



أثر استخدام الليبيين للشريط الإخباري
على متابعة نشرات الأخبار في القنوات الفضائية
دراسة ميدانية

إعداد

مفتاح موسى سعد حامد

تحت إشراف

د. الافي إدريس الرفادي

قدمت هذه الرسالة استكمالاً لمتطلبات الحصول على
درجة الماجستير في الإعلام

جامعة بنغازي

كلية الفنون والإعلام

يوليو 2018م

Copyright © 2018. All rights reserved, no part of this thesis may be reproduced in any form, electronic or mechanical, including photocopy , recording scanning , or any information , without the permission in writing from the author or the Directorate of Graduate Studies and Training university of Benghazi .

حقوق الطبع 2018م محفوظة .

لا يسمح أخذ أي معلومة من أي جزء من هذه الرسالة على هيئة نسخة إلكترونية أو ميكانيكية بطريقة التصوير أو التسجيل أو المسح من دون الحصول على إذن كتابي من المؤلف أو إدارة الدراسات العليا والتدريب جامعة بنغازي .



جامعة بنغازي كلية الفنون والإعلام

قسم الإذاعة والتلفزيون

أثر استخدام الليبيين للشريط الإخباري على متابعة نشرات الأخبار في القنوات الفضائية

دراسة ميدانية

إعداد

مفتاح موسى سعد حامد الخفيفي

نوقشت هذه الرسالة وأجيزت بتاريخ: 2018.07.05م

تحت إشراف /

د.اللافي إدريس الرفادي ..

(التوقيع)

الدكتورة سليمة حسن زيدان (ممتحنا داخليا)التوقيع ()

الدكتور هشام فتحي بوشعالة(ممتحنا خارجيا)التوقيع ()

مدير إدارة الدراسات العليا والتدريب بالجامعة

عميد الكلية

()

()

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قال الله تعالى :-

﴿وَقُلِ اعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ ...﴾

[سورة التوبة: 106]

صدق الله العظيم

الإهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى والدي وأخي رحمة الله
عليهما اللذان لم يبخلا عليّ يوماً بشيء

وإلى الوالدة الغالية وزوجتي وأبنائي وأخواتي وأصدقائي

أقول لهم: أنتم وهبتموني الحياة والأمل والنشأة على شغف
الاطلاع والمعرفة

ثم إلى كل من علمني حرفاً أصبح سنابرقه يضيء الطريق
أمامي

الشكر والتقدير

الشكر أولاً وأخيراً لله عز وجل وهو القائل في محكم آياته

(لَئِنْ شَكَرْتُمْ لأزِيدَنَّكُمْ) ... صدق الله العظيم ... سورة إبراهيم الآية 7

الهي لا تطيب الحياة إلا بشكرك ... ولا يبطل عيش إلا بطاعتك

ولا يطيب يومي إلا بذكرك ... ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك

ولا تطيب الجنة إلا برؤيت وجهك الكريم

نشكرك يا رب العالمين

الي من أضاء بعلمه ونوره وبصيرته ... وهدى بالجواب الصحيح حيرتي ... فأظهر بسماحته تواضع

العلماء ... وصار على خطى الأنبياء نقول لك بشراك بقبول الحبيب المصطفى صلى الله عليه وسلم ان الحوت في

البحر ... والظير في السماء ليصلون على معلم الناس الخير

الدكتور : الالافي إدريس اليرفادي ...

الذي تولى مهمة الإشراف على انجاز هذا البحث فله مني جزيل الشكر والامتنان وجزاه الله خيراً

على عمله ... ونتمنى له الدرجات العلى في درب العلم والسداد

والشكر موصول إلى الدكتور الفاضل ... عبد الغفار فرج المنفي

لما قدمه من توجيهات ومعلومات

كما أتقدم بخالص شكري وكامل تقديري إلي الأخ : احمد فرج الفيتوري ، لما قدمه لي من يد

العون والمساعدة لإتمام هذا البحث .

كما أتقدم بخالص الشكر والتقدير إلي جميع أعضاء هيئة التدريس بكلية الإعلام / جامعة بنغازي

الباحث

فهرس الموضوعات

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

| رقم الصفحة | الموضوع | رقم |
|----------------|------------------------------------|-----|
| أ | صفحة العنوان | 1 |
| ب | حقوق الطبع | 2 |
| ج | الإجازة | 3 |
| د | الآية | 4 |
| هـ | الإهداء | 5 |
| و | الشكر | 6 |
| ز | فهرس المحتويات | 7 |
| س | ملخص الدراسة | 8 |
| فهرس الموضوعات | | |
| 2 | الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة | 1 |
| 22 | الفصل الثاني الاطار النظري للدراسة | 2 |
| 48 | الفصل الثالث الدراسة الميدانية | 3 |
| 102 | النتائج | 4 |
| 103 | التوصيات | 5 |

فهرس الجداول

| رقم الصفحة | الموضوع | رقم الجدول |
|------------|--|------------|
| 36 | توزيع الفضائيات بين النظام المشفر والمفتوح | 1 |
| 37 | توزيع الأقمار الصناعية التي تبث عليها الفضائيات في المنطقة العربية وخارجها | 2 |
| 53 | يبين نوع المبحوثين | 3 |
| 54 | يبين فئة العمر لمجتمع الدراسة | 4 |
| 55 | يبين الحالة الاجتماعية لمجتمع الدراسة | 5 |
| 56 | يبين المستويات التعليمية لمجتمع الدراسة | 6 |
| 58 | يبين مجال العمل لمجتمع الدراسة | 7 |
| 60 | يبين حجم متابعة الشريط الإخباري | 8 |
| 61 | يبين أسباب عدم متابعة الشريط الإخباري | 9 |
| 62 | يبين أسباب متابعة الشريط الإخباري | 10 |
| 63 | يبين نوع القناة | 11 |
| 64 | يوضح الوقت المستغرق لمتابعة الشريط الإخباري | 12 |
| 65 | يبين الزمن المستغرق لقراءة الشريط الإخباري | 13 |
| | يبين المواضيع المفضلة في الشريط الإخباري | 14 |
| 68 | يوضح المكان المفضل لمتابعة الشريط الإخباري | 15 |
| 69 | يبين لون الخط ولون الخلفية التي يجذبها المبحوثين في الشريط الإخباري | 16 |

| | | |
|----|---|----|
| 70 | يبين حجم الخط المفضل للشريط الإخباري | 17 |
| 71 | يوضح عدد الأشرطة المعروضة المحبذ لمجتمع الدراسة | 18 |
| 72 | يبين الخدمات الإخبارية المصاحبة لعرض الشريط الإخباري | 19 |
| 74 | يبين شكل الشريط المفضل في عرض الأخبار | 20 |
| 75 | ما إذا كانت متابعة الشريط الإخباري تغني عن متابعة نشرات الأخبار | 21 |
| 76 | يبين درجة تأثير متابعة الشريط الإخباري على متابعة نشرات الأخبار | 22 |
| 77 | يبين مدى مساهمة الشريط الإخباري في زيادة المعلومات الثقافية للمبحوثين | 23 |
| 78 | يوضح رأي المبحوثين في نوع الأخبار التي تعرض على الشريط الإخباري الذي يتابعونه | 24 |
| 79 | يبين وصف المبحوثين لخدمة الشريط الإخباري | 25 |
| 80 | يوضح أفضل الأوقات لمتابعة الشريط الإخباري | 26 |
| 81 | يبين حجم متابعة الشريط الإخباري في القنوات الفضائية بصفة عامة | 27 |
| 82 | يوضح مجال الأخبار الجغرافي التي يحرص على متابعتها المبحوثين من خلال الشريط الإخباري | 28 |
| 83 | يوضح حجم متابعة المبحوثين للشريط الإخباري في القنوات الفضائية المتخصصة | 29 |

| | | |
|----|---|----|
| 84 | يوضح حجم متابعة المبحوثين للشريط الإخباري في القنوات الفضائية المنوعة | 30 |
| 85 | يوضح مدى إشباع الفضول المعرفي للمبحوثين من متابعة الشريط الإخباري | 31 |
| 86 | يبين الإشباع المتحققة للمبحوثين من متابعة الشريط الإخباري | 32 |
| 87 | يوضح أفضل ثلاث أشرطة إخبارية من خلال متابعته للقنوات الفضائية | 33 |
| 88 | يبين أفضل ثلاث مضامين إخبارية بالنسبة لمجتمع الدراسة | 34 |
| 89 | يوضح العلاقة بين النوع وما يحد مشاهدته عبر الشريط الإخباري | 35 |
| 91 | يوضح العلاقة بين النوع ووصف الأخبار التي تثبت عبر الشريط الإخباري | 36 |
| 93 | يوضح العلاقة بين النوع والخلفية المحبذة في عرض الشريط الإخباري | 37 |
| 93 | يوضح العلاقة بين العمر والموضوعات المحبذة متابعتها في الشريط الإخباري | 38 |
| 94 | يوضح العلاقة بين العمر والخلفية المحبذة في عرض الشريط الإخباري | 39 |
| 95 | يوضح العلاقة بين المستوى التعليمي للمبحوثين والموضوعات المحبذة في الشريط الإخباري | 40 |

| | | |
|-----|---|----|
| 97 | يوضح العلاقة بين المستوى التعليمي ولون الخط المحبذ في عرض الشريط الإخباري | 41 |
| 98 | يوضح العلاقة بين المستوى التعليمي والوقت المستغرق في متابعة الشريط الإخباري | 42 |
| 100 | يوضح العلاقة بين المستوى التعليمي والوقت المستغرق لقراءة الشريط الإخباري | 43 |

فهرس الإشكال

| رقم الصفحة | الموضوع | رقم الشكل |
|------------|---|-----------|
| 53 | يبين نوع المبحوثين | 1 |
| 54 | يبين فئة العمر لمجتمع الدراسة | 2 |
| 55 | يبين الحالة الاجتماعية لمجتمع الدراسة | 3 |
| 57 | يبين المستويات التعليمية لمجتمع الدراسة | 4 |
| 59 | يبين مجال العمل لمجتمع الدراسة | 5 |
| 60 | يبين حجم متابعة الشريط الإخباري | 6 |
| 61 | يبين أسباب عدم متابعة الشريط الإخباري | 7 |
| 62 | يبين أسباب متابعة الشريط الإخباري | 8 |
| 63 | يبين نوع القناة | 9 |
| 64 | يوضح الوقت المستغرق لمتابعة الشريط الإخباري | 10 |
| 66 | يبين الزمن المستغرق لقراءة الشريط الإخباري | 11 |
| 67 | يبين المواضيع المفضلة في الشريط الإخباري | 12 |

| | | |
|----|---|----|
| 68 | يوضح المكان المفضل لمتابعة الشريط الإخباري | 13 |
| 69 | يبين لون الخط ولون الخلفية التي يحبها المبحوثين في الشريط الإخباري | 14 |
| 70 | يبين حجم الخط المفضل للشريط الإخباري | 15 |
| 72 | يوضح عدد الأشرطة المعروضة المحبذ لمجتمع الدراسة | 16 |
| 73 | يبين الخدمات الإخبارية المصاحبة لعرض الشريط الإخباري | 17 |
| 74 | يبين شكل الشريط المفضل في عرض الأخبار | 18 |
| 75 | ما إذا كانت متابعة الشريط الإخباري تغني عن متابعة نشرات الأخبار | 19 |
| 76 | يبين درجة تأثير متابعة الشريط الإخباري على متابعة نشرات الأخبار | 20 |
| 77 | يبين مدى مساهمة الشريط الإخباري في زيادة المعلومات الثقافية للمبحوثين | 21 |
| 78 | يوضح رأي المبحوثين في نوع الأخبار التي تعرض على الشريط الإخباري الذي يتابعونه | 22 |
| 79 | يبين وصف المبحوثين لخدمة الشريط الإخباري | 23 |
| 80 | يوضح أفضل الأوقات لمتابعة الشريط الإخباري | 24 |
| 81 | يبين حجم متابعة الشريط الإخباري في القنوات الفضائية بصفة عامة | 25 |
| 82 | يوضح مجال الأخبار الجغرافي التي يحرص على متابعتها المبحوثين من خلال الشريط الإخباري | 26 |

| | | |
|----|--|----|
| 83 | يوضح حجم متابعة المبحوثين للشريط الإخباري في القنوات الفضائية المتخصصة | 27 |
| 84 | يوضح حجم متابعة المبحوثين للشريط الإخباري في القنوات الفضائية المنوعة | 28 |
| 85 | يوضح مدى إشباع الفضول المعرفي للمبحوثين من متابعة الشريط الإخباري | 29 |
| 87 | يبين الإشباع المتحققة للمبحوثين من متابعة الشريط الإخباري | 30 |
| 88 | يوضح أفضل ثلاث أسرطة إخبارية من خلال متابعته للقنوات الفضائية | 31 |
| 89 | يبين أفضل ثلاث مضامين إخبارية بالنسبة لمجتمع الدراسة | 32 |
| 90 | يوضح العلاقة بين النوع وما يحد مشاهدته عبر الشريط الإخباري | 33 |
| 91 | يوضح العلاقة بين النوع ووصف الأخبار التي تثبت عبر الشريط الإخباري | 34 |
| 92 | يوضح العلاقة بين النوع والخلفية المحبذة في عرض الشريط الإخباري | 35 |
| 93 | يوضح العلاقة بين العمر والموضوعات المحبذة متابعتها في الشريط الإخباري | 36 |
| | يوضح العلاقة بين العمر والخلفية المحبذة في عرض الشريط الإخباري | 37 |

| | | |
|-----|--|----|
| 96 | يوضح العلاقة بين المستوى التعليمي للمبحوثين والموضوعات المحبذة في الشريط الإخباري | 38 |
| 98 | يوضح العلاقة بين المستوى التعليمي ولون الخط المحبذ في عرض الشريط الإخباري | 39 |
| 99 | يوضح العلاقة بين المستوى التعليمي والوقت المستغرق في متابعة الشريط الإخباري | 40 |
| 101 | يوضح العلاقة بين المستوى التعليمي والوقت المستغرق لقراءة الشريط الإخباري | 41 |

فهرس الملاحق

| رقم الصفحة | الموضوع | رقم |
|------------|--------------------------------|-----|
| 109 | رسالة إلى أعضاء العينة | 1 |
| 110 | استمارة استبيان | 2 |
| i | ملخص للدراسة باللغة الانجليزية | 3 |
| iv | صفحة عنوان بالانجليزية | 4 |

ملخص الدراسة

تناولت هذه الدراسة أثر استخدام الليبين للشريط الإخباري على متابعة نشرات الأخبار للقنوات الفضائية لذلك تعنى هذه الدراسة بمدى متابعة الشريط الاخباري وهل تغني هذه المتابعة على متابعة نشرات الأخبار في القنوات الفضائية وتجبب الدراسة على التساؤلات الآتية :-

1 هل تغني متابعة الشريط الاخباري عن متابعة نشرات الأخبار ؟

2 هل الشريط الاخباري عامل إلهاء ويعيق قدرة المتلقي على التركيز ؟ أم هو عامل محفز ومعزز لمتابعة نشرات الأخبار ؟

3 هل يتابع الجمهور الشريط الاخباري لغرض التسلية أو التزود بالمعلومات ، والأخبار السريعة والعاجلة ؟

4 ما رأي المتلقي في كمية الأخبار المعروضة على الشريط الاخباري ؟

5 ماهي أفضل أوقات متابعة الشريط الاخباري ؟

6 هل تتحقق الآثار المعرفية والسلوكية الناتجة عن استخدام الشريط الاخباري بديلاً لنشرات الأخبار ؟

ماهي درجة واتجاه هذا التأثير .

وأهداف الدراسة تتمثل في الآتي

1. التعرف على محتويات الشريط الاخباري من حيث نوعية الأخبار ومصادرها .

2. تحديد العدد المناسب الذي يفضله المتلقي بالنسبة للأشرطة التي تُعرض على الشاشة .

3. معرفة كيفية تقديم الشريط من حيث الشكل والحجم والمساحة والفترة الزمنية ، التي يستغرقها الشريط

لعرضه على الشاشة .

4. معرفة أهم القنوات التي يتابعها المبحوثين وترتيب القنوات بالنسبة للأفضلية .

5. معرفة أهم القنوات التي تهتم بها عينة الدراسة والمتمثلة في قادة منظمات المجتمع المدني بنغازي

ومدى اهتمامها بمتابعة الشريط الاخباري .

6. تحديد الأثر من استخدام العينة للشريط الاخباري بديلاً لنشرات الإخبار .

قسمت الدراسة إلى ثلاثة فصول

الفصل الأول الإجراءات المنهجية للدراسة وتشمل

- مشكلة الدراسة .
- أهمية الدراسة .
- أهداف الدراسة .
- الدراسات السابقة .
- تساؤلات الدراسة .
- أوجه الاختلاف مع الدراسات السابقة .
- نوع الدراسة وأسلوبها ومجتمع الدراسة وعينتها والأدوات المستخدمة في جمع البيانات والنظرية المستخدمة في الدراسة .
- اختبار الصدق والثبات .
- الأساليب الإحصائية المستخدمة .
- حدود الدراسة .
- الصعوبات التي واجهت الباحث في إعداد الدراسة .

الفصل الثاني :- الإطار المعرفي للدراسة ويشمل

- الشريط الاخباري (أهميته - سماته - أنواعه - تحريره).
- الشريط الأخبار كوسيلة اتصال .
- القنوات الفضائية (واقع الفضائيات اللببية- ايجابيات وسلبيات القنوات الفضائية)
- منظمات المجتمع المدني .

الفصل الثالث :- الإطار الميداني للدراسة

وتناول الباحث الجانب الميداني في الدراسة المتمثل في جمع استمارات الاستبيان الخاصة بعينة الدراسة وتحليلها بالإضافة إلى عرض الجداول والنتائج العامة كذلك التوصيات ومراجع الدراسة .

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

مقدمة

تعتبر القنوات الفضائية بصفة عامة ثورة في التقنية والمعلومات لأنها غيرت الواقع تغييراً جذرياً ، فما كان يشاهده بالأمس بضعة آلاف من البشر ، أصبح يشاهده اغلب سكان الكرة الأرضية في جزء من الثانية.

كما أصبح التنافس بين القنوات الفضائية 'يمثل ظاهرة صحية بالنسبة للمشاهد ، وتجتهد كل قناة فضائية في جذب اكبر عدد من المشاهدين الأمر الذي يدفعها إلى تقديم كل ما هو جديد من مختلف أنواع الخدمات الإعلامية.

وخدمة الشريط الإخباري من الخدمات الجديدة والمحفزة لما تمتلكه من عناصر الجذب للمشاهد ، ويرى الباحث ان دراسة هذا النوع من الخدمات الإعلامية له أهمية بالغة لمعرفة سلبيات هذه الخدمة وتلافيها ،والوقوف عند ايجابياتها وتعزيزها .

كذلك تقديم آفاق جديدة للقائمين على شؤون الفضائيات مبنية على أساس علمي متين ، بالإضافة إلى دراسة خدمة الشريط الإخباري من حيث الموضوع بذاته وأهميته وصياغة وتحرير أخباره ، و الأمور الفنية التي يستسيغها المشاهدون كلون وحجم الخط ، ولون الخلفية ، وزمن عرض الشريط ، وحادثة أخباره ، ومعرفة أفضل الطرق وأسهلها واسلسها لتقديم خدمة الشريط الإخباري بشكل يجذب اكبر عدد من المشاهدين ، ومعرفة المضامين الإخبارية التي من شأنها إثراء وإنجاح هذه الخدمة وتقديم إضافات فنية وتحريرية تُطور من خدمة الشريط الإخباري بشكل علمي وجذاب .

1.1 مشكلة الدراسة

تعتبر مشكلة الدراسة المحور الأساسي الذي يدور حوله البحث ، وتحديد المشكلة يُعد أمراً في غاية الأهمية لأي باحث ، لان مشكلة الدراسة هي التي توضح للآخرين أهمية البحث ومجاله ، ومحتواه الإعلامي ، وإطاره النظري والتطبيقي ومدى الاستفادة من نتائجه . "1"

ومن خلال متابعة الباحث للقنوات الفضائية لاحظ ازدياد التنافس بينها في إيجاد طرق وأساليب لجذب الجمهور ، وشد انتباهه واهتمامه ، حيث تقدم تلك القنوات خدماتها لتحيط المتلقي بالمعلومات التي يحتاجها في يومه .

ومن هذه الطرق والأساليب تم وضع شريط إخباري متحرك أسفل الشاشة متصل البداية والنهاية ، يُلخص

الخبر بطريقة شاملة لكل تفاصيله كمكان وزمن وقوعه ، والمشاركين به وآثاره والظروف المحيطة به وذلك

خدمة للمتلقين الذين لا يجدون الوقت الكافي لمتابعة الأخبار في النشرات ، أو الذين لا يتمكنون من ذلك

لتعارض مواعيد عرض هذه النشرات الإخبارية مع وقت أعمالهم وانشغالهم وقد لاحظ الباحث ان نوعية هذه

الخدمات قد تُغني المتلقي عن متابعة نشرات الأخبار لما تحتويه من سرعة في نقل الخبر وتكرار نشره على

مدار الساعة وكثافة عرضه ، كل هذه الأمور مجتمعة تمنح المتلقي وتمكنه من الاستفادة بأكبر قدر من

الأخبار الأمر الذي يوفر غزارة في المعلومات تغنيه عن التسمر أمام الشاشات الفضائية لمتابعة تلك النشرات.

ولاحظ الباحث ندرة الدراسات والبحوث التي تهتم بهذا النوع من الخدمات الإعلامية الإخبارية وبذلك تحسس

أهمية دراسة الشريط الإخباري لمعرفة أثر استخدام الجمهور الليبي للشريط الإخباري على متابعة نشرات

الأخبار متمثلاً في عينة من قادة منظمات المجتمع المدني بمدينة بنغازي على متابعة نشرات الأخبار

وتتمحور مشكلة الدراسة في الإجابة على السؤال الآتي :-

¹ " الشريف ، عابدين الدردير ، (موضوعات وقضايا وإشكاليات منهجية في البحث الإعلامي ، ليبيا جامعة ناصر ، 2010) ص 31

هل استخدام الجمهور الليبي للشريط الإخباري تغنيه عن متابعة نشرات الأخبار في الفضائيات ؟

وقد تبلور هذا السؤال في العنوان التالي :

" أثر استخدام الليبيين للشريط الإخباري على متابعة نشرات الأخبار في القنوات الفضائية "

1.2 أهمية الدراسة

تكمن أهمية أي دراسة في تفاعلها مع قضايا المجتمع من ناحية ، واستمرار الباحث في البحث من حيث انتهى الآخرون من ناحية أخرى .

وتبرز أهمية الدراسة منذُ البدء في الموضوع كمسمى استناداً إلى دواعي الأخبار والدوافع الأساسية والتفكير في الظاهرة محل الدراسة كمدخل محوري يتصدر موضوع البحث مما يدعم أهميته¹.

ومن ثم فإن أهمية الدراسة تتلخص في الآتي :

- 1- أهمية الموضوع ذاته، فهذه الخدمة الإخبارية تربط المشاهد على مدار الساعة مع ما يدور من أحداث .
- 2- معرفة التنوع في صياغة أخبار هذا الشريط والمساحة التي يشغلها لإمكانية الوصول إلى أفضل طريقة لتقديم هذه الخدمة .
- 3- معرفة الأمور الفنية التي يحبذها المتلقي كلون الخط ولون خلفية الشريط وزمن عرضه ومدة تكراره وحدائمه أخباره .
- 4- المساهمة في تقديم المقترحات التي من شأنها تطوير خدمة الشريط الإخباري .
- 5- نظراً لندرة هذا النوع من الدراسات يرغب الباحث بتقديم دراسة من شأنها زيادة الإرث المعرفي من خلال إضافة علمية في هذا المجال .

¹ " سليمان ، احمد (تقنيات ومناهج البحث ، الإسكندرية ، منشأة المعارف 2002) ص 24

1.3 أهداف الدراسة

يسعى الباحث من خلال هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف أهمها :-

1. التعرف على محتويات الشريط الإخباري من حيث نوعية الأخبار ومصادرها .
2. تحديد العدد المناسب الذي يفضلهُ المتلقي بالنسبة للأشرطة التي تُعرض على الشاشة .
3. معرفة كيفية تقديم الشريط من حيث الشكل والحجم والمساحة والفترة الزمنية ، التي يستغرقها الشريط لعرضه على الشاشة .
4. معرفة أهم القنوات التي يتابعها المبحوثين وترتيب القنوات بالنسبة للأفضلية .
5. معرفة أهم القنوات التي تهتم بها عينة الدراسة والمتمثلة في قادة منظمات المجتمع المدني ببنغازي ومدى اهتمامها بمتابعة الشريط الإخباري .
6. تحديد الأثر من استخدام العينة للشريط الإخباري بديلاً لنشرات الأخبار .
7. معرفة العلاقة بين نوع المبحوث وما يفضل متابعته عبر الشريط الإخباري .

1.4 الدراسات السابقة

تعتبر الدراسات والأبحاث صفة تراكمية تبدأ من حيث انتهى الآخرون وترجع أهمية الدراسات السابقة إلى التعرف على أهمية الخطوات المنهجية المتبعة في موضوع الدراسة والتعرف على كيفية صياغة الأبحاث وما تتوصل إليه من نتائج وتم تناول الدراسات السابقة من حيث الحداثة تدرجاً من الحديث إلى الأقل حداثة وكانت كالآتي :-

1 -دراسة حسين محمد الزياني 2012 م 1 .

مشكلة الدراسة هي معرفة مدى اعتماد الجمهور الليبي على شريط الأخبار كمصدر للمعلومات وإشباع حاجاتهم واهتماماتهم المعرفية ، وقد صاغ الباحث عدد من التساؤلات منها مانوعية المضامين الإخبارية التي يمكن التركيز عليها أكثر من غيرها

وما الكيفية التي يتم بها عرض الشريط الإخباري من حيث الشكل والحجم والمساحة والفترة الزمنية التي يستغرقها عرض الشريط أو مروره على الشاشة .

وما العوامل المؤثرة في الشريط الإخباري ، وهل تتحقق الآثار المعرفية والسلوكية الناتجة عن اعتماد الجمهور على الشريط الإخباري كمصدر للمعلومات .

استخدم الباحث في دراسته منهج تحليل المضمون وكانت عينة الدراسة موظفي الإدارات العليا بالدوائر الرسمية داخل مدينة طرابلس الكبرى ، أما الدراسة التحليلية فقد أجراها الباحث على عينة من الأشرطة الإخبارية في ثلاث قنوات فضائية وهي قناة ليبيا الوطنية وقناة الجزيرة الإخبارية وقناة فرانس 24 الفرنسية وقد توصل الباحث إلي النتائج الآتية :-

- 1 تهتم القنوات الفضائية المستهدفة بالدراسة بالشريط الإخباري وتخصص معظمه للأخبار .
- 2 يعرض الشريط الإخباري بشكل مستطيل متصل البداية والنهاية في قنوات الدراسة الثلاثة .
- 3 للعدد الأنسب للأشرطة المعروضة على الشاشة هو شريط واحد يعرض أسفل الشاشة .
- 4 غالبية عينة الدراسة أشاروا إلى أنهم يعتمدون على الشريط الإخباري كمصدر للمعلومات .
- 5 يعتمد موظفو الإدارات العليا على الشريط الإخباري لعدم وجود وقت كافي لمتابعة البرامج الإخبارية الأخرى ذات المواعيد المحددة .
- 6 متابعة الشريط الإخباري تؤثر بشكل كبير على اختيار قناة فضائية معينة .

