

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف - المسيلة-



كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

الرقم التسلسلي: ...../2020

العلاقة الوظيفية بين القائم بالاتصال والجمهور المستخدم  
لصفحة البرنامج التلفزيوني "زوجوني" على الفيسبوك

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال. تخصص:

اتصال وعلاقات عامة

إشراف:

إعداد الطالبة:

واضح خضرة

\* شتوح سهام

السنة الدراسية 2020/2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

## شكر و عرفان

الحمد لله الذي علمنا ما لم نكن نعلم وكان فضله علينا عظيما .  
الحمد لله أولا وأخيرا على عظيم نعمه علينا وعلى توفيقه لنا في إتمام هذا العمل.

و من باب الاعتراف بالجميل وأخذا بقوله صلى الله عليه وسلم  
"التحدث بنعمة الله شكر، وتركها كفر، ومن لا يشكر القليل لا  
يشكر الكثير ومن لا يشكر الناس لا يشكر الله "

أتقدم بخالص الشكر وعظيم الامتنان للأستاذة المشرفة رقاد  
حنان عرفانا بمجهوداتها واعترافا بفضلها

كما لا أنسى ان اتقدم بالشكر الجزيل إلى كل أساتذة علوم  
الإعلام والاتصال

إلى كل طالب علم، يبتغي وجه الله وخدمة الوطن؛  
حاملا رسالة الإخلاص والوفاء لبلد الشهداء.

الطالبة: سهام

خطه الدراسة:

مقدمة

الاطار المنهجي

الاشكالية

التساؤلات

تحديد المفاهيم والمصطلحات

اهمية الدراسة

اهداف الدراسة

اسباب الدراسة

الدراسات السابقة

المدخل النظري للدراسة

منهج الدراسة

مجتمع البحث

عينة الدراسة

ادوات الدراسة

صعوبات الدراسة

الاطار التطبيقي

## الفصل الأول: سمات عينة الدراسة

-المطلب الأول: التحليل الكمي لسمات الشخصية للجمهور

-المطلب الثاني: التحليل الكيفي لسمات الشخصية للجمهور

الخلاصة

الفصل 2: أنماط متابعة الجمهور المستخدم لصفحة البرنامج التلفزيوني "زوجوني" على

الفيسبوك

-المطلب الأول: التحليل الكمي لأنماط متابعة الجمهور المستخدم لصفحة البرنامج

التلفزيوني "زوجوني" على الفيسبوك

-المطلب الثاني: التحليل الكيفي لأنماط متابعة الجمهور المستخدم لصفحة البرنامج

التلفزيوني "زوجوني" على الفيسبوك

الفصل 3: الوظائف التي يسعى إلى تحقيقها الجمهور المستخدم لصفحة البرنامج

التلفزيوني "زوجوني" على الفيسبوك

الخلاصة

-المطلب الأول: التحليل الكمي للوظائف التي يسعى إلى تحقيقها الجمهور المستخدم

لصفحة البرنامج التلفزيوني "زوجوني" على الفيسبوك

-المطلب الثاني: التحليل الكيفي للوظائف التي يسعى إلى تحقيقها الجمهور المستخدم  
لصفحة البرنامج التلفزيوني "زوجوني" على الفيسبوك

الخلاصة

نتائج الدراسة

الخاتمة

اقتراحات و توصيات

## مقدمة:

الإنسان إجماعي بطبعه فهو بحاجة دائمة الى التواصل مع الآخرين ومبادلتهم المشاعر والأفكار والتجارب التي يكتسبها من الحياة فلهذا لعب الاتصال دور هام في حياة الإنسان حيث أصبح اليوم يؤدي وظائف مختلفة تربوية سياسية، ثقافية، ويظهر حاليا لزيادة الاهتمام بوسائل الإعلام منه وما شهده تطور في المجال الإنساني والعلمي وحتى في مجالات بشرية أخرى التي أخرجت البشر من الظلام إلى النور كما بدأ التحول من مجرد التكهّن بتأثير وسائل إلى دراسات منظمة لأثر المحتوى والمضمون على المستقبل والمتلقي له مما جعل الأفكار حول التأثير وسائل تخضع للاختبار والتجربة.

هذا الاتجاه يجد أساسه النظري في المنظور البنائي الوظيفي الذي يقدم طفرة اجتماعية شاملة منطلقها أن الأساس في أنشطة المجتمع المتكررة هو حاجات المجتمع حيث يصور المنظور على أنه نظام يتكون من أجزاء متفاعلة مترابطة ولكل جزء من هذه الأجزاء مساهماته وتعتبر وسائل الإعلام أحد أهم هذه الأضلع والأجزاء وبالرغم من أن البناء كان الأساس الكثير من الدراسات الإعلامية في هذا المجال إلى أن دراسة العلاقة الوظيفية بين القائم بالاتصال والجمهور لها أهمية ما يجعلها محل تسليط الأضواء عليها خاصة في ظل المتغيرات المستجدة التي حدثت مؤخرا في ظل ربط وسائل الإعلامية مع الوسائل الالكترونية الجديدة والحديثة مما أدى إلى ظهور ثورة إعلامية ومعلوماتية ذات إمكانيات هائلة للتواصل مع الجمهور كما ساهمت في إزالة الحدود في جميع المجالات وجعل العالم قرية صغيرة كما أن سمة التفاعلية التي تتميز بها في التقنية والوسائل الالكترونية سمحت للمتلقي أن يكون فاعلا وناشطا من خلال مشاركته مع المضامين المعروضة وضمن سلسلة العملية الاعلامية فتحول الجمهور من متلقي الى مشارك وخاصة ان البيئة الالكترونية التي ساهمت من الإنترنت التي وفرت وأتاحت المعلومات

في جميع المجالات حيث قصرت من الجهد والوقت والمال وبروز منصات التواصل الاجتماعي ومنحة للقائم بالاتصال مجالات كثيرة في وظيفة الإعلام.

- فدراستنا تسعى إلى البحث في هذه العلاقة الوظيفية بين القائم بالاتصال والجمهور

المستخدم لصفحة البرنامج التلفزيوني "زوجوني" على صفحة على الفايسبوك؟



# الفصل التمهيدي

## الإطار المنهجي للدراسة

التساؤلات

تحديد المفاهيم والمصطلحات

اهمية الدراسة

اهداف الدراسة

اسباب الدراسة

الدراسات السابقة

المدخل النظري للدراسة

منهج الدراسة

مجتمع البحث

عينة الدراسة

ادوات الدراسة

صعوبات الدراسة



## 1-الإشكالية:

إن ظاهرة العولمة طورت مجالات مختلفة حيث أدت إلى جعل العالم قرية إلكترونية صغيرة تتربط أجزاؤها عن طريق الأقمار الصناعية واتصالات الفضائية مما أدى إلى ظهور العديد من الوسائل الاتصالية الحديث وتجلي الاهتمام بتكنولوجيا الاتصال في مناحي الحياة العديدة والتفاعل الموجود بين الثورتين ثورة المعلومات وثورة الاتصال كما أن الإنترنت طورت الكثير من المجالات العلمية، الفكرية، الاجتماعية وهي المسؤولة عن القفزة الهائلة في العلم والمعرفة والعلاقات الاجتماعية ومجال اتصالات حيث ساعدت على انتشار الثقافات وانتشار اللغات حيث أصبح الشباب يستفيد من الإنترنت في جميع مجالات الحياة في كل ما هو جديد ومفيد لهم.

تعتبر شبكات التواصل الاجتماعي أنها مواقع إلكترونية مبنية على أسس معينة تمكن الناس من التعبير عن أنفسهم والتعرف على أشخاص آخرين يشاركونهم الاهتمامات نفسها وهي مجتمعات افتراضية تمكن مستخدميها من مشاركة الأفكار والاهتمامات والقدرات وسعت شبكات الاجتماعية لتوفير قدر مناسب من المواقع التي تدعم التواصل وبذلك تستخدم شبكات التواصل الاجتماعي اليوم لتكوين بيئة للاتصال والتواصل وشبكة الإعلام.

ومع تنامي الدور الذي يمارسه القائم بالاتصال الذي يعد أحد عناصر العملية الاتصالية تقنيات الإعلامية المستحدثة وأداة مهمة في نقل المعلومات وفي التواصل حيث استفاد منها الكثير من الإعلامية في إنجاز مهامهم ومتابعة تغطياتهم المختلفة.

وأمام الدراسات العلمية التي أظهرت تأثير الاتصال الشخصي حيث تم ظهور مبدأ الانتقائية الذي يشير استخدام الجمهور لوسائل الإعلام يخضع لمبدأ التعرف وإدراك والتذكر الانتقائي ربط الباحثين بين الاتصال الجماهيري وخصائص السياق الاجتماعي الذي يحقق تلك العمليات بداخلها وانتقل بذلك موضوع التأثيرات من مفهوم الاقتران السبب المباشر بين المضامين الإعلامية والجمهور إلى مفهوم التأثير الوسيط الذي تدخل فيه آليات التأثير الاجتماعي مع العمليات الاتصالية وتحول الباحثين إلى اهتمام بالسياق الاجتماعي الذي

تستخدم في وسائل الإعلام ودور التفاعلات البيئية الاجتماعية المتغيرات الشخصية، التجارب والخبرات السابقة والعلاقات الشخصية في عملية التوظيف لمضمون وسائل الإعلام من قبل الجمهور.

ورغم أن البناء الوظيفي كان الأساس لكثير من الدراسات الإعلامية فإنها دراسة العلاقة الوظيفية بين القائم باتصال والجمهور تكتسب أهمية خاصة في ضوء التطور التقني والتطور الكبير في تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وخاصة ربط وسائل الإعلام مع وسائل الاتصال الحديثة مما أدى إلى سرعة غير مسبوقة في إيصال الرسائل الإعلامية والمعلوماتية مما أضاف عدد من السمات والخصائص الاتصالية فعلى سبيل المثال بعض الحدود الفاصلة بين الاتصال الشخصي والجماهيري وهذا ربما ما أسقط ما يسمى "المجتمع الجماهيري" وربما أثر على وظائف الإعلام واتصال فيه وأصبح ينظر الجمهور على أنه مجتمعات جماهيرية صغيرة متجانسة إعلاميا ومعلوماتيا مما أدى إلى تعزيز مفهوم الجمهور وذلك في تحول جديد لوسائل الإعلام والاتصال من توجه عدد قليل من الرسائل إلى العديد من الجماهير التي توجه العديد من وسائل الإعلام إلى العديد من الجماهير.

إشكالية دراستنا تنحصر في طبيعة العلاقة بين القائم باتصال والجمهور في صفحات البرامج التلفزيونية على شبكات التواصل اجتماعي ومن هنا نطرح التساؤل التالي:

**ما طبيعة العلاقة الوظيفية بين القائم بالاتصال والجمهور المستخدم لصفحة**

**البرنامج التلفزيوني "زوجوني" على الفيسبوك؟**

**التساؤلات الفرعية:**

- ما هي أهم الأنشطة التي يمارسها القائم بالاتصال من خلال صفحة البرنامج

التلفزيوني "زوجوني" على الفيسبوك؟

- ما هي الوظائف التي يسعى إلى تحقيقها القائم بالاتصال من خلال صفحة

البرنامج التلفزيوني "زوجوني" على الفيسبوك؟

- ما الوظائف التي يسعى الجمهور المستخدم إلى تحقيقها من خلال صفحة

البرنامج التلفزيوني "زوجوني" على الفايسبوك؟

أسباب اختيار الدراسة:

أسباب موضوعية:

- فهم والتفسير لمحاولة معرفة سبب إمتداد القنوات التلفزيونية إلى فضاء شبكات التواصل الاجتماعي.

- أهمية الدراسات الجديدة التي تهتم لمكانة التي تحتلها شبكات التواصل الاجتماعي في المنظومة الإعلامية.

أسباب ذاتية:

- الميول الشخصي لشبكات التواصل الاجتماعي.

- معرفة سيرورة العملية الإعلامية خصوصا في ظل تطبيقات الإعلام الجديد.  
أهمية الدراسة:

- الوصول إلى تحديد ماهي شبكات التواصل الاجتماعي.

- التعرف على أهم الأنشطة التي يمارسها القائم بالاتصال على شبكات التواصل الاجتماعي.

- الخروج بنتائج موضوعية.

- التعرف على الاستخدامات الوظيفية لوسائل الاتصال من قبل الجمهور.

أهداف الدراسة:

- دراسة العلاقة بين القائم بالاتصال والجمهور على شبكات التواصل الاجتماعي.

- التعمق في دراسة الموضوع ومقارنته بالتجارب العالمية.

- تهتم هذه الدراسة بالقائم بالاتصال لأنه جوهر العملية الاتصالية.

المدخل النظري للدراسة:

**- مفهوم البنائية الوظيفية:**

أ- لغة: عرفت النظرية تسميات عدة مثل النظريات البنائية الوظيفية نظريات التحليل الوظيفي، النظريات المحافظة وغيرها من التسميات الأخرى وتستمد هذه النظرية أصولها الفكرية العامة من آراء مجموعة من علماء الاجتماع التقليديين والمعاصرين الذين ظهروا على وجه الخصوص في المجتمعات الغربية الرأسمالية حيث إهتمت بدراسة كيفية حفاظ المجتمعات على الاستقرار الداخلي والبقاء عبر الزمن وتفسير التماسك الاجتماعي وإستقرار وهذا ما تمثل في أفكار ونظم رواد علم الاجتماع الغربيين من أمثال أوجست كونت، إيميل دوركايم، هربرت سبنسر وأيضا آراء العديد من علماء الاجتماع الأمريكيين المعاصرين مثل تالكوتبارسونز وروبرت ميرتون وغيرهم من رواد الجيل الثاني من علماء الاجتماع الرأسماليين الذين امتدت آرائهم حتى نهاية السبعينات من القرن العشرين وأما عن مفهوم البنائية الوظيفية فهي مركبة من جزأين.

البناء: وهو مصطلح يشير إلى الطريقة التي تنظم بها الأنشطة المتكررة في المجتمع.  
الوظيفية: ويشير هذا المصطلح إلى مساهمة شكل معين من الأنشطة المتكررة في الحفاظ على الاستقرار وتوازن.1

---

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات العلمية ، عالم الكتب ، القاهرة ، 2004، ص31

فالبنائية ترى أن المجتمع يتكون من عناصر مترابطة تتجه نحو التوازن من خلال توزيع الأنشطة بينها التي تقوم بدورها بالمحافظة على إستقرار النظام وأن هذه الأنشطة تعد ضرورة لاستقرار المجتمع، وهذا الاستقرار مرهون بالوظائف التي يحددها المجتمع للأنشطة المتكررة لتلبية حاجاته فتتظيم المجتمع وبناءه هو ضمان الاستقرار<sup>1</sup>، ويمكن تحديد مفهوم البنائية الوظيفية من خلال أهم العناصر التي تتطوي عليها وهي:

**\_ مفهوم النسق والبناء:** رغم تقارب مفهومي النسق والبناء إلا أن التحليل الوظيفي أضيف على المفهومين أبعادا متميزة خصوصا "بارسونز" الذي يعتبر مفهوم النسق أشمل بكثير من مفهوم البناء.

وتصور البنائية الوظيفية النظام الاجتماعي على أنه يتألف "من مجموعة من الأدوار الاجتماعية المترابطة، التي تنظم مع بعضها لتسهم في تحقيق هدف معين" وأن البناء هو ذلك التنظيم الذي يربط هذه الأجزاء وبالتالي فإن البناء الاجتماعي ذو ثلاثة مستويات مندرجة يمثل المستوى الأول في الدور الذي يقوم به فرد معين في إطار نظام إجتماعي أما الثاني فيتمثل في ربط الأدوار الاجتماعية في نطاق إجتماعي معين ويأتي المستوى الثالث وهو أعم المستويات ويمثل المجتمع ككل وقد عرف بارسونز "النسق الاجتماعي" في كتابه "النسق الاجتماعية<sup>2</sup> The système social سنة 1956" بأنه عبارة عن وحدة اجتماعية سواء كانت جماعية أو تنظيم أو مجتمع أو أمة- تتألف من مجموعة من العناصر والأجزاء التي تعتمد على بعضها البعض في إطار علاقات منتظمة بنائيا "ويحوي النسق الاجتماعي مجموعة من الأنساق الفرعية هي:

---

<sup>1</sup>مرفت الطرايبيشي، عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال دار النهضة العربية، القاهرة، 2006، ص100، ص 602

<sup>2</sup>parsons talcollt, le system des sociétés modern, trad millerad danced, paris, 1973,p88

- القيم: ووظيفتها المحافظة على الأنماط الثقافية.

