد متغير النوع على التلفزيون أثناء الأزمات.
  - من حيث التخصص: شملت العينة على تخصصين تخصص الاتصال التنظيمي وتخصص السمعي البصري.

وقد حددنا من خلال دراستنا هذه سن الطلبة بين 20 سنة و30 سنة أي الأكثر وعياً واستيعاب

لأسئلة المطروحة عليهم، وقد قابلنا طلبة السنة الأولى ماستر والسمعي البصري.

### المطلب الرابع: منهج الدراسة.

عند القيام بأي دراسة علمية لابد من إتباع خطوات فكرية منظمة وعقلانية هادفة إلى بلوغ نتيجة ما وذلك بإتباع منهج معين يتناسب مع طبيعة الدراسة التي سنتطرق لها. ويمكننا تعريف المنهج على انه مجموع الإجراءات والخطوات الدقيقة المتبناة من اجل الوصول إلى نتيجة.<sup>(1)</sup>

وبما أن دراستنا تتمحور حول اعتماد جمهور المشاهدين على مضامين الفضائيات أثناء الأزمات فإنها تنتمي إلى الدراسات الوصفية الشائعة في بحوث الاتصال، والتي تقوم على تفسير الوضع القائم أو المشكلة التي تقوم على الحقائق المرتبطة، فقد حددنا لهذه الدراسة منهج وفق ما تتطلبه دراسة اعتماد جمهور المشاهدين على مضامين الفضائيات أثناء الأزمات فللقيام بجمع كل المعلومات المتعلقة بالموضوع، وكذا تشخيص مؤشرات الدراسة استلزم المنهج الوصفي ويعرف على انه يقوم على جمع الحقائق والمعلومات ومقارنتها وتحليلها وتفسيرها للوصول إلى تعميمات مقبولة، أو هو دراسة وتحليل وتفسير الظاهرة من خلال تحديد خصائصها وأبعادها وتوصيف العلاقات بينها، بهدف الوصول إلى وصف علمي متكامل لها.<sup>(2)</sup>

ويعرف أيضا على انه الطريق أو مجموع الطرق التي يتمكن الباحثون من خلالها وصف الظواهر العلمية والظواهر المحيطة بها في بيئتها والمجال العلمي الذي تنتمي إليه، وتصور العلاقة بينها وبين

---

(1) - أحمد بن مرسل: مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص282.

(2) - مانيو جيدير: ترجمة ملكة أبيض، منهجية البحث دليل الباحث المبتدئ في موضوعات البحث ورسائل الماجستير والدكتوراه، مصر، دس، ص100.

## الفصل الأول: الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة

الظواهر الأخرى المأثرة فيها، كما تصور شكل العلاقة بين متغيراتها، باستخدام أساليب وأدوات البحث العلمي التي تلائم الأهداف التي يسعى الباحثون إلى تحقيقها من وراء استخدام هذا المنهج.<sup>(1)</sup>

### المطلب الخامس: أدوات جمع البيانات.

إن دقة أي بحث علمي تتوقف إلى حد كبير على اختيار الأدوات المناسبة التي تتماشى مع طبيعة الموضوع وإمكانيات الباحث للحصول على البيانات والمعطيات التي تخدم أهداف الدراسة.

#### • استمارة الاستبيان:

**تعريف الاستبيان:** يعد الاستبيان أحد الوسائل التي يعتمد عليها الباحث في تجميع البيانات والمعلومات من مصادر حيث يعتبر الاستبيان من أدوات البحث الشائعة الاستعمال في العلوم الإنسانية خاصة في علوم الإعلام والاتصال، حيث يستخدم في الحصول على المعلومات الدقيقة والتي لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه في المجال المبحوث، حيث يقوم الباحث من خلالها بتوجيه مجموعة من الأسئلة التي يتم إعدادها مسبقاً.

ويعرف على أنه مجموعة من الأسئلة المكتوبة التي تعد بقصد الحصول على معلومات أو آراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين، وتعد الاستبانة من أكثر الأدوات المستخدمة في جمع البيانات الخاصة بالعلوم الاجتماعية والإنسانية والتي تتطلب الحصول على معلومات أو معتقدات أو تصورات أو آراء الأفراد، ومن أهم ما تتميز به الاستبانة هو توفير الكثير من الجهد على الباحث<sup>(2)</sup>، وقد تم الاستعانة بهذه الأداة البحثية بصفة أساسية في هذه الدراسة لما لها من أهمية في جمع البيانات كونه يساعد الباحث

(1) - مصطفى حميد الطائي، خير ميلاد أبو بكر: مناهج البحث العلمي وتطبيقاته في الإعلام والعلوم السياسية، دار الوفاء

للطباعة والنشر، الإسكندرية، 2007، ص95.

(2) - محمد عبيدات، وآخرون: منهجية البحث العلمي المراحل والقواعد والتطبيقات، ط2، دار وائل للطباعة والنشر، عمان،

1999، ص63.

## الفصل الأول: الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة

على جمع المعلومات من عينة كبيرة العدد مهما تميزت بالانتشار أو التشتت، بالإضافة إلى أن عدم تدخل الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين أثناء الاستقصاء ويوفر كثيرا من الوقت والجهد ويساعد على تصنيف البيانات وتبويبها بالأسلوب الذي يتفق مع طبيعة الدراسة وأهدافها مما يرفع من درجة الثبات ودقة النتائج.

• **خطوات بناء استمارة الاستبيان:** تمتاز هذه الطريقة بكونها تساعد الباحث على جمع معلومات جديدة ومستمدة مباشرة من المصدر، والمعلومات التي يحصل عليها الباحث من خلال الاستمارة لا يمكن أن يجدها في المكتبة إلا أن هذا الأسلوب الخاص بجمع المعلومات يتطلب إجراءات دقيقة منذ البداية، ومن هذه الخطوات الضرورية:

- تحديد الهدف من المقابلة.
- تحديد وتنظيم الوقت المخصص للمقابلة.
- اختيار الأفراد الذين ستجرى مقابلتهم.
- وضع عدد كافي من الاختيارات بالنسبة لكل سؤال.
- وجود خلاصة موجزة وموضحة لأهداف الاستبيان<sup>(1)</sup>.

(1) - عمار بوحوش: دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، ط2، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985،

### • تقسيمات استمارة الاستبيان:

تضمنت الاستمارة التي قمنا بتصميمها لإعداد هذه الدراسة على أربعة محاور والتي تتضمن بدورها على 16 سؤالاً موجهة لمجتمع البحث، حرصنا على ترتيب الأسئلة وتوضيحها وإعطائها الصيغة المباشرة دون وضع الفرد المستجوب في حالة من الغموض أو الحرج وتمت عملية التوزيع النهائي على الطلبة ككل.

البيانات السوسيوديموغرافية: وتضمنت أسئلة متعلقة بدراسة العلاقة بين المبحوثين والمتغيرات، (التخصص، النوع، الجنس).

- المحور الأول: هي أسئلة عامة حول الاستخدام وشمل المحور أربعة أسئلة.

- المحور الثاني: وهي أسئلة متعلقة على درجة اعتماد الطلبة على التلفزيون وشمل المحور على ثلاثة أسئلة.

- المحور الثالث: وهي أسئلة متعلقة حول معرفة الدوافع التي تجعل الطلبة يعتمدون على الوسيلة الواحدة أثناء الأزمات وشمل المحور على اثنان من الأسئلة.

- المحور الرابع: تضمن أسئلة حول نتائج الآثار المترتبة لاعتماد الطلبة الجامعيين أثناء الأزمات وشمل على أربعة أسئلة.



الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة.

المبحث الأول: ماهية التلفزيون.

تمهيد

المطلب الأول: تعريف التلفزيون.

المطلب الثاني: نشأة وتطور التلفزيون.

المطلب الثالث: خصائص التلفزيون.

المطلب الرابع: وظائف التلفزيون.

المطلب الخامس: أهمية التلفزيون.

المطلب السادس: مزايا وعيوب التلفزيون

المبحث الثاني: الأزمات.

تمهيد

المطلب الأول: تعريف الأزمة.

المطلب الثاني: أسباب الأزمة.

المطلب الثالث: مراحل الأزمة.

المطلب الرابع: أنواع الأزمة.

المطلب الخامس: استراتيجيات الأزمة.



### الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة.

#### المبحث الأول: ماهية التلفزيون:

تمهيد :

يعد التلفزيون أكثر وسائل الإعلام انتشاراً، فهو موجود في كل مكان، في المنازل، في النوادي، في المقاهي، الأماكن العامة، ويعتبر أقوى الوسائل الإعلامية تأثيراً على المجتمع بصفة عامة وعلى الفرد بصفة خاصة، فهو يفوق جميع وسائل الإعلام من صحافة وراديو وسينما وغيرها في كثير من الخصائص الإيجابية ورغم ذلك فهو لا يخلو من السلبيات والمساوئ.

وعلى هذا نجد التلفزيون كوسيلة إعلامية حاضرة في جميع الأحداث والصراعات وخاصة الأزمات لنقل هذه الأحداث والصراعات وخاصة الأزمات لنقل هذه الأحداث إلى الجماهير وبالتالي يستطيع استقطاب جمهوره إليه من خلال الترقب المستمر لهذه الأزمات وبتبها على الهواء مباشرة و هذا ما حول هذه الوسيلة من لعبة غالية الثمن إلى ضرورة حتمية وحقيقية.

ونجده قد قام بنقل العديد من البرامج وكذا الصراعات والأزمات مما أتاح للجميع فرصة الاستمتاع من جهة و من جهة أخرى فرصة الوصول إلى المعلومة ومعايشة الحدث.

#### المطلب الأول: تعريف التلفزيون:

• لغة: تتكون كلمة تلفزيون television من مقطعين الأول: (télé) وتعني عن بعد والثاني: (vision) وتعني

- الرؤية- أي أن كلمة تلفزيون تعني الرؤية عن بعد.<sup>(1)</sup>

(1) - راشد محمد عبد ربه، عكاشة محمد صالح: المدخل إلى السينما والتلفزيون، دار الجنادرية للنشر والتوزيع، عمان،

## الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

• **اصطلاحاً:** يأتي التلفزيون على رأس وسائل الاتصال الجماهيري لما له من أهمية في حياة الناس من خلال مميزاته من صوت وصورة ولون، وقد كان حل تجارب من طرف العلماء لفترة طويلة في وصوله لما له عليه في وقتنا الحالي.<sup>(1)</sup>

يعتبر التلفزيون من أهم وسائل الاتصال الجماهيري المعاصرة حيث يتفوق عليها عصرية يقدر على جذب الانتباه والإبهار وشدة التأثير، فهو يجمع بين مزايا الإذاعة الصوتية (الراديو) من حيث الصوت و مزايا السينما من حيث الصورة واللون ومزايا المسرح من حيث الحركة التي تضيف الحيوية على المشاهد التي يعرضها التلفزيون.<sup>(2)</sup>

كما يعتبر التلفزيون أيضاً أول وسيلة عرفها الإنسان حيث يجمع بين الصوت والصورة وبذلك يستطيع السيطرة على حاستين البصر والسمع، وهما من أهم الحواس وأشدها اتصالاً بما يجري في نفس الإنسان من أفكار و مشاعر وهو ينقل إلى مشاهديه في أغلب الأحيان الحدث وقت حدوثه وينقله بما فيه من معاني وانتقالات وينقل المعلومات الجديدة داخلية أو خارجية بأسلوب سهل وجذاب ويساعد على تعرف المشاهد على محيطه على العالم من حوله.<sup>(3)</sup>

يعتبر التلفزيون وسيلة اتصال سمعية بصرية يعتمد على الصوت والصورة الملونة المتحركة، ويدعم استخدام الصوت والصورة عنصر الرسالة التلفزيونية أياً كانت إعلامية أو إعلانية أو تعليمية أو ترفيهية، فالرسالة التي يتلقاها الفرد من خلال حاستين تثبت أكثر من الرسالة التي يتلقاها عن طريق حاسة واحدة، حيث أكدت بعض البحوث أن 77% من المعلومات التي يحصل عليها الفرد مستمدة عن طريق حاستي البصر 95% و السمع 13% وتجعل هذه الخاصية بجمع بين الرؤية والصوت والحركة واللون، تجعل التلفزيون أقرب وسيلة اتصال

(1) - طارق سيد أحمد الخليفي: فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية، دار المعرفة الجامعية الإسكندرية، 2008، ص 100.

(2) - راشد محمد عبد ربه، عكاشة محمد صالح: مرجع سابق، ص 108.

(3) - محمد علي الفوزي: مرجع سابق، ص 185.

## الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

مباشر، وقد يتفوق عليه حينما يقرب الأشياء الصغيرة ويحرك الأشياء الثابتة، وينقل صوراً متحركة للناس في مواطن إقامتهم إدراكاً حسيًا للرأي العام.<sup>(1)</sup>

### المطلب الثاني : نشأة و تطور التلفزيون.

تعود الجذور الأولى لاكتشاف التلفزيون لعام 1817م حيث قام العالم "بارز ليوس" بفصل عنصر غريب كانت درجة حساسيته تختلف باختلاف كميات الضوء المسلط عليه فأسماه بعنصر السيلينيوم لما يمتاز به من إمكانية التوهج عند سقوط الضوء عليه.

ويرجع البعض اختراع التلفزيون إلى عام 1973م حين لاحظ "ماي May" الذي كان عاملاً للتلفزيون في إحدى القرى الأمريكية في مدينة "ميلينيا" أن آتته يختل عملها كلما سقطت عليها أشعة الشمس، ولم يتمكن من إيجاد تفسيراً معقولاً لتلك الظاهرة آنذاك فكتب إلى رؤسائه الذين وجدوا في ملاحظته أمراً يستحق الاهتمام والدراسة، فعكفوا على دراسة هذه الظاهرة، وبعد مدة من البحث تبين لهم أن جزءاً من دائرة آلة التلفزيون يحتوي على عنصر السيلينيوم الذي يمتاز بحساسيته للضوء، هو الذي أدى إلى أن تتغير مقاومة الدائرة للتيار الكهربائي والذي أدى إلى أن تتأثر الدائرة بأشعة الشمس وكان ذلك عاملاً مهماً أدى إلى التوصل إلى طريقة لتحويل الطاقة الضوئية إلى طاقة كهربائية ومنذ ذلك الوقت بدأت فكرة تكوين خلايا "السيلينيوم" الضوئية وأن هذه الخاصية اعتبرت الأساس الذي قامت عليه فكرة التلفزيون، وتالت بعدها الاكتشافات والابتكارات إلى أن استطاع المهندس الإنجليزي "ج لوب بيرد" أن يضع جهازاً كهربائياً قادراً على نقل الصورة الحقيقية وذلك عام 1925م واستمر يعمل على تحسين اختراعه، حتى تمكن في عام 1926م من إرسال صورة حقيقية لوجه حية، وتوالت بعد ذلك التحسينات على جهاز "بيرد" حتى تمكن في فيفري 1928م من نقل صورة من لندن إلى نيويورك عبر الحي الأطلسي على موجة طولها 49 متراً وقد أثار هذا الاكتشاف النجاح اهتمام العلماء والباحثين في مختلف أنحاء

(1) - حسن عماد مكاوي، عاطف عدلي العبد: مرجع سابق، ص139.

## الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

العالم إلى درجة دفعت بعض الباحثين إلى القول " أننا إذا أردنا أن ننسب اختراع التلفزيون إلى شخص لكان " بيرد " أحق بهذا اللقب. (1)

وأعقبه تطورات أخرى تمثلت بالتوصل إلى تقنيات البث الملون الذي أضفى على برامج التلفاز مزيدا من التشويق والجاذبية، من خلال التغطية بالألوان الحية وتتابع التطورات التقنية التي يصعب على الباحثين حصرها ومتابعة حلقات تطورها، لتشعب التقنيات المتعلقة بها، وبقي العمل من أجل تطوير وتحسين هذا الجهاز إلى يومنا هذا. (2)

### • خطوات تطور التلفزيون :

- تعود فكرة اختراع التلفزيون للعالم الألماني "بول نيكو" عندما اخترع قرصا ميكانيكيا.
- استعادة اختراع التلفزيون من فكرة اختراع جهاز الراديو من ناحية تنظيم الموجات والتمويل والتخطيط.
- في بداية العشرينات دخلت الشركات المتخصصة بالالكترونيات مجال البحث باختراع التلفزيون.
- اخترع العالم "فيلور" رسما هندسيا لدائرة الكترونية تجعل بالإمكان نقل الصور المتحركة عام 1922م.
- في عالم 1923م طور العالم "فلاديمير" أول جهاز الكتروني للكاميرا.
- قدم العالم "فيلو" شكلا جديدا لنظام التلفزيون الالكتروني عام 1927م.
- أقامت شركة جنرال إلكتروك نظاما للبث التلفزيوني عام 1928م. (3)

---

(1) - مصطفى حميد كاظم الطائي: الفنون الإذاعية والتلفزيونية وفلسفة الإقناع، دار الوفاء للطباعة والنشر، القاهرة، 2007، ص28.

(2) - مصطفى حميد كاظم الطائي: التقنيات الإذاعية والتلفزيونية وأهميتها التطبيقية في التعليم والتعلم، دار الوفاء للطباعة والنشر، 2007، ص54.