هذا وقد أوصى الباحث بعدد من التوصيات منها التخطيط المسبق لعملية وضع الشريط الإخباري ، وإخراجه وصياغة أخباره ، وان يكون على شكل مستطيل متصل البداية والنهاية

" 1" الزياني ، حسين محمد (اعتماد الجمهور الليبي على الشريط الاخباري في الفضائيات الإخبارية كمصدر للمعلومات ، جامعة طرابلس ، كلية الفنون والإعلام ، دراسة ماجستير غير منشورة ربيع 2012)

وان لا يتعدى مروره على الشاشة خمس دقائق ، وتقسم الأخبار إلى مقاطع متصلة ليتابعها المتلقي بسهولة والعدد الأنسب للأشرطة المعروضة هو شريط واحد يعرض أسفل الشاشة .

2 -دراسة كل من جاسم الكعبي وإيمان عبدالرحمن 2007 م 1.

وقد هدفت الدراسة إلي معرفة عوامل الضعف في شريط قناة العربية الإخبارية وتحديد مدى الغموض وفقاً

لمقاييس الانقرائية المعتمدة . واستخدم الباحثان منهج تحليل المضمون كمنهج للبحث .

واختار الباحثان عدداً من متابعي قناة العربية مستخدمان طريقة اختيار العينة بالصدفة .

وبناءً على ذلك تم اختيار شريط قناة العربية ليوم 2007.03.06 م من الصباح وحتى المساء .

كذلك تحدد مجال البحث أو الدراسة بدراسة شريط قناة العربية الفضائية لشهر مارس 2007م وقد توصل

الباحثان إلى النتائج الآتية :-

- تبين من خلال الدراسة ان مؤشر الغموض لشريط قناة العربية كبير جداً .

- تبين للباحثان ان أخبار الحوادث هي من أكثر المضامين السائدة في الأخبار المعروضة عبر الشريط

الإخباري تليها المضامين السياسية فالاقتصادية فالرياضية فالصحية فالعسكرية .

- عدم ذكر مصادر الأخبار لأغلب الأخبار المعروضة عبر الشريط الإخباري .

- التعبيرات الإنسانية والكلمات الشخصية تصل إلى المستوى الجيد للكتابة .

؛ " 1 الكعبي ، رعد جاسم ، عبدالرحمن ، إيمان (بناء الشريط الإخباري السبايتل في القنوات الفضائية العربية ، قناة العربية دراسة حالة ، مجلة الباحث الإعلامي ، آذار - مارس 2008م العدد الرابع)

3 دراسة مايكل فيلدمان 2007م 1.

أجريت هذه الدراسة بجامعة واشنطن بالولايات المتحدة الأمريكية وهي دراسة تحليلية لمضمون الشريط الإخباري ودراسة مدى استيعاب الجمهور لمضمون الشريط الإخباري .

استخدم الباحث منهج تحليل المضمون وكان مجتمع الدراسة متابعي الشريط الإخباري في القنوات الأمريكية

حيث قام الباحث باختيار مجموعتين تجريبيتين إحداهما تعرضت لقنوات فضائية بدون شريط إخباري

والأخرى تعرضت لقنوات فضائية بشريط إخباري وقد توصل الباحث إلى النتائج الآتية :-

- ان القائمين بالاتصال عليهم فهم احتياجات الجمهور ومعرفة الوسيلة الإعلامية المناسبة لهم .
- توصل الباحث إلى ان الشريط الإخباري ما هو إلا عامل تشتيت لذهن المشارك ويؤثر سلبياً على متابعة القصة الرئيسية في نشرات الأخبار .

وقد أوصى الباحث بإزالة الشريط الإخباري واستعماله للأخبار العاجلة والطارئة .

4 -دراسة أحمد فاروق رضوان 2005م "1" .

تحدد مشكلة الدراسة في معرفة درجة اعتماد الجمهور على شريط الأنباء كأحد أشكال الخدمات الإخبارية التي تقدمها القنوات الفضائية كمصدر لمعرفة أهم الأنباء والمعلومات إضافة الى معرفة مدى تحقق الآثار المعرفية والوجدانية والسلوكية الناتجة عن هذا الاحتمال خاصة المرتبطة بسرعة متابعة الجمهور للأحداث وزيادة اهتمامه بالتعرف إلى تفاصيلها وتأثير هذا الاعتماد على تفضيل الجمهور لقنوات معينة يحرص على متابعتها. حدد الباحث مجتمع الدراسة في مشاهدي قنوات التلفزيون الأرضية والفضائية الذين يتعرضون للخدمات الإخبارية المقدمة من خلال هذه القنوات ، واعتمد الباحث على منهج المسح الشامل والذي يستخدم لدراسة أفراد جمهور الإعلام ومعرفة آرائهم والتأثيرات النفسية والاجتماعية لوسائل الإعلام على أفراد ذلك الجمهور وقد توصل الباحث إلى النتائج الآتية :-

- ارتفاع نسبة تعرض الجمهور للخدمات الإخبارية السريعة ومنها عناوين وشرائط الأنباء .
- ارتفاع نسبة الذين يعتبرون شريط الأنباء مصدراً أساسياً للأنباء كما ترتفع نسبة من يعتبرون شريط الأنباء مصدراً للمعلومات عند وقوع أحداث معينة .
- جاءت فنتا معرفة الأنباء العاجلة والمتابعة السريعة للأخبار في مقدمة الأسباب التي تدفع الجمهور للاعتماد على شريط الأخبار .
- أما فيما يتعلق بالاعتماد على شريط الأخبار وتأثيره توصل الباحث إلى ان متابعة شريط الأخبار تؤدي إلى زيادة حرص الجمهور على متابعة تفاصيل الأخبار في الخدمات الإخبارية .

"1" رضوان ، أحمد فاروق (اعتماد الجمهور على شريط الأنباء كمصدر للأخبار والمعلومات ، اعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام، الطبعة الأولى 2005 م)

1.5 أوجه الاستفادة والاختلاف مع الدراسات السابقة

لا يخفى دور الدراسات السابقة في إثراء موضوع الدراسة من جميع جوانبه وتعقيباً على جملة الدراسات السابقة التي استعرضها الباحث لاحظ ندرة ومحدودية الدراسات التي تناولت هذا الموضوع خاصة في ليبيا فلم يتسنى للباحث الوقوف إلا على دراسة واحدة محلية ورغم ذلك حاول الباحث وضع وصياغة الإجراءات المنهجية لدراسته ابتداءً من موضوعها وأهميتها وأهدافها وصياغة تساؤلاتها واختيار المنهج المناسب لها وصولاً إلى مقارنة نتائجها مع ما سبقها من دراسات في هذا المجال .

أما من حيث الاختلاف فهذه الدراسة تختلف عن الدراسات السابقة في كونها دراسة ميدانية أما باقي الدراسات فهي دراسات تحليلية وتجريبية ، كذلك الاختلاف في الزمن الذي أقيمت فيه هذه الدراسة فأخر دراسة في ليبيا عن الشريط الإخباري كانت في عام 2012 م ، والمكان الذي أجريت فيه الدراسات السابقة تتنوع ما بين المحلي والإقليمي والدولي ورأى الباحث لملمة اكبر قدر من النتائج مما سبقوه في دراسة هذا الموضوع ، واختلقت وتنوعت عناوين الدراسات السابقة وانفتحت في دراسة الشريط الإخباري كوسيلة إعلامية مؤثرة على الجمهور .

1.6 تساؤلات الدراسة

لتحقيق أهداف الدراسة فقد صاغ الباحث عدداً من التساؤلات على النحو الآتي :-

- 1 هل تغني متابعة الشريط الإخباري عن متابعة نشرات الأخبار ؟
- 2 هل الشريط الإخباري عامل إلهاء ويعيق قدرة الملتقي على التركيز ؟ أم هو عامل محفز ومعزز لمتابعة نشرات الأخبار ؟
- 3 هل يتابع الجمهور الشريط الإخباري لغرض التسلية أو التزود بالمعلومات ، والأخبار السريعة والعاجلة ؟

- 4 - ما رأي المتلقي في كمية الأخبار المعروضة على الشريط الإخباري ؟
- 5 - ما هي أفضل أوقات متابعة الشريط الإخباري ؟
- 6 - هل تتحقق الآثار المعرفية والسلوكية الناتجة عن استخدام الشريط الإخباري بديلاً لنشرات الأخبار ؟ وما درجة واتجاه هذه الآثار .

7- ماعلاقة المتغيرات الشخصية لمجتمع الدراسة على متابعتهم للشريط الإخباري .

1.7 تعريف المصطلحات الواردة بالدراسة

الشريط الإخباري

هو ذلك الشريط الزاحف الذي يتحرك في الجزء السفلي من الشاشة، ويقدم في عرض متواصل ملخصاً لأهم الأنباء السياسية والاقتصادية والرياضية ، حسب تخصص القناة الفضائية وتوجهها .

القناة الفضائية

هي كل قناة فضائية عامة أو متخصصة ، محلية أو عربية أو أجنبية ، يتعرض لها المبحوثون وتستخدم خدمة الشريط الإخباري .

الآثر

هو نتيجة تعرض المتلقي للشريط الإخباري وما يتركه هذا التعرض من أثر .

الاستخدام

ويقصد به إجرائياً تعرض المبحوثين للشريط الإخباري .

الإشباع

هو كفاية المتلقي من التعرض للشريط الإخباري ومدى إرضاء فضوله المعرفي .

الفضول المعرفي

هو كل ما يتبادر إلى ذهن المتلقي ، ويرغب رغبة حقيقية في إشباعه .

قادة منظمات المجتمع المدني

هم القائمون على مؤسسات المجتمع المدني في ليبيا ، وتتوافر فيهم مواصفات القيادة ، ويتمتعون بقدر كاف من اللباقة ، ولديهم القدرة على إحداث الفارق من خلال قيادتهم لتلك المنظمات .

بنغازي الكبرى ويقصد بها حدود مدينة بنغازي من منعطف الباكور شرقاً إلى منطقة سيدي عبدالعاطي

غرباً .

1.8 نظرية الدراسة

تقوم نظرية الاستخدامات والإشباع على مفهوم استخدام الجمهور لوسائل الإعلام لإشباع حاجات ، يرغبها هو نفسه ، وهذا يعني أنها تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة علمية منظمة ، وهذه النظرية تعد من النظريات المتعلقة بجمهور الأعلام "1"

"1" عبدالحميد ، محمد (نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، القاهرة _ عالم الكتب _ 2004 _ ص 268).

ومن خلال منظور الاستخدامات والإشباع لم يعد الجمهور مجرد مستقبلين سلبيين لوسائل الاتصال الجماهيري ، بل أصبح الأفراد أكثر وعياً يختارون وسائل الاتصال التي يرغبون في استخدامها والمضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية من خلال قنوات المعلومات والترفيه المتاحة. ¹" يرى كاتز وأصدقائه ان منظور الاستخدامات والإشباع يعتمد على خمسة فروض لتحقيق ثلاثة أهداف رئيسية والفروض هي :-

- 1- أن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف تلبي توقعاتهم.
- 2- يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور ، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي ، وتتنوع الحاجات باختلاف الأفراد .
- 3- التأكيد على ان الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته ، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال ، وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الجمهور أو الأفراد .
- 4- يستطيع أفراد الجمهور دائماً تحديد حاجاتهم ودوافعهم وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات .
- 5- يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال ، وليس من خلال محتوى الرسائل فقط .

والأهداف هي

يحقق منظور الاستخدامات والإشباع ثلاثة أهداف رئيسية يمكن الاستفادة منها في تساؤلات الدراسة وهي

"1" حجاب ، محمد منير (نظريات الاتصال القاهرة _ دار الفجر _ 2010 _ ص 288).

1 السعي إلى معرفة أو اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال ، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط

الذي يستطيع ان يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته .

2 شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال والتفاعل الذي يحدث نتيجة لهذا التعرض .

3 التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري "1."

وتأسيساً على هذه النظرية يرى الباحث انه يمكن فهم دوافع متابعة قادة مؤسسات المجتمع المدني للشريط

الإخباري ومدى إشباع فضولهم المعرفي من تلك المتابعة .

1.9 منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات

المنهج هو الطريق الذي يسلكه الباحث للوصول إلى تحقيق أهداف الدراسة ، وهو الخريطة التي تنظم عمل الباحث ،

وتحدد الأدوات والأساليب التي يستخدمها في وصف وتحليل الظاهرة الإعلامية أو الإشكالية محل الدراسة وتتبع

الإجراءات المنهجية بالشكل الصحيح .

وعلى اعتبار ان هذه الدراسة من الدراسات الوصفية التي تتطلب وصف الظاهرة وتحليلها ، وبما ان المنهجية

هي مجموعة القواعد والإجراءات التي يعتمد عليها الباحث باعتبارها طرق وأساليب وأدوات التعامل

مع البيانات والمعلومات ملاحظة ووصفاً وتحليلاً وتفسيراً وصولاً إلى النتائج²

لاحظ الباحث ان المنهج الوصفي هو أكثر المناهج ملائمة لهذا النوع من الدراسات ، وفي إطار ذلك استخدم

الباحث أسلوب مسح الجمهور عن طريق أداة جمع البيانات "استمارة الاستبيان " .

"1" مكايي ، حسن عماد ، والعبد ، عاطف عدلي (نظريات الإعلام - القاهرة - كلية الإعلام - مركز بحوث الرأي العام - 2007م) ص 364

"2" مصطفى ، السيد احمد (إعداد المقترحات الأولية لمشروعات البحوث ، بنغازي منشورات جامعة بنغازي 1994 م) ص 45 .

1.10 مجتمع الدراسة وعينته

المجتمع أو مجتمع الدراسة هو جميع مفردات الظاهرة الإعلامية المراد دراستها سواء أكانت هذه المفردات بشراً ، أو منشورات ، أو أنشطة إعلامية أو برامج .

ان أهم الخصائص المميزة للدراسات الإعلامية ، أنها تتعامل مع قاعدة معرفية أساسها الجمهور كبير الحجم أو المحتوى أو المنشور المذاع خلال ساعات أو أيام أو فترات زمنية طويلة .

وهذا ما يحول دون التعامل مع هذه القاعدة المعرفية بأسلوب الحصر أو الرصد الشامل لكل مفرداتها ويصبح التعامل مع العينات هو الأساس في الدراسات الإعلامية ، فيلجأ الباحث إلى اختيار عدد محدد من المفردات يكون ممثلاً في خصائصه وسماته من أفراد الجمهور أو الوثائق المطبوعة أو البرامج المسجلة بما يتفق وأهداف الدراسة في حدود الوقت والإمكانات المتاحة . "1"

تم تحديد مجتمع الدراسة بما يحقق الأهداف ويجيب على التساؤلات المطروحة وهم قادة منظمات المجتمع المدني في مدينة بنغازي ، ونظراً للظروف التي مرت بها بلادنا فقد اقتصرت الدراسة على كيفية استخدام عينة الدراسة والمتمثلة في قادة منظمات المجتمع المدني ومدى تأثير هذه المتابعة على متابعة نشرات الأخبار ، ولا تعنى بمضمون الشريط الإخباري .

اختيار العينة

إستناداً على قاعدة بيانات مفوضية المجتمع المدني بنغازي لسنة 2015 م خلص الباحث إلى ان عدد منظمات المجتمع المدني في مدينة بنغازي بلغ 924 منظمة يقودها 741 قائداً من الذكور و 184 قائدة من الإناث .

¹ " الشريف ، عابدين الدردير (خطة البحث الإعلامي ، مفهومها وأقسامها ، طرق وأساليب إعدادها - مجلة البحوث الإعلامية . العدد ربيع - طرابلس) ص 28

وبعد تشاور الباحث مع الأستاذ المشرف رأى ان نسبة 20 % يتوافر فيها أهم شروط اختيار العينة وهما التمثيل والعشوائية وبحساب نسبة 20 % من مجتمع الدراسة خلص الباحث إلى ان 123 مفردة من الذكور و61 مفردة من الإناث .

هذا وقد تحصل الباحث على قوائم تضم أسماء وعناوين وأماكن وجود هذه المنظمات ، مما سهل على الباحث اختيار نوع العينة والتي كانت العينة العشوائية المنتظمة لكي تكون لكل مفردة من مفردات العينة نفس الفرصة في الاختيار والظهور .

وقد قام الباحث بتقسيم عدد القادة الذكور على حجم العينة وكذلك عدد القادة الإناث على حجم العينة وبذلك أصبح الرقم (4) رقماً عشوائياً لاختيار عينة الذكور ورقم (2) رقماً عشوائياً لاختيار عينة الإناث .

وبهذا يتوفر شرط العشوائية والذي يقصد به ان يكون لكل عضو من أعضاء المجتمع الأصلي نفس الفرصة المتاحة لغيره لان يقع عليه السحب ليمثل المجتمع في العينة ودون ان تؤثر مفردة ما على سحب مفردة أخرى بأي صورة من الصور وبذلك لا يكون للباحث ولا لعضو العينة دخل في اختيار أي عضو فيها وبالتالي لايسمح للباحث باستبدال حالة بأخرى أسهل منها أو أفضل من وجهة نظره¹ .

1.11 أدوات جمع البيانات (استمارة الاستبيان)

قام الباحث بعدة خطوات لتصميم استمارة جمع البيانات ولاحظ الباحث بأنة لاستيفاء أكبر قدر من المعلومات لابد له من تقسيم هذه الاستمارة إلى أربعة أجزاء من الأسئلة وهي كالآتي :-

- 1 أسئلة خاصة بخصائص المبحوثين .
- 2 أسئلة خاصة بمتابعة الشريط الإخباري .

¹ " رداوي ، إبراهيم (مناهج البحث في العلوم الإنسانية ، الرياض ، مكتبة الرشد ، 2008) ص 176

3 أسئلة خاصة بالشكل الفني للشريط الإخباري .

4 أسئلة خاصة بالتأثير وإشباع الفضول المعرفي المتحقق من متابعة الشريط الإخباري .

وهذه العناصر تجيب على تساؤلات الدراسة .

وقام بعدها الباحث بالتشاور مع الأستاذ المشرف الذي كان له الدور الرئيسي في توجيه الباحث وحثه على

تغطية الموضوع بالأسئلة المهمة التي تزيد في إثراء الدراسة .

اختبار الصدق والثبات

أولاً :- اختبار الصدق

قام الباحث بعرض استمارة الاستبيان على عدد من أساتذة الإعلام مرفقة بالتعريفات الإجرائية للدراسة ومشكلة

الدراسة وأهدافها وتساؤلاتها وذلك لإبداء أي ملاحظات بشأنها . *

بعد العرض على المحكمين قام الباحث بتعديل طفيف على الاستمارة بما يتماشى مع تعديلات الأساتذة على

الاستمارة وتوجيهات الأستاذ المشرف وكانت الاستمارة في صورتها النهائية كما في الملحق رقم " 2 " .

ثانياً اختبار الثبات

لقياس مدى ثبات الاستمارة استخدم الباحث أسلوب الاختبار وإعادة الاختبار على عينة عشوائية قوامها عشر

مفردات ، وذلك لقياس مدى ثبات الإجابات وبعد فترة أسبوعين قام الباحث بتوزيع الاستمارة على مفردات

العينة نفسها وذلك من أجل معرفة مدى الاتساق والترابط بين الإجابات في المرة الأولى والثانية .

* " عرضت الاستمارة على عدد من الأساتذة الأتية أسمائهم :-

- | | |
|------------------------------|-----------------------------------|
| 1. د . خالد سعيد أسبيته | أستاذ الإعلام جامعة بنغازي . |
| 2. د . سعيد مفتاح شناني | أستاذ الإعلام جامعة عمر المختار . |
| 3. د . عبدالله حمديته المرضي | أستاذ الإعلام جامعة بنغازي . |
| 4. أ . مبروكة الورفلي | أستاذ الإعلام جامعة بنغازي . |

وبناءً على هذه البيانات قام الباحث بحساب الثبات وفق معادلة كوبر وكانت كالآتي :-

عدد مرات الاتفاق

عدد مرات الاتفاق + عدد مرات الاختلاف

أ - مجموع الأسئلة التي أجاب عليها المبحوثين 320 سؤال .

ب عدد الأسئلة التي أنفقت عليها إجابات المبحوثين في المرة الأولى والثانية 311 سؤالاً .

ت عدد الأسئلة التي اختلفت فيها إجابات المبحوثين 9 أسئلة ويتطبيق المعادلة .

$$0.97 = \frac{311}{9 + 311}$$

قيمة معامل الثبات تساوي 0.97 وهي نتيجة مرتفعة تدل على ثبات استمارة الاستبيان .

1.12 الأساليب الإحصائية المستخدمة في الدراسة

لتحقيق أهداف الدراسة وتبويب البيانات التي تم جمعها فقد قام الباحث باستخدام العديد من الأساليب الإحصائية

باستخدام برنامج الحزم الإحصائية للعلوم الاجتماعية . statistical package for social sciences .

والتي يرمز لها اختصاراً بالرمز (spss) وفيما يلي مجموعة الأساليب الإحصائية التي قام الباحث

باستخدامها :-

- الجداول التكرارية البسيطة

حيث قام الباحث بجدولة البيانات في جداول تكرارية بسيطة وذلك لحساب التكرارات والنسب المئوية عبر الحاسوب ، الأمر الذي مكن الباحث من توصيف عينة الدراسة واستخراج أهم النتائج .

-معامل الارتباط :-

يستخدم تحليل الارتباط في قياس درجة أو قوة العلاقة بين متغيرين أو أكثر ، والتعبير عن هذه العلاقة بعدد واحد يطلق عليه تسمية معامل الارتباط وتقع قيمة معامل الارتباط بين (1-1) فإذا كانت إشارة معامل الارتباط موجبة دل ذلك على وجود علاقة طردية ، إذا كانت سالبة كانت العلاقة عكسية .

-مستوى المعنوية ألفا (a)

وهي قيمة احتمال والقاعدة الأساسية المتبعة لاتخاذ القرار الإحصائي ، هو ان تكون قيمة مستوى المعنوية اكبر من (0.05) وهذا يدل على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية ، وإذا كانت قيمتها اصغر من (0.05) دلالة إحصائية بين قيم المتغيرات .

-أساليب تحليل البيانات

اعتمد الباحث على الأساليب العلمية في تحليل البيانات المستهدف دراستها عن طريق أدوات جمع البيانات وقد كانت هذه الأساليب كالآتي :-

-الأسلوب الكمي

وذلك عن طريق عد الوحدات والخيارات الواردة بأداة جمع البيانات وتحويلها إلى أرقام يتم جدولتها وتحليلها وفق أساليب إحصائية سبق ذكرها .

- الأسلوب الكيفي

وذلك بالتعليق على تلك الأرقام ووصفها بطرق علمية واستخراج النتائج والربط بينهما .

1.13 حدود الدراسة

تنقسم حدود الدراسات إلى :-

أ - الحدود الجغرافية للدراسة

وهي عبارة عن حدود مدينة بنغازي الكبرى التي تمتد من بوابة سيدي عبدالعاطي غرباً إلى منعطف الباكور شرقاً .

ب - الحدود الزمنية

وهي الفترة التي قام فيها الباحث بتوزيع استمارة الاستبيان على عينة الدراسة والتي تمتد من الأول من شهر مايو 2017 م ... إلى الواحد والثلاثون من يوليو 2017 م .

ج - الحدود البشرية :-

وهي قادة منظمات المجتمع المدني بنغازي .

1.14 الصعوبات التي واجهت الباحث

- الأوضاع الأمنية والاقتصادية التي تمر بها البلاد أثناء إعداد هذه الرسالة .
- وجود الكلية في مناطق اشتباكات والتنقل بين المقرات داخل مدينة بنغازي الأمر الذي استغرق فيه الباحث وقتاً أكثر مما يجب في إعداد هذه الرسالة .

- عدم توفر الكتب والمراجع والدوريات وانقطاع شبكة المعلومات الدولية .
- عدم وجود مكتبة إلكترونية خاصة بالكلية مرتبطة بالمكتبات الإلكترونية في الجامعات العالمية

الفصل الثاني

الإطار المعرفي للدراسة

مقدمة

بات الشريط الاخباري اليوم من القوالب الإخبارية التي تهم شريحة كبيرة من المتلقين وأصبح القائمين على القنوات الفضائية يولونه اهتماماً متزايداً .

والشريط الإخباري خدمة إخبارية تطلقها القنوات الفضائية لجذب الجمهور لمتابعتها عبر ما تبثه من أخبار سريعة وعاجلة وخدمات يومية كحالة الطقس وأسعار العملات وحركة مؤشرات الاقتصاد .

وبهذه الطريقة وهذا الاهتمام أصبح الشريط الإخباري من الخدمات الإخبارية التي تعد داعماً لمكونات السياسات الإعلامية للقنوات الفضائية ومقياساً من مقاييس النجاح .

2.1 الشريط الإخباري

" هو ذلك الشريط الزاحف في جزء الشاشة السفلي ، ويقدم في عرض متواصل ملخصاً لأهم الأخبار السياسية والاقتصادية والرياضية ، المحلية والإقليمية والدولية حسب تخصص القناة الفضائية وتوجهها .

بعبارة أخرى هو عبارة عن نشرة أخبار مرئية مقروءة متحركة تقدمها المحطات الفضائية كخدمة إخبارية لمتابعة تطور الأحداث المحلية والإقليمية والدولية .

تاريخياً سُجل لأحد البرامج الأمريكية السابق في بلورة فكرة الشريط الإخباري بشكله البدائي ، يبث الحلقة الأولى من برنامج اليوم على قناة إن بي سي (NBC) الأمريكية ومع البث كان الظهور الأول للشريط الإخباري الذي احتل وقتئذ الثلث الأخير من شاشة التلفزيون.

كانت فكرة الشريط الإخباري تقوم آنذاك على وضع قصاصة من الورق ، كتب عليها بالآلة الكاتبة أهم أخبار اليوم ، ولم تلق الفكرة نجاحاً كبيراً بصفتها أداة إعلامية ، فأزيل الشريط بعدئذ بوقت قصير .

وأدار التاريخ ظهره لمن أتى بفكرته في ثمانينات القرن الماضي حيث عاد الشريط للظهور من جديد ولكن بشكله الجديد المعتمد على التقنية لا على الورق ، كان هذا الشريط مكرساً لبث المعلومات المحلية العاجلة مثل خبر إغلاق المدارس لظروف مناخية .

كانت قناة "سي إن إن" CNN الاخبارية أول القنوات التي استخدمت الشريط الإخباري على نحو منتظم خلال النصف الأخير من الثمانينات وبداية عقد التسعينات ، وكان شريطاً مخصصاً لعرض أسعار الأسهم خلال النهار ، ونتائج المباريات الرياضية خلال المساء وعطلة نهاية الأسبوع .

أما أول قناة استخدمت الشريط الإخباري جزءاً دائماً من بثها فهي قناة إي أس بي إن نيوز ISBN NEWS

عندما أطلقت خدمة الشريط الاخباري عام 1996 م "1" .

¹ " فليدمان ، ماينكل كيف ، مرجع سابق ص 1

بقيت فكرة الشريط الإخباري في الظل تستخدم في الأحداث وقت ما تدعو الحاجة ، حتى أحداث 11 سبتمبر 2001م ، فأصبحت هذه الخدمة جزءاً لا يتجزأ من التجربة الإخبارية التلفزيونية إذ وضعت قناة فوكس FOX NEWS الأمريكية الإخبارية شريطاً إخبارياً على شاشتها في مساء الحادي عشر من سبتمبر وتحديداً الساعة العاشرة وتسع وأربعين دقيقة.

وتلتها قناة سي إن إن CNN عند الساعة الحادية عشر صباحاً في اليوم التالي ، وأخيراً قناة إم أس إن بي MSNP الساعة الثانية مساءً من اليوم نفسه "1"

وبعد هذه الانطلاقة للشريط الإخباري باتت أغلب الفضائيات تستخدم هذه الخدمة الإخبارية خصوصاً في الدول العربية حيث كانت قناتي الجزيرة والعربية هما أول من استخدم خدمة الشريط الإخباري . وكانت هذه بداية انتشار الشريط الإخباري في كافة القنوات العربية ، حيث أصبحت اليوم خدمة الشريط الإخباري خدمة لا غنى عنها لأي قناة فضائية لما تمتلكه هذه الخدمة من ميزات ومتابعة كبيرة من أغلب المتلقين .

