جامعة السودان للعلوم و التكنولوجيا

كلية علوم الاتصال

قسم الإذاعة و التلفزيون

بحث تكميلي لنيل درجة البكلاريوس

بعنوان

توظيف البرامج التلفزيونية لترقية السلوك الحضاري

دراسة وصفية تطبيقية على قناة الشروق الفضائية (برنامج قوس قزح)

في الفترة من 2015 – 2016 م

EMPLOYMENT OF TELEVISION PROGRAMS UPGRADE URBAN BEHAVIOR

DESCRIPTIVE STUDY ON ASHOROOG TV (RAINBOW PROGRAM)

إعداد الطالبات :-

فاطمة عثمان حوالله

نهال عبد العزيز محمد

عرفة محمد عبد الكريم

سعاد النظيف قو كلى

إشراف الدكتورة /

نهى حسب الرسولاأحمد

2016م - 1438هـ

بسم الله الرحمن الرحيم

الأستهلال

قَالَ تَعَالَىٰ:

﴿ وَنَفْسٍ وَمَا سَوَّىٰهَا ﴿٧﴾ فَأَلْهَمَهَا فُجُورَهَا وَتَقْوَىٰهَا ﴿٨﴾ ﴾

صدق الله العظيم

سورة الشمس الآيات (7-8)

إهـداء

إلى القلب الحنون ، النبع الصافي

أمـــي

إلى رمز الشموخ حامي العرين مربي الأجيال

أبـــي

إلى مشاعل العلم و المعرفة ومكارم الأخلاق

الأساتذة الكرام

إلي رفقاء الدرب طلاب العلم

الــزمــلاء

الــشــكــر و الــعــرفــان

الشكر و التقدير لكل من أعاننا في كتابة هذه الدراسة

و نخص بالشكر خلية و منارة العلم

جامعة السودان للعلوم و التكنولوجيا

و نزيد شكرا و حباً للدكتورة العظيمة

د/ نهي حسب الرسول احمد

على ما قدمته لنا

فقد كانت الأم و المعلم ، لم تبخل بشي من علمها

الغزير و عقلها الراجح و نصائحها القيمة

جازاكم الله عنا كل خير

المستخلص

بين يديكم دراسة تطبيقية بعنوان (توظيف البرامج التلفزيونية لترقية السلوك الحضري) تطبيقاً علي برنامج قوس قزح علي قناة الشروق الفضائية في الفترة من 2015 – 2016م .

تناولت المجموعة الباحثة في مقدمة هذه الدراسة معرفة كيفية تناول البرامج التلفزيونية لقضايا السلوك الحضري و الاطلاع علي الدور الذي تقوم به لتوعية المجتمع ، و توظيف هذه البرامج التوظيف الأمثل لمعالجة القضايا بالإضافة إلي التوعية والإرشاد كأهداف أساسية للبرامج التلفزيونية عموماً .

توجهت المجموعة الباحثة لاختيار هذا الموضوع نظرا لوجود العديد من الدراسات حول التوعية الصحية و النفسية ، لذا استدعت الضرورة منا إجراء دراسة حول ترقية السلوك الحضري و التركيز علي التوعية و الارتقاء بالسلوك حتى نجعل مجتمعنا معافى من جميع السلوكيات الخاطئة .

ولأهمية الموضوع سعت المجموعة الباحثة لتحقيق الأهداف التالية :-

_ التعرف علي كيفية تناول البرامج التلفزيونية لمشكلات السلوك و كيفية معالجتها

_ معرفة الدور الذي تقوم به التلفزيون لتعزيز التوعية داخل المجتمع

_ معرفة الدور الذي يقوم بت برنامج قوس قزح لمعالجة القضايا السالبة

استخدمت المجموعة الباحثة المنهج الوصفي باعتباره منهجاً علميا ، و استمارة الخبراء كأداة علمية لجمع المعلومات ، و تم إجراء العديد من المقابلات من قبل المجموعة الباحثة هذا بالإضافة إلي المصادر العلمية الأخرى .

تحتوي الدراسة على أربعة فصول ، الفصل الأول الإطار المنهجي ، و الفصل الثاني خاص بالتلفزيون و البرامج التلفزيونية ، و الفصل الثالث يتناول السلوك الحضري و مفهومه ، أما الفصل الرابع فهو عبارة عن الدراسة الميدانية .

خرجت الدراسة بمجموعة من النتائج أهمها أن السلوك الحضاري مهم جدا لتقدم الدولة وذلك بنسبة 80% وانه محل اهتمام الباحثين الأكاديميين، و يكاد ينعدم السلوك الحضري في المجتمع السوداني ، و إن وجد يوجد في فئة قليلة .

أهم توصيات المجموعة الباحثة أن للبرامج التلفزيونية دور مهم جدا في ترقية السلوك الحضري فلابد من توظيفها.

ABSTRACT

Before you an applied entitled : (The Employing of the television Programs for the Promotion of the Urban Behavior), applying on Gous Gozas (Rainbow) program at Ashorooq TV Chanel during 2015 – 2016 .

The group of the research tackled in the introduction of the study the recognition of who the TV programs tackled the issues of the urban behavior and to be in formed on the role being played well as awareness and guidance as basic objectives for the general TV Programs .

The group of the research directed to choose this topic accordingly to several on the healthy and psychological awareness , so the necessary called for us to carry out the study on the till making or society recovering from all wrong behaviors .

For the importance of the topic , the group of the research seek to achieve the following objectives :

-To uncover how the TV program tackles the problem of the behavior and how it attempts to solve it .

-To uncover the role being made by the TV to enhance the awareness among the society.

- To uncover the role being played by the program Gous Gozah for treating the negative issue .

The group of research used the descriptive method as it is a scientific method , the form experts' as a scientific tool for data collection , several personal interviews were carried out by the group as well as other scientific sources .

The study included for chapters , the first chapter for the methodological framework , the urban behavior and its concept , while the fourth chapter is a field study .

The study reached to number of results , top of them :that the urban behavior is very important for the nation development with 80% , and that it is concerning field for the ac anemic researchers , it is difficult to find urban behavior in Sudan accordingly to the questionnaire and if it is found , it is seldom .

The important . recommendations of the group of research is to employ the TV program as it has and important role in the urban behavior and to carry further studies in this topic .

الـفـهـرسـت

المحتوي	الصفحة
الاستهلال	أ
الأهداء	ب
الشكر و العرفان	ج
مستخلص الدراسة	د
ABSTRACT	هـ
الفهرست	و
فهرست الجداول	ح
فهرست الأشكال	ي
الـفـصـل الأول (الإطار الـمـنـهـجـي)	
المقدمة	2
أهمية البحث	2
أهداف البحث	3
مشكلة البحث	4
أسئلة البحث	4
منهج الدراسة	5
مجتمع الدراسة	5
الإطار ألزماني و المكاني	5
أدوات جمع البيانات	5
المصطلحات الإجرائية	6
الدراسات السابقة	8 - 10
التعليق علي الدراسات السابقة	10
الـفـصـل الـثـانـي (البرامج التلفزيونية)	
البحث الأول : التلفزيون	12
المبحث الثاني : القائم بالاتصال	22
المبحث الثالث : قناة الشروق الفضائية	30
الـفـصـل الـثـالـث (السلوك الحضري)	
المبحث الأول : مفهوم السلوك الحضري	36
المبحث الثاني: أهمية التنمية الحضرية	43
المبحث الثالث: دور وسائل الإعلام في المجتمع	49

الـفـصـل الـرابـع (الدراسة الميدانية)	
تحليل بيانات الاستبيان	58
النتائج	73
التوصيات	74
قائمة المراجع	80- 76
الملاحق	82

فـهـرسـت الـجـداول

إسم الجدول	رقم الصفحة
جدول رقم (1) يوضح نوع أفراد عينة الدراسة	**58**
جدول رقم (2) يوضح الفئة العمرية لأفراد عينة الدراسة	**59**
جدول رقم (3) يوضح الحالة الاجتماعية لأفراد عينة الدراسة	**60**
جدول رقم (4) يوضح مجال التخصص لأفراد عينة الدراسة	**61**
جدول رقم (5) يوضح سنوات الخبرة لأفراد عينة الدراسة	**62**
جدول رقم (6) يوضح مدى تناول البرامج التلفزيونية لأهمية السلوك الحضري	**63**
جدول رقم (7) يوضح مدى تجاوب المجتمع مع برامج التوعية	**64**
جدول رقم (8) يوضح التكرارات والنسبة المئوية لأسئلة المحور الأول	**65**
جدول رقم (9) يوضح التكرارات والنسبة المئوية لأسئلة المحور الثاني	**66**
جدول رقم (10) يوضح التكرارات والنسبة المئوية لأسئلة المحور الثالث	**67**
جدول رقم (11) يوضح التكرارات والنسبة المئوية لأسئلة المحور الرابع	**68**
جدول رقم (12) يناقش أسئلة الفرضية الأولى : السلوك الحضري	**69**

جدول رقم (13) يناقش أسئلة الفرضية الثانية : الهيئة القومية للترقية الحضرية	**70**
جدول رقم (14) يناقش أسئلة الفرضية الثالثة : قناة الشروق الفضائية	**71**
جدول رقم (15) يناقش أسئلة الفرضية الرابعة : برنامج قوس قزح	**72**

فـهـرسـت الأشـكـال

أسم الشكل	رقم الصفحة
شكل رقم (1) يوضح نوع أفراد عينة الدراسة	**58**
شكل رقم (2) يوضح الفئة العمرية لأفراد عينة الدراسة	**59**
جدول رقم (3) يوضح الحالة الاجتماعية لأفراد عينة الدراسة	**60**
شكل رقم (4) يوضح مجال التخصص لأفراد عينة الدراسة	**61**
شكل رقم (5) يوضح سنوات الخبرة لأفراد عينة الدراسة	**62**
شكل رقم (6) يوضح مدى تناول البرامج التلفزيونية لأهمية السلوك الحضري	**63**
شكل رقم (7) يوضح مدى تجاوب المجتمع مع برامج التوعية	**64**

الـفـصـل الأول

الإطـار الـنـظـري

المقدمة:

تعتبر وسائل الإعلام من أهم وسائل الاتصال التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة و المعلومات السليمة بطريقة موضوعية كما يؤدي الإعلام قدر كبير من المعرفة والوعي والإدراك و لإحاطة الشاملة لدى الجمهور المتلقي للمادة الإعلامية وتزويدهم بالمعلومات الأمر الذي يسهم في تكوين الرأي العام الصائب لديهم.

والإعلام وسيلة لتحقيق أهداف الدول النامية ودعم جهودها من أجل التغيير الاجتماعي و التنموي وتحقيق الأهداف الاجتماعية

أصبح التلفزيون اخطر وسائل الاتصال الجماهيري في العصر الحديث ، نادراً ما تجد بيتاً في أي جزء من أجزاء العالم يخلو من جهاز تلفزيوني ، ولعل ابلغ وصف يوضح مدي التأثير الذي يتركه التلفزيون ، هو ذلك الوصف الذي ورد في الموسوعة الأمريكية حيث و صفت التلفزيون بأنه أصبح عين الإنسان و أذنه في العصر الحديث.

هذا الأمر يؤكد ضرورة وجود برامج توعية بصورة دائمة لتبين أهمية السلوك الحضري ، و الجوانب الايجابية لتفاعل المجتمع معه . "شاهين و عبد الحليم –2010– ص 246"

ترصد المجموعة الباحثة من خلال هذه الدراسة مدي تناول وسائل الإعلام الجماهيري و بصفة خاصة التلفزيون و الكيفية التي يتناول بها قضايا السلوك الحضري من منظور عملي يعكس قدرته في توجيه الجمهور حول الكيفية التي يتعاملون بها مع الكثير من هذه القضايا.

أهمية البحث :

البيئة هي المحيط الذي يعيش فيه الإنسان أرضا ماءً هواءً ويعتبر الإعلام أحد المقومات الأساسية في الحفاظ علي البيئة ويجب علي الأجهزة الإعلامية القائمة علي أمور التوعية أن

تصمم برامجها بأساليب مختلفة للتخاطب و الاتصال حول المشكلات البيئية بحيث تجعل كل شرائح المجتمع فاعلة وايجابية في المحافظة علي البيئة .

وتتلخص أهمية هذه الدراسة في الأتي :.

(1) محاربة الظواهر السالبة

(2) تطوير المرافق الخدمية في الأسواق والشوارع العامة و مواقف المواصلات

(3) تطوير السكن الحضري

(4) إزالة مفهوم أن التحضر والسلوك الحضري مرتبط بفئة محددة في المجتمع

(5) الوعي الذاتي بأهمية السلوك الحضري

أهداف البحث:.

إن الهدف الحقيقي لبرامج التنمية في المجتمعات هو إحداث تغيير في اتجاهات الناس والبنية الطبيعية و إنشاء علاقات جديدة بينهم وبين الموارد الاقتصادية ويتبع ذلك تغييرات لأساليب الإنتاج ومفهوم الثروة و الدخل و الاستهلاك مما يترتب عليه تغيير السلوك و العادات والخبرات في الحياة السياسية و الاجتماعية ومجالات التعليم والصحة و الإدارة وغيرها . "شاهين و عبد الحليم – مصدر سابق– ص 246"

وتهدف المجموعة الباحثة من خلال هذه الدراسة إلى الأتي :.

(1) الرجوع إلي بيئة طبيعية خالية من التلوث

(2) التعريف بأهمية إصحاح البيئة والسلوك الحضري

(3) توضيح ضرورة احترام موارد الحياة والمحافظة عليها

(4) كشف معوقات السلوك الحضري في السودان

(5) التعرف علي مفاهيم السلوك الحضري

(6) توضيح دور البرامج التلفزيونية في التوعية بالسلوك الحضري

(7) معالجة مشكلات السلوك الحضري بالمجتمع

(8) تعريف بعض السلوكيات الخاطئة وطريقة معالجتها

مشكلة البحث :.

(1) ضعف المشاريع التنموية

(2) غياب المسؤولية الاجتماعية نحو تطوير السلوك الحضري

(3) ضعف تعاون المسئولين مع الأجهزة الإعلامية لتجويد خدمات السلوك الحضري

(4) عدم وجود خطط لتطوير السلوك الحضري في المجتمع

(5) عدم الاهتمام بالنظافة العامة والشوارع والحدائق والتخطيط والتنسيق

(6) وجود مشكلات تواجه تطوير السلوك الحضري

أسئلة البحث :.

(1) ما مفهوم السلوك الحضري ؟؟

(2) هل البرامج التلفزيونية تتعرض للسلوك الحضري؟؟

(3) ما مدي استجابة المجتمع لنداء السلوك الحضري؟؟

(4) هل تؤدي السياسات البرمجية في قناة الشروق الفضائية خدمة ترقية السلوك الحضري؟؟

(5) كيف تطور البرامج التلفزيونية السلوك الحضري؟؟

(6) ما هي العوامل المؤثرة في السلوك الحضري؟؟

منهج الدراسة:.

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي لأنه يهتم بدراسة الحقائق حول الظواهر و الأحداث وذلك عن طريق جمع معلومات وتفسيرها و تحليلها و استخلاص دلالاتها و إصدار تعليمات بشأنها المنهج الوصفي يعرف بأنه احد أشكال التفسير العلمي المنظم لوصف ظاهرة أو مشكلة محددة و تصويرها كمياً عن طريق جمع بيانات و معلومات مقننة عن الظاهرة أو المشكلة و تصنيفها و تحليلها وإخضاعها لدراسة دقيقة .

مجتمع الدراسة:.

العاملين بقناة الشروق الفضائية

عينة الدراسة:.

العاملين في مجال الإعلام و مؤسسات تربوية أخري

- **الإطار الزمني :.**

2015 – 2016م

- **الإطار المكاني:.**

ولاية الخرطوم

أدوات جمع المعلومات:.

1/استمارة الخبراء:.

هي عبارة عن مجموعة من الأسئلة التي تدور حول موضوع البحث ، يضعها الباحث في شكل استمارة و توزع علي الأشخاص المعنيين سواء عبر البريد الالكتروني عاو تسلم باليد ، يهدف إلي جمع البيانات معينة بعد الحصول علي إجابات المبحوثين . "فوزي عبد الله – ص 210"

2 / المقابلة:.هي إحدى وسائل جمع البيانات ، وفى حقيقتها هي استقصاء شفوي ، تمر بنفس الخطوات التي يمر بها الاستقصاء ، و الفرق أن المقابلة تتضمن علاقة مباشرة بين الطرفين . لغة تعني المواجهة أو المعاينة أو الاستجواب أو الاستعراض. "احمد بدر – 1996– ص 238"

المصطلحات الإجرائية:.

*توظيف:.

من وظف و وظائف ، و الوظيفة هي العهد أو الشرط أو المنصب ، و هي ما يقدر من عمل أو طعام أو رزق أو غير ذلك ، كما يقال (للدنيا وظائف و وظف) أي نواب و دول. "إبراهيم أنيس و آخرون – 1985 – ص 15"

*البرامج التلفزيونية:.

هى عبارة عن فكرة تجسد و تعالج باستخدام التلفزيون كوسيلة تتوافر لها كل إمكانيات الوسائل الإعلامية ، ويعتمد أساسا على الصورة المرئية سواء كانت مباشرة أو مسجلة ، و تكوين وتشكيل قالبا واضحا ليعالج جميع جوانبها خلال مدة زمنية محددة. "د/محمد معوض – 1981 – ص 117"

*ترقية:.

هي الارتقاء بمستوي الشئ اعلي منزلة ومكانة

وهو نقل المواطن من الوظيفة الحالية إلي وظيفة أخري في مستوى تنظيمي اعلي ، حيث تصبح واجباته و مسؤولياته اكبر و يتمتع بمزايا مادية و أدبية .

والترقية هي إتاحة الفرصة للموظف للحصول علي مزايا مادية و شغله لوظيفة أخري ذات مستوي اعلي.

"WWW. Arapost.com"

*السلوك الحضري:.

وهو أسلوب أو نمط للحياة أو أي أمر يتعلق بالسلوك اليومي ، كما انه عبارة عن قرار شخصي .

"شفيق – 2007 – ص 32"

الدراسات السابقة:.