- المعايير: وتؤدي وظيفة تكامل الأنساق الاجتماعية.

- الجماعات: ووظيفتها تتمثل في تحقيق الغايات الجماعية.

- الأدوار: ووظيفتها هي التكيف.

**الوظيفة:** يعتبر مفهوم الوظيفة من المفاهيم المتاحة لنظرية البنائية الوظيفية، غير أنه يتضمن معاني مختلفة ومتباعدة فالأنثروبولوجية مثل "بروان" و"لنتون" و"مالينوفسكي" يستعملون مصطلح الوظيفة لدلالة على الإسهام الذي يقدمه الجزء إلى الكل، وهذا الكل قد يكون متمثلاً في مجتمع أو ثقافته كما تشير الوظيفة إلى الإسهامات التي تقدمها الجماعة إلى أعضائها أو الإسهامات التي يقدمها المجتمع الكبير للجماعات الصغيرة التي يضمها، فالوظيفة تعني النتائج الموضوعية التي يمكن ملاحظتها، والممكن مع توافر المؤشرات الموضوعية الدالة عليها.

**ب- اصطلاحاً:**

هي النظر إلى أي شيء سواء كان كائناً حياً أو إجتماعياً وسواء كان فرداً أو مجموعة صغيرة أو تنظيمياً رسمياً أو مجتمعاً أو حتى العالم بأسره على أنه نفس أو نظام، وهذا النسق يتألف من عدد من الأجهزة المترابطة فجسم الإنسان نسق يتكون من مختلف الأعضاء والأجهزة والجهاز الدوري فيه مثلاً عبارة عن نسق يتكون من مجموعة من الأجزاء وشخصية الفرد نسق يتكون من أجزاء مختلفة مثل السلوك والحالة الإنفعالية والعقلية ذلك المجتمع لكل نسق إحتياجات أساسية لا بد من الوفاء بها وإلا فإن النسق فسوق يقف أو

---

<sup>1</sup>إسماعيل علي سعد، المعجم النقدي لعلم الاجتماع ، مجد للنشر و التوزيع ، بيروت 2007، ص602

يتغير تغييرا جوهريا فالجسم إنساني يحتاج على الأكسجين والنتروجين، وكل مجتمع يحتاج لأساليب تنظيم السلوك القانون أو مجموعة لرعاية الأطفال (الأسرة).

وهكذا، كما أنه لا بد أن يكون النسق دائما في حالة التوازن ولكي يتحقق ذلك فلا بد أن تلبي أجزائه المختلفة إحتياجاته فإذا إحتلت وظيفة الجهاز الدوري فإن الجسم سوف يعتدل ويصبح في حالة من الإلتزان ولكل جزء من أجزاء النسق قد يكون وظيفيا أي يسهم في تحقيق توازن النسق، وقد يكون ضارا وظيفيا أي يقلل من توازن النسق وقد يكون غير وظيفي أي عديم القيمة بالنسبة للنسق، كما يمكن تحقيق كل حاجة من حاجات نسق بعدة متغيرات أو بدائل فحاجة المجتمع لرعاية الأطفال مثلا يمكن أن تقوم بها الأسرة وحاجة المجموعة إلى التماسك قد تتحقق عن طريق التمسك بالتقاليد أو عن طريق الشعور بالتهديد من عدو خارجي.

#### مدخل البنائية الوظيفية:

تعد النظرية الوظيفية أحد المداخل الأساسية لدراسة وسائل الإعلام ووظائفها المختلفة وكذا الآثار المترتبة عن إستعمالها سواء بالنسبة للفرد أو المجتمع، وبالنظر إلى الخلفية التاريخية فإن فكرة بناء مجتمع ما كمصدر لإستقراره لا تعد جديدة كفلسفة إجتماعية فأفلاطون في جمهوريته يطرح القياس بين المجتمع المثالي الذي وصفه أفلاطون تقوم كل فئة من المشاركين في هيكل إجتماعي بإنجاز الأنشطة، التي تساهم في تحقيق التناسق الاجتماعي العام.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> احسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد ، الاتصال ونضرياته المعاصرة ، الدار المصرية

البنائية، القاهرة 2006، ص124.

وقد أثبت "مالينوفسكي" بإعتماده على منهج الملاحظة بالمشاركة أثناء سنوات البحث الأنثروبولوجي المعمق الطويل في "غنيا الجديدة" ثم في "جزر كروبرياند" أن المجتمع "عبارة عن كل يتشكل من أجزاء تؤدي وظائف وصفها بالضرورية لتوازن المجتمع إذ تتشكل هذه الوظائف الأساسي الذي يجب الإرتكاز عليه لتفسير الوقائق الاجتماعية، ووجهت "مالينوفسكي" إنتقادات شديدة حيث إرتبطت وظيفية بالمماثلات البيولوجية، إذ ردت مجمل العناصر الثقافية عنده إلى مجرد إستجابات لدوافع الجسم الإشاعة فوظيفته تمثل إحياء جزئياً للحتمية البيولوجية أما "رادكليف بروان" فقد

قوبلت أعماله فهو ينظر إلى المجتمع باعتباره كلا متكاملًا يسعى إلى الحفاظ على إستمراريته وأكد على الوحدة الوظيفية بكل نسق إجتماعي. أما التأثير الأكبر فيعود إلى "إميل دوركايم" إذ يعتبر أول من إستخدم النظرية الوظيفية بشكل منظم بتفسيره لجوانب إجتماعية متعددة من خلال سؤاله: ما هي الأدوار الوظيفية التي قامت بها هذه الحقائق الاجتماعية في المحافظة على النظام الاجتماعي كنظام كلي فقد وجد ان الذي يمتلك وظيفة إرساء مجموعة من القيم الشائعة والتي تعزز الوحدة والتماسك لدى من يؤمنون بتلك المعتقدات والمدارس وكذلك لها وظيفة نقل الثقافة من جيل إلى جيل. 1

كما إكتسب مفهوم الوظيفة قيمة كبيرة مع العالم الاجتماعي الأمريكي "تالكوت بارسونز" للوظيفة حيث رأى أنها لم تقم على أساس دراسات تجريبية للواقع وإستقر إلى مفاهيم عامة يصعب تحديد معناها أو ربطها بدقة بمؤشرات في الواقع إجتماعي بمفهوم النسق.

---

<sup>1</sup>فهمي سليم الغزوي، مدخل الى علم الاجتماع ,دار الشروق للنشر والتوزيع , عمان , 2006 , ص85 .



حيث تقوم وجهة نظر "ميرتون" على ضرورة الربط بين النظرية والواقع وضرورة كل منهما للآخر كي تكون معرفة دقيقة ذات مصداقية وقابلية لأن تكون مصدر لإشتقاق فرضيات جديدة.<sup>1</sup>

والملاحظ أن البنائية الوظيفية تطورت بفضل إسهامات العديد من الرواد الذين حاولوا إعطاء مفهوما واضحا وحاولوا تحديد عناصرها ليخلصوا في النهاية إلى أن تنظيم المجتمع وبناءه هو ضمان إقراره وذلك نظرا لتوزيع الوظائف بين عناصر هذا التنظيم بشكل متوازن، يحقق الاعتماد المبتدل بين هذه الوظائف.

**الخلل الوظيفي:** يعد الخلل الوظيفي وليد النقد الذي وجهه "ميرتون" إل مقولة الوظيفة الشاملة التي عثر عليها في أعمال الأنثروبولوجيين أمثال "مالينوفسكي" و"كلوكاوهن" والتي فحواها بان كل العناصر الثقافية والاجتماعية لها وظيفة إيجابية وصفها "كلوكاوهن" بأنها إستجابة لحاجة التكيف والتعديل فالعناصر الثقافية الاجتماعية قد تكون وظيفة كما يمكن أن تفقد هذه الوظيفة كليا أو جزئيا أي تتعرض للخلل في الوظيفة.<sup>2</sup>

**البدائل الوظيفية:** إذا كان مفهوم الخلل الوظيفي يعبر عن جزء من الحقيقة مفادها أن بعض العناصر يمكن أن تكون غير وظيفية ضمن نفس ما فإن مفهوم البدائل الوظيفية يعبر عن الجزء الثاني الذي مفاده أن الوظيفة نظر لكونها حيوية لا يمكن الإستغناء عنها فمن الممكن القيام بواسطة أطراف عدة تتبادل هذه الوظيفة ويمكن لعنصر واحد أن تكون له عدة وظائف ويمكن كذلك إنجاز وظيفة من عدة أطرافه وإستنادا إلى ما سبق يمكن تلخيص الفكر البنائي الوظيفي في النقاط التالية:

---

<sup>1</sup>المرجع نفسه ,ص 602.

<sup>2</sup>حسن عماد مكاوي ,ليلى حسين السيد , مرجع سبق ذكره , ص 127.

يتكون البناء الاجتماعي من مجموعة أنظمة مترابطة ببعضها البعض بنائياً ووظيفياً ويتكون النظام من مجموعة انساق يتكون النسق من مجموعة أنماط وبكل نظام نفس نمط حاجاته إجتماعية تعكس وظائفه ومن خلاله تكامله وتكافله الاجتماعي تأكيده على التوازن الاجتماعي يدرس الكل ليصل إلى الجزء 1. وفي نفس السياث يجمع رواد الوظيفة على إفتراضات أساسية جملتها الإطار العام لنظرية البنائية.

الوظيفة والتي حصرها روبرت "ميرون" سنة 1975 فيما يلي:

النظر إلى المجتمع على أنه نظام يتكون من عناصر مترابطة وتنظيم نشاط هذه بعناصر بشكل متكامل يتجه هذا المجتمع في حركته نحو التوازن ومجموع عناصره تضمن إستمرار ذلك بحيث أنه عندما يحدث أي خلل في هذا التوازن فإن القوى الاجتماعية سوف تنشط لإستعادة هذا التوازن. 2 كل العناصر النظام والأنشطة المتكررة فيه تقوم بدورها في المحافظة على استقرار النظام للأنشطة المتكررة في المجتمع تعتبر ضرورة لاستمرار وجوده وهذا الاستمرار مرهون بالوظائف التي يحددها المجتمع للأنشطة المتكررة تلبية لحاجاته 3، ولأن النشاط الإتصالي يعتبر أحد الأنشطة المتكررة في المجتمع التي تعمل من خلال وظائفها على تلبية حاجات المجتمع فقد أستخدم البنائية الوظيفية لدراسة النظام الإعلامي كأحد النظم الفرعية والتي لا غنى عنها في البناء الاجتماعي، فوسائل الإعلام يمكن أن تكون أحد عوامل الخلل الوظيفي وذلك حين تساهم في التنافر وعدم الإنسجام بدلا من الاستقرار إذا كان تأثيرها هو الإثارة والتحريض على أشكال سلوك المنحرف

---

<sup>1</sup>نيكولا تيماشيف مرجع سبق ذكره ص 124.

<sup>2</sup>معين خليل عمر، نقد الفكر الاجتماعي المعاصر، ط2، دار الافاق الجديدة، بيروت 1999، ص 122

## النظرية الوظيفية في دراسات الإتصال:

يركز التحليل الوظيفي على ظواهر خاصة داخل النظام الاجتماعي الكلي ويحاول تبين كيف أن الظواهر يمكن أن تؤدي إلى المحافظة على إستقرار النظام بكليته، وأن تؤدي لعكس ذلك وعند إذن تصبح الوظيفة خلا وظيفيا ولأن الإتصال الجماهيري بطبيعة الحال نظام اجتماعي جزئي تكراري الطابع يعمل داخل النظام الاجتماعي الكلي فقد أمكن إستخدام البنائية الوظيفية لدراسة النظام الإعلامي وطبيعة وظائفه أو الخلل الوظيفي الذي يمكن أن يصاب به هذا النظام<sup>(1)</sup>، ويعتبر الباحثون أن أغلب التحليلات الوظيفية للوظائف الاجتماعية لوسائل إتصال تأسست إنطلاقا من النموذج النظري الذي قدمه هارولد لاسويل عام 1948 وصاف صيغته المشهورة (من قال ماذا؟ بأي وسيلة؟ لمن؟ وبأي تأثير 1 ، والتي وضح لنا من خلالها أن دراسة وسائل الإتصال لدراسة علمية لا بد أن تركز على دراسة هذه التساؤلات والإجابة عليها وذلك لمعرفة طبيعة الدور الوظيفي لوسائل الإتصال والإعلام من خلال معالجته للعلاقة التي تربط هذه الوسائل بالمجتمع ككل، على اعتبار أن وسائل الإتصال تعتبر عمليات إجتماعية وبناءات وأنساق اجتماعية لها وظائف طبيعية محددة.

وقد طرحت البنائية الوظيفية مجموعة من النماذج التي تعرف في دراسات الإتصال والإعلام بالنماذج الوظيفية أو نماذج التحليل الوظيفي، التي تركز على تحليل عدد من الوظائف والأهداف العامة التي تقوم بها وسائل إتصال الجماهيري، كما تركز هذه النماذج على التعرف بوضوح عن مدى تحقيق الأهداف أو الوظائف بصورة إيجابية أو سلبية، وفي نفس السياق يرى أصحاب النظرية الوظيفية أن لوسائل الإتصال أهدافا وظيفية محددة تقوم عليها المؤسسات والتنظيمات والوسائل المختلفة التي تحمل أيضا وسائل إتصالية تنقل إلى الجمهور أو مستقبلين معينين ولديهم أيضا تطلعات كبيرة لدور الوظيفي الذي يجب أن تقوم به مؤسسات الإتصال وإعلام من أجل إشباع وتحقيق أهدافهم، أو فئة المستفيدين من المادة

<sup>1</sup> - فريال مهنا، علوم الإتصال والمجتمعات الرقمية، دار الفكر، سوريا، 2002، 29.

الإعلامية التي تحقق لهم مجموعة من الوظائف مثل التعليم، الترفية، الأخبار وغير ذلك من الوظائف متعددة تعرف عموماً بوظائف الإتصال الجماهيري الإعلامي في العصر الحديث.1

وبناء على ما سبق أن النظرية الوظيفية من خلال التحليل الوظيفي لوسائل الاتصال الجماهيري أثبتت أنه يمكن إدراج الاتصال ووسائله ضمن المكونات الحتمية للبناء الاجتماعي التي لا يستطيع المجتمع المعاصر الاستقرار دونها كما تساعدنا في معرفة الآثار المترتبة من استخدام وسائل الإعلام على الفرد والمجتمع على مختلف الأصعدة ومعرفة وظائف في جميع المجالات.

### النقد الموجه لنظرية البنائية الوظيفية:

على الرغم من التحليلات الوظيفية في تقديم شروحات وتفسيرات للكثير من مظاهر الحياة الاجتماعية، إلا أنها لم تكن بمنأى عن الانتقادات، حيث يتفق معظم الباحثين على وجود ثلاثة محاور رئيسية يمكن من خلالها عرض النظرية وتحليلها ونقدها، يتعلق الأول بالبناء بالمنطقي لاتجاه ويهتم الثاني بكيانه وجوهره ويركز الثالث على موقفه ويتمثل أهم الانتقادات الموجهة إليها في:

### النقد الموجه إلى البناء المنطقي للنظرية:

وصف التحليل الوظيفي بأنه غائب، فهم التحليل لا يقدم تفسيرات لنشأة السمات الوظيفية، ولا يوضح كيف تحدث الوقائع، فهو يجيب على السؤال الآخر هو: لماذا تحدث الوقائع؟1

---

1نيكولا تيماشيف ، مرجع سبق ذكره ، ص 331 .