2.1.1 أهميته

تكمن أهمية الشريط الإخباري في انه يتابع الأحداث أولاً بأول ، ويُمكن المشاهد من متابعة هذه الأحداث دون انتظار وقت محدد ومعين في غير أوقات نشرات الأخبار ، فالمعلومة المقدمة عبر الشريط تكون متاحة للمشاهد في كل الأوقات .

كما انه يتيح المجال لتزويد - أي الشريط الإخباري - بمعلومات إضافية حول الأحداث عند وقوعها أو فور وقوعها وتعديل أخباره نتيجة تطور حدث ما ويندرج الشريط الإخباري ضمن خدمة الأخبار العاجلة .

¹ " فليمان ، مايكل كيف ، المرجع سابق ص 1

2.1.2 سماته

يرى الباحث ان هناك تشابهاً كبيراً بين الخبر في الشريط الإخباري والخبر الإلكتروني خصوصاً من جانب السمات ولعل أهم هذه السمات :-

1. يُعد الشريط الإخباري علامة هامة من علامات البث التلفزيوني الفضائي وعنصراً أساسياً من عناصر تشكيل هوية كل قناة فضائية .
2. الكثافة في نشر الأخبار يمكن للخبر ان يبث على مدار اليوم قبل تحديثه أو حذفه ، مما يسهل على المتلقي متابعته في أي وقت يلائم ظروفه في متابعته للقناة الفضائية .
3. السرعة الفائقة في نقل الخبر وهي سمة أساسية من شأنها تحقيق ما يسعى إليه كل قائم على شؤون أي فضائية تحقيقاً لنيل سبق صحفي في نقل أي خبر .
4. الشريط الإخباري معبر ودال على الحدث الذي وقع الآن أو قبل قليل أو في أي وقت لاحق في اليوم أو الغد .
5. الشريط الإخباري أخباره مختصره لا تخل بالمعنى المراد إيصاله إلى المتلقي ، ويحتوى على كل جديد يجب توضيحه بسرعة وموضوعية .
6. الخبر في الشريط الإخباري أقرب ما يكون للعنوان في شكل جملة اسمية .
7. يعتبر الشريط الإخباري أقصر طريق لإيصال المعلومة .
8. يكتسب الشريط الإخباري خاصية التوفر بمعنى أنه متوفر للمتلقي ومتوفر للقائم بالاتصال ويمكن الرجوع إليه في أي وقت عن طريق مواقع الفضائيات الإلكترونية .

9. من سمات الشريط الإخباري التحديث فيمكن للقائم بالاتصال أو المحرر تحديث الخبر أو حذفه أو إضافة أي معلومة في أي وقت وبأقل جهد وأسرع وقت "1"

2.1.3 أنواعه

منذ ظهور الشريط الإخباري في القنوات الفضائية وهو يقوم بأدوار كبيرة في التفاعل الآني مع بث الوسائل الاتصالية بشكل فوري ، حيث أصبح يقوم بأدوار أكثر فعالية من الخبر المنطوق في حالتين هما

- 1 الأخبار العاجلة .

- 2 الأخبار الدائمة أو مستمرة العرض أي بمعنى ان الأخبار في الشريط الإخباري لا تخرج عن سياق إطارين هما :-

الأول :- هو بث مستمر طيلة ساعات البث للأخبار السياسية والاقتصادية والرياضية وهذا ما يضمن للقناة بأنها ربطت المتلقي بشكل دائم مع الأخبار التي يبحث عنها حتى ولو لم تكن هناك نشرات إخبارية دائمة.

الثاني :- فهو نمط الأخبار العاجلة بحيث يأخذ الشريط لوناً مختلفاً وهو اللون الأحمر غالباً ويتكرر بثه مسبقاً بكلمة عاجل ما بين ثلاث دقائق وخمسة عشرة دقيقة .

هذا الاستخدام من حيث الشكل للشريط الإخباري أما الاستخدام الثاني فهو من حيث المضمون فالقنوات الدينية تخصص الشريط الإخباري كاملاً مخصصاً للفتاوى وطرح التساؤلات ، والقنوات الفضائية ذات الطابع الاقتصادي يخصص شريطها الإخباري لأخبار الأسهم والشركات الكبرى ، والقنوات ذات الطابع الشعبي

"1" عياد ، د. سعد ، الأبعاد السيسر اجتماعية لمضمون الشريط الإخباري لوسائل الإعلام الفلسطينية وعلاقته بالسلم الأهلي ، دراسة غير منشورة - مقدمة لمؤتمر المجتمع الفلسطيني إلى أين ، بيت لحم ، حزيران 2009م- شبكة المعلومات الدولية .

تخصص شريطها الإخباري للألغاز والحكايات الشعبية ، والقنوات الرياضية تخصص شريطها الإخباري لأخبار المباريات والوقائع الرياضية المحلية والدولية .

ومن هنا يرى الباحث أنه يمكن تقسيم أنواع الشريط الإخباري على النحو التالي :-

أولاً :- من حيث الشكل

يمكن تقسيم شكل الشريط الإخباري إلى شكلين منفصلين هما :-

أ - شريط إخباري دائم العرض تبث جميع الأخبار من خلاله .

ب شريط إخباري يبث الأخبار العاجلة وعادة ما يأخذ لوناً مختلفاً في الغالب أحمر ، ويكون مسبوقةً بكلمة عاجل ويستمر عرضه ما بين ثلاث دقائق وخمسة عشرة دقيقة .

ثانياً :- من حيث المضمون

ويتم معرفة هوية القناة وتوجهها من خلال شريطها الإخباري سواء كانت عامة أو متخصصة كما تمت الإشارة إليه .

2.1.4 تحريره

يُعد الشريط الإخباري خدمة إخبارية تحتاج من الناحية التحريرية إلى مراعاة ما يلي :-

أ - السرعة في تلقي الأخبار لبثها أولاً بأول .

ب الصياغة اللغوية والنحوية المختصرة للأحداث التي ترد تباعاً من المصادر أو وكالات الأنباء أو المراسلين

ج-مهارة المحرر في التعبير والصياغة باللغة العربية الصحيحة معتمداً على قاعدة خير الكلام ما قل ودل .

وعلى ذلك فإن أخبار الشريط الإخباري يجب أن يكون جملاً أسمية وليست فعلية وأن تكون الأفعال في زمن المضارع وليس الماضي وعليه فإن محرر الأخبار في الشريط الإخباري يجب ان يراعي الآتي :-

1- الاسم المشهور يذكر لقبه فقط دون الحاجة إلى ذكر موقعه أو صفته أو منصبه مثلاً الرئيس الفلسطيني محمود عباس نكتب عباس فقط .

2- الشخصيات الأجنبية تعامل بنفس الأسلوب طالما أنها معروفة للمتلقي ، أما الاسم غير المعروف أو المشهور فلا نذكر اسمه ونكتفي بمنصبه أو موقعه مثال :-

المتحدث باسم متمردي جبهة تحرير التأميل " نكتفي بكتابة " المتحدث باسم التأميل "

3- إذا استخدم المحرر جملة القول لابد ان تنسب للقائل دون ذكر فعل القول مثل :- " السيسي يقول نحن مع وحدة شعب لبنان " فالأصح والأفضل كتابة السيسي ، مصر مع وحدة شعب لبنان .

4- تعتبر أداة أل التعريف أو التعريف بالإضافة من أكثر الأمور التي تجر إلى الإسهاب لذلك من الأفضل تجنبها قدر الإمكان .

5- تجنب التعبيرات الوصفية والالتزام بالتعبيرات التقريرية لأن الوصف يتطلب عدداً كبيراً من الألفاظ .

6- كذلك الابتعاد عن استخدام ظرف الزمان مثل أمس واليوم لأنه بكثرة استخدامها تضرب وظيفة الشريط الإخباري .

وتأسيساً على ما سبق يرى الباحث عند تحرير أخبار الشريط الإخباري مراعاة ما يلي :-

1- مراعاة الصياغة اللغوية وعدم استخدام الألفاظ الغريبة أو المعقدة أو الجمل الطويلة أو الاعتراضية .

2- مراعاة قواعد الصرف والنحو خاصة في المضاف إليه والمجرور والمثنى والجمع والأرقام والأعداد

المركبة.

3 _ مراعاة الوضوح والدقة والمباشرة .

4 _ أن يكون الخبر قصيراً ومكثفاً .

5 _ أن يتسم بالإيجاز مع البلاغة ، والاختصار غير المخل بالمعنى I."1

2.2 الشريط الإخباري كوسيلة اتصال

بتعدد التعريفات التي وضعت من قبل الباحثين لمفهوم الاتصال ، اعتمد الباحث تعريفاً يراه مبسطاً وشاملاً لمفهوم الاتصال وهو :-

ان الاتصال عملية يتم بمقتضاها تفاعل بين مرسل ومستقبل ورسالة في مضامين معينة وبهذا التفاعل يتم نقل أفكار ومعلومات بين الأفراد عن قضية أو معنى مجرد أو واقع معين "2".

والاتصال عملية مشاركة بين المرسل والمستقبل وليس عملية نقل إذ أن النقل يعني الانتهاء عند المنبع ، أما المشاركة فتنتهي الازدواج أو التوحد في الوجود ، وهذا هو الأقرب إلى العملية الاتصالية .

لقد تعددت المفاهيم التي طرحت لتحديد معنى الاتصال بتعدد المدارس العلمية والفكرية للباحثين في هذا المجال ، ويتعدد الزوايا والجوانب التي يأخذها هؤلاء الباحثون في الاعتبار عند النظر إلى هذه العملية فعلى المستوى العلمي البحثي يمكن القول بوجود مدخلين لتعريف الاتصال :-

"1" الصياد ، إبراهيم ، السهل المتنوع في أخبار التلفزيون (مجلة الفن الإذاعي _ عدد 186 _ 2007م _ ص 30)

"2" مكاي ، حسين عماد ، العبد ، عاطف عدلي ، نظريات الإعلام ، مرجع سابق 2007م ص 4 .

المدخل الأول

ينظر إلى الاتصال على أنه عملية يقوم فيها طرف أول "مرسل" بإرسال رسالة إلى طرف مقابل مستقبل بما يؤدي إلى إحداث أثر معين على متلقي الرسالة .

المدخل الثاني

يرى أن الاتصال يقوم على تبادل المعاني الموجودة في الرسائل والتي من خلالها يتفاعل الأفراد من ذوي الثقافات المختلفة وذلك من أجل إتاحة الفرصة لتوصيل المعنى وفهم الرسالة .

وكذلك يرى الباحث مما سبق ان خدمة الشريط الإخباري تتوافر فيها عناصر العملية الاتصالية

الأساسية وهي :-

1 المصدر أو المرسل

ويقصد به منشئ الرسالة وقد يكون المرسل فرداً أو مجموعة من الأفراد وقد يكون مؤسسة أو شركة ، أي أن المصدر هنا هو القائم بالاتصال .

2 الرسالة

وهي المحتوى الذي ينقله المصدر إلى المستقبل وتتضمن المعاني والأفكار والآراء التي تتعلق بموضوعات معينة ، يتم التعبير عنها رمزياً ، وتتوقف فاعلية الاتصال على الفهم المشترك للموضوع واللغة التي يقدم بها ، كذلك تتوقف فاعلية الاتصال على الحجم الإجمالي للمعلومات المتضمنة في الرسالة ، ومستوى هذه المعلومات من حيث البساطة والتعقيد .

3 - الوسيلة

وهي الأداة التي من خلالها أو بواسطتها يتم نقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل وتختلف الوسيلة باختلاف مستوى الاتصال .

4 - المتلقي أو المستقبل

وهو الجمهور الذي يستقبل الرسالة الاتصالية أو الإعلامية ويتفاعل معها ويتأثر بها ، وهو الهدف المقصود في عملية الاتصال ، ولا شك أن فهم الجمهور وخصائصه وظروفه يلعب دوراً مهماً في إدراك معنى الرسالة ودرجة تأثيرها في عقلية ذلك الجمهور .

5 - رجوع الصدى أو رد الفعل

يتخذ رد الفعل اتجاهاً عكسياً في عملية الاتصال ، فبدايته تنطلق من المستقبل إلى المرسل وذلك للتعبير عن موقف المتلقي من الرسالة ومدى فهمه لها واستجابته أو رفضه لمعناها ، وقد أصبح رد الفعل مهماً في تقويم عملية الاتصال ، حيث يسعى الإعلاميون لمعرفة مدى وصول الرسالة للمتلقي ومدى فهمها واستيعابها .

6 - التأثير

التأثير مسألة نسبية ومتفاوتة بين شخص وآخر ، وجماعة وأخرى ، وذلك بعد تلقي الرسالة الاتصالية وفهمها وهذا التأثير يكون بطيئاً وليس فورياً وقد يكون الهدف النهائي الذي يسعى إليه المرسل والنتيجة التي يتوخى تحقيقها القائم بالاتصال "1"

"1" الموسوي ، د. محمد جاسم فليح ، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري ، شبكة المعلومات الدولية ، تاريخ المشاهدة 2017.7.15م

ويرى الباحث أنه بتوافر عناصر العملية الاتصالية في الشريط الإخباري يصبح دوره مؤثراً كدور أي وسيلة إعلامية لأنه سيؤدي بالتالي الوظائف الرئيسية للإعلام والتي تتمثل في الآتي :-

1- الوظيفة الإخبارية

وذلك بقيام القائم بالاتصال عبر الشريط الإخباري بنقل الأحداث المهمة ومتابعة تطورها وانعكاساتها على المجتمع .

2- وظيفة التوجيه وتكوين المواقف

وهنا يقوم المرسل بتوجيه المتلقي سواء بشكل مباشر أو غير مباشر عن طريق الشريط الإخباري لتكوين مواقف وتكوين آراء وذلك بملائمة المادة الإعلامية المنقولة من الشريط الإخباري لتطلعات وتوجهات الجمهور فكلما كانت مواتية لرغبات الجمهور زاد تأثيرها وهذا ما يجعل العملية الاتصالية ناجحة .

3 زيادة الثقافة والمعلومات

يمارس الشريط الإخباري دوراً تثقيفياً عبر ما يبث من خلاله من معلومات ورسائل وأخبار سواء كان ذلك بشكل عفوي أو عارض أو بشكل مخطط ومبرمج ومقصود .

4 وظيفة الاتصال الاجتماعي والعلاقات البينية

عندما يقدم القائم بالاتصال عبر الشريط الإخباري أخباراً اجتماعية عن الأفراد والمؤسسات والجماعات الاجتماعية والثقافية ، فإنه بذلك يكون صلة وصل يومية تنقل أخبار الأفراح والأحزان كذلك من الممكن أن يقوم القائم بالاتصال عبر الشريط الإخباري بتعريف المتلقي ببعض الشخصيات البارزة أو المشهورة في مجال السياسة والأدب أو الفن أو المجتمع .

5- الترفيه والتسلية

هذه الوظيفة تتطلب قدرة تحريرية لصياغة أخبار الترفيه والتسلية فهي عادة ما تكون مقتضبة وقصيرة ومقتصرة على النشاطات الرياضية والأمور النادرة التي تحدث على المستوى المحلي والعالمي .

6- الإعلان والدعاية

يقوم القائم بالاتصال بالإعلان والترويج عن السلع الجديدة والخدمات التي تهتم المواطنين عبر الشريط الإخباري فعندما يعلن عن وجود وظائف شاغرة أو وجود موظفين مستعدين للعمل أو عندما يتولى الإعلان عن إجراء مناقصة أو وضع التزام موضع التنفيذ كذلك الترويج لبعض الندوات والمؤتمرات والاستحقاقات الثقافية والعلمية فإنه بذلك يكون قد أدى خدمة إعلامية وسريعة ومكثفة "1"

وتأسيساً على ما تم عرضه فإن الباحث يرى أنه بتوافر عناصر العملية الاتصالية وتأدية الوظائف العامة للإعلام عن طريق الشريط الإخباري فإنه يكون أداة اتصالية جماهيرية وخدمة إخبارية لها مميزات وفعاليتها وتأثيرها .

2.3 القنوات الفضائية

يعتبر البث الفضائي عبر الأقمار الصناعية ظاهرة إعلامية مهمة ، حيث شهد العالم ثورة هائلة في مجال نقل المعلومات والاتصالات ويعتبر التطور التكنولوجي سمة أساسية للبيئة الاتصالية في العصر الحديث .

ومن هذا المنطلق أصبحت القنوات الفضائية متاحة بدرجة كبيرة أمام المتلقين

"1" المرجع السابق .

"2" علي ، سلوى إمام ، تأثير مشاهدة الجمهور العربي للقنوات الفضائية على وسائل الاتصال مجلة المكتبة الإعلامية- الفضائيات العربية وتغيرات العصر ، اعمال المؤتمر العلمي الأول الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام ، الدار العربية اللبنانية ، الطبعة الأولى يناير 2005م ص76

حيث أصبح في مقدورهم متابعة الأحداث المختلفة فور وقوعها سواء كانت سياسية أم ثقافية أم أدبية أم علمية أم رياضية ، وأصبح المتلقي هو الذي يحدد درجة اعتماده على القنوات المختلفة المفضلة لديه خاصة مع تعدد القنوات الفضائية العربية والأجنبية والتي أصبحت تتنافس بدرجة كبيرة في الاستحواذ على اهتمام جمهور المتلقين .

وتعتبر القنوات الفضائية حقيقة واقعة ومؤثرة في حياة المتلقين ، ومن ثم لم يكن في الإمكان تجاهلها لما لها من عديد الآثار على مشاهديها خاصة في ظل ازدياد خريطة البث التلفزيوني بكم هائل من القنوات الفضائية التي تتنوع برامجها من حيث الشكل والمضمون ، وتتعدد أيضاً ساعات بثها ونوعية برامجها . وفي هذا الخضم أصبح من حق المتلقي ان يعلم ويقارن ويحلل ويختار القنوات والمواد التي تشبع حاجاته¹ ومن هنا رأى الباحث ان يقدم وصفاً بسيطاً للواقع الحالي للقنوات الفضائية في الوطن العربي :-

1 واقع البث الفضائي العربي

انطلق البث الفضائي العربي في التسعينيات من القرن الماضي .

وقد شكلت هذه الفترة منعرجاً هاماً عرفت خلالها بداية التطورات التكنولوجية للبث سواء كان الأمر يتعلق بالبث داخل مساحة الدولة العربية الواحدة أو خارج حدودها .

وقد تعددت منذ ذلك التاريخ التطورات التي عرفها هذا البث مهما كان نوعه عبر السواتل والتلفزيون الرقمي الأرضي والتلفزيون عبر الانترنت (IPTV)

¹ علي ، سلوى إمام ، تأثير مشاهدة الجمهور العربي للقنوات الفضائية على وسائل الاتصال مجلة المكتبة الإعلامية- الفضائيات العربية وتغيرات العصر ، اعمال المؤتمر العلمي الأول الأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام ، الدار العربية اللبنانية ، الطبعة الأولى يناير2005م ص76

والتلفزيون عالي الدقة (HDTV) والتلفزيون الهجين (HD HYBRID) والتلفزيون فائق الدقة (UHD TV) ، فضلاً عما تنتجه اليوم التقنيات الحديثة للاتصال فيما يتعلق بتوفير الصورة والصوت على شاشات الهواتف الجواله .

يستخدم البث الفضائي العربي ما لا يقل عن 44 قمراً اصطناعياً تمكنه من تغطية كل أصقاع العالم تقريباً وفي هذا المجال تسعى البلدان العربية إلى توفير برامجها التلفزيونية لفائدة جاليتها في الخارج إلى جانب إبلاغ مواطنيها فيما يتعلق بالقضايا التي تخص مصيرها .

وتستخدم القنوات الفضائية بدرجة أساسية موقعين مداريين هما الموقع 26 درجة شرقاً وفيه أقمار (عرب سات - سهيل سات - نور سات) والموقع 7/8 درجات غرباً وفيه أقمار نايل سات - نور سات - ويوتلسات وتعمل في بث برامجها على الباقية العربية الموحدة لتغطية المناطق في العالم أفريقيا وآسيا وأمريكا الشمالية وأمريكا الجنوبية وأوروبا وأستراليا ، وعلى مشروع الياه لايف (LIVE YAH) وهو مشروع مشترك بين الشركة الياه سات وشركة إس إي إس وهو على الدرجة 52.5 شرقاً .

2 - نظام البث الفضائي العربي

تستخدم القنوات الفضائية العربية في أغلبها البث المفتوح ، وتتوزع القنوات المفتوحة كالتالي :-

جدول رقم (1) يوضح توزيع الفضائيات العربية بين المشفر والمفتوح

| ت | نظام البث / القطاع | القطاع العمومي | القطاع الخاص | المجموع |
|---|--------------------|----------------|--------------|---------|
| 1 | مفتوح | 121 | 294 | 415 |
| 2 | مشفر | 11 | 214 | 225 |

*التقرير السنوي لاتحاد الإذاعات العربية . شبكة المعلومات الدولية 2015م

* التقرير السنوي لاتحاد الإذاعات العربية ، شبكة المعلومات الدولية 2015م_ ص 21

www.asbu.net/medias/NewMedia_2016/text/asbu_report_2015.pdf

3- التغطية الجغرافية للبث الفضائي العربي .

خلف الكم الهائل من القنوات التلفزيونية والفضائية هناك حزمة من الأقمار الصناعية التي تؤمن خدمات البث

التلفزيوني الرقمي عالية الجودة وعبر ساعات قمرية هي اليوم في توسع مستمر .

وقد سجلت سنة 2015م تجديداً لنوعية خدمات البث ودخول أقمار جديدة في سماء العربية ، وفرت ساعات لمئات القنوات التلفزيونية وسرعت بنتائج عددها ، على خلفية التنافس الشديد وحفض تسعيرات البث الفضائي

جدول رقم (2) يوضح بشكل تفصيلي للأقمار الصناعية التي تبث عليها القنوات الفضائية في المنطقة العربية وخارجها*

| ت | الشركة | منطقة التغطية | عدد القنوات | القمر الصناعي |
|----|-------------------------|--|-------------|---------------|
| 1 | نايل سات | شمال أفريقيا والشرق الأوسط بما في ذلك الخليج العربي بالإضافة لتغطية السودان بكامله | 496 | نايل سات 201 |
| 2 | عرب سات | شمال أفريقيا والشرق الأوسط وأوروبا | 481 | نايل سات 104 |
| 3 | نور سات | شمال أفريقيا والشرق الأوسط وغرب شمال أفريقيا وموريتانيا بكاملها | 266 | نور سات 7 |
| 4 | سهيل سات | شمال أفريقيا والشرق الأوسط | 63 | سهيل سات 1 |
| 5 | ياه لايف | شمال أفريقيا والشرق الأوسط وأوروبا وجنوب غرب آسيا | 185 | ياه سات 1 |
| 6 | SES | أوروبا | 3 | أسترا 1 |
| 7 | R.S.CC | شمال أفريقيا والشرق الأوسط وأوروبا وروسيا | 4 | AM 44 |
| 8 | EUTELSAT | شمال أفريقيا والشرق الأوسط وأوروبا وآسيا الوسطى | 60 | 7 WA |
| 9 | آسيا المحدودة للاتصالات | الشرق الأوسط وآسيا وأوروبا الشرقية وأستراليا | 13 | آسيا سات 5 |
| 10 | إنتل سات | أمريكا الشمالية | 24 | GQLQXY 25 |
| 11 | الشركة الإسبانية | أوروبا وأمريكا | 12 | HIPQSAT 84W-1 |
| 12 | S.E.S | أستراليا ونيوزيلندا | 2 | Optusd |
| 13 | الشركة التايلانديّة | جنوب شرق آسيا | 1 | Thqicom |

2.3.1 واقع الفضائيات الليبية

إن القنوات الفضائية الليبية ازدادت ازدياداً مضطرباً بعد فبراير 2017 وشهدت تحولاً كبيراً في بنيتها وفي خطابها ووسائلها ولم تعد التشريعات واللوائح والتوجيهات السياسية التي كانت تعيق انتشار الفضائيات مانعاً لانتشارها وزيادتها وهذا ما كفله الإعلان الدستوري الصادر عن المجلس الانتقالي بعد التغيير السياسي أعطى الحق في حرية التعبير والاتصال و التملك بناءً على المادة 14 منه .

فالقنوات الفضائية التي كانت تعد على أصابع اليد الواحدة أصبحت تزداد يوماً بعد يوم وباتت الأحزاب السياسية وبعض المناطق الجهوية تمتلك قنوات فضائية وصحفاً إضافة إلى ما تملكه الدولة ورؤوس الأموال ، مما زاد من تعدد هذه القنوات والتي أثرت بشكل كبير في تشكيل المشهد السياسي الليبي وهذا ما أورده الدكتور محمد الأصفر في دراسته الفضائيات الليبية ودورها في الصراع السياسي والعسكري حيث خلصت الدراسة إلى تدني مستوى مشاهدة القنوات الفضائية بصفة منتظمة دائماً وبشكل غير منتظم أحياناً لدى أفراد العينة لكونها متحيزة ولا تمثل إلا للجهة التابعة لها وغير موضوعية وتفتقر إلى التوازن والشفافية في تغطيتها للأحداث .

كذلك تخالف التشريعات القانونية والأخلاقية في العديد من برامجها كما يرى أفراد العينة أن هذه القنوات أنها تمثل مشكلة بحد ذاتها لأنها أداة من أدوات الاقتتال والتفرقة مما أجبر المشاهد عن البحث عن مصادر بديلة في الحصول على الأخبار والمعلومات عن تطورات الأحداث وتداعياتها ومن أهمها مواقع التواصل الاجتماعي وبعض القنوات الفضائية الأخرى كالعربية والعربية الحدث وفرنسا 24 والبي بي سي والجزيرة وغيرها. "1"

"1" الأصفر / محمد علي ، الفضائيات الليبية ودورها في الصراع السياسي والعسكري ، مركز الجزيرة للدراسات ، فبراير 2014م ص 2

ومن خلال الاطلاع على ما ساقه الدكتور محمد الأصفر عن واقع القنوات الفضائية الليبية يرى الباحث أن

بالإمكان وصف واقع هذه القنوات من خلال النقاط التالية :-

- أخبارها مجهولة المصدر في معظم الأحيان .
- معظم القنوات متحيزة ولا تمثل الا للجهة التابعة لها .
- ليست موضوعية وشفافة في نقلها وتحليلها للأخبار والإحداث .
- برامجها مكررة ولا ترتقي إلى مستوى القنوات الفضائية الأخرى .
- لا يوجد لديها مراسلون لتغطية الأحداث في اغلب المناطق .
- قنوات مملّة وليست مفيدة ولا تلتزم بالمواعيد المحددة للبرامج .
- تمارس كثيراً من القذف والتشهير والسب والشتم وتعتبر هذه الرذائل من مقومات نجاح عملها .

كيفية ممارسة القنوات الفضائية الليبية للتغطية الإخبارية

يرى الباحث بعد الاطلاع على نتائج دراسة د.محمد الأصفر عن كيفية ممارسة القنوات الفضائية الليبية

للتغطية الإخبارية - إنه من خلال نتائج الدراسة تم حصر هذه الممارسة في النقاط الآتية :-

- القنوات الفضائية الليبية لاتقدم الحلول والبدائل للمشاهدين في تناولها للقضايا السياسية .
- تنشر صوراً مرئية ومشاهد العنف والدماء والقتل والتعذيب لتشويه الطرف الآخر .
- تخصيص أغلب أوقاتها للطرف الموالي على حساب الطرف الآخر .
- تؤلب الرأي العام والشارع ضد الطرف الآخر بنقلها للمظاهرات الموالية دون الطرف الآخر .
- عدم استضافتها لشخصيات تمثل الرأي الآخر للتعليق على الأخبار وإعطائه الوقت الكافي لتوضيح وجهة نظره .
- تحريف المعلومات والأخبار لإدانة الطرف الآخر لصالح الطرف الموالي لها .

