

خطة البحث

0-1: تمهيد:

يعد التلفزيون من أهم وسائل الإعلام التي لها تأثير على الرأي العام بإعتباره وسيلة إعلامية شعبية متوفرة في البيوت والمتاجر والأماكن العامة ، كالمقاهي والنوادي والمؤسسات الحكومية وي طرح التلفزيون الآراء والأفكار إلى جمهوره الكبير وينتبه هذا الجمهور لتلك الأفكار والآراء من خلال الإعادة والتكرار ، وتسليط الأضواء على الأحداث والشخصيات المراد إبراز دورها وتأثيرها في المجتمع من خلال الطرح الإيجابي لها وتحسين صورتها وتقديمها بشكل يجعل الجمهور يحبها ، وخاصة في الإنتخابات المحليه وإنتخابات مجلس النواب .

ونجد أن الإنسان يرتاح وينسجم مع من يحمل نفس آرائه وأفكاره وتطلعاته ، لذا فإنه يميل نحو الأغلبية ، والأغلبية تطرح رأيها وتسعى لكسب الجمهور أما الأقلية فأنها تكون صامتة بسبب :-
1- الخوف من المجتمع .

2- الإضطهاد .

3- الشعور بالفشل وعدم مواجهه .

4- عدم قدره على المناقشة بسبب الثقافة .

ومع إختلاف الآراء والطروحات ، يبقى التلفزيون من أهم الوسائل التي لها تأثير كبير على الرأي العام .⁽¹⁾

ويتم قياس الرأي العام لمشاهدي القناة القومية لعدد من البرامج بمختلف أنواعها وأشكالها بطريقة مباشرة من خلال الدخول علي موقع البرنامج ، وذلك بواسطة لجان متخصصة أو عن طريق الوسائل المختلفة كالإيميل وعن طريق الصحافة التي تكتب عن البرامج .

فآراء المشاهدين لها تأثير علي برامج التلفزيون القومي سلبياً أو إيجابياً ويؤثر علي القناة ككل ويستفاد منه في الخطط المستقبلية ، لذلك فإن الرأي العام لتقديم مادة إذا تم قبولها يتم علي أساسها صنع القرار .

فنجد أن الرأي العام يستهدف الأسر بما فيها المرأه والأطفال والشباب ، ولكن الشريحة التي تؤخذ رأيها في الإعتبار هي شريحة الشباب لأنها مواكبه علي الأحداث المأخوذة من واقع المجتمع .

1-1: مشكلة البحث:

يقدم التلفزيون القومي عدد من البرامج بمختلف أشكالها وأنواعها منها السياسية والإقتصادية والإجتماعية والرياضية والدينية والثقافية ، وعاده مايقوم المشاهد بإختيار البرنامج الذي يوافق وميوله ، ولكن السؤال هنا ماهو أكثر البرامج مشاهدة من بين البرامج التي يقدمها التلفزيون القومي ؟

2-1: أهمية البحث:

تكمن أهمية البحث في أنه من البحوث القلائل التي تتناول موضوع الأخذ برأي المشاهدين والإعتماد عليهم في وضع الخطط والبرامج بالتلفزيون القومي ، أيضا يعتبر هذا البحث لبنة أساسية يقوم عليها كل البرامج التي يتم قياسها .

3-1: فروض البحث:

يقوم هذا البحث علي الفروض التالية :-

- 1- توجد أفضلية واضحة من قبل المشاهدين لمشاهدة البرامج التي تقدمها القناة القومية .
- 2- تعتبر البرامج الدينية من أكثر البرامج مشاهدة بالتلفزيون القومي .
- 3- المذيع والمخرج والمنتج يعتبرون من أهم العوامل المساعدة على نجاح البرامج .
- 4- أن الفكرة والمحتوي وإعداد البرامج تعتبر من أساسيات عمل القناة القومية .
- 5- سوء الإضاءة وإختيار الضيوف تعتبر من أهم المعوقات والمشاكل التي تواجه البرامج

4-1: أهداف البحث:

يقوم هذا البحث على عدد من الأهداف التي يأمل الباحثون من تحقيقها ، تتمثل في النقاط الآتية:-