(3) - عبد الرزاق الدليمي: المدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص 146-

## الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

- في عالم 1936م قامت شبكة BBC ببث حي ومنظم للتلفزيون في لندن.
- عرف الناس التلفزيون كسلعة تباع عام 1939م في مدينة نيويورك.<sup>(1)</sup>
- أوقفت الحرب العالمية الثانية تطور التلفزيون حتى عام 1945م حيث أن الرأي العام في الدولة المختلفة ينتظر إنتاج الأجهزة المرسله والمستقبله للبدء في البث والاستقبال التلفزيوني.<sup>(2)</sup>

### • التلفزيون في الوطن العربي :

- عرفت المملكة المغربية التلفزيون في عام 1954م.
- الجزائر والعراق عام 1956م.
- لبنان عام 1959م.
- سوريا ومصر عام 1960م.
- الكويت عام 1961م.
- السودان عام 1963م.
- اليمن عام 1964م.
- السعودية عام 1965م.
- قطر عام 1970م.<sup>(3)</sup>
- البحرين عام 1973م.

(1)- عبد الرزاق الدليمي: مرجع سابق، ص147-178.

(2)- أنطوان القاضي الناشف: البث التلفزيوني والإذاعي والبث الفضائي، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2003، ص 18.

(3)- محمد صاحب سلطان: وسائل الإعلام والاتصال دراسة في النشأة والتطور، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص32-33 .

- عمان وفلسطين عام 1974م.(1)

المطلب الثالث: خصائص التلفزيون.

- للتلفزيون القدرة على السيطرة على عقول الناس وتوجيه سلوكهم.(2)

- إن وجود التلفزيون في المساكن يغني المشاهدين عن الذهاب إلى أماكن قد تكلفهم مجهودا لا يريدونه ولا

يقدرّون عليه فهو تسيير الإعلام للناس دون أن تكبدهم عبئا ماديا أو مشقة بدنية.(3)

- قدرة التلفزيون على الانتشار.

- وسيلة لعرض الإعلانات.

- هو وسيلة سهلة توصل الصوت والصورة دون جهد.

- يعتمد على الحركة المرافقة لعرض الصورة المرافقة أيضا بالصوت.

- له القدرة على جذب الناس وانتباههم.

- عدساته كبيرة صورت الأشياء التي لا تراها العين.(4)

(1) - محمد صاحب سلطان: مرجع سابق، ص 32-33 .

(2) - مصطفى حميد كاظم الطائي: التقنيات الإذاعية والتلفزيونية وأهميتها التطبيقية في التعليم والتعلم ، مرجع سابق، ص 82.

(3) - محمد علي القوزي: مرجع سابق، ص 186-187.

(4) - سليم عبد النبي: مرجع سابق، ص 27.

## الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

- أتاح التلفزيون مشاهدة رؤية مجموعة من الوسائل الاتصالية في آن واحد فهو يجمع بين الصورة والصوت ممثلاً في الراديو والصورة واللون ممثلاً في السينما والحركة ممثلاً في المسرح واستطاع أن يدمج مزايا هذه الوسائل في وسيلة واحدة.

\_ يتيح التلفزيون من خلال تنوع برامجه بث الثقافة لجمهور إلى فئات الناس المختلفة.<sup>(1)</sup>

- متلقي الرسالة التلفزيونية لا يشعر بالوقت كما يشعر مع الرسالة الإذاعية لأنها تخاطب حاستي السمع والبصر.

- تتطلب مشاهدة التلفزيون التركيز بصورة كبيرة من جانب إيجاب حيث أن متابعة برسالة إعلامية بالاهتمام يساعد على فهمها وتذكرها وهذا شيء مهم جداً لأن جميع وسائل الاتصال تعمل على جذب انتباه الجمهور وحرص على الاحتفاظ على هذا الانتباه.

- أهم ما يميز التلفزيون نشرته الإخبارية التي أصبحت تنقل العالم بأحداثه أمام المشاهد وذلك من مختلف أنحاء العالم.<sup>(2)</sup>

- مع دخول التلفزيون عصر القنوات التلفزيونية المتخصصة وامتداد الإرسال في أغلب القنوات أدى ذلك إلى إلقاء الحوافز والمسافات واختلاف اللغات والثقافات بين الشعوب فأصبح من أهم الوسائل الإعلامية ويعتمد الإعلان التلفزيوني على قوة الإيحاء الشعورية ونظرية التقمص الوجداني في التأثير على المشاهد وإقناعه بالسلعة أو الخدمة المعنى عنها.<sup>(3)</sup>

(1) - رائد محمد عبد ربه، عكاشة محمد صالح: مرجع سابق، ص111-112.

(2) - مصطفى حميد كاظم الطائي: التقنيات الإذاعية والتلفزيونية وأهميتها التطبيقية في التعليم والتعلم، مرجع سابق، ص111-112.

(3) - رانيا ممدوح صادق: الإعلان التلفزيوني، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص15.

### المطلب الرابع: وظائف التلفزيون

يعمل التلفزيون على أساس تحويل الصورة والأشكال إلى أشعة، تختلف قوتها حسب كميات الضوء الموزعة على الأشياء المصورة لتتحول بواسطة الأنشطة إلى موجات أثرية تنتشر في الجو، بحيث يصبح بالإمكان التعاطف بواسطة أجهزة خاصة من أجهزة الاستقبال التي تحول الموجات الأثرية إلى أشعة من جديد ثم تحول الأشعة إلى صورة<sup>(1)</sup>، كذلك أثبت علمياً أن التلفزيون كوسيلة إعلانية تساعد على خلق أكبر عدد من قدرة المشاركة الوجدانية وبتأثير ضخم و مباشر على الفرد.<sup>(2)</sup>

وتتمثل الوظائف الأساسية للتلفزيون:

#### 1/ وظيفة نقل الأخبار:

وتشمل هذه الوظيفة نقل الأخبار سواء كانت محلية أو إقليمية أو دولية، ومهما كان نوعها اقتصادية، سياسية، اجتماعية أو فنية وذلك لمتابعة ما يجري حول الفرد في عالمه الصغير والكبير.

#### 2/ وظيفة الإعلام و التعليم:

تكمل كل وظيفة منهما الأخرى فبينما تقدم وظيفة الإعلام للمرء المعلومات التي يستفيد منها مادياً وفكرياً واجتماعياً، فإن التعليم في الحقيقة يقدم له نوعاً من المعلومات المنهجية التي تستخدم لتدعيم رسمي أو المعلومات تكسب المرء مهارات في إطار التعليم غير الرسمي.

#### 3/ وظيفة ترابط المجتمع و نقل تراثه: من خلال نقل التراث من لغة وقيم وعادات وتقاليد مما يجعل الشعب قادراً

على حفظ تماسكه ووحدته وهي ضرورية لاستمرارية ترابط المجتمع والحفاظ على كيانه ومعتقداته وحماية فلسفته لتحقيق آماله وأهدافه فمن خلال هذه الوظيفة تتم التنشئة الاجتماعية والسياسية والدينية.<sup>(3)</sup>

(1) - فؤاد أحمد الساري: وسائل الإعلام النشأة والتطور، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2011، ص 329.

(2) - فهمي العدوي: إدارة الإعلام، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 104.

(3) - سليم عبد النبي: مرجع سابق، ص 25.

### 4/ وظيفة الخدمات:

وتتمثل هذه الوظيفة في النشرات الجوية المقدمة لمعرفة أحوال الطقس والوقت، كذلك بعض الحصص المفيدة كالاستشارات الطبية والقانونية.

### 5/ الوظيفة الترفيهية:

من بين الأسباب الرئيسية لاستقطاب التلفزيون لأعداد كثير من المتلقين، تقديمه لخدمات الترفيه الممركزة حول التسلية والترفيه والتشويق والإثارة، من خلال البرامج المتاحة للدراما، الرسوم المتحركة، الرقص والموسيقى، باعتبارها أشكال ترفيهية أساسية، حيث يجد المتلقي ضالته للاستراحة من متاعب الحياة اليومية لتحقيق بعض الإشباع النفسى والاجتماعية لإزالة مختلف التوترات وعليه فالمشرفين على خريطة البرمجة التلفزيونية يجتهدون في توفير البرامج المهمة للمشاهد.

### 6/ الوظيفة الثقافية:

لقد ساعد كثيرا التلفزيون في نقل الثقافات وانتشارها وكذا المحافظة عليها وتداولها بين الأجيال من خلال المسلسلات والعروض الثقافية والمسابقات حيث جعلت المشاهد يتعرف على ثقافة الشعوب (عادات وتقاليد ولغات) عبر الشاشة الصغيرة، حيث يهتم القائم بالبرمجة على إدراج البرامج الثقافية ليكتسب المشاهد من خلالها الخبرة ويتعرف على ثقافات الشعوب وأيضا تساعده على اجتياز عقبة الخوف في حين سافر لبلد ما.<sup>(1)</sup>

(1) - محمد منير حجاب: وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008، ص237.

### 7/ الوظيفة الدعائية:

تتولى فيها الإيحاء للجماهير المتلقية بالأفكار والمواقف التي يجب أن يتبنوها ويتوقف ذلك على قدر وسائل الإعلام على الإقناع والتفسير والتحليل.<sup>(1)</sup>

### 8/ الوظيفة الايديولوجية و السياسية:

يمكننا أن نجازف ونقول بأن التلفزيون تكاد تهيمن عليه الوظيفة الايديولوجية، سياسة على مضامين جل المنتجات التلفزيونية والإعلامية، إذ تتشابه السياسات الاتصالية الفعلية في الأقطار العربية من حيث سعيها إلى دمج الإعلام في مؤسسات السلطة وتوظيف الإعلام سياسيا ودعائيا على حساب وظائف الإعلام الأخرى وربما هذا الاحتكار المستمر للتلفزيون الرسمي من طرف الأنظمة القائمة جعله مجرد مؤسسة حكومية محتكرة وتابعة للدولة الحاكمة وعدم السماح بتعددية تلفزيونية.<sup>(2)</sup>

### المطلب الخامس: أهمية التلفزيون.

يعد التلفزيون من أقوى رسائل الاتصال التي ظهرت في القرن العشرين وأفضل وسيلة إعلامية لنقل الأخبار، فله دور لا مثيل له في تقديم المادة الإخبارية التي تتميز بجاذبية فائقة دون وسائل الإعلام الأخرى ويتمتع التلفزيون كجهاز إخباري بميزة القدرة على تقديم الأحداث في مشاهد متكاملة، فالصوت والصورة عاملان حيويان يلعبان دورا هاما في حياة الأفراد اليومية والعادية ويتصلان بالانفعالات المختلفة لكل فرد مادام يستطيع السمع والإبصار، والصورة من أحسن الوسائل المقنعة، فهي لغة عالمية تفهمها كل الشعوب، فإذا اقترن الخبر الإذاعي برؤيته على الشاشة الصغيرة مصورا في موقعه فان ذلك أدعى إلى تصديقه، ويؤكد الباحثون على أهمية الصورة

(1) - طارق سيد أحمد الخليفي: مرجع سابق، ص41.

(2) - محمد منير حجاب: مرجع سابق، ص239.

## الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

المتحركة بالنسبة للتلفزيون، فهو وسيلة مرئية في المقام الأول، وأفضل قيمه الإخبارية قائمة على هذه الحقيقة وأن الرؤية أساس الإقناع.<sup>(1)</sup>

يحتل التلفزيون موقعا متميزا في مكان جلوس العائلة لمشاهدة البرامج التلفزيونية التي تخاطب كل الأذواق بين الترويج و التثقيف والإعلام والخدمات وتخاطب أعدادا ضخمة ومتباينة وغير متجانسة من الجماهير من حيث الثقافة والمستوى التعليمي والأعمار ومكانة اجتماعية واقتصادية والجنس والتي تؤثر في مدى استجابة للجماهير المشاهدة.<sup>(2)</sup>

كما أصبح التلفزيون عاملا من العوامل التي تقارب الأفكار والمشاعر بين الأفراد لأن مئات الآلاف يشاهدون نفس المؤثرات فهو يساعد على تحقيق وحدة الفكر الثقافة كذلك يساعد على التعرف على أنماط وعادات المجتمعات الأخرى، بحيث يخرج الفرد من نطاق قريته ومدينته وعاداته على النطاق العالمي ومن الحقائق المثبتة أن التلفزيون أكثر الوسائل جذبا وإقناعا، كما تبرز أهميته كونه أصبح مركزا ومصبا لكل الوسائل الإعلامية الجماهيرية فقد بدأت الوكالات الصحفية تقوم بتقديم خدمات للتلفزيون وصارت المجالات والكتب بمثابة مصادر لموضوعات مسرحيات الأفلام من التلفزيون.<sup>(3)</sup>

(1) - محمد أحمد الفياض: الإعلام الفضائي الدولي والعربي، دار الخليج للنشر والتوزيع ، عمان، 2014، ص13.

(2) - محمد شطاح: الإعلام التلفزيوني نشرات الأخبار المحتوى والجمهور، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2007، ص80.

(3) - محسن جلوب الكنانى: تقنيات الحوار الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012، ص121-122.

المطلب السادس: مزايا وعيوب التلفزيون.

### 1/ مميزات التلفزيون:

يتميز التلفزيون عن سائر وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري الأخرى بما يلي:

- أنه أقرب وسيلة للاتصال المواجهي، فهو يجمع بين الصوت والصورة والحركة واللون والواقع، فله قدرته على تكبير الأشياء الصغيرة، وتحريك الأشياء النامية.
- له القدرة على مخاطبة الرأي العام داخل الوطن والتأثير فيه لذا يعتبره البعض وسيلة قومية.
- مشاهدة البرامج التلفزيونية تتطلب التفرغ الكامل لمتابعتها، والتركيز الكلي عليها من جانب المشاهدين.
- تقديم المادة الإعلامية التلفزيونية زمن حدوثها، بحيث لا تمر فترة زمنية بين وقوع الحدث وتقديمه.
- يعرض التلفزيون كوسيلة للإعلان كل كلمة في النسخة الإعلامية، ويسمح بأساليب متعددة للتقديم.
- تفوق التلفزيون على مختلف وسائل الإعلام الأخرى بصورة متقطعة النظير في نقل الأحاديث السياسية التي يلقيها رؤساء الدول والحكومات والحكام والزعماء وقادة الرأي عن المسائل الدولية والقومية الهامة، وكذلك يعرض أخبار الأزمات السياسية المحلية والدولية والثورات والحروب والمعارك والمباريات الرياضية الهامة.<sup>(1)</sup>

(1) - محمد علي القوزي: مرجع سابق، ص182.

### 2/ عيوب التلفزيون:

- أورث التلفزيون للمشاهدين السلبية والتلقي طوال ساعات التعرض لمشاهدة برامج متنوعة متعددة، فالتهم وقت القراءة، وقلل بذلك اهتمام الشباب بمتابعة احدث الكتب ومطالعتها بالرغم من أهمية القراءة في تثقيف الأطفال والشباب.
- قلل التلفزيون إلى حد كبير من الترابط العائلي، فقل ما يتجمع أفراد الأسرة معا لمناقشة موضوعات تهم احد أفرادها، بل انه في كثير من الأحيان يكون كل فرد منشغلا ببرنامج يتابعه أكثر من متابعته لمشكلة من مشكلات أسرته.
- لا يتيح التلفزيون مجالاً للتخيل، لأنه يشغل حواس المشاهد، ولا يسمح له بأن يخلق بخياله وذلك بعكس الراديو الذي يتيح للإنسان فرصة التخيل وكذلك الكتاب الذي يجعل القارئ يسبح بخياله في أحداث - رواية من الروايات.
- يقوم التلفزيون في كثير من الأحيان بإعادة تقديم نفس المضمون أكثر من مرة، بل مرات ومرات متمثلاً في المضمون كلياً أو جزئياً، وذلك في قنواته المختلفة وربما بعد فترة وجيزة.
- يؤكد كثير من الأطباء أن المشاهد يتعرض لكمية كبيرة من الإشعاع مضره بالجسم وعلى درجات متفاوتة، حسب نسبة التعرض والجلوس أمام التلفزيون مما يؤدي المشاهد سواء في عينه أو جسمه، خاصة الطفل الذي يظل جالسا لساعات طويلة أمام الشاشة دون مراعاة لهذه الأمور المهمة.<sup>(1)</sup>

(1) - رائد محمد عبد ربه، عكاشة محمد صالح: مرجع سابق، ص 115-116-117.

### المبحث الثاني : الأزمات.

#### تمهيد :

لا يخلو مجتمع من أزمة أو أزمات، وتتعدد الأزمات التي تعاني منها المجتمعات، فمن المجتمعات من يعاني من أزمات مالية، أو اجتماعية أو سياسية، ومن المجتمعات من يعاني من كل تلك الأزمات مجتمعة، وكلما عانت الشعوب والمجتمعات من الفقر أو البطالة... الخ، كلما كانت أكثر عرضة للأزمات، وكلما زادت التعقيدات المعاصرة والحديثة كلما نتج عن ذلك أزمات حديثة لم تكن مسبوقة من قبل ولم تعهدها المجتمعات، والأزمات قديمة حديثة ومتجددة لا يمكن لأي دولة أو بلد أو مجتمع أن يتخلص منها بشكل تام، على اعتبار أنها أي أزمة تأتي بشكل مفاجئ وتكون خطيرة وذات تأثير مهم على الفرد و المجتمع.