- تفليق الاتهامات دون أدلة أو براهين ووثائق وبيانات واضحة .
- عدم نقلها للتصريحات والمؤتمرات الصحفية للطرف الآخر .
- تنشر أفكار متطرفة لإدانة الطرف الآخر .
- نقلها للأخبار والمعلومات من مصادر غير معروفة وموثوقة أو رسمية أو مؤكدة "1"

اعتماد قواعد عامة لإنجاح عمل الفضائيات

رأى الباحث إن التطورات الحاصلة والمرتبقة في المجال الفضائي تحتم اليوم على الهيئات الإعلامية المحلية النظر في الانتفاع من التحولات التي يشهدها هذا المجال في العديد من دول العالم على مستوى إدارة هذه الهيئات مع مراعاة بعض المحددات التي تعتبر أساسية لإنجاح العمل بالفضائيات وتحقيق أكبر نسبة مشاهدة ومتابعة من الجمهور :-

1 _ القانون

وهو ما يعني وجود إطار قانوني وترتيبي يوفر إمكانية احترام المرجعيات القانونية الأساسية فيما يخص التنظيم واحترام حقوق الإنسان واستقلالية القرار .

2 _ الشفافية

ويقصد بها ان تؤخذ كل القرارات علناً ، وان تتوفر المعلومات لكل من يريد الحصول عليها بحرية ودون قيود، باستثناء بعض المعلومات التي يتم التنصيص عليها بوضوح .

3 _ التفاعلية

وتعني ضرورة الرد على التساؤلات والطلبات الخاصة بالمعلومات وفي آجال محددة .

"1" المرجع السابق .

4_ البحث على الوفاق

عدم الاستبداد بالرأي وفتح آفاق رحبة للحوار تتمكن المؤسسة من أخذ القرار بعد الاستماع لكل الأطراف التي تتفاعل في السعي لحشد كل الطاقات .

5_ احترام أخلاقيات المهنة وغياب الإقصاء

عدم الحياد عن الضوابط الأخلاقية في التعامل مع الجمهور وإشراكه قدر الإمكان في صياغة القرارات .

6_ المسؤولية

وهو الإقرار بمبدأ المساءلة ورفع تقارير للمتابعة بأن ما خطط له قد تحقق فعلاً ، وإن الأدوات والموارد يتم استخدامها على النهج الصحيح .

يرى القائمين على اتحاد الإذاعات العربية أن تنفيذ هذه المحددات من شأنها تكوين واقع إعلامي فضائي علمي وذلك بإعداد مؤسسات تنظيمية تعديلية ، وكذلك إجراء البحوث والدراسات الخاصة بجمهور الفضائيات لكي يتسنى للقائمين بالاتصال إرسال برامجهم وفقاً لبرنامج مخطط له سلفاً ومعد وفق نتائج ودراسات على جمهور تلك الفضائيات الأمر الذي يحقق نسبة متابعة عالية وهذا ما يسعى إليه كل قائم بالاتصال "I"

"I" التقرير السنوي لإتحاد الإذاعات العربية ، مرجع سابق ، ص50

2.3.2 ايجابيات وسلبيات القنوات الفضائية

لكل عمل ايجابيات وسلبيات ، والعمل في القنوات الفضائية له كثير من السلبيات والايجابيات ، حاول الباحث تقديمها على النحو الآتي :-

ايجابيات القنوات الفضائية

- 1_ المساعدة في تحقيق التنمية والتعليم و سرعة إيصال المعلومات إلى المناطق النائية والمعزولة عن طريق التلقي المباشر من الأقمار الصناعية .
- 2_ تحمل أغلب برامجها مواد إعلامية ذات فائدة كبيرة للمشاهد .
- 3_ ربطت الفضائيات المغتربين بأوطانهم .
- 4_ وجود الفضائيات الدينية التراثية الهادفة التي تركز اهتمامها على التراث العربي وتضع له المقومات الأساسية للمحافظة عليه ، وتقف ضد القنوات المعادية لحماية هذا الإرث من التشويه والاندثار .

سلبيات الفضائيات

- 1_ إن الفضائيات تعد من الأذرع الرئيسية للعولمة لذا تسعى إيديولوجيتها إلى إسقاط الارتباطات العائلية والوطنية والدينية والقومية والثقافية والطبقية للإنسان بغية ربطه بالتكنولوجيا والحياة الجديدة التي تصنعها الأجيال المتعاقبة في تطوراتها المختلفة .
- 2_ إن كثرة البرامج الوافدة من الفضاء سترغم أفراد الأسرة على الجلوس ساعات طويلة لمشاهدتها مما يؤدي إلى تقليل التفاعل الاجتماعي بين أفراد الأسرة .
- 3_ تساعد الفضائيات على تغيير الإرث القيمي والسماح بدخول الأفكار والقيم المستوردة عليه ، والتي لا توافق التراث العربي والإسلامي .

4_ ارتباط جميع سكان الأرض بالفضائيات والتقنوات ذاتها الموجودة في كل أنحاء العالم ، والموجهة لجمهور عالمي معولم وليس للجمهور المحلي .

5_ اعتماد الفضائيات العربية على وكالات الأخبار الأجنبية التي تعتمد إلى صياغة الأخبار بشكل يحقق ما تسعى إليه الدوائر الغربية من تشويه لمواقف الإنسان واتجاهاته ، الأمر الذي نتج عنه استهلاكنا لأخبارهم وأفكارهم و عاداتهم وتقاليدهم .

6_ استنساخ برامج اللهو والإثارة غير المألوفة التي جربتها الفضائيات الغربية في إطار ما يسمى برامج التصوير الواقعي او تلفزيون الواقع ، أوقعت العديد من الفضائيات العربية في فخ المحذور أخلاقياً و قيمياً عن طريق تلك البرامج .

7_ تسابق الفضائيات العربية على إرضاء الجمهور العربي خاصة فئة الشباب واجتذابه بأي وسيلة كانت لبحث مواد تتعارض مع التنشئة الاجتماعية العربية خاصة البرامج التي تثير الغرائز الجنسية والغريزية .

8_ نشر ثقافة العنف بسبب المواد المعروضة في الفضائيات التي تؤثر بشكل كبير في المشاهد ، خاصة الأفراد المنهمكين في مشاهدة أفلام العنف . "1"

2.4 منظمات المجتمع المدني

تتكون مؤسسات المجتمع المدني من عدة تكتلات تشكل في معظمها المؤسسات الآتية :-

النقابات المهنية .

النقابات العمالية .

الحركات الاجتماعية .

1_ الدبوبي ، عبدالله وعلي أمير اتجاهات طلبة جامعة العلوم التطبيقية نحو الفضائيات : دراسة اجتماعية تربوية ، مجلة جامعة النجاح للأبحاث ، فلسطين ، مج 25 _ ع 3 _ 2011م _ ص 585 .

الجمعيات التعاونية .

الجمعيات الأهلية .

نوادي هيئات التدريس بالجامعات .

النوادي الرياضية والاجتماعية .

مراكز الشباب والاتحادات الطلابية .

الغرف التجارية والصناعية وجماعات رجال الأعمال .

المنظمات غير الحكومية والدفاعية والتنموية كمراكز حقوق الانسان والمرأة والتنمية والبيئة .

الصحافة الحرة وأجهزة الاعلام والنشر .

مراكز البحوث والدراسات والجمعيات الثقافية .

الخلفية القانونية

شهدت ليبيا بعد إعلان الاستقلال لسنة 1951 م إصدار عدد من القوانين بإشراف عدد من القانونيين المصريين وفي مقدمتهم القانوني الشهير الدكتور عبد الرازق السنهوري الذي استعان بعدد من القوانين المصرية مع تعديلات تناسب الواقع المحلي الليبي ومن بينها القانون المتعلق بالعمل الأهلي والذي سمح بتأسيس الجمعيات الأهلية فكانت تلك الفترة من أخصب الفترات التي تأسست فيها قواعد العمل الأهلي والمتمثلة في الجمعيات العاملة في مجال رعاية الأسرة وكفالة اليتيم وتعليم المرأة ومحو الأمية بالإضافة إلى الأندية الرياضية والحركة الكشفية ونقابات العمال وغيرها.. ومع بدايات الستينيات ساهم اكتشاف النفط وعودة أفواج الليبيين من المهجر وانتشار التعليم وافتتاح الجامعة الليبية في الخمسينيات والاتساع في عدد الصحف اليومية والأسبوعية ووسائل الإعلام

المسموعة، في انتشار ثقافة العمل الأهلي مما ساعد على اتساع رقعة هامش حرية الأنشطة الاجتماعية والتربوية والرياضية والكشفية .

وكانت الدولة تقوم بدعم هذه الأنشطة مادياً وفق لوائح تنظيمية، وكان السباق على أشده بين هذه المؤسسات التي كانت تسعى جاهدة للوصول للمراتب الأولى التي تضمن لها المكاسب المعنوية والدعم المالي المضاعف الذي يساعدها على الاستمرار في أداء مهامها .

وكان الدعم يأتي من وزارة العمل والشؤون الاجتماعية ومن وزارة الشباب والرياضة التي تم استحداثها عامي 1967م و 1968م وفي سنة 1970م صدر القانون رقم " 111 " بشأن الجمعيات ولم يكن يختلف عن القانون السابق سوى في بعض موادته وتواصل العمل بهذا القانون حتى سنة 2001 م عندما صدر القانون المعروف برقم " 19 " بشأن إعادة تنظيم الجمعيات الأهلية .

ووفقاً لهذا القانون ألغت الدولة دعمها المادي للعمل الأهلي وسمحت بالاستثمار في الجمعيات الأهلية اعتقاداً منها بأن هذا هو الحل ، إلا أن النتائج كانت سيئة فقد دخل العمل الأهلي عدد من القادرين مادياً ليس بنية العمل الأهلي بل بقصد الاستفادة من المزايا التي تقدمها الدولة كالإعفاء من الضرائب وتسهيل الإجراءات وغيرها.

تاريخ منظمات المجتمع المدني قبل الثورة

ربما سيكون من الصعب تحديد الزمن الذي بدأ فيه العمل الأهلي التطوعي في ليبيا نظراً لقلّة المصادر التاريخية وندرتها إن وجدت، والتي تؤرخ للمراحل التي مرت بها الحياة الاجتماعية في ليبيا وتشير المصادر التاريخية المتوفرة بأن التكوين التنظيمي للعمل الأهلي في ليبيا بدأ في العهد العثماني الثاني حيث ساعد المناخ السائد حين ذاك بتأسيس عدد من المرافق التربوية الأهلية التي

شجعت الأهالي على التنافس في جمع التبرعات وتنفيذ المشاريع التعليمية التي كانوا يسعون للقيام بها كمدرسة الفنون والصنائع الإسلامية.

قبل الاحتلال الإيطالي لليبيا بدأت ظاهرة الاهتمام بالتعليم العصري وزاد الأهالي من جمع التبرعات ومحاولة تقليد تركيا التي كانت قبلة أهل ليبيا ووجهتهم الوحيدة في تلقي العلم حيث كانت ترسل الإدارة التركية في ليبيا الوفود إلى تركيا للحصول على التعليم في مختلف المجالات، وفي سنة 1904 م شهدت مدينة طرابلس الغرب افتتاح أول مدرسة أهلية خاصة بالبنات فكان القادرون مادياً يقدمون لها الدعم المالي، بينما كان يقدم موادها الدراسية عدداً من المتعلمين الذين يجيدون اللغتين العربية والتركية وفي سنة 1908 م انطلقت أعمال أول جمعية نسائية أهلية في ليبيا تحت اسم " نجمة الهلال " فكانت انطلاقة فريدة متميزة في مجال العمل النسائي العام فباتت الفتاة الليبية التي كانت تتلقى الدروس في الحساب والقراءة وحفظ قصار السور من القرآن الكريم بواسطة إحدى ربات البيوت المتطوعات تشارك في العمل المنتظم عبر جمعية أهلية مستقلة تقوم بتقديم المساعدات العينية للعائلات المحتاجة كما تقوم بتدريب الفتيات وتعليمهن أصول الطهي والحيافة والقراءة والكتابة ولم تكتف هذه الجمعية بما تقدمه من أعمال في الداخل بل وصل بها الأمر إلى القيام بجمع التبرعات وتحويلها كمساهمة من الأهالي في صيانة وإصلاح آبار المياه في مكة المكرمة وجبل عرفات ، ليس هذا فحسب بل قامت أيضاً بحملة تبرعات لصالح إنشاء السكة الحديدية في الحجاز، وهو المشروع الذي تم الإعلان عنه عالمياً وساهمت بلدان العالم الإسلامي في التبرع له مادياً فكانت هذه الجمعية واحدة من المنظمات الأهلية التي قدمت ما تستطيع ، مساهمة منها في قيام هذا المشروع الإسلامي الكبير.

منظمات المجتمع المدني بعد الثورة

بالعودة إلى المرحلتين السريعتي التغير واللذين شهدتهما منظمات المجتمع المدني الليبية التي نشأت حديثاً إثر اندلاع ثورات الربيع العربي وثورة 17 فبراير في ليبيا عام 2011م ، عملت المنظمات والجمعيات خلال المرحلة الأولى التي انطلق فيها الحراك من مدينة بنغازي على تنظيم مبادرات إغاثية خيرية للاستجابة للحالة التي فرضتها الثورة على الأرض وتقديم الدعم الطارئ من مساعدات طبية ومواد غذائية وطرود تموينية .

ونشطت الجمعيات الخيرية والإنسانية وجمعيات الدعم النفسي والاجتماعي والتأهيلي بسبب كثرة عدد الجرحى والشهداء ، كما نشط هذا النوع من الجمعيات في مدينة الزاوية والجبل الغربي (جبل نفوسة) وفتح خط الدعم والمساعدات من تونس .

بعد الحراك الإغاثي والإنساني لمنظمات المجتمع المدني والجمعيات والمبادرات والتجمعات الأهلية وعقب إعلان التحرير في 23 أكتوبر 2011م بدأت المرحلة الثانية فتحوّلت اهتمامات المنظمات والجمعيات واضعة نصب عينيها طبيعة المرحلة المتسارعة في التغير نحو خارطة الطريق وقضايا التوعية بموضوعات المصالحة الوطنية والسلم الأهلي والحوار والمواطنة والديمقراطية والعدالة الانتقالية وحقوق الإنسان والشفافية وقضايا المركزية واللامركزية والفرديّة بالإضافة إلى دعم وتقوية مشاركة المرأة والشباب في الحراك السياسي ولاسيما موضوع انتخابات السلطة التشريعية وصياغة الدستور وغيرها من الشؤون المتعلقة ببرامج المعاقين وكذلك شؤون اللاجئين النازحين والمهجرين والمفقودين (1) .

"1" وليد الصالحي خليل جبارة (المجتمع المدني: الواقع والتحديات : دراسة ميدانية لأوضاع واحتياجات منظمات المجتمع المدني في ليبيا ، شبكة المعلومات الدولية 2012م) .

الفصل الثالث

الدراسة الميدانية

مقدمة

الشريط الإخباري بصفة عامة خدمة إخبارية يتابعها الكثير من المتلقين ويعتبر عنصراً هاماً وأساسياً في القوالب الإخبارية ، وأصبح الشريط الإخباري من أساسيات القنوات الفضائية فلا توجد قناة فضائية متخصصة أو عامة لا يمر عبر شاشتها الشريط الإخباري .

وهذه الدراسة تبحث في معرفة أثر استخدام الشريط الإخباري على متابعة نشرات الأخبار في القنوات الفضائية وكذلك معرفة تأثير هذا الاستخدام ، وفي هذا الإطار تطرق الباحث لدراسة الجانب الميداني والذي من خلاله يحاول الوصول الي معرفة مدى تأثير الشريط الإخباري على المتلقي وهل تغني متابعته عن متابعة نشرات الأخبار .

دراسة استطلاعية عن الشريط الإخباري

نظراً لندرة المعلومات والدراسات التي تناولت موضوع الشريط الإخباري بشي من التفصيل ، رأى الباحث ان يقوم بدراسة استطلاعية عن الشريط الإخباري للوقوف على أهم المحددات والمعايير التي يجب أن يتناولها موضوع بحثه .

وبناءً على ذلك قام الباحث بتحديد عدد من الموضوعات التي رأى انه من الممكن دراستها ويكون من شأنها اثراء بحثه بمعلومات حول موضوع دراسته كشكل الشريط وحجم الخط ولونه ولون الخلفية وتوجه وملكية القناة وتحديث الأخبار ونوع المضامين التي يتناولها الشريط الإخباري ، وسرعة عرض الشريط والمجال الجغرافي للخبر .

كذلك عدد الأشرطة المعروضة على الشاشة وسلامة الشريط من الأخطاء اللغوية والمطبعية ، بالإضافة الي معرفة الخدمات المصاحبة للشريط الإخباري .

كما حدد الباحث عدداً من الأشرطة الإخبارية التي تعرض عبر فضائيات مختلفة في الفترة من 2018/07/06م وحتى 2018/07/13م ، والأشرطة المختارة كانت كالآتي

الشريط الإخباري لقناة العربية الفضائية .

الشريط الإخباري لقناة بي بي سي .

الشريط الإخباري لقناة فرانس 24 .

الشريط الإخباري لقناة الحدث الليبية .

الشريط الإخباري لقناة الليبية الفضائية .

الشريط الإخباري لقناة الرسمية الليبية .

الشريط الإخباري لقناة النبا الفضائية .

نعرض الآن نتائج كل شريط إخباري على حدة :-

الشريط الإخباري لقناة العربية

يأخذ شكلاً متصل البداية والنهاية بحجم خط متوسط ولون خط أسود وخلفية بيضاء يتم تحديث الأخبار كل 12 ساعة ويتناول مضامين تتفاوت بين السياسي والاقتصادي والرياضي والثقافي والعسكري وبسرعة عرض متوسطة متخذاً مجالاً جغرافياً عالمياً ولا توجد أشرطة مصاحبة وسلامة لغته 100% وبدون اخطاء مطبعية ، كما يقدم خدمة الساعة وتوجه القناة نقل الاخبار وملكية القناة ملكية خاصة .

الشريط الإخباري لقناة بي بي سي

شريط متصل البداية والنهاية بحجم خط متوسط ولون أبيض وخلفية حمراء ، دائم التحديث للأخبار ومضمونه متفاوت ما بين السياسي والاقتصادي والرياضي والثقافي ، وسرعته متوسطة ومجال جغرافيته عام لا يوجد أشرطة مصاحبة له لا سيما بعض الأخبار العاجلة أثناء وقوعها ، وسلامة لغته 100% وتوجه القناة تقديم الأخبار وملكيته عامة تابعة لهيأة الإذاعة البريطانية .

الشريط الإخباري لقناة 24 الفرنسية

شكل الشريط منفصل بحجم خط متوسط ولون أسود وخلفية بيضاء ، يتم تحديثه كل 24 ساعة مضامينه متفاوتة ما بين السياسي والعسكري والاقتصادي والثقافي والرياضي ، متوسط السرعة مجاله الجغرافي عام وسلامة لغته 100% لا توجد أشرطة مصاحبة ولا خدمات وتوجه القناة نقل الاخبار وملكيته عامة تابعة للجمهورية الفرنسية .

الشريط الإخباري لقناة الحدث الليبية

شريط متصل البداية والنهاية بحجم خط أقرب للكبير بلون اسود وخلفية بيضاء لا يوجد تحديث للأخبار وهناك تكرار لعرض الأخبار يصل الى عدة أيام مضامين أخباره سياسية وعسكرية واقتصادية مجالها في الغالب محلي لا توجد له أشرطة مصاحبة ، وتوجد به اخطاء لغوية ومطبعية ، ويقدم خدمة الوقت توجه القناة أخباري موجه ملكيتها خاصة .

الشريط الإخباري لقناة النبا الفضائية

شريط منفصل في الشكل بحجم خط متوسط ولون أبيض وخلفية رمادية غامقة ، يتم تحديثه كل 24 ساعة مضامينه تتفاوت ما بين السياسي والاقتصادي والعسكري يعرض بسرعة مجاله الجغرافي

محلي لا يوجد معه أشرطة مصاحبة وسلامة اللغة 100% ويقدم خدمات الوقت وأسعار العملات والمعادن في ليبيا بشكل مستمر توجه القناة اخباري وملكيته غير معروفة .

الشريط الإخباري لقناة الرسمية الفضائية

شريط متصل البداية والنهاية بحجم خط كبير بلون أسود وخلفية بيضاء ، يتم تحديثه كل 24 ساعة مضمونه مابين الأخبار السياسية والاقتصادية والرياضية كذلك الاعلانات الخدمية التي تقدمها الحكومة للمواطنين سريع العرض مجاله الجغرافي محلي لغته غير سليمة ويوجد به أخطاء مطبعية يقدم خدمة الوقت وميقات الصلاة في العاصمة طرابلس ، توجه القناة عام وملكيته عامة تؤول لحكومة الوفاق الوطني .

الشريط الإخباري لقناة الليبية الفضائية

شريط متصل البداية والنهاية بحجم خط متوسط ولون أسود وخلفية بيضاء يتم تحديث أخباره بعد تكرار عرضه ليوم أو يومين أو أكثر مضمونه يضم أغلب المضامين الإخبارية مجاله الجغرافي محلي في الغالب سريع العرض لا توجد أشرطة مصاحبة له في العرض لغته سليمة ولا توجد به أخطاء مطبعية توجهه القناة إخباري وملكيته عامة تؤول للحكومة المؤقتة .

3.1 الجداول الوصفية للدراسة

قام الباحث بتفريغ استمارة الاستبيان مستخدماً البرنامج الإحصائي spss لجدولة البيانات للحصول على نتائج علمية ودقيقة أساسها اجابات المبحوثين التي تم تفريغها .

وفيما يخص خصائص المبحوثين قام الباحث بتفريغها في الجداول ذات الأرقام 3 ، 4 ، 5 ، 6 ، 7 ، أما الجدول رقم 8 فقد مثل نسبة المبحوثين الذين يتابعون الشريط الإخباري .

وبالإطلاع على نتائج هذا الجدول أتضح أن هناك عدد 21 مبحوثاً لم يتابعوا الشريط الإخباري وهذا ما مثل الفاقد في مجموع استمارات الاستبيان ليصبح عدد الاستمارات التي خضعت للدراسة هي 163 استمارة .

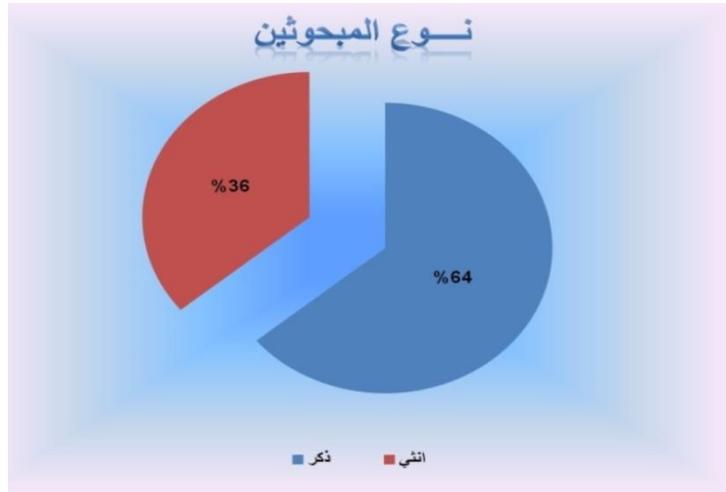
جداول النتائج الوصفية

جدول رقم (3) يبين نوع المبحوثين

| النوع | التكرار | النسبة المئوية |
|----------|---------|----------------|
| ذكر | 123 | 64% |
| أنثى | 61 | 36% |
| الإجمالي | 184 | 100% |

1) النوع :

- توزع المشاركون ضمن عينة البحث من قادة منظمات المجتمع المدني بنغازي والذين بلغ إجمالي عددهم (184) مبحوثاً توزعوا حسب متغير النوع إلى 123 مبحوثاً من الذكور بنسبة مئوية بلغت 64% مثلوا الجزء الأكبر من عينة الدراسة ، مقابل 61 مبحوثة من الإناث بلغت نسبتهن 36% من إجمالي العينة كما هو موضح في الجدول رقم ((3)) ، وهذه نتيجة طبيعية لأن عمل منظمات المجتمع المدني يتطلب العمل في أوقات وأماكن مختلفة تتناسب وظروف الذكور أكثر مما يتناسب مع الإناث.

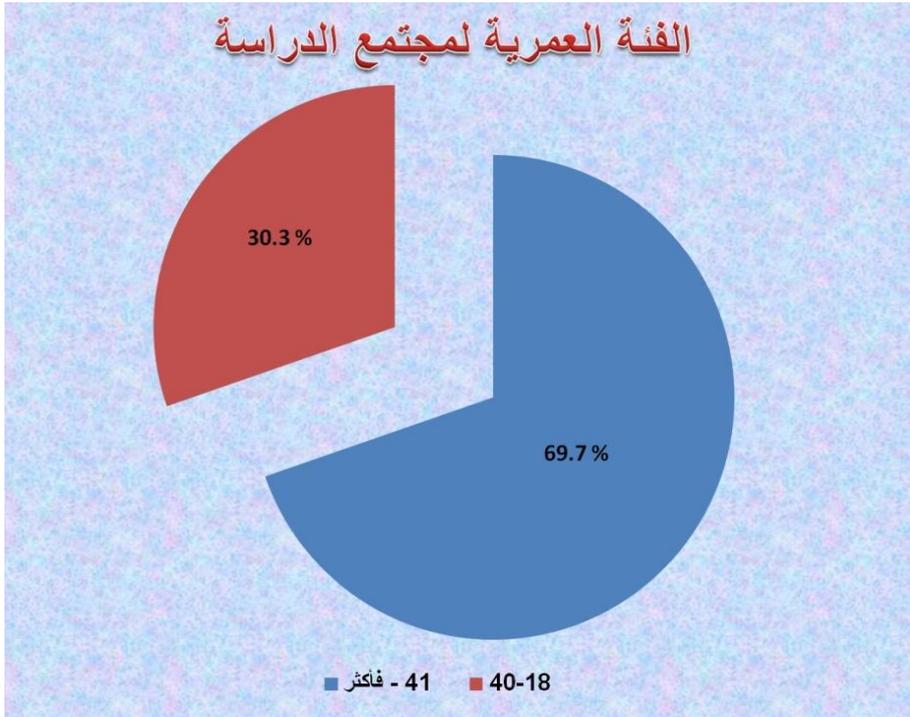


شكل رقم 1

جدول رقم (4) يبين فئة العمر لمجتمع الدراسة .

| المرحلة العمرية | التكرار | النسبة المئوية |
|-----------------|---------|----------------|
| 41 - فأكثر | 122 | 69.7 % |
| 40-18 | 62 | 30.3 % |
| الإجمالي | 184 | 100 % |

توضح بيانات الجدول رقم (4) والخاص بمتغير العمر إن الفئة العمرية والتي هي من 41 سنة فأكثر كانت في المرتبة الأولى ويتكرر بلغ 122 مفردة وبنسبة بلغت 69.7 % وأما الفئة العمرية من 18 إلى 40 سنة جاءت بتكرار بلغ 62 من مجتمع الدراسة وبنسبة 30.3 % وهذه نتيجة طبيعية حيث أن الأكبر سناً في الغالب هم الأكثر اهتماماً بالإعمال الخيرية .