الدراسة الأولي :

حمده عيسي موسي أمين – الإذاعة و دورها في التنمية الاجتماعية بالتطبيق علي راديو المجتمع 2009 – 2010

هدفت هذه الدراسة لإبراز أهمية دور الإذاعة في المجتمع وفي التنمية الاجتماعية

أعتمد الباحث علي المنهج الوصفي التحليلي ليصف بها حالة راديو المجتمع في تنشيط التنمية الاجتماعية

أهم النتائج الدراسة أثبتت توفر الراديو كوسيلة للإعلام في القرى

الدراسة الثانية :

عوض عبد القادر عبد الله – دور الإعلام في التنمية الاجتماعية – دراسة تطبيقية لعملية تهجير النوبة إلى منطقة خشم القربة – رسالة ماجستير جامعة القاهرة كلية الإعلام 1978م.

هدفت الدراسة لمعرفة دور الإعلام في التنمية الاجتماعية و تنمية المجتمعات الريفية

أثبتت الدراسةٍ أن المقدرة الإقناعية لكل وسيلة من وسائل الاتصال الجماهيرية ، تختلف باختلاف طبيعة الفكرة المراد نقلها من ناحية ، و باختلاف فئات الجمهور الذي تتوجه إليه من ناحية أخري .

و أوضحت الدراسة أن وسائل الاتصال الجماهيري تلعب دور كبير في خلق الرغبة في الانجاز و تزكية و روح الطموح .

الدراسة الثالثة :

ليلي الضو سليمان – دور وسائل الاتصال في نشر الوعي البيئي – دراسة تطبيقية علي الفضائيات السودانية (تلفزيون السودان – قناة الشروق الفضائية) 2013م .

تناولت الدراسة أهمية الإعلام و دوره المنوط بت في تحقيق التوعية التثقيفية و التعليمية و الإرشادية للمجتمع ، والتأكيد على أهمية تغيير سلوك المجتمع .

هدفت الدراسة ألي التعرف علي الدور الذي يمكن أن تقوم به وسائل الاتصال خاصة التلفزيون في التوعية بمشكلات البيئية وتوعية الفرد بها ثم تقويم هذا الدور ، كما تهدف لتأكيد دور الإعلام في نشر الوعي في المجتمع .

استخدمت الباحثة المنهج التاريخي المنهج المسحي

أهم النتائج ، قصور الإعلام في تناول قضايا البيئة وضعف التخطيط الإعلامي في المؤسسات المعنية بالبيئة .

أهم التوصيات سن و تشريع و تطبيق قوانين صارمة تعمل علي حماية البئية و حماية الإنسان .

الدراسة الرابعة :

أثيلة احمد الأمين محمد الحاج – دور الإعلام المرئي في نشر الوعي الصحي – دراسة حالة برنامج (صحتك – صحة و عافية) رسالة ماجستير – علوم الاتصال ، قسم الإذاعة و التلفزيون – 2009 – 2011م .

تناولت الدراسة دور البرامج التعليمية الصحية و الطبية المتاحة من وسائل الاتصال و الإعلام و خاصة الإعلام المرئي في نشر الوعي و مكافحة الإمراض و الوقاية منها .

هدفت هذه الدراسة إلي إبراز واقع البرامج التعليمية و الصحية المتاحة في تلفزيون السودان و قناة النيل الأزرق

استخدمت الباحثة المنهج التجريبي و المنهج الوصفي التحليلي

أهم النتائج أن البرامج الصحية و التعليمية المقدمة في تلفزيون السودان وقناة النيل الأزرق لها اثر ايجابي صحي علي إناث محلية أم درمان .

التعليق علي الدراسات السابقة :

تتشابه الدراسات السابقة مع موضوع البحث من حيث الأهداف ، فجميعها جاءت مهتمة بجانب التوعية والإرشاد و تهتم بالمجتمع و البيئية التي يعيش فيها .

و الفرق بين الدراسات المذكورة و هذه الدراسة هو أن المجموعة الباحثة خصت السلوك الحضري كموضوع للبحث .

الـفـصـل الـثـانـي

الـبـرامـج الـتـلـفـزيـونـيـة

المبحث الأول

التلفزيون

كلمة تلفزيون بالانجليزية مكونة من مقطعين ، الأول Vision وتعني عن بعد و الثاني Tele وتعني الرؤية.

علمياً هو طريقة إرسال و استقبال الصورة الصوت من مكان لآخر بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية و الأقمار الاصطناعية . "وداد أرباب – 2008 – ص 207 "

عام 1600م أكد العالم وليم جلبرت أن الكرة الأرضية التي تدور في حركة حول نفسها ما هي إلا كتلة مغنطيسية هائلة الحجم لها قطبان مغنطيسيان تولد قوة مجهولة ، ثم تضافرت جهود علماء بريطانيين و ألمان و ايطاليين في هذا المجال.

في عام 1780م اكتشف العالم الايطالي جالفاني أن تيارا كهربائيا قد انطلق من بطارية اخترعها بنفسه ، و بناءا على ذلك اخترع (فولتا) جهاز تتولد منه الكهرباء نتيجة لتفاعلات كيميائية وفى خطوة متقدمة نحو اكتشاف التلفزيون .

في عام 1817م قام العالم بارزيليوس بمجهود كبير لفصل مادة كانت درجة حساسيتها الكهربائية تختلف باختلاف كميات الضوء المسلطة عليها ، وأطلق على تلك المادة اسم (السيلينوم) وهذه الكلمة معناها القمر باللغة اليونانية و ذلك لان مادة السيلينوم كانت لها خاصية التوهج الشبيهة بتوهج القمر .

في عام 1873م قام احد مهندسي التلغراف في مدينة فانسيا يدعي (ماى) باكتشاف الخلية الكهروضوئية ، حيث اكتشف أن الأجهزة المصنوعة من مادة السيلينوم يحدث لها تغيير واضح في عملها نتيجة لتعرضها لأشعة الشمس وهي اشد تأثيرا من الأجهزة الأخرى المصنوعة من مادة السيلينوم .

استطاع (مآي) أن يجد نقطة معينة تعرف ب (المقاومة المنهارة) وهى النقطة التي تفقد فيها المادة كل مقاومة لأشعة الشمس كلما ازداد تأثيرها عليها ، وبذلك أصبح بالإمكان إرسال صورة بذات الطريقة ، و ذلك بان تسلط أشعة الشمس على مجموعة عدسات على مجموعة خلايا من السيلينوم التي تتأثر كل خلية منها ذاتيا و بنسب تختلف باختلاف طبيعة الجزء الموجه إليها من الأشعة.

في عام 1875م حاول العالم الأمريكي (ج.ر.كاري) أن ينفذ هذه الفكرة، وضع جدار من السيلينوم مكون من أجزاء متساوية و سلط عليها أشعة مصباح كهربائي يعترضه الجسم المراد إرسال صورته ، فكانت النتيجة أن أحدثت الأشعة تغيراً علي أجزاء السيلينوم التي تسقط عليها ، بينما الجزء الذي يحول الجسم المراد تصويره بينه و بين الأشعة يظل بلا تأثير ، ولكن ضالة الأشعة الناتجة من التيار الكهربائي لم تحقق نتائج عملية في ذلك الوقت ، حيث أن المكبرات الإلكترونية لم تكن قد اكتشفت بعد.

تعتبر المملكة المتحدة من اعرق الدول من حيث تاريخ التلفزيون ، ولا ينافسها في ذلك سوي الولايات المتحدة الأمريكية ، ولقد ارتبط تاريخ التلفزيون في بريطانيا باسم احد أبنائها وهو المخترع (جون لوجي بيرد) الذي كان يميل منذ حداثته إلى فك و تركيب كل ما يقع عليه بصره من قطع الآلات القديمة. "فاروق عمر – مصدر سابق – ص 14_17"

وفي ذات يوم انشأ جون خطاً تلفونياً عبر الطريق بينه و بين منزل احد أصدقائه ، ومرت في الطريق عربة كاد السلك أن يؤدي بحياة صاحبها ، وسرعان ما طلب البوليس رفع ذلك السلك بناءاً علي أمر من مصلحة التلفونات.

ومنذ ذلك الوقت اخذ الفتي الصغير ينظر إلي ابعد من فكرة نقل الصوت من خلال الأسلاك ، بل اخذ يحلم بفكرة ملكت عليه خياله ، لماذا لا تنقل الصورة أيضا عبر الأسلاك كما ينقل الصوت ؟؟؟

رغم أن بيرد كان يعاني من مشكلة طاحنة صادفته فترة طويلة وهي (المال) إلا أنها لم تقف حائلاً دون تحقيق طموحاته ، استمرت تجاربه في هذا المجال إلى أن جاء ذلك اليوم الذي كان فريداً في حياة بيرد .

ففي يوم الجمعة 27 يناير عام 1926م حضر أكثر من أربعين عالما من المعهد البريطاني وأكثرهم من مشاهير العلماء ، وصعدوا ثلاثة طوابق من السلالم الحجرية ليصلوا في النهاية إلى ممر ضيق و رطب ثم إلى غرفتين فوق السطح ، كان هذا معمل بيرد الذي يجري فيه تجاربه و يحقق فيه أفكاره.

كان من بين الحضور آنذاك مراسل جريدة التايمز الذي كتب من قبل عن مجهودات بيرد واحدث مقاله ضجة كبيرة ، فبدأ الصحفيون يتوافدون على منزل بيرد .

كان تجمع العلماء في ذلك اليوم ليشهدوا مولد الصورة التلفزيونية الأولي ، حيث احضر بيرد رأس دمية و وضعها أمام الجهاز الناقل للصورة ونجح في نقل صورة مطابقة لها على شاشة صغيرة معلقة على الحائط .

عندئذ هرول بيرد و نزل السلم مسرعا إلى شركة للأفلام موجودة في الطابق الأرضي في المنزل وطلب منهم أن يعيروه صبيا منهم اسمه (وليام) ، أوقفه بيرد أمام الأجهزة ولكن صورته لم تظهر من أول وهلة ، واحتار بيرد و شعر بالحرج أمام الجميع ثم لاحظ بفطنته اللماحة وذكائه أن الصبي كان يقف بعيدا عن مدى قدرة الجهاز على الالتقاط ، ثم طلب من الصبي

أن يجلس قريبا من الجهاز ، فنجح بيرد في نقل أول صورة لأدمى على التلفزيون ، وبذلك اثبت أن التلفزيون أصبح حقيقة واقعية.

مراحل تطور التلفزيون:.

_ بداية الإذاعة والتلفزيون في الولايات المتحدة الأمريكية، و بدا ذلك باستخدام الماسح الميكانيكي.

_ كانت نقطة التحول عام 1923م باختراع الايكنو سكوب (الغمام التلفزيوني الكهربائي) على يد العالم ديميتر زور أبكيت.

_ في عام 1925م نقلت الصورة عبر الأسلاك

_ في عام 1927م نقل جون بيرو أول صورة باهتة للصليب بمسافة ثلاثة أمتار من واشنطن إلى نيويورك ، وكانت أول صورة تلفزيونية.

_ في عام 1939م قدم جهاز تلفزيوني الكتروني كامل ب 441 خطاً وذلك في معرض عالمي في نيويورك.

_ في نفس العام بدأت الخدمات التلفزيونية المنتظمة ، وبعد ذلك توقف البث التلفزيوني لاندلاع الحرب العالمية الثانية، وبعد نهاية الحرب تضاعفت معدات وأجهزة التلفزيون ، وبدا إرسال بعضها عام 1939 إلى 1940 م .

_ وفى رواية أخرى تقول أن أول خدمة تلفزيونية منتظمة بدأت في المملكة المتحدة في لندن عام 1936م.

"عبد الدائم – 2010 – ص 389 _ 390

"

التلفزيون في الوطن العربي :.

إن النظر لتاريخ و نشأة التلفزيون في الوطن العربي مسألة مهمة جداً ، يعود السبب إلى أن التلفزيون في عالمنا أصبح ضرورياً للأمة العربية ، و تعاظم دوره في الحياة الاجتماعية و السياسية .

ظهر التلفزيون في معظم الدول العربية في مرحلة تحول البلاد و نهوضها من أثار الاستعمار واعتمادها علي اقتصادها و خيراتها، وعلى هذا الأساس فإننا نخرج إلى أن تأسيس التلفزيون العربي صاحبه في البداية الظروف الملائمة لتطور الحياة السياسية و الاجتماعية والتاريخية للشعب.

عندما خرجت مشاكل البلدان العربية إلى المسرح العالمي كدول نامية مستقلة تعتمد على نفسها في اتخاذ قراراتها وحل مشاكلها الاقتصادية بعيداً عن التأثيرات الخارجية ، تجنب الباحثين و المؤلفين العرب هذه الحقيقة ، آلا وهي الناحية السياسية و الاجتماعية و تأثيرها على نشأة التلفزيون العربي . "فاروق عمر – ص 14_17"

أصبح التلفزيون العربي ذا طابع منتظم في أواخر الخمسينيات ، حيث ظهر في الجزائر عام 1956م ، العراق 1956م ، لبنان 1959م ، مصر و سوريا 1960م ، الكويت 1961م ، السودان 1962م ، اليمن الديمقراطي 1964م ، المملكة العربية السعودية 1965م ، تونس 1966م ، الأردن 1968م ، الجمهورية العربية الليبية 1968م ، أبو ظبي 1969م ، قطر 1970م ، البحرين 1973م ، عمان 1973م .

التلفزيون في السودان:.

بدا البث التجريبي لتلفزيون السودان في ديسمبر عام 1962م عن طريق الصدفة إذ لم يكن مخطط له ، حيث جاء إلى السودان العقيد سيرفاى كإميل الانجليزي الذي ينوب عن شركة وتمسون الانجليزية في الخرطوم ، حيث كانت تربطه صلات حميمة باللواء محمد طلعت فريد . عندما كان سيرفاي قادماً من كينينا التي عرض فيها تجارب للتلفزيون ، طلب منه اللواء محمد طلعت إجراء تجارب مماثلة للتلفزيون في السودان ، حيث تم التعاقد مع شركة وتمسون لتقديم خدمة تلفزيون في السودان.

"عبد الدائم – مصدر سابق – ص 390"

البث التجريبي لتلفزيون السودان:.

كان التلفزيون طوال فترته التجريبية الأولى ، يقدم على مدى ثلاثة ساعات يوميا مجموعة من البرامج الإعلامية و التعليمية و الترفيهية ، فكان يقدم نشرة إخبارية و أغاني حية علي الهواء مباشرة ، إلى جانب الأفلام التي أحضرتها شركة وتمسون .

ولكي يصل البث إلى الجمهور و تكتمل التجربة تم شراء أجهزة استقبال عبارة عن شاشات كبيرة ، و تم توزيعها على الميادين العامة و التي حولها الجمهور .

بدأت التجربة بالفعل عام 1962م في يوم 17 نوفمبر وذلك بالتزامن مع ثورة 17 نوفمبر ، وأُعدت العدة لهذا الأمر ، وإقامة وحدة إرسال خارجي بشارع الجامعة بجوار النصب التذكاري حيث موقع العرض العسكري.

"فاروق عمر – مصدر سابق – ص 18 _20"

انتقال التلفزيون إلى مبني الإذاعة :.

نسبة لظروف الخريف آنذاك انتقلت محطة التلفزيون من مكانها على سطح فندق المسرح القومي ، الأستوديو (B)بالإذاعة السودانية ، واستمر الإرسال من مبنى الإذاعة وتمت الاستفادة من الكوادر الموجودة آنذاك أمثال : محمد صالح فهمي ، التاج حمد ، سيف الدين الدسوقي ، متوكل كمال و آخرون .بعد إبتعاث الأستاذ على شم والى أمريكا للتخصص في مجال التلفزيون، تولى إدارة المحطة الأستاذ إدريس ألبنا ، و كان الكادر الفني في تلك الفترة مكون من عدد محدود ، حيث كان يوجد مهندس واحد وهو الأستاذ حسن احمد عبد الرحمن إلى جانب مصورين هما عبد المنعم بريمة و شوقي أبو عكر ، كانت أول مذيعة المرحومة رجاء احمد جمعة.

التسجيل الالكتروني في التلفزيون:.

ادخل نظام التسجيل الالكتروني في التلفزيون عام 1968م باستيراد هذا الجهاز من احدي الشركات اليابانية الرائدة في تلك الفترة ، شجع هذا النظام على استيراد الأفلام و المسلسلات الأجنبية ، فهو أول الأجهزة التقنية التي أحدثت طفرة نوعية في مجال الإنتاج ألبرامجي بتلفزيون السودان وانعكست ايجابيا على مستوى الإنتاج ألبرامجي .

أتاح هذا النظام فرصة المراجعة و الاستفادة من المواد المستوردة و الاقتباس من بعض فنياتها

"عبد الدائم – مرجع سابق – ص 390 – 398"

التلفزيون التعليمي بالسودان:.

في إطار الحديث عن البرامج في التلفزيون السوداني لابد من الحديث عن البرامج التعليمية كواحدة من الأهداف العامة في التلفزيون السوداني.

تأسس التلفزيون التعليمي بالسودان وبدا العمل في يوليو عام 1964م ، عندما أنشئت وحدة التلفزيون التعليمي بوزارة التربية والتعليم ، وكان أول من عمل بها هو الأستاذ عبد الرحيم الخضر إلى جانب احد البريطانيين ، و كان المشروع مشترك بين وزارة التربية و التعليم و المجلس البريطاني .

تولت إدارة البرامج التعليمية و الفنون في التلفزيون هذه المهمة ، حيث أن البرامج التلفزيونية تشمل عدد من البرامج الأخرى حسب قطاعات الإدارة الأربعة ، والتي تشمل قطاع البرامج الدورية و الطارئة إلي جانب برامج القصص المدرسية التي كانت تبث بمعدل ثلاثة حصص في اليوم الواحد موزعة بين المرحلة المتوسطة و المرحلة الثانوية .

استمرت تجربة التلفزيون التعليمي الجديد و تخصيص ميزانيته و من ثم تسريح العاملين به وضمهم لتلفزيون الجزيرة ، بعد ذلك أصبحت البرامج التعليمية تبث من خلال إدارة البرامج التعليمية بالتلفزيون .

التلفزيون في الريف :.

في عام 1971م تقريباً بدأت الدراسات الخاصة بتوظيف التلفزيون الريفي ، حيث بدأت التجربة في ولاية الجزيرة لعدت اعتبارات منعا أهمية المنطقة بالنسبة لاقتصاد البلاد.