- 1- الوقوف على أكثر البرامج مشاهده فيما يقدمه التلفزيون القومي .
- 2- قياس الرأي العام للبرامج بكل أنواعها وطريقة التقديم والإنتاج والإخراج .
- 3- مشاركة الآراء من قبل المشاهدين فيما يخص البرامج التي تقدم بالتلفزيون القومي .
- 4- عمل منهجية واضحة علي أساس تقوم الإدارة بالإعتماد عليها في إعداد وإنتاج وإخراج البرامج .
- 5- توفير قاعدة بيانات يتم الإستفاده منها مستقبلا فيما يخص خطط وبرامج التلفزيون .

5-1: منهجية البحث:

يتم إستخدام المنهج الإحصائي التحليلي حيث تم إيجاد الأسلوب الإحصائي في دراسة آراء المشاهدين للتلفزيون القومي ، وذلك من خلال عرضها وتلخيصها بطرق إحصائية مثل الجداول التكرارية والرسومات البيانية لإستخلاص النتائج ، ومن ثم محاولة لوضع التوصيات المناسبة للقصور الذي يواجه التلفزيون القومي .

6-1: هيكله البحث:

يتناول البحث منهجية قياس الرأي العام بالتطبيق علي مشاهدي التلفزيون القومي ، وقد تم البحث في أربعة فصول ، حيث يتضمن الفصل الأول علي مشكلة وأهمية وأهداف وفروض ومنهجية البحث ، وإشتمل الفصل الثاني علي تعريف الرأي العام وعناصره وأهدافه ومؤثراته ووظائفه وأقسامه ، وتكوينه وقياسه ، ثم التحدث عن الدراسة الميدانية و توزيع مربع كاي ومستوي المعنوية ، أما الفصل الثالث يحتوي علي الجانب العملي أو التطبيقي للبحث الذي تم

فيه وصف البيانات وإختبار الفرضيات ، والفصل الرابع خصص لعرض أهم النتائج والإستنتاجات والتوصيات التي توصل إليها البحث .

حيث تم وضع الملأحق في نهاية البحث وهي عبارة عن الأداة التي تم بها جمع البيانات (الإستبيان) .

الرأي العام

0-2: تمهيد:-

إن وجود الرأي العام وتبلوره وإمكانية رصده وقياسه يرتبط بمدى إتساع المناخ الديمقراطي والممارسة الديمقراطية ، ومدى وعي الجمهور وإهتمامه بالقضية المراد أخذ الرأي العام فيها ، وقد تم إنشاء قسم بحوث الرأي العام حرصاً علي أن يتضمن التخصصات كافة في مجال الرأي العام وهي : العلوم السياسية و علم النفس و علم الإحصاء و علم الإجتماع و الإعلام .⁽¹⁾

1-2: تعريف الرأي العام:-

هناك إختلاف كبير بين الكُتاب والمفكرين ورجال السياسة حول تعريف الرأي العام ، وهذا الإختلاف قد يصل أحياناً إلى درجة إنكار وجود الرأي العام وسنعرض هنا طائفة من هذه التعريفات :

يقول الفيلسوف Fyland : الرأي العام ليس رأى الشعب بأكمله بل يصح أن نعتبره رأى طبقة لها الغالبية والقوة بين طبقات الشعب الأخرى .

ويعرف المؤرخ الألماني Ranka : الرأي العام بأنه أقرب تعبير عن الحركات أو التيارات الداخلية غير الظاهرة في الحياة العامة .

أو هو الذي ينتج عن تفاعلات الأفراد في أي شكل من أشكال الجماعه .

أو هو خلاصه آراء مجموعة من الناس أو الرأي الغالب أو الإعتقاد السائد أو إجماع الآراء ، أو الإتيافق الجماعي لدي غالبية فئات الشعب والجمهور تجاه أمر ما ، او ظاهرة ما ، أو موضوع أو قضية من القضايا ، قد تكون إجتماعية أو اقتصادية أو سياسية ذات طابع محلي أو إقليمي أو دولي يدور حوله الجدل . وأن هذا الإجماع له قوة وتأثير علي القضية أو الموضوع الذي يتعلق به .

