مقروئية شريط الأخبار ودورها في تأطير اهتمامات جمهور الطلبة الجامعيين

"دراسة ميدانية على طلبة الاعلام بجامعة عنابة"

Readability of the newsbar and its role in framing the interests of the university students audience "Field study on media students at Annaba university"

بطسي سيف الدين[1]

جامعة صالح بوبنيدر –قسنطينة 3

seyfeddine.batsi@univ-constantine3.dz

بوشوشة حميد

جامعة صالح بوبنيدر –قسنطينة 3

hamid.bouchoucha@univ-constantine3.dz

تاريخ الوصول 15 /2020/10 القبول 2020/12/23 النشر علي الخط 2021/09/15

Received 15 /10/2020 Accepted 23/12/2020 Published online 15/09/2021

ملخص:

تزداد أهمية الأخبار من يوم لأخر والحاجة الملحة للحصول عليها فور وقوعها لهذا بحثت هذه الدراسة في مدى مقروئية شريط أخبار القنوات الفضائية الجزائرية لدى جمهور الطلبة الجامعيين، وكيف يمكن لهذه المقروئية أن تؤطر اهتماماتهم وتزيد من معارفهم حول مختلف الأحداث والقضايا عن طريق استخدام مختلف عوامل الجدب للتأثير فيهم. وكذا الوقوف على العلاقة التي تربط بين أخبار الشريط وأخبار النشرات. وتصنف هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية، حيث اعتمدنا فيها على منهج المسح وعلى الاستبيان كأداة أساسية لجميع البيانات المتعلقة بالدراسة.

ولقد خلصنا من خلال هذه الدراسة إلى أن مقروئية شريط الأخبار عند أكثرية جمهور الطلبة الجامعيين تكون من حين لآخر وليس بشكل دائم، كما تمثل جدة الأخبار أهم عامل جذب نحو هذه المقروئية للشريط الاخباري.

كما يدفع الشريط الاخباري جمهور الطلبة لترقب المزيد من التفاصيل والتحليلات التي تقدمها النشرات الإخبارية، ويساهم في زيادة حجم معارفهم بالأحداث التي تقع يوميا. ويهتم جمهور الطلبة الجامعيين أكثر بأخبار الموضوعات السياسية وبإطار الصراع من بين مختلف مضامين الشريط الاخباري.

الكلمات المفتاحية: المقروئية – التأطير – شريط الأخبار – جمهور الطلبة –

Abstract:

The importance of news increases daily. That is why this study examines the readability of Algerian satellite channels newsbar to university students, and how this readability can frame the interests of students, and increase their knowledge about multiple events, As well as identifying the relationship between newsbar and news bulletins.This study is classified within descriptive searches.

We have concluded through this study that the readability of the newsbar for the majority of university students is sometimes. And the novelty of news is the main attraction for their readability. The newsbar also prompts the students to anticipate more details by the news bulletins, and increasing their knowledge of the daily events, also the students are more interested in news of political issues and the framework of the conflict.

Keywords: Readability – Framing – Newsbar - The students audience –

[1] المؤلّف المرسل: بطسي سيف الدين البريد الإلكتروني seyfeddine.batsi@univ-constantine3.dz

1. مقدمة:

منذ أن دخل التلفزيون حياة الانسان في ثلاثينيات القرن الماضي عرفت الحياة البشرية نقلة نوعية في مجال الاتصال والاعلام حيث واصل التلفزيون النمو والانتشار بفضل التطور التقني المتسارع، إذ شكل التلفزيون الظاهرة العلمية الأهم في القرن العشرين وازداد بالمقابل تأثيره على مئات الملايين من المشاهدين الذين يخضعون له معظم أوقاتهم "حيث أكدت الدراسات الإعلامية أن العالم لم يشهد انتشارا مكثفا كما تحقق مع أنظمة الاتصالات الفضائية".[1]

وقد انفرد التلفزيون منذ ظهوره بخصائص متنوعة في المخاطبة ميزنه عن غيره من الوسائل الإعلامية، إذ يعتمد في بثه على الصوت والصورة والحركة واللون ما يجعله أقرب للواقع، [2]وأكثر مصداقية فيما يقدمه من مضامين إعلامية وإخبارية. وقد استثمر التلفزيون كجهاز ووسيلة في معظم التقنيات التي عاصرها من البث الأرضي إلى البث الفضائي ثم الرقمي وصولا لاندماجه مع شبكة الانترنت ليضمن لنفسه التواجد اليوم في بيئة إعلامية يغلب عليها التنافس من أجل الريادة والاستمرار، وبذلك غزت الفضائيات التلفزيونية العالم وازداد تنافسها فيما بينها سعيا منها لكسب أكبر قدر ممكن من الجماهير والتأثير فيها.

وقد عرفت الجزائر البث الفضائي لأول مرة عام 1994 (كنال ألجيري)،[3] والتي مهدت بعدها لمزيد من القنوات العمومية، لغاية السنوات العشر الأخيرة اين برزت العديد من القنوات الخاصة بعد فتح مجال السمعي البصري لاستثمار الخواص والتي سرعان ما اشرت حاجاتها لدى الجمهور الجزائري.

2. إشكالية الدراسة :

تعتبر الوظيفة الإخبارية من أهم الوظائف المهنية لأي وسيلة إعلامية فقد منحت الفضائيات الجزائرية أهمية قصوى لعنصر الأخبار وهو ما يعكسه الحجم الساعي المخصص لها يوميا ضمن خرائطها البرامجية. خاصة أن الأخبار تعد أحد أبرز المضامين التي يسعى الجمهور الجزائري للحصول عليها بشكل متكرر وهذا ما يفسره بروز قنوات جزائرية متخصصة في الأخبار.

هذا ومع بروز منابر إعلامية رقمية جديدة، وخاصة شبكات التواصل الاجتماعي التي اتاحت للمستخدمين فضاء حر لتبادل الأخبار والمعلومات حول مختلف الأحداث فور وقوعها، فقد واجهت الفضائيات منافسة كبيرة في مجال السبق الاخباري لهذا عمدت على نقل الأخبار فور وقوعها (قبل موعد النشرات) عن طريق شريط الأخبار المتحرك أسفل الشاشة، والذي يشمل الأحداث الآنية والأحداث السابقة الوقوع أو التنبيهات المختلفة، ليتحول شريط الأخبار كمصدر متاح لاستقاء الأخبار في أي وقت بما يتناسب مع سياسة القناة والقائم بالاتصال وتطلعات الجمهور... ومن بين فئات الجمهور الساعية للحصول على الأخبار بشكل مستمر تبرز فئة الطلبة الجامعيين، وخاصة طلبة الاعلام بحكم التخصص الذي يجعلهم أكثر حرصا على متابعة أخبار الفضائيات وتقييم مضامينها (حتى لو كانت الجهة

[1] نصير بوعلي، أثر الفضائيات الغربية على الأنساق القيمية، والهوية الوطنية للمتلقي، مجلة الدراسات الإعلامية القيمية المعاصرة، المجلد 1، العدد 2، الجزائر، 2012، ص. 28.

[2] زهرة بوجفجوف، صناعة الأخبار التلفزيونية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2018، ص. 5.

[3] نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية، الجزائر، ط1، 2009 ص. 143.

المقدمة لها لا توافق اتجاهاتهم الشخصية)، فإن لم تكن هذه المتابعة بهدف التعرض فقد تكون بغرض الوقوف على مدى تطور العمل الإعلامي أو لدراسة المحتوى الظاهر والخفي للرسائل الإعلامية أو لتقديم رؤية نقدية حولها.

وانطلاقا من هذه المعطيات يمكن أن نطرح التساؤل التالي: **كيف تساهم مقروئية شريط الأخبار في تأطير اهتمامات الطلبة الجامعيين حول مختلف القضايا والأحداث؟** وللإجابة عن هذا التساؤل قمنا بطرح مجموعة من التساؤلات الفرعية التالية:

1-هل يعتمد جمهور الطلبة على شريط الأخبار كمصدر لاستقاء الأخبار؟

2-ما علاقة مقروئية شريط الأخبار بالرغبة في الحصول على المزيد من التفاصيل من خلال النشرات الإخبارية المفصلة من عدمها؟

3-هل يغطي شريط الأخبار غالب اهتمامات جمهور الطلبة الجامعيين؟

4-كيف يمكن أن يؤطر شريط الأخبار اهتمامات جمهور الطلبة الجامعيين حول مختلف القضايا والأحداث؟

3. أهداف الدراسة:

-التعرف على مدى مقروئية شريط الأخبار من طرف جمهور يمثل نخبة الشاب والمتمثل في الطلبة الجامعيين.

-التعرف على علاقة مقروئية شريط الأخبار بحجم المتابعة للنشرات الإخبارية لدى جمهور الطلبة الجامعين.