أنشئت أول محطة إقليمية لبث البرامج الريفية في أوائل عام 1973م بود مدني ، لكن بدا إرسالها عام 1972م كمحطة استقبال لنقل البرنامج العام من تلفزيون السودان ، من ثم بدأت بث برامج محلية بعون ألمانيا ومساعدة وزارة التربية و التعليم لتغطى منطقة الجزيرة.

بالرغم من أنها محطة ترحيل إرسال إلا أنها كانت تبث برامج محلية تهم مشروع الجزيرة و سكان المنطقة عموماً ، وهكذا تحول تلفزيون الجزيرة إلى تلفزيون تعليمي قام ببث العديد من البرامج التي حققت أهدافها.

بعد ذلك وضعت إدارة التلفزيون خطة لنقل تجربة التلفزيون الريفي إلى مناطق أخرى مع اتساع دائرة البث التلفزيوني ، وتنفيذا لتلك الخطة أنشئ تلفزيون عطبرة الريفي الذي بدا بث برامجه في أكتوبر 1976م من استوديوهات مؤقتة بتلفزيون السودان لمدة ساعتان في اليوم .

في يناير عام 1977م بدا البث المحلى لتلفزيون عطبرة بواقع ساعتان لمدة خمس أيام في الأسبوع ، وبعد انتهاء الإرسال تنضم القناة الريفية لمتابعة البرنامج العام من أم درمان .

أخذت تلك القناة تقدم برامج للمرآة الريفية ، و برامج صحية و زراعية ، و برامج أخري لمحو الأمية ، و بشكل عام انتهج تلفزيون عطبرة نفس منهج تلفزيون الجزيرة للاستفادة من تجاربه و خيراته. "حسن التوم – 2009 – ص 18– 16"

خصائص التلفزيون:.

1/ يعد أقوى الأجهزة الإعلامية ، يعتمد في مخاطبة الجماهير على الصورة و الصوت و الحركة و الألوان في وقت واحد.

2/استخدام فنون التصوير و الإخراج يزيد من التأثير العاطفي لدي المشاهد.

3/ يمتلك التلفزيون الإمكانيات الفنية التي تتيح له اختصار الزمن بين حصول الحدث و عرضه.

4/ أصبح أفضل وسيلة بين وسائل الاتصال الجماهيري ، كما وفرت الأقمار الاصطناعية انتشارا عالميا مما زاد من فاعلية عملية التبادل الإعلامي و القافي العالمي وأصبح وسيلة تقارب بين الشعوب.

أهم الوظائف الأساسية للتلفزيون:.

1/ وظيفة الإعلام و التعليم.

2. وظيفة تكوين الآراء و الاتجاهات.

3. وظيفة ترابط المجتمع و نقل التراث.

4. وظيفة الرقابة.

" الدليمي – مصدر سابق – ص 30

أهمية التلفزيون و تأثيره:.

تأثير التلفزيون على الحياة تجاوز في فاعليته كل ما عرفته الحضارة كوسيط سمعي و بصري وتجاوز حدود الزمان و المكان، كما يعد التلفزيون الاختراع الوحيد بين وسائل الاتصال الجماهيرية المتنوعة الذي حقق نجاح في إشباع رغبة الإنسان لم يسبق أن تحققت من قبل ، حيث استطاع أن يجعل الإنسان يعيش في مكانين في آن واحد ، و يدرك إن ما يشاهده أو يسمعه هو في الحقيقة واقع بالحال ، وان ما يشاهده ويحسه بان الناس الذين يشاركون بالبرنامج موجودين معه ، وان أبصارهم عالقة ببصره بل حتى يتخيل إليه أن يكاد يعرفهم.

سر إنشاد الناس إلى التلفزيون و ولعهم به يتمثل في العناصر الآتية:.

1/ يعد أفضل وسيلة للاتصال فهو يقدم المادة في وقت حدوثها.

2/ يمثل مدرسة للكثير فعن طريقه يتزودون ثقافياً و معرفياً كونه وسيلة للوعي الثقافي.

3/ يساهم في نشر ثقافة مشتركة تخدم تحقيق الوحدة الوطنية.

4/ يتميز بقدر هائل من الألفة و الواقعية ، فالصوت و الصورة و الحركة واللون تجعله وسيلة مؤثرة في التوجيه و الرشاد.

5/ يتيح فرصة تبادل الأفكار و المشاعر بين الأفراد.

"الدليمى – 2013 – ص 27_29"

المبحث الثاني

القائم بالاتصال

المرسل (COMMUNICATOR) :.

تتفاوت المفاهيم التي وضعتها المدارس الإعلامية للقائم بالاتصال، فقد اتجهت بعض الدراسات إلى تعريفه من منظور القدرة على التأثير في المتلقي، فعُرف بأنه يشمل من لديه القدرة على التأثير بشكل أو بأخر في الأفكار و الآراء.

واتجهت دراسة أخرى إلى تعريفه منظور الدور في عملية الاتصال ، فعرفته بأنه الشخص الذي يتولى إدارة العملية الاتصالية ، وعلى ضوء ما يتمتع بت من قدرات و كفاءات في الأداء يتحدد مصير العملية الاتصالية ، كما يمكن تعريف القائم بالاتصال هو أي فرد أو فريق منظم يرتبط مباشرة بنقل المعلومات عبر الوسيلة الإعلامية ، أو له علاقة بنشر الرسائل الإعلامية إلى الجمهور عبر الوسائل الإعلامية. "نجوى فوال – 1992 – ص 5 "

المرسل هو الشخص الذي يبدأ الحوار بصياغة أفكاره في رموز تعبر عن المعني الذي يقصده "هذه الرموز تكون الرسالة التي يوجهها القائم بالاتصال إلى جمهور معين " فإذا نجح المرسل في اختيار الرموز للتعبير عن فكره تعبيراً صحيحاً و دقيقاً و واضحاً ، يكون قد وضع قدمه على الطرق الصحيح ، أما إذا عجز المرسل في صياغة أفكاره برموز واضحة انهارت العملية الاتصالية في مراحلها الأولى. " مكاوي و السيد – 2012 – ص 44 "

يعد المرسل العنصر الأول و الأساسي في عملية الاتصال ، والحركة الأولى في دورتها و مسيرتها ، ويسمى مصدر المعلومات و المتصل و القائم بالاتصال، فهو منشئ الرسالة الذي عليه إن سعي إلى النجاح في مهمته المتمثلة ف توصيل الرسالة إلى المستقبل أو الجمهور

"مساعد و العقار – 2011 – ص 18 "

القائم بالاتصال هو المصدر الذي يعمل على إنتاج رسالة محملة بالمعاني ، يرسله عبر وسيلة اتصال إلى الجمهور المتلقي ، ويعمل على اختيار موضوع يتعلق بأحداث البيئة .

وفى الاتصال الجماهيري يمثل المصدر (المرسل) مجموعة منظمة من الأفراد تعمل على وضع المعاني المتفق عليها في رسالة ينقلها ناطق يمثل تلك المجمعة (المذيع) مثلا.

"الموسى –2012 – ص 66"

_ الشروط الواجب توافرها في القائم بالاتصال:.

1/ توفر مهارات الاتصال الخمس (الكتابة ، القراءة ، التحدث ، الإنصات و التفكير)

2/ مستوى معرفة المصدر وتخصصه بالموضوع الذي يعالجه

3/ معرفة السياسة الإعلامية لمؤسسته

4/ اتجاهات القائم بالاتصال نحو نفسه و نحو الموضوع و نحو المتلقي

(كلما كانت هذه الاتجاهات ايجابية ذادت فعالية القائم بالاتصال)

5/ مركز القائم بالاتصال في الإطار الاجتماعي و الثقافي يؤثر على فعالية الاتصال

- هناك عدة متطلبات لابد من القيام بها حتى يتم الاتصال بكفاءة . ويمكن استعراضها في الأتي :.

1. أن يكون المرسل متأكد من كفاية معلوماته و وضوحها

2. أن يكون ترميز الرسالة على درجة عالية من الدقة ، و أن تكون الإشارات قابلة للانتقال بسرعة ودقة

3. أن تفسر الرسالة تفسيرا يتفق مع ما كانت تقصده عملية الإعداد الرمزي

4. أن يعالج الهدف أو الغاية للرسالة بحيث تحدث الاستجابة المرغوبة

"حجاب – مصدر سابق – ص 102 "

حارس البوابة:.

أشارت بعض الدراسات أن الرسالة الإعلامية تمر بالعديد من المراحل أثناء عملية الانتقال من المصدر إلى المتلقي ، ويتم تشبيه هذه العملية بسلسلة معقدة مكونة من عدة حلقات .

أصبحت المؤسسات الإعلامية في القرن الواحد والعشرين عبارة عن شبكات اتصالات ضخمة تتصارع داخلها المصالح ، فعندما ندرس ما يحدث داخل صحيفة أو محطة إذاعية أو تلفزيونية ، نشعر بالدهشة من مدى تعقد و تشابك أعمالها ، ففي داخل تلك المؤسسات الإعلامية تتخذ يوميا بل و في كل دقيقة قرارات مهمة و خطيرة ، نظرا لأهمية تلك القرارات بالنسبة للجمهور ، و طبيعة القائم بالاتصال تؤثر علي اختيار المادة الإعلامية .

"حجاب – مصدر سابق – ص 268 "

مسؤوليات القائم بالاتصال:.

1/ الدقة و التأكد من صدق المعلومات المقدمة

2/ العمل من اجل المصلحة العامة و الابتعاد عن تفضيل المصلحة الشخصية

3/ الحفاظ على نزاهة و كرامة المهنة

4/احترام الحياة الخاصة للمواطنين

5/ احترام أسرار المهنة و أخلاقياتها

6/ الدفاع عن حقوق الإنسان

7/ المشاركة في الإصلاح الاجتماعي

8/ الالتزام بالصدق و الموضوعية

9/ تبنى اتجاهات الجمهور

العوامل التي تؤثر على القائم بالاتصال:.

1. المجتمع و تقاليده :.

أي نظام اجتماعي ينضوي تحت قيم يسعي لإقرارها ، ويرتبط ذلك بوظيفة التنشئة الاجتماعية ، وتعكس وسائل الاتصال هذا الاهتمام بمحاولتها الحفاظ على القيم الثقافية والاجتماعية السائدة ، كذلك تعمل وسائل الإعلام على حماية الأنماط الثقافية السائدة في المجتمع مثل الولاء للوطن و احترام رجال الدين والقضاء و توقير الأمهات و كبار السن و ذلك لتدعيم البناء الثقافي للمجتمع.

2/ المعايير الذاتية للقائم بالاتصال :.

تؤثر الخصائص و السمات الشخصية للقائم بالاتصال على عمله وعلى المواد الإعلامية التي يقدمها ، تتمثل هذه العوامل في (الجنس – العمر – الدخل – الطبقة الاجتماعية – التعليم – و الانتماءات العقائدية والفكرية) فهي تؤثر على طريقة التفكير والتفاعل مع العالم المحيط به .

3/ المعايير المهنية للقائم بالاتصال :.

يتعرض القائم بالاتصال إلى العديد من الضغوطات المهنية التي تؤثر على عملة و وتؤدي إلى توافقه مع السياسة التي تنتهجها المؤسسة الإعلامية التي ينتمي إليها، مثل سياسة المحطة ومصادر الخبر وعلاقات العمل وضغوطه .

4/ معايير الجمهور :.

الرسالة التي يقدمها القائم بالاتصال تحددها إلى حدٍ ما توقعاته من ردود فعل الجمهور ، وبالتالي يلعب الجمهور دوراً ايجابيا في عملية الاتصال ، وان نوع الجمهور الذي يعتقد القائم بالاتصال انه يخاطبه له تأثير كبير على طريقة اختيار المحتوى و تنظيمه ، فوسائل الإعلام يجب أن ترضى جماهيرها ، ولكي يتحقق ذلك يجب معرفة الجمهور معرفة دقيقة .

"مكاوي والسيد – مرجع سابق – ص 178"

أشكال البرامج التلفزيونية:.

1/ برامج الحديث المباشر (Direct Talk) :.

شكل برامج الحديث المباشر يعتمد على شخص واحد في تقديمه سواء كان مقدم أو شخصية أدبية أو فنية أو ثقافية من خارج الإذاعة. قد بدا هذه الشكل مبكراً إلا انه لا يزال محبباً .

يستوعب هذا الشكل العديد من الموضوعات التي تشمل الثقافة و العلوم و الاقتصاد و الفنون و أي موضوعات حياتية أخرى ،و لكن لا ينبغي أن تزيد عن عشر دقائق.

2/ برامج أل Talk Show :.

تعتبر من أشهر و أهم البرامج، تعتمد على الكلام بالدرجة الأولى ، تتناول موضوعات تدخل في دائرة اهتمام الجمهور ، تتخللها فقرات موسيقية وفنية و غناء، يشترط في هذا النوع وجود مشاركة تفاعلية من جانب الجمهور ، و مفتاح النجاح في هذه البرامج هو القدرة العالية على التحاور لدي المذيع

3/ البرامج السياسية :.

زادت مساحة البرامج السياسية في الآونة الأخيرة مع وصول الأحوال الداخلية و قضايا الأمة العربية إلى مستوى غير مسبوق من التدهور و التفكك و الفرقة في ظل الأحداث الساخنة محلياً و دوليا ، فقد ظهرت عدة برامج ذات طبيعة سياسية وان اختلفت مسمياتها و مقدميها و ظروف البث .

4/ برامج التحقيق الإذاعي :.

هذا الشكل مقتبس من الصحافة المكتوبة ، فهو تقرير حول حدث من الأحداث السياسية أو الاقتصادية أو الثقافية أو الرياضية ، حيث يقوم على تناول خبر أو قضية أو فكرة وعرض

مختلف الآراء و وجهات النظر حولها ، و يعتبر الوصول إلى الحقائق و المعلومات عن طريق العرض بالكلمة و الصورة الفوتوغرافية ، ومن أشكاله : المباشر ، المسجل ، التعليق و التأليف ، كما ينقسم حسب الغرض إلي : خاص ، تسجيلي ، وحدث جاري .

5/ الندوة :.

هذا الشكل من البرامج يلتقي فيها أكثر من شخصية في وقت واحد لمناقشة موضوع معين بوجهات نظر متعارضة و متكاملة ، تهدف إلى معرفة الرأي و الرأي الأخر في شكل محادثة ، و دائما يبقي المذيع محايداً .

6/ الشكل الخاص :.

هذا النوع لا يعتمد على حقيقية كاملة فهو يتضمن غناء شعبي أو شعراً أو تمثيلية فهو شكل حر مرن ، تكمن قوة البرنامج الخاص في تأثيره على الخيال أكثر من تأثيره على الحقائق الذهنية وان كان يجمع بين الاثنين ، لكن لابد من الحذر لان الجمع بين الحقيقة و الخيال تعتبر خداع.

7/ المجلة:.

تصمم لجمهور محدد و يجب الحفاظ على القالب العام ولكن لا مانع من إدخال بعض التغيرات الطفيفة ، ولابد أن يكون بناءها محكما مع الاهتمام بمحتواها .

تكمن المشكلة الأساسية في هذا الشكل من البرامج في كيفية تحقيق التوازن و التوفيق بين تماسك الفقرات و تنوعها.

8/ برامج البث المباشر:.

هي عبارة عن فترة مفتوحة على الهواء مباشرة ، يستضيف فيها المحاور بعض الشخصيات ذات علاقة بالموضوع المطروح للنقاش ، ويكون الاستديو مجهزا لتلقى المكالمات الهاتفية من الجمهور. "

أ.د حسن على – 2009 – ص 111 إلي 128"

أنواع البرامج التلفزيونية :.

تهدف برامج التلفزيون بمختلف أنواعها إلى جذب انتباه المشاهدين و التأثير فيهم

_و يمكن تصنيف البرامج التليفزيونية إلى :.

1/ برامج إخبارية: (نشرة الأخبار و التعليقات).

2/برامج تعليمية: (برامج تعليم الأطفال و الشباب و حتى الكبار).

3/برامج ترفيهية: (تدخل فيها الموسيقي و الغناء و الدراما و المسابقات و الألعاب).

4/برامج فنية و أدبية و علمية: (تشمل المسرح و الشعر و النقد و القصص و الأدب و العلم).

5/برامج موجهة لفئات تمثل الأقليات .

6/برامج خاصة بالجماهير النوعية: (كامرأة والأطفال و الشباب).

7/ برامج الإعلانات: (بنوعيها التجاري و الإعلامي).

"عبد الماجد – 2006 – ص 44"

المبحث الثالث

قناة الشروق الفضائية

النشأة:.

بدأ التأسيس لقناة الشروق الفضائية في العام 2007م في مدينة دبي للإعلام ، حيث أُقيم بمكتب دبي أستوديو الأخبار ومجموعة من البرامج الحوارية، و تضمن المكتب الموجود بالسودان البرامج الداخلية .

قناة الشروق الفضائية قناة منوعة تملكها مؤسسة الشروق الإعلامية و تعني بالشأن السوداني خاصة و العربي و الإفريقي و العالمي بشكل عام ، تُبث باللغة العربية على مدار 24 ساعة من مدينة دبي للإنتاج الإعلامي ، ثم تحولت إلي الخرطوم مراعاة للظروف الاقتصادية .

تعتبر الشروق قناة مستقلة لا تُمثل حزباً سياسياً و لا فصيلاً عرقياً ، وإنما تمثل عموم الجمهور السوداني و تنطلق من أهدافه و مصالحه المجتمعية و الوطنية .

الرسالة :.

المساهمة في نهضة السودان ، و ترسيخ السلام و الاستقرار في كل أرجائه ، انطلاقاً من مكونات السودان الحضارية و تنوعه الثقافي و الاجتماعي ، ضمن سياسة إعلامية راسخة تلتزم بمبادئ المهنة وأخلاقها و تحترم حق الجمهور في المعرفة و حرية الرأي و التعبير .

الرؤية :.

أن تكون قناة الشروق الفضائية مؤسسة إعلامية متكاملة في مجالاتها و وسائلها و وظائفها و تنوع إنتاجها ، بما يحقق لها الريادة الإعلامية على المستوى السوداني و التميز على المستوى العربي و الإفريقي ، كما يحقق لها الاستقرار المالي و الربحية التجارية .

الأهداف الإستراتيجية :.