ونجد أن الرأي العام في مجتمعنا الحديث المعاصر أصبح قوة كبيرة في مجتمعنا الدولي الحديث ، وذلك نتيجة للأوضاع السياسية والإقتصادية والإجتماعية ، لهذا المجتمع ولتقدم العلم والتكنولوجيا وخاصة تكنولوجيا الإتصال .⁽¹⁾

2-2: عناصر الرأي العام:-

1/ التغيرات التي طرأت علي مفاهيم الأفراد والشعوب تجاه القوة الإقتصادية والإجتماعية والسياسية .

2/ التوسع في الحقوق السياسية .

3/ الطفرة التي حدثت في وسائل الإتصال في العصر الحديث .

4/ التطور الهائل في وسائل النقل والمواصلات .

والرأي العام ظاهرة إجتماعية غير مدركة بالجوانب إلا أنه له تأثير كبير في تبديل الواقع وتغيير أنظمة الحكم وعلي الرغم من إختلاف العلماء حول عناصر تكوين الرأي العام ، إلا أن معظمهم قد إتفق علي العناصر التالية :-

1/ المجتمع .

2/ قضية أو مشكلة .

3/ المشاركة .

4/ الهدف .

5/ زمن محدد . (2)

2-3: أهداف الرأي العام:-

يستهدف مسح الرأي العام التعرف على الآراء والأفكار والإتجاهات والمفاهيم والقيم والمعتقدات والإنطابعات والتأثيرات المختلفة لدى مجموعات معينة من الجماهير تبعاً للهدف من إجراء المسح ، ويتحدد حجم ونوعية الجمهور الذي تجرى عليه الدراسة المسحية وفقاً لمجموعة من المعايير :

1- معيار النطاق الجغرافي للجمهور الذي يمكن بمقتضاه تقسيم المسح إلى :

أ- مسح عام يشمل الجماهير في مختلف المحافظات .

ب- مسح محلي يشمل الجماهير في محافظة أو مدينة معينة .

2- معيار نوعية الجمهور يتضمن :

أ- مسح عام أي يشمل مختلف فئات الجماهير .

ب- مسح خاص أي يشمل فئة معين كالأطباء أو المهندسين مثلاً .

ويتداخل معيار النطاق الجغرافي مع معيار نوعية الجمهور بحيث إجراء مسح عام للجمهور العام أو مسح عام للجمهور المحلي كما يمكن إجراء مسح عام لفئة خاصة من الجمهور ومسح محلي لفئة خاصة من الجمهور .

3- معيار الأسلوب الإحصائي المستخدم في تحديد مجتمع الدراسة يشمل :

أ- مسح شامل أي أن تجرى الدراسة فيه على كافة مفردات المجتمع .

ب- مسح بالعينة أي بإختيار عينة ممثلة من مفردات المجتمع لإجراء الدراسة عليها .

4- أسلوب العرض لمناهج المسح يشمل :

أ- المسح الوصفي : يكتفي فيه الباحث بتوصيف الظاهرة موضوع الدراسة دون الدخول في أسبابها .

ب- المسح التفسيري : الذي يشمل الوصف وعرض للأسباب التي أدت إلى ما هو حادث فعلاً ، وما يمكن عمله لتغييره في الإتجاه الصحيح . (3)

4-2: مؤثرات الرأي العام:-

- أ- الأسرة :- وهي المؤثر الأول في تكوين الرأي العام حسب العلاقة الأسرية بين الوالدين وعلاقة الأسرة بالمؤسسات الإجتماعية والتربوية .
- ب- الأحداث والتوارث .
- ت- الزعامة والقيادة .
- ث- وسائل الإتصال :- وهي أدوات ووسائل الإتصال التي تلازمها وتناسبها في مراحلها المختلفة بدءاً من الكتاب المخطوط والإتصال الشفهي مروراً بالراديو والتلفزيون في مرحلة ثورة المعلومات وعصر الرأي العام .
- ج- الإتصال المباشر .
- ح- الوسائل الجماهيرية .

5-2: وظائف الرأي العام:-

- 1/ الوظيفة الرقابية .
- 2/ الترشيح الإجتماعي للحاكمين والمحكومين .
- 3/ مساندة مختلف القواعد الطابطة في المجتمع .
- 4/ الإستنارة المعرفية للجمهور تزيد من مجال التفكير والنقاش .