#### المطلب الأول: تعريف الأزمة.

الأزمة حقيقة واقعة لا يمكن إنكارها، ولا الهروب والتصل منها، فإنكارها والهرب منها يعني الفشل وعدم المقدرة وهذا ما يسمى بالتحرك من وضع سيء إلى أسوأ، وبدوره يؤدي إلى زيادة حد المخاطر التي قد تتعرض لها الأمة أو الدولة.<sup>(1)</sup>

تعرف الأزمة على أنها نتيجة نهائية لتراكم مجموعة من التأثيرات أو حدوث خلل مفاجئ يؤثر على المقومات الرئيسية للنظام، تشكل تهديدا صريحا وواضحا لبقاء المنظمة والنظام نفسه.<sup>(2)</sup>

(1) – Didier Heiderich: la gestion de crise face aux médias. Holland Edition. Paris. 2010 .p69

(2) – عبد الرزاق محمد الدليمي: الإعلام وإدارة الأزمات، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، 2012، ص93.

## الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

وتعرف دائرة معارف العلوم الاجتماعية الأزمة بأنها "حدوث خلل خطير ومفاجئ في العلاقات بين شيئين".

ويقدم "وليم كوانت" التعريف التالي للأزمة: الأزمة هي تلك النقطة الحرجة واللحظة المناسبة يتحدد عندها

تطور مصير تطورها.<sup>(1)</sup>

وتعرف من المنظور الإعلامي على أنها "موقف يتسبب في جعل المنظمة محل اهتمام سلبي واسع النطاق من

وسائل الإعلام المحلية العالمية ومن جماعات أخرى كالمستهلكين والعاملين والسياسيين والنقابيين والتشريعيين.

تعرف الأزمة عموماً بأنها "الوقت غير المستقر أو الخطير المتعلق بشؤون الفرد والجماعة أو المجتمعات، ويكون

لنتائجها وإفرازاتها وتأثيرات حاسمة على تلك الأطراف سواء كان ذلك باتجاه الأسوأ أو الأحسن.

يتصل البعد الإعلامي بعمليات الاتصال السابقة والمتزامنة مع الأزمة أو الكارثة والثابت أن الأزمات الكبرى

ذات الطبيعة المجتمعية العامة تحتاج بالضرورة إلى ممارسة أنشطة وبرامج الإعلام والاتصال الجماهيري، كما أن

هذه الأزمات تفرض على وسائل الإعلام المحلية أو الدولية متابعة أخبارها بالكلمة والصورة، ومثل هذه الممارسة

تدخل في نطاق البعد الإعلامي.<sup>(2)</sup>

(1) - أديب خضور: الإعلام و الأزمات، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 1999، ص7.

(2) - شهرزاد لمجد: مرجع سابق، ص51.

### المطلب الثاني: أسباب الأزمة.

يرى الباحث أن الأسباب المؤدية لحدوث الأزمات هي أسباب متعددة ومتغيرة وتختلف الأسباب المسببة لكل أزمة عن أخرى، فقد تجد أزمة معينة ترجع أسبابها للأمور السياسية، وأزمات أخرى تكون أسبابها اقتصادية أو اجتماعية، أو غير ذلك، لكن القاسم المشترك في الأسباب المؤدية للازمات أنها تكون خارجة عن نطاق قدرة الإنسان وبالتالي الأزمة برمتها تكون خارجة عن إرادة الإنسان ما لم تكن أزمة مفتعلة بمعنى افتعلها شخص معين أو جهة معينة.

ويمكن الوقوف على الأسباب التالية للازمات:

#### 1/ صراع المصالح بين العاملين:

يترتب على صراع المصالح بين العاملين بالمنظمة الواحدة انهيار نظام الاتصال داخل المنظمة التي يسودها صراع العاملين وعدم التزام العاملين بتعليمات الإدارة العليا للمنظمة، وعدم التعاون فيما بينهم والنزاع الهدام، أي التنافس السلبي الذي يؤول بدوره إلى الأزمات.<sup>(1)</sup>

(1) - ماجد أحمد أبو مراد: اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على الصحافة الالكترونية أثناء الأزمات، مذكرة ماجستير،

كلية الآداب، قسم الصحافة والإعلام، الجامعة الإسلامية، غزة، 2016، ص98.

### 2/ الخوف الوظيفي:

الخوف يعني فقدان الأمن الذي يهيم الأطراف المعنية جميعا ويؤثر في سلوكياتهم تجاه بعضهم البعض في إدارة الحوار حول قضية من القضايا، فالخوف وما ينتج عنه من تداعيات إدارية وسلوكية وقرارات، وكذلك إبداء الآراء والمقترحات من قبل بعض أطراف الأزمة، كلها تعتبر أسبابا ومسببات للأزمة.

### 3/ الإشاعات:

وهي أهم مصدر من مصادر الأزمات بل إن كثيرا من الأزمات يكون مصدرها الوحيد إشاعة أطلقت بشكل معين. (1)

### 4/ الأخطاء البشرية:

الأخطاء البشرية واحدة من أهم أسباب وجود الأزمة، وهي غالبا ما تحدث بسبب سيادة مناخ بشري غير مناسب يؤدي إلى إشاعة حالة من الفوضى والتراخي، وعدم تحمل المسؤولية، الأمر الذي يؤدي إلى عدم وجود تخطيط أو ضعف التخطيط المشترك الذي يرمي لإصلاح الأزمة.

ويرى الباحث أن الأخطاء البشرية وتحديد أخطاء القيادة الإدارية أو السياسية هي بمثابة الأخطاء الأشد ضررا على الدول والمجتمعات والشعوب، فالقيادة السياسية تحديدا في المراقبة البرلمانية، حيث يتم رصد تلك الأخطاء وسرعان ما تنتشر كالنار في الهشيم، وتصبح مادة رئيسية في أحاديث الناس وعموم المواطنين، وبالتالي تؤدي لحدوث الأزمات السياسية والاقتصادية والاجتماعية وغير ذلك. (2)

(1) - علي بن هلهول الرويلي: الأزمات تعريفها أبعادها وأسبابها، دار الأثر السعودية، المملكة العربية السعودية، 2011،

ص78.

(2) - ماجد أحمد أبو مراد: مرجع سابق، ص99.

### 5/ سوء الفهم:

وهو أحد أهم الأسباب لحدوث الأزمات، وذلك نتيجة لنقص المعلومات، وعدم القدرة على ربط المعلومات بالأزمة، والتسرع في اتخاذ القرارات.<sup>(1)</sup>

### 6/ سوء التقدير:

سوء التقدير سواء عن طريق المغالاة أو الإفراط في الثقة بالنفس على مواجهة الطرف الآخر، وسوء تقدير قوة الطرف الآخر والاستخفاف به واستصغاره والتقليل من شأنه.<sup>(2)</sup>

### 7/ انعدام الثقة:

أي عدم وجود الثقة بإدارة القيادة سواء قيادة البلاد أو قيادة منظمة معينة، وهذا يعود لعدة أسباب نذكر منها، انخفاض الروح المعنوية والدافعية، سوء الظروف العامة في البلاد، عدم كفاءة النظام الحاكم سواء من الناحية البشرية أو الأنظمة والقوانين.<sup>(3)</sup>

### 8/ اليأس:

يعد في حد ذاته احد الأزمات النفسية والسلوكية التي تشكل خطرا على المؤسسة، وقد يكون اليأس على مستوى الدول أيضا باعثا على أزمات طاحنة عنيفة.

### 9/ تعارض الأهداف:

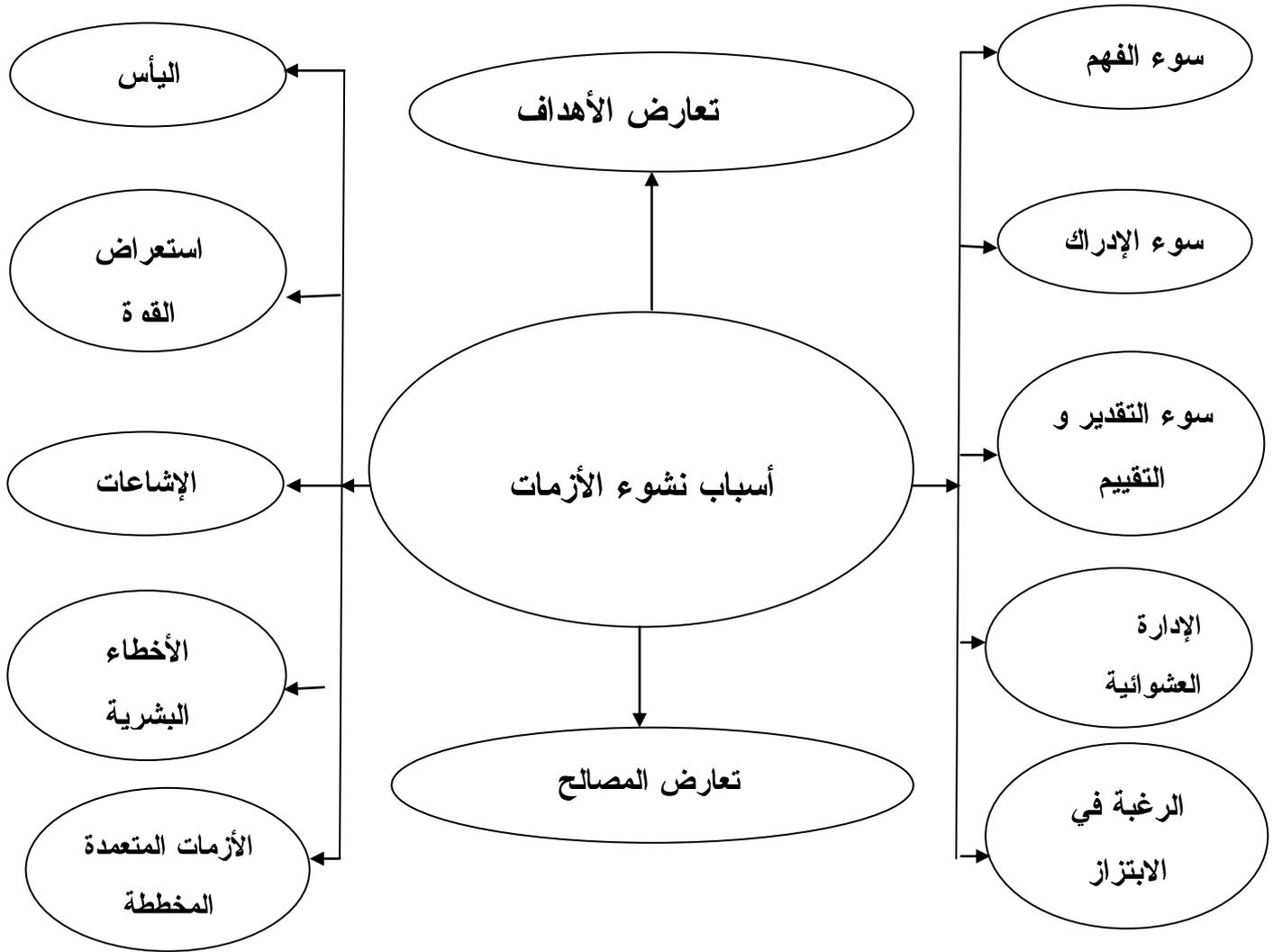
إن تعارض الأهداف الخاصة يؤدي إلى انهيار الثقة في متخذ القرار الأمر الذي يوسع من دائرة عدم المصادقية والشك في قدراته، وبالتالي زيادة وتفاقم الأزمة.<sup>(4)</sup>

(1) - عبد القادر محمد عبد القادر: فن إدارة الأزمات، دار النهضة العربية، بيروت، 2010، ص53.

(2) - قدرى علي عبد المجيد: اتصالات الأزمة وإدارة الأزمات، دار الجامعة الجديدة، مصر، 2008، ص98.

(3) - ماجد أحمد أبو مراد: مرجع سابق، ص100.

(4) - علي بن هلهول الرويلي: مرجع سابق، ص78.



الشكل رقم (02): يمثل أسباب نشوء الأزمة.

المصدر: الخضيرى محسن أحمد: علم امتلاك كامل القوى في أشد لحظات الضعف، ط2، مجموعة النيل العربية،

القاهرة، 2000، ص66.

### المطلب الثالث: مراحل الأزمة.

تمر الأزمة باعتبارها ظاهرة اجتماعية بدورة حياة، مثلها في هذا مثل أي كائن حي، وهذه الدورة تمثل أهمية قصوى في متابعتها والإحاطة بها من جانب متخذ القرار الإداري.

ويرى الخضيرى أن هناك خمس مراحل رئيسية لتطور الأزمة هي:

#### 1/ مرحلة الميلاد:

في هذه المرحلة تبدأ الأزمة الوليدة في الظهور لأول مرة في شكل (إحساس) مبهم قلق بوجود شيء ما يلوح في الأفق، وينذر بخطر غريب غير محدد لمعالم أو الاتجاه أو الحجم أو المدى الذي سيصل إليه.

والأزمة غالباً تنشأ من فراغ وإنما هي نتيجة لمشكلة ما لم يتم معالجتها بالشكل الملائم، ومن هنا يكون إدراك متخذ القرار وخبرته ومدى نفاذ بصيرته هي العوامل الأساسية في التعامل مع الأزمة في مرحلة الميلاد، ويكون محور هذا التعامل هو "تنفيس الأزمة" وإفقادها مرتكزات النمو، ومن ثم تجميدها أو القضاء عليها في هذه المرحلة دون أن تحقق أي خسارة أو دون أن تصل حدتها إلى درجة الصدام العنيف.

وتكون عملية التنفيس في محورها العام هي:

- خلق محور اهتمام جديد يغطي على الاهتمام بالأزمة، ويحولها إلى شيء ثانوي لا قيمة له.
- معرفة أين تكمن عواملها والتعامل معها بالعلاج الناجح للقضاء على أسباب التوتر الذي انشأ الأزمة.
- امتصاص قوة الدفع المحركة للأزمة وتشتيت جهودها في نواح أخرى.<sup>(1)</sup>

(1) - الخضيرى محسن احمد: إدارة الأزمات منهج اقتصادي إداري الأزمات على مستوى القومي والوحدة الاقتصادية،

ط2، مكتبة مدبولي، القاهرة، 2003، ص72-74.

### 2/ مرحلة النمو والانتساع:

تنشأة نتيجة لعدم معالجته المرحلة الأولى -الميلاد- في لوقت المناسب, حيث تأخذ الأزمة في النمو والانتساع

من خلال نوعين من المحفزات هما:

- مغذيات ومحفزات ذاتية مستمدة من ذات الأزمة تكونت معها في مرحلة الميلاد.
- مغذيات ومحفزات خارجية استقطبتها الأزمة وتفاعلت معها وبها، وأضافت إليها قوة دفع جديدة، وقدرة على النمو والانتساع.

وتلك المرحلة يتعاضم الإحساس بالأزمة ولا يستطيع متخذ القرار أن ينكر وجودها أو تجاهلها نظرا لوجود ضغط مباشر يزداد ثقله يوما بعد يوم، فضلا عن دخول أطراف جديدة إلى مجال الإحساس بالأزمة سواء لان خطرها امتد إليهم أو لخوفهم من نتائجها أو من أن أخطرها سوف يصل إليهم.

وفي هذه المرحلة يكون على متخذ القرار التدخل من أجل إفقاد الأزمة روافدها المحفزة والمقوية لها على النحو التالي:

- تجميد وعزل العناصر الخارجية المدعمة للأزمة، سواء باستقطابها، أو خلق تعارض مصالح بينها وبين استفحال الأزمة.

- تجميد نمو الأزمة بإيقافها عند المستوى الذي وصلت إليه وعدم السماح بتطورها، وذلك عن طريق استقطاب بعوامل النمو الذاتي التي حركت الأزمة. (1)

(1) - أبو النصر مدحت محمد: مفهوم الأزمات الإدارية منظور إداري واجتماعي، المجلة العربية للدراسات الأمنية والتدريب، العدد 285، الرياض، 1999، ص 375.

### 3/ مرحلة النضج:

تعد من اخطر مراحل الأزمة، ومن النادر أن تصل الأزمة إلى مثل هذه المرحلة، وتحدث عندما يكون متخذ القرار الإداري على درجة كبيرة من الجهل والتخلف الاستبداد برأيه وانغلاقه على ذاته أو إحاطة هذه الذات بالقدسية والتأليه، وبحاشية المنافقين الذين يكيلون له المديح ويصورون له الأخطاء حسنات، وبذلك تصل الأزمة إلى أقصى قوتها وعنفها، وتصبح السيطرة عليها مستحيلة ولا مفر من الصدام العنيف معها، وهنا تكون الأزمة بليغة الشدة.