ويعني التفسير الغائي في جوهر إهتمام النظرية بفروض عامة غير قابلة للاختبار حتى أن كوهين يرى أن ما تقدمه الوظيفية للفروض يتطلب نوعا من التحقيق العلمي لا يوجد في علم الاجتماع ويرجع ذلك إلى أن أنصار النظرية ينظرون لوظيفة الظاهرة الاجتماعية على أنها سبب نتيجة لهذه الظاهرة كما أن بعض مفاهيمها ومصطلحاتها مثل الوظيفة الثبات والتوازن لم تصاغ بدقة ووضوح مما يتنافى مع أهم خصائصها العلمية.<sup>1</sup>

**النقد المتعلق بجوهر النظرية وكيانها:** الذي يتبين بوضوح في:

**مبالغتها في التشديد على أهمية بعض القضايا وإغفال البعض الآخر.**

**المبالغة في تقدير أهمية الإشتراك في القيم:** يرى أصحاب النظرية الوظيفية أن أفراد المجتمع يشتركون في القيم التي ينتسبون إليها وأن هذا الإشتراك هو السبيل لتحقيق تكامل عناصر النسق الاجتماعي ومكوناته لأن على أعضاء المجتمع أن يمتثلوا لهذه القيم ويتصرفوا تبعاً لها وإلا خرجوا عن قواعد الضبط الاجتماعي كما أن بالرغم من أسبقية الإشتراك في القيم على وجود النسق الاجتماعي لا يسنده الواقع، لأن أعضاء النسق ينتجون قيمهم بعد وجودهم.

**إهمال لبعض أبعاد الواقع الاجتماعي:** إن تركيز الوظيفة على منظور النظام أو التكامل أو التوازن جعلها نظرية ذات منظور أحادي ثابت، إذ بالغت في وصف التكامل في المجتمع خصوصاً بالنسبة "لمالينوفسكي" و"بارسونز" فقد أعاب "كولومي" على البنائية الوظيفية نقص إهتمامها بسير الجماعات الاجتماعية المجسدة وبمواقف الصراع الاجتماعي حيث إقتصر مفهوم التغيير على التغيير الداخلي التدريسي الذي لا يهده إلى تغيير النظام الاجتماعي، كما إقتصر مفهوم الصراع على اعتبار معيقاه وظيفيا مع أن كثيرا من أشكال الصراع تعد بفعل التقدم.

---

<sup>1</sup>برهان الشاوي ، مدخل الى الاتصال الجماهيري ونظرياته ، دار الكندي ، الاردن ، 2003 ، ص 92.

المبالغة في محاكاة العلوم الطبيعية: لقد أدى تفوق العلوم الطبيعية إبان نشأة النظرية إلى تأثر الوظيفية ومحاكاتها لها إلا أن المبالغة في التقليد يؤدي إلى عدم إدراك الفروق الجوهرية بين الواقع الاجتماعي وظواهر والطبيعة وظواهرها. 1

ورغم هذه الانتقادات التي وجهت لنظرية البنائية الوظيفية إلا أنها تظل تشكل أرضية صلبة في عملية التنظير لعلم الاجتماع بصفة عامة ولعلوم الإعلام والاتصال بصفة خاصة فتحليلاتها إتسمت بالمرونة والخصوصية والدقة والتزام الموضوعية.

**تطبيق النظرية على موضوع الدراسة:** لقد إختارنا هذه النظرية لكي نسلط الضوء من خلالها على الوظائف التقليدية التي يؤديها الإعلام أم أن التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال غيرت من طبيعة الدور والوظيفة التي من المفروض على الاعلام أن تعمل لأجلها، وهل هذه التقنيات الجديدة من بين العوامل التي تسهم في إقرار التوازن أو الإخلال به في البناء المجتمعي ككل وما هي العلاقة بين القائم بالاتصال والجمهور والوسيلة.

---

<sup>1</sup>حسن عماد مكاوي، مرجع سبق ذكره، ص 74

## نظرية الإستخدامات والإشباعات:

اختلفت تسمية نظرية الاستخدامات والإشباعات حيث منهم من أطلق عليها مسمى النموذج ومنهم من اعتبرها نظرية، ويعد أول من أظهر النظرية في كتاب متكامل كاتروبلوم في عام 1974 في كتابهما استخدام وسائل الاتصال الجماهيري حيث صور الكتاب الوظائف التي تقوم عليها وسائل الإعلام ودوافع اختبار الفرد أو المتلقي لها والمحتوى التي تقوم بعرضه واستندت النظرية على مجموعة من الفروض وفقا لكاتز وبلومر وهي:

استخدام الأفراد لوسائل الإعلام يحدث لهم أهدافها مقصودة تلبى ما يطمحون عليه وأن الجمهور هو عنصر فعال في عملية الإتصال.

- تعود الرغبة في إختيار الوسيلة الإعلامية لإشباع حاجات محددة إلى الجمهور نفسه وتختلف الرغبات بين الأفراد لإحتياجاتهم.

- يعلم الجمهور مدى الفائدة التي قد يجنيها نتيجة إختياره لوسائل الإعلام التي يتعرض لها وهي أعلم أيضا بدوافعه وإحتياجاته.1 (محمود إسماعيل، 2003، ص254)

تسعى نظرية الاستخدامات والإشباعات إلى تحقيق أهداف محددة في مقدمتها التعرف على كيفية إسخدام الجمهور لوسائل الإعلام وذلك بعد دراسة الجمهور الفاعل في متابعة الوسيلة الإعلامية ويمكن ذكر الأهداف وفقا لما يلي:

- التعرف على سبب وكيفية إستخدام الفرد لوسائل الإعلام.  
- التعرف على دوافع إستخدام الفرد لوسيلة إعلامية محددة دون غيرها أو وراء تعرضه لمحتوى محدد دون غيره.2

---

<sup>1</sup>محمود إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير ،ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2003 ص254.

<sup>2</sup>حسن مكاوي،إيلي السيد ، مرجع سبق ذكره، ص241.

## أنواع الإشباع التي يبحث عنها الجمهور:

تقوم نظرية الاستخدامات والإشباع على وجود حاجات تدفع الجمهور إلى إختيار نوع الوسيلة والمحتوى الإعلامي الذي يرغب به، حيث يسعى إلى إشباع تلك الحاجات من خلال التعرض لذلك المحتوى وفقا للعلماء والمختصين في الدراسات الإعلامية فإن الإشباعات تقسم إلى النحو التالي:

**إشباع المحتوى:** ترتبط بالمحتوى التي تقدمه الوسيلة الإعلامية وتنقسم إلى قسمين حيث يعد النوع الأول إشباعات توجيهية تتمثل في مراقبة البيئة المحيطة بالفرد والحصول على المعلومات، بينما النوع الثاني إشباعات إجتماعية تتمثل في ربط المتلقى للمعلومات التي يحصل عليها بعلاقاته إجتماعية.

**إشباع العملية:** ترتبط إشباعات العملية بالوسيلة الإعلامية ذاتها وتنقسم إلى إشباعات شبه توجيهية مثل الحد من الخوف والقلق أما النوع الثاني فهو إشباعات شبه إجتماعية حيث تتمثل بزيادة علاقة الفرد المتلقى بالشخصيات الإعلامية.

## الانتقادات الموجهة إلى نظرية الاستخدامات والإشباع:

حالتها كحال باقي النظريات فقد واجهت نظرية الاستخدامات والإشباع انتقادات وإشكاليات من وجهة نظر مختصين في الدراسات الإعلامية وفي بداية الانتقادات كانت صعوبة تفسير العلاقة بين الجمهور ووسائل الإتصال الجماهيري بسبب إختلاف القدرات العقلية لدى الأفراد وإختلاف الظروف الاجتماعية لديهم. 1

---

<sup>1</sup>محمد عبد الحميد: نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتاب، مصر، 2004، ص 291.



وفي انتقاد موجه إلى النظرية يرى دينيس ماكويل بأن بعض الحاجات قد تكون ذريعة لبعض الوسائل الإعلامية لتقديم المحتوى الهابط أخلاقيا وذلك لا يعد مبررا لإنتاج مثل هذا النوع من المحتوى ويرى آخرون بأن النظرية قائمة على مصطلحات مرنة مثل الدوافع والحاجات والإشباع ما يشكل صعوبة في تحديد ناتج ثابت يفسد العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام.

## نظرية حارس البوابة:

تقوم نظرية حارس البوابة على أن المادة الإعلامية تمر بمراحل عديدة، وخلال كل مرحلة هناك حارس يقوم بتمرير المعلومات وفقا لحاجتها وتصنف من النظريات الاجتماعية والتي تفسر دور القائم بعملية الإتصال وواجباته تجاه المجتمع، وعند التعرف إلى ما هي نظرية حارس البوابة، لا بد من التعرف إلى كيرت ليون وهو من قام بتطوير النظرية في عام 1977 حيث لم تعد مجرد نموذجا فقط، بل أصبحت نظرية تساعد على تفسير دور القائم بعملية الإتصال للتقارير، وتفسر بذلك عمله تجاه المجتمع، حيث تختلف الواجبات لكل مجتمع وفقا لعاداته وتقاليده، مع العلم بأن أصل النظرية يعود إلى عام 1922. 1

---

<sup>1</sup>نضال الضالعين وآخرون، نظرية الاتصال والإعلام ، ط1 ، دار النشر والتوزيع، عمان 2016، ص167.

وتمثل دور رجل الإعلام بإيصال المعلومات إلى المجتمع وللتعرف إلى ما هي نظرية حارس البوابة يجب التعرف أكثر إلى الفكرة وراء مسمى حارس البوابة حيث تعد مراحل مرور الخبر أو المادة الإعلامية ببوابات والقائم في كل مرحلة، لذا يسمى حارس البوابة وتمكن واجباته بتمرير المعلومات بمصادقية مع ضرورة توشي الدور التوعوي في المجتمع والابتعاد عن المواد الإعلامية السلبية ومن الأمثلة على ذلك إبعاد مقدم البرامج التلفزيونية عن عرض مشاهد تتنافى مع العادات والقاليد، لأن فيها تأثيرات سلبية في المجتمع، ولهذا أيضا يعد العمل الإعلامي أمانة لا بد من الإلتزام بها.

### نموذج نظرية حارس البوابة:

عادة ما يبحث طلاب الإعلام عن إجابة سؤال: ما هي نظرية حارس البوابة ويتحدثون أيضا عن الضوابط التي تحكم القائم بالإتصال وحالها كحال باقي النظريات خاصة بنظريات الاتصال تقوم نظرية حارس البوابة على نموذج خاص ويعود النموذج إلى عام 1943م ويمكن إعتماده في العصر الحديث مع إختلافات في تطبيق كون النظرية نظرية إجتماعية في نهاية المطاف، وتقوم النظرية على أن المعلومات تتدفق عبر القنوات التي تمر بها وكل قناة هي بوابة لمرور المعلومة لذا يسمى القائم بمرور المعلومة بحارس البوابة ويساعد النموذج على التعرف إلى ما هي نظرية حارس البوابة.

### القائم بالاتصال في العملية الاتصالية:

يلعب القائم ف الاتصال دورا استراتيجيا في العملية الاتصالية اد انه يترك بصماته في الرسالة الاعلامية وبشكلها وبصنعها وفق معايير ومقاييس مؤسساتية الا انه في اخر المطاف يكون هو المرسل وهو المسؤول عما يصل للجمهور .

فالقائم بالاتصال عن طريق انتقائه وحذفه للاخبار يصور الواقع الاجتماعي والثقافي الذي يعيش فيه للمجتمع بأسره فيلعب دورا رئيسيا في عرض الاخبار والمعلومات للجمهور وهو الذي يتحكم بمهارة خارقة في معالجة الرموز والذي يستعمل هذه المهارة لتشكيل حلقة الاتصال بين الاشخاص فهو الذي يخترق الرموز ويترجم تصرفات معينة ومعرفة اهتمامات الجماعة الكلامية في شكل بديل بعبارات مفهومة ومقنعة لجماعة اخرى , هذا الدور يتم ف اتجاهين عمودي افقي , عمودي يربط القائمون بالاتصال المحترفون النخبة في اي تنظيم او جماعة بالجمهور العام , افقيا يربط جماعتين كلاميتين في نفس التركيبة الاجتماعية .

### شروط القائم بالاتصال في المؤسسة:

حددها الباحث ديفيد بدلو في النقاط التالية:

- توافر مهارة الاتصال وهي خمسة مهارات الكتابة، التحدث، القراءة، الإنصات، القدرة على التفكير السليم لتحديد الأهداف الاتصال.
- اتجاهات القائم بالاتصال نحو نفسه ونحو الموضوع وكما كانت هذه الاتجاهات إيجابية زادت فعالية القائم بالاتصال.
- مستوى معرفة المصدر وتخصصه بالموضوع الذي يعالجه يؤثر في زيادة فعاليته.
- مركز القائم بالاتصال في إطار النظام الاجتماعي و الثقافي وطبيعة الأدوار التي يؤديها والوضع الذي يراه الناس عليه ويؤثر على فعالية الاتصال.
- \_ معرفة السياسة الإعلامية للمؤسسة ويتم معرفة ذلك حسب وارين بريد بعد عدة طرق منها:
  - \* القراءة المستمرة لجريدة المؤسسة.
  - \* المشاركة في الدورات والمحاضرات التي تقيمها المؤسسة.
  - \* عن طريق الخبرة.1

## مهمة القائم بالاتصال:

جملة المهام يؤديها القائم بالاتصال سواء داخل المؤسسة أو خارجها.

أ- الاتصال الداخلي: وضع مجلة المؤسسة:

- الاقتراف على سير الاتصال النازل من أقسام المؤسسة.

- التحضير للاجتماعات التي تقام في المؤسسة.

- القيام بالرد على كل ما يسمى بصورة المؤسسة.

---

<sup>1</sup>نجوى فوال: القائمون بالاتصال، المركز القومي للبحوث الاجتماعية ، القاهرة 1992، ص05.

ب- الاتصال الخارجي: ويتمثل في:

- البرمجة للحملات التحسسية المختلفة.

- تمثل المؤسسة في مختلف وسائل الإعلام.

- تقديم المعلومات المستجدة للصحفيين وإذاعة بالمعلومات مثلا: عند حدوث دور القائم بالاتصال في إعلام الصحفيين لهذا الحدث قصد تغطيته.

## الجمهور:

### تعريف الجمهور:

عبارة عن عدد من الأفراد يشكون من إدراك في وحدة المصالح ولذلك يولد لديهم شعور بالوحدة وتحقيق الذات، ويختلف هذا الشعور من جمهور إلى آخر وغالبا ما تفضل الجماهير وتختلف عن بعضها البعض من يساعد على تكوين وسائل الاتصال العامة ومعظم أفراد الجماهير لا يتصلون اتصالا مباشرا ببعضهم البعض إلا أنهم يشكون فيما يقرؤون ويحصلون عليه من معلومات.

وتتجنب الدراسات الحديثة في الاتصال الجماهير استخدام مصطلح الحشد (Mass) وتميل إلى استخدام جمهور المتلقي (Mass Audience)، الذي يشير إلى قيام الأخير بدور في الكثرة العددية والتباين فيه سمات أفراد من مفهوم المتلقي (Audience) التفاعل والمشاركة والايجابية والتفاعل خلال هذه العملية في إطار السياق الاجتماعية، والثقافي الذي يتسبب إليه وتعدد به إنتماءاته.

1- اتجاهات الجمهور: يطابق الاتجاهات الجماعية أو الجمهور معنى الرأي العام لذلك

تستعمل عبارة في الدراسة بمفهوم الرأي العام.