-التعرف على دور مقروئية الأخبار في تأطير اهتمامات جمهور الطلبة الجامعيين.

-الكشف عن علاقة شريط الأخبار بحجم المعرفة بالأحداث الجارية ومختلف القضايا لدى الجمهور الجزائري.

4. منهج الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تعتمد على **المنهج المسحي**، بهدف إيجاد الحقائق ويتضمن هذا المنهج جمع البيانات مباشرة من مجتمع الدراسة أو عينتها، بحيث يتطلب خبرة في التخطيط والتحليل والتفسير للنتائج بحيث يمكن جمع المعلومات بالملاحظة أو المقابلة أو الاستبيان... ويهتم هذا المنهج بجميع الموضوعات المتعلقة بالسلوك الإنساني و المؤسسات الاجتماعية والأنظمة المختلفة...[1] حيث يتضمن المسح جمع البيانات لعدد كبير من الحالات بقصد تشخيص أوضاعها أو جوانب معينة من تلك الأوضاع دون الاقتصار على حالة واحدة. وتفيدنا نتائج هذه الدراسات في حل الكثير من المشكلات بما تقدمه من معلومات شخصية.[2] ولأن هدف هذه الدراسة هو الوقوف على مدى مقروئية شريط الأخبار التلفزيونية لدى جمهور الطلبة ودور هذه المقروئية في تأطير اهتماماتهم فإن اعتماد المنهج المسحي هو الطريقة المناسبة لتحقيق ذلك.

5. مجتمع الدراسة وعينتها:

5. 1. مجتمع الدراسة:

[1] منذر الضامن، أساسيات البحث العلمي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2007، ص. 139-140.

[2] رحيم يونس العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، دار دجلة، عمان، ط1، 2007، ص. 8.

هو الميدان الذي ستطبق فيه الدراسة والمصدر الأساسي للحصول على بيانات الدراسة وهو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج بحثه،[1] ويتمثل مجتمع هذه الدراسة في طلبة "**الاعلام**" بقسم علوم الاعلام الاتصال بجامعة باجي مختار بعنابة، والذي يبلغ عددهم 263 طالب جامعي، يتوزعون على 5 تخصصات ومستويات دراسية، وذلك وفقا للإحصائيات الرسمية من ادارة القسم.

2.5. عينة الدراسة:

ويقصد بالعينة مجتمع الأفراد الذي يجري عليه البحث، نختار من عينة أكبر تسمى العينة الأصلية، كما تعد العينة مجموعة فرعية من عناصر مجتمع بحث معين.[2] ولأن ارتفاع حجم العينة يؤدي إلى الحصول على نتائج أكثر دقة وتمثيل، فقد قمنا **بالمسح الشامل** بتوزيع استمارة الاستبيان على كل طلبة **الإعلام** بجامعة باجي مختار بعنابة والتي قوامها 263 مفردة تمثل طلبة: "السنة الثالثة ليسانس تخصص إعلام"، و"طلبة السنة الأولى والثانية ماستر اعلام إذاعي وتلفزيوني"، و"طلبة السنة الأولى والثانية ماستر اتصال جماهيري" (كل التخصصات الاعلامية) وقد استجابت 212 مفردة للدراسة من بين 263. وتم استهداف هذه الشريحة لكونها من بين أكثر الشرائح الجماهيرية التي تتابع مضمون وسائل الاعلام وتحرص غالبا على تتبع كل ما يقع من أحداث وقضايا بحكم التخصص في المجال.

وفيما يتعلق **بالقنوات الفضائية** المتعلقة بموضوع المقروئية لدى الطلبة فقد اخترنا العينة القصدية التي تساعد حين يكون لدينا مجموعة بعينها نبحث عنها –طلاب- موظفين... الخ، وهي مفيدة في الحالات التي نرغب في الوصول للعينة المقصودة بسرعة وفي معرفة آراء المجتمع المستهدف.[3] وقد قمنا هنا باختيار وتحديد مقروئية الشريط الاخباري في **القنوات الفضائية الجزائرية** فقط.

6. أدوات جمع البيانات:

اعتمدت دراستنا على أداة **الاستمارة** لجمع البيانات وهي "تقنية مباشرة لطرح الأسئلة على الأفراد وبطريقة موجهة... بهدف استخلاص اتجاهات وسلوكيات مجموعة كبيرة من الأفراد انطلاقا من الأجوبة المتحصل عليها".[4] وقد قمنا في دراستنا بتصميم استمارة **استبيان** لأنها تسهل لنا الوصول إلى العينة المختارة للدراسة. و(بسبب وباء كوفيد 19) فقد تم ارسال الاستمارات عن طريق البريد الالكتروني والمواقع الاجتماعية إلى المبحوثين مع التأكد من وصول الأداة إلى الجميع حيث فرضت عليهم إجراءات التعليم عن بعد مثل هذه التعاملات. ومن بين 263 استمارة موزعة على كل طلبة الاعلام فقد تم استرجاع 212 استمارة أي ما يمثل حوالي 90% من مجموع طلبة الاعلام ككل.

1.6. صدق الأداة (الاستبيان):

[1] محمود أحمد أبو سمرة، محمد عبد الاله الطيطي، مناهج البحث العلمي من التبيين إلى التمكين، دار اليازوري العلمية، عمان، ط1، 2019، ص. 45.

[2] محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، ط1، 2000، ص.77.

[3] مجموعة باحثين عرب، دراسات في الاعلام الالكتروني: الإشكاليات المنهجية، الممارسة ومرحلة ما بعد الاعلام الالكتروني، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، ط1، 2019، ص. 233.

[4] موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية: تدريبات علمية، ، ترجمة: بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، سعيد سبعون، دار القصبة للنشر، الجزائر، ط 2، 2016، ص.204.

يقصد بالصدق في البحث أن تؤدي وتقيس الاستبانة ما وضعت لقياسه فعلا: بوضوح الاستبانة وفقراتها وأن تكون مفهومة لمن سوف تشملهم، ويعد صدق المحكمين أو استطلاع رأي الخبراء من أكثر طرق الصدق استخداما.[1] لهذا قمنا باختيار محكمين مختصين في مجال مشكلة موضوع الدراسة وهما الأستاذة **سهام بدبودي**[*] والأستاذة **زهرة بوجفجوف**[**]، وبموجب توجيهاتهما تم تعديل بعض الجوانب بالنسبة لأسئلة ومحاور الاستمارة، علما أن كلاهما متخصص أكثر في الجانب الاعلامي وكل ما يتعلق بالمضامين الإخبارية والقنوات الفضائية.

2.6. ثبات الأداة: الثبات في البحث يعرف على أنه إمكانية تكرار تطبيق الاستمارة والحصول على نتائج ثابتة كل مرة،[2] وهناك عدة طرق لقياس الثبات والموثوقية في البحوث المسحية وأكثرها شيوعا هو مؤشر "الفاكرونباخ Cronbach Alpha"[3].

ويمكن تقييم درجة الاتساق الداخلي لأسئلة الاستمارة باستخدام ألفا كرونباخ كمؤشر على الموثوقية، حيث يتراوح معامل ألفا في القيمة من 0 إلى 1 ويمكن استخدامه لوصف موثوقية العوامل المستخرجة من أسئلة بإجابتين محتملتين / أو استبيانات أو مقاييس متعددة كمقياس ليكرت الخماسي، وكلما كانت الدرجة أعلى كلما كان المقياس الذي تم إنشاؤه أكثر موثوقية. وتعد 0.7 كمعامل موثوقية مقبول، ولكن يتم استخدام عتبات أقل في بعض الأحيان، فيما 0.9 معامل ممتاز، و0.8 معامل جيد.[4]

وبالاستعانة ببرنامج الحزم الإحصائية في العلوم الاجتماعية SPSS قمنا باختيار الثبات على عينة أولية من إجابات المبحوثين (قوامها 30 مفردة) وجدنا أن درجة الثبات بحسب الفاكرونباح تقدر بـ 0,74. وهي نسبة مقبولة لثبات الأداة.

7. الإطار النظري للدراسة:

تعتمد هذه الدراسة في إطارها النظري على نظرتين أساسيتين:

1.7. نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

محور هذه النظرية "أن الجمهور يعتمد على معلومات وسائل الاعلام ليحقق حاجاته ويحصل على أهداف معينة، والنقطة الهامة في هذه النظرية بأن وسائل الاعلام ستؤثر في الناس إلى الدرجة التي سيعتمدون فيها على معلومات تلك الوسائل...".[5]

ويؤكد مؤسسا النظرية "ديفلير وروكيتش" بأن مفهوم المعلومات يشمل كل أنواع الرسائل التي تقدمها وسائل الاعلام ويكون لها تأثير على الطريقة التي يفكر بها الناس ويتصرفون وفقها، سواء كانت هذه المعلومات أخبار أو غيرها. وتسمى هذه النظرية أيضا بنظرية التبعية.[6]

---

[1] سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، دار الكتاب الجامعي، العين، ط1، 2017، ص. 152.