### 4/ مرحلة الانحسار والتقلص:

تبدأ الأزمة بالانحسار والتقلص نتيجة للصدام العنيف الذي تم اتخاذه والذي يفقد جزءا هاما من قوتها، على أن هناك بعض الأزمات تتجد لها قوة دفع أخرى، عندما يفشل الصدام في تحقيق أهدافه وتصبح الأزمات في هذه الحالة كأموج البحر، موجة تندفع وراء موجة.<sup>(1)</sup>

### 5/ مرحلة الاختفاء:

وتصل الأزمة إلى هذه المرحلة عندما تفقد بشكل شبه كامل قوة الدفع المولدة لها أو لعناصرها حيث تتلاشى مظاهرها وينتهي الاهتمام بها والحديث عنها، إلا انه من الضرورة الاستفادة من الدروس المستفادة منها لتلاقي ما قد يحدث مستقبلا من سلبيات.<sup>(2)</sup>

والحقيقة أن الانحسار لازمة يكون دافعا للكيان الذي حدث فيه لإعادة البناء وليس لإعادة التكيف، فالتكيف أجرا مرفوضا وغير مقبول لأنه سيبقى على آثار ونتائج الأزمة بعد انحسارها، أما إعادة البناء فيتصل أساسا

(1) - الخضيرى محسن احمد: مرجع سابق، ص 75.

(2) - احمد عز الدين، إدارة الأزمات في الحدث الإرهابي، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 1990، ص32.

## الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

بعلاج هذه الآثار والنتائج ومن ثم استعادت فاعلية الكيان وأدائه وإكسابه مناعة أو خبرة في التعامل مع أسباب ونتائج هذا النوع من الأزمات.

ويرى الباحث احمد عز الدين أن الأزمة تمر بخمس مراحل وهي على النحو التالي:

### 1/ مرحلة الحضانة:

وهي المرحلة التي تمهد لوقوع الأزمة، وهذه المرحلة إذا ما تم تبيينها واستيعابها وإدراكها إدراكا كاملا فيكون في هذه الحالة التعامل معها سهلا ويمكن السيطرة عليها وإيجاد الحلول المناسبة لها.

### 2/ مرحلة الاجتياح:

وهي مرحلة بداية الأزمة الفعلية، وبداية ظهورها وظفوها على السطح، وهذه المرحلة بلا شك من أصعب مراحل الأزمة من حيث وقت التعامل معها، على اعتبار أنها تكون عنيفة ويتم التفاعل معها من قبل الأطراف المعنية سواء بالسلب أو الإيجاب.

3/ مرحلة الاستقرار: وهي المرحلة التي تبدو فيها أبعاد الأزمة، ويتم تطبيق الخطط والاستراتيجيات الخاصة بدار الأزمات.

4/ مرحلة الانسحاب: وهي المرحلة التي تبدأ فيها الأزمة في التلاشي وتمتد حتى تنتهي تماما.

5/ مرحلة التعويض: وهي المرحلة التي تتم فيها عملية التقويم وتلافي الآثار.<sup>(1)</sup>

(1) - احمد عز الدين، مرجع سابق، ص33.

### المطلب الرابع: أنواع الأزمات.

على الرغم من صعوبة التنبؤ بحدوث جميع الأزمات إلا أن هناك بعض الأزمات التي يمكن ملاحظة مؤشرات معينة تدل على توقع حدوثها.

وما يمكن أن نستنتج من خلال القراءات التي قمنا بها، أنه لا يوجد تصنيف موحد لأنواع الأزمات، حيث تختلف تصنيفات الأزمة باختلاف الأسس التي يعتمدها الباحثون في إجراء التقسيم والتصنيف لهذه الأزمات، وفيما يلي سوف نستعرض أهم تصنيفات للأزمات: (1)

#### • التصنيف الأول: حسب نوع الجمهور المتأثر بالأزمة.

- أزمات داخلية: وهي المتعلقة بالجمهور الداخلي للمؤسسة، مثل حالات الوفاة بسبب المخاطر المهنية التي يتعرض لها العاملون في المؤسسة.

- أزمات خارجية: وهي المتعلقة بالجمهور الخارجي للمؤسسة، مثل هجوم مؤسسات أخرى على المؤسسة بهدف استقطاب المستهلكين، وجود عيوب في المنتج، المقاطعة. (2)

#### • التصنيف الثاني: أنواع الأزمات وفقا لمصدرها.

- أزمات تقع بفعل الإنسان: وهي تلك الأزمات الناتجة عن الفعل الإنساني، وذلك على شاكلة التهديد بالغزو العسكري، عمليات الإرهاب، الاضطرابات العامة، الفتن، حوادث تلوث البيئة والإهمال الذي يؤدي إلى انهيار السدود والحرائق الكبرى للمدن وحوادث الطائرات... الخ.

- أزمات بفعل الطبيعة: وهي تلك الأزمات التي لا دخل للإنسان في حدوثها، ومثال على ذلك الزلزال، البراكين، الأعاصير والفيضانات... الخ.

(1) - نايلي خالد: إدارة الاتصال لأزمة فيفري 2012 بمؤسسة سونلغاز قسنطينة، مذكرة ماجستير، كلية الآداب والعلوم

الإنسانية والاجتماعية، جامعة برج باجي مختار، عنابة، 201،-2013، ص67.

(2) - أبو النصر مدحت محمد: مرجع سابق، ص375.

- الأزمات الناجمة عن سلوك غير معلوم مصدره: ويعني أن هناك بعض مظاهر السلوك غير معلوم حتى الآن مصدره و التي قد تسبب أزمة ولعل أهم هذه المظاهر على سبيل المثال لا للحصر وهي:

1/ ظهور أجسام غريبة وأطباق طائرة يعتقد البعض في قدومها من الفضاء الخارجي.

2/ انتشار الحرائق في مناطق معينة دون معرفة السبب الحقيقي.<sup>(1)</sup>

تطوير القيم والتقاليد، حتى تتلاءم مع التغيير الناجم عن تطوير المجتمع.

• **التصنيف الثالث:** يمكن تصنيف الأزمات حسب مجالها على سبيل المثال إلى:

- الأزمات الاقتصادية: مثل أزمة الطاقة، أزمة التصدي، أزمة الركود التضخمي، و تعبر الأزمات

الاقتصادية عن الانقطاع المفاجئ في مسيرة المنظومة الاقتصادية، مما هدد سلامة الأداء المعتاد لها،

والوصول إلى تحقيق أهدافها.

- الأزمات السياسية: مثل أزمة المشاركة السياسية، وأزمة العلاقة بين الحكومة و أحزاب المعارضة،

وأزمة الشرعية.

- الأزمات الأمنية: مثل الاعتداء على إحدى الشخصيات المهمة أو الحاكمة خطف الطائرات، احتجاز

رهائن، اضطرابات عامة...

- الأزمات الاجتماعية: تحدث غالبا نتيجة اختلال نظام القيم و التقاليد، وانهيار آليات تسوية الصراعات

الاجتماعية، مما يؤدي إلى شعور طبقات أو فئات اجتماعية معينة داخل المجتمع بالاغتراب في

الأوضاع الراهنة لمجتمعها، وهذا يقتضي التدخل السريع لمواجهة هذه الأزمات، لإعادة التوازن

الاجتماعي، و حل الصراعات الاجتماعية.<sup>(2)</sup>

(1) - نايلي خالد: مرجع سابق، ص76.

(2) - قدرني علي عبد المجيد: مرجع سابق، ص98.

### • التصنيف الرابع: الأزمات وفقا لموضوع الأزمة:

يجري تقسيمات الأزمات حسب موضوع الأزمة إلى الأنواع الآتية:

- الأزمات المادية الملموسة: هي الأزمات التي تتعلق بموضوع مادي ملموس، ويمكن دراسة وتحليل هذا الموضوع والتحقق منه والتعاطي معه بصور مادية، ويمكن قياس هذا الموضوع وحسابه بصورة كمية، كما يمكن قياس النتائج المادية المترتبة على هذه الأزمة الملموسة.
- الأزمات المعنوية: هي الأزمات التي تتعلق بجانب غير موضوعي يرتبط بالأفراد وهي أزمات غير ملموسة، ويجري الإحساس بها من خلال الإدراك مضامينها الأزموية.
- الأزمات المادية المعنوية: هي أزمات تتضمن جانبين هما: جانب مادي ملموس وجانب مادي غير ملموس، ومن الأمثلة على هذا النوع نجد أزمة السرقة من أموال المؤسسة فالجانب المادي يتمثل في الأموال المسروقة، أما الجانب المعنوي يتجسد في السمعة السيئة وعدم الثقة في المسؤولين بالمنظمة.
- تصنيف الأزمات من حيث تكرار حدوثها: تجري تصنيف الأزمات حسب معدل تكرارها إلى:
  - الأزمات الدورية: تعد الدورة الاقتصادية إحدى المسببات الرئيسية للازمات الدورية، حيث أن كل مرحلة من مراحل الدورة الاقتصادية تؤدي إلى وقوع أزمة أو أزمات خاصة بها، وفيها يأتي سنقوم بتوضيح لبعض الأزمات التي تقع خلال كل مرحلة من المراحل الأربعة للدورة الاقتصادية الرواج، مرحلة الانكماش، مرحلة الركود، وأخيرا مرحلة الانتعاش.<sup>(1)</sup>

(1) - نايلي خالد: مرجع سابق، ص77.

المطلب الخامس: استراتيجيات مواجهة الأزمات.

وتتمثل هذه الاستراتيجيات فيما يلي:

### 1/ استراتيجية العنف في التعامل مع الأزمة:

وتستخدم هذه الاستراتيجية مع الأزمة المجهولة التي لا يتوفر عنها معلومات كافية وكذلك تستخدم مع الأزمات المتعلقة بالمبادئ والقيم ومع الأزمات التي تنتشر بشكل سرطاني في عدة اتجاهات ومع الأزمات التي يفيد العنف في مواجهتها وذلك من خلال تحطيم مقومات الأزمة وضرب الوقود المشعل للأزمة أو وقف تغذية الأزمة بالوقود اللازم لاستمرارها كما يمكن حصار العناصر المسببة للأزمة وقطع مصادر الإمداد عنها.<sup>(1)</sup>

### 2/ استراتيجية وقف النمو:

تهدف هذه الاستراتيجية إلى التركيز على قبول الأمر الواقع وبذل الجهد لمنع تدهوره وفي نفس الوقت السعي إلى تقليل درجة تأثير الأزمة وعد الوصول إلى درجة الانفجار وتستخدم هذه الاستراتيجية في حالة التعامل مع قضايا الرأي العام والإضرابات ويجب هنا الاستماع لقوى الأزمة وتقديم بعض التنازلات وتلبية بعض المتطلبات من أجل تهيئة الظروف للتفاوض المباشر وحل الأزمة.

### 3/ استراتيجية التجزئة:

تعتمد هذه الاستراتيجية على دراسة وتحليل العوامل المكونة والقوى المؤثرة وخاصة في الأزمات الكبيرة والقوية حيث يمكن تحويلها إلى أزمات صغيرة ذات ضغوط أقل مما يسهل التعامل معها ويمكن

(1) - الظاهر نعيم: إدارة الأزمات، عالم الكتب الحديث للنشر، اربد، الأردن، 2009، ص 35.

## الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة

هنا خلق تعارض في المصالح بين الأجزاء الكبير للأزمة والصراع على قيادة الأجزاء واستمالتها وتقديم إجراءات لضرب التحالفات.<sup>(1)</sup>

### 4/ استراتيجية التأثير السلبي المحرك للأزمة:

يمثل الفكر الذي يقف وراء الأزمة في صورة اتجاهات معينة تأثير شديد على قوة الأزمة وتركز هذه الاستراتيجية على التأثير في هذا الفكر وإضعاف الأسس التي يقوم عليها حيث ينصرف عنه بعض القوى وتضعف الأزمة ويمكن هنا استخدام التشكيك في العناصر المكونة للفكر والتضامن مع هذا الفكر ثم التخلي عنه وإحداث الانقسام.

### 5/ استراتيجية دفع الأزمة إلى الأمام:

وتهدف هذه الاستراتيجية إلى الإسراع بدفع القوى المشاركة في صناعة الأزمة إلى مرحلة متقدمة تظهر خلافاتهم والتسرع بوجود الصراع بينهم ويستخدم في هذه الاستراتيجية تسريب معلومات خاطئة وتقديم تنازلات تكتيكية لتكون مصدر للصراع ثم يستفاد منها.<sup>(2)</sup>

(1) - عبد السلام أبو قحف : إدارة الأزمات، مطبعة الإشعاع للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 1999، ص78.

(2) - الظاهر نعيم : مرجع سابق، ص 35.

### 6/ استراتيجية تغيير المسار:

وتهدف إلى التعامل مع الأزمات الجارفة والشديدة التي يصعب الوقوف أمامها وتركز على ركوب عربة قيادة الأزمة والسير معها لأقصر مسافة ممكنة ثم تغيير مسارها الطبيعي وتحويلها آلي مسارات بعيدة عن اتجاه قمة الأزمة ويستخدم هنا الخيارات التالية:

- الانحناء للعاصفة.
- السير في نفس اتجاه العاصفة.
- محاولة إبطاء سرعة العاصفة.
- تصدير الأزمة آلي خارج المجال الأزموي.
- إحكام السيطرة على اتجاه الأزمة.
- استثمار الأزمة بشكلها الجديد لتعويض الخسائر السابقة.<sup>(1)</sup>

---

(1) - عبد السلام أبو قحف: مرجع سابق، ص78.



الفصل الثالث: الإطار الميداني للدراسة.

المبحث الأول: عرض وتحليل البيانات الميدانية  
ونتائج الدراسة.

المطلب الأول: تحليل البيانات الميدانية.

المطلب الثاني: النتائج العامة للدراسة الميدانية.

المطلب الثالث: مناقشة الفرضيات في ضوء النتائج.



الفصل الثالث: الإطار الميداني للدراسة.

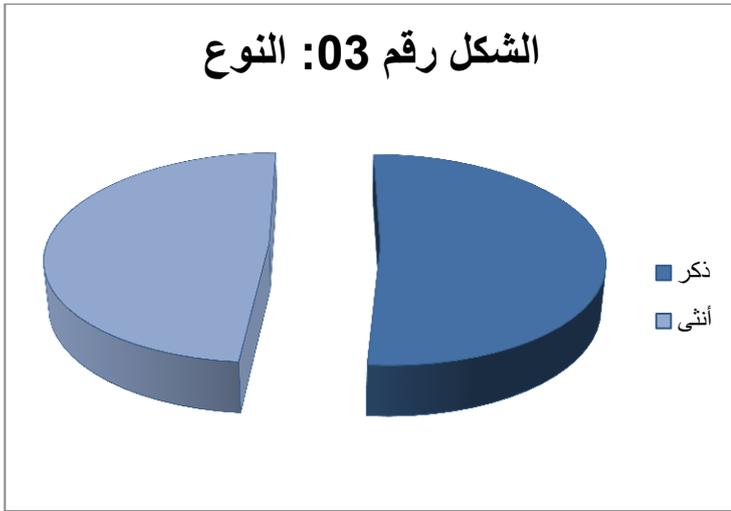
المبحث الأول: عرض وتحليل البيانات الميدانية ونتائج الدراسة.

المطلب الأول: تحليل البيانات الميدانية.

المحور الأول: البيانات السوسيو ديمغرافية.

تساعد البيانات السوسيو ديمغرافية الباحث في التعرف على ملامح وخصائص المبحوثين وخلفياتهم وكثيرا ما يعتمد عليها كمؤشرات في تحليل البيانات والمعطيات الميدانية حسب ما تقتضيه مغيرات الدراسة وأهدافها وقد جاءت في ثلاث تساؤلات.

جدول رقم 01: يوضح توزيع عينة الدراسة حسب النوع.

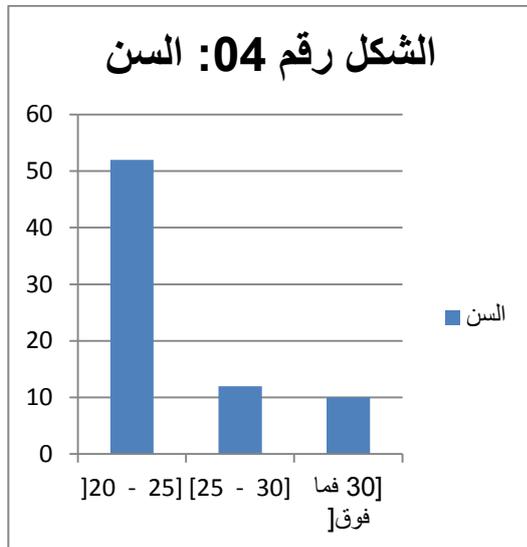


النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
51.35%	38	ذكر
48.65%	36	مؤنث
100	74	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول والشكل أعلاه أن نسبة الذكور تقدر بـ 51.35% من نسبة أفراد العينة ونسبة الإناث تقدر بـ 48.65% من نسبة أفراد العينة وهي عادية تكاد تكون متساوية بين النوعين في مشاهدة القنوات الفضائية (التلفزيون).

ويفسر تقارب نسبي الذكور مع الإناث في عينة دراستنا تقارب نسب المشاهدة بين النوعين مع إمكانية تقارب بنسب الاعتماد على التلفزيون أثناء الأزمات وكذا مختلف التأثيرات المحدثة.

جدول رقم 02: يمثل توزيع عينة الدراسة حسب السن.