الرأي العام: يعرف بأنه عبارة عن اتجاهات الأفراد إذا مشكلة معينة وذلك في حالة انتمائه

إلى مجموعة اجتماعية واحدة أو ميول الناس إزاء قضية ما. 1

ويعرفه (ليوناردو) بأنه اتجاهات وأفكار مجموعة من الناس حول موضوع ما حينما يكونون أعضاء نفسا لجماعة الاجتماعية أو هو مجموعة اتجاهات الناس الأعضاء في نفس المجموعة الاجتماعية، نحو مسألة من المسائل التي تقابلهم.

**القيم: لغة:** تشتق حسب المعجم من قام وقيمة الإنسان قامته وأمر قيم أي مستقيم بمعنى أن القيمة هي اعتدال وانتصاب الوقوف، ويدل قام على بلغ واستوي وانتشر لقط القيمة في عصرنا بالمعنى الفرنسية (Valeur).<sup>2</sup> وتتنوع معاني القيمة اصطلاحا: وتتشعب مدلولها بتنوع ميادين المعرفة وإن كانت في مختلف أبعادها مستمدة من معناها اللغوي بشكل أو بآخر ففي بعدها الديني كما وردت في قوله تعالى: "فِيهَا كُتِبَ قِيَمَةٌ" سورة البينة الآية 03، وتعني الآية كتب ذات شأن ومنفعة وتشير عند الاقتصاديين إلى الثمن أو السعر أو فائض الربح استنادا لأهمية الشيء والحاجة إليه وترتبط بالمنفعة الذاتية في جانبها كصحة الجسدية واللذة، والذكاء والثراء المادي والسمعة الطيبة وغيرهم من المنافع الشخصية.

---

<sup>1</sup>قلاتي عبد الكريم، الاعلام والرأي العام ، اي علاقة ؟ ، مجلة الفكر و المجتمع ، طاكسيج كوم للدراسات والنشرو الجزائر 2010، ص113.

<sup>2</sup>مرتضي الزبيدي ، تاج العروس، المجلد 9، دار صابر ، بيروت ، 1966، ص 35

### 3- خصائص الجمهور:

أ- **الحجم الواسع:** حيث يتخذ شكل الجمهور أو الجماهير حجة أكبر من أشكال التجمعات الأخرى.

ب- **التباعد:** يتواجد أفراده في أوضاع وأماكن مكب عدة خاصة مع الاستعمال المكثف لتكنولوجيا الاتصال الحديثة كالبث الفضائي، والأكثر نت الذي يعطي بعدا كونيا للجمهور.

ج- **عدم التجانس:** حيث تتمايز أفراد الجمهور بميزات واحتياجاتها ومصالحها واهتمامها وبالتالي في السلوك الاتصالي.

د- **عدم التعارف:** حيث أن الأفراد غير معروفين بذواتهم ومجهولين من بعضهم البعض وعنه القائم بالاتصال.

هـ- **غياب التنظيم الاجتماعي:** نظم التباعد وعدم تعارف أفراد الجمهور يفقدوا القدرة على تشكيل تنظيمات اجتماعية بهذه الصفات.

و- **التغيير:** حيث يمتاز أفراد الجمهور بعدم الاستقرار في الزمان والمكان.

**منهج الدراسة:** المنهج هو الطريقة أو الأسلوب الذي ينتجه العالم في بحثه أو دراسة مشكلة والوصول إلى حلول أو بعض النتائج.<sup>1</sup>

والمنهج المستخدم هو المنهج المسحي ويعرفه الباحث دوقان عبيدات بأنه: المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة المدروسة، قصد التعرف على نقاط قوتها وضعفها. وعرفه الباحث حلمي محمود وعبد الرحمان صالح عبد الله: "وفق الظاهرة معنية في الوقف الراهن، فيقوم بتحليل خصائص تلك الظاهرة لعوامل المؤثرة"<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup>منصور نعمان وعدنان ذنب النمري، البحث العلمي، دار الكندي، الأردن، 1998.

<sup>2</sup>أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي ف علوم الاعلام والاتصال ، ط3 ، ديوان المطبوعات الجامعية 2004، ص287-

ويرى الباحث عبد الباقي زيدان: "أن الدراسات المسحية هي الدراسات التي تتمحور حول مشكلات عديدة تتطلب جمع البيانات لطريقة منظمة سواء الجمهور أو عينة من الناس باستخدام الاستمارات أو أي أداة أخرى"

إن المنهج المسحي هو المنهج الذي يهدف وصف الظاهرة المدروسة من حيث طبيعتها ودرجة وجودها فقط باعتماد على البيانات التي يجمعها من جميع أفراد المجتمع أو عينة كبيرة منهم.

"المنهج المسحي هو عبارة عن عملية تحليلية لجميع القضايا ويمكن الوقوف على الظروف المحيطة بالموضوع الذي نرغب في دراسة والتعرف على الجوانب التي هي في حاجة إلى تغيير وتقسيم شامل فهو في مجمله أداة لتوضيح الطبيعة الحقيقية للمشكلة أو الأوضاع الاجتماعية وتحليل تلك الأوضاع والوقوف على الظروف المحيطة بها أو الأسباب الدافعة إلى ظهورها"<sup>1</sup>

وبالتالي فإن وظيفة المسح الأساسية هي توفير المعلومة حول موقف أو مجموعة مواقف، كما يستعمل في البحوث الرامية إلى قياس وتخمين آراء ومواقف وانطباعات وميول اتجاهات الأفراد والجماعات.

وتظهر وتبويب المعلومات الإحصائية التي تنتهي بعملية تحليل الإحصائي تقديم النتائج أو التقارير ويجسدها المنهج في الجانب التطبيقي لدراسة.

### أدوات جمع البيانات:

1- إستمارة الاستبيان: من أهم الأساليب لجمع المعلومات وعلى أنها مجموعة الأسئلة

التي يجيب عنها المبحوث وهي محددة من طرف الباحث.2

---

2- <sup>1</sup> محمد الغريب عبد الكريم، البحث العلمي ، التصميم والمنهج والإجراءات الاسكندرية، المكتب الجامعي الحديث 1982، ص 84.

3- <sup>2</sup>رشيد زرواتي، مناهج وادوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ط1، دار الهدى، الجزائر 2007، ص 120



**فالاستبيان** "هو أسلوب جمع البيانات الذي يستهدف استثارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها، دون تدخل من الباحث في التقريري الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات" الاستبيان" هو مجموعة من الأسئلة ترسل أو تسلم للأفراد الذين يتم اختيارهم لموضوع البحث ليقوموا بتسجيل إجاباتهم على الأسئلة الواردة وإعادتها للباحث.

"المشكلات في المؤتمرات أو البريد الإلكتروني، توظيف هذه الأساليب في استقاء البيانات أو المعلومات أو القياس في الدول أو المناطق البعيدة من الحدود أو إمكانيات الباحث في الانتقال وإجراء المقابلة أو الاستقاء اليدوي وهذه الأساليب أصبحت بديلا علميا ومنهجيا للأساليب الورقية حيث تسود في الاتصال وإجراء الحوار والأساليب الورقية التي تعتمد على الاتصالات الرقمية وقد يكون هذا سببا في زيادة الاستثمارات الورقية واختياري شبكات التواصل الاجتماعي على تستهدف فئة الجمهور متباعي صفحة البرنامج التلفزيوني "زوجوني" على الفايسبوك وستعتمد على عينة 100 مفردة ولقد مر تصميم الاستمارة في شكلها النهائي على خطوات المنهجية.

تحديد البيانات وأمثلة المطروحة وذلك إسقاط مجموع التساؤلات على محاور في الاستمارة كل محور يتضمن مجموعة أسئلة:

عرض استمارة علة الأستاذة المشرفين

صباغة الأسئلة الاستمارة في شكلها النهائي وذلك عرضها على محكمين أو ثلاثة قبل وضعها في شكلها النهائي حيث تتضمن 3 محاور نسبة هي:

**المحور الأول:** متابعة الجمهور لصفحة البرنامج التلفزيوني "زوجوني" على الفايسبوك.

**المحور الثاني:** أنماط متابعة الجمهور لصفحة البرنامج التلفزيوني "زوجوني" على الفايسبوك.

**المحور الثالث:** الوظائف التي يسعى الجمهور إلى تحقيقها من خلال صفحة البرنامج

التلفزيوني "زوجوني" على الفايسبوك.

**المقابلة:**

في اللغة: لمواجهة والتقابل.

**اصطلاح:** محادثة موجهة بين الباحث والشخص أو أشخاص آخرين بهدف الوصول إلى الحقيقة أو موقف معين يسعى الباحث التعرف عليه من أجل تحقيق أهداف الدراسة. وسيلة شفوية مباشرة أو هاتفية أو تقنية لجمع البيانات يتم خلالها سؤال الفرد أو خبير عن معلومات لا تتوفر مادة في الكتب أو المصادر الأخرى. والمقابلة هو حوار موجه بين الباحث من جهة وشخص أو أشخاص من جهة أخرى بغرض الوصول إلى المعلومات تعكس حقائق أو مواقف محددة.1

**تنوعت تقسيمات وتصنيفات المقابلة ومن بينها:**

- **المقابلة الفردية:** التي تتم بين الباحث والمفحوص (المستجيب)، وتعتبر أكثر الأنواع شيوعاً لأنها تتم بين المقابل والمستجيب.

- **المقابلة الجماعية:** ويتم بين الباحث وعدة من الأفراد في مكان واحد ووقت واحد من أجل الحصول على المعلومات أوفر في أقصر وقت.

---

<sup>1</sup> عامر قنديلي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، دار البازوري للنشر والتوزيع، الأردن

- المقابلة الحرة: التي تطرح فيها أسئلة غير محددة للإجابة.
- المقابلة المقننة: هي المقابلة التي تطرح فيها أسئلة تتطلب إجابات دقيقة ومحددة.
- المقابلة غير المقننة: تتصف بالمرونة والحرية في التعبير.
- المقابلة غير موجهة: حيث يكون فيها المفحوص أكثر حرية في التعبير عن مشاعره ودوافع سلوكه بدون توجيه معين من الباحث.

واعتمدت على المقابلة المقننة كأداة لجميع البيانات راجع إلى أنها سوف تخدم أغراض وأهداف دراستي واستعمله لهذه الأداة مع القائم بالاتصال على مستوى صفحة البرنامج التلفزيوني "زوجوني" على فايسبوك ومقدم الحصة على التلفزيون يوم.../.../2020 عن طريق استمارة إلكترونية وعن طريق الهاتف وذلك للحصول على المعلومات تخدم الموضوع.1

### مجتمع البحث:

مجتمع البحث هو جميع الأفراد أو الأشياء أو الأشخاص يشكلون موضوع مشكلة البحث وهو جميع العناصر ذات العلاقة بمشكلة الدراسة التي يسعى الباحث إلى أن يعدم عليها نتائج الدراسة لذا فإن الباحث يسعى إلى اشتراك جميع أفراد المجتمع لكن الصعوبة تكمن في أن عدد أفراد المجتمع قد يكون كبيرا بحيث لا يستطيع الباحث اشتراكهم جميعا. ومجتمع البحث هو مجرد مفهوم يتطلب تعريفه من خلال الإطار المكاني والزمني أو بشري ويظل مجتمع البحث في إطار المفهوم ما لم يتم تحديد إطار وثائقي لهذا المجتمع يتعامل معه الباحث ماديا لاختيار مفرداته العينية.

---

<sup>1</sup> عبد الله العكش: البحث العلمي ومناهج الإجراءات ، مطبعة عين الحادثة ، الإمارات العربية ص65.

الذي يعتبر عادة جزءا ممثلا للمجتمع المستهدف ويلمى حاجات الدراسة وأهدافها ونختار من عينة البحث.1

وقد تم اختيارنا لمجتمع البحث للقيام بدراستنا هم متابعي إحدى صفحات البرامج التلفزيوني على الفايسبوك برنامج "زوجوني".  
عينة الدراسة:

العينة طريق من طرق البحث وجمع المعلومات وتؤخذ عينة من مجموع ما للاتصال من الجزء إلى الكل أو للتوصل إلى الحكم على المجتمع في ضوء بعض أفراد فهي ضرب من الاستقرار وليست العينة إلا مصلا أو مجموعة أمثلة واستخلصوا أحكام فيها قدر من الاحتمال.

عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي.3

وعينة تم اختيارها للعينة القصدية حيث يعرفها الدكتور محمد عبد الحميد بأنه: "النوع الذي تختار فيها الوحدات أو المفردات بطريقة قصدية وذلك تبعا لما يراه الباحث من صفات وسمات أو خصائص تتوفر لهذه الوحدات أو المفردات وتخدم أهداف البحث".  
ويتوقف تحديد حجم العينة من الاعتبارات التي تؤثر في هذه القرار وهي قدر التجانس بين مفردات المجتمع في خصائص أو سمات فكلما زادت درجة التجانس بين مفردات المجتمع أمكن اختيار عدد أقل من المفردات لبناء العينة.

---

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد: البحث العلمي ف الدراسات الاعلامية عالم الكتب، القاهرة2004، ص130.

<sup>2</sup> محمد منير حجاب، المعجم الاسلامي، دار الفجر للنشر و التوزيع ، القاهرة ، 2004 ، ص381.

<sup>3</sup> محمد عبيدات، علاقة مبسطة ، محمد ابو النصار ، منهجية البحث العلم ، دار وائل ، عمان

- التوزيع الجغرافي للمفردات وهو يعكس تشتتها وانتشارها ذلك أنه كلما زاد انتشار المفردات أو كانت موزعة على مناطق الجغرافية متباعدة كلما تطلب الأمر زيادة حجم العينة. عدد الفئات التي سوف يتم دراستها واختيار العينة من فئة واحدة وهي فئة الطلاب يتم توزيع الطلبة والطالبات على أساسها مثل التخصصات الأكاديمية ويختار الباحث لمفردات في هذه العينة بطريقة عمدية.

يعود اختيارنا للعينة القصدية هو أن هذا النوع من العينات الذي يتلاءم وطبقية الدراسة، والمقدرة بـ 100 مفردة بإضافة إلى القائم بالاتصال.

### تحديد المفاهيم والمصطلحات:

**1- العلاقة الوظيفية:** في العلاقة التي تجمع الموظف بالإدارة المستخدمة من تلك العلاقة المتميز التي تربطه والتي لا توجد بين العامل ورب العمل حيث تبرز هذه العلاقة المكانة الخاصة للموظف باعتباره عوناً للدولة السيادة مما يعني امتلاكه لجزء من هذه السيادة التي تسمح له بممارسة صلاحيات السلطة العمومية في حدود تحقيق المصلحة العامة.

وفي دراستنا عن مدى التوافق والانسجام بين الوظائف التي حققها القائم بالاتصال على صفحات البرامج التلفزيونية في شبكات التواصل الاجتماعي وبين الوظائف التي يتطلع إليها الجمهور من هذه الصفحات في ظل البيئة الإعلامية الجديدة.

**2- القائم بالاتصال:** القائم بالاتصال الذي يقدم الإنتاج الإعلامية له أهمية كبيرة ودرا فعالاً ومباشراً في إنتاج الرسالة الإعلامية في فهم التنبؤ بتأثير الاتصال فتصور المتلقي القائم باتصال أو المصدر يلعب دوراً أساسياً في تحديد نتائج الإقناع.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> جيهان أحمد شتى: الاسس العلمية لنظريات الاعلام، 1989 دار الفكر العربي ، لقاهاة 1985 ص239.

ويعرفه أحمد عبد الحميد: القائم بالاتصال أنه الشخص الذي يبدأ عملية الاتصال بإرسال لفترة أو الرأي أ المعلومات من خلال الرسالة التي تقوم بإعدادها وقد يكون هذا الشخص هو مصدر الفكرة أو الرأي أو معلومات وقد لا يكون مصدرها وقد يكون مصدرها فرد آخر كما يظهر واضحا في عملية اتصال من خلال المؤسسات الإعلامية التي يقوم أفرادها باتصال بالمصدر للحصول على معلومات وأخبار حتى يقوم بصياغتها لنشر أو إزالة وإسالتها مرة أخرى للجمهور.