تنطلق قناة الشروق الفضائية من فهم عميق للعمل الإعلامي القائم على الاتصال الناجح بين المرسل و المستقبل ، لتكون مشروعا إعلامياً متكامل الجوانب واضح الرؤية محدد الرسالة و الأهداف ، يسعي بإيمان عميق لتأسيس تجربة إعلامية متميزة على المستوى التحريري و الفني و الإداري و المالي ، تجربة تطلع لان تكون علامة فارقة في مسيرة الإعلام السوداني علي وجه الخصوص و العربي بشكل عام .

تسعى قناة الشروق الفضائية لمرحلة إعلامية جديدة تدرك أهدافها الذاتية بالقدر الذي تدرك فيه مسؤولياتها تجاه الجمهور المخاطب و احتياجاته التنموية و السياسية و الاجتماعية و الاقتصادية و الثقافية و الترفيهية ، مؤمنة بإمكانيات الإعلام السوداني و طاقاته الإبداعية و قدرته على العطاء و التميز .

ومن هنا انطلقت القناة في خطابها و رسالتها من أهداف الجمهور و تطلعاته للسلام و الاستقرار والتنمية و التواصل الايجابي مع المحيط الإسلامي و العربي و الإفريقي المكون لهويته الوطنية ، و المحدد لمسيرة التحرك الحضاري في الحاضر و المستقبل .

السياسة البرمجية :.

تأخذ القناة في الحسبان أن نجاحها يكمن في رواجها و اتساع جمهورها وتوفير عوامل النجاح مثل : المهنية و الاعتراف ، الإثارة التشويق ، التسلية و الإمتاع ، و التنويع و الإقناع .

تقوم السياسة البرمجية علي دورة سنوية تخدم و تهتم بكل شرائح المجتمع و كل المواضيع و الأحداث التي تهتم بالشأن السوداني في العالم اجمع ، وذلك لعكسه عبر شاشتها البلورية للجمهور السوداني في جميع أنحاء العالم ، لذلك خطت لنفسها سياسة مستقلة لا تقف مع الجميع من اجل مصالح الجمهور و أهدافه في المرحلة الراهنة و ما يليها .

اختارت المجموعة الباحثة قناة الشروق الفضائية لأنها صاحبة ريادة بمستوي عالمي في مجال الخدمة المجتمعية ، و تعمل بسياسة تحرير تغطي فيها جميع المواضيع التي تخص المجتمع السوداني في مختلف المجالات .

بطاقة تعريفية

لبرنامج قوس قزح

الفكرة	عدد من الفقرات التي تخدم فئات الأسرة بشكل عام ، وطرح العديد من الموضوعات وفق الفقرة المقترحة ، مع استضافة أصحاب الخبرة العملية و العلمية في قوالب سريعة و اعتماد المعلومة الدسمة
الهدف	التوعية و الإرشاد و التعليم و التوجيه في فقرات سريعة تعتمد على اخذ المعلومة من المختصين و اصطحاب أهل الرأي و التخصص لتغيير كافة المفاهيم الخاطئة
الفئة المستهدفة	الجميع
نوع البرنامج	حواري
نوع البث	مسجل
مدة البرنامج	52 دقيقة
المجال الموضوعي	اجتماعي توعوي
المقدم	د/ إيمان المعزل
شخصيات البرنامج	مقدم – أربعة ضيوف – جرافيك
فقرات البرنامج	1. الشارة 2. الترحيب والتعريف بفقرات الحلقة (3 د) 3. **الفقرة الأولي (بالهناء):** استعراض مكونات وجبة غذائية وكيفية تحضيرها والتركيز على القيمة الغذائية لها مع استخدام الجرافيك ي عرض مكوناتها و كميتها) 7 – 8 د

	4. **الفقرة الثانية (باترونات):** فقرة تهتم بالأشغال اليدوية ، مع استضافة سيدة تعتمد على المهارات اليدوية واستعراض منتجاتها مع الوضع في الاعتبار الصفة التعليمية في صنع المنتج (7 – 8) د 5. **الفقرة الثالثة (إستايل):** استضافة أصحاب المحلات التي تخص المرأة من أثاث و ديكور و إكسسوارات و محلات تجميل و أغراض المطبخ في أسلوب حواري سريع (7 – 8) د 6. **الفقرة الرابعة (أطياف):** فقرة الاستشارات الأسرية باستضافة احد المتخصصين في مجالات التنمية البشرية ، يعرض الموضوع علي شكل أسئلة ومن ثمة الحديث عنها في نقاط عملية و علمية و توجيهية (10) د 7. **الفقرة الخامسة (بنفسج):** فقرة الاهتمام بالجمال و التجميل وكل ما يخص المرأة في عالم التجميل من منظور طبي ، بعيدا عن المنتجات الكيميائية باستضافة خبراء في مجال التجميل الطبي وهي محاولة لتعديل سلوك التجميل الموجود حاليا في المجتمع (7 – 8) د 8. **الفقرة السادسة (إتكيت):** فقرة الاهتمام بتعديل السلوك اليومي في التعامل ، لبث روح جديد علي أفراد المجتمع من خلال بعض القواعد المعروفة للتعامل و ربطها بالجوانب الدينية و ما ورد في الكتاب و السنة (3) د

	9.استعراض بعض المعلومات القصيرة في جرافيك 10. استعراض خلاصة الفقرات في جرافيك 11. شارة الختام

الـفـصـل الـثـالـث

الـسـلـوك الـحـضـري

المبحث الأول

مفهوم السلوك الحضري

تعريف التحضر أو التحديث أو العصرية (MODERATION)

التحضر يعني العملية التي يتغير فيها الأفراد من طريقة الحياة التقليدية إلي أسلوب حياة أكثر تعقيداً وأكثر تقدماً من الناحية التكنولوجية .

و يعرف إنكليزINKLESS التحديثبأنه حالة تتصل بناحية نفسية ، و أنه أقل ارتباطاً بالزمان والمكان و الأشياء و أكثر ارتباطاً بالحالة الذهنية.

ويعرف ليرنر هذا المفهوم بأنه اتجاه دنيوي باتجاه واحد أي أن من الحياة التقليدية إلي أسلوب المشاركة في الحياة.

أما روجرز فيري أن العصرية عبارة عن نتاج الطرق القديمة والحديثة للحياة وهي بهذا تختلف من بيئة إلي أخري.

انتشر مفهوم التحضر آو العصرية في العلوم الاجتماعية بعد الحرب العالمية الثانية في نفس الوقت الذي بدأت فيه النظريات و الدراسات المتعلقة بالتحديث تعرف رواجاً في أوساط الباحثين الأمريكيين علي وجه الخصوص، ومع انتشار هذا المفهوم و ما أحيطت به من ملابسات جعلته يدل علي أشياء متعددة كما اختلط بمفاهيم أخرى كالتعريب و التحضر و التصنيع و التغيير و التنمية و أصبحت إلي حدٍ ما كمترادفات تعطي دلالات متقاربة

"محمد حجاب – 2000 – ص 29"

الأصل في آداب السلوك أنها الأخلاق، إلا أنها أصبحت الآن معروفة بآداب السلوك ، فقد تطورت آداب السلوك و أصبح الغرض منها تعديل تصرفات الإنسان مع الآخرين و تضحيته بنزواته و عاداته وخصاله التي لا تقَرها آداب السلوك و تتعارض مع مصلحة الآخرين .

مفهوم التحضر :.

للتحضر مفاهيم متعددة وقد ورد في لسان العرب إن مفهوم التحضر مأخوذ من لفظ يقصد به التواجد و الحضور الدائم و الاستقرار و القامة في المدن أو القرى وهذا خلاف البداوة التي تعنى دائما الحركة والتنقل بحسب مكان الرزق الذي فيه غالبا الماء والعشب .

آما في معجم اللغة والعلوم والآداب فان مفهوم التحضر اشتق من كلمة حضر ويقصد بها الاستدامة والاستقرار في مكان واحد .

آما عند ابن خلدون فقد برز في فلسفته و نظرياته الاجتماعية والاقتصادية والسياسية ، وقد تمحورت أفكار ابن خلدون في رؤى يمكن أن نطلق عليها النظرية الحضرية التي بينت خصائص الحضر.

يعد السلوك الحضري مظهراً من مظاهر وعي المجتمعات و تقدمها من خلال السلوكيات التي تصدر من أفراد المجتمع و التي تمثل وعيهم و ثقافتهم و درجة التزامهم بالمرجعيات التي تنظم علاقات الأفراد في ما بينهم لأن الآداب الاجتماعية ترتكز علي احترام حقوق الآخرين و تجنب مضايقتهم أو إزعاجهم وهذا ما يسعي الباحثون لتحقيقه من خلال الدراسة...

والحضارة في اللغة العربية من التحضر و الحضر عكس البادية وهي من الناحية الحرفية مفهوم محدود بالزراعة و الاستقرار ، ولكننا إذا أخذنا هذا المصطلح بمفهوم واسع مستنبط من الاستقرار فإننا قد نصل إلي ميدان النظم المادية والمعنوية و القوانين الخاصة بالمجتمعات المستقرة .

"محمد رياض –1974– ص 172– 173"

إن دراسة التحضر المجتمعي تستلزم المعرفة بالمفاهيم المتنوعة وبيان أهميتها في مسالة الوعي الذي يؤدى إلى انتشار ظاهرة الحراك المعرفي، لذلك فان المجموعة الباحثة تناقش التحضر من المنظور النظري و التطبيقي و ربطهما.

ونظراً لندرة الكتابات العربية التي تربط التحضر المجتمعي بالوعي المدني وجب القيام بمثل هذا البحث لإعطاء صورة عامة عن المجتمع الحضري، حيث ان اغلب الدراسات الحضرية في الوقت الحاضر تركز علي التحضر من منظور الفكر الغربي وكتب كثير من العلماء و الباحثين وبلغات متعددة مثل مساهمات ابن خلدون في سوسيولوجي الحضر.

ولا تزال حتى الآن تظهر من حين لآخر دراسات حول مدى تطابق أفكاره الحضرية مع الحياة المعاصرة .

الموضوع الذي تدور حوله الدراسة هو التحضر وهناك مصطلح آخر مشابه لها و هو مصطلح المدنية و مصطلح الحضارات العليا، وهذه المصطلحات متشابهة من ناحية النوع والكيف ولكنها تختلف من حيث الكم والعمر ، كما انه يحدث أيضاً اختلاط كبير في استخدامها بالتبادل دون تحديد في علوم إنسانية أخرى ، والحضارة هي أعم و أشمل هذه المصطلحات سواء كان ذلك بالنسبة لمجتمعات قديمة أو حديثة ، متخلفة أو متقدمة تكنولوجياَ ، بائدة أو معاصرة

أن التحضر بمعناه العربي الشائع الآن مقتصر علي عدد محدود من الناس واسعي الإطلاع وهو بذلك أيضاً يصف نوعاَ من أنواع المهارة العقلية ، ومن ثم فهو يزداد تحديداً في مفهومه عن مصطلح الثقافة مهما كان مفهومهما في الماضي .

عند ذكر السلوك الحضري يتبادر إلي الأذهان مجموعة القواعد و القوانين وما يتبعها من أمور تتعلق بالسلوك و الأخلاق و هذا خطأ ، لأن السلوك لا يعنى القواعد السطحية التي يتشبث به بعض الناس لمصلحتهم الخاصة ، بل هي أعمق و أوسع افقآ من جميع الدساتير الأخلاقية.

الأصل في مصطلح التحضر هو الأصل اللاتيني culture بمعاني عديدة من الزراعة إلي التربية والصناعة وإلي مجموعة القوانين و الأنماط السلوكية التي تعيش عليها المجتمعات.

إن الفروق الضخمة بين الريف و الحضر هو واحدة من أهم ما يتسم به العالم الثالث ، و الأمر الذي اثر في وجود مشاكل مجتمعية خطيرة و متشابهة ، مثل الهجرة الداخلية غير المنظمة مع ما يترتب عليها من بروز مشاكل حادة في المدينة مثل مشاكل الإسكان و المواصلات وارتفاع نسبة البطالة ، وفي بعض الأحيان حرمان الزراعة من الأيدي العاملة المدربة . لعل هذه الفروق الضخمة بين الريف و الحضر تدعو إلي ضرورة التركيز على التنمية الحضرية .

"ألمسلمي – 2007 – ص98"

إن الإشكالية التي يطرحها مفهوم التخلف "و بالتالي البلدان المتخلفة" هي إشكالية مزدوجة تتعلق من جهة بمظاهر التخلف ومن جهة أخري بالأسباب التي جعلت هذه الظاهرة ممكنة وموجودة و مستمرة سواء بالمعني النسبي "المقارنة مع البلدان المتطورة" أو بالمعني المطلق "باعتباره ظاهرة مرفوضة"

"فاروق الحسنات – 2011 – ص 88"

التحضر هو عملية تحول المناطق الريفية إلي حضرية و عملية تمدن الريف ونمو وزيادة المدن. أما الحضرية هي الحالة الناتجة عن هذه الحالة ، و تعني أسلوباً أو نمطاً للحياة .

التحضر يعني التركز السكاني لأن الأسلوب أو النمط أمر يتعلق بالسلوك اليومي ، حيث أن التركز هو نتيجة قرار شخصي بالانتقال أو التحرك من منطقة لآخري.

شفيق – 2007 – ص32"

مع زيادة الضغوط الاجتماعية و الاقتصادية على البيئة و عناصرها خلال نهايات القرن العشرين و بدايات القرن الواحد والعشرين على المستوى الإقليمي و الوطن العربي و العالم بشكل عام، ازدادت الحاجة أيإكسابالأفراد والجماعات الخبرة الكافية بعناصر و مكونات وقضايا و إشكاليات البيئة ، و فهم العلاقة التأثيرية المتبادلة بين الإنسان و البيئة ، و تقدير قيمة المكونات البيئية الأساسية المحيطة به ، والتعرف على المشاكل و الإشكاليات البيئية ، و تجنب الوقوع في الكوارث البيئية وما يترتب عليها من أزمات اجتماعية أو اقتصادية أو سياسية في بعض الأحيان.

هذا قد يكون تعريف شامل لمصطلح الوعي البيئي الذي يجب أن تقوم به مؤسسات المجتمع المدني و القطاعات الحكومية والخاصة في المجتمعات ليصبح الفرد واعياً لمتطلبات البيئة و مدركاً لأهميتها.

"محي الدين – 2013 – ص 45"

آداب السلوك :.

عند ذكر آداب السلوك يتبادر إلى الأذهان مجموعة القواعد الممقوتة و ما يتبعها من أمور تتعلق بالأخلاق و السلوك فقط و هذا خطا ، لان السلوك أعمق و أغور و أوسع افقاً من جميع الدساتير الأخلاقية و تلك القواعد السطحية التي يتشبث بها بعض الناس لمصلحتهم الخاصة.

لا شك في أن لأحوال الحياة المتقلبة المتغيرة أثرها العظيم في سلوك الإنسان و عاداته ، فمثلاً الأكل عادة تشكلت و تغيرت تحت تأثير ملايين الدوافع المختلفة خلال العصور الإنسانية ، ولا ريب في أن مئات الأجيال قد مرت قبل أن يستقر الرأي على الاصطلاحات الحديثة ، كما أنها تطورت تبعا لتطور الإنسان نفسه خلال الأجيال .

ولقد أنتجت الحضارة لأول مرة حالة اجتماعية مستقرة و مقبولة ، و أصبحت العادات التي عاشت من جيل إلى جيل مألوفة بكثرة الاستعمال ، حتى صارت جزء متمماً للإنسان ، أو بعبارة أخري أصبح لا محيص لكل من أراد الانتماء إلي أفضل مجتمع من أن يحسب حساباً لهذه العادات ، فان ترقية السلوك هي رغبة الإنسان الفطرية في أن يكيف نفسه بحيث بلائم المجتمع المحيط به و يطابق عادات غيره المقررة .

بعض الأنشطة في المجتمع لا غني عنها فهي متطلبات أساسية وظيفية تلبي الحاجات الملحة للمجتمع و بدونها لا يمكن أن يعيش

كما يمكن القول أن الإعلام يعد من بين المكومات الأساسية التي لا غني عنها بالنسبة للهيكل الاجتماعي ، ومن ناحية أخري فان الإعلام يمكن أن يكون احد عوامل الخلل الوظيفي و يساهم في التنافر وعدم الانسجام إذا كان هدفه إثارة الناس و تحريضهم على مختلف أشكال السلوك المنحرف .

"ملفين و ساندرا – 1993 – ص 67"

إن الهدف الحقيقي لبرامج التنمية في المجتمعات هو إحداث تغيير في اتجاهات الناس و البنية الطبيعية و إنشاء علاقات جديدة بينهم و بين الموارد الاقتصادية ، ويتبع ذلك تغيرات لأساليب الإنتاج و مفاهيم الثروة والدخل و الاستهلاك ، مما يترتب عليه تغيير في التركيب الاجتماعي و العلاقات وإدخال مفاهيم علمية جديدة في السلوك و العادات و الخبرات ، سواء في الحياة السياسية و الاجتماعية و التعليم و الصحة و غيرها ..

المبحث الثاني

أهمية التنمية الحضرية

- **مفهوم التنمية :.**

التنمية لغة من النمو أي ارتفاع الشيء من موضعه إلي موضعٍ أخر .

وفي الاصطلاح فإن النمو يختلف عن التنمية ، فالنمو يشير إلي عملية الزيادة الثابتة، والتنمية عبارة عن تحقيق زيادة سريعة تراكمية ودائمة. وهناك مفاهيم عديدة للتنمية نذكر منها:.

- أن التنمية عملية تغيير مقصود نحو النظام الاجتماعي والاقتصادي الذي تحتاجه الدولة.
- أن التنمية هي نقل المجتمعات من حالة أو من مستوي إلي مستوي أفضل ، و من نمط تقليدي إلي نمط متقدم.
- والتنمية من الناحية الحضارية تعني تغييراً أساسياً في كل أنماط الحياة السائدة، و يتبع هذا تغيير نوعي وكمي في صور العلاقات الاجتماعية

"محمد حجاب – مرجع سابق – ص 32 – 33"

التغير الحضاري نتيجة واضحة للتنمية وهو عملية مستمرة استمرار الحياة ، ولكن تزداد مظاهره بوجه خاص في المجتمعات النامية التي قد تكون الحل الوحيد لمشاكل التخلف . وعملية التغير هي عملية ديناميكية شديدة التعقيد ولها عواقب شديدة الخطر ، لأنها تتناول علاقات الفرد بأسرته و مجتمعه و عمله وتتناول اتجاهاته و قيمه ومختلف أساليب سلوكه وفلسفته و أهدافه .