السن	التكرار	النسبة المئوية
[25 - 20]	52	70.27%
[30 - 25]	12	16.22%
[30 فما فوق]	10	13.51%
المجموع	74	100%

من خلال الجدول والشكل أعلاه يتضح أن أغلبية أفراد العينة تتراوح أعمارهم ما بين (20-25) سنة أي ما يعادل نسبة 70.27% وهذا طبيعي تبعا لسن الطلبة العادي من خلال العينة المختارة والمشكلة لمجموع الطلبة من الفئة المبحوثة عدا بعض الاستثناءات القليلة أما بالنسبة للمؤشرين الثاني والثالث التي تتراوح أعمارهم ما بين (25-30 سنة) بنسبة 16.22% و(30 فما فوق) بنسبة 13.51% كانت نسبة المشاهدة اقل، وهذا يفسر انه كلما ارتفع سن الجمهور عينة الدراسة زاد التعرض للقنوات الفضائية أثناء الأزمات وبالتالي إمكانية توفر المعلومات لمناقشة المسائل العامة في الجزائر.

الجدول رقم 03: يمثل توزيع عينة الدراسة حسب التخصص.



التخصص	التكرار	النسبة المئوية
سنة أولى ماستر اتصال تنظيمي	45	60.81%
سنة أولى ماستر سمعي بصري	29	39.18%
المجموع	74	100

يتضح من خلال بيانات هذا الجدول والشكل الذي يبين توزيع الجمهور عينت الدراسة حسب مؤشر

التخصص أن ما نسبته 65.81% هم من الاتصال التنظيمي وما نسبته 39.18% هم من السمعي

البصري وتوضح النتائج السابقة أن معظم المبحوثين هم من الاتصال التنظيمي وهذا يفسر أن الطلبة

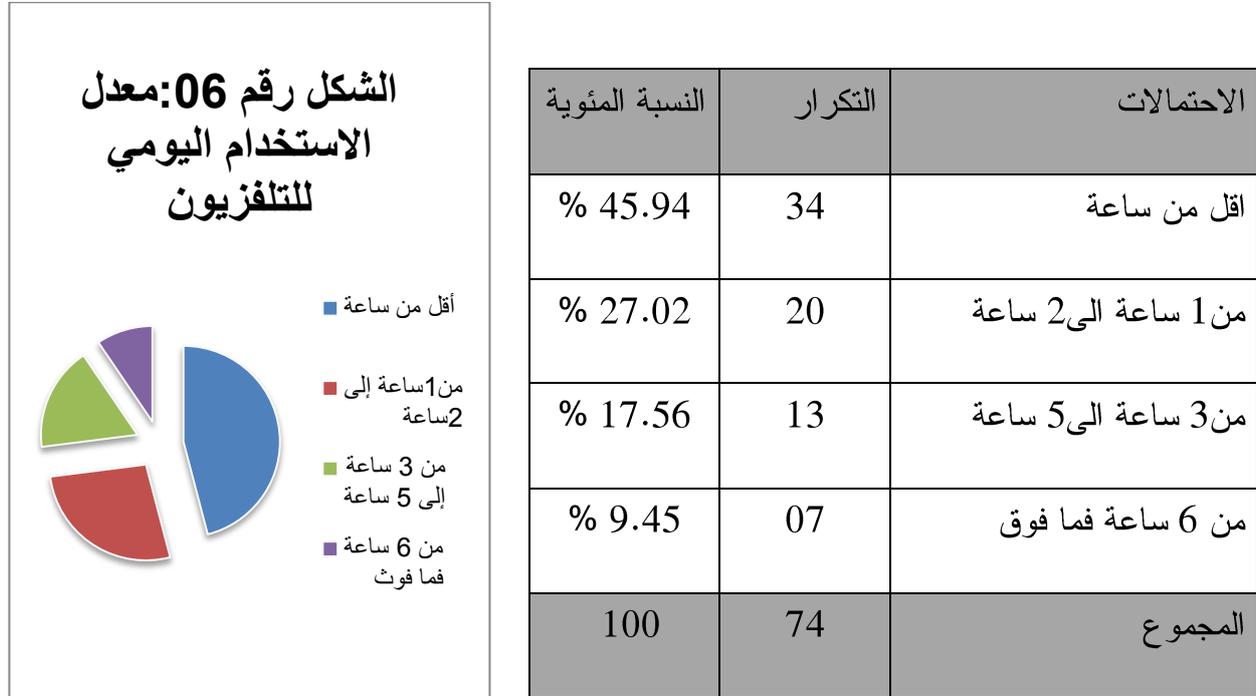
يفضلون تخصص الاتصال التنظيمي لأنه فيه فرص عمل أحسن من تخصص السمعي البصري وهذا

راجع أيضا إلى ظروف توزيع الاستمارة على التخصصين .

## الفصل الثالث: الإطار الميداني للدراسة

المحور الثاني: معدل استخدام الطلبة الجامعيين لوسيلة التلفزيون.

جدول رقم 04: يوضح توزيع عينة الدراسة حسب معدل الاستخدام اليومي لوسيلة التلفزيون.



نلاحظ من خلال الجدول والشكل أعلاه أن المدة التي يقضيها أفراد عينة الدراسة في اليوم تتراوح

بقوة في أقل من ساعة وذلك بنسبة 45.94 % في حين يقضي باقي الطلبة من (1 ساعة إلى 2 ساعة)

يومية بنسبة 27.02 % وهي نسبة تحيل إلى الاستخدام المتواصل واليومي من طرف الطلبة وما تحتمه

مقتضيات العصر الحالي، ومن جهة أخرى نجد نسب أقل تقدر بـ 17.56 % و 9.45 % في

الاستخدامات من (3 ساعات إلى 5 ساعات) ومن (6 ساعات فما فوق) وهو أمر طبيعي يعود إلى

مختلف الانشغالات الخاصة بالطلبة وكذا الميول المختلفة لهم، ويفسر استخدام المبحوثين أقل من ساعة

على مفهوم الاعتماد لأنها احد المرتكزات التي يجب أن يحافظ عليها المبحوثين وكذلك يجب الاطلاع

عليه بشكل يومي على اعتبار انه يمكن الطالب من أن يكون على إطلالة ومعرفة جيدة لما يدور حوله من

أحداث ومستجدات في شتى المجالات وكذلك تكوين معارف حول الأزمات التي يمكن النقاش والتحاور

بها لأنها تهم الشأن العام.

## الفصل الثالث: الإطار الميداني للدراسة

الجدول رقم 05: يوضح توزيع عينة الدراسة بناء على اتجاهاتهم في استخدام التلفزيون

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
التعليم	08	% 7.47
ترفيه والتسلية	35	%32.72
التثقيف	22	%20.56
الأخبار	42	%39.25
المجموع	107	100

بناء على الجدول السابق نستنتج الاختلاف الواضح في استخدامات التلفزيون من فئة إلى أخرى بدرجات تبدو متقاربة تتمحور أساسا حول التسلية والترفيه بنسبة %32.72 وكذا الأخبار بنسبة %39.25 ضف إلى ذلك التثقيف بنسبة % 20.56 والتعليم بنسبة %7.47 وهذا يفسر أن هناك اتجاهات شخصية خاصة بكل مبحوث وكذلك تتعلق باختياراتهم الخاصة وحاجات ودوافع كل فرد يسعى إلى إشباعها من خلال اعتماده على التلفزيون كمصدر للمعلومات، وبما أن فئة العينة المختارة هي عينة طبقية تضم الطلبة الجامعيين الذين جاءت اختياراتهم في أغلبها تصب في مجال الأخبار التي تعني استقاء المعلومات حول الأزمات والأخذ والعطاء فيها بالإضافة إلى الاهتمام بأدق التفاصيل حول الأزمات، ليكون على دراية كافية بقضايا الشأن العام.

## الفصل الثالث: الإطار الميداني للدراسة

جدول رقم 06: يوضح توزيع عينة الدراسة حسب دوافع استخدام التلفزيون

المجموع		أبدا		أحيانا		دائما		الاحتمالات
النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
100	63	%17.46	11	%74.60	47	%07.93	05	لأنه يتمتع بالمصداقية
100	58	%37.93	22	%58.62	34	%03.44	02	لثقتي العالية به
100	66	%07.57	05	%62.12	41	%30.30	20	يزودني بمعلومات واضحة اتجاه القضايا المختلفة أثناء الأزمات
100	61	%37.70	23	%44.26	27	%18.03	11	لعدم توفر غيره أثناء الأزمات
100	64	%28.12	18	%53.12	34	%18.75	12	ليس لدي الوقت الكافي للاعتماد على الوسائل الإعلامية الأخرى
100	46	%21.73	10	%63.04	29	%58.69	07	لاهتمام القنوات التلفزيونية بتفاصيل و معلومات عن الأزمات

## الفصل الثالث: الإطار الميداني للدراسة

تبين من خلال الجدول السابق أن ما نسبته 53.12 % ليس لديهم الوقت الكافي للاعتماد على الوسائل الإعلامية الأخرى، بينما ما نسبته 63.04% لاهتمام القنوات التلفزيونية بتفاصيل ومعلومات عن الأزمات، بينما ما نسبته 74.60% لأنه يتمتع بالمصداقية، بينما ما نسبته 62.12% لأنه يزودني بالمعلومات الواضحة اتجاه القضايا المختلفة أثناء الأزمات بينما ما نسبته 44.26% لعدم توفر غيره أثناء الأزمات ويتضح من النتائج السابقة وجود تقارب كبير جدا في النسب ما بين دائما وأحيانا وأبدا وبالضبط بين السببين من الأسباب التي تدفع المبحوثين إلى الاتجاه نحو استخدام التلفزيون أثناء الأزمات وهما يزودني بمعلومات حول القضايا المختلفة واهتمام القنوات التلفزيونية بتفاصيل ومعلومات عن الأزمات ويفسر هذا أنه كلما اهتمت القنوات التلفزيونية بتفاصيل ومعلومات عن الأزمات وتناولت الأخبار وعالجت الأحداث الخاصة بها كلما اتجه المشاهدين لها من أجل تقصي المعلومات التي تهم الشأن العام، وعموما هي سمة العصر وميزة التلفزيون وهي أمر يتمشى ويتفق مع تدافع الأحداث وسرعة تدفق الأخبار.

بينما كانت أدنى نسبة من الأسباب التي تدفع المبحوثين لاستخدام التلفزيون لثقتي العالية به بنسبة مئوية بلغت 3.44 % وهي نسبة متدنية جدا توضح عدم ثقة أفراد العينة بالتلفزيون، ويفسر ذلك عدم وجود الثقة في وسيلة التلفزيون بل توجد في وسيلة أخرى غيره، أيضا يفسر هذا أن الفرد ليس لديه دوافع تدفعه لاستخدام هذه الوسيلة وهذا راجع أيضا إلى تفضيله لوسيلة أكثر تطور وأكثر سرعة وانية في بث الأحداث والأزمات .

## الفصل الثالث: الإطار الميداني للدراسة

الجدول رقم 07: يوضح توزيع عينة الدراسة حسب توجههم إلى التلفزيون للحصول على المعلومات.

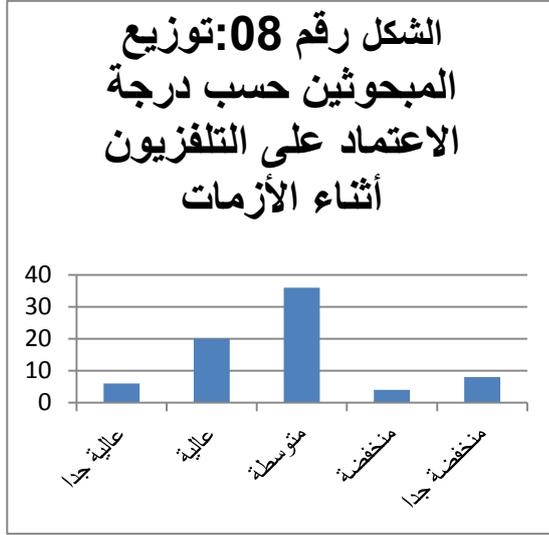


الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	23	31.08%
أحيانا	42	56.75%
أبدا	09	12.16%
المجموع	74	100

يتضح من خلال توزيع بيانات الجمهور عينة الدراسة و الشكل أعلاه وطبقا لمعدل توجههم إلى التلفزيون للحصول على المعلومات أثناء حدوث الأزمات أن عينة الدراسة يتوجهون إلى التلفزيون بشكل كبير عند احتمال (أحيانا) كما يتبين في الجدول أعلاه، حيث احتلت نسبة 56.75% أي أكثر من ثلاثة أرباع إجمالي عينة الدراسة في مقابل نسبة معدل التوجه إلى التلفزيون بشكل (دائم) 31.08% فقط و احتلت نسبة معدل التوجه للتلفزيون بشكل (أبدا) بنسبة 12.16%، إن هذه النتائج في معدل التوجه إلى التلفزيون للحصول على المعلومات تشير إلى الكشف عن حجم وبناء الجمهور عينة الدراسة الذي يشاهد الأزمات في التلفزيون، وهو يمثل تراجع حجم الجمهور الفعلي لتراجع المشاهدين المداومين، وعليه تعكس قراءة هذا التوجه إلى السلوك الاتصالي الظاهر لأفراد جمهور العينة والمتمثل في قلة الاعتماد وبالتالي تراجع تفاعلهم مع هذا النوع من المضمون الإعلامي، ومن ثم تراجع اهتمامهم بالشأن العام وكذلك الأزمات، وعلى الرغم من ذلك بيانات هذا الجدول في هذه الإجابات لا تعتبر وحدها كافية لتقدير الاهتمام و التفاعل مع المعلومات التي يحصل عليها المبحوثين من التلفزيون أثناء الأزمات التي فعلا تناقش مسائل عامة تخص عموم الجزائريين بل معيار التعرض (المشاهدة) المؤثر هنا هو اعتماد الجمهور عينة الدراسة على هذه الأزمات في اتخاذ قراراتهم.

## الفصل الثالث: الإطار الميداني للدراسة

الجدول رقم 8: يوضح توزيع عينة الدراسة حسب درجة الاعتماد على التلفزيون أثناء الأزمات



الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
عالية جدا	06	8.10%
عالية	20	27.02%
متوسطة	36	48.64%
منخفضة	04	5.40%
منخفضة جدا	08	10.81%
المجموع	74	100

يتبين من خلال الجدول والشكل السابق أن ما نسبته 48.64% هم من الذين يعتمدون على التلفزيون بدرجة متوسطة في ظل حدوث الأزمات، بينما ما نسبته 27.02% هم من الذين يعتمدون على التلفزيون بدرجة عالية أثناء الأزمات، بينما ما نسبته 10.81% هم من الذين يعتمدون على التلفزيون بدرجة منخفضة جدا، بينما ما نسبته 8.10% هم المبحوثين الذين يعتمدون على التلفزيون بدرجة عالية جدا، في ظل حدوث الأزمات، بينما ما نسبته 5.40% هم من الذين يعتمدون على التلفزيون بدرجة منخفضة، وبشكل عام يتضح من النتائج السابقة أن أعلى نسبة من الاحتمالات السابقة كانت لصالح الموافقة المتوسطة على درجة الاعتماد على التلفزيون في ظل الأزمات بنسبة مؤوية بلغت 48.64%، ويفسر هذا حرص المبحوثين على الاعتماد على التلفزيون كوسيلة لمشاهدة ومتابعة الأخبار ويفسر أيضا الأهمية والدور الإعلامي البارز للتلفزيون في تغطية الأزمات فور حدوثها وكذلك معالجة القضايا المختلفة ومدى إقبال المبحوثين والاعتماد على هذه الوسيلة، كما أوضحت النتائج أن أدنى نسبة حسب الجدول كانت لصالح الموافقة المنخفضة على درجة الاعتماد على التلفزيون في ظل الأزمات بنسبة مؤوية بلغت

## الفصل الثالث: الإطار الميداني للدراسة

5.40% وهذا يفسر أن أوقات الأزمات لا تتمتع بالآنية و الفورية وكذلك سخونة الأحداث ولا يوجد فيها تدفق سريع للأخبار، وهذا راجع أيضا إلى خمول المبحوثين اتجاه الأزمات.

**الجدول 9:** يمثل أهم القنوات التلفزيونية المحلية التي يتابعها الطلبة أثناء الأزمات.

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
الجزائرية الثالثة	07	6.73%
الشروق TV	29	27.88%
النهار TV	29	27.88%
البلاد	34	32.69%
DZAIR News	05	4.80%
المجموع	104	100

يوضح الجدول أعلاه أهم القنوات التلفزيونية المحلية التي يتابعها الطلبة (عينة الدراسة) أثناء الأزمات، فلو ركزنا جيدا في المعطيات التي تحصلنا عليها من خلال إجابات الطلبة المبينة في الجدول لوجدنا ان قناة البلاد استحوذت على اكبر نسبة مشاهدة من قبل الطلبة بنسبة 32.69 % في حين تأتي فئة من يشاهدون بنسبة اقل قناة الشروق News بنسبة 27.88% وهذا ما يعادل نسبة مشاهدة قناة النهار TV والتي نسبتها 27.88% وتليها قناة الجزائرية الثالثة بنسبة 6.73% ، وتأتي آخر نسبة والمتمثلة في 4.80% وهي نسبة تكاد تكون معدومة بالمقارنة مع باقي النسب لتمثل أنه نادرا ما يتوجه الطلبة إلى مشاهدة قناة دزاير NEWS أثناء الأزمات.

وتكشف هذه النتائج أن قناة البلاد حصلت على أكبر نسبة مشاهدة أثناء الأزمات وذلك بنسبة 39.69%، ويفسر ذلك أن هذه القناة تتناول القضايا التي تمس الطلبة (عينة الدراسة) بالإضافة لتمييزها

## الفصل الثالث: الإطار الميداني للدراسة

في نقل الأخبار وتغطيتها الجيدة للأحداث أثناء الأزمات، وخاصة خلال هذه الآونة وما يحصل في الجزائر انفردت في تغطيتها الجيدة لهذه الأزمة.