ويعرف قائم بإتصال في الصحافة بأنه أحد الأطراف الأساسية في العملية الاتصالية ويشع مفهومه يشمل أعضائه الجهاز التحريري الصحفي من محررين مصورين ومختصين بإخراج.1

أنقصد به في دراستنا هذه الصحفي الذي يشرف على تحرير ونشر الأخبار والمواد الصحفية تشمل المحور والمراسل الصحفي، متابع وسائل الإعلام للموضوع والمصور، الصحفي، المخرج لفن.  
3- مفهوم الجمهور:

جاء في (لسان العرب) أن "جمهور كل شيء معظمه، وقد جمهره، جمهر الناس، جلمهم وجماهير القوم: أشرافهم وفي حديث "ابن الزبير" قال معاوية: "إنا لاندلاع مروان يرمي جماهير قريش بمشاقهه أي جماعاتها وأحدهما جمهور، وجمهرة القوم إذا جمعتهم، العصير المطبوخ الحلال وقال له الجمهوري، لأن عامة الناس يستعملونه أي أكثرهم وعدد جمهور مكثره والجمهرة، المجتمع...".2

---

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 85-91.

<sup>2</sup> ابن منظور: لسان العرب: مج 4، ط3، دار صادر، لبنان 1994

وقد استخدم لفظ الجمهور كترجمة لمصطلح الإنجليزية (Audience) و (public) رغم ما بينهما من اختلاف، في مصطلح (public) يشير إلى المجموع العام لأفراد أو الشعب في مجتمع ما بينما يشير مصطلح (Audience) إلى مجموع الأفراد الذين يقرؤون أو يستمعون أو يشاهدون من وسائل الإعلام أو وحداته، فالفرد من حيث هو يعتبر جزءا من (public) بينما يلزم كي يكوم جزءا من (Audience) أن يقوم بعمل ما، كأن يقرأ أو يشاهد أو يستمع.1

### الجمهور إجرائيا:

أنه جماعة من الناس تتميز من غيرها بتصرفها خاصة كما يرتبط أفرادها بروابط معنية وكلما زادت هذه الروابط توثقا كانت الجماعة أكثر تجانسا ونقصد به في دراستنا جمهور متابعي صفحة البرنامج التلفزيوني "زوجوني" على الفايسبوك.

### الدراسات السابقة:

تعتبر الدراسات السابقة بمثابة إطار النظري يعود إليه الباحث ليستطيع تلمس كل جوانبه موضوعية، والاستفادة مما وصلت إليه البحوث العلمية سواء في المجال النظري حيث تساعده على طرح المشكلة بدقة وتحديد المفاهيم والمصطلحات وصياغة الفروض بشكل واضح، أي في الجانب الميداني إذ يتعرف على المناهج المستخدمة وأدوات البحث وكيفية توظيفها وكل هذا يساعده ويكون له عونا مرشدا في إنارة طريقة لتفادي الأخطاء.

**الدراسة الأولى:** أثر التكنولوجيا على القائمين باتصال في الأقسام الخارجية بالصحف المصرية، الدراسة قام بها عادل عبد الرزاق ضيف في عام 1999.

---

<sup>1</sup>جون ميرال، رالف لوينشتاين: الاعلام وسيلة ورسالة، ترجمة: ساعد خضر العرابية حارش، دار المريخ، السعودية، 1989، ص 165.

هدفت الدراسة إلى التعرف على طبيعة التكنولوجيا في الأقسام الخارجية للصحف المصرية مستخدماً التعرف على الأجهزة الجديدة يستفيد منها القائمون باتصال في تلك الأقسام ومعرفة الدورات التدريبية التي إتحق بها القائمون باتصال وطريقة استخدام لتكنولوجيا الاتصال وتأثيرهم عليهم.

**منهج الدراسة:** تعد دراسته من دراسات الاستطلاعية والوصفية فهي الأولى من نوعها في هذا المجال أي في الأقسام الخارجية بالصحف المصرية واعتمدت على منهج المسح مستخدماً الأدوات التالية:

- استمارة الاستبيان وزعها على القائمون بالاتصال في الأقسام الخارجية بتلك الصحف المصرية واستخدام أسلوب الحصر الشامل معهم.

عمل مقابلة مع كل مبحوث لاستكمال ما لم يتعارك في الاستبيان.

- اعتمد على الملاحظة العلمية.

وتوصل إلى النتائج التالية:

- أن الصحفيين في الأقسام الخارجية تعلموا استخدام التكنولوجيا الحديثة ع طريق زملائهم في العمل وقلّة منهم من استفادة عن طريق الدورات التدريبية.

- أما عن أثر التكنولوجيا فأكدوا أنها أدت إلى سرعة معدل الأداء والانجاز في العمل الصحفي.

- تنوع مصادر معلوماتهم.

- تقديم خدمة أفضل للقراء.

أما عن أهم معوقات الاستفادة من تكنولوجيا الاتصال:

- مشكلات في الأجهزة الحديثة نفسها.

- عدم كفاءة بعض المحررين في استعمال الأجهزة.

- عدم اهتمام الصحف بتدريب الصحفيين.



**الدراسة الثانية:** دراسة حسن محمد احمد "" الرضا الوظيفي لدى القائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية دراسة ميدانية في قطاع غزة 2007.

هدفت الدراسة إلى التعرف على مستوى الرضا الوظيفي لدى القائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية مجتمع الدراسة من القائمين بالاتصال في الصحافة الفلسطينية في قطاع غزة وقد استخدم في الدراسة منهج المسح الشامل من خلال أداة إستبيان والملاحظة بالمشاركة حيث توصلنا إلى مجموعة من النتائج أهمها:

1- أن مستوى الرضا الوظيفي لدى القائم بالاتصال في الصحافة الفلسطينية بلغ 59.6% وهي نسبة سلبية بحيث حظيت أعلى نسبة للرضا الوظيفي في مجال العلوم الذاتية تم العلاقة مع رؤساء العمل في مجال العوامل المهنية.

2- بينت الدراسة على عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية في مستوى الرضا الوظيفي طبقا لمتغير المؤهل العلمي أو متغير في فروق ذات الدلالة إحصائية لصالح الذكور.

3- بينت وجود فروق ذات دلالة إحصائية طبقا لمتغيرات ملكية الصحف ومتغير الانتماء. 1

### **العلاقة الوظيفية بين القائم بالاتصال والجمهور:**

قام بها محمد ين سليمان الصبحي في عام 1485-1429هـ/2008، بكلية الدعوة

وإعلام.

---

<sup>1</sup>المطيري عبد الرحمان: الرضا الوظيفي لدى القائمين بالاتصال للصحافة السعودية , رسالة ماجستير ,جامعة

مالك سعود, 38 ص.

دراسة وصفية في ضوء متغير البيئة الاتصالية الحديثة في المملكة العربية السعودية استندت الدراسة في وقتها لظاهرة محل الدراسة وتفسيرها إلى نظرية البنائية الوظيفية بوصفها إطاراً علمياً يمد الباحث بالسياق المعرفي الذي يمكن من تفسير نتائج الدراسة في سياقها الطبيعي وقد زاوجت الدراسة في معالجتها لموضوعها بين المنهجي الكيفي والكمي بصورة أفضل إلى بلورة المفاهيم النظرية المرتبطة بالدراسة منهجية والمعلومات الميدانية من جهة أخرى.

استطلعت الدراسة في جانبها الميداني آراء القارئ باتصال في ست عشرة وسيلة إعلامية محلية مثلها (438) مفردة وآراء الجمهور السعودي في مدينة الرياض في عينة قوامها (1020) مفردة واستخدام أداة الإستبانة لكل منها:

ولقد جاءت الدراسة في **الباب الأول**: الإطار النظري للدراسة وفيه ثلاثة فصول هي المتطور البنائي الوظيفي لعمل وسائل الإعلام والأداء والاستخدام الوظيفي لوسائل الإعلام والبيئة الاتصالية الحديثة في المملكة العربية السعودية.

واختص **الباب الثاني** بعرض النتائج الدراسة الميدانية وهي فصول هي الإجراءات المنهجية لدراسة الميدانية وسمات عينتها والوظائف الإعلامية للقائم باتصال والوظائف الإعلامية للجمهور والعلاقة الوظيفية بين القائم باتصال والجمهور وتفسير النتائج ومناقشتها وللتوصيات.

وقد توصلت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

1- في ضوء المراجعة التقويمية للتراكم النظري في الحقل الإعلامي مثلت النظرية البنائية الوظيفية بوصفها إطاراً نظرياً تستند إليه الدراسة الاتصالية في تفسير الظاهرة الاتصالية اتجاهاً بحثياً أخذاً في التصاعد نتيجة لاتساقه مع مقتضيات العملية الاتصالية والقوى المؤثرة عليها والتغيرات التي تشهدها البيئة الاتصالية الحديثة.

2- حدد القارئ باتصال وظائفه الإعلامية بست وظائف فقط وهي: توعية الجمهور وتنمية قيمته الاجتماعية، الأخبار، التثقيف، الشرح والتقييم والمشاركة الاتصالية، التسويق الترقية،

وقد سعى القائم باتصال لتحقيق هذه الوظائف بدرجة بلغ متوسطها العام (5.00/3.21) بنسبة مئوية مقدارها (64%).

بينما حدد الوظائف الإعلامية التي يرى أنه نجح في تحقيقها بخمس وظائف بخمس وظائف جاءت على التوالي: الأخبار، توعية الجمهور وتنمية قيمة الاجتماعية ومشاركة الاتصالية التثقيف، الشرح والتقويم، الترقية والإعلان، وأرى القائم باتصال أنه قد نجح في تحقيق وظائفه الإعلامية بنسبة بلغت (65%)، وأظهرت الدراسة اختلافا في الوظائف الإعلامية بين القائم باتصال باعتبار سمانه الشخصية في متغيرات، الجنس، والجنسية، العمر ونوع الوسيلة التي يعمل بها والخبرة.

3- حدد الجمهور وظائفه الإعلامية بست وظائف وهي الأخبار، التنشئة الاجتماعية والتنموية المعلوماتية الترفيه والخدمات والمشاركة الاتصالية والنقد والتقويم ويسعى للحصول عليها بدرجة بلغ متوسطها العام (5.00/13.31) بنسبة مئوية مقدارها (66%) بينما أن الجمهور أن وسائل الإعلام قد نجحت في تحقيق أربع وظائف إعلامية فقط وهي الأخبار وإلتماس المعلومات، الترقية والخدمات، التنشئة الاجتماعية التنموية والتقويم والمشاركة (5.00/3.07) بنسبة مئوية مقدارها (4-2.61) واختلفت رؤية أفراد العينة للوظائف الإعلامية باعتبار سماتهم الشخصية في متغير القطاع والخبرة أو متغيرات: الجنس والعمر والوظيفة، التعليم والدخل فلم تظهر نتائج الفروق اختلاف أفراد العينة فيها.

4- أظهرت الدراسة أن العلاقة الوظيفية بين القائم باتصال في وسائل الإعلام السعودية المحلية والجمهور السعودي، ضعيفة وغير متوافقة وأن القائم بالاتصال لا يسعى غالبا لدى تصوراتهم عن الجمهور واحتياجاتهم بصورة موضوعية تفيد من نتيجة البيئة الاتصالية الحديثة من إمكانيات لتواصل مع جمهور بطريقة فعالة مما جعله يعتمد في تحدي الوظائف الإعلامية على مصادر ذات مصالح تتعارض مع احتياجات الجمهور أو تفنقد الموضوعية والواقعية التي يعمل بها من وظائف إعلامية لا تأخذ بعين الاعتبار مصالح الجمهور وهذا يعني وجود خلل وظيفي في الأداء الإعلامية أهم عنصرية في العملية اتصالية.

## مجالات الاستفادة من الدراسات السابقة:

- الاستفادة من الدراسات السابقة في بناء متغيرات الدراسة القائمة حالياً.
- الاستفادة في تحديد وبناء الإجراءات المنهجية مثل: مجتمع البحث، العينة، نوعية الدراسة، المنهج، الأساليب والأدوات.
- تساعد الدراسات السابقة على تصميم صحفية الاستقصاء الخاصة بالقائم بالاتصال من حيث تحديد أهم النقاط التي يجب أن نتناولها.
- تعميق مشكلة الدراسة والتمكين من تحقيق الأهداف بدقة فمن خلال مراجعة لدراسة السابقة تمكن من تحديد النقاط العامة التي يمكن أن تناولها والتركيز عليها وكيفية صياغة تساؤلات الدراسة بشكل جيد.

## صعوبات الدراسة :

يتعوض البحث العلمي للكثير من الصعوبات التي تعرقل عملية سير الدراسة ومنها:

\_ صعوبة الاتصال بمفردات العينة

\_ قلة المراجع المتعلقة بموضوع الدراسة

\_ عدم الوصول الى المقابلة في ظل الظروف الوبائية "كوفيد19"



# الفصل الثاني

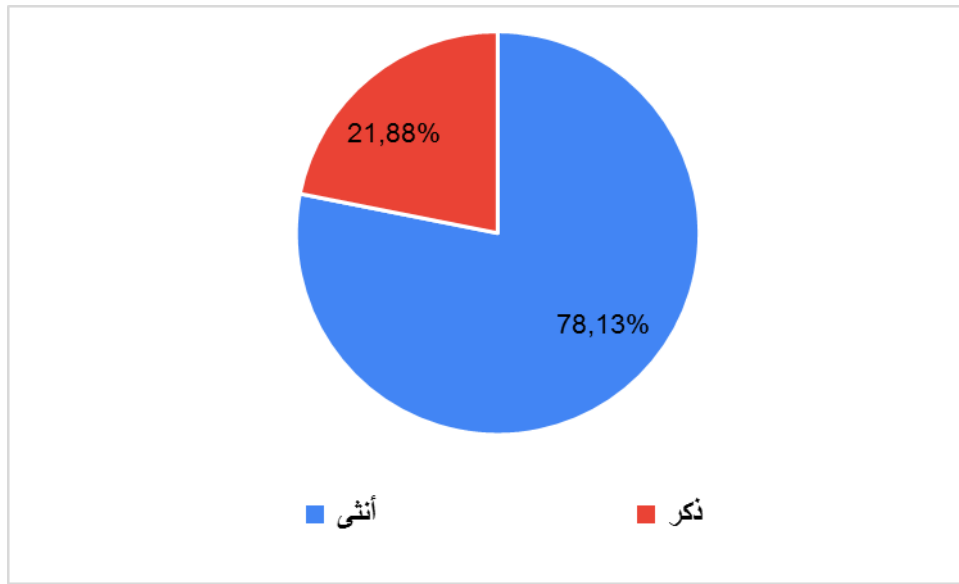
عرض وتحليل ومناقشة الدراسة



الجدول رقم (01): السمات الشخصية للجمهور المستخدم لصفحة البرنامج "زوجوني" على الفيسبوك

الجنس	التكرار	النسبة
أنثى	50	78,13%
ذكر	14	21,88%
المجموع	64	100,00%

الشكل رقم (01): السمات الشخصية للجمهور المستخدم لصفحة البرنامج "زوجوني" على الفيسبوك