وينشأ عن هذا التغير هزات تصيب الأفراد كما تصيب المجتمع إلا أنها أيضاَ لها عواقب ايجابية ، تتمثل في مختلف صور التقدم التكنولوجي و الثقافي و الحضاري لذلك كان من

الضروري الانتباه إلي هذه الظاهرة و التعرض لها من زوايا مختلفة و الانتباه إلي ما يقع في الحاضر ورسم طريق إلي المستقبل...

"لويس مليكه – 1965 – ص 617"

نشر التنمية الحضرية:.

قامت هيئة الأمم المتحدة بدور فعال في نشر فكرة التنمية الحضرية علي المستوى الدولي حيث بدأ هذا منذ عام 1951م حينما عملت علي دراسة المراكز الاجتماعية و العلاقة بين المجتمع المحلي و المجتمع القومي ، ولقد كان الاهتمام منصبا علي المجتمعات الريفية حيث كان ينظر لها علي أنها عملية تركز علي تعاون السكان مع الجهود الحكومية بهدف التنسيق بين الخدمات الزراعية والصحية ولكن تقرير الحالة الاجتماعية لسكان العالم عام 1957م أكد علي ضرورة الاهتمام بالمجتمعات الحضرية وبالتالي وجه الاهتمام إلى المجتمعات الحضرية من جانب الأمم المتحدة ، وجاء في إحدى نشرات مكتب المستعمرات البريطانية عام 1958م إمكانية استخدام تنمية المجتمع في المجتمعات الحضرية نظرا للاهتمام المتزايد بنمو المدن في الدول النامية و طبيعة التغير الموجه الذي بدا يعترى المدينة من حيث ازدياد الكثافة السكانية والاشتغال بأعمال غير الزراعية و كذلك تحديد و إقامة المباني والتغير الموجه نحو استخدام الأرض شكلت في مجموعها سلسلة من التغيرات البنائية و الوظيفية التي تصيب كافة مكونات البناء الاجتماعي للمجتمع الحضري وفي تزويد الحضر بعدد من المشروعات الاقتصادية التكنولوجية والخدمات الاجتماعية وذلك مثل التعليم والصحة والمواصلات وهذا بهدف الارتقاء بالمستوى الحضاري والثقافي والاجتماعي والاقتصادي وإدماج الحضري المتخلف في الحياة القومية بما يمكنه من المساهمة قدر المستطاع في التنمية الحضارية.

يُعرف البعض التنمية بأنها تعني التطور، بينما ينظر الآخرون إليها باعتبارها عملية متعددة الجوانب تشمل تغيرات أساسية في البنية الاقتصادية و الاجتماعية والاتجاهات التي تتبناها المؤسسات العمومية في النتاج والخدمات وترمى لزيادة النمو الاقتصادي و التقليل من المساواة و التخلص من الفقر، ومن ثمة فقد لا يحقق النمو الاقتصادي التنمية المنشودة ويقود هذا أحيانا إلى التمييز بين النمو و التنمية حيث إن مصطلح النمو يعنى مجرد تحقيق زيادة في الإنتاج

ولكن هذا قد تتأثر به جماعات معينه أو طبقة محدودة بقدر معين من الرفاهية سلفا ومن ثم لا يمكن تحسين الأوضاع الاجتماعية للفقراء وهكذا يؤدى النمو الاقتصادي للقضاء علي الطبقة الوسطى في المجتمع و نشوء طبقة واضحة.

أما مصطلح التنمية عامة يطلق عليه التقدم وينظر إليه باعتباره يحقق نوعا من التوازن الداخلي والكفاية ويخلق قوة ذاتية تحقق أهدافا معينة تتمثل في الاستهلاك الكبير والكم المتنوع من السلع والخدمات من خلال الاقتصاد المفتوح.

أصبحت وسائل الإعلام الجماهيري تلعب دوراً هاماً في تنمية المجتمعات و إحداث التغييرات في السلوك والأنشطة، وقد قامت كثير من الدراسات والبحوث التي تبحث في العلاقة بين الإعلام و التنمية ، إذ أن العلاقة بين الإعلام والتنمية علاقة أزلية قديمة ترتبط بالفطرة البشرية كنشاط طبيعي في الحياة اليومية.

أشار **ولبر شرم** في كتابه MSS COMMUNICATION AND NATIONAL DEVELOPMENT إلي أن الأدوار بين الإعلام والتنمية تتمحور في دور الإعلام في توسيع آفاق الناس و يمكنها أن تلعب دور الرقيب و أن تشد الانتباه إلي قضايا محددة ، و كذلك يمكن أن ترفع طموحات الناس و أن تصنع مناخاَ ملائماَ للتنمية إضافة لما لوسائل الإعلام من وظائف و مهام تعليمية.

"فاروق الحسنات –مرجع سابق– ص 180"

التنمية الحضرية هي مجموعة العمليات في مختلف مجالات الإنتاج و الاقتصاد و الاجتماع و الثقافة و السياسة وذلك لتغير المجتمع من وضعه الحالي غير المرغوب فيه إلي وضع أفضل لصالح الغالبية العظمى لأفراد المجتمع ، بما يتيح لهم أفضل تشغيل لطاقاتهم البشرية و تنميتها

و أفضل استخدام لمواردهم الطبيعية المتاحة ، كما تتيح لكل منهم الفرصة لإبراز مواهبه و قدراته ، وذلك في إطار تنمية متوازنة ومتكاملة للمجتمع و أقاليمه و قطاعاته الإنتاجية .

مفهوم التنمية يرتبط ارتباطاً وثيقاً بمفهوم التحديث حتى أن البعض يعرف التنمية بأنها ملازمة التحديث، والتحديث يتضمن انتقال المجتمع التقليدي إلي مجتمع حديث من خلال ما أسماه المجتمع الانتقالي الذي تعرض للتحديث من خلال عملية الانتشار الثقافي من المجتمعات الأكثر تقدماً في العالم .

أهمية التنمية الحضرية تتبع أهمية برامج التنمية الحضرية من كون أن المناطق الريفية عادةً ما تكون متخلفة إذا ما قورنت بالمناطق الحضرية ، إذ أن كافة المؤشرات الاقتصادية و الاجتماعية عن المناطق الريفية يرجع ذلك إلي الإهمال الشديد و لفترات طويلة وقلة الاعتماد المالية المخصصة لتلك المناطق. "محمد علا– ص 1"

المقصود بإعلام هو تزويد الناس بالمعلومات والأخبار الصحيحة و الحقائق الثابتة التي تمكنهم من تكوين رأى صائبا فيما بعد وهو يعبر بذلك عن عقلياتهم و اتجاهاتهم.

انتشر استعمال لفظ الإعلام في لغة الحضارة المعاصرة فهو ليس مستحدثاً بل يضرب بجذوره في مراحل تطور البشرية ، و إذا كانت الوظيفة تخلق العضو فقد خلقت الوظائف الإعلامية الأجناس الإعلامية وهكذا تصبح لغة الإعلام لغة حضارية تسعى للشرح و التفسير و التكامل الحضاري باعتباره من أهم وسائل صياغة الفكر العالمي ونقل المعلومات في المجتمع.

أهداف التنمية الحضرية:.

_ رفع مستوى المعيشة اقتصاديا و اجتماعيا

_ اتساع حركة التصنيع و الإنتاج

_ محاولة تحقيق التنمية في كافة القطاعات و الجوانب

_ إحداث تغيرات علي مستوى البيئة التي يعيش فيها الفرد

_ دفع الأفراد لإكساب قدرات تساعدهم لمواجهة المشاكل

متطلبات التنمية الحضرية:.

_ الاعتماد علي الإنسان باعتباره العنصر الفعال في تطوير المجتمع

_ التركيز علي المجتمعات الريفية باعتبارها الجزء الأهم في عملية التحضر

_ التغيير الجوهري باستخدام الكفاءات

ولقد أصبح الإعلام السمة المميزة للعصر و أضحى تأثيره غي حياتنا طاغياً ، حيث أنه يصنع العقول و يحركها و يغير اتجاهات الأفراد.

تلك هي مهمة الإعلام الرشيد يصنع الأخبار و يخطو بالدول و الشعوب إلي الأمام أو إلي الخلف و التخلف أو الثبات و الجمود ، و الإعلام هو أن يُرسم اليوم ما يمكن أن نطلق عليها الخريطة الإدراكية الوجدانية للشعوب فتبرز شعوب مستنيرة تحقق ذاتها و وجودها.

"عبد الجبار – 2009 – ص11_12_15"

ظهرت في العالم تغيرات عديدة في السنوات الأخيرة بعد الثورة الصناعية والنمو الديموغرافى المتنامي للسكان و المواقف لانتقال السكان من الريف إلي المدن، أيان الكثير من نصف سكان المعمورة لصبح حضري لتضافر عدة أسباب.

ومن هذا المنطلق حاول العمراني ين إيجاد حلول مناسبة و أنظمة تسيير كفيلة لمواجهة و مواكبة هذه التحديات من اجل تكامل و تناسق حضري، تتويجا لهذه الحلول ظهر عام 1951 مصطلح التنمية الحضرية.

لقد أدي النزوح من الريف إلى المدن إلى كثرة الطلب علي المتطلبات الحياة الحضرية، ويعد هذا المتغير هو أساس التنمية الحضرية والاقتصادية في المدينة ومن هنا فان النمو المسارع للمدينة زاد من اتساع رقعة التنمية الحضرية و الاقتصادية فيها، حيث أصبحت محاولة تجسيدها واقعيا أمرا صعبا بالنظر إلى أبعاد التنمية البيئية والاجتماعية والاقتصادية والعمرانية.

إن ضبط المنظومة الاقتصادية والحضرية هي ملائمة اقتصاد التجمعات الحضرية بهدف خلق فرص العمل وتنويع الوظائف وهذا يتطلب توفير البنية التحتية الكاملة والمرافق العامة والخدمات المختلفة حتى تكون لها قاعدة لاستقبال الاستثمارات.

عوامل التنمية الحضرية :-

صنف جون ديكي المتغيرات التي تؤدي إلى التنمية الحضرية إلي أربعة عناصر رئيسية . وهي:.

1/ الإنسان

2/ البيئة الطبيعية

3/ البيئة التي صنعها الإنسان

4/ النشاطات

هذه المتغيرات لعبت دورا رئيسيا في إحداث التنمية الحضرية في المجتمعات ، بالإضافة إلى ذلك تعود التنمية الحضرية ونمو المدن إلى

التقدم و الكفاءة الزيادة في تكنولوجيا النقل والمواصلات و المعرفة التامة بالمصادر الطبيعية التي تحتاج إليها التنمية الحضرية ، و كذلك التكامل بين المناطق الريفية و الحضرية .

المبحث الثالث

دور وسائل الإعلام في المجتمع

إن دور وسائل الإعلام في المجتمع هام جداً إلي درجة أن قسمت الحكومات أقساماً و دوائر و وزارات للإعلام، تتولي تحقيق أهداف داخلية و خارجية عن طريق تلك الوسائل، من تلك الأهداف رفع مستوي الجماهير ثقافياً وتطوير أوضاعها الاجتماعية و الاقتصادية وهذا داخلياً، أما خارجياً فمن أهداف دوائر الإعلام تعريف العالم بحضارة الشعوب و وجهات نظر الحكومات في مسائل الدولة.

ولم يقتصر اهتمام وسائل الحكومات بوسائل الإعلام ، بل أن مؤسسات اجتماعية وسياسية و اقتصادية اهتمت بها وجدت أن تلك الوسائل تخدمها و تخدم أهدافها و تساعد في ازدهارها.

- **وظائف الإعلام :.**

وليس أدل علي أهمية الإعلام و وسائله مما أصبح معروفاً في العالم ، حيث أن الدولة ذات الإعلام القوي تعتبر قوية وقادرة، فقد أصبح الإعلام رئيسياً في بقاء بعض الدول وخاصة تلك التي وجدت فيه إحدى دعاماتها الرئيسية وقدمته علي باقي دعائم الدولة.

وسبب ذلك هو أن وسائل الإعلام مؤثرة في الجماهير و فاعلة سلباً أو إيجاباً، حيث أن للإعلام خمس وظائف رئيسية وهي:.

- التوجيه و تكوين المواقف و الاتجاهات.
- زيادة الثقافة والمعلومات .
- تنمية العلاقات البينية و زيادة التماسك الاجتماعي .

- الترفيه و توفير سبل التسلية و قضاء أوقات الفراغ.
- الإعلان والرعاية.

"فاروق الحسنات –مرجع سابق – ص 27"

إذا شبهنا النشاط الاقتصادي في أي مجتمع من المجتمعات بالدورة الدموية في جسم الإنسان فإننا نشبه الإعلام بالجهاز العصبي في جسم الموضع و ما ينبغي علي الإعلام أن يقوم هو بتفجير الطاقات الخلاقة داخل الإنسان وشحذها للبناء.

إن الوظائف التقليدية للإعلام في المجتمع هي الأخبار و التثقيف و الترويج و الإعلان ولكنها وظائف تقليدية، و إن عبرت عن المظهر إلا أن الجوهر أكثر عمقاً و فاعلة.

ولقد أولي أساتذة الاتصال بأهمية كبري للدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في المجتمع ، فاعتبر بعضهم الإعلام نسيجاً للمجتمع الإنساني برمته . وكلما تدفق الإعلام بين شرايين هذا النسيج ذادت فاعلية المجتمع و قدرته علي التنمية .

وأكد آخرون أن عملية الاتصال لدي المواطن ترسِخ شعوره بالانتماء إلي وطنه و قوميته ، و إن استغلال هذا الشعور في التنمية ضرورة من ضرورات نجاحها، إلي جانب أن وسائل الاتصال تنقل التراث الاجتماعي من جيل إلي جيل.

"محمد سيد – 1979 – ص 222_223"

هناك حقيقة يتفق بصدد ها الجميع آلا وهي أن وسائل الاتصال الجماهيري صارت جزء من الوجود الفردي و الجماعي للإنسان الحديث و المجتمعات المعاصرة، رغم هذه الحقيقة التي يقرها الجميع فإن الباحثين والمفكرين في مجال الإعلام والاتصال الجماهيري يختلفون حول وظائف الاتصال الجماهيري، بل و يتم الخلط بين الوظائف و بين الاستخدامات.

لازوبيل LASSWEL ثلاثة وظائف للاتصال:،

_ الإشراف و مراقبة البيئة و المحيط وكشف ما يهدد قيم المجتمع

_ العمل علي ترابط أجزاء العمل في الاستجابة لمحيط البيئة التي يعيش فيها ، حيث يقوم الاتصال بالربط بين الحاكم و المحكوم وبين الجماعات المختلفة في المجتمع.

_ وظيفة نقل التراث الثقافي و الاجتماعي من جيل لآخر.

"الشاوي – 2014 – 74"

تُعد وسائل الإعلام المسموعة والمرئية و المقروءة مصدرا مهما من مصادر التوجيه و التثقيف في أي مجتمع، وهى ذات تأثير كبير في جماهير المتلقين المختلفين و المتباينين في اهتمامهم و توجهاتهم و مستوياتهم الفكرية والأكاديمية والاجتماعية.

وهذا ما يكسبها أهميتها في عملية بناء المجتمعات، ويمكن القول بأنها احد العناصر الأساسية المساهمة في تشكيل ملامح المجتمعات ، إذ كان دور وسائل الإعلام في أيبيئة مجتمعية يتحدد بالأثر الذي تحدثه وسائل الإعلام فيه.

توجد وظائف أساسية لوسائل الإعلام الجماهيري التي تؤديها للمجتمع و الفرد و مؤسسات الدولة والنظام الثقافي السائد ، و تتركز هذه الوظائف بالتعريف بالظروف المحيطة (الأخبار) و التوجيه.

ففي الأخبار علي مستوى المجتمع نجد أن وسائل الإعلام توفر إنذارات سريعة عن التهديدات و الأخطار التي تقع خارج المجتمع، و الأخطار الناجمة عن التغيرات التي تطرأ علي الظروف الاجتماعية ، لأن وسائل الإعلام تحسن مركز الأفراد والجماعات.

"منال أبو الحسن – 2006 – ص 88"

التلفزيون وسيلة اجتماعية:.

يمكن اعتبار التلفزيون أداة اجتماعية تسهم في توحيد المجتمعات من خلال توحيد والأفكار و المشاعر الإنسانية بين الناس ، و توحيد عاداتهم و تقاليدهم و قيمهم و أنماط سلوكهم و ان ذلك يؤدى إلى خلق التماسك الاجتماعي ،

ذلك لان الجميع يتعرض لنفس المؤثرات مما يؤدى إلى تقارب أفكارهم و مواقفهم و معايير سلوكهم ، و يوحد أنماط حياتهم الثقافية وأذواقهم و مواقفهم و في التراث و الجمال و الطبيعة

ومن هذا المنطلق يصح القول بان التلفاز أداة اجتماعية ، فمنذ نشوء التلفزيون ابدي العديد من الأفراد في مختلف المجتمعات اهتمامهم الكبير به كأداة اجتماعية ترفيهية و تعليمية.

"عيسوي – 1979 – ص 54 "

أسهم التلفزيون في نقل العديد من المجتمعات من حياتهم التقليدية إلي حياة أكثر حداثة ، بعد أن مكنها من تحقيق تحولات نوعية باتجاه التنمية والتطور لتكون أكثر رفاهية.

يجمع العديد من الباحثين و المتخصصين الإعلاميين و الاجتماعيين على أن التلفزيون وراء العديد من التحولات الاجتماعية ، وله سجل حافل في طرح العديد من المشكلات الاجتماعية و معالجتها.

"الطائي – 2007 – ص 92"

الإعلام البيئي :.

من أشهر العبارات التي قالها لوشيان بأي "Lucian Pie" في دراسته عن اثر الإعلام في المجتمعات النامية قوله : " إن ضغط الإعلام هو الذي أدى إلى سقوط المجتمعات التقليدية" وهذا القوا صحيح من الناحية العلمية ، غير إن معظم الحكومات في الدول النامية قد أخذت

تعمل على حشد أجهزة الإعلام بطريقة مكثفة، ظنا منها أن مجرد إنشاء هذه الأجهزة كفيل وحده بإنتاج الآثار المطلوبة .