الجدول 10: يمثل أهم القنوات العربية والأجنبية التي يتابعها الطلبة أثناء الأزمات.

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
الجزيرة	22	22.91%
العربية	21	21.87%
الحررة	03	3.12%
France 24	41	42.70%
عربي (بي - بي - سي) BBC	05	5.20%
الميادين	03	3.12%
SKY News	01	1.04%
المجموع	96	100

يوضح الجدول أعلاه أهم القنوات التلفزيونية العربية والأجنبية التي يتابعها الطلبة (عينة الدراسة) أثناء الأزمات، فلو ركزنا جيدا في المعطيات المتحصل عليها من خلال إجابات الطلبة المبينة في الجدول لوجدنا أن قناة France24 احتلت الصدارة في الترتيب وذلك بنسبة تقدر ب 42.70% في حين تأتي فئة من يشاهدون بنسبة اقل قناة الجزيرة بنسبة 22.91% وتليها قناة العربية وذلك بنسبة 21.87%، وتليها قناة BBC عربي بنسبة تقدر ب 5.20% في حين تأتي قناة الحررة وذلك بنسبة 3.12% وهذا ما يعادل نسبة مشاهدة قناة SKY News نسبة تقدر ب 3.12%، وتأتي آخر نسبة والمتمثلة في 1.04% وهي نسبة تكاد معدومة بالمقارنة مع باقي النسب لتمثل انه نادرا ما يتوجه الطلبة إلى مشاهدة قناة الميادين أثناء الأزمات.

## الفصل الثالث: الإطار الميداني للدراسة

وتكشف النتائج أن قناة France 24 احتلت الصدارة بنسبة تقدر بـ 42.70% كأهم قناة من القنوات العربية والأجنبية\*<sup>1</sup> التي يتابعها الطلبة أثناء الأزمات ويفسر هذا على أن الطلبة عينة الدراسة يميلون إلى قناة France 24 وذلك نظرا لتغطيتها الجيدة للأحداث و اهتمامها بالأخبار و القضايا التي تهم الشأن العربي والدولي.

**الجدول 11:** يمثل نسبة اعتماد الطلبة الجامعيين على الوسيلة الواحدة أثناء الأزمات.

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	20	27.02%
أحيانا	47	63.51%
أبدا	07	9.45%
المجموع	74	100

تبين من الجدول السابق والذي يمثل نسبة اعتماد الطلبة (عينة الدراسة) على التلفزيون أثناء الأزمات، إن ما نسبته 63.51% هم من الذين يعتمدون على التلفزيون بشكل غير دائم (أحيانا) أثناء الأزمات، بينما ما نسبته 27.02% من الذين يعتمدون على التلفزيون بشكل (دائم) وفي مقابل ذلك جاء المؤشر الذي يلغي اعتماد الطلبة على التلفزيون أثناء الأزمات أي (أبدا) وذلك بنسبة تقدر بـ 9.45% . وتكشف هذه النتائج أن أعلى نسبة اعتماد على التلفزيون أثناء الأزمات كان لصالح المؤشر أحيانا وذلك بنسبة تفوق نصف إجمالي الطلبة (عينة الدراسة) تقدر بـ 63.51% ويفسر هذا أهمية الدور الإعلامي للتلفزيون في معالجة القضايا المختلفة، مما جعل الجمهور يقبل عليها.

<sup>1</sup> : القنوات الفضائية العربية و الأجنبية و يقصد بها القنوات الأجنبية الناطقة باللغة العربية لأنها تهتم بقضايا الشأن

## الفصل الثالث: الإطار الميداني للدراسة

الجدول 12: يمثل نوعية الأخبار التي يتابعها الطلبة في التلفزيون .

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
أخبار تتناول الصراع السياسي والإصلاحات في الجزائر	44	44%
أخبار تتعلق بالقضايا الأمنية	12	12%
أخبار تتعلق بالأزمات	22	22%
أخبار تتعلق بالمسائل التربوية	14	14%
أخبار الرياضة	06	06%
أخبار القدس	02	02%
المجموع	100	100

تبين من الجدول السابق والذي يمثل نوعية الأخبار التي يتابعها الطلبة (عينة الدراسة) في التلفزيون أن الأخبار التي تتناول الصراع السياسي والإصلاحات في الجزائر استحوذت على أكبر نسبة مشاهدة وقدرت بـ 44%، بينما ما نسبته 22% يتابعون "أخبار تتعلق بالأزمات" وبنسبة أقل من يتابعون "أخبار تتعلق بالمسائل التربوية" بنسبة 14%، وبينما ما نسبته 12% يتابعون "أخبار تتعلق بالقضايا الأمنية"، وبينما ما نسبته 06% يتابعون "أخبار الرياضة" في حين أن أقل نسبة 02% يتابعون "أخبار القدس".

وتكشف هذه النتائج أن أعلى نسبة حصلت عليها الأخبار التي تتناول الصراع السياسي والإصلاحات في الجزائر بنسبة تقدر بـ 44% وتعتبر هذه النتيجة منطقية حيث تفسر مدى اهتمام الطلبة بقضايا الشأن العام ونظرا لما تمر به الجزائر في هذه الآونة فمن المنطقي أن يعتمد الطلبة (عينة الدراسة) على الأخبار السياسية والإصلاحات في الجزائر.

## الفصل الثالث: الإطار الميداني للدراسة

الجدول 13: يمثل التأثيرات المعرفية التي تحدث للطلبة أثناء الأزمات.

المجموع		أبدا		أحيانا		دائما		تأثيرات معرفية
النسبة المئوية	تكرار							
100	74	%6.75	05	%51.35	38	%41.89	31	تساعدني في معرفة الأزمات الحاصلة في الجزائر
100	74	%27.02	20	%58.10	43	%14.86	11	تساعدني في إمكانية التواصل مع الآخرين أثناء الأزمات
100	74	%22.97	17	%50	37	%27.02	20	تشعرنى بالغموض في حالة تضارب أو نقص في المعلومات حول الأزمات

يوضح الجدول أعلاه التأثيرات المعرفية التي تحدث للطلبة (عينة الدراسة) أثناء الأزمات، ويتضح

أن مضامين القنوات التلفزيونية "تساعدني في معرفة الأزمات الحاصلة في الجزائر" بشكل دائم بنسبة بلغت %41.89 وبتأثير اقل جاءت "تشعرنى بالغموض في حالة تضارب أو نقص المعلومات حول الأزمات" بنسبة %27.02 أيضا بشكل دائم، وبتأثير اقل جاءت "تساعدني في إمكانية التواصل مع الآخرين أثناء الأزمات" بنسبة تقدر ب %14.86 أيضا بشكل دائم، وهذا ما يفسر أن الطلبة (عينة الدراسة) يحاول أن يحصل على معلومات ضمن محتويات ومضامين هذه القنوات التلفزيونية لفهم أحداث

## الفصل الثالث: الإطار الميداني للدراسة

---

وتفاصيل هذه الأزمات، مما يجعل المشاهد غير قادر على تفسير الأزمات فيلجأ إلى التلفزيون كمصدر، وفي حين استحوذت "تساعدني في إمكانية التواصل مع الآخرين أثناء الأزمات" على نسبة مرتفعة قدرت ب 58.10% بشكل غير دائم (أحيانا) وبتأثير اقل جاءت " تساعدني في معرفة الأزمات الحاصلة في الجزائر" بنسبة 51.35% أيضا بشكل غير دائم(أحيانا)، وهذا ما يفسر أن جمهور المشاهدين (عينة الدراسة) يستجيب بشكل متماثل لأجندة القنوات الفضائية التلفزيونية، حيث يختار المشاهد ما يتناسب مع خصائصه وميولاته ومشكلاته سواء خاصة أو عامة .

ويليها المؤشر الذي يلغي هذه التأثيرات المعرفية أي (أبدا)"تساعدني في إمكانية التواصل مع الآخرين أثناء الأزمات" بنسبة 27.02%، والملاحظ هنا أن معرفة الأزمات الحاصلة في الجزائر نالت أكبر ظهور في المؤشرات السابقة.

## الفصل الثالث: الإطار الميداني للدراسة

**الجدول 14:** يمثل التأثيرات الوجدانية التي تحدث لمشاهدي التلفزيون أثناء الأزمات.

المجموع		أبدا		أحيانا		دائما		الاحتمالات
النسبة المئوية	تكرار							
100	74	12.1 %6	09	60.8 %1	45	27.0 %2	20	ترفع من معنوياتي وتشعربي بالرضا اتجاه الأزمات بالجزائر
100	74	36.4 %8	27	%50	37	13.5 %1	10	تجعلني أحس باللامبالاة والفتور العاطفي والشعور بعدم الحاجة لمناقشة المسائل العامة
100	74	12.1 %6	09	31.0 %8	23	56.7 %6	42	تستفز قلقي وتشعربي بالخوف على مستقبل الجزائر

يوضح الجدول أعلاه التأثيرات الوجدانية التي تحدث للطلبة (عينة الدراسة) أثناء الأزمات، ويتضح

أن مضامين القنوات الفضائية التلفزيونية "تستفز قلق المشاهد وتشعره بالخوف على مستقبل الجزائر" بشكل دائم بنسبة 56.75% وبتأثير أقل "ترفع من معنوياتي وتشعربي بالرضا اتجاه الأزمات بالجزائر" بشكل (دائم) بنسبة 27.02%، وهذا ما يفسر أن الطلبة (عينة الدراسة) يعيش في وسط إعلامي آراه عاطفية بدل المنطق والعقل.

في مقابل ذلك استحوذت "ترفع من معنوياتي وتشعربي بالرضا اتجاه الأزمات بالجزائر" وذلك بشكل غير دائم (أحيانا) وبنسبة معتبرة قدرت ب 60.81% أكثر من نصف إجمالي الطلبة (عينة الدراسة) وبتأثير أقل "تشعربي بالرضا اتجاه الأزمات بالجزائر وذلك بشكل" غير دائم (أحيانا) وبتأثير أقل جاءت "تجعلني أحس باللامبالاة والفتور والشعور بعدم الحاجة لمناقشة المسائل العامة" بنسبة تقدر ب 50% أيضا بشكل غير دائم (أحيانا) وهذا ما يفسر أن مضامين القنوات الفضائية التلفزيونية أحيانا "ترفع الروح

## الفصل الثالث: الإطار الميداني للدراسة

---

المعنوية لدى الطلبة (عينة الدراسة) وخاصة أن هذه القنوات تعكس الفئات الاجتماعية التي ينتمي إليها الفرد.

وفي مقابل ذلك جاء المؤشر الذي يلقي التأثيرات العاطفية أي (أبدا) " تجعلني أحس باللامبالاة والفتور والشعور بعدم الحاجة لمناقشة المسائل العامة" بنسبة 36.48% ويفسر ذلك بان كثرة التعرض للعنف في التلفزيون يؤدي إلى الشعور بالتبذ واللامبالاة وعدم الرغبة في تقديم العون للآخرين حيث تقع أحداث عنيفة في الواقع الحقيقي .

## الفصل الثالث: الإطار الميداني للدراسة

الجدول رقم 15: يمثل التأثيرات السلوكية التي تحدث لمشاهدي التلفزيون عينة الدراسة أثناء الأزمات.

المجموع		أبدا		أحيانا		دائما		الاحتمالات
النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	النسبة المئوية	تكرار	
100	74	12.1 %6	09	31.0 %8	23	56.7 %	42	تدفعني للمشاركة في الحياة العامة بأي شكل من أشكالها خلال الأزمات
100	74	12.1 %6	09	52.7 %0	39	35.1 %3	26	تساعدني في زيادة قدرتي على التفاعل مع الأزمات
100	74	32.4 %3	24	33.7 %5	25	33.7 %8	25	تجعلني لا اهتم لمل يحدث في الجزائر من الأزمات

يوضح الجدول أعلاه التأثيرات السلوكية التي تحدث لمشاهدي التلفزيون أثناء الأزمات يتضح أن مضامين الفضائيات التلفزيونية "تدفع للمشاركة في الحياة العامة بأي شكل من أشكالها خلال الأزمات" بشكل دائم بنسبة فاقت النصف من إجمالي عينة الدراسة قدرت بـ 56.75% وهو ما يشير إلى التنشيط العملي نتيجة التعرض الدائم لها، وقد تتمثل في اتخاذ مواقف سواء مؤيدة أو معارضة إزاء قضايا الشأن العام وهذا ما يمثل في حد ذاته سلوكا يؤثر على الاهتمام بمناقشة المسائل العامة .

وفي مقابل ذلك استحوذت " تساعدني في زيادة قدرتي على التفاعل مع الأزمات " بنسبة معتبرة قدرت بـ 52.70% بشكل غير دائم (أحيانا) أي أكثر من نصف إجمالي الطلبة عينة الدراسة وبتأثير اقل جاءت "تجعلني لا اهتم لما يحدث في الجزائر من الأزمات" بنسبة 33.75% أيضا بشكل غير دائم (أحيانا)، وهو ما يفسر أن التفاعل مع المحتوى الذي يقدمه التلفزيون يشكل مجال اكتساب معارف وقدرة على تحليل الأحداث أثناء الأزمات، وفي مقابل كل ذلك جاء المؤشر الذي يلغي التأثيرات السلوكية أي (أبدا) تجعلني لا اهتم بما يحدث في الجزائر من الأزمات، بنسبة 32.43% ويترجم ذلك بحالة الخمول والملل لدى البعض من الجمهور (عينة الدراسة) حيث تجنب القيام بأي فعل أو نشاط يؤثر على السلوك.

## الفصل الثالث: الإطار الميداني للدراسة

الجدول رقم 16: يمثل اقتراحات الطلبة لكيفية تعامل التلفزيون مع الأزمات

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
المصداقية الشفافية وعدم التغير في نقل الأخبار	38	51.35%
التغطية الجيدة لأحداث الأزمات وعدم التضخيم فيها	16	23.18%
الاهتمام بالقضايا التي تشغل الرأي لعام	12	17.39%
تحليل الأحداث خلال الأزمة من طرف ذوي الخبرة في المجال	08	11.59%
المجموع	74	100

يوضح الجدول أعلاه اقتراحات الطلبة (عينة الدراسة) لكيفية تعامل التلفزيون مع الأزمات اقترحوا أن يتعامل التلفزيون بمصداقية وشفافية وعدم التحيز في نقل الأخبار وذلك بنسبة 51.35% وبنسبة اقل تقدر ب 23.18% اقترحوا أن تكون تغطية جيدة للأحداث خلال الأزمات وعدم التضخيم فيها. وبنسبة اقل اقترحوا الاهتمام بالقضايا التي تشغل الرأي العام وذلك بنسبة 17.39% وآخر نسبة والتي تقدر ب 11.59% اقترحوا تحليل الأحداث خلال الأزمة من طرف ذوي الخبرة في المجال وتفسر هذه النتيجة والتي استحوذت على اكبر نسبة وهي أن يتعامل التلفزيون بمصداقية وشفافية وعدم التحيز في نقل الأخبار حيث تشير إلى غياب المعلومات الدقيقة الموثقة المستقاة من الجهات الرسمية المعتمدة إلى جانب الاعتماد في الغالب على مصادر غير موثقة بها نتيجة الرغبة في تحقيق السبق الإعلامي بالإضافة إلى أن بعض القنوات التلفزيونية تسعى إلى طمس بعض الحقائق خدمة لمصالحها.

### المطلب الثاني : النتائج العامة للدراسة الميدانية.

بعد تفرغ البيانات المتحصل عليها من استمارة الاستبيان وبعد تحليلها وتفسيرها توصلت الدراسة

في جانبها الميداني إلى النتائج التالية:

1/ ظهور توزيع الذكور أكثر من الإناث في نسب المشاهدة بين النوعين حسب مؤشر النوع، بقرابة 51.35%، مع إمكانية تقارب نسب الاعتماد على التلفزيون أثناء الأزمات وكذا مختلف التأثيرات المحدثة وهذا حسب الجدول رقم 01.

2/ أوضحت الدراسة أن نسبة 70.27% من العينة المبحوثة تتراوح أعمارهم ما بين (20-25 سنة)، وهذا طبيعي تبعاً لسن الطلبة العادي من خلال العينة المختارة وهذا حسب الجدول رقم 02.

3/ وهذا ما أدى إلى زيادة تفاعلهم مع هذا النوع من المحتوى الإعلامي ومن ثمة زيادة اهتمامهم بظهور توزيع المبحوثين حسب مؤشر التخصص أي تخصص الاتصال التنظيمي أكثر من السعي البصري بنسبة 60.81% وهذا راجع إلى حجم الجمهور الفعلي وعليه تعكس قراءة مشاهدة الجمهور للتلفزيون أثناء الأزمات بالحصول على المعلومات أثناء الأزمات وهذا حسب الجدول رقم 03.

4/ أكد أغلب المبحوثين أن استخدامهم لوسيلة التلفزيون يدوم أقل من ساعة يومياً وذلك بنسبة 70.27% وهي نسبة تؤكد أن الأفراد يحافظون على مفهوم الاعتماد بشكل يومي لكي يكونوا على دراية واطلاع على ما يدور حولهم من أحداث ومستجدات وهذا حسب الجدول رقم 04.