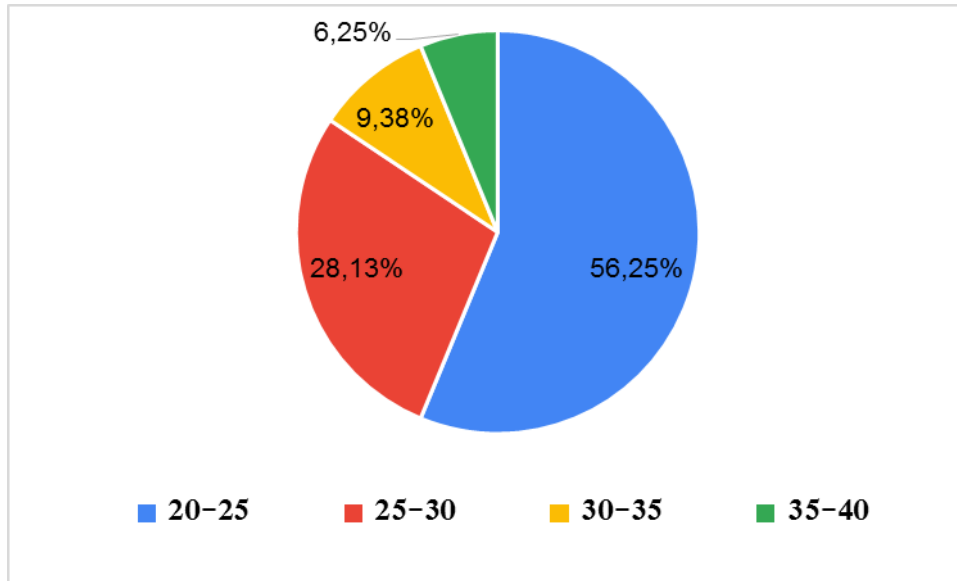


من خلال الجدول (01): أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة نلاحظ أن عدد الذكور 14 فرد أي بنسبة 21.88% في نلاحظ أن عدد الإناث قدر بـ 50 أي بنسبة 78.13% نستنتج أن عدد الإناث أكبر من عدد الذكور

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

السن	التكرار	النسبة
20-25	36	56,25%
25-30	18	28,13%
30-35	6	9,38%
35-40	4	6,25%
المجموع	64	100,00%

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



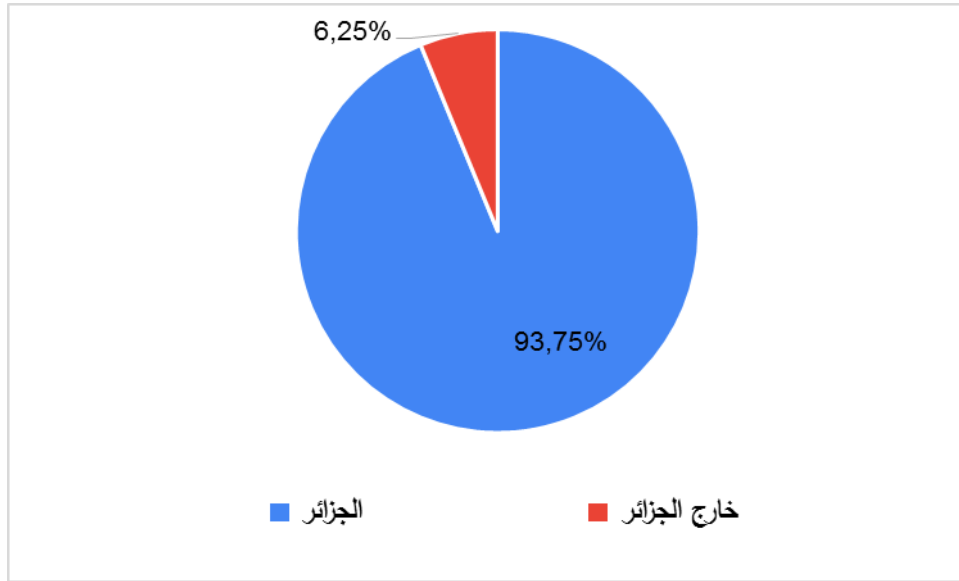
من خلال الجدول (02): أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة نلاحظ أن فئة الأفراد الذين تتراوح أعمارهم ما بين 20-25 قدر عددهم بـ 36 فرد أي بنسبة 28.13% أما فئة الأفراد الذين تتراوح أعمارهم ما بين 30-35 قدر عددهم بـ 6 أفراد بنسبة 9.38% أما الأفراد الذين تتراوح أعمارهم ما بين 35-40 قدر عددهم بـ 4 أفراد بنسبة 6.25%  
\*نستنتج أن الفئة العمرية من 20-25 سنة هي الفئة الغالبة ثم تليها الفئة 30-25 سنة ثم تليها الفئة 35-30 سنة هذه هي الفئات الغالبة.



الجدول رقم (03): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير مكان التواجد

مكان الإقامة	التكرار	النسبة
الجزائر	60	93,75%
خارج الجزائر	4	6,25%
المجموع	64	100,00%

الشكل رقم (3): توزيع نسب عينة الدراسة حسب متغير مكان التواجد

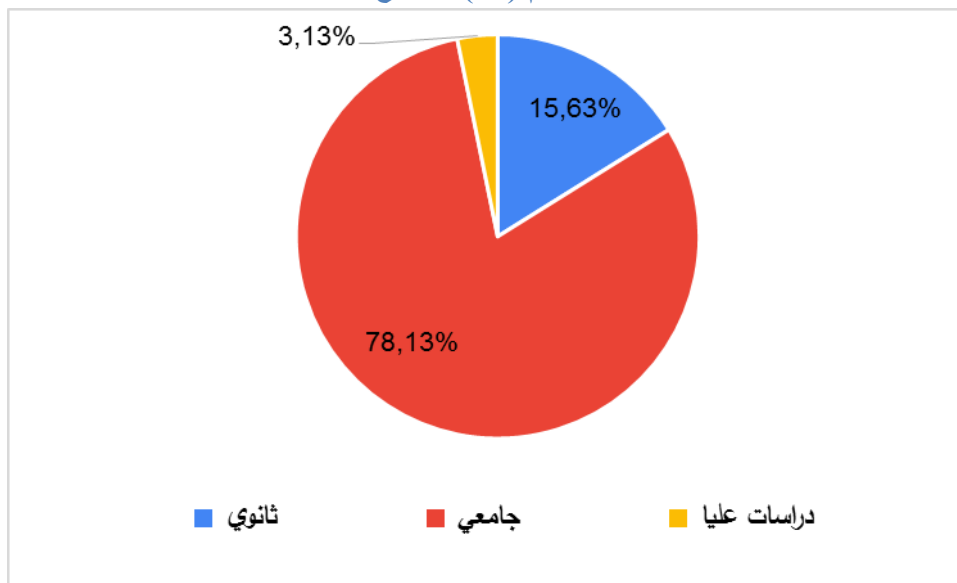


من خلال الجدول (03): أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة نلاحظ أن الأفراد المتواجدون داخل الجزائر ومقدر عددهم 60 فرد بنسبة 93.75% أما الأفراد المتواجدون خارج الجزائر يبلغ عددهم 4 أفراد بنسبة 6.25%  
\*نلاحظ وجود نسبة كبيرة من الجمهور المستخدم للصفحة متواجدون داخل الجزائر يتابعون البرنامج من خلال صفحته على الفيسبوك.

الجدول رقم (04): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى العلمي

النسبة	التكرار	المستوى التعليم
15,63%	10	ثانوي
78,13%	50	جامعي
3,13%	2	دراسات عليا
3,13%	2	متوسط
100,00%	64	المجموع

الشكل رقم (04): توزيع نسب عينة الدراسة حسب المستوى العلمي



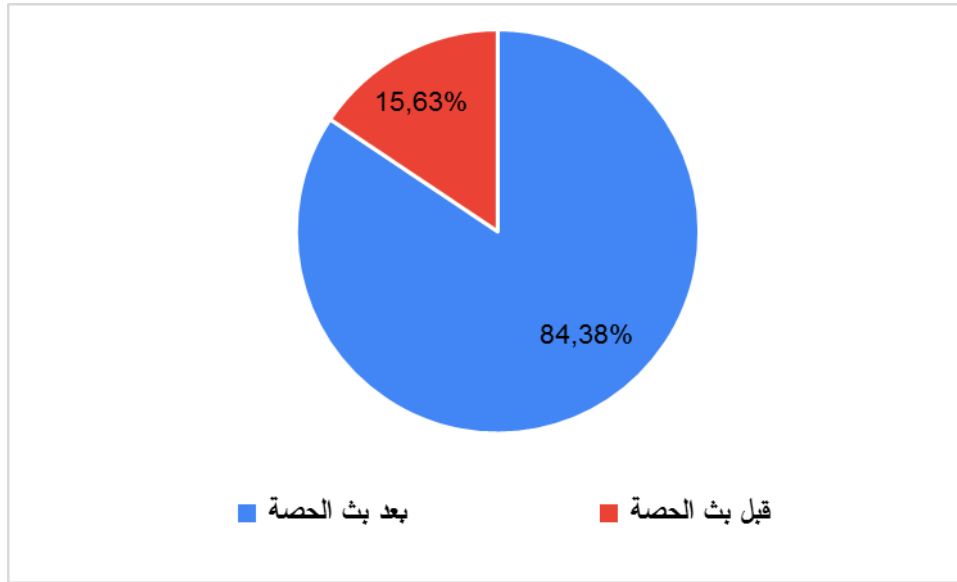
من خلال الجدول (04): أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة نلاحظ أن عدد الأفراد الذين مستواهم التعليمي "ثانوي" قدر بـ 10 أفراد بنسبة 15.63% أما عدد الأفراد ذو المستوى التعليمي "جامعي" قدر بـ 50 فرد بنسبة 78.13% أما عدد الأفراد ذو المستوى التعليمي "دراسات عليا" قدر بـ 2 فرد بنسبة 3.13% أما الأفراد ذو المستوى التعليمي "متوسط" قدر بـ 2 فرد بنسبة 3.13%

\*نلاحظ من خلال التحليل الكمي أن عدد الأفراد المتحصلين على "الجامعي" هم الأكثر عدد ثم يليهم الأفراد ذو المستوى الثانوي.

الجدول رقم (05): توزيع اجابات افراد عينة الدراسة على السؤال متى تتابع برنامج "زوجوني" على شبكة الفايسبوك؟

النسبة	التكرار	متى تتابع برنامج "زوجوني" على شبكة الفايسبوك؟
84,38%	54	بعد بث الحصة
15,63%	10	قبل بث الحصة
100,00%	64	المجموع

الشكل رقم (05): توزيع نسب اجابات افراد عينة الدراسة على السؤال متى تتابع برنامج "زوجوني" على شبكة الفايسبوك؟



من خلال الجدول (05): للتحقق من الإجابة متى تتابع برنامج "زوجوني" على شبكة

فايسبوك؟

نلاحظ أن إجابات الأفراد المتابعين للبرنامج قبل بث الحصة كان عددهم يقدر بـ 10

أفراد بنسبة 15.63% أما الأفراد الذين يشاهدون البرنامج بعد بث الحصة كان عددهم يقدر

بـ 54 فرد بنسبة 84.38%

ونستنتج أن معظم متابعي برنامج "زوجوني" على شبكة الفيسبوك معظمهم يتابعون قبل

بث الحصة.

نستنتج من خلال التحليل الكمي والكيفي للفصل الأول:

\*نستنتج أن السمات الخاصة بالجمهور المستخدم لصفحة البرنامج التلفزيوني

"زوجوني" على الفيسبوك تتميز بعدة مميزات:

- أن عدد الإناث أكبر من عدد الذكور، ومن حيث متغير السن نلاحظ أن الفئة العمرية 20-25 سنة هي الفئة الغالبة ثم تليها الفئة 25-30 سنة هذه الفئات الغالبة.

- وجود نسبة كبيرة للجمهور المستخدم للصفحة متواجدون داخل الجزائر أما المتواجدون خارج الجزائر وجود فئة صغيرة.

- أن عدد الأفراد المتحصلين على المستوى "الجامعي" هم الأكثر عدد ثم يليهم المستوى "الثانوي".

نستنتج من خلال التحليل الكمي والكيفي للفصل الثاني:

- أن الجمهور المستخدم الذي يتابع صفحة برنامج "زوجوني" على شبكة الفيسبوك معظمهم يتابعون البرنامج قبل بث الحصة ثم يليهم في الأخير المتابعون لها بعد بث الحصة.

- أن الجمهور المستخدم يقوم بمتابعة صفحة برنامج "زوجوني" على شبكة الفيسبوك في المنزل أكثر من من يشاهدونه في مكان العمل.

- أن الجمهور الذي يتابع صفحة برنامج "زوجوني" على شبكة الفيسبوك على الهاتف هي الفئة الغالبة.

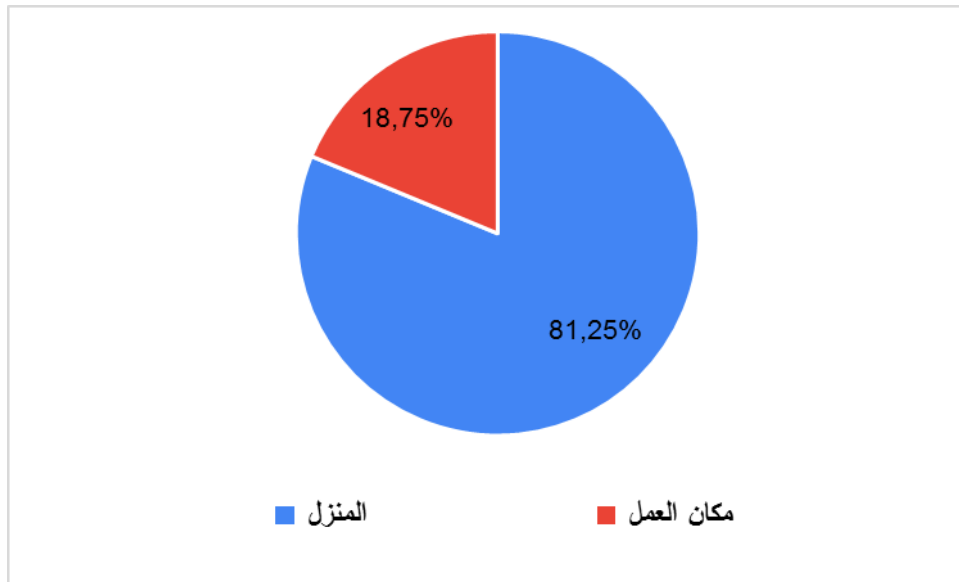
- نستخلص أن الجمهور يتفاعل مع محتوى ومضمون الصفحة ويشاهدون البرنامج التلفزيوني بنسبة عالية.

- أن الجمهور المتابع للصفحة لا يتواصل بشكل كبير مع صاحب الصفحة في حين البقية يتواصلون مع صاحب البرنامج ولكن بنسبة أقل.

الجدول رقم (06): توزيع أفراد عينة الدراسة حسب السؤال أين تتابع برنامج "زوجوني" على شبكة الفايسبوك؟

النسبة	التكرار	أين تتابع برنامج "زوجوني" على شبكة الفايسبوك؟
81,25%	52	المنزل
18,75%	12	مكان العمل
100,00%	64	المجموع

الشكل رقم (06): توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب السؤال أين تتابع برنامج "زوجوني" على شبكة الفايسبوك؟



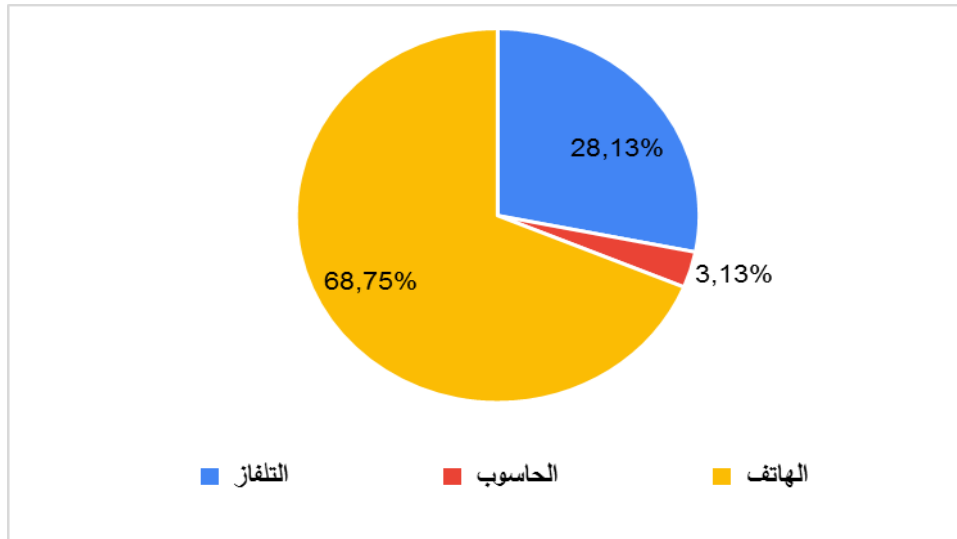
من خلال الجدول (06): نلاحظ من خلال السؤال أين تتابع برنامج "زوجوني" على شبكة الفيسبوك نلاحظ أن فئة الأفراد الذين يشاهدون البرنامج في المنزل قدر عددهم بـ 52 فرد بنسبة 81.25% أما الأفراد الذين يشاهدون البرنامج في مكان العمل قدر عددهم بـ 12 فرد بنسبة 18.75%.