إن وسائل الإعلام في حد ذاتها ليست هي القوة التي تؤدى إلي التحول الاجتماعي المنشود ، و إنما طريقة استعمال هذه الوسائل و تكاملها مع الاتصال الشخصي و الجماهيري هو الذي يكفل نجاح التحول بصورة مجدية.

"إبراهيم إمام–1985 – ص 113"

من الصعب الحديث عن هوية خاصة بالعلام البيئي مشابهة مثلاً للإعلام السياسي أو الثقافي أو الفني أو حتى الرياضي، فالهوية الإعلامية تتطلب وجود بعض الشروط الأساسية لاعتبارها هوية مستقلة ومميزة ، بما فيها من أنماط إعلامية احترافية تتعلق بكيفية تقديم المادة وتحليلها ، تنطوي تحت إطار معرفي محدد للقضايا البيئية .

كما انه لابد من وجود قاعدة من الإعلاميين المحترفين و المدربين و المتخصصين بشؤون البيئة ، و أن يكون لهذا الإعلام القدرة على التأثير في التوجيهات العامة ، و المهم أيضاً لاستحقاق صفة (الإعلام البيئي) أن تكون هناك وتيرة متواصلة للنشر ، و ليس مجرد أخبار و تعليقات متفرقة و متباعدة ، وفي حقيقة الأمر فان هذه العوامل تكاد لا تتوفر في معظم الإعلام العربي حين يتعاط مواضيع البيئة.

"محي الدين – مرجع سابق – ص 45"

وظائف الإعلام في المجتمع :.

تضطلع وسائل الاتصال الجماهيري بوظيفة هامة تتمثل بدورها في خدمة قضايا التنمية خاصة في الدول النامية التي تتطلع لتحقيق النهوض الاقتصادي و التغيير الاجتماعي ، و قد أشار عدد من الباحثين إلى أن الاتجاه بالإنسان التقليدي إلى العصرية يتوقف على عدة متغيرات مثل

التعليم و تبنى الأفكار المستحدثة واستخدام وسائل الاتصال الجماهيري و الدافع إلى الانجاز و الانفتاح على العالم الخارجي .

ويمكن القول أن الدول النامية تفترض أن تؤدى وسائل الإعلام فيها الوظائف التالية:

- غرس الشعور بالانتماء إلى الأمة و الوطن
- تعليم المجتمع مهارات جديدة
- غرس الرغبة في التغيير
- تشجيع المجتمع على المشاركة

"جيهان رشتي – 1978 – ص 176 "

المتتبع للدراسات الإعلامية حول الاتصال الجماهيري سيجد أن لا يوجد اتفاق أساسي حول وظائف الاتصال الجماهيري و كثيرا ما يتم الخلط بين الوظائف و التأثيرات.

قد أصبحت وسائل الإعلام ضرورة حياتية ، عن طريقها يتم التعبير عن رغبات الناس و تطلعاتهم ، كما تقوم وسائل الإعلام بدور أساسي في تعزيز الاتصال الدولي بين الشعوب و ما تنقله من قيم مختلفة ، فان وسائل الإعلام اليوم تنقل لنا المعلومات و الآراء و الأفكار و الاتجاهات ، فمن خلالها يتم نقل العادات و التقاليد و تعزيز القيم السائدة .

ومن خلال استعراض دراسات إعلامية حول أهداف و وظائف الاتصال ، فإننا نلخص بعض الوظائف المهمة التي تربط الإعلام بقضايا المجتمع :

- الأخبار و التزويد بالمعلومات
- الإعلام والتعليم
- ترابط المجتمع و نقل تراثه
- الترفيه

- الرقابة وحماية المجتمع من الفساد
- الإعلان و الترويج و التسويق
- تكوين الآراء و الاتجاهات لدى الجمهور

"نجلاء طه – 2015 – ص 128 "

الإعلام سلاح ذو حدين :.

وسائل الإعلام قد تكون قوة ايجابية داخل المجتمع تعمل على تماسكه و تدعيمه، و تعبر عن قضاياه و تكشف عن ألوان الفساد و الانحراف ، وتسهم في دفع عجلة التنمية.

إلا أنها قد يكون قوة سالبة إذا لم يحسن استخدامها ، فقد تعمل علي تفتيت المجتمع وتحطيم معنوياته و تشويه شخصيته الوطنية بغرس قيم غريبة فاسدة

"خلدون – 2010 – ص 54 "

إن العلاقة بين وسائل الإعلام و المجتمع و الأفراد لا يمكن دراستها ، فالبحث في عمليات و تأثيرات الإعلام يجب أن تقوده مجموعة من الافتراضات الأساسية حول طبيعة المجتمع و أفراده والعلاقة بين الاثنين .

أفضل طريقة للنظر إلى المجتمع هي اعتباره نظاما لأجزاء مترابطة ، و انه ينظم الأنشطة المترابطة و المكررة و التي يحاكي كل منها الأخر .فالمجتمع يميل بشكل طبيعي نحو التوازي الديناميكي ، وان جميع الأنشطة المتكررة في المجتمع تساهم بعض الشي في استقراره .

قدمت النظريات و الدراسات الإعلامية كثيرا من الاجتهادات حول مفهوم الإعلام الاجتماعي و دائرة التأثير ، ومنها نظريات التسوق الاجتماعي التي تتناول كيفية ترويج الأفكار التي تعتنقها النخبة في المجتمع لتصبح ذات قيمة اجتماعية معترف بها .

و وفرت وسائل التواصل الاجتماعي فتحاً ثورياً نقل الإعلام إلى آفاق غير مسبوقة ، وأعطي مستخدميه فرصاً كبري للتأثير و الانتقال عبر الحدود بلا رقابة إلا بشكل نسبي محدود ، إذ اوجد ظهور وسائل التواصل الاجتماعي قنوات البث المباشر من جمهورها في تطور يغير من جوهر النظريات الاتصالية المعروفة ، و يوقف احتكار صناعة الرسائل الإعلامية لينقلها إلي مدي أوسع و أكثر شمولية ، وبقدرة تأثيرية و تفاعلية لم يتصورها خبراء الاتصال

العلاقة بين الإعلام و المجتمع :.

ليست هناك مواصفات محددة للعلاقة بين الإعلام و المجتمع يمكن اعتبارها مقياسا أو مؤشرا لعلاقة جيدة أو غير فعالة ، لكن يمكن القول أن العلاقة بين الطرفين علاقة تكاملية أو علاقة تأثير و تأثر .

فالإعلام الذي يعزز الديمقراطية و يؤثر فيها و يتأثر بها هو ذلك الإعلام الذي يستند إلي مجتمع فعال و إلي قوى مضادة داخل هذا المجتمع تعمل على إفراز ثقافة ديمقراطية.

"إبراهيم سعيد – 2015 – ص 122"

الـفـصـل الـرابـع

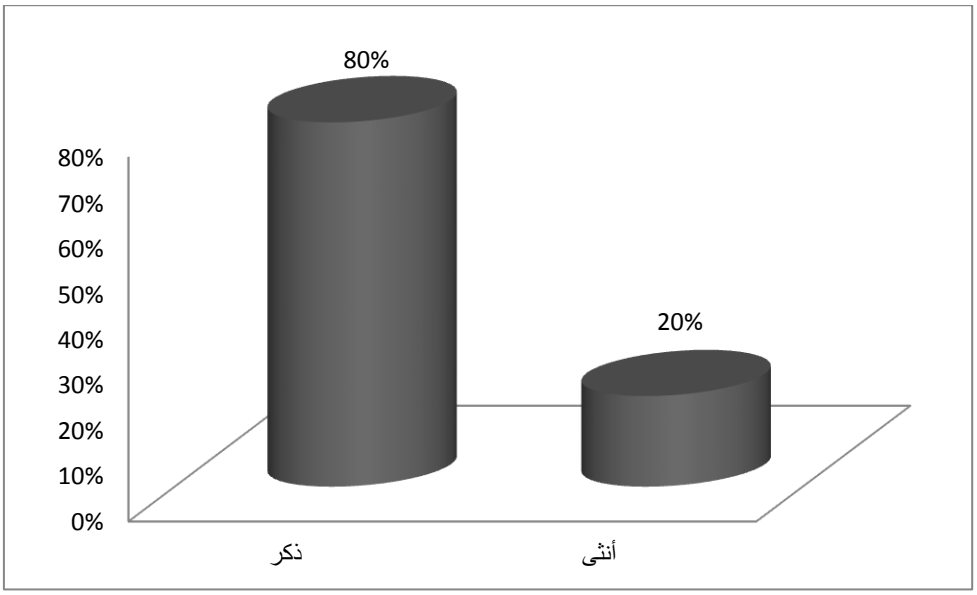
الـدراسـة الـمـيـدانـيـة

تحليل البيانات

الجدول رقم (1)

يوضح النوع لأفراد عينة الدراسة :

المؤهل	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	16	% 80
أنثى	4	%20
المجموع	20	% 100

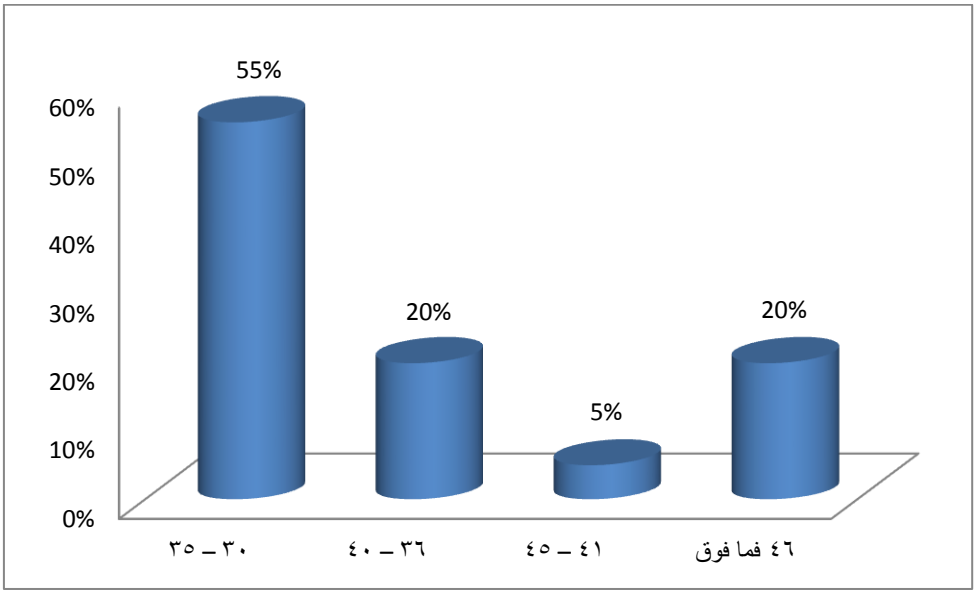


نلاحظ من الجدول رقم (1) والشكل البياني أن نسبة النوع لأفراد عينة الدراسة نجد الذكور عددهم 16 ونسبتهم كانت (80%) بينما نجد عدد الإناث 4 ونسبتهم المئوية كانت (20%)

الجدول رقم (2)

يوضح الفئة العمرية لأفراد عينة الدراسة :

الفئة	التكرار	النسبة المئوية
35 – 30	11	% 55
40 – 36	4	% 20
45 – 41	1	% 5
46 فما فوق	4	% 20
المجموع	20	%100



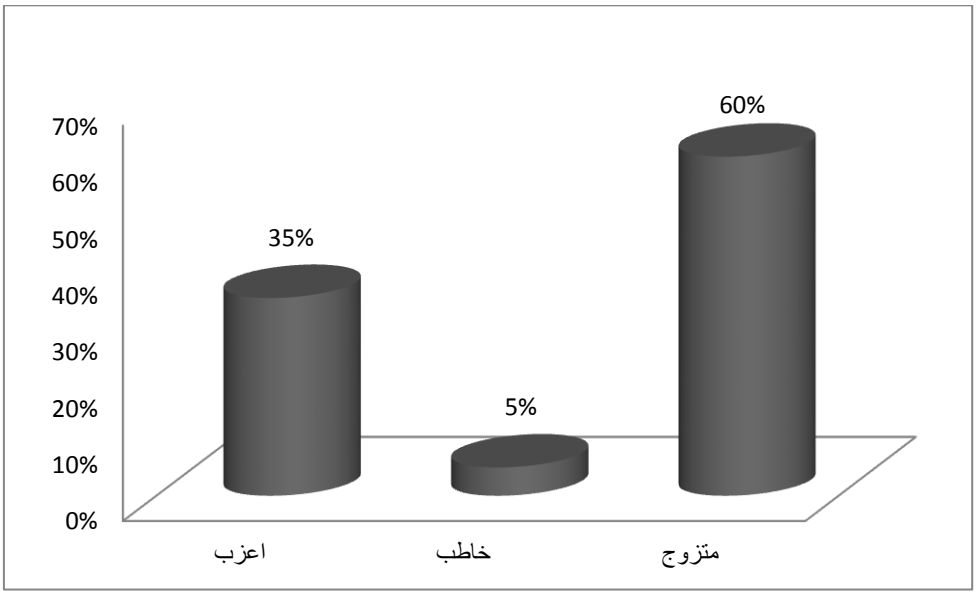
نلاحظ من الجدول رقم (2) والشكل البياني أن نسبة العمر لأفراد عينة الدراسة نجد الذين أعمارهم من 30 – 35 سنة كانت (55%) وهذا يعنى أهمية الفئة الشبابية بالنسبة لسوق العمل ونجد الذين أعمارهم من 36 –40 سنة كانت (20%) ونجد الذين أعمارهم من 41 –45 سنة كانت (5%) ونجد الذين أعمارهم أكثر من 46 سنة كانت (20%) .

أفراد العينة اللذين جاءت أعمارهم من 30–35 كانت بنسبة 55% ، وهذا يعني أن فئة الشباب هم الأكثر تفاعلا و رغبة في تطوير السلوك الحضاري للمجتمع .

الجدول رقم (3)

يوضح الحالة الاجتماعية لأفراد عينة الدراسة :

المؤهل	التكرار	النسبة المئوية
أعزب	7	%35
خاطب	1	%5
متزوج	12	%60
المجموع	20	%100

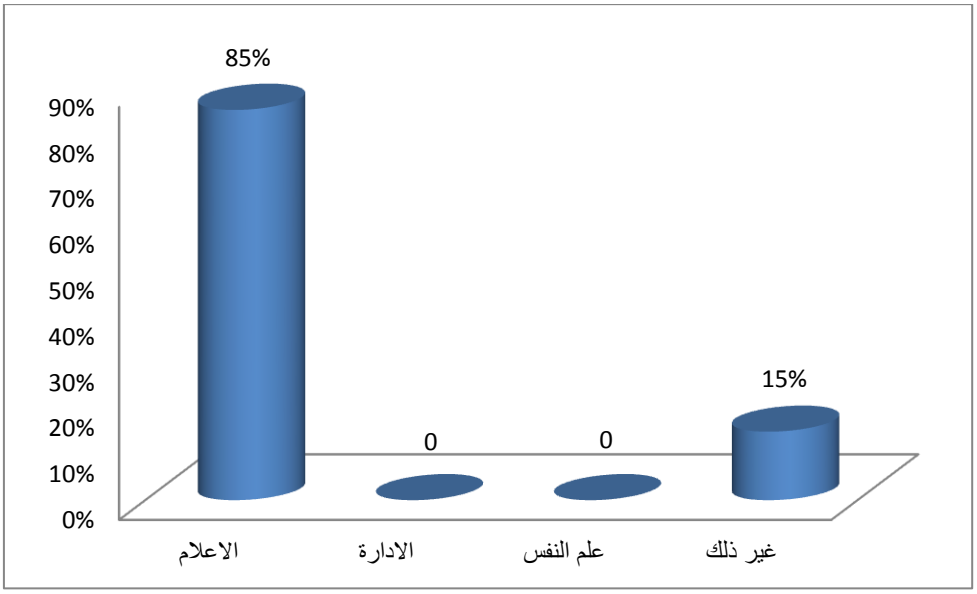


نلاحظ من الجدول رقم (3) والشكل البياني أن نسبة الحالة الاجتماعية لأفراد عينة الدراسة نجد الذين غير متزوجين كانت (35%) بينما نجد الذين خاطبين كانت (5%) ونجد نسبة المتزوجين كانت (60%) وهم الأكثرية نسبة لأهمية الزواج عند الجنسين

الجدول رقم (4)

يوضح مجال التخصص لأفراد عينة الدراسة :

المؤهل	التكرار	النسبة المئوية
الإعلام	17	%85
الإدارة	0	%0
علم النفس	0	%0
غير ذلك	3	%15
المجموع	20	%100



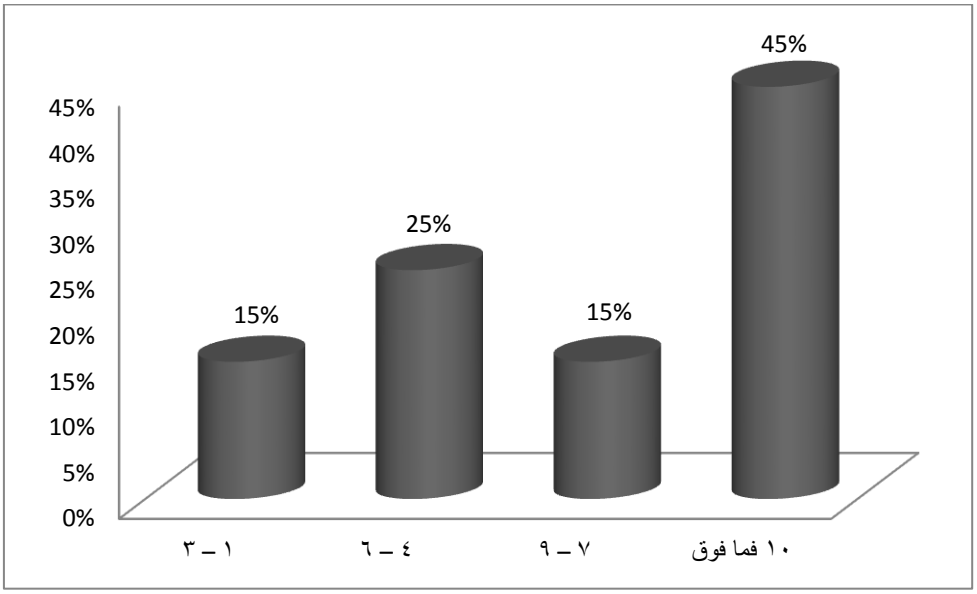
نلاحظ من الجدول رقم (4) والشكل البياني أن نسبة التخصص العلمي لأفراد عينة الدراسة نجد تخصص الإعلام (85%) وهم الأعلى نسبة دلالة على أهمية الإعلام عند الخريجين بينما نجد تخصصات غير ذلك كانت (15%) ولا توجد تخصصات للإدارة وعلم النفس .