[*] سهام بدبودي: أستاذة محاضرة (أ) بجامعة عنابة، قسم علوم الاعلام والاتصال.

[**] بوجفجوف زهرة: أستاذة محاضرة (أ)، جامعة باجي مختار عنابة، قسم علوم الاعلام والاتصال.

[2] سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، نفس المرجع السابق، ص. 153-154.

[3] De Isadore Newman, Keith A. McNeil, Keith MacNeil, Conducting Survey Research in the Social Sciences, University Press of America, New York, 1998, p. 39.

[4] Dion Goh, Schubert Foo, Social Information Retrieval Systems: Emerging Technologies and Applications..., IGI Global, Hershey, 2008, p. 41.

[5] مصطفى يوسف كافي وآخرون، نظريات الاعلام والاتصال الجماهيري، دار الاعصار العلمي، عمان، ط1، 2016، ص.247.

[6] وليدة حدادي، الاعلام والنخبة المثقفة في عصر الميديا، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، ط1، 2019، ص. 14.

وتعتمد هذه الدراسة على نظرية الاعتماد فيما يتعلق بالتعرف على مدى مقروئية شريط الأخبار التلفزيونية، وترتبط باعتماد جمهور الطلبة الجامعيين على شريط الأحبار التلفزيونية في استقاء الأخبار والمعرفة بالأحداث الحاصلة.

2.7. نظرية الأطر الخبرية أو التأطير الإعلامي:

تسمح نظرية الأطر الخبرية بقياس المحتوى غير الصريح للتغطية الإخبارية لوسائل الاعلام، وتقدم تفسيرا منتظما لدور هذه الوسائل في تشكيل الآراء والاتجاهات حول القضايا البارزة، حيث تتناول القضية دور القائم بالاتصال في صياغة الرسائل الإعلامية، وتأثير المعالجات الإعلامية المقدمة على معارف الجمهور واتجاهاته.[1] وهو ما يتلاءم مع إشكالية الدراسة في ما يتعلق بتأطير اهتمامات جمهور الأساتذة الجامعيين من خلال شريط الأخبار المقروءة في القنوات الفضائية الجزائرية، حيث يعتبر التأطير Framing عملية اتصال جماهيري متعددة الأطراف، بينما تشير الأطر Frames أو الإطار Frame إلى الزوايا والجوانب التي تتم من خلالها تغطية القضايا المختلفة وتأثراتها في الجمهور.[2]

حيث يتدخل القائم بالاتصال في تحديد ما ينشر وبالتالي فهو يقوم بتشكيل الأطر والسياقات المعرفية للجمهور وبالتالي يؤثر على الطريقة التي يدرك بها الجمهور للمحتوى.[3]

إن تأثيرات تأطير وسائل الاعلام للقضايا والشخصيات محلها الجمهور الذي يمثل بؤرة افتراضات هذه النظرية التي صاغها عالم الاجتماع Goffmanعام 1974، إذ لم يعد مقبولا لدى باحثي الاعلام النظر للجمهور على أنه لا يمارس أي نشاط تجاه الرسائل الإعلامية المختلفة التي يتعرض لها.[4]

وتعد نظرية تحليل الأطر الإعلامية امتدادا لنظرية ترتيب الأولويات وذلك من التحول من دراسة ما تقدمه وسائل الاعلام من موضوعات عامة تدخل في أولويات الجمهور إلى دراسة تأثيرات طريقة تناول ومعالجة القضايا المختلفة على أحكام الجمهور، واتجاهاته ناحية هذه القضايا.[5]

8. تحديد مفاهيم الدراسة:

1.8. الشريط الاخباري:

هو عبارة عن شريط ملون أسفل الشاشة تبث عليه أهم الأخبار، بهدف جذب المشاهدين لأهم الأحداث خاصة العاجلة فور وصولها إلى المحطة دون الحاجة لقطع المحطة لبرامجها العادية.[6] وكانت شبكة الأخبار الأمريكية C.N.N السباقة في عرض هذه الخدمة ثم تبعتها معظم المحطات، تتميز هذه الخدمة بأنها سريعة وتحقق السبق الصحفي عن طريق ملاحقة الأخبار وتوصيلها بكل تصوراتها إلى

[1] غادة البطريق، المواقع الإخبارية والحراك السياسي، دار أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، القاهرة، ط1، 2017، ص.79.
[2] أحمد زكرياء أحمد، نظريات الاعلام: مدخل لاهتمامات وسائل الاعلام وجمهورها، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، المنصورة، ط1، 2009، ص. 219.
[3] أشرف جلال، أطر المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب في الاعلام المصري، مركز الجزيرة للدراسات، 2015، ص. 4.
[4] أحمد زكرياء أحمد، نظريات الاعلام: مدخل لاهتمامات وسائل الاعلام وجمهورها، مرجع سابق، ص. 253.
[5] عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، نظريات الاعلام وتطبيقاتها العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، ط1، 2008، ص.349.
[6] خالد مجد الدين محمد، صناعة الأخبار في عصر المعلوماتية: دليل إنتاج النشرات التلفزيونية، دار الأمين للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2005، ص.119.

الجمهور بصورة مختصرة بهدف زيادة نسبة مشاهدة الجمهور لنشرات الأخبار التي تعرضها القنوات الفضائية.[1] ويعرف أيضا شريط الأخبار على أنه شريط متحرك يظهر كعناوين متلفزة في أسفل الشاشة، وهي ايضا عناوين فرعية لأخبار مهمة تتصف بالاختصار وبالإثارة والأهمية.[2]

ويمكن أن نعرفه من خلال دراستنا بكونه شريط متحرك يظهر أسفل الشاشة في أغلب القنوات العمومية والاخبارية، يلخص أهم الأخبار والأحداث الحاصلة، يتم تغيير نصه بشكل متكرر حسبما يستجد من أحداث، بحيث تظهر الأخبار العاجلة في الغالب باللون الأحمر من أجل لفت الانتباه، وهي تقنية تهدف لمواكبة الأخبار وتحقيق السبق الصحفي وجذب الجمهور إذ أصبحت شكل إخباري أساسي لأغلب القنوات الفضائية الإخبارية.

2.8. الجمهور:

الجمهور هو اصطلاح فني يقصد به جماعة من الناس تتميز عن غيرها بصفات خاصة وتجمعها روابط معينة ومصالح مشتركة داخل محيط أو تنظيم أو مؤسسة إعلامية... تؤثر فيه وتتأثر به.[3] ويبين قاموس ويبستر أن هناك ثلاثة صور مجازية تستخدم في تنظيم فكرنا بشأن الجمهور كمفهوم نظري وهي الجمهور كتجمع يبحث في السبب من وراء استخدام الناس لوسيلة اتصال دون غيرها، والجمهور كوسيط يبحث في ماذا يفعل الناس بالإعلام؟ والجمهور كنتيجة يبحث في ماذا يفعل الاعلام بالناس؟ حيث يرى منظور الجمهور كتجمع جمهور الأخبار على أنه سلعة تباع وتشترى بناء على طبيعة المحتوى الإعلامي الذي يقدم.[4]

3.8. الطلبة الجامعيين:

والمقصود في دراستنا بالطلبة الجامعيين، جميع طلبة الجامعات الجزائرية الذين يهتمون بمتابعة الأخبار ومحتوى الفضائيات الجزائرية، بحيث تعمل وسائل الاعلام على تلبية اهتماماتهم المختلفة من خلال موادها الإعلامية وخرائطها البرامجية، ولتنوع وتعدد التخصصات الجامعية فقد ركزت دراستنا جمهور طلبة الاعلام بجامعة عنابة.

4.8. التأطير:

التأطير في المجال الاخباري يعني اختيار جانب أو جوانب معينة من إنتاج الخبر، وإبراز لبعض التفاصيل وربطها معا بحيث يتم فهم الخبر على نحو معين فالموضوع الواحد يتم تناوله من زوايا مختلفة وكل زاوية تسمى "إطارا".[5] أما الإطار فهو تحديد جوانب معينة من الواقع المتعلق بحدث ما وجعلها أكثر بروزا للجمهور في النص الإعلامي.[6]

---

[1] شريف حميد السعدي، الفضائيات وارتدادات التأثير: دراسات-نظريات-انعكاسات، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2018، ص.246-247.

[2] رعد جاسم الكعبي، ايمان عبد الرحمان، بناء شريط الأخبار (السبتايتل) في القنوات الفضائية العربية، مجلة الباحث الاعلامي، العدد 4، كلية الاعلام جامعة بغداد، 2008، ص.113.

[3] محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، مجلد3، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004، ص.959.

[4] ماكس ماكومبز وآخرون، الاخبار والرأس العام: تأثير الاعلام على الحياة المدنية، ترجمة: محمد صفوت حسن، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2012، ص.74-75.