ونستنتج أن معظم متابعي برنامج "زوجوني" على شبكة الفيسبوك يتابعون في المنزل أكثر من مكان العمل.

الجدول رقم (07): اجابات افراد عينة الدراسة على السؤال ماهي الوسيلة التي تستعملها عند متابعة برنامج "زوجوني" على شبكة الفايسبوك؟

النسبة	التكرار	ماهي الوسيلة التي تستعملها عند متابعة برنامج "زوجوني" على شبكة الفايسبوك؟
28,13%	18	التلفاز
3,13%	2	الحاسوب
68,75%	44	الهاتف
100,00%	64	المجموع

الشكل رقم (07): توزيع نسب افراد عينة الدراسة على السؤال ماهي الوسيلة التي تستعملها عند متابعة برنامج "زوجوني" على شبكة الفايسبوك؟



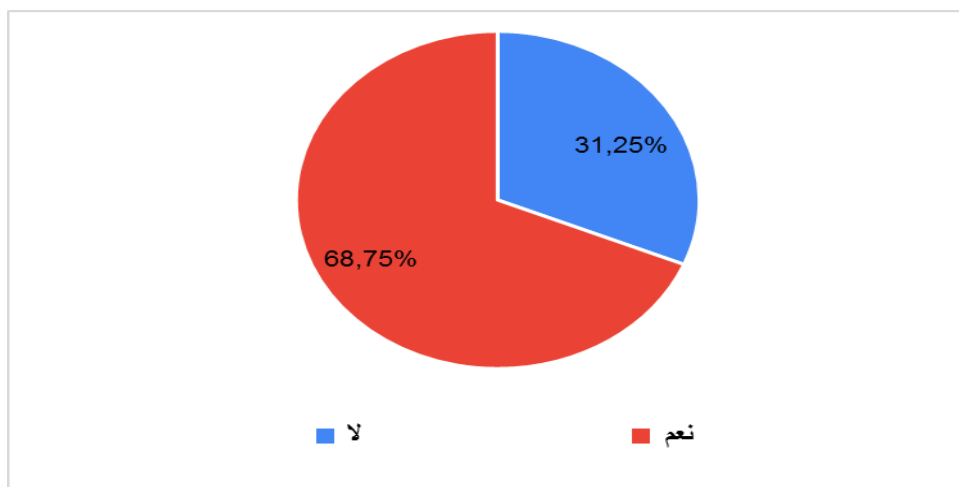
من خلال الجدول (07): نلاحظ على الوسيلة التي تستعمل عند متابعة برنامج "زوجوني" على شبكة الفيسبوك أن فئة الأفراد الذين يشاهدون في التلفاز قدر عددهم بـ 18 فرد بنسبة 28.13% أما الأفراد الذين يشاهدون في الحاسوب قدر عددهم بـ 2 فرد بنسبة 3.13% أما الأفراد الذين يشاهدون في الهاتف قدر عددهم بـ 44 فرد بنسبة 68.75%

ومنه نستنتج أن الوسيلة التي كانت أكثر لمتابعة برنامج "زوجوني" على شبكة الفيسبوك هي الهاتف النقال.

الجدول رقم (08): اجابات افراد عينة الدراسة على السؤال هل تشاهد حلقات البرنامج "زوجوني" على الفيسبوك هل تتفاعل مع محتوى ومضمون برنامج "زوجوني" على شبكة الفاييسبوك؟

النسبة	التكرار	هل تشاهد حلقات البرنامج "زوجوني" على الفاييسبوكهل تتفاعل مع محتوى ومضمون برنامج "زوجوني" على شبكة الفاييسبوك؟
31,25%	20	لا
68,75%	44	نعم
100,00%	64	المجموع

الشكل رقم (08): توزيع نسب اجابات افراد عينة الدراسة على السؤال هل تشاهد حلقات البرنامج "زوجوني" على الفاييسبوك هل تتفاعل مع محتوى ومضمون برنامج "زوجوني" على شبكة الفاييسبوك؟



من خلال الجدول (08): نلاحظ أن أفراد العينة الذين يشاهدون حلقات البرنامج التلفزيوني قدر عددهم بـ 44 فرد بنسبة 68.75% أما الذين لا يشاهدون قدر عددهم بـ 20 فرد بنسبة 31.25%.

ومنه نستنتج أن معظمهم يشاهدون البرنامج التلفزيوني "زوجوني" على الفيسبوك وكذلك السؤال الذي طرح هل تتفاعل مع محتوى ومضمون برنامج "زوجوني" على شبكة الفيسبوك نعم يتفاعلون بـ 44 فرد بنسبة 68.75% والذين لا يتفاعلون مع البرنامج قدر عددهم بـ 20 فرد بنسبة 32.25%.

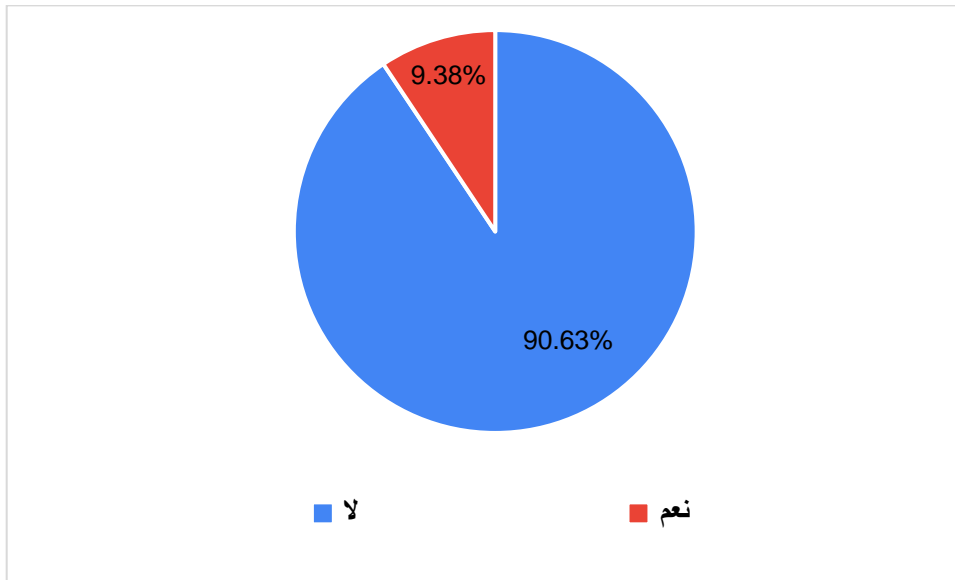
ونستنتج من ذلك يوجد عدد كبير يتفاعلون مع محتوى ومضمون برنامج "زوجوني" على شبكة الفيسبوك.

الجدول رقم (09): اجابات افراد عينة الدراسة على السؤال هل سبق وتواصلة مع صاحب صفحة برنامج "زوجوني" على شبكة الفاييسبوك؟

النسبة	التكرار	هل سبق وتواصلة مع صاحب صفحة برنامج "زوجوني" على شبكة الفاييسبوك؟
90,63%	58	لا
9,38%	6	نعم
100,00%	64	المجموع



الشكل رقم (09): توزيع نسب اجابات افراد عينة الدراسة على السؤال هل سبق وتواصلة مع صاحب صفحة برنامج "زوجوني" على شبكة الفايسبوك؟



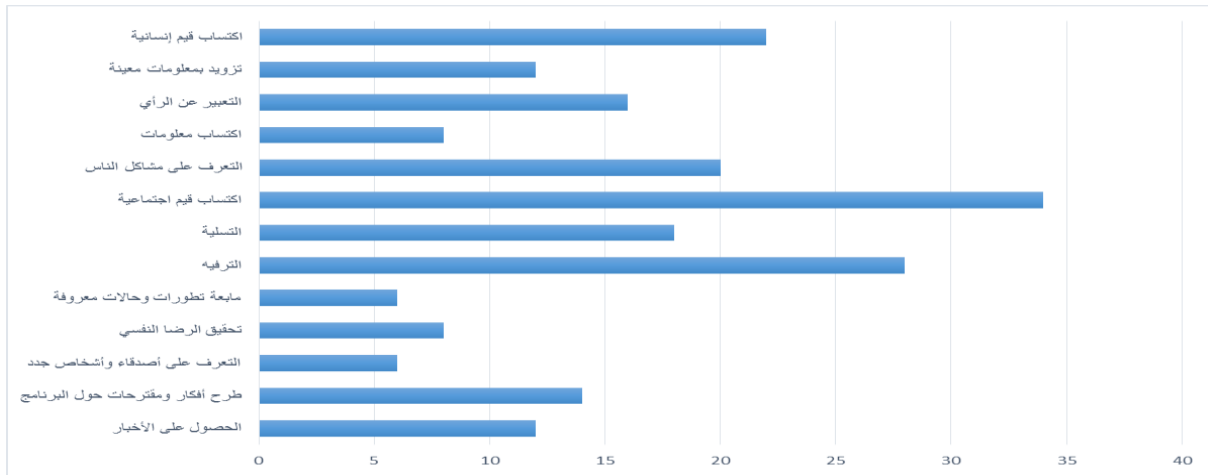
من خلال الجدول (09): نلاحظ بالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة أن عدد الأفراد الذين يتواصلون مع صاحب برنامج "زوجوني" على شبكة الفيسبوك كان عددهم يقدر بـ 6 أفراد بنسبة 9.38% أما الأفراد الذين لا يتواصلون مع صاحب برنامج "زوجوني" كان عددهم يقدر بـ 58 فرد بنسبة 90.63%. ونستنتج من ذلك أن معظم أفراد عينة الدراسة لا يتواصلون مع صاحب برنامج "زوجوني" على شبكة الفيسبوك.

الجدول رقم (10): اجابات افراد عينة الدراسة على الوظائف التي يسعى الجمهور إلى تحقيقها من خلال صفحة برنامج "زوجوني" على شبكة الفايسبوك؟

الوظائف التي يسعى الجمهور إلى تحقيقها من خلال صفحة برنامج "زوجوني" على شبكة الفايسبوك؟	التكرار	النسبة

5,88%	12	الحصول على الأخبار
6,86%	14	طرح أفكار ومقترحات حول البرنامج
2,94%	6	التعرف على أصدقاء وأشخاص جدد
3,92%	8	تحقيق الرضا النفسي
2,94%	6	مابعة تطورات وحالات معروفة
13,73%	28	الترفيه
8,82%	18	التسلية
16,67%	34	اكتساب قيم اجتماعية
9,80%	20	التعرف على مشاكل الناس
3,92%	8	اكتساب معلومات
7,84%	16	التعبير عن الرأي
5,88%	12	تزويد بمعلومات معينة
10,78%	22	اكتساب قيم إنسانية
100,00%	204	المجموع

الشكل رقم (10): توزيع نسب اجابات افراد عينة الدراسة على الوظائف التي يسعى الجمهور إلى تحقيقها من خلال صفحة برنامج "زوجوني" على شبكة الفايستوك؟



من خلال الجدول (10): والشكل أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والتي تمحورت إجاباتهم على سؤال الوظائف التي يسعى الجمهور إلى تحقيقها من خلال صفحة برنامج "زوجوني" على شبكة الفايستوك؟ كانت

معظم الأفراد الذين كانت إجابتهم على "الحصول على الأخبار" قدر عددهم ب12 فرد بنسبة 5.88%، أما الذين كانت إجابتهم "طرح أفكار ومقترحات حول البرنامج" قدر عددهم ب14 فرد بنسبة 6.86%، أما الذين كانت إجابتهم "التعرف على أصدقاء وأشخاص جدد" قدر عددهم ب6 أفراد بنسبة 2.94%، والذين كانت إجابتهم "تحقيق الرضا النفسي" قدر عددهم ب8 أفراد بنسبة 3.92%، أما الذين كانت إجابتهم "متابعة تطورات وحالات معروفة" قدر عددهم ب6 أفراد بنسبة 2.94%، أما الذين كانت إجابتهم "الترفيه" قدر عددهم ب28 فرد بنسبة 13.73%، أما الذين كانت إجابتهم "إكتساب قيم إجتماعية" قدر عددهم ب34 فرد بنسبة 16.67%، أما الذين كانت إجابتهم "التسلية" قدر عددهم ب18 فرد بنسبة 8.82%، أما الذين كانت إجابتهم "إكتساب معلومات" قدر عددهم ب8 أفراد بنسبة 3.92%، أما الذين كانت إجابتهم "التعبير عن الرأي" قدر عددهم ب16 فرد بنسبة 7.84%، أما الذين كانت إجابتهم "تزويد بمعلومات معينة" قدر عددهم ب12 فرد بنسبة 5.88%، أما الذين كانت إجابتهم "إكتساب قيم إنسانية" قدر عددهم ب22 فرد بنسبة 10.78%، أما الذين كانت إجابتهم "التعرف على مشكل الناس" قدر عددهم ب20 فرد بنسبة 9.80%.

ومنه نستنتج أن الوظيفة التي يسعى الجمهور إلى تحقيقها من خلال متابعة البرنامج التلفزيوني "زوجوني" على شبكة الفيسبوك هي إكتساب قيم إجتماعية وهي الفئة الغالبة على الفئات الأخرى.

ويمكن ترتيب الوظائف كالتالي:

- إكتساب قيم إجتماعية.
- الترفيه.
- إكتساب قيم إنسانية.
- التعرف على مشاكل الناس.
- التسلية.
- التعبير عن الرأي.

- 
- طرح أفكار ومقترحات حول البرنامج.
  - الحصول على الأخبار.
  - التزويد بمعلومات معينة.
  - تحقيق الرضا النفسي.
  - إكتساب معلومات.
  - التعرف على أصدقاء وأشخاص جدد.
  - متابعة تطورات وحالات معروفة.

نستنتج من خلال التحليل الكمي والكيفي للفصل الثالث:

- يسعى الجمهور المستخدم لصفحة البرنامج التلفزيوني "زوجوني" على شبكة الفيسبوك لتحقيق عدة وظائف وهي: إكتساب قيم إجتماعية، الترفيه، إكتساب قيم إنسانية، التعرف على مشاكل الناس، التسلية، التعبير عن الرأي، طرح أفكار ومقترحات حول البرنامج، الحصول على الأخبار، التزويد بمعلومات معينة، تحقيق الرضا النفسي، إكتساب معلوم.



# خاتمة



## خاتمة:

قامت الدراسة في جانبها النظري والتطبيقي بدراسة العلاقة الوظيفية بين القائم بالاتصال والجمهور المستخدم لصفحة البرنامج التلفزيوني على الفيسبوك في ظل البيئة الاتصالية الحديثة ومن منظور البنائية الوظيفية ونظرية الاستخدامات وإشباعات وحارس البوابة الإعلامية.