شكل رقم 2

جدول رقم (5) يبين الحالة الاجتماعية لمجتمع الدراسة .

| النسبة المئوية | التكرار | الفئة |
|----------------|---------|----------|
| 61.1 % | 108 | متزوج |
| 22.9 % | 40 | أعزب |
| 8 % | 18 | أرمل |
| 8 % | 18 | مطلق |
| 100 % | 184 | الإجمالي |

متزوج :-

جاءت هذه الفئة بالمرتبة الأولى بعدد 108 مبحوثاً ونسبة مئوية بلغت 61.1 %

أعزب :-

جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثانية بعدد 40 مبحوث ونسبة مئوية بلغت 22.9 %.

أرمل :-

جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثالثة بعدد 18 مبحوثاً ونسبة مئوية بلغت 8 %.

مطلق :-

كذلك جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثالثة بعدد 18 مبحوثاً ونسبة مئوية بلغت 8 %.

وهذه النتيجة تؤيد نتيجة الجداول السابقة الخاصة بالفئة العمرية حيث أن أغلب قادة منظمات

المجتمع المدني من الفئة العمرية المتقدمة في السن أي أكثر من 41 سنة .



شكل رقم 3

جدول رقم (6) يبين المستويات التعليمية لمجتمع الدراسة.

| النسبة المئوية | التكرار | الفئة |
|----------------|---------|----------|
| 44 % | 108 | جامعي |
| 21.7 % | 40 | ثانوي |
| 20.6 % | 15 | دبلوم |
| 12 % | 15 | ماجستير |
| 1.7 % | 6 | دكتوراه |
| 100 % | 184 | الإجمالي |

جامعي :

جاءت هذه الفئة بالمرتبة الأولى بعدد 108 مبحثاً ونسبة مئوية بلغت 44% .

ثانوي :-

جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثانية بعدد 40 مبحثاً ونسبة مئوية بلغت 21.7%.

دبلوم :-

جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثالثة بعدد 15 مبحثاً ونسبة بلغت 20.6%.

ماجستير :-

جاءت هذه الفئة بالمرتبة الرابعة بعدد 15 مبحثاً ونسبة بلغت 12%.

دكتوراه:-

جاءت هذه الفئة بالمرتبة الخامسة بعدد 6 مبحوثين ونسبة بلغت 1.7%.

ويجمع المستويات التعليمية من الجامعة فأكثر يتضح أن أغلب قادة منظمات المجتمع المدني

من أصحاب المستويات التعليمية العالية وهذه نتيجة طبيعية لما تتطلبه هذه المهنة من قدر

كافي من العلم والمعرفة .



شكل رقم 4

جدول رقم (7) يبين مجال العمل لمجتمع الدراسة.

| النسبة المئوية | التكرار | الفئة |
|----------------|---------|-------------------|
| 48 % | 84 | أعمال خيرية |
| 18.3 % | 35 | قانون وحقوق إنسان |
| 14.3 % | 28 | الخدمة الاجتماعية |
| 5.7 % | 13 | توعية |
| 13.7 % | 24 | أخرى |
| 100 % | 184 | الإجمالي |

أعمال خيرية :

جاءت هذه الفئة بالمرتبة الأولى بعدد 84 مبحوثاً ونسبة مئوية بلغت 48% .

قانون وحقوق الإنسان :-

جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثانية بعدد 35 مبحوثاً ونسبة مئوية بلغت 18.3%

الخدمة الاجتماعية :-

جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثالثة بعدد 28 مبحوثاً ونسبة بلغت 14.3%.

توعية:-

جاءت هذه الفئة بالمرتبة الخامسة بعدد 13 مبحوثاً ونسبة بلغت 5.7%.

وهذه النتيجة واقعية لأن الناس في مجتمعنا في حاجة ماسة لمثل هذه الأعمال والأنشطة الخيرية

والتي هي في مقدمة مجال العمل لمجتمع البحث .

أخرى :-

جاءت هذه الفئة بالمرتبة الرابعة بعدد 24 مبحوثاً ونسبة بلغت 13.7%.



شكل رقم 5

جدول رقم (8) يبين حجم متابعة الشريط الاخباري

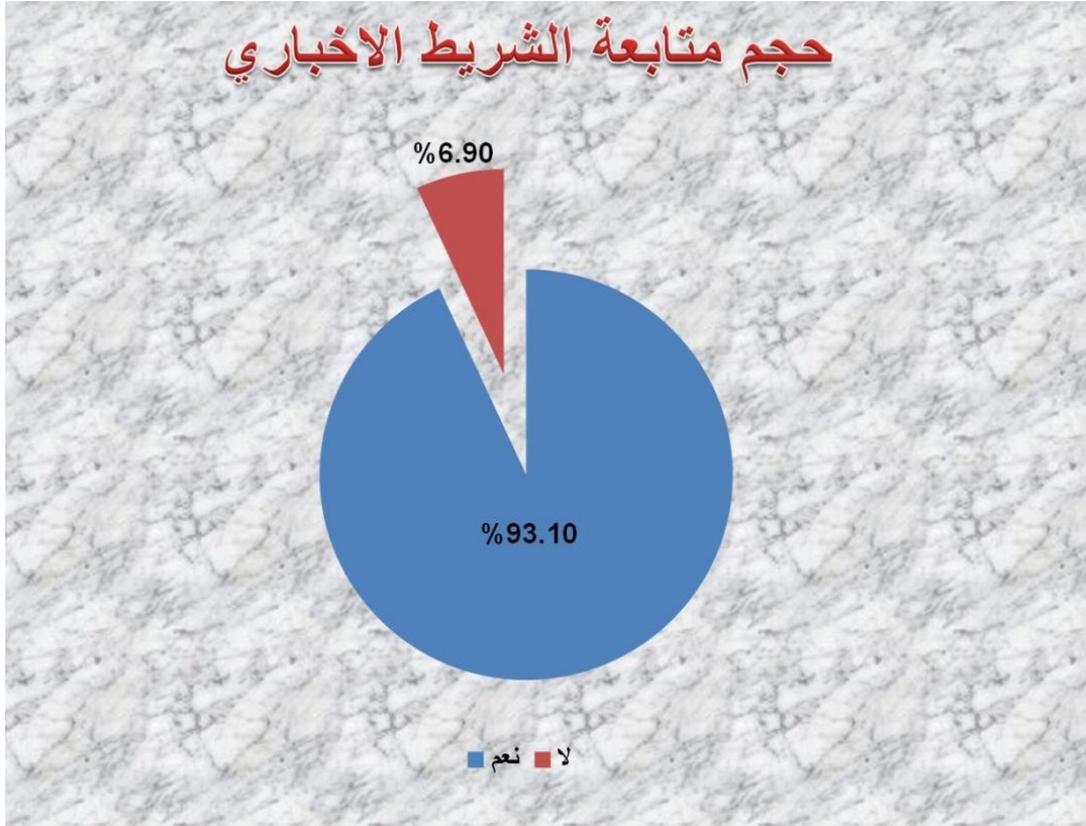
| النسبة المئوية | التكرار | الفئة |
|----------------|---------|----------|
| 93.1 % | 163 | نعم |
| 6.9 % | 21 | لا |
| 100 % | 184 | الإجمالي |

نعم

هذه الفئة من مجتمع الدراسة بعدد 163 مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت 93.1 % .

لا

عدد الذين لا يتابعون الشريط الاخباري من مجتمع الدراسة بلغ 21 مبحوثاً وبنسبة بلغت 6.9 %.



شكل رقم 6

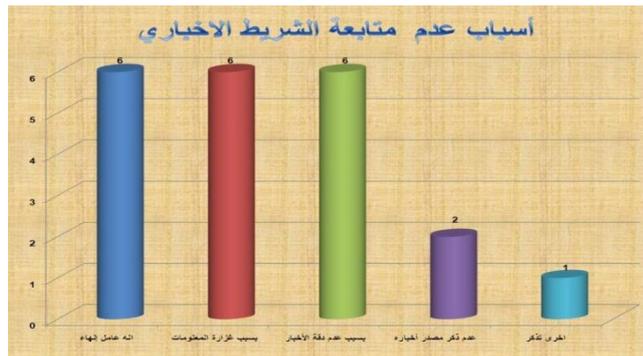
جدول رقم (9) يبين أسباب عدم متابعة الشريط الاخباري .

| النسبة المئوية | التكرار | الفئة |
|----------------|---------|----------------------|
| % 25 | 6 | إنه عامل إلهاء |
| %25 | 6 | بسبب غزارة المعلومات |
| %25 | 6 | بسبب عدم دقة الأخبار |
| %16.7 | 2 | عدم ذكر مصدر أخباره |
| %8.3 | 1 | أخرى تذكر |
| %100 | 21 | الإجمالي |

جاءت فئات إنه عامل الهاء وسبب غزارة المعلومات وعدم دقة أخباره بالمرتبة الأولى بعدد (6) مبحوثين لكل فئة وبنسبة مئوية بلغت 25% لكل فئة .

عدم ذكر مصادر أخباره :- جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثانية بعدد (2) مبحوث ونسبة مئوية بلغت 16.7%.

جاءت فئة أخرى تذكر بالمرتبة الثالثة بعدد مبحوث واحد ونسبته مئوية بلغت 8.3% .
وبهذا تم استبعاد 21 مبحوثاً لم يتابعوا الشريط الاخباري .



شكل رقم 7

جدول رقم (10) يبين أسباب متابعة الشريط الاخباري

| النسبة المئوية | التكرار | الفئة |
|----------------|---------|--------------------------------|
| 49.7 % | 81 | من أجل معرفة آخر الأخبار |
| 23.2 % | 38 | لاتسامه بالسرعة في نقل الأخبار |
| 13.5 % | 22 | بسبب كثافة وتكرار نشر الأخبار |
| 9.2 % | 15 | لأن أخباره تتسم بالموضوعية |
| 4.3 % | 7 | لأن مصادره موثوقة |
| 100 % | | الإجمالي |

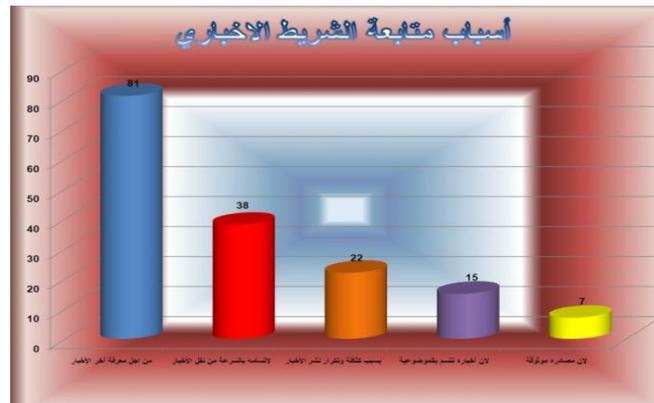
1. جاءت فئة من أجل معرفة آخر الأخبار بالمرتبة الأولى بعدد 81 مبحوث وبنسبة مئوية بلغت 49.7 % .

2. وجاءت فئة لاتسامه بالسرعة في نقل الأخبار بالمرتبة الثانية بعدد 38 مبحوث وبنسبة مئوية بلغت 23.2 % .

3. أما فئة كثافة وتكرار نشر الأخبار جاءت بالمرتبة الثالثة بعدد (22) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت 13.5 % .

4. وجاءت في المرتبة الرابعة فئة أخباره تتسم بالموضوعية بعدد (15) مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت 9.2 % .

5. أما المرتبة الخامسة فكانت لفئة مصادره موثوقة بعدد (7) مبحوثين وبنسبة مئوية بلغت 4.3 %



شكل رقم 8

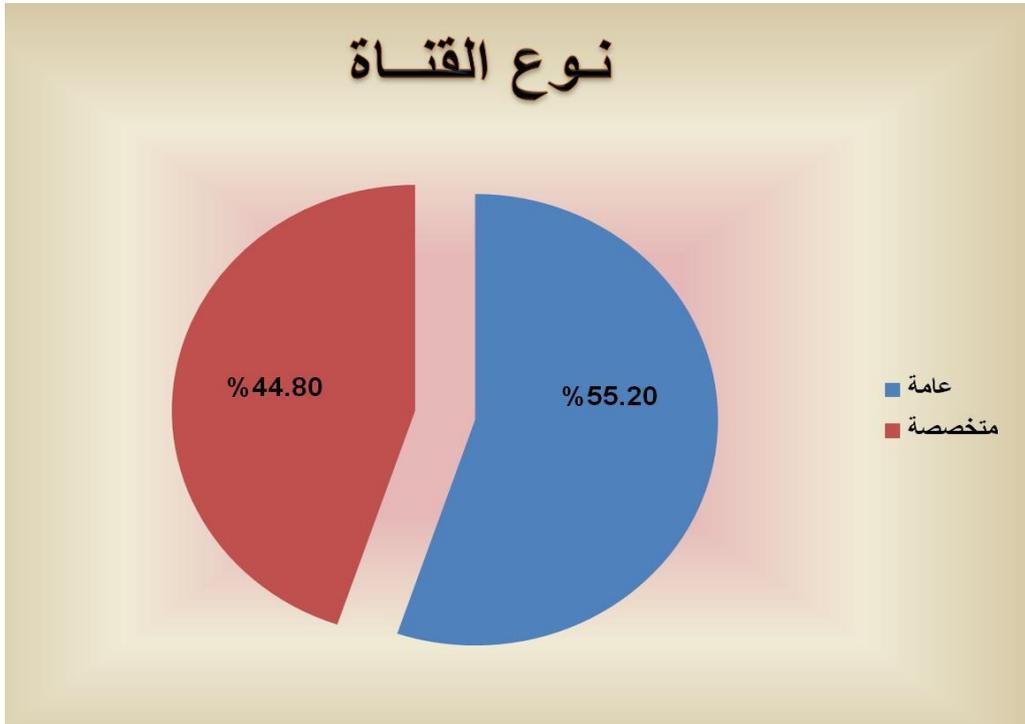
جدول رقم (11) يبين نوع القناة

| النسبة المئوية | التكرار | الفئة |
|----------------|---------|----------|
| 55.2 % | 90 | عامة |
| 44.8 % | 73 | متخصصة |
| 100 % | | الإجمالي |

عامة - جاءت هذه الفئة في المرتبة الأولى بعدد 90 مبحوثاً ونسبة مئوية بلغت 55,2 % .

متخصصة - جاءت هذه الفئة بالمرتبة الثانية بعدد 73% مبحوثاً ونسبة مئوية بلغت 44,8 %

وهذا يوضح أن عينة المبحوثين متابعين للشريط الإخباري دون تميز بين القنوات .



شكل رقم 9

جدول رقم (12) يوضح الوقت المستغرق لمتابعة الشريط الإخباري

| النسبة المئوية | التكرار | الفئة |
|----------------|---------|-------------------------------|
| 79.8 % | 130 | أقل من ساعة يومياً |
| 16 % | 26 | من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات |
| 4.3 % | 7 | ثلاثة ساعات فأكثر |
| 100 % | | الإجمالي |

تبين من اجابات المبحوثين وفق هذا الجدول إن فئة الوقت الذي يتابع فيه الشريط أقل من ساعة

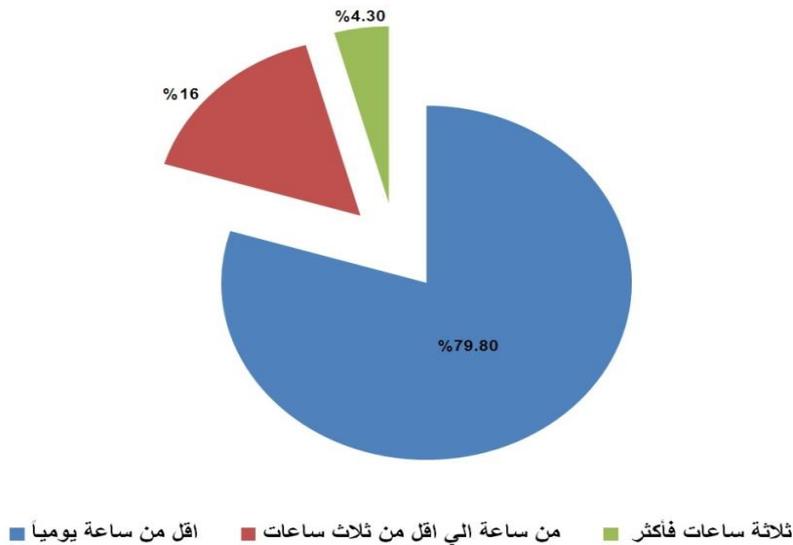
يومية جاءت بالمرتبة الأولى بعدد 130 مبحوثاً ونسبة مئوية بلغت 79.8 % .

وجاءت فئة من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات بالمرتبة الثانية بعدد 26 مبحوثاً وبنسبة مئوية

بلغت 16 % .

أما فئة ثلاث ساعات فأكثر بعدد 7 مبحوثين وبنسبة مئوية بلغت 4.3 % .

الوقت المستغرق لمتابعة الشريط الاخباري



شكل رقم 10

جدول رقم (13) يبين الزمن المستغرق لقراءة الشريط الإخباري

| النسبة المئوية | التكرار | الفئة |
|----------------|---------|------------|
| 54.6 % | 89 | ثلاث دقائق |
| 26.4 % | 43 | خمس دقائق |
| 3.7 % | 6 | ثمان دقائق |
| 15.3 % | 25 | عشر دقائق |
| 100 % | | الإجمالي |

لمعرفة الوقت الذي يستغرقه المبحوث لقراءة الشريط الإخباري طرح تساؤل بخيارات كم الوقت الذي تستغرقه لقراءة الشريط الإخباري (ثلاث دقائق - خمس دقائق - ثمان دقائق - عشر دقائق) وكانت اجابات المبحوثين على هذا النحو :-

المبحوثين الذين يستغرقون ثلاث دقائق لقراءة الشريط الاخباري في المرتبة الأولى بعدد 89 مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت 54.6 % .

والمبحوثين الذين يستغرقون خمس دقائق في المرتبة الثانية بعدد 43 مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت 26.4 % .

وأما المبحوثين الذين يستغرقون عشر دقائق بعدد 25 مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت 15.3 % وهم في المرتبة الثالثة والمبحوثين الذين يستغرقون ثمان دقائق بالمرتبة الرابعة بعدد 6 مبحوثين وبنسبة مئوية بلغت 3.7 % . وهذا التفاوت في الوقت المستغرق قد يكون له علاقة بالمستوى التعليمي أو التركيز والاهتمام بأخبار الشريط .



شكل رقم 11

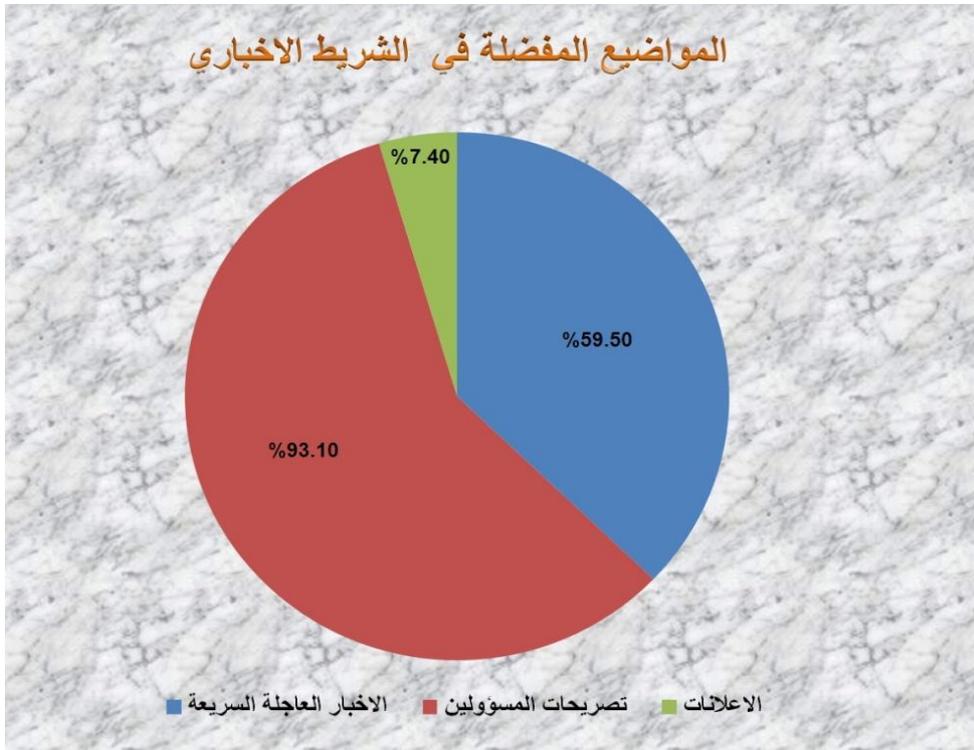
جدول رقم (14) يبين المواضيع المفضلة في الشريط الإخباري

| النسبة المئوية | التكرار | الفئة |
|----------------|---------|-------------------------|
| 59.5% | 97 | الأخبار العاجلة السريعة |
| 93.1% | 54 | تصريحات المسؤولين |
| 7.4% | 12 | الإعلانات |
| 100% | | الإجمالي |

وضحت نتائج الجدول رقم 14 والخاصة بالمواضيع الأكثر تفضيلاً في الشريط

الإخباري لدى المشاهد على النحو التالي :-

جاءت فئة الأخبار العاجلة السريعة في المرتبة الأولى بعدد 97 مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت 59.5 % ثم فئة التصريحات في المرتبة الثانية بعدد 54 مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت 33.1 % وفئة الإعلانات في المرتبة الثالثة بعدد 12 مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت 7.4 % وهذه نتيجة طبيعية حيث أن الأخبار العاجلة هي الأكثر أهمية إذ لم تتناولها نشرات الأخبار بعد .



شكل رقم 12

جدول رقم (15) يوضح المكان المفضل لمتابعة الشريط الإخباري

| النسبة المئوية | التكرار | الفئة |
|----------------|---------|-----------------------------|
| 46.6 % | 76 | كلما سنحت فرصة للمتابعة |
| 34.4 % | 56 | مساءً في المنزل مع العائلة |
| 9.8 % | 16 | عند انتظارك للطبيب بالعيادة |
| 9.2 % | 15 | في المقهى مع الأصدقاء |
| 100 % | | الإجمالي |

كانت اجابات المبحوثين حول المكان المفضل لمتابعة الشريط الإخباري على النحو التالي

جاءت فئة كلما سنحت الفرصة لذلك في المرتبة الأولى بعدد 76 مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت 46.6

% تلتها فئة مساءً في المنزل مع العائلة في المرتبة الثانية بعدد 56 مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت

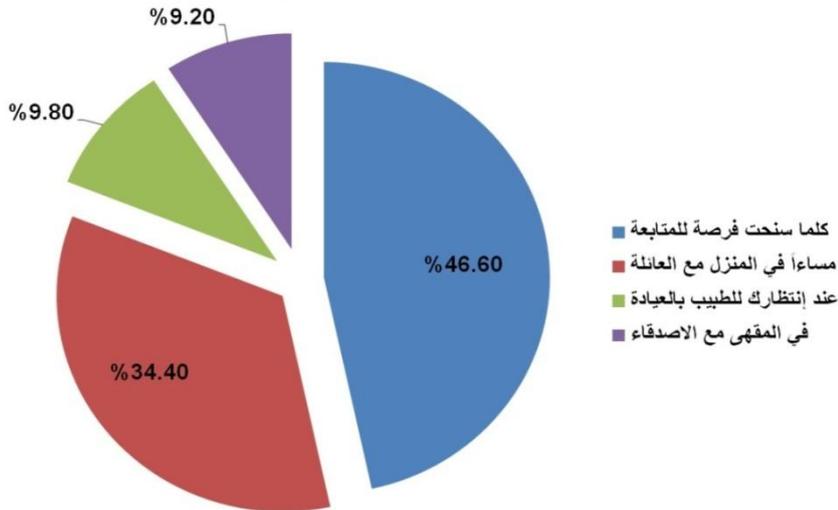
34.4 % ... وفئة عند إنتظار الطبيب في العيادة بالمرتبة الثالثة بعدد 16 مبحوثاً وبنسبة مئوية

بلغت 9.8 % ، أما فئة في المقهى مع الأصدقاء فجاءت في المرتبة الرابعة بعدد 15 مبحوثاً

وبنسبة مئوية بلغت 9.2 % ، وهذه نتيجة منطقية إذ أنها قد تجمع الفئات جميعها وذلك يعطي أهمية

للشريط الإخباري .

المكان المفضل لمتابعة الشريط الإخباري



شكل رقم 13

جدول رقم (16) يبين لون الخط ولون الخلفية التي يحبذها المبحوثين في الشريط الإخباري

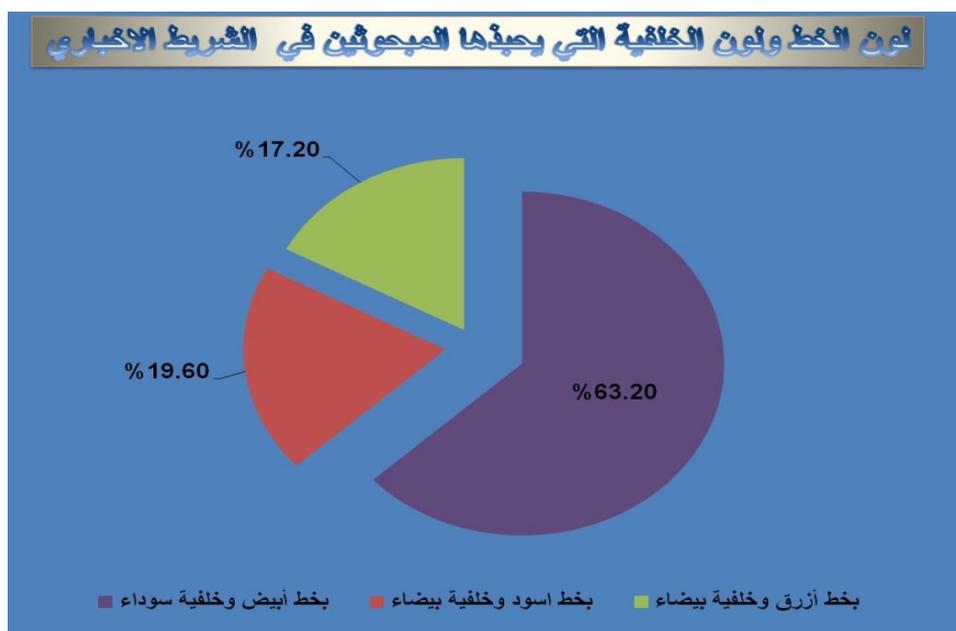
| النسبة المئوية | التكرار | الفئة |
|----------------|---------|-----------------------|
| 63.2 % | 103 | بخط أبيض وخلفية سوداء |
| 19.6 % | 32 | بخط أسود وخلفية بيضاء |
| 17.2 % | 28 | بخط أزرق وخلفية بيضاء |
| 100 % | | الإجمالي |

من خلال اجابات المبحوثين تبين :-

إن فئة بخط أبيض وخلفية سوداء جاءت بالمرتبة الأولى بعدد 103 مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت 63.2 %

أما فئة بخط أسود وخلفية بيضاء جاءت بعدد 32 مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت 19.6 % وجاءت بالمرتبة الثالثة فئة بخط أزرق وخلفية بيضاء بعدد 28 مبحوثاً وبنسبة مئوية وصلت إلى

17.2 %



شكل رقم 14

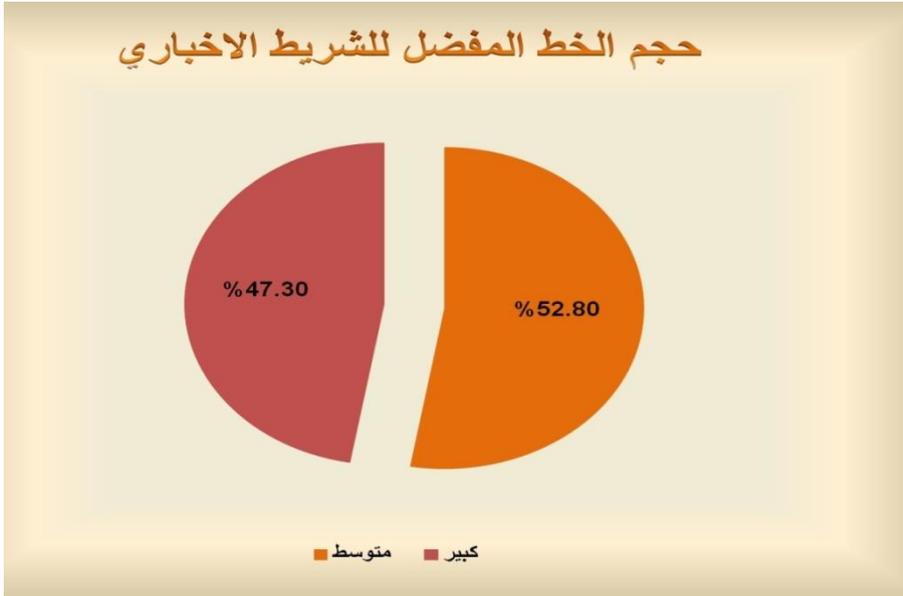
جدول رقم (17) يبين حجم الخط المفضل للشريط الإخباري

| النسبة المئوية | التكرار | الفئة |
|----------------|---------|----------|
| 52.8 % | 86 | متوسط |
| 47.3 % | 77 | كبير |
| 100 % | 163 | الإجمالي |

جاءت اجابات المبحوثين على هذا النحو :-

كانت فئة متوسط بالمرتبة الأولى بعدد 86 مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت 52.8 % وأما فئة كبير فكانت في المرتبة الثانية بعدد 77 مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت 47.3 % .