[5] بركات عبد العزيز، المادة الإخبارية في الراديو والتلفزيون، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 2013، ص. 170.

[6] عبد الرزاق محمد الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الواحد والعشرين، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2016، ص.163.

ونقصد في دراستنا بالتأطير بالزاوية التي يعالج من خلالها الخبر والطريقة التي يصاغ بها، بحيث يجعله قادرا على التأثير في اهتمامات الجمهور أو ما الذي يجب أن يعرفه هذا الجمهور ويهتم به من مختلف القضايا، وذلك بما يتماشى مع سياسة القناة الفضائية وبما يضمن لها جلب أكبر قدر من الجمهور والتأثير فيه.

5.8. المقروئية:

ارتبط هذا المصطلح أكثر في حقل الدراسات الإعلامية بمقروئية الصحف، ويعرف المصطلح على النحو الآتي:

"المقروئية في تعريفها تسعى لغوياً إلى جعل النص سهلاً مرناً يسيراً، وأن يتوفر فيه شيئاً من المتعة والجاذبية، ولا صعوبة فيه على القارئ.

وهي تحديد سهولة أو صعوبة النص، بدراسة العوامل المؤثرة فيه مثل المفردات والتراكيب والمفاهيم والإخراج... أو هي قدرة الشخص على فهم المادة المكتوبة من طريقة كتابتها.[1]

ويعرفها Johnson بأنها السهولة التي يمكن أن يقرأ بها نص ما، وترجع إلى كل العوامل التي يمكن أن تؤثر في نجاح قراءة النص وفهمه، ويقع ضمن ذلك اهتمام القارئ ودافعيته، فضلاً عن وضوح النص وحسن إخراجه، ودرجة تعقيد الكلمة والجملة".[2] وبالتالي فإن المقروئية هي المحطة النهائية لعدد من العناصر التي تشتمل عليها مادة مطبوعة بما في ذلك أشكال التفاعل بين هذه العناصر والتي تؤدي إلى نجاح عدد من القراء بالاتصال بها ويقاس هذا بمدى فهم القراء لهذه المادة وميولهم نحوها.[3]

وهذا ما يؤكده "بيرنارد ستلنر" عن "دال وشال" حيث أكد أن المتغيرات التي تؤثر على سهولة القراءة هي تراكم الفهم والاهتمام والطلاقة.[4] والطلاقة.[4]

كما يبرز مصطلح متداخل مع المقروئية وهو **–الانقرائية–** والتي تعني "مدى التوافق بين المادة المقروءة والقارئ، ولذلك فالمتعرضون للانقرائية بالدراسة يهتمون بطرفين أساسيين: الأول هو المواد القرائية وما تتضمنه من مستويات متباينة من الصعوبة، والثاني هو جمهور القراء وما يملكونه من اهتمامات وقدرات قرائية مختلفة".[5]

9. تفريغ البيانات والتعليق عليها:

	التخصص	المجموع

[1] أحمد جاسم هلال، شايع سعود الشايع، مستوى مقروئية كتب الرياضيات للصف الثاني عشر بدولة الكويت، مجلة العلوم التربوية، المجلد 24، العدد 1، الجزء 1، جامعة القاهرة، 2016، ص. 305.

[2] خالد حسين أبو عمشة، المقروئية: ماهيتها وأهميتها وكيفية قياسها، شبكة ألوكة، 2015، تاريخ المعاينة: 10-06-2020، العنوان الالكتروني: https://www.alukah.net/library/0/83809/

[3] أسماء فريد الرجال، تلقي الخطاب الديني: القنوات... السياق... الأثر، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، ط 1، 2020، ص.120.

[4] Berngard Stellner , Readability of quarterly reports: do companies mislead investors?, Anchor Academic Publishing, Hamburg, 2013, P. 22.

[5] مجموعة من الباحثين، دراسات في لغة الاعلام والصحافة، ألفا للوثائق، قسنطينة، ط1، 2019 ص. 24.

جدول رقم 1: (مركب): توزيع أفراد العينة حسب: متغيرا الجنس والتخصص:

	ماستر 2 اتصال جماهيري	ماستر 1 اتصال جماهيري	ماستر 2 اعلام اذاعي وتلفزيوني	ماستر 1 إعلام اذاعي وتلفزيوني	سنة ثالثة ليسانس إعلام	
ذكر التكرارات	9	5	10	8	7	39
نسب الجنس	23,1%	12,8%	25,6%	20,5%	17,9%	100,0%
نسبة التخصص	24,3%	11,6%	24,4%	16,7%	16,3%	18,4%
المجموع	4,2%	2,4%	4,7%	3,8%	3,3%	18,4%
أنثى التكرارات	28	38	31	40	36	173
نسب الجنس	16,2%	22,0%	17,9%	23,1%	20,8%	100,0%
نسبة التخصص	75,7%	88,4%	75,6%	83,3%	83,7%	81,6%
المجموع	13,2%	17,9%	14,6%	18,9%	17,0%	81,6%
المجموع التكرارات	37	43	41	48	43	212
نسب الجنس	17,5%	20,3%	19,3%	22,6%	20,3%	100,0%
نسبة التخصص	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
المجموع	17,5%	20,3%	19,3%	22,6%	20,3%	100,0%

من خلال الجدول رقم 01 نلاحظ أن الحصص المأخوذة من كل التخصصات الخمس متقاربة ما بين 37 مفردة إلى 48، كما أن نسبة الاناث تمثل غالبية أفراد العينة (**81,6%**)، وهو أمر طبيعي لتواجد الإناث بشكل أكبر من الذكور، ففي المجتمع الحقيقي للطلبة المقدر بـ 263 طالب نجد أن نسبة الذكور تساوي (**20,53%**)، بينما تساوي فقط (**18,4%**) من عدد المبحوثين.

جدول رقم 2: (مركب): يوضح نسبة توزيع أفراد العينة حسب: متغيرا الجنس والفئة العمرية:

الجنس	الفئة_العمرية			**المجموع**
	أقل من 20 سنة	من 20 إلى 25 سنة	25 سنة فما فوق	
ذكر: التكرارات	0	25	14	39
نسب الجنس	0,0%	64,1%	35,9%	100,0%
نسب الفئة العمرية	0,0%	16,0%	27,5%	18,4%

المجموع	0,0%	11,8%	6,6%	18,4%
أنثى: التكرارات	5	131	37	173
نسب الجنس	2,9%	75,7%	21,4%	100,0%
نسب الفئة العمرية	100,0%	84,0%	72,5%	81,6%
المجموع	2,4%	61,8%	17,5%	81,6%
المجموع: التكرارات	5	156	51	212
نسب الجنس	2,4%	73,6%	24,1%	100,0%
نسب الفئة العمرية	100,0%	100,0%	100,0%	100,0%
المجموع	2,4%	73,6%	24,1%	100,0%

جدول رقم 3: يوضح مدى مقروئية شريط الأخبار لدى أفراد العينة

مدى مقروئية شريط الأخبار	التكرارات	النسب
دائما	62	29,2
أحيانا	128	60,4
نادرا	22	10,4
المجموع	212	100,0

نلاحظ من خلال الجدول رقم **03** أن غالبية أفراد العينة (**60,4%**) تقرأ شريط الأخبار التلفزيونية من حين لأخر، بينما تكون مقروئية هذه الأخبار لدى الثلث تقريبا (**29,2%**) بشكل دائم، فيما نجد أن المقروئية بشكل نادر تشكل النسبة الأقل (**10,4%**)، وهو ما يدل على أن هناك اهتمام **متوسط** بالحصول على الأخبار من خلال الشريط الإخباري.

جدول رقم 4: يوضح عوامل الجذب التي تدفع المبحوثين لقراءة شريط الأخبار

عوامل الجذب التي تدفع المبحوثين لقراءة شريط الأخبار	الإجابات		النسب من مجموع الإجابات
	التكرارات	النسب من مجموع المبحوثين	
جدة الأخبار (العواجل) وقربها المكاني والعاطفي	104	33,5%	49,1%
مصداقية القناة المقدمة للمحتوى الإخباري	81	26,1%	38,2%
تناول الشريط الإخباري لأهم الأخبار المتناولة في النشرة الإخبارية	42	13,5%	19,8%
سهولة الاطلاع على الأخبار في أي وقت	22	7,1%	10,4%
الأسلوب التحريري الجذاب من حيث اللون والحجم والبروز	14	4,5%	6,6%
المجموع	310	100,0%	146,2%

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (04) أن جدة الأخبار وقربها المكاني والعاطفي هما من أكثر عوامل الجذب التي تساهم في مقروئية الشريط الاخباري من قبل جهور الطلبة المبحوثين فاقتراب الحدث من حياة الجمهور يعد من العوامل الهامة[1]، تليها مباشرة مصداقية القناة المقدمة للخبر إذ تميل نسبة جيدة من المبحوثين في الحصول على الأخبار من مصدر تثق به أكثر. كما أن أهمية الأخبار المحررة وتناول الشريط الاخباري لأهم الأخبار المتناولة في النشرات تعد عوامل جذب لأكثر من 5/1 من أفراد العينة. بينما نلاحظ أن السهولة في الحصول على الأخبار والأسلوب التحريري هما الأقل من حيث الجذب لدى المبحوثين وبنسبة 17% فقط لمجموع كليهما.