بلغت نسبة التخصص في مجال الإعلام 85% أي الأعلى نسبة وهذا يعنى اهتمام الإعلاميين بترقية سلك المجتمع .

الجدول رقم (5)

يوضح سنوات الخبرة لأفراد عينة الدراسة :

المؤهل	التكرار	النسبة المئوية
3 – 1	3	%15
6 – 4	5	%25
9 – 7	3	%15
10 فما فوق	9	%45
المجموع	20	%100



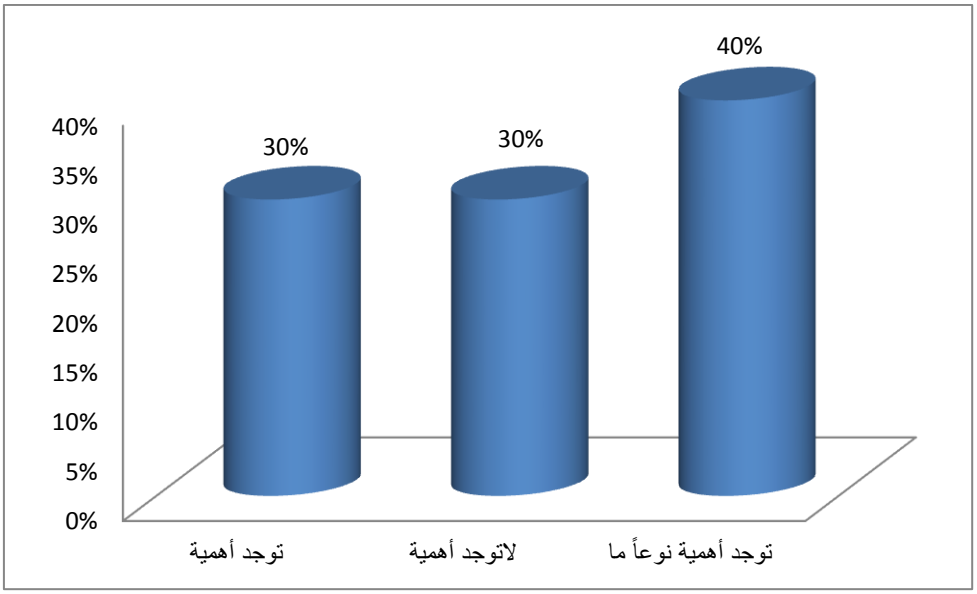
نلاحظ من الجدول رقم (5) والشكل البياني أن نسبة سنوات الخبرة لأفراد عينة الدراسة نجد الذين خبرتهم من سنة إلى 3 سنوات كانت (15%) ونجد الذين خبرتهم بين4 – 6 سنوات كانت (25%) بينما نجد الذين خبرتهم من 7 – 9 كانت (15 ونجد الذين خبرتهم أكثر من 10 سنة كانت (45%) وهذا يعني أن أفراد عينة الدراسة غالبيتهم من الخبرات العالية.

وضح الجدول أن أفراد عينة الدراسة غالبيتهم من ذوى الخبرات أي خبرة أكثر من 10 أعوام ، وهذا يدل علي أن ذوى الخبرات أكثر رغبة في تغيير سلوكيات المجتمع .

الجدول رقم (6)

توضيح ما مدى تناول البرامج التلفزيونية لأهمية السلوك الحضري

المؤهل	التكرار	النسبة المئوية
توجد أهمية	6	%30
لا توجد أهمية	6	%30
توجد أهمية نوعاً ما	8	%40
المجموع	20	%100



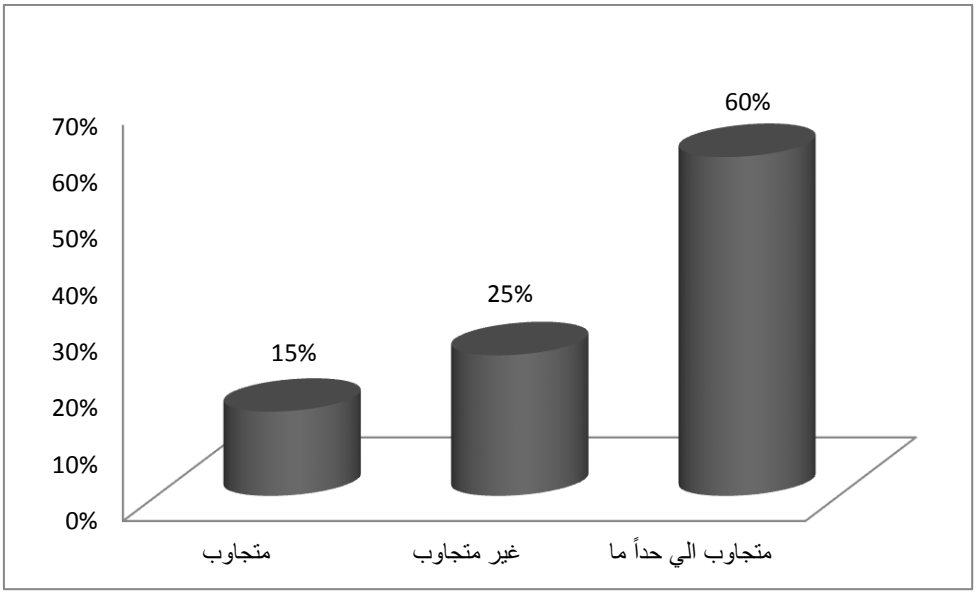
نلاحظ من الجدول رقم (6) والشكل البياني أن نسبة في رائك ما مدى تناول البرامج التلفزيونية لأهمية السلوك الحضري؟ لأفراد عينة الدراسة نجد الذين يرون توجد أهمية كانت (30%) بينما نجد الذين يرون لا توجد أهمية كانت (30%) ونجد الذين يرون توجد أهمية نوعاً ما كانت (40%) وهذا يعنى عدم التأكد بصورة قاطعة بالنسبة لأفراد العينة (مترددين) .

يري حوالي 40% من عينة البحث أن البرامج التلفزيونية ذات تأثير ولها أهمية ، وهذا يدل على نسبة عالية من الوعي بأهمية دور الإعلام في التوعية .

الجدول رقم (7)

توضيح مدى تجاوب المجتمع مع برامج التوعية

المؤهل	التكرار	النسبة المئوية
متجاوب	3	%15
غير متجاوب	5	%25
متجاوب إلي حداً ما	12	%60
المجموع	20	%100



نلاحظ من الجدول رقم (7) والشكل البياني أن نسبة ما مدى تجاوب المجتمع مع برامج التوعية ؟؟ لأفراد عينة الدراسة نجد الذين يرون متجاوب كانت (15%) بينما نجد الذين يرون غير متجاوب كانت (25%) ونجد الذين يرون متجاوب إلى حداً ما كانت (60%) مما يؤكد أن أفراد العينة كانت أراهم غير مؤكدة تماماً .

60% من عينة البحث يرون أن المجتمع متجاوب مع برامج التوعية ، وهذا يدل على وجود وعي بالسلوك نفسه

الجدول رقم (8)

توضيح التكرارات والنسبة المئوية لأسئلة المحور الأول :

الرقم	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المجموع
1	السلوك الحضري مقياس لتقدم الدولة	16 %80	3 %15	1 %5	- -	- -	20 %100
2	توجد جهات متخصصة لترقية السلوك الحضري	6 %30	9 %45	5 %25	- -	- -	20 %100
3	المجتمع السوداني على وعى بالسلوك الحضري	2 %10	2 %10	6 %30	9 %45	1 %5	20 %100
4	السلوك الحضري محل اهتمام الباحثين الأكاديميين	2 %10	9 %45	6 %30	3 %15	- -	20 %100
5	الدراسات العلمية حول السلوك الحضري يتم تطبيقها على أرض الواقع	1 %5	3 %15	6 %30	6 %30	4 %20	20 %100

نلاحظ من إجابات المبحوثين في محور الدراسة الأول (النسبة الأكبر هي اتجاه أراء المبحوثين في العبارة الأولى) نجد معظم أرائهم كانت متجها نحو الموافقة بشدة بنسبة (80%) ، بينما نجد العبارة الثانية يتجهون نحو الموافقة بنسبة (45%) وفى العبارة الثالثة كانت الآراء متجها نحو عدم الموافقة بنسبة (45%) ، وفى العبارة الرابعة كانت أراهم متجها نحو الموافقة بنسبة (45%) ، وفى العبارة الخامسة كانت الآراء متجها نحو المحايدة وعدم الموافقة بنسبة (30%) لكل خيار من الخيرات.

اتفقت آراء المبحوثين بنسبة 80% علي أن السلوك الحضري هو مقياس تقدم الدولة ،هذا وان دل فإنما يدل علي أهميته في المجتمعات ، بالرغم من أن نسبة تطبيق الدراسات العلمية حول السلوك الحضري علي ارض الواقع كانت ضئيلة جداً.

نسبة 80% من عينة البحث يوافقون بشدة علي أن السلوك الحضاري هو مقياس لتقدم الدولة وهذا يوضح أهمية الترقية الحضرية

الجدول رقم (9)

توضيح التكرارات والنسبة المئوية لأسئلة المحور الثاني :

الرقم	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المجموع
1	الهيئة القومية للترقية الحضرية تهتم بترقية جميع السلوكيات ولا تختصر على النظافة فقط	2 %10	2 %10	4 %20	11 %55	1 %5	20 %100
2	نشاطات الهيئة القومية للترقية الحضرية ليست محصورة في ولاية الخرطوم فقط	3 %15	3 %15	6 %30	6 %30	2 %10	20 %100
3	لوسائل الإعلام دور مهم في إنجاح برامج الهيئة القومية للترقية الحضرية	3 %15	3 %15	6 %30	6 %30	2 %10	20 %100
4	العاملين في الهيئة القومية للترقية الحضرية على علم بمدى أهمية السلوك الحضري	3 %15	6 %30	6 %30	2 %10	3 %15	20 %100

نلاحظ من إجابات المبحوثين في محور الدراسة الثاني (النسبة الأكبر هي اتجاه أراء المبحوثين في العبارة الأولى) نجد معظم أرائهم كانت متجهة نحو عدم الموافقة بنسبة (55%) ، بينما نجد في العبارة الثانية يتجهون نحو المحايدة وعدم الموافقة بنسبة (30%) لكل منها وفى العبارة الثالثة كانت الآراء متجهة نحو المحايدة وعدم الموافقة بنسبة (30%) لكل ، وفى العبارة الرابعة كانت أراهم متجها نحو الموافقة والمحايدة بنسبة (30%) .

الجدول رقم (10)

توضيح التكرارات والنسبة المئوية لأسئلة المحور الثالث :

الرقم	العبارات	ممتاز	جيد جداً	جيد	مقبول	ضعيف	المجموع
1	تهتم قناة الشروق الفضائية بالتوعية ضمن الخارطة البرمجية	7 %35	5 %25	6 %30	1 %5	1 %5	20 %100
2	تؤدى قناة الشروق دور مهم في ترقية السلوك الحضري	4 %20	6 %30	5 %25	4 %20	1 %5	20 %100
3	الفريق العامل بقناة الشروق الفضائية على علم بالمهام المطلوبة لترقية سلوك المجتمع	7 %35	4 %20	3 %15	6 %30	- -	20 %100
4	المجتمع يتفاعل مع برامج التوعية بقناة الشروق الفضائية	5 %25	4 %20	- -	9 %45	2 %10	20 %100

نلاحظ من إجابات المبحوثين في محور الدراسة الثالث (النسبة الأكبر هي اتجاه أراء المبحوثين في العبارة الأولى) نجد معظم أرائهم كانت متجهة نحو ممتاز بنسبة (35%) ، بينما نجد العبارة الثانية يتجهون نحو جيد جداً بنسبة (30%) وفى العبارة الثالثة كانت الآراء متجهة نحو ممتاز بنسبة (35%) ، وفى العبارة الرابعة كانت أراهم متجهة نحو مقبول بنسبة (45%) .

لجدول رقم H(11)

توضيح التكرارات والنسبة المئوية لأسئلة المحور الرابع :

الرقم	العبارات	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة	المجموع
1	برنامج قوس قزح إرشادي وتوعوي في المقام الأول	7 %35	5 %25	6 %30	1 %5	1 %5	20 %100
2	الجرافيك المستخدم يساعد في إيصال المعنى المراد	4 %20	7 %35	9 %45	– –	– –	20 %100
3	برنامج قوس قزح سريع وخفيف في التنقل بين الفقرات	3 %15	8 %40	7 %35	1 %5	1 %5	20 %100
4	اختيار الموسيقى يناسب الفقرات	5 %25	6 %30	8 %40	– –	1 %5	20 %100
5	فقرة اتكيت مدتها 3 دقائق كافية لمعالجة السلوك	1 %5	6 %30	6 %30	4 %20	3 %15	20 %100
6	الديكور المستخدم في برنامج قوس قزح يتناسب مع الفقرات	1 %5	8 %40	8 %40	2 %10	1 %5	20 %100

نلاحظ من إجابات المبحوثين في محور الدراسة الرابع (النسبة الأكبر هي اتجاه أراء المبحوثين في العبارة الأولى) نجد معظم أرائهم كانت متجهة نحو الموافقة بشدة بنسبة (35%) ، بينما نجد في العبارة الثانية يتجهون نحو المحايدة بنسبة (45%) وفى العبارة الثالثة كانت الآراء متجهة نحو الموافقة بنسبة (40%) ، وفى العبارة الرابعة كانت أراهم متجها نحو المحايدة بنسبة (40%) ، وفى العبارة الخامسة كانت الآراء متجها نحو الموافقة والمحايدة بنسبة (30%) لكل ، وفى العبارة السادسة كانت الآراء متجها نحو الموافقة والمحايدة بنسبة (40%) لكل منهما .

الجدول رقم (12)

مناقشة أسئلة الفرضية الأولى : السلوك الحضري

الرقم	العبارات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة مربع كاى	درجة الحرية	القيمة الاحتمالية
1	السلوك الحضري مقياس لتقدم الدولة	1.3	0.55	19.9	2	0.000
2	توجد جهات متخصصة لترقية السلوك الحضري	2	0.76	1.3	2	0.522
3	المجتمع السوداني على وعى بالسلوك الحضري	3.3	1.1	11.5	4	0.021
4	السلوك الحضري محل اهتمام الباحثين الأكاديميين	2.5	0.89	6	3	0.112
5	الدراسات العلمية حول السلوك الحضري يتم تطبيقها على أرض الواقع	3.5	1.1	4.5	4	0.343

من الجدول رقم (12) نلاحظ أن الأوساط الحسابية محصورة بين (1.3 – 3.5) وهذا يعنى أن أراء المبحوثين في الاتجاه الإيجابي والانحرافات المعيارية تتراوح بين (0.55 – .11) مما يدل على تجانس أراء المبحوثين وان القيم الاحتمالية لبعض العبارات الخاصة بالفرضية الأولى نجدها أقل من مستوى المعنوية 0.05 وهذا يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية ، أي الفرضية متحققة وبالتالي إجابات المبحوثين تتحيز لإجابة دون غيرها ، عدا العبارات (2 & 4 & 5) لا القيم الاحتمالية كانت اكبر من مستوى المعنوية 0.05 وهذا يشير عدم وجود فروق معنوية بين أراء المبحوثين أي لا يحقق الفرضية المعنية بالنسبة(للسلوك الحضري)

الجدول رقم (13)

مناقشة أسئلة الفرضية الثانية : المجلس الأعلى للبيئة و الترقية الحضرية

الرقم	العبارات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة مربع كاى	درجة الحرية	القيمة الاحتمالية
1	المجلس الأعلى للبيئة والترقية الحضرية تهتم بترقية جميع السلوكيات ولا تختصر على النظافة فقط	3.4	1.1	16.5	4	0.002
2	نشاطات المجلس الأعلى للبيئة و الترقية الحضرية ليست محصورة في ولاية الخرطوم فقط	3.1	1.2	3.5	4	0.478
3	لوسائل الإعلام دور مهم في إنجاح برامج المجلس	1.8	1.1	20	4	0.000
4	العاملين في المجلس الأعلى للبئية على علم بمدى أهمية السلوك الحضري	2.8	1.3	3.5	4	0.478

من الجدول رقم (13) نلاحظ إن الأوساط الحسابية محصورة بين (1.8 – 3.4) وهذا يعنى أن أراء المبحوثين في الاتجاه الإيجابي والانحرافات المعيارية تتراوح بين (1.1 – 1.3) مما يدل على تجانس أراء المبحوثين القيم الاحتمالية لبعض العبارات الخاصة بالفرضية الثانية نجدها أقل من مستوى المعنوية 0.05 وهذا يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية ، أي الفرضية متحققة وبالتالي إجابات المبحوثين تتحيز لإجابة دون غيرها ، عدا العبارات (2 & 4) لا القيم الاحتمالية كانت اكبر من مستوى المعنوية 0.05 وهذا يشير إلى عدم وجود فروق معنوية بين أراء المبحوثين أي لا يحقق الفرضية المعنية بالنسبة للمجلس الأعلى للبيئة و الترقية الحضرية

الجدول رقم (14)

مناقشة أسئلة الفرضية الثالثة : قناة الشروق الفضائية

الرقم	العبارات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة مربع كاى	درجة الحرية	القيمة الاحتمالية
1	تهتم قناة الشروق الفضائية بالتوعية ضمن الخارطة البرمجية	2.2	1.2	8	4	0.092
2	تؤدى قناة الشروق دور مهم في ترقية السلوك الحضري	2.6	1.2	3.5	4	0.478
3	الفريق العامل بقناة الشروق الفضائية على علم بالمهام المطلوبة لترقية سلوك المجتمع	2.4	1.3	2	3	0.572
4	المجتمع يتفاعل مع برامج التوعية بقناة الشروق الفضائية	3	1.5	5.2	3	0.158

من الجدول رقم (14) نلاحظ أن الأوساط الحسابية محصورة بين (2.2 – 3) وهذا يعنى أن أراء المبحوثين في الاتجاه الإيجابي والانحرافات المعيارية تتراوح بين (1.2–1.5) مما يدل على تجانس أراء المبحوثين القيم الاحتمالية لجميع العبارات الخاصة بالفرضية الثالثة نجدها اكبر من مستوى المعنوية 0.05 وهذا يشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أراء المبحوثين ، أي الفرضية غير متحققة وبالتالي إجابات المبحوثين لا تتحيز لإجابة دون غيرها .