وهذه النتيجة تؤكد أن مجتمع الدراسة لا يهذب حجم الخط الصغير في متابعة الشريط الإخباري . وربما لكونه لا يساعد على القراءة السريعة بمتابعة الشريط الإخباري .



شكل رقم 15

جدول رقم (18) يوضح عدد الأشرطة المعروضة المحبذ لمجتمع الدراسة

| النسبة المئوية | التكرار | الفئة |
|----------------|---------|-------------|
| 79.1 % | 129 | شريط واحد |
| 25 % | 25 | شريطين |
| 9 % | 9 | ثلاثة أشرطة |
| 100 % | 163 | الإجمالي |

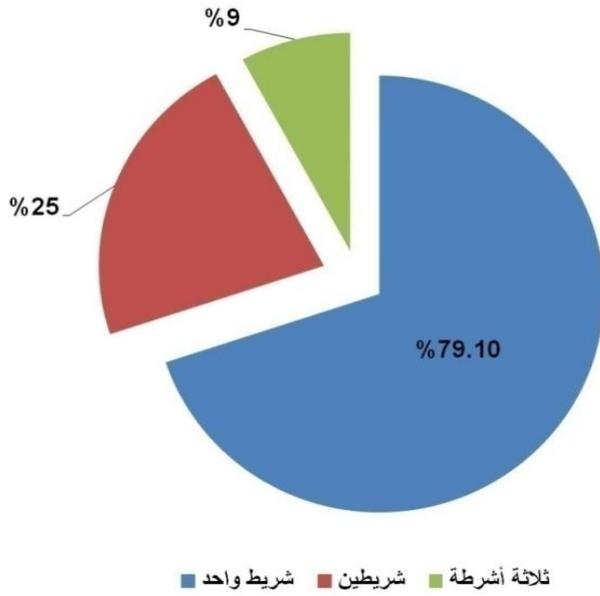
تم سؤال عينة الدراسة عن عدد الأشرطة المحبذ عرضها على الشاشة فكانت إجاباتهم على النحو

التالي :-

فئة شريط واحد جاءت في المرتبة الأولى بعدد 129 مبحوثاً وبنسبة بلغت 79.1 % تلتها فئة
 اثنان بالمرتبة الثانية بعدد 25 مبحوثاً ونسبة بلغت 15.3 % أما فئة ثلاث أشرطة جاءت بالمرتبة
 الثالثة بعدد 9 مبحوثين وبنسبة بلغت 5.5 % وهذه النتائج تتوافق مع النتيجة التي توصل إليها
 الباحث الزباني في دراسته .

حيث جاءت فئة شريط واحد بعدد 194 مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت 77.9 % الأمر الذي يؤكد أن
 عرض شريط واحد مناسب جداً ، لأن ذلك يتيح فرصة للمشاهد لمتابعة الشريط الإخباري .

عدد الأشرطة المفضل متابعتها عبر الشريط الإخباري لمجتمع الدراسة



شكل رقم 16

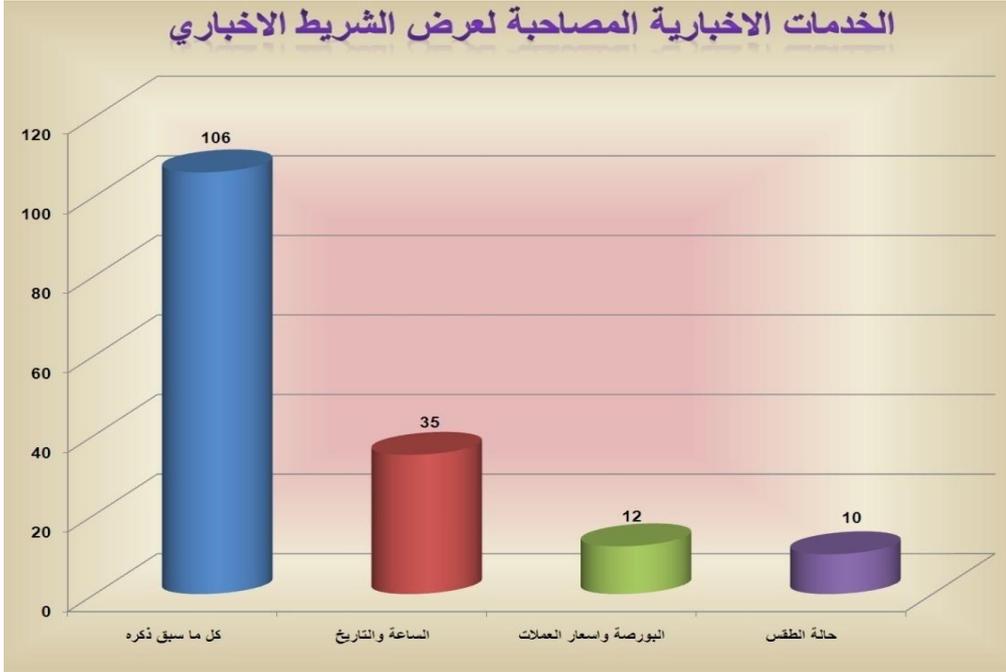
جدول رقم (19) يبين الخدمات الإخبارية المصاحبة لعرض الشريط الإخباري

| النسبة المئوية | التكرار | الفئة |
|----------------|---------|------------------------|
| 6.1% | 10 | حالة الطقس |
| 21.5% | 35 | الساعة والتاريخ |
| 7.4% | 12 | البورصة وأسعار العملات |
| 65% | 106 | كل ما سبق ذكره |
| 100% | 163 | الإجمالي |

تشير بيانات الجدول رقم (19) أن فئة كل ما سبق ذكره جاءت في المرتبة الأولى بعدد 106

مبحوثاً وبنسبة مئوية بلغت 65% أما فئة الساعة والتاريخ جاءت بالمرتبة الثانية بعدد 35 مبحوثاً

وينسبة بلغت 21.5 % وجاءت فئة البورصة وأسعار العملات بالمرتبة الثالثة بعدد 12 مبحوثاً
وينسبة بلغت 7.4 % تلتها فئة حالة الطقس بعدد 10 مبحوثين وبنسبة مئوية وصلت إلى 6.1 %
ومن خلال هذه البيانات تبين للباحث أن عينة الدراسة تهتم بمتابعة الخدمات المصاحبة للشريط
الإخباري وتعدّها مهمة ولاغنى عنها لكل الأسباب التي ذكرت.



شكل رقم 17

جدول رقم (20) يبين شكل الشريط المفضل في عرض الأخبار

| النسبة المئوية | التكرار | الفئة |
|----------------|---------|------------------------|
| 59.5 % | 97 | منفصلاً كل خير على حده |
| 40.5 % | 66 | متصلاً في عرض الأخبار |
| 100 % | 163 | الإجمالي |

عند استعراض بيانات الجدول رقم (20) كانت إجابات الباحثين على هذا النحو :-

جاءت فئة منفصلاً كل خير على حدة بعدد 97 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 59.5 % تلتها متصلاً

في عرض الأخبار بعدد 66 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 40.5 % وهي نتيجة متقاربة .

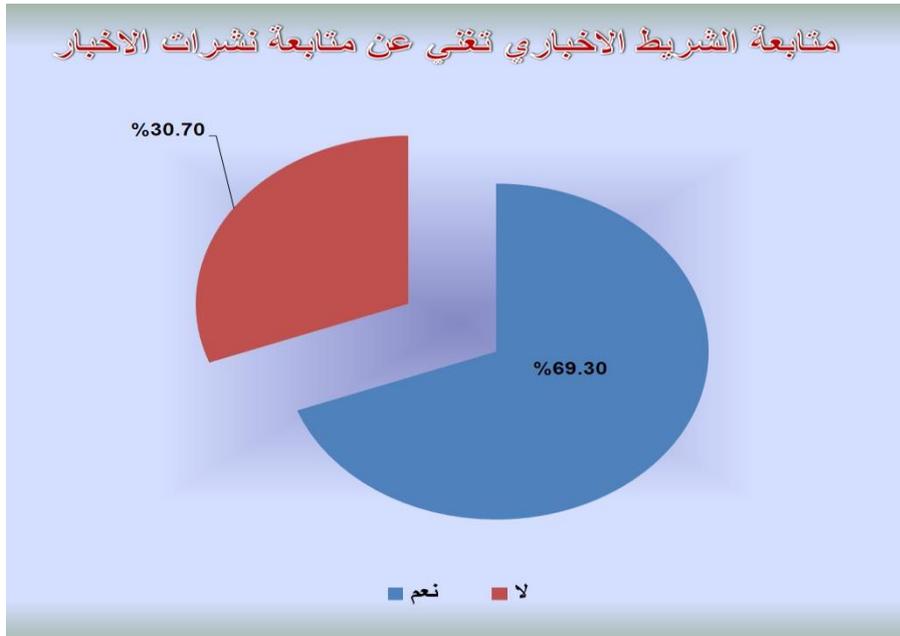


شكل رقم 18

جدول رقم (21) ما إذا كانت متابعة الشريط الإخباري تغني عن متابعة نشرات الأخبار

| الفئة | التكرار | النسبة المئوية |
|----------|---------|----------------|
| نعم | 113 | 69.3 % |
| لا | 50 | 30.7 % |
| الإجمالي | 163 | 100 % |

يتبين من الجدول رقم (21) أن عدد 113 مبحوثاً أكدوا أن متابعة الشريط الإخباري تغنيهم عن متابعة نشرات الأخبار وبنسبة مئوية وصلت 69.3 % وفئة لا فقد كانت 50 مبحوثاً وبنسبة مئوية قاربت من 30.7 % وهذا ما يؤكد أن الشريط الإخباري في القنوات الفضائية عادة ما يكون مليئاً بالأخبار السريعة والعاجلة والخدمات الإرشادية والإعلانية وتصريحات المسؤولين وبذلك يعبر عن عينة الدراسة التي ترى أن أهمية الشريط الإخباري تفوق أهمية نشرات الأخبار .



شكل رقم 19

جدول رقم (22) يبين درجة تأثير متابعة الشريط الإخباري
على متابعة نشرات الأخبار

| النسبة المئوية | التكرار | الفئة |
|----------------|---------|----------------|
| 69.1 % | 78 | أثرت |
| 27.4 % | 31 | أثرت إلى حد ما |
| 3.5 % | 4 | لم تؤثر |
| 100 % | | الإجمالي |

من الجدول رقم (22) يتضح أن فئة أثرت قد جاءت في المرتبة الأولى بعدد 78 تكراراً بنسبة مئوية بلغت 69.1 % وتلتها فئة إلى حد ما بعدد 31 تكرار وبنسبة مئوية بلغت 27.4 % وجاءت في المرتبة الثالثة فئة لم تؤثر بعدد 4 تكرارات وبنسبة مئوية بلغت 3.5 % ومن هذه النتائج يتضح للباحث أن فئتي أثرت وإلى حد ما يشكلان ما نسبته 97 % من المتابعين وهذا مؤشر قوي يدل على درجة تأثير عالية للشريط الإخباري بمعنى أن نسبة 97 % من مجتمع الدراسة يقرون بقوة تأثير الشريط الإخباري عليهم ، وأنه مهم بالنسبة لهم وهذه نتيجة تؤكد ما توصلت إليه نتيجة الجدول السابق التي وضحت أن أهمية الشريط الإخباري تفوق أهمية نشرات

الأخبار .



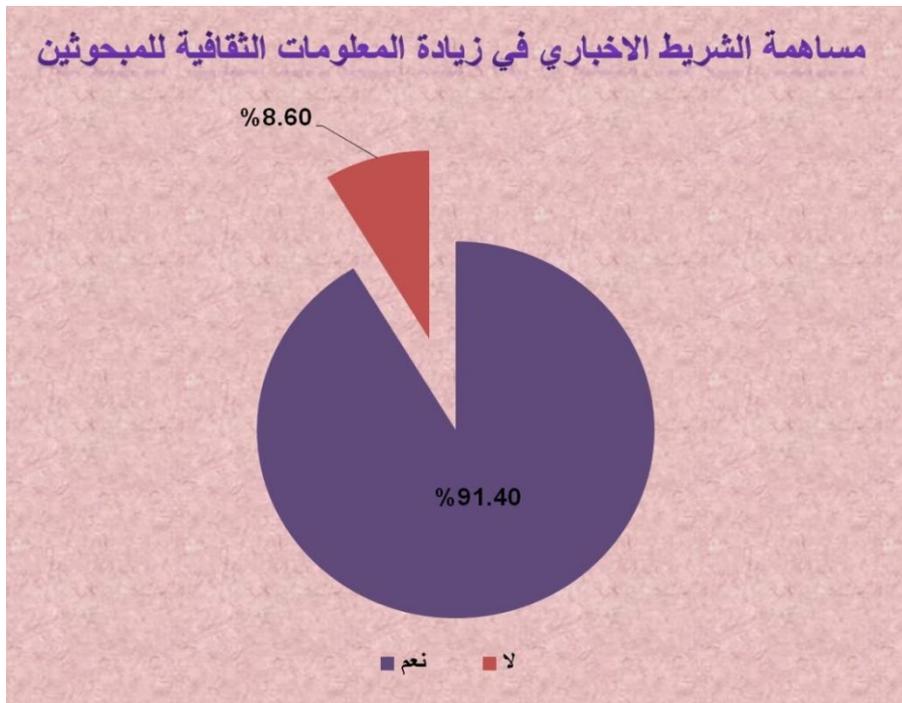
شكل رقم 20

جدول رقم (23) يبين مدى مساهمة الشريط الإخباري
في زيادة المعلومات الثقافية للمبحوثين

| النسبة المئوية | التكرار | الفئة |
|----------------|---------|----------|
| % 91.4 | 149 | نعم |
| % 8.6 | 14 | لا |
| %100 | | الإجمالي |

يبين الجدول رقم (23) أن فئة نعم جاءت في المرتبة الأولى بعدد 149 مبحوث وبنسبة مئوية بلغت 94.4 % أما فئة لا فقد جاءت في المرتبة الثانية بعدد 14 مبحوثاً وبنسبة مئوية وصلت 8.6 % .

وهذه النتائج تعطي مؤشراً إلى أن الشريط الإخباري يساهم مساهمة فعالة وإيجابية في زيادة المعلومات الثقافية للمبحوثين وهذا تأكيد لنتائج الجدولين السابقين 21 ، 22 .



شكل رقم 21

جدول رقم (24) يوضح رأي المبحوثين في نوع الأخبار التي تعرض على الشريط الإخباري الذي يتابعونه

| النسبة المئوية | التكرار | الفئة |
|----------------|---------|--------------|
| 16 % | 26 | متخصصة |
| 22.1 % | 36 | متنوعة |
| 62 % | 101 | الاثنان معاً |
| 100 % | | الإجمالي |

يبين الجدول رقم (24) أن فئة الاثنان معاً جاءت في المرتبة الأولى بعدد 101 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 26 % وتلتها فئة متنوعة بعدد 36 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 22.1 % ثم جاءت متخصصة بعدد 26 تكراراً وبنسبة بلغت 16 % وهذه إجابات توضح رأي المبحوثين في الأخبار التي يتابعونها في الشريط الإخباري جاءت ما بين المتنوعة والمتخصصة والاثنان معاً ، إلا أن فئة الاثنان معاً كانت الأكثر بروزاً عن الفئات الأخرى .

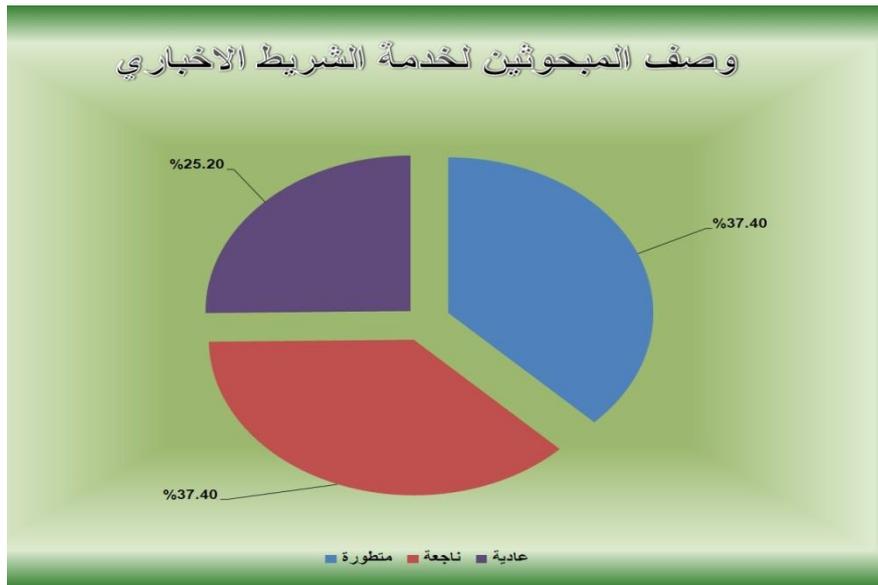


شكل رقم 22

جدول رقم (25) يبين وصف المبحوثين لخدمة الشريط الإخباري

| النسبة المئوية | التكرار | الفئة |
|----------------|---------|----------|
| % 37.4 | 61 | متطورة |
| % 37.4 | 61 | ناجعة |
| % 25.2 | 41 | عادية |
| %100 | | الإجمالي |

يبين الجدول رقم (25) إن فئة متطورة وفئة ناجعة جاءتا بالمرتبة الأولى بحصول كل منهما على 61 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت % 37.4 أما فئة عادية فقد جاءت بالمرتبة الثانية بعدد 41 تكرار وبنسبة مئوية بلغت % 25.2 وهذه النتيجة تؤيد فرضية الباحث بأن الأخبار التي تبث عبر الشريط الإخباري لها فعالية كبيرة على المتلقين ، كما تؤكد أهمية الشريط الإخباري وتؤكد ما جاء في نتائج الجداول السابقة منها جدول رقم (22) وكذلك جدول رقم (20) وغيرها .



شكل رقم 23

جدول رقم (26) يوضح أفضل الأوقات لمتابعة الشريط الإخباري

| النسبة المئوية | التكرار | الفئة |
|----------------|---------|----------|
| 46 % | 75 | المساء |
| 24.5 % | 40 | السهرة |
| 19 % | 31 | الظهرية |
| 10.4 % | 17 | الصباح |
| 100 % | | الإجمالي |

يوضح الجدول رقم (26) إن فئة المساء جاءت بالمرتبة الأولى بعدد 75 تكراراً وبنسبة بلغت 46 % وفئة السهرة جاءت بالمرتبة الثانية بعدد 40 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 24.5 % تلتها فئة الظهرية بالمرتبة الثالثة بعدد 31 تكراراً بنسبة 19 % وجاءت فئة الصباح بالمرتبة الرابعة بعدد 17 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 10.4 % ، وهذه نتيجة منطقية في تسلسلها حيث المساء والسهرة والظهرية أوقات يتابع فيها المشاهدون القنوات الفضائية .



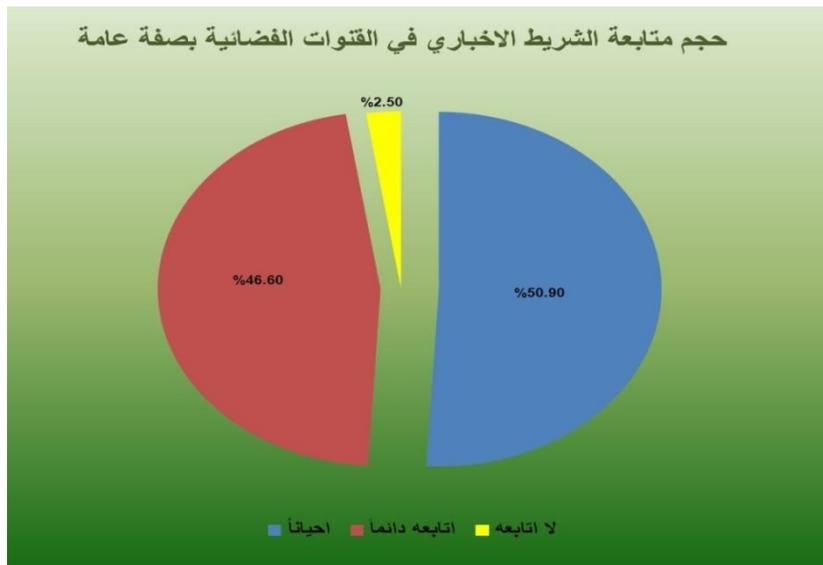
شكل رقم 24

جدول رقم (27) يبين حجم متابعة الشريط الإخباري في القنوات الفضائية بصفة عامة

| النسبة المئوية | التكرار | الفئة |
|----------------|---------|---------------|
| % 50.9 | 83 | أحياناً |
| % 46.6 | 76 | أتابعه دائماً |
| % 2.5 | 4 | لا أتابعه |
| %100 | | الإجمالي |

يوضح الجدول رقم (27) حجم متابعة الشريط الإخباري من قبل عينة الدراسة للقنوات الفضائية بصفة عامة حيث جاءت نتائج فئتي أحياناً وأتابعه دائماً متقاربة بنسبة مئوية لمجموعها بلغت % 97.5 .

وجاءت فئة لا أتابعه بعدد 4 تكرارات وبنسبة مئوية بلغت % 2.5 ومن هذه البيانات يرى الباحث أن نسبة % 97.5 من عينة الدراسة تتابع الشريط الإخباري في القنوات الفضائية متابعة كبيرة ودائمة ، وذلك دلالة على أهميته وهذه النتيجة سبق تأكيدها في تحليل جداول سابقة .

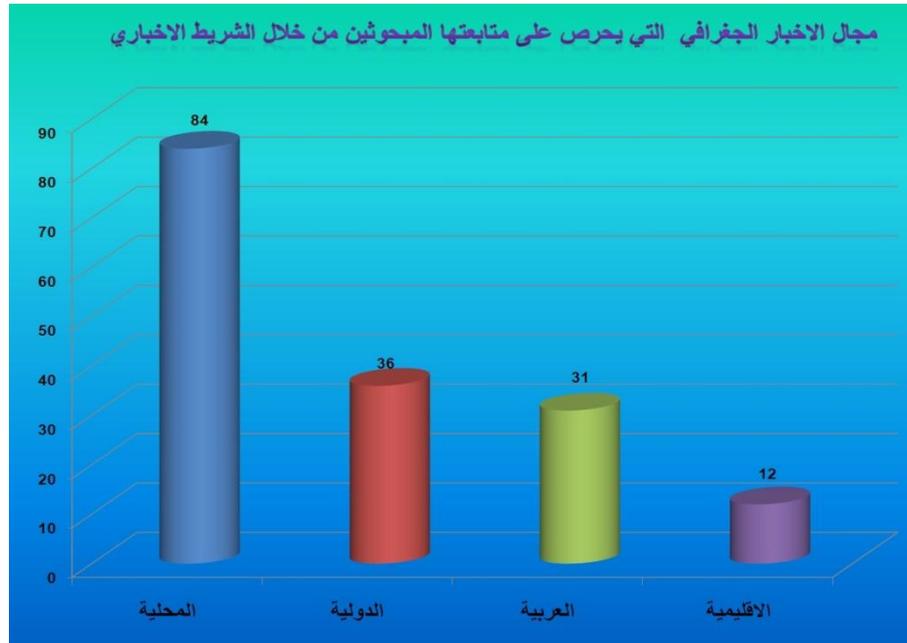


شكل رقم 25

جدول رقم (28) يوضح مجال الأخبار الجغرافي التي يحرص على متابعتها المبحوثين من خلال الشريط الإخباري

| النسبة المئوية | التكرار | الفئة |
|----------------|---------|-----------|
| 51.5 % | 84 | المحلية |
| 22.1 % | 36 | الدولية |
| 19 % | 31 | العربية |
| 7.4 % | 12 | الإقليمية |
| 100 % | | الإجمالي |

تشير بيانات الجدول رقم (28) إن فئة المجال المحلي للأخبار جاءت بالمرتبة الأولى بعدد 84 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 51.5 % تلتها فئة الدولية بعدد 36 تكراراً وبنسبة بلغت 22.1 % وجاءت فئة العربية بالمرتبة الثالثة بعدد 31 تكراراً وبنسبة بلغت 19 % وجاءت فئة الإقليمية بالمرتبة الرابعة بعدد 12 تكراراً وبنسبة 7.4 % من الملاحظ من توزيع تكرارات النسب المئوية تؤيد اهتمام عينة الدراسة بالمجال الجغرافي المحلي للأخبار أي عينة الدراسة تتلقف الأخبار المهمة بالشأن المحلي بنسبة أكبر من المجالات الأخرى ، وهذا يؤكد القول بأن من عوامل الأخبار ومتابعتها عندما تتطرق إلى المجتمع المحلي .



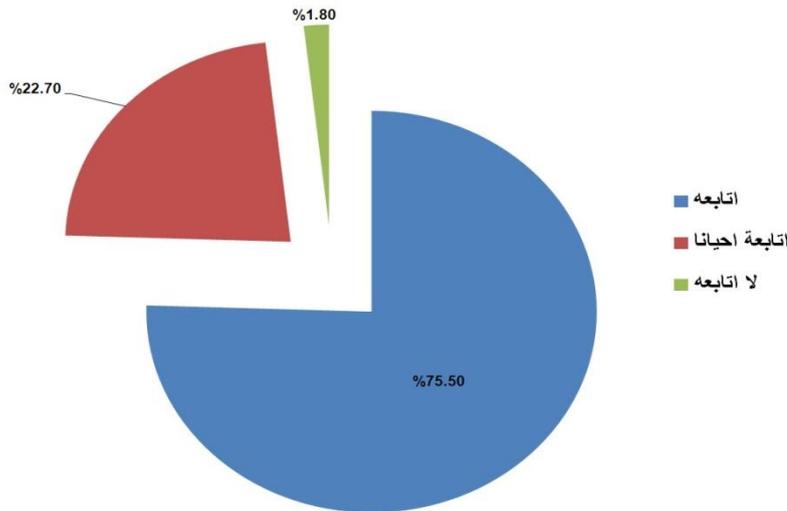
شكل رقم 26

جدول رقم (29) يوضح حجم متابعة المبحوثين للشريط الإخباري
في القنوات الفضائية المتخصصة

| النسبة المئوية | التكرار | الفئة |
|----------------|---------|---------------|
| 75.5 % | 123 | أتابعه |
| 22.7 % | 37 | أتابعة أحيانا |
| 1.8 % | 3 | لا أتابعه |
| 100 % | | الإجمالي |

جاءت فئة أتابعه بعدد 123 تكرار وبنسبة مئوية بلغت 75.5 % في المرتبة الأولى وجاءت فئة أتابعة أحيانا بالمرتبة الثانية بعدد 37 تكرار وبنسبة 22.7 % وجاءت فئة لا أتابعة بالمرتبة الثالثة بعدد 3 تكرارات وبنسبة 1.8 % وإذا جمعنا نتائج الفئة الأولى والثانية نحصل على نسبة 98 % من عينة الدراسة يتابعون الشريط الإخباري في القنوات الفضائية المتخصصة وهي نسبة مرتفعة تعكس مدى كبر حجم متابعة الشريط الإخباري في القنوات الفضائية المتخصصة وهذه النسبة تؤيد ما جاءت به دراسة الزياني بمدى اهتمام أفراد العينة بمتابعة الشريط الإخباري في القنوات المتخصصة .