جدول رقم 5: يوضح العوامل المؤثرة على قلة اقبال أو تركيز المبحوثين في قراءة شريط الأخبار

العوامل المؤثرة في قلة اقبال أو تركيز المبحوثين على قراءة شريط الأخبار	الإجابات		النسب من مجموع الإجابات
	التكرارات	النسب من مجموع المبحوثين	
عيوب متعلقة بالشكل والابراز (حجم الشريط، لون الخبر، سرعة تحركه...).	54	18,2%	25,5%
أخطاء في اللغة الاعلامية المحرر بها	57	19,3%	26,9%
إدراج أخبار دون أهمية كبيرة ومكررة	85	28,7%	40,1%
التهويل والتسرع في نقل الأحداث قبل التأكد من صحتها	100	33,8%	47,2%
المجموع	296	100,0%	139,6%

[1] ستيوارت ألان، ثقافة الأخبار، ترجمة: هدى فؤاد، مجموعة السيل العربية، القاهرة، ط1، 2008، ص. 123.

وحرصا منا على معرفة الأسباب التي قد تقلل من نسبة مقروئية شريط الأخبار بشكل دائم أو مكثف، فقد تبين لنا من خلال الجدول رقم (05) أن أهم الأسباب التي تؤثر في ذلك هي التهويل والتسرع في نقل الأخبار قبل التأكد من صحتها، تليها مباشرة إدراج الأخبار المكررة والأقل أهمية، فيما نجد أن ربع المبحوثين يرون أن هناك بعض العيوب المتعلقة بالشكل والابراز وكذا الأخطاء اللغوية التي تؤثر على اقبالهم أو تركيزهم أثناء قراءة أخبار الشريط، (وقد تكون النسبة أكبر لدى أصحاب التعليم الأقل حيث يؤكد الخبراء أن القارئ الجيد يحتاج لأربع تنقلات بالعين ما تكلفته ثانيتين لقراءة سطر واحد، بينما القارئ الرديء يحتاج لضعف الوقت لقراءته)[1].

جدول رقم (6): يبين مدى مساهمة تخصص المبحوثين الجامعي (في الاعلام) في الحرص على الحصول على المزيد من المعلومات من خلال اعتماد شريط الأخبار كمصدر لها:

7س	التكرارات	النسب
نعم	84	39,6
لا	128	60,4
المجموع	212	100,0

نلاحظ من خلال الجدول رقم (6) أن تخصص المبحوثين في مجال الاعلام يدفع غالبيتهم لاعتماد الشريط الاخباري كمصدر لاستقاء الأخبار ومعرفة المزيد حول الأحداث والقضايا التي تقع.

وتبرير ذلك لدى الغالبية منهم أن طالب الاعلام لابد من أن يواكب كل ما يقع من أحداث وقضايا من دون، بالإضافة إلى أنهم بحكم التخصص يبحثون بالدراسة في كل ما يتعلق بالمضامين الإعلامية وتحليل وتقييم مضمونها من حين لأخر.

جدول رقم (7): يبين القنوات الفضائية الجزائرية التي يفضل المبحوثين قراءة شريط الأخبار من خلالها:

القنوات الفضائية الجزائرية التي يفضل المبحوثين قراءة الشريط الاخباري من خلالها	التكرارات	النسب
القنوات الفضائيات العمومية (الحكومية)	29	13,7
القنوات الفضائيات الخاصة	73	34,4
القنوات الفضائية المتخصصة في الأخبار	110	51,9
المجموع	212	100,00

نلاحظ من خلال الجدول (7) أن أكثر من نصف المبحوثين يفضلون قراءة الشريط الاخباري في القنوات الفضائية الجزائرية المتخصصة في الأخبار، بينما يفضل ثلث المبحوثين قراءة شريط أخبار الفضائيات الخاصة بصفة عامة، بينما نجد أن المقروئية من خلال شريط أخبار الفضائيات الحكومية تمثل النسبة الأقل 13,7 %.

[1] رعد جاسم الكعبي، ايمان عبد الرحمان، بناء الشريط الاخباري "السبتايتل" في القنوات العربية، مرجع سابق، ص. 114.

جدول رقم (8): يمثل ميزان تقدري وفقا لمقياس ليكرت الخماسي

الاستجابة	المتوسط المرجح بالأوزان	طول الفترة	المستوى
غير موافق بشدة	من 01 إلى 1,80	0,80	منخفض
غير موافق	من 1,81 إلى 2,60	0,79	
محايد	من 2,61 إلى 3,40	0,79	متوسط
موافق	من 3,41 إلى 4,20	0,79	مرتفع
موافق بشدة	من 4,21 إلى 5,00	0,79	

جدول رقم (9): يمثل إجابات المبحوثين على أسئلة المحور الثالث حول علاقة مقروئية الشريط الاخباري بمتابعة جمهور الطلبة الجامعيين للنشرات الاخبارية وحجم الاطلاع على الأحداث.

توضحها العبارات المرفقة داخل الجدول "وفقا لمقياس ليكرت الخماسي":

العبارة		غير موافق بشدة	غير موافق	محايد	موافق	موافق بشدة	الوسط الحسابي	الدرجة
1-شريط الأخبار التلفزيونية يدفعني لعدم متابعة النشرة الإخبارية المفصلة بشكل دائم	ت	09	47	49	87	20	3,29	محايد
	%	4,2	22,2	23,1	41,0	9,4		
2-يدفعني شريط الأخبار لترقب المزيد من التفاصيل والتحليلات التي تقدمها النشرات الإخبارية	ت	00	27	41	126	18	3,64	موافق
	%	0,00	12,7	19,3	59,4	8,5		
3-مقروئية شريط الأخبار تساهم في زيادة حجم معارفي بالأحداث الحاصلة يوميا	ت	05	09	14	132	52	4,02	موافق
	%	2,4	4,2	6, 6	62,3	24,5		
4-أخبار الشريط المتحرك تعالج أهم القضايا والموضوعات المحلية والأجنبية	ت	00	51	27	115	19	3,48	موافق
	%	0,00	24,1	12,7	54,2	9,0		
5-شريط الأخبار كمصدر للمعلومات يتمتع بدرجة عالية من الموضوعية في أغلب القنوات الفضائية الجزائرية	ت	23	82	57	43	07	2,67	محايد
	%	10,8	38,7	26,9	20,3	3,3		

المجموع	المتوسط الحسابي لفقرات المحور: 3,42	**موافق**

بحسب مقياس ليكرت الخماسي "وهو من أكثر المقاييس استخداما في قياس الاتجاهات، حيث يتطلب من المبحوث أن يعبر عن درجة موافقته على سؤال اتجاهي خاص بالرجوع إلى خمس بدائل مقدمه له وهي (معارض بشدة، معارض، محايد، موافق، موافق بشدة).[1]

فإن أغلب أفراد العينة محايدين بشأن ما إذا كان شريط الأخبار بما يقدمه من قضايا وموضوعات متنوعة قد يدفعهم لعدم متابعة النشرة الإخبارية المفصلة. وذلك بمتوسط حسابي يقدر بـ 3,29 والذي يمثل 65,8% من مجموع المبحوثين (انحراف معياري مقدر بـ1,048).

-بينما يدفعهم الشريط الاخباري لترقب المزيد من التفاصيل والتحليلات التي تقدمها النشرات الإخبارية بدرجة موافق على مقياس ليكرت، بمتوسط حسابي يقدر بـ 3,64 والذي يمثل 72,8% من مجموع المبحوثين (انحراف معياري مقدر بـ .0,812).

-وبحسب مقياس ليكرت يتضح أن مقروئية شريط الأخبار تساهم في زيادة حجم معارف المبحوثين بالأحداث الحاصلة يوميا بدرجة موافق، وذلك بمتوسط حسابي يقدر بـ 4,02 (وهو الأعلى) والذي يمثل أكثر من 80,0% من المبحوثين (انحراف معياري مقدر بـ0,834).

-وبحسب مقياس ليكرت الخماسي دائما، يوافق أيضا أفراد العينة على كون أخبار الشريط المتحرك تعالج أهم القضايا والموضوعات المحلية والأجنبية، وذلك بمتوسط حسابي يقدر بـ 3,48 أي حوالي 70,0% من مجموع المبحوثين (انحراف معياري مقدر بـ0,956).