حيث أصبحت قنوات الإعلام التقليدي تعتمد على مواقع التواصل الاجتماعي لتحقيق وظائف عديدة ومتنوعة، فكانت المواقع تعتمد كمصدر للأخبار من طرف القائمين على الإعلام حيث تستهدف جمهور كبير وأكثر تنوع وانتشارا.

ولعل الإعلامي الجزائري إستخدم شبكات التواصل الاجتماعي من الوسائل التي ساعدت على تواصل تقارب الأفراد والمجتمعات في كافة أنحاء العالم نظرا لتطبيقات التي توفرها للمستخدمين المتمثلة في مشاركة الصور والفيديوهات وتبادل أخبار ومعلومات بين الأعضاء والتعليق عليها عبر المساحة الافتراضية الفيسبوك لأنه يعتبر كأرضية خصبة لمعرفة رغبات الجمهور المتفاعل وتعزيز مكانته في نظر هؤلاء بتواجده عبر التواصل والتفاعل مع الجمهور عبر وسائل الأحداث ويمكن القول أن الفيسبوك حقق القائم بالاتصال ما كان يصبو إليه إستقطب من خلاله جمهورا متفاعلا وإيجابيا.

ولقد ركزنا في الجانب التطبيقي للدراسة على محاولة الوقوف عند الوظائف التي يسعى القائم بالاتصال لتحقيقها من خلال صفحة البرنامج التلفزيوني "زوجوني" على شبكة الفيسبوك.

## توصيات واقتراحات:

في ضوء ما توصلت اليه الدراسة من نتائج نختم بمجموعة من التوصيات الموجهة للجهات المعنية , كي يتم الاستفادة منها في البحث العلمي , وكذا لدى الطلاب , وهي كالتالي:

\_ زيادة البحوث العلمية في موضوع صفحات البرامج التلفزيونية على الفيسبوك.

\_ تدعيم مكتبة الكلية خاصة قسم علوم الاعلام والاتصال بمراجع جديدة .

\_ وضع بنية تعزز علاقة القائم بالاتصال والجمهور في ظل استخدام منصات التواصل

الاجتماعي

\_ العمل على تعزيز الوعي لدى القائم بالاتصال بالممارسة الاعلامية على مستوى

شبكات التواصل الاجتماعي

\_ ضرورة وضع المؤسسة الاعلامية معايير واليات من شأنها تنظيم العمل على شبكات

التواصل الاجتماعية



# قائمة المراجع





## قائمة المراجع:

### المصادر

1. ابن منظور: لسان العرب، مج4، ط3، دار صادر، لبنان، 1994.
2. مرتضى الزبيدي، تاج العروس، المجلد 09، دار صادر، بيروت، لبنان، 1966.
- 3.

### الكتب

1. أحمد بن مرسل، علم الاعلام والاتصال، ط٣، دار المناهج البحث العلمي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2004.
2. أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2004.
3. أحمد زكي بدوي، معجم المصطلحات للاعلام ط٢، دار الكلمات المصري، مصر، 1994.
4. أحمد زكي يدوي، معجم مصطلحات الإعلام، ط2، دار الكتاب المصري، مصر، 1994.
5. إسماعيل علي سعد، المعجم النقدي لعلم الاجتماع، مجد للنشر والتوزيع، بيروت، 2007.
6. برهان شاوي، مدخل إلى الاتصال الجماهيري ونظرياته، دار الكندي، الأردن، 2003.
7. جون ميرال، رالف لوينشتاين: الإعلام وسيلة ورسالة، ترجمة: ساعد خضر العرابية الحارش، دار المريخ، السعودية، 1989.
8. جيهان أحمد شتى: الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار الفكر العربي، القاهرة، 1985.
9. حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2006.

10. حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الإتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2006.
11. حسن مكاوي، ليلي السيد، الإتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 1998.
12. رشيد زرواتي، مناهج وأدوات البحث العلمي في علوم اجتماعية، ط1، دار الهدى، الجزائر، 2007.
13. عامر قنديلي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، دار البازورى لنشر والتوزيع، الأردن، 2009.
14. عبد الله العكش: البحث العلمي ومناهج الإجراءات، مطبعة عين الحديث، الإمارات العربية.
15. عبد الله محمد عبد الرحمان، سوسيولوجيا الإعلام والاتصال، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2006.
16. عبد الناصر الجندي، تقنيات البحث العلمي في العلوم السياسية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.
17. فريال مهنا، علوم الإتصال والمجتمعات الرقمية، دار الفكر، سوريا، 2002.
18. فهمي سليم الغزوي، مدخل إلى علم الاجتماع، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2006.
19. محمد الغريب عبد الكريم، البحث العلمي، التصميم والمنهج والإجراءات الإسكندرية المكتب الجامعي الحديث، 1982.
20. محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط1، دار عالم الكتاب، القاهرة، 1997.
21. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، القاهرة، 2004.
22. محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، دار الفكر، لبنان، 1987.

- 
23. محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام وإتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب، القاهرة، 2004.
24. محمد عبد الحميدن نظريات الإعلام وإتجاهات التأثير، ط2، عالم الكتب، القاهرة، 2000.
25. محمد عبيدات، علقه مبسطة، محمد أبو نصار، منهجية البحث العلمي، دار وائل، عمان، 1999.
26. محمد قراط، قضايا اعلامية معاصرة، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2002.
27. محمد منير حجاب، المعجم الاسلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2004.
28. محمود إسماعيل، مبادئ علم الإتصال ونظريات التأثير، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
29. مرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد، نظريات الإتصال، دار النهضة العربية، القاهرة، 2006.
30. معين خليل عمر، نقد الفكر الاجتماعي المعاصر، ط2، دار الآفاق الجديدة، بيروت، 1999.
31. منصور نعمان وعدنان ذنب النمري، البحث العلمي، دار الكندي، الأردن، 1998.
32. نجوى فوال: القائم بالاتصال المركز القومي للبحوث الاجتماعية، القاهرة، 1992.
33. نضال الصلاعية، مصطفى كافي، علي الضلاعين وآخرون، نظريات الإتصال والإعلام، ط1، دار الإعصار العلمي للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
34. نيكولا تيماشيف، نظرية علم الاجتماع وطبيعتها وتطورها، تر: محمود عودة وآخرون، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1999.
- الرسائل الجامعية

---

1. بدري مباركة، محاضرات في الوظيفة العامة، جامعة الدكتور الطاهر مولاي، سعيدة،  
كلية الحقوق والعلوم السياسية، 2014.

2. المطيري عبد الرحمان: الرضا الوظيفي لدى القائمين بالاتصال في الصحافة السعودية،  
رسالة ماجستير، جامعة الملك سعود.

**المجلات:**

1. قلاعة عبد الكريم، الإعلام والرأي العام أي علاقة، مجلة الفكر والمجتمع طاكسيج كوم  
لدراسات والنشر-الجزائر، العدد 04، أبريل 2010.

**المراجع باللغة الأجنبية:**

1. Ahmad michal histoire des. De la communication de onvert, paris,  
1997.
2. Parsons tallcoltt, le système des societies, trad mullera, danced,  
paris, 1973.



# الملاحق



## استمارة الاستبيان

### البيانات الشخصية

الجنس: - ذكر

- أنثى

السن: 20-25  25-30  30-35  35-40

مكان الإقامة: الجزائر  خارج الجزائر

الجنسية: أجنبية  جزائرية

المستوى التعليمي: ابتدائي  متوسط  ثانوي  جامعي  دراسات

عليا

المحور الأول: متابعة صفحة برنامج "زوجوني" على شبكة الفايسبوك

\* متى تتابع برنامج "زوجوني" على شبكة الفايسبوك؟

قبل بث الحصة  بعد بث الحصة

\* أين تتابع برنامج "زوجوني" على شبكة الفايسبوك؟

المنزل  مكان العمل  المقهى

\* ماهي الوسيلة التي تستعملها عند متابعة برنامج "زوجوني" على شبكة الفايسبوك؟

الهاتف الحاسوب  التلفاز

المحور الثاني: أنماط متابعة الجمهور لصفحة برنامج "زوجوني" على شبكة الفايسبوك؟

\* هل تشاهد حلقات البرنامج "زوجوني" على الفايسبوك؟

التلفاز  يوتيوب  فايسبوك

هل تتفاعل مع محتوى ومضمون برنامج "زوجوني" على شبكة الفايسبوك؟

نعم  لا

هل سبق وتواصلة مع صاحب صفحة برنامج "زوجوني" على شبكة الفايسبوك؟

نعم  لا

كيف تواصلة مع صاحب صفحة برنامج "زوجوني" على شبكة الفايسبوك؟

هاتف  بريد إلكتروني

---

المحور الثالث: الوظائف التي يسعى الجمهور إلى تحقيقها من خلال صفحة برنامج

"زوجوني" على شبكة الفايسبوك؟

- الحصول على الأخبار
- طرح أفكار ومقترحات حول البرنامج
- التعرف على أصدقاء وأشخاص جدد
- تحقيق الرضا النفسي
- متابعة تطورات وحالات معروفة
- الترفيه
- التسلية
- اكتساب قيم اجتماعية
- التعرف على مشاكل الناس
- اكتساب معلومات
- التعبير عن الرأي
- تزويد بمعلومات معينة
- اكتساب قيم إنسانية

---

فهرس الجدول.

والأشكال



• فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول
43	السمات الشخصية للجمهور المستخدم لصفحة البرنامج "زوجوني" على الفيسبوك
	0 1
44	توزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير السن
	0 2
45	توزيع عينة الدراسة حسب متغير مكان التواجد
	0 3
46	توزيع عينة الدراسة حسب المستوى العلمي
	0 4
47	توزيع اجابات افراد عينة الدراسة على السؤال متى تتابع برنامج "زوجوني" على شبكة الفايسبوك؟
	0 5
49	توزيع افراد عينة الدراسة حسب السؤال أين تتابع برنامج "زوجوني" على شبكة الفايسبوك؟
	0 6
50	توزيع افراد عينة الدراسة على السؤال ماهي الوسيلة التي تستعملها عند متابعة برنامج "زوجوني" على شبكة الفايسبوك؟
	0 7
51	توزيع اجابات افراد عينة الدراسة على السؤال هل تشاهد حلقات البرنامج "زوجوني" على الفايسبوك هل تتفاعل مع محتوى
	0 8

		ومضمون برنامج "زوجوني" على شبكة الفايسبوك؟	
	52	توزيع اجابات افراد عينة الدراسة على السؤال هل سبق وتواصلة مع صاحب صفحة برنامج "زوجوني" على شبكة الفايسبوك؟	0 9
	53	توزيع اجابات افراد عينة الدراسة على الوظائف التي يسعى الجمهور إلى تحقيقها من خلال صفحة برنامج "زوجوني" على شبكة الفايسبوك؟	1 0

• فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
43	السمات الشخصية للجمهور المستخدم لصفحة البرنامج "زوجوني" على الفيسبوك	01
44	توزيع افراد عينة الدراسة حسب متغير السن	02
45	توزيع نسب عينة الدراسة حسب متغير مكان التواجد	03
46	توزيع نسب عينة الدراسة حسب المستوى العلمي	04
47	توزيع نسب اجابات افراد عينة الدراسة على السؤال متى تتابع برنامج "زوجوني" على شبكة الفايسبوك؟	05
49	توزيع نسب افراد عينة الدراسة حسب السؤال أين تتابع برنامج "زوجوني" على شبكة الفايسبوك؟	06
50	توزيع نسب افراد عينة الدراسة على السؤال ماهي الوسيلة التي تستعملها عند متابعة برنامج "زوجوني" على شبكة الفايسبوك؟	07
51	توزيع نسب اجابات افراد عينة الدراسة على السؤال هل تشاهد حلقات البرنامج "زوجوني" على الفايسبوك هل تتفاعل مع محتوى ومضمون برنامج "زوجوني" على شبكة الفايسبوك؟	08

53	توزيع نسب اجابات افراد عينة الدراسة على السؤال هل سبق وتواصلة مع صاحب صفحة برنامج "زوجوني" على شبكة الفايسبوك؟	09
54	توزيع نسب اجابات افراد عينة الدراسة على الوظائف التي يسعى الجمهور إلى تحقيقها من خلال صفحة برنامج "زوجوني" على شبكة الفايسبوك؟	10

فهرس المحتويات	
	شكر و عرفان
	خطة الدراسة
ا - ب	مقدمة
	الاطار المنهجي
07	الاشكالية
08	التساؤلات
09	اسباب اختيار الموضوع
09	اهداف الدراسة
09	اهمية الدراسة
28	المدخل النظري للدراسة
29	نوع الدراسة و منهجها
29	اداة جمع البيانات
32	مجتمع وعينات الدراسة
35	تحديد المفاهيم
36	الدراسات السابقة
41	صعوبات الدراسة
	الجانب التطبيقي
	<b>الفصل الأول: سمات عينة الدراسة</b>
43	المطلب الأول: التحليل الكمي لسمات الشخصية للجمهور
44	المطلب الثاني: التحليل الكيفي لسمات الشخصية للجمهور
44	الخلاصة
45	<b>الفصل 2: أنماط متابعة الجمهور المستخدم لصفحة البرنامج</b>

	التلفزيوني "زوجوني" على الفيسبوك المطلب الأول: التحليل الكمي لأنماط متابعة الجمهور المستخدم لصفحة البرنامج التلفزيوني "زوجوني" على الفيسبوك
45	المطلب الثاني: التحليل الكيفي لأنماط متابعة الجمهور المستخدم لصفحة البرنامج التلفزيوني "زوجوني" على الفيسبوك
46	الفصل 3: الوظائف التي يسعى إلى تحقيقها الجمهور المستخدم لصفحة البرنامج التلفزيوني "زوجوني" على الفيسبوك
46	الخلاصة
47	-المطلب الأول: التحليل الكمي للوظائف التي يسعى إلى تحقيقها الجمهور المستخدم لصفحة البرنامج التلفزيوني "زوجوني" على الفيسبوك
47	-المطلب الثاني: التحليل الكيفي للوظائف التي يسعى إلى تحقيقها الجمهور المستخدم لصفحة البرنامج التلفزيوني "زوجوني" على الفيسبوك
47	الخلاصة
	نتائج الدراسة
58	الخاتمة
59	اقتراحات و توصيات
63	قائمة المراجع
66	الملاحق



68	قائمة الجداول والاشكال
----	------------------------

الْحَمْدُ لِلَّهِ  
الَّذِي بِنِعْمَتِهِ تَتِمُّ الصَّالِحَاتُ





---

### Résumé de l'étude :

Louange à Dieu, Seigneur des mondes, et prières et paix sur les messagers les plus honorables. Après que cette étude a traité de la nature de la relation fonctionnelle entre la personne de contact et le public, l'étude a été utilisée pour la théorie du constructivisme fonctionnel, des usages et des gratifications afin de déterminer dans quelle mesure la personne de contact cherche à établir une relation fonctionnelle avec le public afin de fournir des performances médiatiques en coordination avec les normes Performance professionnelle d'une part et répond aux besoins du public d'autre part

Ne pas mener d'interview avec la personne chargée de contacter la page du programme – "zewjouni –" sur Facebook dans les circonstances actuelles, et utiliser un questionnaire avec le public et vider les données en utilisant spss.

---

## ملخص الدراسة

الحمد لله رب العالمين و الصلاة والسلام على اشرف المرسلين وبعد فقد تناولت هذه الدراسة طبيعة العلاقة الوظيفية بين القائم باتصال والجمهور و استخدمت الدراسة الى نظرية البنائية الوظيفية واستخدامات واشباكات وذلك للتعرف على مدى سعي القائم باتصال لتأسيس علاقة وظيفية مع الجمهور بحيث تستهدف تقديم اداء اعلامي ينسق مع معايير الاداء المهني من جهة ويلبي حاجات الجمهور من جهة اخرى

عدم اجراء مقابلة مع القائم باتصال على صفحة البرنامج -زوجوني- على الفيسبوك في ظل الظروف الراهنة واستعمال استبيان مع الجمهور وتقرغ البيانات باستخدام

. spss