الجدول رقم (15)

مناقشة أسئلة الفرضية الرابعة : برنامج قوس قزح

الرقم	العبارات	الوسط الحسابي	الانحراف المعياري	قيمة مربع كاى	درجة الحرية	القيمة الاحتمالية
1	برنامج قوس قزح إرشادي وتوعوي في المقام الأول	2.2	1.2	8	4	0.092
2	الجرافيك المستخدم يساعد في إيصال المعنى المراد	2.3	0.79	1.9	2	0.378
3	برنامج قوس قزح سريع وخفيف في التنقل بين الفقرات	2.5	0.99	11	4	0.027
4	اختيار الموسيقى يناسب الفقرات	2.3	1	5.2	3	0.158
5	فقرة اتكيت مدتها 3 دقائق كافية لمعالجة السلوك	3.1	1.2	4.5	4	0.343
6	الديكور المستخدم في برنامج قوس قزح يتناسب مع الفقرات	2.7	0.92	13.5	4	0.009

من الجدول رقم (15) نلاحظ أن الأوساط الحسابية محصورة بين (2.2 – 3.1) وهذا يعنى أن أراء المبحوثين في الاتجاه الإيجابي والانحرافات المعيارية تتراوح بين (0.79 – 1.2) مما يدل على تجانس أراء المبحوثين القيم الاحتمالية لجميع العبارات الخاصة بالفرضية الرابعة نجدها أقل من مستوى المعنوية 0.05 وهذا يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية ، أي الفرضية متحققة وبالتالي إجابات المبحوثين تتحيز لإجابة دون غيرها ، عدا العبارات (1 & 4 & 4 & 5) لا القيم الاحتمالية كانت اكبر من مستوى المعنوية 0.05 وهذا يشير إلى عدم وجود فروق معنوية بين أراء المبحوثين أي لا يحقق الفرضية المعنية بالنسبة (برنامج قوس قزح) .

النتائج :.

1_ السلوك الحضاري مهم جدا لتقدم الدولة وذلك بنسبة 80% وانه محل اهتمام الباحثين الأكاديميين .

2_ يكاد ينعدم السلوك الحضري في المجتمع السوداني ، و إن وجد يوجد في فئة قليلة .

3_ المجلس الأعلى للبيئة و الترقية الحضرية يختصر نشاطه علي النظافة فقط .

4_ توجد جهات مختصة لترقية السلوك الحضري .

5_ أن المجلس الأعلى للبيئة و الترقية الحضرية ينحصر نشاطه علي ولاية الخرطوم فقط .

6_ ثبت أن لوسائل الإعلام دور مهم في إنجاح برامج التوعية التي يقوم بها المجلس الأعلى للبيئة

7_ العاملين بالهيئة القومية للترقية الحضرية علي علم بأهمية السلوك الحضري بنسبة 30% .

8_وجد أن قناة الشروق تودي دور مهم في ترقية السلوك الحضري وذلك بالاهتمام بالتوعية داخل الخارطة البرمجية .

9_ الفريق العامل بقناة الشروق الفضائية علي علم بالمهام المطلوبة لترقية السلوك الحضري .

10_ ثبت أن برنامج قوس قزح إرشادي و توعوى .

11_ برنامج قوس قزح خفيف و سريع التنقل بين الفقرات ، وان اختيار الموسيقي يناسب الفقرات المتعددة .

12_ فقرة اتكيت مدتها 3 دقائق غير كافية لمعالجة السلوك الحضري .

13_ الجرافيك و الديكور المستخدم في برنامج قوس قزح يساعد في إيصال المعني المطلوب يناسب تنوع الفقرات .

التوصيات :.

1_ توظيف البرامج التلفزيونية لما لها من دور مهم جدا في ترقية السلوك الحضري.

2_ العمل علي إيجاد مساحة كافية مخصصة لبرامج الترقية الحضرية داخل الخارطة البرمجية .

3_ ضرورة وجود توعية إعلامية من خلالها يتم حث الأفراد علي الالتزام بالسلوك الحضري .

4_ علي وسائل الإعلام المساهمة في إنجاح مشاريع الهيئة القومية للترقية الحضرية .

5_ زيادة المساحة الزمنية للبرامج التي تتناول السلوك الحضري و تناقشه .

6_ تغيير شكل برامج التوعية والإرشاد وذلك عن طريق عرض متنوع وخفيف يساعد علي تفاعل الجمهور .

7_ توسيع مفهوم السلوك من خلال البرامج ، وذلك لأنه يشمل جميع جوانب الحياة

المصادر و المراجع

***أولاً* : القـران الـكـريـم**

ثانياً : المراجع و المصادر

_ محمد منير حجاب – الإعلام و التنمية الشاملة – القاهرة – دار الفجر للنشر و التوزيع 2000

_ محمد سيد محمد – الإعلام و التنمية – دار المعارف للنشر و التوزيع 1979

_ د/ فاروق خالد الحسنات – الإعلام والتنمية المعاصرة – الأردن دار أسامة للنشر و التوزيع 2011

_ د/ لويس كامل مليكه – قراءات في علم النفس الاجتماعي في البلاد العربية – الدار القومية للطباعة والنشر 1965

_ د/ محمد رياض – الإنسان دراسة في النوع و الحضارة – بيروت دار النهضة العربية للطباعة والنشر 1974

_ د/ إبراهيم عبد الله ألمسلمي – الإعلام والمجتمع – القاهرة دار الفكر العربي للطباعة والنشر 2007

_ د/ نجلاء عبد الفتاح – دور الإعلام في حل القضايا المعاصرة – الإسكندرية دار التعليم العالي للطباعة والنشر 2015

_ د/ إبراهيم جابر سعيد – الإعلام الجديد – الإسكندرية دار التعليم العالي للطباعة و النشر 2015

_ د/ برهان شاوي – مدخل في الاتصال الجماهيري و نظرياته – عمان دار و مكتبة الكندي 2014

_ د/ محي الدين إسماعيل محمد – الإعلام البيئي – الإسكندرية مكتبة الوفاء القانونية – 2013

_جيهان رشتي – نظم الاتصال – القاهرة دار الفكر العربي – 1978 م

_ د/ عبد الرحمن عيسوي – الآثار النفسية و الاجتماعية للتلفزيون – القاهرة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب – 1979 م

_د/ مصطفي حميد كاظم الطائي – الفنون الإذاعية والتلفزيونية وفلسفة الإقناع – الإسكندرية ، دار الوفاء لدنيا الطباعة و النشر – 2007 م

_ د/ إبراهيم إمام – الإعلام الإذاعي و التلفزيوني – القاهرة، دار الفكر – 1985

_ أ.د محمد منير حجاب – وسائل الاتصال نشأتها و تطورها – القاهرة ، دار الفجر للنشر و التوزيع – 2011

_د/ خلدون عبد الله – الأردن دار أسامة للطباعة والنشر – 2010

_ نحوي فوال – القائمون بالاتصال – القاهرة ، المركز القومي للبحوث الاجتماعية 1992م

_ عصام سليمان ألموسي – المدخل في للاتصال الجماهيري – عمان ، إثراء للنشر و التوزيع 2012م

_ حصة محمد آل مساعد و أحلام عبد السميع العقباري – مهارات الاتصال و التفاعل – القاهرة ، عالم الكتب 2011م

_ حسن عماد مكاوي و ليلي حسن السيد – الاتصال و نظرياته المعاصرة – القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية 2012م

_ محمد عبد الحميد – نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير – القاهرة ، عالم الكتب 1997م

_ محمد علا – علم الاجتماع الريفي – القاهرة ، شركة الجلال للطباعة و النشر

_ملفين ريظير و ساندرا بول – نظريات وسائل الإعلام – القاهرة ، الدار الدولية للنشر والتوزيع 1993م

_ وجدي شفيق – علم الاجتماع الحضري و الصناعي – دار ومكتبة الإسراء للطبع و التوزيع 2007

_عبد الدائم عمر حسن – التلفزيون – القاهرة،الدار العالمية للنشر و التوزيع 2010م

_ حسن صلاح التوم – أوراق من التلفزيون – الخرطوم،مطابع السودان للعملة 2009م

_ أ.د حسن على محمد – مقدمة في الفنون الإذاعية و السمع بصرية – القاهرة، الدار العالمية للنشر و التوزيع 2009م

_ عبد الماجد احمد الحسن – التلفزيون و الأفكار المستحدثة – دمشق، المطبعة الهاشمية 2006م

_ وداد هارون احمد أرباب – وسائل الاتصال الجماهيري – مركز التعليم عن بعد 2008م

_ فاروق عبد الرحمن عمر – التلفزيون في الجمهورية العربية و المتحدة و العالم – القاهرة، الدار القومية للطباعة و النشر 2009 م

_ عبد الرازق محمد الدليمي – عولمة التلفزيون – الأردن، دار جبريل للنشر و الطباعة 2013م

_ إبراهيم أنيس و آخرون – المعجم الوسيط – قطر، مطابع قطر الوطنية 1985م

_ احمد بدر – أصول البحث و منهجه – القاهرة ، الكلية الأكاديمية 1996م

_ محمد عمر الطنوبي – نظريات الاتصال – الإسكندرية، مطبعة الأشقاء الفنية 2001م

_ حسن أبو شنب – مدخل إلى فن الراديو و التلفزيون – غزة، مركز دراسات و أبحاث الوطن 1988م

_ محمد معوض – فنون العمل التلفزيوني – القاهرة، دار المعارف للنشر و التوزيع 1981م

_ أ. احمد شاهين و أ. صلاح عبد الحميد – الإعلام و التنمية – القاهرة ، مؤسسة طيبة للنشر و التوزيع 2010م

الرسائل العلمية :.

_ حمده عيسي موسي أمين – الإذاعة و دورها في التنمية الاجتماعية بالتطبيق علي راديو المجتمع

رسالة ماجستير – علوم الاتصال (2009 – 2010) .

_ عوض عبد القادر عبد الله – دور الإعلام في التنمية الاجتماعية – دراسة تطبيقية لعملية تهجير النوبة إلى منطقة خشم القربة – رسالة ماجستير جامعة القاهرة كلية الإعلام 1978م .

_ ليلي الضو سليمان – دور وسائل الاتصال في نشر الوعي البيئي – دراسة تطبيقية علي الفضائيات السودانية (تلفزيون السودان – قناة الشروق الفضائية) 2013م .

_ أثيلة احمد الأمين محمد الحاج – دور الإعلام المرئي في نشر الوعي الصحي – دراسة حالة برنامج (صحتك – صحة و عافية) رسالة ماجستير – علوم الاتصال ، قسم الإذاعة و التلفزيون – 2009 – 2011م .

المقابلات :.

_ الأستاذة رشا إبراهيم حسين – منتجة برامج في قناة الشروق الفضائية

الأربعاء – 3 أغسطس – الساعة 1 ظهراً

_ الأستاذ خليفة السمانى محمد – مدير قسم الشؤون الإدارية بقناة الشروق الفضائية

الخميس – 4 أغسطس – الساعة 3 ظهراً

_ الأستاذ سيف الدين عثمان – منتج برامج بقناة الشروق الفضائية

الخميس – 4 أغسطس – الساعة 4 عصراً

الـمـلاحــق

بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة السودان للعلوم و التكنولوجيا

كلية علوم الاتصال

قسم الإذاعة و التلفزيون

استمارة دراسة ميدانية بعنوان

توظيف البرامج التلفزيونية لترقية السلوك الحضاري

تطبيقاً علي قناة الشروق الفضائية

برنامج قوس قزح

2015 – 2016 م

في إطار العنوان أعلاه ، نرجو من سيادتكم تعبئة بيانات الاستمارة وإبداء رأيك بكل حرية على الأسئلة المعدة خصيصاً للتعرف على رأيك حول الموضوع ، وفقا لمقياس (ليكارت) ذو السُلم الخماسي...

علماً بان هذه الأسئلة خاصة بأغراض البحث العلمي ومن اجل الدراسة فقط

ولكم جزيل الشكر،،،

المجموعة الباحث

أولا بيانات عامة :

أ/ النوع :

ذكر ☐ أنثي ☐

ب/ العمر :

30 _ 35 ☐ 36_40 ☐ 41_45 ☐ 46 فما فوق ☐

ج/ الحالة الاجتماعية :

أعزب ☐ خاطب ☐ متزوج

د/ مجال التخصص :

الإعلام الإدارة ☐ علم النفس ☐ غير ذلك ☐

ه/ سنوات الخبرة

سنة _3 ☐ 4-6 ☐ 7-9 ☐ 10- فما فوق ☐

أولاً : السلوك الحضري

الرقم	المحور	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1	السلوك الحضري مقياس لتقدم الدولة					
2	توجد جهات متخصصة لترقية السلوك الحضري					
3	المجتمع السوداني علي وعي بالسلوك الحضري					
4	السلوك الحضري محل اهتمام الباحثين الأكاديميين					
5	الدراسات العلمية حول السلوك الحضري يتم تطبيقها على ارض الواقع					

ثانياً : المجلس الأعلى للبيئة و الترقية الحضرية :

الرقم	المحور	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1	المجلس الأعلى للبيئة و الترقية الحضرية يهتم بترقية جميع السلوكيات ولا تقتصر علي النظافة فقط					
2	نشاطات المجلس الأعلى للبيئة ليست محصورة في ولاية الخرطوم فقط					
3	لوسائل الإعلام دور مهم في إنجاح برامج المجلس الأعلى للبيئة و الترقية الحضرية					
4	العاملين في المجلس الأعلى للبيئة و الترقية الحضرية علي علم بمدي أهمية السلوك الحضري					

ثالثاً : قناة الشروق الفضائية

الرقم	المحور	ممتاز	جيد جداً	جيد	مقبول	ضعيف
1	تهتم قناة الشروق الفضائية بالتوعية ضمن الخارطة البرمجية					
2	تؤدي قناة الشروق دور مهم في ترقية السلوك الحضري					
3	الفريق العامل بقناة الشروق الفضائية علي علم بالمهام المطلوبة لترقية سلوك المجتمع					
4	المجتمع يتفاعل مع برامج التوعية بقناة الشروق الفضائية					

رابعاً : برنامج قوس قزح

الرقم	المحور	أوافق بشدة	أوافق	محايد	لا أوافق	لا أوافق بشدة
1	برنامج قوس قزح إرشادي و توعوي في المقام الأول					
2	الجرافيك المستخدم يساعد في إيصال المعني المراد					
3	برنامج قوس قزح سريع و خفيف في التنقل بين الفقرات					
4	اختيار الموسيقي يناسب الفقرات					
5	فقرة اتكيت مدتها 3 دقائق كافية لمعالجة السلوك					
6	الديكور المستخدم في برنامج قوس قزح يتناسب مع في الفقرات					

أسئلة مفتوحة:.

1 / في رائك ما مدي تناول البرامج التلفزيونية لأهمية السلوك الحضري؟؟

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

2 / ما مدي تجاوب المجتمع مع برامج التوعية؟؟

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

الشكر كل الشكر لـ

بروفيسور مختار عثمان – كلية علوم الاتصال

د/ يوسف عثمان يوسف – نائب عميد كلية علوم الاتصال

د/ صالح علي موسي – رئيس قسم العلاقات العامة و الإعلان – كلية علوم الاتصال

د/ نهي جعفر– رئيس قسم الصحافة و النشر – كلية علوم الاتصال

د/ يحي حماد فضل الله – محاضر بجامعة الخرطوم

علي تحكيم الاستبيان

برنامج

راقـي بأخـلاقـي

سيناريو مبدئي

رقم الفقرة	الصور (الفقرة)	الصوت (الموسيقي و المؤثرات)	مدة الفقرة
1	شعار البرنامج	موسيقي الشعار	5 ث
2	مقدمة تعريفية عن البرنامج نبذة عن موضوع حلقة اليوم (الازدحام المروري)	المذيع	1 د
3	فاصلة (شعار البرنامج)	موسيقي الشعار	5 ث
4	لقطات من الشارع العام ترصد حركة السير و المواصلات	مؤثرات حية من أصوات السيارات	1 د
5	فاصلة (شعار البرنامج)	موسيقي الشعار	5 ث
6	المحور الأول : أضرار الازدحام المروري	المذيع	1 د
7	فاصلة (شعار البرنامج)	موسيقي الشعار	5 ث
8	استطلاع من الشارع العام	الأشخاص المتحدثين	1 د
9	فاصلة (شعار البرنامج)	موسيقي الشعار	5 ث
10	المحور الثاني : أسباب الازدحام المروري	المذيع	1 د
11	فاصلة (شعار البرنامج)	موسيقي الشعار	5 ث

12	استطلاع من رجال شرطة المرور	الأشخاص المتحدثين	1 د
13	فاصلة (شعار البرنامج)	موسيقي الشعار	5 ث
14	المحور الثالث : الآثار النفسية للازدحام المروري	المذيع	1 د
15	فاصلة (شعار البرنامج)	موسيقي الشعار	5 ث
16	مقابلة مع الدكتورة : حنان احمد عبد الرحمن أخصائي علم النفس بجامعة السودان	إفادة الدكتورة	2 د
17	فاصلة (شعار البرنامج)	موسيقي الشعار	5 ث
18	ملخص موضوع الحلقة التذكير بمواعيد البرنامج و طرق التواصل الختام	المذيع	1 د
19	فاصلة (شعار البرنامج)	موسيقي الشعار	5 ث
20	مقطع من أغنية طه سليمان (خلى سلوكك يبقي حضاري) مصحوب بمجموعة صور توضح الحملة التوعوية التي قامت بها المجموعة الباحثة	مقطع من الأغنية	2 د
21	التتر	مقطع من الأغنية	10 ث