-فيما نجد أن الحياد هو الغالب لدى المبحوثين فيما يتعلق بكون الشريط الاخباري كمصدر للمعلومات يتمتع بدرجة عالية من الموضوعية في أغلب القنوات الفضائية الجزائرية وذلك بمتوسط حسابي يقدر بـ 2,67 والذي يمثل53,4% من مجموع أفراد العينة (انحراف معياري مقدر بـ1,024).

-وأخيرا وبحسب مقياس ليكرت الخماسي يتضح أن المتوسط المرجح للأوزان للمحور الثالث إجمالا (علاقة مقروئية الشريط الاخباري بمتابعة جمهور الطلبة الجامعيين للنشرات الاخبارية وحجم الاطلاع على الأحداث) هو 3,42، وهو ما يمثل درجة الموافقة على وجود علاقة بين أخبار الشريط والنشرات الاخبارية (بحيث يدفعهم الشريط لترقب مزيد من التفاصيل) وزيادة حجم الاطلاع على الأحداث من خلال شريط الأخبار.

جدول رقم (10): يمثل الموضوعات التي تثير اهتمام الطلبة المبحوثين أكثر من بين الموضوعات المتناولة في شريط الأخبار:

الموضوعات التي تثير اهتمام الطلبة المبحوثين أكثر من بين هذه الموضوعات المتناولة في شريط الأخبار	الإجابات		النسب حسب عدد الإجابات
	التكرارات	النسب حسب المبحوثين	
الموضوعات السياسية	140	26,2%	66,0%
الموضوعات الاجتماعية	133	24,9%	62,7%
الموضوعات الاقتصادية	87	16,3%	41,0%
الموضوعات الرياضية	71	13,3%	33,5%

[1] أمل البكري، نادية عجوز، علم النفس المدرسي، دار المعتز للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2013 ص. 218.

حالة الطقس	76	14,2%	35,8%
موضوعات أخرى تذكر			
الموضوعات الصحية	7	1,3%	3,3%
الموضوعات العلمية	7	1,3%	3,3%
الموضوعات البيئية	6	1,1%	2,8%
الموضوعات التربوية	4	0,7%	1,9%
الموضوعات الدينية	3	0,6%	1,4%
المجموع	534	100,0%	251,9%

يوضح الجدول رقم (10)، أن أخبار الموضوعات السياسية هي الأكثر اهتماما بها من بين موضوعات شريط الأخبار، وذلك بحسب ما يرى (66,0%) من أفراد العينة، تليها مباشرة الموضوعات الاجتماعية (62,7%)، ثم تأتي الموضوعات الاقتصادية بنسبة (66,0%)، ثم الموضوعات المتعلقة بحالة الطقس بنسبة (35,8%)، لتأتي في المرتبة الخامسة الموضوعات الرياضية من حيث درجة الاهتمام بها وذلك بنسبة (33,5%)، والتي قد تعود في المرتبة الخامسة بسبب غلبة فئة **الاناث** على مجموع المبحوثين.

فيما أتت التصنيفات الأخرى للموضوعات خارج الاقتراحات المدرجة ى على النحو التالي: الموضوعات الصحية ثم العلمية ثم البيئية بنسب لا تتجاوز (1,5%) فيما أتت الموضوعات التربوية والدينية كأقل الموضوعات اهتماما بها من خلال شريط الأخبار.

جدول رقم (11): يمثل مدى تلبية شريط الأخبار لاهتمامات الطلبة المبحوثين أثناء الأزمات والأحداث العاجلة:

هل يلبي شريط الأخبار اهتماماتك أثناء الأزمات والأحداث العاجلة؟	التكرار	النسب
دائما	51	24,1
أحيانا	138	65,1
نادرا	23	10,8
المجموع	212	100,0

نلاحظ من خلال الجدول رقم (11)، أن غالبية أفراد العينة (65,1%) ترى أن الشريط الاخباري أحيانا ما يلبي اهتماماتهم أثناء الأزمات والأحداث العاجلة، بينما يرى ما نسبته (24,1%) من المبحوثين أن الشريط الاخباري دائما ما يلبي اهتمامات أثناء ذلك، فيما نجد النسبة الأقل من المبحوثين هي من ترى أنه من النادر أن يلبي شريط الأخبار اهتماماتهم أثناء الأزمات والأحداث العاجلة (10,8%).

جدول رقم (12): يمثل الأطر الخبرية حسب درجة الاهتمام التي يوليها لها مضمون شريط الأخبار:

الإطار / الرتبة		إطار الصراع	إطار الاهتمامات الاقتصادية	الإطار الإنساني	الإطار الأخلاقي
الرتبة الأولى	التكرار	166	4	37	5
	النسب	78,3	1,9	17,5	2,4
الرتبة الثانية	التكرار	27	48	87	50
	النسب	12,7	22,6	41,0	23,6

الرتبة الثالثة	التكرار	13	58	66	75
	النسب	6,1	27,4	31,1	35,4
الرتبة الرابعة	التكرار	6	104	22	80
	النسب	2,8	49,1	10,4	37,7

هناك خمسة أطر أساسية هي: الصراع، والجوانب الأخلاقية، والإنسانية، والاقتصادية، والمسؤولية (وقد ركزنا على أربعة أطر مهمة منهم) كما هو مبين في الجدول، ويتم استخدام الإطار على مستويان: الأول يهتم بقياس المحتوى غير الواضح أو ما يُعرف بالمحتوى الضمني، والثاني المؤثر في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو القضية موضع الدراسة؛ فمن خلال تركيز وسائل الإعلام على جوانب معيَّنة فهي تحدد لنفسها أطرًا خبرية تستطيع في النهاية أن تؤثر في تشكيل آراء واتجاهات الجمهور بشأن بعض القضايا.[1]

من خلال الجدول رقم (12)، يتبين لنا أن إطار الصراع يحتل صدارة الأطر الخبرية بحسب أغلب المبحوثين، وهو ما يفسره تواجده في الرتبة الأولى بنسبة (78,3%) من مجموع اجاباتهم وبالتالي فهو الأقل نسبة في كل الرتب الأخرى، يليه مباشرة الإطار المتعلق بالاهتمامات الإنسانية والذي أتى في نفس الرتبة (الأولى) بنسبة (17,5%) وفي الرتبة الثانية بالنسبة الأكبر وهي (41,0%) من مجموع إجابات المبحوثين.

بينما في الرتبة الثالثة نجد الإطار الأخلاقي الذي كان الأكثر تمثلا في الرتبة الأولى والثانية بعد الاطارين السابقين، والأكثر تمثلا في الرتبة الثالثة بنسبة (35,4%). فيما نجد أن الإطار الاقتصادي هو الإطار الأقل اهتماما من بين الأطر المدرجة لدى أفراد العينة وهو ما تؤكده نسبة (49,1%) التي أتى فيها في صدارة المرتبة الرابعة بحسب مجموع الاجابات.

جدول رقم (13): يمثل الموضوعات التي لا تحظى بالاهتمام المستحق في شريط الأخبار رغم أهميتها من وجهة نظر الطلبة المبحوثين:

الموضوعات التي لا تحظى بالاهتمام المستحق في شريط الأخبار رغم أهميتها	التكرار	النسب
الموضوعات الثقافية والفنية	52	24,5
الموضوعات الدينية	36	17,0
الموضوعات التربوية	19	9,0
الموضوعات البيئية	15	7,1
الموضوعات العلمية والتكنولوجية	18	8,5
الموضوعات الصحية	17	8,0
الموضوعات الاجتماعية	26	12,3
الموضوعات الاقتصادية	2	0,9
الموضوعات القومية والدولية	27	12,7
المجموع	212	100,0

[1] أشرف جلال، أطر المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب في الاعلام المصري، مرجع سابق، ص. 5-6.

يوضح الجدول رقم (13)، أن أكثر الموضوعات التي لا تحظى بالاهتمام في شريط الأخبار رغم أهميتها هي الموضوعات التي من الممكن أن نصنفها ضمن الموضوعات الثقافية والفنية وذلك بحسب ما يرى ربع المبحوثين، تليها مباشرة الموضوعات الدينية لحوالي (17,0%) من المبحوثين، ثم الموضوعات القومية والدولية، والموضوعات الاجتماعية، لتأتي بعد ذلك الموضوعات التربوية، والموضوعات العلمية والتكنولوجية، والموضوعات الصحية والموضوعات البيئية على الترتيب بنسب متقاربة، فيما تأتي الموضوعات الاقتصادية كأقل الموضوعات التي لا تحظى بالاهتمام في شريط الأخبار وذلك بنسبة لا تصل لـ 1%، ما يدل على أن الأخبار ذات البعد الاقتصادي تحظى بالاهتمام الجيد في شريط الأخبار بحسب الغالبية الساحقة للمبحوثين.

المصدر: مصدر جميع الجداول (13 جدول) عمل شخصي من الباحث.