5/ أشار جميع المبحوثين إلى استخدامهم لوسيلة التلفزيون بنسبة 100% بالإضافة إلى أن استخداماتهم تتمحور أساساً حول الإخبار بنسبة 39.25% والتسلية والترفيه وكذا التعليم والتثقيف وهو ما يؤكد الأهمية الكبيرة التي يشكلها التلفزيون في حياتنا وهذا حسب الجدول رقم 05.

## الفصل الثالث: الإطار الميداني للدراسة

6/ جاءت المصدقية والتزويد بالمعلومات الذي يتمتع به التلفزيون في مقدمة الأسباب التي تدفع المبحوثين إلى استخدام التلفزيون وذلك بنسبة 74.60% وهذا حسب الجدول رقم 06.

7/ يرى عدد من المبحوثين بنسبة 56.75% أنهم يتوجهون إلى التلفزيون للحصول على المعلومات وهو ما يفسر غدوه بوابات لا يستهان بها في تزويد المرتدين عليه بما يحتاجونه من معارف ومعلومات وهذا حسب الجدول رقم 07.

8/ وعن مدى درجة الاعتماد على التلفزيون أثناء الأزمات أكدت نسبة 48.64% هم يعتمدون بدرجة متوسطة على التلفزيون حرصا على اعتماد المبحوثين عليه لمشاهدة ومتابعة الأخبار باعتباره له أهمية ودور إعلامي بارز أثناء حدوث الأزمات وهذا حسب الجدول رقم 08.

9/ نالت قناة البلاد اكبر نسبة مشاهدة وذلك لتناولها القضايا التي تمس الطلبة عينة الدراسة ولتميزها في نقل الأخبار وتغطيتها الجيدة للأحداث أثناء الأزمات وخاصة خلال هذه الأونة وما يحصل في الجزائر من صراعات سياسية وهذا حسب الجدول رقم 09.

10/ تعطي قناة France 24 الفرنسية الناطقة باللغة العربية أهمية لقضايا الشأن العربي، مما اكسبها صدارة في المشاهدة وقريبة من الجماهير العربية وهذا حسب الجدول رقم 10.

11/ يلعب التلفزيون دورا إعلاميا هاما في معالجة القضايا المختلفة، مما جعل الجمهور يقبل عليه وهذا حسب الجدول رقم 11.

12/ يهتم الطلبة (عينة الدراسة) بالأخبار التي تتعلق بالصراع السياسي والإصلاحات في الجزائر في هذه الأونة وهذا حسب الجدول رقم 12.

13/ يحاول جمهور الطلبة (عينة الدراسة) أن يحصلوا على معلومات ضمن محتويات ومضامين هذه القنوات التلفزيونية لفهم أحداث وتفاصيل هذه الأزمات، مما يجعل المشاهد غير قادرة على تفسير الأزمات وأحداثها فيلجأ للتلفزيون كمصدر وهذا حسب الجدول رقم 13.

## الفصل الثالث: الإطار الميداني للدراسة

---

14/ تساهم القنوات الفضائية في رفع الروح المعنوية لدى الجمهور وخاصة أن هذه القنوات تعكس الفئات الاجتماعية التي ينتمي إليها الفرد وهذا حسب الجدول رقم 14.

15/ التعرض الدائم إلى التلفزيون ينتج من خلاله آثار سلوكية حيث تحدث للمشاهد نشاط عملي ويتمثل في اتخاذ مواقف سواء مؤيدة أو معارضة إزاء قضايا الشأن العام وهذا ما يمثل في حد ذاته سلوكا يؤثر على الاهتمام بمناقشة المسائل العامة وهذا حسب الجدول رقم 15.

16/ نظرا لاقتراحات الطلبة والتي تصب في المصدقية والشفافية وعدم التحيز في نقل الأخبار وهذا ناتج عن غياب المعلومات الدقيقة والموثقة المستقاة من الجهات الرسمية المعتمدة إلى جانب الاعتماد في الغالب على مصادر غير موثوقة نتيجة الرغبة في الحصول على السبق الإعلامي وهذا حسب الجدول رقم 16.

المطلب الثالث: مناقشة الفرضيات في ضوء النتائج:

فرضيات الدراسة الميدانية (دراسة الجمهور).

• الفرضية الأولى: كلما زاد الشعور بالقلق اتجاه الأزمات وسبل إيجاد الحلول لها كلما زادت درجة الاعتماد على القنوات الفضائية.

وقد ثبتت أن هذه الفرضية محققة في احتمال (متوسطة) وتحققت جزئياً عند احتمال عالية، ونرى أن ثبوت صحة هذا الفرض يدل على أن التلفزيون قد مارس دوره المفترض في إبراز حقيقة الأزمات ونجح في تحذير جمهور المشاهدين وبتعريفه بخطورة الأزمات، كما انه تمكن من إقناع المبحوثين من محدودية إيجاد الحلول المناسبة للآزمات التي مرت بها الجزائر.

• الفرضية الثانية: تسيطر الآثار المعرفية على جمهور الطلبة عينة الدراسة أثناء الأزمات مقارنة ببقية الآثار الأخرى.

وقد ثبتت أن هذه الفرضية غير محققة حيث شغلت التأثيرات العاطفية بشكل دائم نسبتها الأكبر (اقل من نصف عينة الدراسة) وكذا شغلت كل من التأثيرات السلوكية والتأثيرات المعرفية بشكل دائم بنسبة متساوية أي أكثر من نصف إجمالي عينة الدراسة.

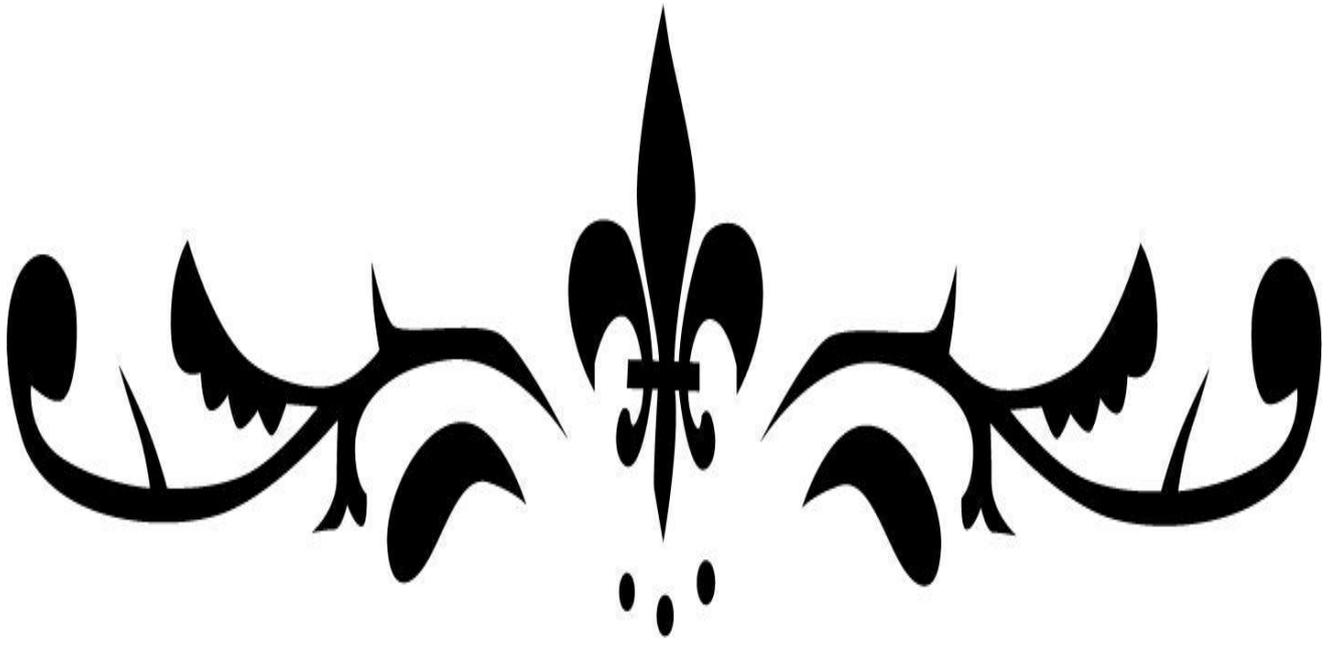


خاتمة

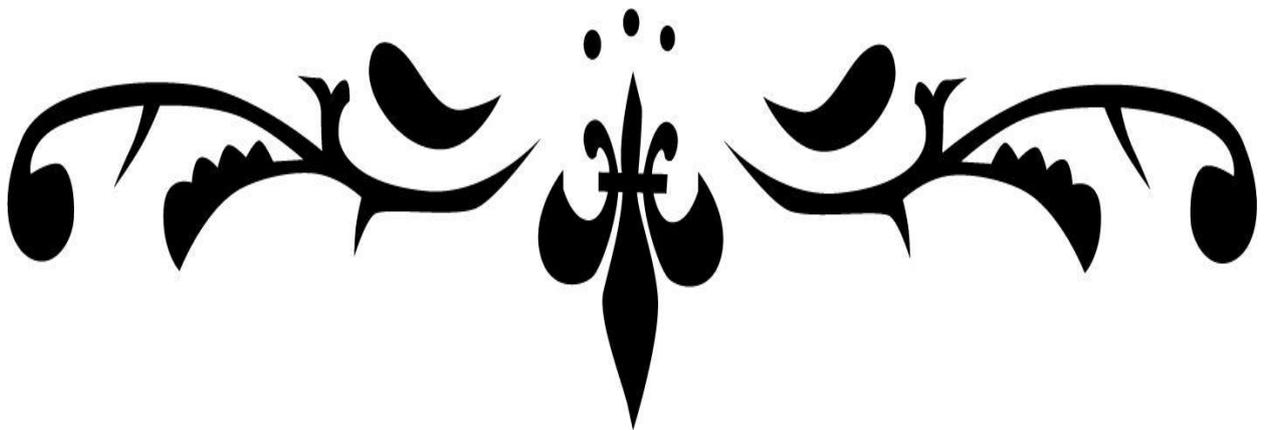


وختاماً لهذه الدراسة التي لم تكن سوى دراسة لمحاولة تسليط الضوء على موضوع مهم ألا وهو اعتماد الجمهور على مضامين القنوات الفضائية أثناء الأزمات، وذلك من خلال الإجابة على أربعة تساؤلات فرعية وهي مدى استخدام جمهور طلبة سنة أولى ماستر إعلام واتصال لوسيلة التلفزيون أثناء الأزمات، يليه درجة اعتماد الطلبة الجامعيين على القنوات الفضائية بالإضافة إلى دوافع اعتماد الطلبة عينة الدراسة على الوسيلة الواحدة وأخيراً النتائج والآثار المترتبة على اعتماد جمهور الطلبة (عينة الدراسة) أثناء الأزمات ومن خلال إجابات الطلبة المبحوثين توصلنا إلى النتائج التالية أهمها:

- يلعب التلفزيون دوراً إعلامياً هاماً في معالجة القضايا المختلفة مما جعل الجمهور يقبل عليه.
  - يحاول جمهور الطلبة أن يحصلوا على معلومات ضمن محتويات ومضامين هذه القنوات التلفزيونية لفهم أحداث وتفاصيل هذه الأزمات، مما جعل المشاهد غير قادر على تفسير الأزمات وأحداثها فيلجأ للتلفزيون كمصدر.
  - تساهم القنوات الفضائية في رفع الروح المعنوية لدى الجمهور وخاصة أن هذه القنوات تعكس الفئات الاجتماعية التي ينتمي إليها الفرد.
  - التعرض الدائم للتلفزيون ينتج من خلال آثار سلوكية حيث تحدث للمشاهد نشاط عملي ويتمثل في اتخاذ مواقف سواء مؤيدة أو معارضة إزاء قضايا الشأن العام وهذا ما يمثل في حد ذاته سلوكاً يؤثر على الاهتمام بمناقشة المسائل العامة.
- وفي الأخير نشير إلى أن معالجة نتائج الدراسة بنسبة أولى ماستر إعلام واتصال بتخصصيه سمعي بصري واتصال تنظيمي لذلك لا يمكن تعميمها على كل الجمهور أو طلبة الجامعات الأخرى والتخصصات الأخرى، وتبقى إمكانية بروز دراسات أخرى تدعم أو تكمل نتائج الدراسة.



المصادر والمراجع



• المعاجم و القواميس:

1. أبي الحسن أحمد: معجم مقاييس اللغة, ط2, دار الجبل, بيروت, لبنان, 1997.
2. محمد جمال الفار: المعجم الإعلامي, دار أسامة للنشر والتوزيع, الأردن, 2010.
3. معجم المعاني الجامع : المعجم الوسيط, اللغة العربية المعاصرة, معجم عربي عربي، متاح على

الرابط <http://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar/>

4. محمد حافظ: معجم مصطلحات الإعلام، معجم اللغة العربية، القاهرة، 2008.

• قائمة الكتب

5. أحمد بن مرسل: مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال, ط4, ديوان المطبوعات الجامعية, الجزائر, 2010.
6. أحمد عز الدين: إدارة الأزمات في الحدث الإرهابي, أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية, الرياض, 1990.
7. أديب خضور: الإعلام والأزمات, أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية, الرياض, 1999.
8. الحيزان محمد عبد العزيز: البحوث الإعلامية (أسسها, أساليبها, مجالاتها), ط2, فهرسة الملك فهد الوطنية أثناء النشر, الرياض, 2004.
9. الخضير محسن أحمد: إدارة الأزمات , منهج اقتصادي إداري الأزمات على المستوى القومي والوحدة الاقتصادية, ط2, مكتبة مدبولي, القاهرة, 2003.
10. الخضير محسن أحمد: علم امتلاك كامل القوى في أشد لحظات الضعف, ط2, مجموعة النيل العربية, القاهرة, 2000.
11. الظاهر نعيم: إدارة الأزمات : عالم الكتب الحديث للنشر, إربد - الأردن, 2009.

## قائمة المصادر والمراجع

12. أنطوان القاضي الناشف: البث التلفزيوني والإذاعي والبث الفضائي, منشورات الحلبي الحقوقية, بيروت, 2003.
13. حسن عماد مكاوي, عاطف عدلي: نظريات الإعلام, مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح, القاهرة, 2007.
14. حسن عماد مكاوي, ليلي حسين السيد: الاتصال و نظرياته المعاصرة, الدار المصرية اللبنانية, القاهرة, 1998.
15. حسين شفيق: نظريات الإعلام و تطبيقاته في دراسات الإعلام الجديد ومواقع التواصل الاجتماعي, دار فكر وفن, الإسكندرية, 2013.
16. راشد محمد عبد ربه, عكاشة محمد: مدخل إلى السينما والتلفزيون, دار الجنادرية للنشر والتوزيع, عمان, 2009.
17. رانيا ممدوح صادق: الإعلان التلفزيوني, دار أسامة للنشر والتوزيع, عمان, 2012.
18. سليم عبد النبي: الإعلام التلفزيوني, دار أسامة للنشر والتوزيع, عمان, 2010.
19. شهرزاد مسعود لمجد: الإعلام و إدارة الأزمات (الإعلام الأمريكي أنموذجاً), دار أسامة للنشر والتوزيع, عمان, 2013.
20. طارق سيد أحمد الخلفي: فن الكتابة الإذاعية و التلفزيونية, دار المعرفة الجامعية, الإسكندرية, 2008.
21. عبد الرحمان الصباح: نظم المعلومات الإدارية, دار زهران للنشر والتوزيع, عمان, 1998.
22. عبد الرزاق الدليمي: المدخل إلى وسائل الإعلام و الاتصال, دار الثقافة للنشر والتوزيع, الأردن, 2011.
23. عبد الرزاق محمد الدليمي: الإعلام وإدارة الأزمات, دار المسيرة للنشر والتوزيع, عمان, 2012.

## قائمة المصادر والمراجع

24. عبد السلام أبو قحف: إدارة الأزمات, مطبعة الإشعاع للطباعة والنشر والتوزيع, القاهرة, 1999.
25. عبد القادر محمد عبد القادر: فن إدارة الأزمات, دار النهضة العربية, بيروت, 2010.
26. علي بن هلهول الرويلي: الأزمات تعريفها أبعادها وأسبابها, دار السعودية, المملكة العربية السعودية, 2011.
27. عمار بوحوش: دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية, ط2, المؤسسة الوطنية, الكتاب, الجزائر, 1995.
28. عبد الله فتحي الظاهر, علي احمد خضر: اثر القنوات الفضائية في القيم الاجتماعية والسياسية, دار غيداء للنشر والتوزيع, عمان, 2014.
29. فاطمة عوض صابر, ميرفت علي خفاجة: أسس و مبادئ البحث العلمي, مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية, الإسكندرية مصر, 2002.
30. فهمي العدوي: إدارة الإعلام, دار أسامة للنشر والتوزيع, عمان, 2010.
31. فؤاد أحمد الساري: وسائل الإعلام النشأة والتطور, دار أسامة للنشر والتوزيع, عمان, 2011.
32. قدري علي عبد المجيد: اتصالات الأزمة وإدارة الأزمات, دار الجامعة الجديدة, مصر, 2008.
33. مجد الهاشمي: تكنولوجيا وسائل الاتصال الجماهيري, دار أسامة للنشر والتوزيع, عمان, 2014.
34. محسن جلوب الكناني: تقنيات الحوار الإعلامي, دار أسامة للنشر والتوزيع, الأردن, 2012.
35. محمد أحمد الفياض: الإعلام الفضائي الدولي والعربي, دار الخليج للنشر والتوزيع, 2014.
36. محمد شطاح: الإعلام التلفزيوني نشرات الأخبار المحتوى والجمهور, دار الكتاب الحديث, الجزائر, 2007.
37. محمد صاحب سلطان: وسائل الإعلام والاتصال (دراسة في النشأة والتطور), دار المسيرة للنشر والتوزيع, عمان, 2012.