حجم متابعة المبحوثين للشريط الإخباري في القنوات الفضائية المتخصصة



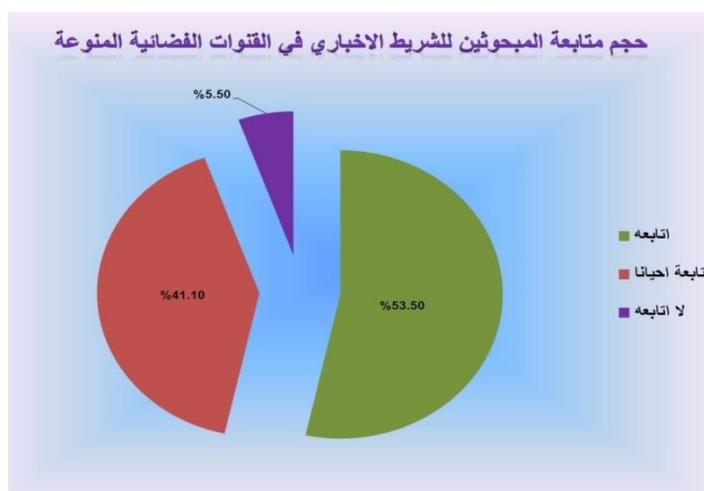
شكل رقم 27

جدول رقم (30) يوضح حجم متابعة المبحوثين للشريط الإخباري في القنوات الفضائية المنوعة

| النسبة المئوية | التكرار | الفئة |
|----------------|---------|---------------|
| 53.5 % | 87 | أتابعه |
| 41.1 % | 67 | أتابعه أحيانا |
| 5.5 % | 9 | لا أتابعه |
| 100 % | 163 | الإجمالي |

جاءت فئة أتابعه بالمرتبة الأولى بعدد 87 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 53.5 % تلتها فئة أتابعه أحيانا بعدد 67 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 41.1 % وجاءت فئة لا أتابعه بالمرتبة الثالثة بعدد 9 تكرارات وبنسبة مئوية بلغت 5.5 % .

فإذا جمعنا الخياران الأول والثاني فإن النسبة المئوية تكون حوالي 95 % من عينة الدراسة وهذا ما يؤكد نتائج الجدول السابق الذي يعكس مدى اهتمام ومتابعة عينة الدراسة للشريط الإخباري سواء كان في القنوات المتخصصة أو المنوعة .



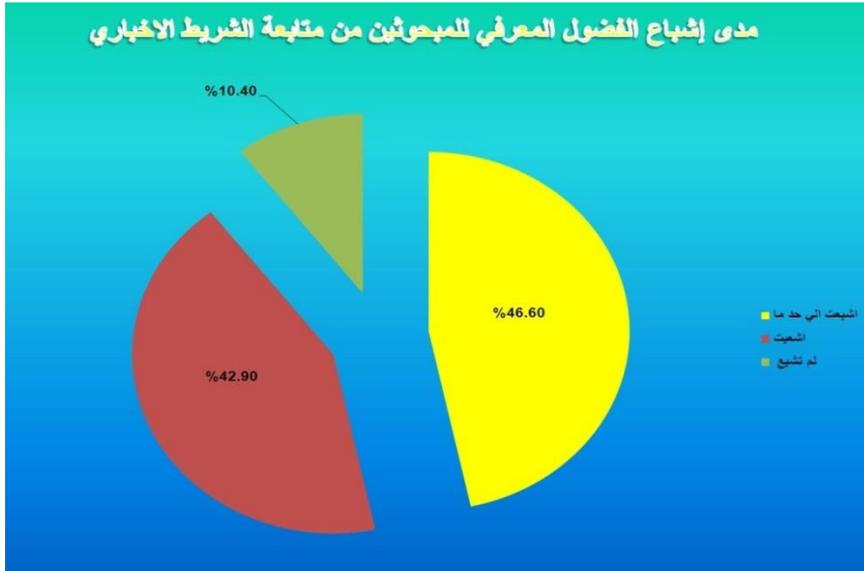
شكل رقم 28

جدول رقم (31) يوضح مدى إشباع الفضول المعرفي للمبحوثين من متابعة الشريط الإخباري

| النسبة المئوية | التكرار | الفئة |
|----------------|---------|-----------------|
| 46.6 % | 76 | أشبعت إلى حد ما |
| 42.9 % | 70 | أشبعت |
| 10.4 % | 17 | لم تشبع |
| 100 % | | الإجمالي |

جاءت فئة أشبعت إلى حد ما في المرتبة الأولى بعدد 76 تكراراً ونسبة مئوية بلغت 46.6 %
 تلتها فئة أشبعت بالمرتبة الثانية بعدد 70 تكراراً ونسبة مئوية بلغت 42.9 % وجاءت لم تشبع
 بالمرتبة الثالثة بعدد 17 تكراراً ونسبة مئوية بلغت 10.4 % .

فإذا جمع الخياران الأول والثاني فإن النسبة المئوية بلغت 89.5 % من عينة الدراسة تحققت
 عندها غريزة الإشباع للفضول المعرفي وهذه النتيجة هدف من أهداف الدراسة حول أثر استخدام
 عينة الدراسة للشريط الإخباري ومدى إشباع الفضول المعرفي لديهم وهذه النتيجة تتوافق مع فروض
 نظرية الدراسة التي تبين أن الجمهور المتلقي يختار الوسيلة الاتصالية التي تشبع حاجاته .



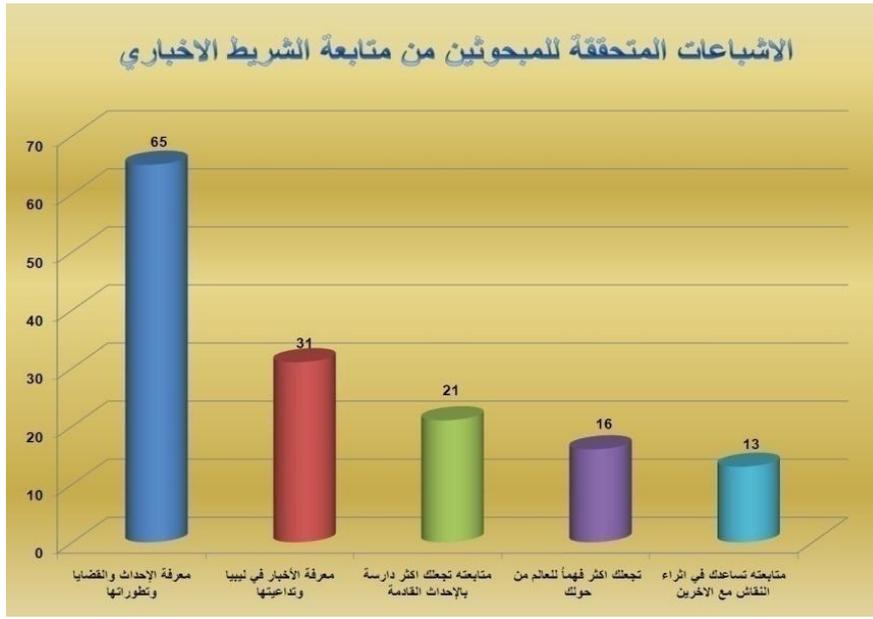
شكل رقم 29

جدول رقم (32) يبين الإشباعات المتحققة للمبحوثين من متابعة الشريط الإخباري

| النسبة المئوية | التكرار | الفئة |
|----------------|---------|--|
| 44.5 % | 65 | معرفة الأحداث والقضايا وتطوراتها |
| 21.2 % | 31 | معرفة الأخبار في ليبيا وتداعياتها |
| 14.4 % | 21 | متابعة تجعلك أكثر دراية بالأحداث القادمة |
| 11.0 % | 16 | تجعلك أكثر فهماً للعالم من حولك |
| 8.9 % | 13 | المتابعة تساعدك في إثراء النقاش مع الآخرين |
| 100 % | | الإجمالي |

جاءت فئة الأحداث والقضايا وتطوراتها بعدد 65 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 44.5 % بالمرتبة الأولى تلتها فئة معرفة الأخبار في ليبيا وتداعياتها بالمرتبة الثانية بعدد 31 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 21.2 % تلتها فئة متابعته يجعلك أكثر دراية بالأحداث القادمة بالمرتبة الثالثة بعدد 21 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 14.4 % وجاءت بالمرتبة الرابعة فئة تجعلك أكثر فهماً للعالم من حولك بعدد 16 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 11 % وجاءت بالمرتبة الأخيرة فئة متابعته تساعدك في إثراء النقاش مع الآخرين بعدد 13 تكراراً وبنسبة مئوية بلغت 8.9 % .

ومن خلال بيانات هذا الجدول يرى الباحث أن إشباع الفضول المعرفي لعينة الدراسة قد تم بمتابعة الشريط الإخباري الأمر الذي يعطي مؤشراً قوياً لأهمية الشريط الإخباري عبر شاشات الفضائيات ومن هذه النتائج يرى الباحث أنه بإمكان القائم بالاتصال تقديم رسالته من خلال هذه الخدمة لمدى فاعلية متابعتها وحجم الإشباعات الكبير المتحقق من تلك المتابعة وهو ما توضحه نظرية الدراسة.



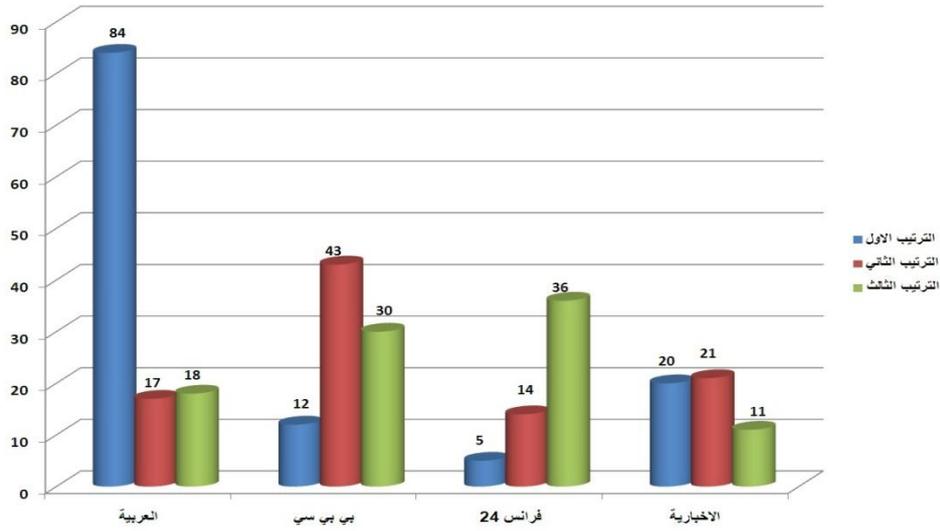
شكل رقم 30

جدول رقم (33) يوضح أفضل ثلاثة أسرطة إخبارية من خلال متابعته للقنوات الفضائية

| القناة | الترتيب الأول | الترتيب الثاني | الترتيب الثالث | الإجمالي |
|-----------|---------------|----------------|----------------|----------|
| العربية | 84 | 17 | 18 | 119 |
| بي بي سي | 12 | 43 | 30 | 85 |
| فرانس 24 | 5 | 14 | 36 | 55 |
| الإخبارية | 20 | 21 | 11 | 55 |

يتضح من الجدول رقم (33) إن المبحوثين اختاروا أفضل شريط إخباري لثلاث قنوات فضائية فجاء الشريط الإخباري لقناة العربية الفضائية في المرتبة الأولى بعدد 119 تكراراً تلاه الشريط الإخباري لقناة البي بي سي في المرتبة الثانية بعدد 71 تكراراً ثم جاء الشريط الإخباري لكل من قناتي فرانس 24 الفرنسية والإخبارية الليبية بالترتيب الثالث بعدد 47 تكرار لكل منهما .

أفضل ثلاث أشرطة إخبارية من خلال متابعته للقنوات الفضائية



شكل رقم 31

جدول رقم (34) يبين أفضل ثلاثة مضامين إخبارية بالنسبة لمجتمع الدراسة

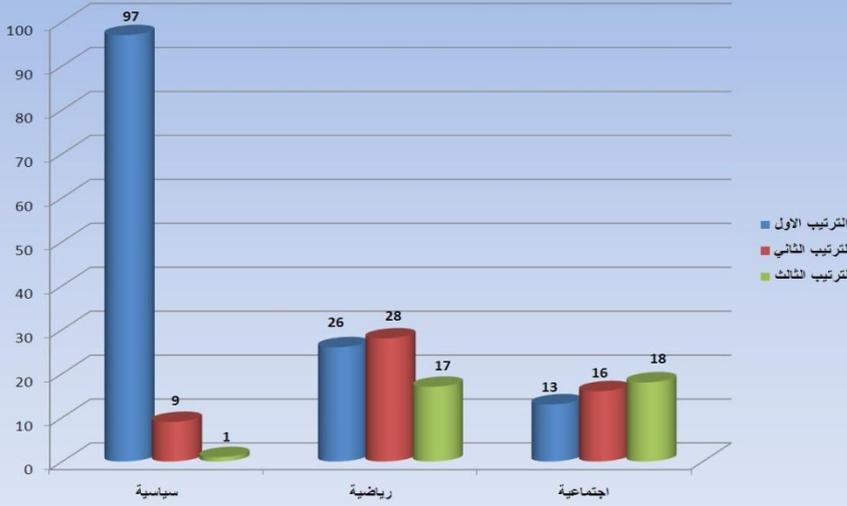
| المضمون الإخباري | الترتيب الأول | الترتيب الثاني | الترتيب الثالث | الإجمالي |
|------------------|---------------|----------------|----------------|----------|
| سياسية | 97 | 9 | 1 | 107 |
| رياضية | 26 | 28 | 17 | 71 |
| اجتماعية | 13 | 16 | 18 | 47 |

يتضح من الجدول رقم (34) أن المبحوثين اختاروا أفضل ثلاثة مضامين للأخبار المعروضة على

الأشرطة الإخبارية التي يتابعونها فجاءت الأخبار السياسية في المرتبة الأولى بعدد 107 تكراراً تلتها

الأخبار الرياضية بعدد 71 تكراراً وجاءت فئة الأخبار الاجتماعية بعدد 47 تكراراً .

أفضل ثلاث مضامين إخبارية بالنسبة لمجتمع الدراسة



شكل رقم 32

3.3 جداول العلاقات الارتباطية :-

جدول رقم (35) يوضح العلاقة بين النوع و ما يحدّ متابعتة عبر الشريط الإخباري

| الإجمالي | ما الذي تحبّ متابعتة في الشريط الإخباري | | | النوع | |
|----------|---|-----------|-------------------|------------|------|
| | الأخبار العاجلة السريعة | الإعلانات | تصريحات المسؤولين | تكرارات | ذكر |
| 109 | 77 | 9 | 23 | تكرارات | ذكر |
| % 100 | % 70.6 | % 8.3 | % 21.1 | نسبة مئوية | |
| 54 | 20 | 3 | 31 | تكرارات | أنثى |
| % 100 | % 37.5 | % 5.6 | % 57.4 | نسبة مئوية | |

1) القيمة الاحتمالية = 0,000

- توضح البيانات في الجدول رقم 35 أن هناك علاقة ذات دلالة إحصائية بين النوع وما يحبذه من برامج في الشريط الإخباري لصالح الذكور ، حيث أكدت هذه النتيجة أن الذكور أكثر متابعة ومشاهدة للشريط الإخباري من الإناث وهذه النتيجة تعطي دلالة على أن الذكور أكثر اهتماماً بالمواضيع السياسية دون غيرها .



شكل رقم 33

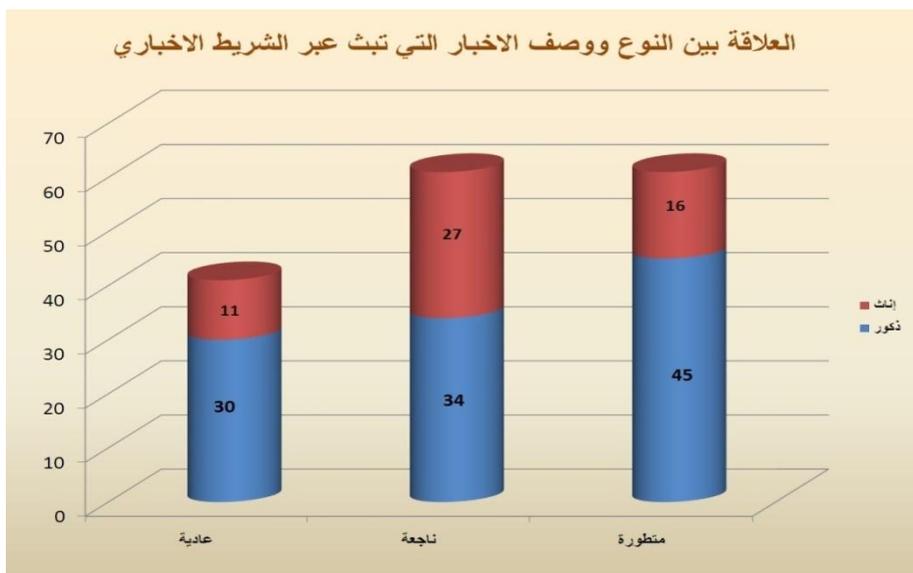
جدول رقم (36) يوضح العلاقة بين النوع ووصف الأخبار التي تبث عبر الشريط الإخباري

| الإجمالي | الأخبار التي تبث عبر الشريط الإخباري | | | النوع | |
|----------|--------------------------------------|-------|-------|--------------|--------------|
| | متطورة | ناجعة | عادية | التكرار | النسبة مئوية |
| 109 | 45 | 34 | 30 | التكرار | ذكر |
| 100 | 41.3 | 31.2 | 27.5 | النسبة مئوية | |
| 54 | 16 | 27 | 11 | التكرار | أنثى |
| 100 | 29.6 | 50.0 | 20.4 | النسبة مئوية | |
| 163 | 61 | 61 | 41 | الإجمالي | |
| 100 | 37.4 | 37.4 | 25.2 | | |

القيمة الاحتمالية = 0.065

يتضح من الجدول رقم (36) أن القيمة الاحتمالية أكبر من 0.05 وهذا يعني عدم وجود علاقة

ذات دلالة إحصائية بين النوع والأخبار التي تبث عبر الشريط الإخباري .



شكل رقم 34

جدول رقم (37) يوضح العلاقة بين النوع والخلفية المحبذة في عرض الشريط الإخباري

| الإجمالي | هل تحبذ الشريط الإخباري | | | النوع | |
|----------|-------------------------|-----------------------|-----------------------|--------------|----------|
| | بخط أسود وخلفية بيضاء | بخط أزرق وخلفية بيضاء | بخط أبيض وخلفية سوداء | | |
| 103 | 25 | 22 | 62 | التكرار | ذكر |
| 100 | 22.9 | 20.2 | 56.9 | النسبة مئوية | |
| 54 | 7 | 6 | 41 | التكرار | أنثى |
| 100 | 13.0 | 11.1 | 75.9 | النسبة مئوية | |
| 163 | 32 | 28 | 103 | التكرار | الإجمالي |
| % 100 | % 19.6 | % 17.2 | % 63.2 | النسبة مئوية | |

القيمة الاحتمالية = 0.060

من خلال الجدول رقم (37) يتضح أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين نوع المبحوثين

والخلفية المحبذة في متابعة الشريط الإخباري ، فكون المشاهد ذكر أو أنثى لا تأثير لذلك على

تحديد خلفية أخبار الشريط الإخباري .



شكل رقم 35

جدول رقم (38) يوضح العلاقة بين العمر والموضوعات المحبذ متابعتها في الشريط الإخباري

| الإجمالي | ما الذي تحبذ متابعة في الشريط الإخباري | | | العمر | |
|----------|--|-----------|-------------------------|----------|--------------|
| | تصريحات المسؤولين | الإعلانات | الأخبار العاجلة السريعة | التكرار | النسبة مئوية |
| 48 | 10 | 1 | 37 | 18 | |
| 100 | 20.8 | 2.1 | 77.1 | 40 | النسبة مئوية |
| 115 | 44 | 11 | 60 | 41 | التكرار |
| 100 | 38.3 | 9.6 | 52.2 | ما أكثر | النسبة مئوية |
| 163 | 54 | 12 | 97 | التكرار | |
| 100 | 33.1 | 7.4 | 59.5 | الإجمالي | النسبة مئوية |

القيمة الاحتمالية = 0.010

يتبين من الجدول رقم (38) أن القيمة الاحتمالية تساوي 0,010، وهي أقل من القيمة المعتمدة مما

يؤكد وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين فئة العمر والموضوعات المحبذة في المتابعة عبر

الشريط الإخباري لصالح فئة 40 فأكثر، وهذه نتيجة طبيعية حيث أن غالبية أخبار الشريط

الإخباري سياسية لذلك فهي أكثر متابعة عندهم في هذه السن .



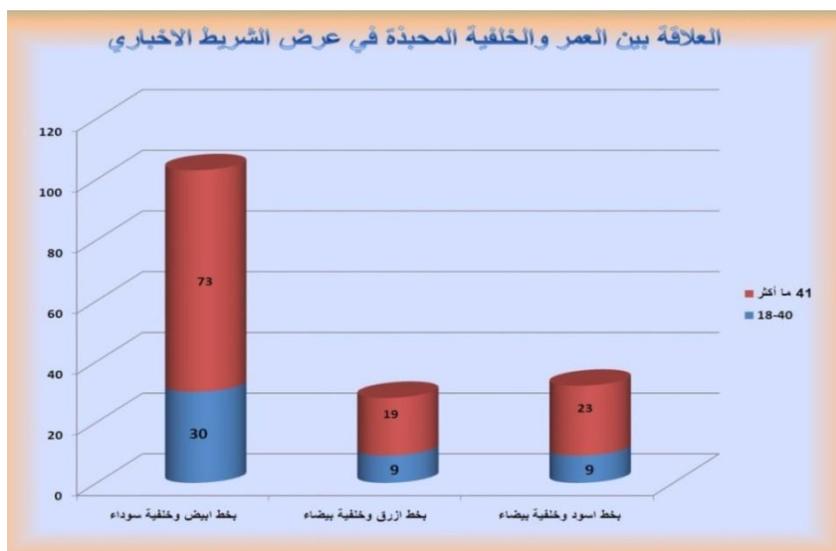
شكل رقم 36

جدول رقم (39) يوضح العلاقة بين العمر والخلفية المحبذة في عرض الشريط الإخباري

| الإجمالي | مالذي تحبذ الشريط الإخباري | | | العمر | |
|----------|----------------------------|-----------------------|-----------------------|--------------|----------|
| | بخط أسود وخلفية بيضاء | بخط أزرق وخلفية بيضاء | بخط أبيض وخلفية سوداء | | |
| 48 | 9 | 9 | 30 | التكرار | 18 |
| 100 | 18.8 | 18.8 | 62.5 | النسبة مئوية | 40 |
| 115 | 23 | 19 | 73 | التكرار | 41 |
| 100 | 20 | 16.5 | 63.5 | النسبة مئوية | مأكثر |
| 163 | 32 | 28 | 103 | التكرار | الإجمالي |
| 100 | 19.6 | 17.2 | 63.2 | النسبة مئوية | |

القيمة الاحتمالية = 0.937

من الجدول رقم (39) يتضح أنه لا توجد علاقة بين العمر والخلفية المحبذة في عرض الشريط الإخباري لأن القيمة الاحتمالية أكبر من القيمة المعتمدة في الدراسة ، وهذه النتيجة تماثل نتيجة علاقة تحببذ الخلفية والنوع حيث أن كل منهما لا علاقة له بفئة خلفية الشريط الإخباري وكذلك يبين العمر والموضوعات المحبذة في الجدول رقم (38) .



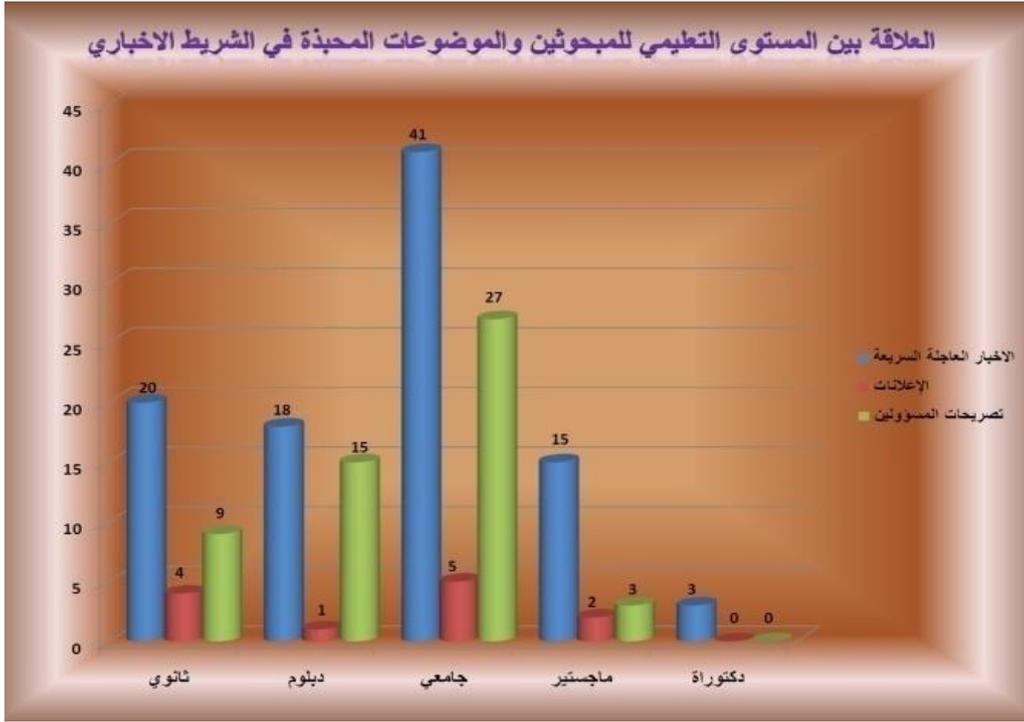
شكل رقم 37

جدول رقم (40) يوضح العلاقة بين المستوى التعليمي للمبوثين
والموضوعات المحبذة في الشريط الإخباري

| الإجمالي | مالذي تحبذه في الشريط الإخباري | | | المستوى التعليمي | |
|----------|--------------------------------|-----------|-------------------------------|------------------|----------|
| | تصريحات المسؤولين | الإعلانات | الأخبار العاجلة السريعة | | |
| 33 | 9 | 4 | 20 | التكرار | ثانوي |
| 100 | 27.3 | 21.1 | 60.6 | النسبة مئوية | |
| 34 | 15 | 1 | 18 | التكرار | دبلوم |
| 100 | 44.1 | 2.9 | 52.9 | النسبة مئوية | |
| 73 | 27 | 5 | 41 | التكرار | جامعي |
| 100 | 37 | 6.8 | 56.2 | النسبة مئوية | |
| 20 | 3 | 2 | 15 | التكرار | ماجستير |
| 100 | 15 | 10 | 75 | النسبة مئوية | |
| 3 | 0 | 0 | 3 | التكرار | دكتوراه |
| 100 | 0.0 | 0.0 | 100 | النسبة مئوية | |
| 0 | 163 | 12 | 97 | التكرار | الإجمالي |
| 0 | 100 | 7.4 | 59.5 | النسبة مئوية | |

القيمة الاحتمالية = 0.321

القيمة الاحتمالية لهذا الجدول أكبر من القيمة المعتمدة في الدراسة وهذا يعني أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المستوى التعليمي للمبوثين والموضوعات المحبذة في المتابعة من خلال الشريط الإخباري .