10. النتائج العامة للدراسة:

-مقروئية شريط الأخبار عند أكثرية جمهور الطلبة الجامعيين تكون من حين لآخر (أحيانا)، وتكون هذه المقروئية بشكل دائم لدى (29%) منهم، بينما تمثل المقروئية بشكل نادر النسبة الأضعف، ما يعني أن هناك تجاوب في قراءة اخبار الشريط سواء بشكل دائم أو من حين لآخر.

– تمثل جدة الأخبار وقربها المكاني والعاطفي بالإضافة في شريط الأخبار أهم عوامل الجذب التي تدفع جمهور الطلبة الجامعيين لقراءة الشريط الإخباري، وهو عامل صادق عليه حوالي نصف المبحوثين، يليه مباشرة مصداقية القناة التي يعرض من خلالها شريط الأخبار. وبنسبة أقل تمثل نقطة تناول الشريط الاخباري لأهم اخبار النشرات عامل جذب مهم أخر لدى جمهور الطلبة الجامعيين.

– يعتبر عامل التهويل والتسرع في نقل الأخبار قبل التأكد من صحتها أهم العوامل المؤثرة في اقبال أو تركيز جمهور الطلبة الجامعيين على قراءة شريط الأخبار، ثم العامل المتعلق بإدراج بعض الأخبار المكررة والتي لا أهمية كبيرة لها، وبنسبة أقل لعاملي الأخطاء اللغوية والعيوب المتعلقة بالإبراز والجمالية.

–يفضل جمهور الطلبة الجامعيين (نصف المبحوثين) قراءة شريط الأخبار من خلال القنوات الفضائية المتخصصة في الاخبار، بينما يفضل ثلثهم قراءتها في القنوات الخاصة بصفة عامة، سواء كانت متخصصة في الأخبار أم لا، وبالتالي فإن غالبيتهم لا تفضل قراءة الشريط الإخباري من خلال القنوات العمومية الجزائرية.

– هناك درجة من الحياد (بحسب مقياس ليكرت الخماسي) لدى جمهور الطلبة الجامعيين فيما يتعلق بكون الشريط الاخباري قد يدفعهم لعدم متابعة النشرة الإخبارية المفصلة لما يقدمه من أخبار متواصلة وبشكل آني (مع التذكير أن 41,0% من جمهور الطلبة المبحوثين كانت اجابتهم حوب هذه النقطة بأوافق).

-بينما هناك درجة من الموافقة: بكون الشريط الاخباري يدفعهم لترقب المزيد من التفاصيل والتحليلات التي تقدمها النشرات الإخبارية، ولكون مقروئية شريط الأخبار تساهم في زيادة حجم معارفهم بالأحداث الحاصلة يوميا، وأيضا لكون أخبار الشريط المتحرك تعالج أهم القضايا والموضوعات المحلية والأجنبية.

-فيما نجد أن هناك درجة من الحياد لدى جمهور الطلبة الجامعيين فيما يتعلق بتمتع الشريط الاخباري للقنوات الفضائية الجزائرية (كمصدر للمعلومات) بدرجة عالية من الموضوعية (مع العلم أن 38,7% من جمهور الطلبة المبحوثين كانت اجابتهم بلا أوافق).

-يمكن القول (حسب الأسئلة أو العبارات الخمس السابقة التي تمثل المحور الثالث للاستبيان) إجمالا بأن هناك درجة من الموافقة حول وجود علاقة لدى جمهور الطلبة الجامعيين بين حجم الاطلاع على الأحداث من خلال الشريط الاخباري وحجم الاطلاع على هذه الأحداث من خلال النشرات الإخبارية بحيث تدفعهم أخبار الشريط لترقب مزيد من التفاصيل والتحليلات التي تقدمها النشرات الاخبارية.

-جمهور الطلبة الجامعيين أكثر اهتماما بأخبار الموضوعات السياسية من خلال شريط الأخبار، تليها مباشرة أخبار الموضوعات الاجتماعية وأخبار الموضوعات الاقتصادية. فيما تعد أخبار الموضوعات المتعلقة بحالة الطقس والأخبار الرياضية هي الأقل اهتماما بها من بين الموضوعات المقترحة. فيما كانت أخبار الموضوعات البيئية والتربوية والدينية أقل الموضوعات اهتماما بها من خلال شريط الأخبار إجمالا لدى جهور الطلبة المبحوثين.

-يحتل إطار الصراع بشكل واضح صدارة الأطر الخبرية في شريط الأخبار، يليه مباشرة الإطار المتعلق بالاهتمامات الإنسانية. بينما في الرتبة الثالثة نجد الإطار المتعلق بالاهتمامات الأخلاقية.

—يعد الإطار الاقتصادي الإطار الأقل اهتماما من بين الأطر الأربعة المدرجة لدى أفراد العينة.

-يلبي الشريط الاخباري اهتمامات غالبية جمهور الطلبة الجامعيين أثناء الأزمات والأحداث العاجلة، وذلك من حين لأخر **"أحيانا"** (65,1%) أو بشكل "**دائم**" (24,1%) فيما ترى الأقلية المتبقية منهم أنه من النادر أن يلبي شريط الأخبار اهتماماتهم أثناء ذلك.

- تعد الموضوعات الثقافية والفنية أكثر الموضوعات التي لا تحظى بالاهتمام في شريط الأخبار رغم أهميتها (بالنسبة للمبحوثين)، تليها الموضوعات الدينية ثم الموضوعات القومية والدولية، والموضوعات الاجتماعية،

-تعد الموضوعات الاقتصادية أقل الموضوعات التي لا تحظى بالاهتمام في شريط الأخبار (بالنسبة للمبحوثين) أي أنها تحظى بالاهتمام الجيد من خلاله.

11. خاتمة:

تمثل الأخبار أحد أهم الحاجات التي يسعى الجمهور بصفة عامة وجمهور الطلبة بصفة خاصة للحصول عليها سواء بقصد أو من دونه، لهذا تعمد المؤسسات الإعلامية على تقديم هذه الحاجة لجمهورها بالطريقة التي تحقق لها أكبر قدر ممكن من التأثير المباشر أو العرضي، ويعد شريط الأخبار واحد من أسهل الطرق وأسرعها لبث الأخبار أو استقاءها، إذ يحظى بإقبال جيد لقراءة مضمونه الخبري من طرف جمهور الطلبة الجامعيين سواء بشكل دائم أو من حين لأخر.

حيث يساهم الشريط الاخباري في تزويد هذه الفئة ممن الجمهور بالوقائع والأحداث فور وقوعها أو صدورها، وبالتالي فهي تساهم زيادة معارفهم وفي تأطير اهتماماتهم بالقضايا المختلفة، خاصة السياسية منها أو تلك المتعلقة بأوجه الصراع المتعددة (الدبلوماسي أو العسكري أو الرياضي أو الفني...). وهذا بشكل آني دون الحاجة الماسة لانتظار المواعيد الإخبارية، كما أنه يساهم أحيانا في تحفيز هذه الفئة من الجمهور لترقب النشرة الرئيسية للحصول على المزيد من التفاصيل الإخبارية حول الأحداث الحاصلة.

12. قائمة المراجع:

- **المؤلفات العربية:**

-أحمد زكرياء أحمد، نظريات الاعلام: مدخل لاهتمامات وسائل الاعلام وجمهورها، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، المنصورة، 2009، الصفحة 219.

-أحمد زكرياء أحمد، نظريات الاعلام: مدخل لاهتمامات وسائل الاعلام وجمهورها، مرجع سابق، الصفحة 253.

-أسماء فريد الرجال، تلقي الخطاب الديني: القنوات... السياق... الأثر، العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2020، الصفحة 120.

-أمل البكري، نادية عجوز، علم النفس المدرسي، دار المعتز للنشر والتوزيع، عمان، 2013، الصفحة 218.

-بركات عبد العزيز، المادة الإخبارية في الراديو والتلفزيون، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2013، الصفحة 170.

-خالد مجد الدين محمد، صناعة الأخبار في عصر المعلوماتية: دليل إنتاج النشرات التلفزيونية، دار الأمين للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005، الصفحة 119.

-رحيم يونس العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، دار دجلة، عمان، 2007، الصفحة 8.

-زهرة بوجفجوف، صناعة الأخبار التلفزيونية، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2018، الصفحة 5.

-ستيوارد آلان، ثقافة الأخبار، ترجمة: هدى فؤاد، مجموعة السيل العربية، القاهرة، 2008، الصفحة 123.

-سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، دار الكتاب الجامعي، العين، 2017، الصفحة 152.

سعد سلمان المشهداني، نفس المرجع السابق، الصفحة 153-154.

-شريف حميد السعدي، الفضائيات وارتدادات التأثير: دراسات-نظريات-انعكاسات، دار أمجد للنشر والتوزيع، عمان، 2018، الصفحة 246-247.

-عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، نظريات الاعلام وتطبيقاتها العربية، دار الفكر العربي، القاهرة، 2008، الصفحة 349.

-عبد ارزاق محمد الدليمي، نظريات الاتصال في القرن الواحد والعشرين، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 2006، الصفحة 163.

-غادة البطريق، المواقع الإخبارية والحراك السياسي، دار أطلس للنشر والإنتاج الإعلامي، القاهرة، 2017، الصفحة 79.

-ماكس ماكومز وآخرون، الاخبار والرأس العام: تأثير الاعلام على الحياة المدنية، ترجمة: محمد صفوت حسن، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012، الصفحة 74-75.

-محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، مجلد3، القاهرة، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004، الصفحة 959.

-محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 2000، الصفحة 77.

-محمود أحمد أبو سمرة، محمد عبد الاله الطيطي، مناهج البحث العلمي من التبيين إلى التمكين، دار اليازوري العلمية، عمان، 2019، الصفحة 45.

- مجموعة باحثين عرب، دراسات في الاعلام الالكتروني: الإشكاليات المنهجية، الممارسة ومرحلة ما بعد الاعلام الالكتروني، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، 2019، الصفحة 233.

-مجموعة من الباحثين، دراسات في لغة الاعلام والصحافة، ألفا للوثائق، قسنطينة، 2019، الصفحة 24.

-مصطفى يوسف كافي وآخرون، نظريات الاعلام والاتصال الجماهيري، دار الاعصار العلمي، عمان، 2016، الصفحة 247.

-منذر الضامن، أساسيات البحث العلمي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2007، الصفحة 139-140.

-موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية: تدريبات علمية، ط 2، ترجمة: بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، سعيد سبعون، دار القصبة للنشر، 2006، الصفحة 204.

-نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية، الجزائر، 2009، الصفحة 143.

-وليدة حدادي، الاعلام والنخبة المثقفة في عصر الميديا، مركز الكتاب الأكاديمي، عمان، 2019، الصفحة 14.

- **المؤلفات الأجنبية:**

-Berngard Stellner, Readability of quarterly reports: do companies mislead investors?, Anchor Academic Publishing, Hamburg, 2013, page 22.

-De Isadore Newman, Keith A. McNeil, Keith MacNeil, Conducting Survey Research in the Social Sciences, University Press of America, New York, 1998, page 39.

-Dion Goh, Schubert Foo, Social Information Retrieval Systems: Emerging Technologies and Applications..., IGI Global, Hershey 2008, page 41.

- **المقالات:**

-أحمد جاسم هلال، شايع سعود الشايع، مستوى مقروئية كتب الرياضيات للصف الثاني عشر بدولة الكويت، مجلة العلوم التربوية، المجلد 24، العدد 1، الجزء 1، 2016، الصفحة 305.

-أشرف جلال، أطر المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب في الاعلام المصري، مركز الجزيرة للدراسات، 2015، الصفحة 4.

-أشرف جلال، أطر المعالجة الإعلامية لظاهرة الإرهاب في الاعلام المصري، مرجع سابق، الصفحة 5-6.

-رعد جاسم الكعبي، ايمان عبد الرحمان، بناء الشريط الاخباري "السبتايتل" في القنوات العربية، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 4، مارس 2008، الصفحة 113.

-رعد جاسم الكعبي، ايمان عبد الرحمان، بناء الشريط الاخباري "السبتايتل" في القنوات العربية، مرجع سابق، الصفحة 114.

-نصير بوعلي، أثر الفضائيات الغربية على الأنساق القيمية، والهوية الوطنية للمتلقي، مجلة الدراسات الإعلامية القيمية المعاصرة، المجلد 1، العدد 2، 2012، الصفحة 28.

- **المواقع الالكترونية:**

-خالد حسين أبو عمشة، المقروئية: ماهيتها وأهميتها وكيفية قياسها، شبكة ألوكة، 2015، تاريخ المعاينة: 10-06-2020، العنوان الالكتروني: https://www.alukah.net/library/0/83809/

13. قائمة الملاحق: (استمارة استبيان)

استمارة استبيان حول دراسة بعنوان:

مقروئية شريط الأخبار ودورها في تأطير اهتمامات جمهور الطلبة الجامعيين "دراسة ميدانية على طلبة الإعلام بجامعة عنابة"

المحور الأول: البيانات الأولية

1-الجنس: ذكر ☐ أنثى ☐

2-الفئة العمرية: أقل من 20 سنة ☐ من 20 إلى 25 سنة ☐ أكبر من 25 سنة ☐

3-التخصص:

سنة ثالثة ليسانس "اعلام" ☐

ماستر 1 اعلام إذاعي وتلفزيوني ☐ ماستر 2 اعلام إذاعي وتلفزيوني ☐

ماستر 1 اتصال جماهيري ☐ ماستر 2 اتصال جماهيري ☐

المحور الثاني: مقروئية جمهور الطلبة الجامعيين لشريط الأخبار في الفضائيات الجزائرية

4-هل تحرص على قراءة شريط الأخبار في الفضائيات الجزائرية؟

دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا ☐

5-ماهي عوامل الجذب التي قد تدفعك لقراءة شريط الأخبار؟

-الأسلوب التحريري الجذاب من حيث اللون والحجم والبروز ☐

-جدة الأخبار (العواجل) وقربها المكاني والعاطفي ☐

-أهمية وقيمة الأخبار المحررة ☐

-مصداقية القناة المقدمة للمحتوى الاخباري ☐

-سهولة الاطلاع على الأخبار في أي وقت ☐

-تناول الشريط الاخباري لكل الأخبار المتناولة في النشرة الإخبارية ☐

6-ما هي أهم عيوب شريط الأخبار التي قد تؤثر على رغبتك أو تركيزك في قراءته؟

-عيوب متعلقة بالشكل والابراز (حجم الشريط، لون الخبر، سرعة تحركه...) ☐

-أخطاء في اللغة الاعلامية المحرر بها ☐

-إدراج أخبار دون أهمية كبيرة ومكررة ☐

-التهويل والتسرع في نقل الأحداث قبل التأكد من صحتها ☐

7-هل يساهم تخصصك الجامعي في الحرص على الحصول على المزيد من المعلومات من خلال اعتماد شريط الاخبار كمصدر؟

نعم ☐ لا ☐

8-إذا كانت اجابتك بنعم، اشرح كيف يكون ذلك.....

9-ماهي القنوات الفضائية الجزائرية التي تفضل قراءة شريط الأخبار من خلالها؟

-القنوات الفضائيات العمومية (الحكومية) -القنوات الفضائيات ا ☐ ☐

-القنوات الفضائية المتخصصة في الأخبار ☐

المحور الثالث: علاقة مقروئية الشريط الاخباري بمتابعة جمهور الطلبة الجامعيين للنشرات الاخبارية وحجم الاطلاع على الأحداث

10-أجب على الجدول التالي ب: موافق بشدة-موافق-محايد-غير موافق-غير موافق بشدة:

العبارة	موافق بشدة	موافق	محايد	غير موافق	غير موافق بشدة
1-شريط الأخبار التلفزيونية يدفعني لعدم متابعة النشرة الإخبارية المفصلة بشكل دائم					
2-يدفعني شريط الأخبار لترقب المزيد من التفاصيل والتحليلات التي تقدمها النشرات الإخبارية					
3-مقروئية شريط الأخبار تساهم في زيادة حجم معارفي بالأحداث الحاصلة يوميا					
4-أخبار الشريط المتحرك تعالج أهم القضايا والموضوعات المحلية والأجنبية					
5-شريط الأخبار كمصدر للمعلومات يتمتع بدرجة عالية من الموضوعية في أغلب القنوات الفضائية الجزائرية					

المحور الرابع: دور شريط الأخبار في تأطير اهتمامات جمهور الطلبة الجامعيين

11-رتب الموضوعات التي تثير اهتمامك أكثر من بين هذه الموضوعات المتناولة في شريط الأخبار:

الموضوعات السياسة ☐ الاجتماعية ☐ الاقتصادية ☐

الرياضية حالة الطقس

موضوعات أخرى أذكرها.....

12–هل يغطي شريط أخبار الفضائيات الجزائرية اهتماماتك أثناء الازمات والحالات العاجلة؟

دائما أحيانا

13–رتب الأطر الخبرية التالية حسب درجة الاهتمام التي يوليها لها مضمون شريط الأخبار:

–الصراع: "أفراد، مؤسسات" (سياسي، رياضي...) –الاهتمامات الإنسانية

–اطار اقتصادي (النتائج الاقتصادية للحدث) –الإطار الأخلاقي (رسالة دينية)

14–أذكر الموضوعات التي لا تحظى بالاهتمام المستحق في شريط الأخبار رغم أهميتها من وجهة نظرك:

.....