38. محمد عبيدات وآخرون: منهجية البحث العلمي, (مراحل, قواعد, تطبيقات), ط2, دار وائل للطباعة والنشر, عمان, 1999.
39. محمد علي القوزي: نشأة وسائل الإعلام و تطورها, دار النهضة العربية, بيروت, 2007.
40. محمد معوض: مدخل إلى فنون العمل التلفزيوني, دار الكتاب الحديث, الكويت, 2008.
41. محمد منير حجاب: وسائل الاتصال (نشأتها و تطورها), دار الفجر للنشر والتوزيع, القاهرة, 2008.
42. مروان عبد المجيد: أسس البحث العلمي (إعداد الرسائل الجامعية), مؤسسة الوراق, عمان, 2000.
43. مصطفى حميد كاظم الطائي, منير ميلاد أبو بكر: مناهج البحث العلمي و تطبيقاته في الإعلام والعلوم السياسية, دار الوفاء للطباعة والنشر, الإسكندرية, 2007.
44. مصطفى حميد كاظم الطائي: الفنون الإذاعية والتلفزيونية وفلسفة الإقناع, دار الوفاء للطباعة والنشر, القاهرة, 2007.
45. ياسين فضيل ياسين: الإعلام الرياضي, دار أسامة للنشر والتوزيع, عمان, 2011.
- المجلات
46. أبو النصر مدحت: مفهوم الأزمات الإدارية منظور إداري و اجتماعي, المجلة العربية للدراسات الأمنية و التدريب, العدد 285, الرياض, 1999.
47. عادل مرابطي, عائشة نحوي: العينة, مجلة الواحات للبحوث والدراسات, العدد4, جامعة غرداية, 2009.
- المذكرات

48. ماجد أحمد أبو مراد : اعتماد النخبة السياسية الفلسطينية على الصحافة الالكترونية أثناء

الأزمات, مذكرة ماجستير, كلية الآداب, قسم الصحافة والإعلام, الجامعة الإسلامية, غزة, 2016 .

49. تسعديت قدوارا: أثر تكنولوجيا الاتصال على الإذاعة و جمهورها, مذكرة ماجستير, كلية العلوم

الإنسانية والعلوم الاجتماعية, جامعة محمود منتوري, قسنطينة, 2007.

50. نايلي خالد: إدارة الاتصال لأزمة فيفري, 2012 بمؤسسة سونلغاز قسنطينة, مذكرة ماجستير,

كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية, جامعة برج باجي مختار, عنابة, 2012-2013.

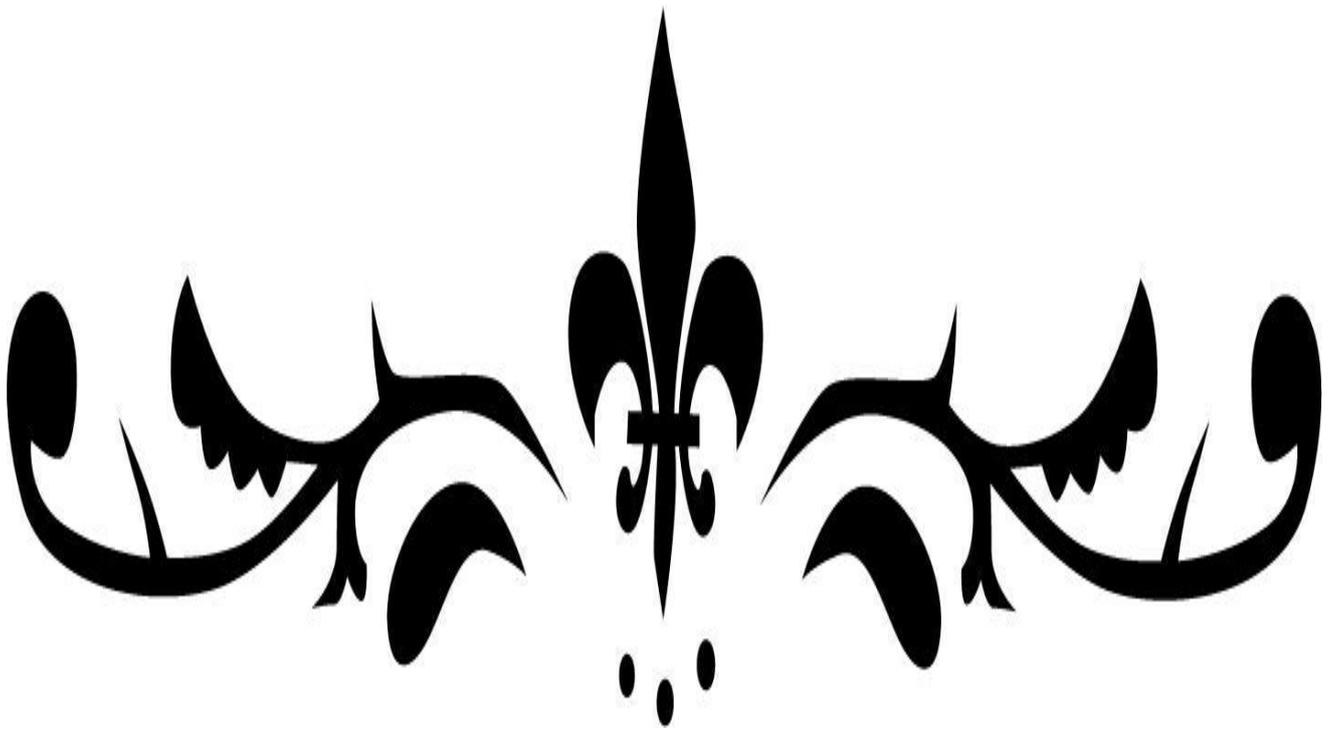
• الكتب الأجنبية:

51. Didier Heiderich: la gestion de crise face aux médias. Holland Edition.

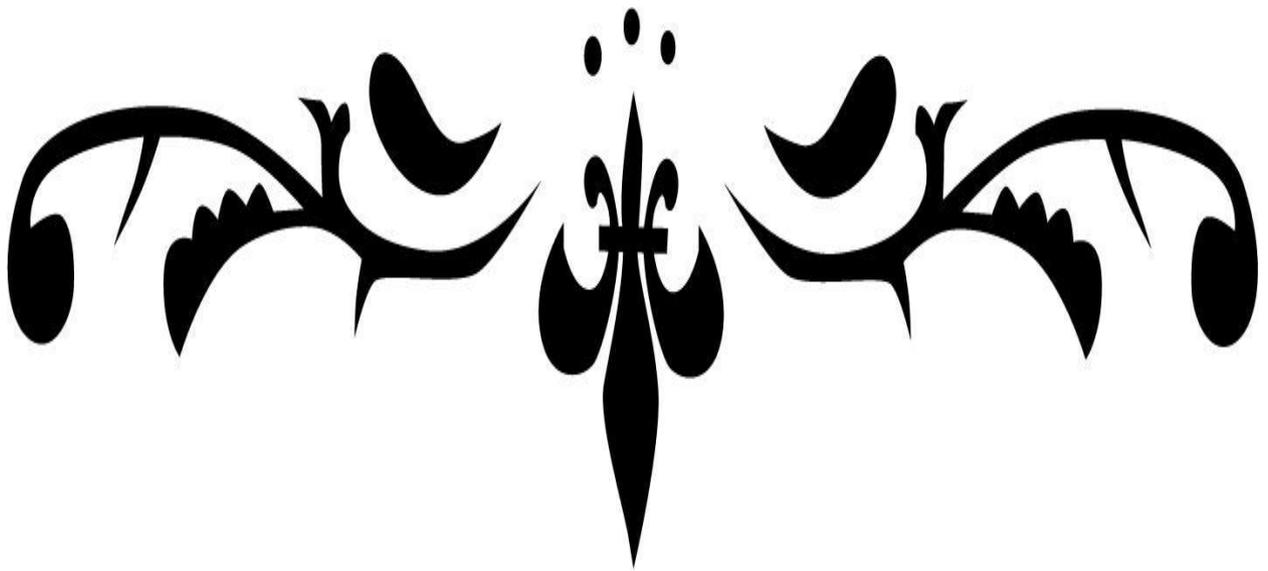
Paris. 2010.

52. مانيو جيدير, ترجمة ملكة أبيض: منهجية البحث دليل الباحث المبتدئ في موضوعات البحث

ورسائل الماجستير والدكتوراه, مصر، د س.



# الملاحق





LARBI TEBESSI – TEBESSA UNIVERSITY

جامعة العربي التبسي - تبسة -

UNIVERSITE LARBI TEBESSI – TEBESSA

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية.

قسم: علوم الإعلام والاتصال

الميدان: علوم إنسانية واجتماعية

الشعبة: علوم الإعلام والاتصال

التخصص: اتصال تنظيمي

استمارة مذكرة بعنوان:

اعتماد جمهور المشاهدين على مضامين الفضائيات أثناء الأزمات

- دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم الإعلام والاتصال

جامعة تبسة -

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر "ل م د"

دفعــــــــة 2019

إشراف الدكتور:

الطيب البار

إعداد الطالبتين:

لحمر فريدة

الوافي صنية

جامعة العربي التبسي - تبسة  
Universite Larbi Tebessi - TEBESSA

ملاحظة: في إطار إنجاز مذكرة شهادة ماستر في الاتصال التنظيمي نضع بين أيديكم أعزائي الطلبة هذه الاستمارة التي تتضمن مجموعة من الأسئلة ونرجو منكم الإجابة عليها بكل صدق حسب إحساسكم وذلك بوضع علامة  في الخانة المناسبة، مع العلم أن هذه الاستمارة هدفها علمي بحت ولكم منا جزيل الشكر والتقدير.

السنة الجامعية 2019/2018

## المحور الأول: البيانات السوسيوديمغرافية

1. النوع:

ذكر -

أنثى -

2. السن:

من 20-25 -

من 26-30 -

من 31 فما فوق -

3. التخصص:

اتصال تنظيمي -

سمعي بصري -

المحور الثاني: ما مدى استخدام جمهور طلبة السنة أولى ماستر إعلام و اتصال لوسيلة

التلفزيون أثناء الأزمات ؟

4. ما معدل استخدامك اليومي لوسيلة التلفزيون ؟

أقل من 1 ساعة -

من 1 ساعة إلى 2 ساعة -

من 3 ساعة إلى 5 ساعة -

من 6 ساعة فما فوق -

5. فيما يستخدم التلفزيون ؟

- التعليم
- الترفيه و التسلية
- التثقيف
- الأخبار

6. ما الأسباب التي تدفعك لاستخدام وسيلة التلفزيون ؟

أبدا	أحيانا	دائما	أسباب استخدام وسيلة التلفزيون
			لأنه يتمتع بالمصداقية .
			لثقتي العالية به.
			يزودني بمعلومات واضحة اتجاه القضايا المختلفة وقت الأزمات.
			لعدم توفر غيره أثناء الأزمات .
			ليس لدي الوقت الكافي للاعتماد على الوسائل الإعلامية الأخرى.
			لاهتمام القنوات التلفزيونية بتفاصيل و معلومات عن الأزمات.

7. هل أثناء الأزمات نتوجه إلى التلفزيون للحصول على المعلومات ؟

- دائما
- أحيانا
- أبدا

المحور الثالث: ما درجة اعتماد الطلبة الجامعيين على القنوات الفضائية (سنة أولى ماستر

إعلام واتصال)؟

8. ما درجة اعتمادك على التلفزيون أثناء الأزمات ؟

- عالية جدا
- عالية
- متوسطة
- منخفضة
- منخفضة جدا

9. ما أهم القنوات التلفزيونية المحلية التي تتابعها أثناء الأزمات ؟

- الجزائرية الثالثة
- الشروق News
- النهار TV
- البلاد TV

10. ما أهم القنوات التلفزيونية العربية التي تشاهدها و تعتمد عليها في أوقات الأزمات ؟

- الجزيرة
- العربية
- الحرة
- France 24

المحور الرابع: ما هي دوافع اعتماد جمهور الطلبة الجامعيين على الوسيلة الواحدة أثناء

الأزمات؟

11. هل تزيد نسبة اعتمادك على التلفزيون أثناء الأزمات؟

- دائما

- أحيانا

- أبدا

12. ما نوعية الأخبار التي تتابعها في التلفزيون؟

- أخبار تتناول الصراعات السياسية و الإصلاحات في الجزائر

- أخبار تتعلق بالقضايا الأمنية

- أخبار تتعلق بالأزمات

- أخبار تتعلق بالمسائل التربوية

المحور الخامس : ما هي نتائج الآثار المترتبة على اعتماد جمهور الطلبة الجامعيين أثناء

الأزمات ؟

13. التأثيرات المعرفية :

أبدا	أحيانا	دائما	الاحتمالات
			تساعدني في معرفة الأزمات الحاصلة في الجزائر.
			تساعدني في إمكانية التواصل مع الآخرين أثناء الأزمات.
			تشعرنني بالغموض في حالة نقص أو تضارب المعلومات حول الأزمات.

14. التأثيرات الوجدانية (العاطفية):

أبدا	أحيانا	دائما	الاحتمالات
			ترفع من معنوياتي و تشعرني بالرضا اتجاه الأزمات بالجزائر .
			تجعلني أحس باللامبالاة و الفتور و الشعور بعدم الحاجة لمناقشة المسائل العامة.
			تستفز قلقي و تشعرني بالخوف على مستقبل الجزائر

15. التأثيرات السلوكية:

أبدا	أحيانا	دائما	الاحتمالات
			تدفعني للمشاركة في الحياة العامة بأي شكل من أشكالها خلال الأزمات.
			تساعدني في زيادة قدرتي على التفاعل مع الأزمات .
			تجعلني لا أهتم لما يحدث في الجزائر من أزمات .

16. ماهي مقترحاتك لكيفية تعامل التلفزيون مع الأزمات ؟

.....

.....

.....

.....

.....

## ملخص الدراسة:

تناولت هذه الدراسة إشكالية اعتماد جمهور المشاهدين على مضامين الفضائيات أثناء الأزمات، و عليه سعينا من خلال هذه الدراسة للتعرف على استخدام جمهور الطلبة الجامعيين للتلفزيون، و منه تلخصت إشكالية الدراسة في السؤال الرئيسي التالي : ما مدى اعتماد جمهور الطلبة الجامعيين سنة أولى ماستر على القنوات الفضائية أثناء الأزمات ومن هنا اتبعنا الفرضيات التالية : كلما زاد الشعور بالقلق اتجاه الأزمات و سبل إيجاد الحلول لها كما زادت درجة الاعتماد على القنوات الفضائية، تسيطر الآثار المعرفية على جمهور الطلبة الجامعيين سنة أولى ماستر اتصال تنظيمي و السمعي البصري - تبسة - أثناء الأزمات مقارنة ببقية الآثار الأخرى، و قد اتبعنا في هذه الدراسة المنهج الوصفي، أما بالنسبة لأدوات جمع البيانات فقد اعتمدنا على استمارة الاستبيان و بالنسبة لمجتمع الدراسة يشمل عينة من جامعة تبسة الذي يفوق عمرهم 30 سنة و المشاهد للتلفزيون أثناء الأزمات وبالنسبة للنتائج العامة للدراسة فقد توصلنا للنتائج التالية :

- ✓ يلعب التلفزيون دورا هاما في معالجة مختلف القضايا.
- ✓ يهتم الطلبة بالأخبار التي تتعلق بالصراع السياسي .
- ✓ تساهم القنوات الفضائية في رفع الروح المعنوية لدى الجمهور.
- ✓ التعرض للتلفزيون بصفة دائمة ينتج عنه آثار سلوكية.

### Résumé de l'étude:

Cette étude traite du problème de la dépendance du public vis-à-vis du contenu des chaînes par satellite en cas de crise, dans le but d'identifier l'utilisation des étudiants universitaires pour la télévision.

Le problème de cette étude est résumé dans la question principale suivant la mesure dans laquelle les étudiants universitaires ont adopté une première année de maîtrise des chaînes par satellite en temps de crise : Pendant la crise et de là, nous suivons les hypothèses suivantes: Les plus préoccupés par la crise et les moyens de trouver des solutions Comme le degré de dépendance aux chaînes par satellite, les effets du contrôle cognitif sur les étudiants universitaires en première année Master communication organisationnelle – Tébessa – et audiovisuelle Dans le cas des outils de collecte de données, nous avons utilisé le questionnaire de l'enquête, qui comprend un échantillon de l'Université de Tébessa sur 30 ans, le téléspectateur en situation de crise, et Pour les résultats généraux de l'étude, nous avons trouvé les résultats suivants:

- La télévision joue un rôle important dans la résolution de divers problèmes.
- Les étudiants s'intéressent aux informations sur le conflit politique.