شكل رقم 38

جدول رقم (41) يوضح العلاقة بين المستوى التعليمي ولون الخط المحبذ في عرض الشريط الإخباري

| الإجمالي | مالون الشريط الإخباري الذي تحبذه | | | المستوى التعليمي | |
|----------|----------------------------------|--------------------------|--------------------------|------------------|----------|
| | بخط أسود وخلفية بيضاء | بخط أزرق وخلفية بيضاء | بخط أبيض وخلفية سوداء | | |
| 33 | 3 | 6 | 24 | التكرار | ثانوي |
| 100 | 9.1 | 18.2 | 72.2 | النسبة مئوية | |
| 34 | 8 | 1 | 25 | التكرار | دبلوم |
| 100 | 23.5 | 2.9 | 73.5 | النسبة مئوية | |
| 73 | 18 | 15 | 40 | التكرار | جامعي |
| 100 | 24.7 | 20.5 | 54.8 | النسبة مئوية | |
| 20 | 2 | 6 | 12 | التكرار | ماجستير |
| 100 | 10 | 30 | 60 | النسبة مئوية | |
| 3 | 1 | 0 | 2 | التكرار | دكتوراه |
| 100 | 33.3 | 0.0 | 66.7 | النسبة مئوية | |
| 163 | 32 | 28 | 103 | التكرار | الإجمالي |
| 100 | 19.6 | 17.2 | 63.2 | النسبة مئوية | |

القيمة الاحتمالية = 0.107

من خلال الجدول تبين أن القيمة الاحتمالية أكبر من القيمة المعتمدة في الدراسة وهذا يؤكد عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية بين المستوى التعليمي للمبجوثين ولون الخط المفضل في عرض الشريط الإخباري .



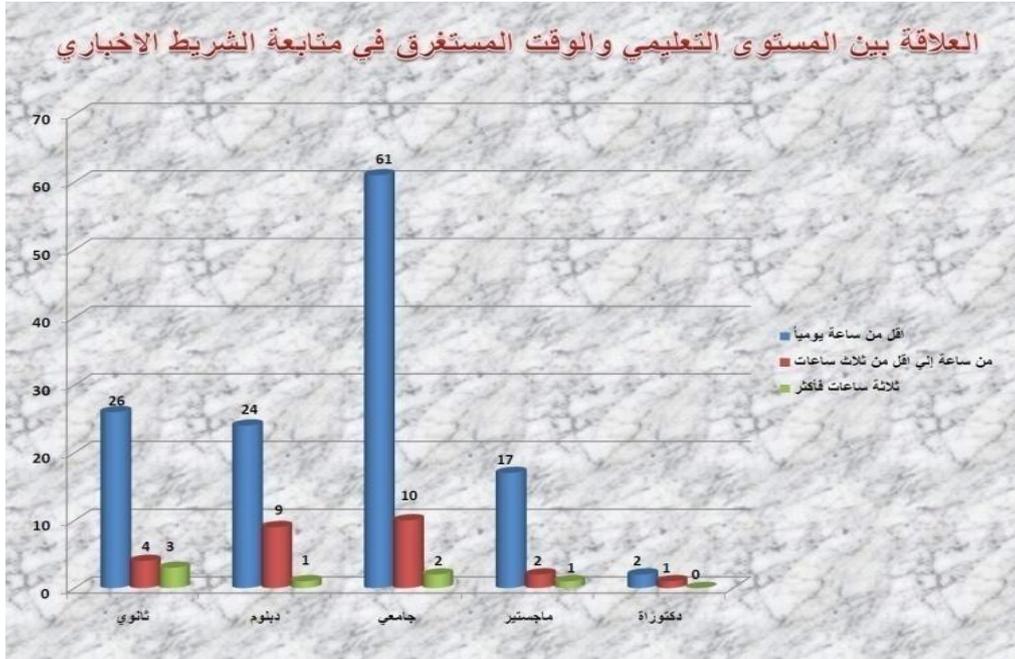
شكل رقم 39

جدول رقم (42) يوضح العلاقة بين المستوى التعليمي والوقت المستغرق في متابعة الشريط الإخباري

| الإجمالي | كم من الوقت تفتضيه في متابعة الشريط الإخباري | | | المستوى التعليمي | |
|----------|--|-------------------------------|-------------------|------------------|----------|
| | ثلاثة ساعات فأكثر | من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات | أقل من ساعة يوميا | | |
| 33 | 3 | 4 | 26 | التكرار | ثانوي |
| 100 | 9.1 | 12.1 | 78.8 | النسبة مئوية | |
| 34 | 1 | 9 | 24 | التكرار | دبلوم |
| 100 | 2.9 | 26.5 | 70.6 | النسبة مئوية | |
| 73 | 2 | 10 | 61 | التكرار | جامعي |
| 100 | 2.7 | 13.7 | 83.6 | النسبة مئوية | |
| 20 | 1 | 2 | 17 | التكرار | ماجستير |
| 100 | 5 | 10 | 85 | النسبة مئوية | |
| 3 | 0 | 1 | 2 | التكرار | دكتوراه |
| 100 | 0.0 | 33.3 | 66.7 | النسبة مئوية | |
| 163 | 7 | 26 | 130 | التكرار | الإجمالي |
| 100 | 4.3 | 16 | 79.8 | النسبة مئوية | |

القيمة الاحتمالية = 0.535

من بيانات الجدول رقم (42) يتضح أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المستوى التعليمي والوقت المستغرق في متابعة الشريط الإخباري .



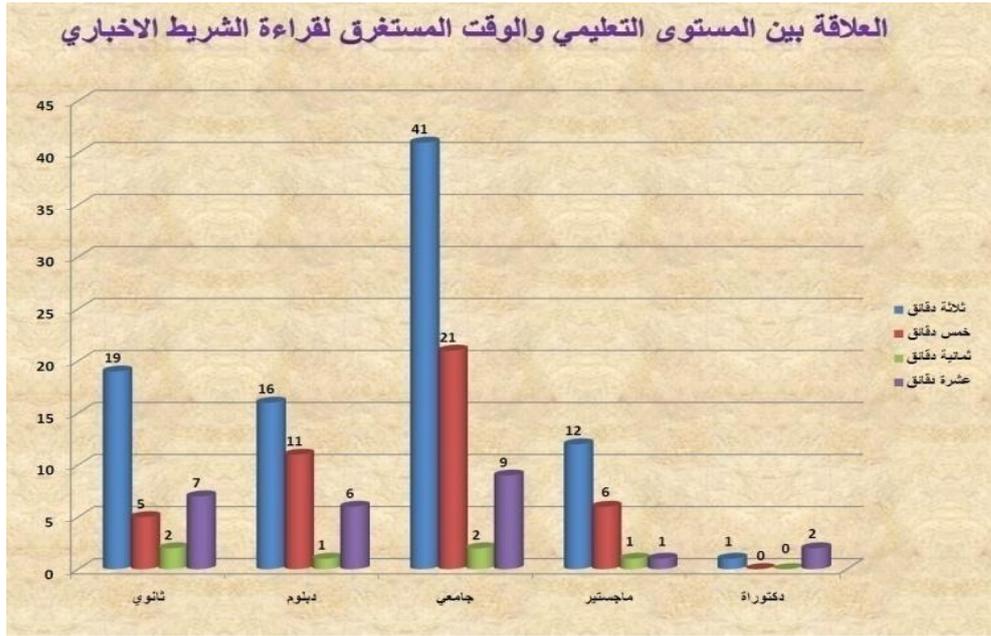
شكل رقم 40

جدول رقم (43) يوضح العلاقة بين المستوى التعليمي
والوقت المستغرق لقراءة الشريط الإخباري

| الإجمالي | كم من الوقت تستغرقه لقراءة الشريط الإخباري | | | | المستوى التعليمي | |
|----------|--|--------------|-----------|-------------|------------------|----------|
| | عشرة دقائق | ثمانية دقائق | خمس دقائق | ثلاثة دقائق | | |
| 33 | 7 | 2 | 5 | 19 | التكرار | ثانوي |
| 100 | 21.2 | 6.1 | 15.2 | 57.6 | النسبة مئوية | |
| 34 | 6 | 1 | 11 | 16 | التكرار | دبلوم |
| 100 | 17.6 | 2.9 | 32.4 | 47.1 | النسبة مئوية | |
| 73 | 9 | 2 | 21 | 41 | التكرار | جامعي |
| 100 | 12.3 | 2.7 | 28.8 | 56.2 | النسبة مئوية | |
| 20 | 1 | 1 | 6 | 12 | التكرار | ماجستير |
| 100 | 5 | 5 | 30 | 60 | النسبة مئوية | |
| 3 | 2 | 0 | 0 | 1 | التكرار | دكتوراه |
| 100 | 66.7 | 0 | 0 | 33.3 | النسبة مئوية | |
| 163 | 25 | 6 | 43 | 89 | التكرار | الإجمالي |
| 100 | 15.3 | 3.7 | 26.4 | 54.6 | النسبة مئوية | |

القيمة الاحتمالية = 0.394 .

توضح بيانات الجدول رقم (43) أنه لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المستوى التعليمي والوقت المستغرق لقراءة الشريط الإخباري إذ أن القيمة الاحتمالية أكبر من القيمة المعتمدة في هذه الدراسة .



شكل رقم 41

3.4 نتائج الدراسة

من خلال هذه الدراسة تم التوصل الي النتائج النهائية في ضوء البيانات التي تم تجميعها وتحليلها

في إطار أهداف وتساؤلات الدراسة فلهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة هي :-

- اتضح من خلال نتائج الدراسة أن أغلب مجتمع الدراسة يتابعون الشريط الإخباري .
- إن من يتابعونه كانت متابعتهم من أجل معرفة آخر الأخبار وسرعة الحصول عليها ومتابعتها .
- إن أغلب المبحوثين يستغرقون حوالي ثلاث دقائق في قراءة الشريط الإخباري .
- أوضحت الدراسة أن مجتمع الدراسة يفضل أغلبهم الأخبار العاجلة وتصريحات المسؤولين والإعلانات .
- من نتائج الدراسة كذلك إن مجتمع الدراسة يفضل أغلبهم لون الخط الأبيض والخلفية السوداء وإن حجم الخط المفضل هو الحجم المتوسط .
- بينت الدراسة كذلك إن متابعة مجتمع الدراسة للشريط الإخباري تغني عن متابعة نشرات الأخبار وإن متابعة الشريط الإخباري ساهمت في زيادة معلوماتهم الثقافية .
- أغلب مجتمع الدراسة وصف خدمة الشريط الإخباري بالمتطورة والناجعة و إن أغلبهم يتابعونه في المساء ، وإن الأخبار المحلية كانت في مقدمة ما يتابعونه بالشريط الإخباري.
- أغلب المبحوثين بينوا أن متابعتهم للشريط الإخباري أشبعت فضولهم المعرفي وفي مقدمة هذه الإشباعات المتحققة هي معرفة الأحداث والقضايا في ليبيا وتطوراتها .
- أغلب المبحوثين بينوا أن كمية الأخبار التي تعرض عبر الشريط الإخباري مناسبة ولا تؤثر على تركيز المتلقي .

- من خلال إجابات المبحوثين تبين أن درجة التأثير عالية بالنسبة للشريط الإخباري وإن ما نسبته 93 % من مجتمع الدراسة يقرون بقوة تأثير الشريط الإخباري عليهم .

3.5 التوصيات

- من خلال ما سبق سرده من نتائج يوصي الباحث بالآتي :
- أن تكون المادة الإخبارية التي تقدم عبر الشريط الإخباري متفقة واهتمامات الجمهور وأن تقدم ببساطة ووضوح .
- أخبار الشريط الإخباري عادة ما تكون سريعة وعاجلة وموضع اهتمام المتابعين لذلك لا بد أن تقدم بشكل يجذب انتباههم ويثير اهتمامهم ويشبع رغباتهم .
- الاهتمام بعرض الأخبار بطرق من شأنها توليد الرغبة لدى المشاهد لمتابعتها وفهم محتواها .
- الاهتمام بالأمر الفنية والأدوات المستخدمة في إنتاج الشريط الإخباري ، ومواكبة آخر الإصدارات التي تهتم بهذه الخدمة .
- الاهتمام ببحوث المشاهدين والمتابعين للشريط الإخباري ، والتي تهتم باتجاهات ومواقف المشاهدين وقيمهم وعاداتهم .
- توكي المصادقية في نشر الأخبار عبر الشريط الإخباري ، وذلك لبناء جسور الثقة بين القناة والمشاهد .
- تنظيم الدورات التدريبية للعاملين على خدمة الشريط الإخباري ، والاهتمام بالجانب التقني والفني ، والاستفادة من خبرات الآخرين ، والعمل على تحسين الأداء بصفة منتظمة ومستمرة للصحفيين في جوانب مهارات التحرير واستخدامات اللغة .

- دراسة العناوين المتعلقة بخدمة الشريط الإخباري وأوجه الاستفادة منها وهذه الموضوعات على

سبيل المثال لا الحصر :

- دراسة سيكولوجية المشاهد وردود أفعاله بعد التعرض للشريط الإخباري .

- دراسة دور واستخدام الشريط الإخباري في إيصال الرسائل السياسية بين الساسة والدول .

قائمة المراجع

أولاً :- الكتب .

- 1 أحمد سليمان ، تقنيات ومناهج البحث ، الإسكندرية ، منشأة المعارف ، 2004م ، ص 268.
- 2 السيد أحمد مصطفى ، إعداد المقترحات الأولية لمشروعات البحوث ، بنغازي - منشورات جامعة بنغازي ، 1994م ، ص 45 .
- 3 حسن عماد مكاوي ، عاطف عدلي العبد ، (نظريات الاعلام ، القاهرة - كلية الاعلام - مركز مبحوث الرأي العام - 2007م) ص 264 .
- 4 رعد منبر ، نشرات دليل توظيف الكمبيوتر والإنترنت في العمل الصحفي، 2010م .
- 5 عابدين الدردير الشريف ، (موضوعات وقضايا وإشكاليات منهجية في مناهج البحث الإعلامي ، ليبيا ، جامعة ناصر 2010م) .
- 6 عبدالرحمن بدوي ، مناهج البحث العلمي ، الكويت : وكالة المطبوعات 1977م .
- 7 سيد أحمد الخلفي ، فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية ، مصر : دار المعرفة الجامعية ، 2005م .
- 8 محمد عبدالحميد ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، القاهرة ، عالم الكتاب ، 2004م ص 268 .
- 9 محمد منير حجاب (نظريات الاتصال - القاهرة - دار الفجر 2010م) ص 288 .
- 10 - ويمر روجر ، دومينيك ، مناهج البحث الإعلامي ، ترجمة _ صالح خليل أبوصبع ، دمشق ، سوريا ، صبيرا للطباعة والنشر ، 1989م .

ثانياً :- المجالات المتخصصة .

1. أحمد فاروق رضوان ، اعتماد الجمهور على شريط الأنباء كمصدر للأخبار والمعلومات

،سلسلة المكتبة الاعلامية : الفضائيات العربية ومتغيرات العصر ، أعمال المؤتمر العلمي
الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام _ الدار المصرية اللبنانية ، الطبعة الأولى _ ذوالحجّة
1425 هـ _ يناير 2008 م ص 311 .

2. إبراهيم الصياد (السهل الممتنع في أخبار التلفزيون ، مجلة الفن الإذاعي ع 186 ، 2007م
(ص 30 .

3. رعد جاسم الكعبي ، إيمان عبدالرحمن (بناء الشريط الإخباري السبايتل في القنوات الفضائية
العربية ، قناة العربية دراسة حالة ، مجلة الباحث الإعلامي ، آذار - مارس 2008م العدد
الرابع)

4. سلوى إمام علي ، تأثير مشاهدة الجمهور العربي للقنوات الفضائية على وسائل الاتصال ، سلسلة
المكتبة الاعلامية : الفضائيات العربية ومتغيرات العصر ، أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية
الدولية لعلوم الإعلام ، الدار المصرية اللبنانية ، الطبعة الأولى ذو الحجة 1425 هـ ، يناير
2005م ص 76 .

5. عابدين الدريد الشريف (خطة البحث الإعلامي : مفهومها واقسامها وطرق وأساليب إعدادها
مجلة البحوث الاعلامية طرابلس ، مركز البحوث والتوثيق الإعلامي والثقافي ، العدد 44
صيف 2008 م) ص 9 .

6. عبدالله الديوبي ، على امر (اتجاهات طلبة جامعة العلوم التطبيقية نحو الفضائيات : دراسة
اجتماعية تربوية ، مجلة جامعة النجاح للأبحاث ، مج 25 - العدد 3 - 2011) ص 585 .

ثالثاً :- الرسائل العلمية .

- احمد فاروق رضوان - اعتماد الجمهور على شريط الإنباء كمصدر للأخبار والمعلومات ،سلسلة المكتبة الاعلامية :الفضائيات العربية ومتغيرات العصر ، اعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الاعلام _ الدار المصرية اللبنانية ،الطبعة الأولى _ ذوا الحجة 1425 هـ _يناير 2008 م ص 311 .

- حسين محمد الزباني (اعتماد الجمهور على الشريط الاخباري في الفضائيات الإخبارية كمصدر للمعلومات جامعة طرابلس ، كلية الفنون والأعلام ، ربيع 2012) .

- رعد جاسم الكعبي ، إيمان عبدالرحمن (بناء الشريط الاخباري السباينل في القنوات الفضائية العربية ، قناة العربية دراسة حالة ، مجلة الباحث الإعلامي ، آذار - مارس 2008 العدد الرابع)

- Michael Keefe- Feldman, B.A (THE CABLE NEWS TICKER, VIWER COMPREHENSION AND INFORMATION OVERLOAD : LESS IS MORE - WASHINGTON , D.C-APRIL 25 , 2007)

رابعاً :- شبكة المعلومات الدولية .

- التقرير السنوي لاتحاد الإذاعات العربية ، مرجع سابق ، ص 50

- د. محمد جاسم فليحي الموسوي ، نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري ، شبكة المعلومات الدولية ، تاريخ المشاهدة 2017.7.15 .

- عياد ، د. سع د ، الإبعاد السيس و اجتماعية لمضمون الشريط الاخباري لوسائل الأعلام الفلسطينية وعلاقته بالسلم الأهلي ، دراسة غير منشورة - مقدمة لمؤتمر المجتمع الفلسطيني إلي أين ، بيت لحم ، حزيران 2009- شبكة المعلومات الدولية .
- وليد الصالحي خليل جبارة (المجتمع المدني :الواقع و التحديات : دراسة ميدانية لأوضاع واحتياجات منظمات المجتمع المدني في ليبيا ، شبكة المعلومات الدولية 2012) .
- ديبرا بوتر ، مكتب برامج الإعلام ، وزارة الخارجية الأمريكية ، 2006.

ملحق رقم (1)

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

السادة والسيدات قادة منظمات المجتمع المدني بنغازي الكبرى

بعد التحية ...

فخيل ... إليكم طيه استمارة استبيان خاصة بالبحث
العلمي استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في
الإعلام للطالب / مفتاح موسى سعد حامد

آملين منكم التكرم بملء الاستمارة المرفقة في الوقت الذي
نتعهد فيه لكم بأن كافة المعلومات الواردة في الاستمارة
ستستخدم لأغراض البحث العلمي مع المحافظة على سرية
المعلومات .

الباحث

ملحق رقم (2)

س1- النوع

ذكر أنثى

س2- العمر

18-40 أكثر من 41

س3- الحالة الاجتماعية

أعزب متزوج مطلق أرمل

س4- المستوى التعليمي

ثانوي دبلوم جامعي ماجستير دكتوراه

س5- مجال المؤسسة التي تقودها :

أعمال خيرية .

قانون وحقوق إنسان.

التوعية .

الخدمة الاجتماعية .

أخرى تذكر .

س6_ هل تتابع الشريط الإخباري؟

نعم لا

س7- إذا كانت إجابتك بنعم فإنك تتابعه من أجل

- ا _ من أجل معرفة آخر الأخبار .
- ب _ لأن مصادره موثوقة .
- ج _ لأن أخباره تنسم بالموضوعية .
- د _ بسبب كثافة وتكرار نشر الأخبار .
- ه _ لاتسامه بالسرعة في نقل الأخبار.

س8- إذا كانت إجابتك بلا فإنك لاتتابعه بسبب

- أ-إنه عامل إلهاء
- ب- بسبب غزارة المعلومات
- ج- عدم دقة اخباره
- د- عدم ذكر مصادر أخباره
- ه- أخرى تذكر .

س9- أيهما أفضل متابعة الشريط الإخباري في قناة

- متخصصة عامة

س10- كم من الوقت تقضيه في متابعة الشريط الإخباري

- أ- أقل من ساعة يوميا.
- ب- من ساعة إلى أقل من ثلاث ساعات.
- ج- ثلاث ساعات فأكثر.

س11- كم من الوقت تستغرقه لقراءة الشريط الإخباري

- ثلاث دقائق خمس دقائق ثمان دقائق عشر دقائق

س12- ما الذي تحبذ متابعته في الشريط الإخباري

أ- الإخبار العاجلة السريعة

ب- الإعلانات

ج- تصريحات المسؤولين

س13- هل يساهم الشريط الإخباري في زيادة معلوماتك الثقافية

نعم لا

س14- الشريط الإخباري خدمة إخبارية

عادية ناجعة متطورة لا قيمة لها

س15- الأخبار التي تبث عبر الشريط الإخباري

متخصصة متنوعة الاثنان معا

س16- هل تحبذ الشريط الإخباري

أ- بخط أبيض وخلفية سوداء

ب- بخط أزرق وخلفية بيضاء

ج- بخط أسود وخلفية بيضاء

س17- حجم الخط الذي تفضل أن يقدم به الشريط الإخباري :

كبير متوسط صغير

س18- هل أثرت متابعتك للشريط الإخباري على متابعة نشرات الأخبار

نعم لا

س19_ إذا كانت إجابتك بنعم فإنها

- أثرت - أثرت إلى حد ما - لم تؤثر

س20- رتب القنوات الفضائية التالية حسب الأفضلية بالنسبة للشريط الإخباري

العربية بي بي سي فرانس 24 الإخبارية الحدث الليبية

روسيا اليوم توباكتس ليبيا الاقتصادية ليبيا بانوراما

ليبيا روحها الوطن ليبيا 1 التنصح

س21- أفضل أوقات التي تحبذها لمتابعة الشريط الإخباري

الصباح الظهيرة المساء السهرة

س22- أفضل مكان لمتابعة الشريط الإخباري

ا- عند انتظارك للطبيب بالعيادة

ب- مساءً في المنزل مع العائلة

ج- في المقهى مع الأصدقاء

د- كلما سنحت فرصة للمتابعة

س23- ماهو العدد الأنسب لعرض الشريط الإخباري على الشاشة؟

شريط واحد اثنان ثلاثة أشرطة

س24- ماهي الخدمات الإخبارية والرسائل الإرشادية التي تفضل إن تكون مصاحبة للشريط الإخباري؟

- ا- الساعة والتاريخ
- ب- حالة الطقس
- ج- البورصة وأسعار العملات
- د- كلما سبق ذكره

س25- هل تحبذ الشريط الإخباري

ا _ متصلا في عرض الاخبار ب _ منفصلا كل خبر على حده

س 26 _ إلى أي حد تتابع الشريط الإخباري في القنوات الفضائية

أتابعه دائما أحيانا لأتابعه

س27 _ ما مجال الأخبار التي تفضل متابعتها في الشريط الإخباري :

الأخبار المحلية الأخبار العربية الأخبار الاقليمية الأخبار الدولية

س 28 _ ما أنواع الأخبار التي تحرص على متابعتها في الشريط الإخباري :

سياسية أمنية كوارث طبيعية رياضية اجتماعية

اقتصادية جرائم العنف دينية علمية بيئية

س 29 _ ما درجة متابعتك للشريط الإخباري في القنوات الفضائية المتخصصة :

_ أتابعه .

_ أتابعه أحيانا _ لأتابعه .

س 30 _ أتابع الشريط الإخباري في القنوات الفضائية المنوعة :

_ بدرجة كبيرة .

_ بدرجة قليلة .

_ لأتابعه .

س 31 _ هل متابعتك للشريط الإخباري أشبعت فضولك المعرفي عن تداعيات الأحداث والقضايا الجارية

_ أشبعت .

_ أشبعت إلى حد ما .

_ لم تشبع .

س 32 _ إذا كان جوابك إلى أشبعت _ إلى حد ما _ فإن الإشباعات المتحققة من متابعتك للشريط الإخباري :

_ متابعة الأخبار في ليبيا وتداعيتها .

_ تجعلك أكثر فهما للعالم من حولك .

_ معرفة الأحداث والقضايا وتطوراتها .

_ متابعتة تساعدك في إثراء النقاش مع الآخرين .

_ متابعتة تجعلك أكثر دراية بالأحداث القادمة .

ملخص اللغة الانجليزية

Study Summary :

The study is discussing the impact of the Libyan's use news ticker on the follow – up of the news bulletins on satellite channels and wether this use consider an alternative to news bulletins watching.

*This study answer the following question:

1- Is the follow of the news ticker consider an alternative to follow-up news bulletins?

2- Is the news ticker consider a distracting or motivating element to the news follow-up?

3- Does the audience watch the news ticker for entertainment , information or for fast and argent news?

4- What's the receiver opinion about the quantity of the news displayed on the news ticker?

5- Does the news ticker give the same cognitive and behavioral results as new bulletin?

And what's the degree and trend of this result?

*The target of study:

1- Identify the content of the news ticker in terms of quality of news and its sources.

2- Determining the appropriate number that the receiver prefers for the tickers displayed on the screen.

3- Learn how to make a ticker in terms of format , size, space and how long the ticker take to display on the screen.

4- Identity the channels that the researched follow and prioritize them.

5- Know the most important channels followed by the study sample represented in leaders of civil society organization in Benghazi and find out how interested they are in the news ticker?

6- Determine the effect of using the sample of the news ticker as an alternative to the news bulletins.

***This study is divided into 3 chapters.**

Chapter 1:

Methodological procedures for the study:

1-The study problem.

2-The study importance.

3-The study targets.

4-The previous studies.

5-The study questions.

6-Differences with previous studies.

7- The type of the study, its style, the society of the study, the tools used in the study.

8- Honesty and consistency test.

9- Statistical methods used.

10-The limits of the study.

11-Difficulties faced by the research in preparing the study.

Chapter 2:

The cognitive framework of the study includes:

1-The news ticker (importance – features – types – edit).

2-The news ticker as a means of communication.

3-Satellite channels (the state of satellite channels – the pros and cons).

4-Civil society organization.

Chapter 3:

Field framework for the study.

_ The research dealt with the field side in the study, which is the collecting of questionnaire forms for the study sample and analysis , in addition to the presentation of the tables and the general results as well as the recommendation and the study references.



**The impact of the Libyan's Use of the
News Ticker on the follow _ up of the
News Bulletins on Satellite Channels
" field study "**

By : Muftah Mousa Sada

Supervisor : Allafy Idrees

**The study provide a complement to the requirements of a
master's degree in the media**

Benghazi University

July 2018