6-2: أقسام (أنواع) الرأي العام:-

- أ- الراي العام القائد :- يقصد به الفئة المثقفة الواعية التي ينقاد إليها الرأي العام في المجتمع .
- ب- الراي العام المتعلم :- ويتكون من الفئة التي تقرأ وتستوعب المعلومات والآراء وهي فئة وسط تتأثر كثيراً بأراء الفئة الأولى وتنقلها إلي الفئة الثانية .
- ت- الراي العام المنقاد :- ويتكون من السواد الأعظم من الشعب .
- ث- الرأي الديناميكي (النشاط الحركي) :- هو الذي ينشأ عن الرغبة والتعبير والتحدث والترويج أكثر من العادات والتقاليد والأعراف .

1-6-2: التقسيم حسب النظم السياسية المسيطرة علي الحكم في المجتمع الحديث وهنا يتم تقسيم الرأي العام إلي نوعين:-

- أ- رأي عام في الدول الديمقراطية .
- ب- رأي عام باطن أو كامن في الدول التي تفقد الديمقراطية .

2-6-2: التقسيم حسب النطاق الجغرافي:-

وينقسم إلي :

- أ- رأي عام قومي أو وطني :- ينبع عن مواطني دولة واحدة أو وطن واحد ذو حدود جغرافية محددة .

- ب- رأي عام إقليمي :- ويشمل الرأي السائد بين مواطني دول متجاورة جغرافياً في القضايا المشتركة بينهم .
- ت- رأي عام عالمي :- ويشمل الرأي السائد بين مواطني العالم أجمع بالنسبة للقضايا التي تمس مصالح شعوب العالم . (4)

7-2: تكوين الرأي العام:-

إن دراسة الرأي العام تستلزم طبيعة العوامل المؤثرة في تكوينه بصفة عامة ويمكننا القول بأن آراء وميول وأفكار مجموعة معينة تتأثر بعوامل عديدة وأولى هذه العوامل :-

- 1- العوامل الحضارية : لتي لها دور مهماً في تكوين الرأي العام وحضارة الشعب متمثلة في تاريخه وثقافته وعقائده وتقاليده ، وأيديولوجياته يكون لها تأثير في تكوين الرأي العام من خلال تأثيرها في إتجاهات الأفراد .
- 2- العوامل الوراثية والبيئية : التي لها تأثير على آراء الأفراد واتجاهاتهم وبصفة خاصة ما يتعلق منها بالمعتقدات الدينية والقيم الأخلاقية وأداب المعاملة والسلوك وغيرها ، حيث يبرز هنا دور البيئة التي ينشأ فيها الفرد في إطار حياته المبكره ، فالأسره هي خلية المجتمع الأولية التي لها تأثير كبير على نفسية الفرد وشخصيته وبالتالي علي تكوين إطاره الفكري في مراحل حياته الأولى وتشكيل رأيه وإتجاه وإعتقاده .
- وإهتمامنا بالعوامل الواثية كعوامل مؤثره في تكوين آراء الأفراد والإتجاهات لا يجب أن ننسى دور العوامل المكتسبه التي تتمثل في الخبرات التي يكتسبها الفرد بإعتباره إجتماعياً بطبعه من تجاربه في الحياة وتعامله مع الآخرين لها تأثير كبير في تكوين الآراء والإتجاهات .
- 3- الأوضاع الإقتصادية والإجتماعية : لها تأثير كبير على آراء الأفراد وأفكارهم وإتجاهاتهم ، والعوامل التي تعكس هذه الأوضاع تتمثل في دخل الفرد وثقافته ونوع العمل والنوادي التي ينتمي اليها الخ .
- 4- العمر والجنس يؤثران في تكوين وتحديد الرأي العام .
- 5- الإعلام : حيث يمكن الأفراد من إبداء رأيهم بطريقة منطقية في الموضوعات أو القضايا المطروحة ، ولوسائل الإعلام أو الإتصال من تأثير كبير في تكوين الرأي العام يبرز منها الإذاعة والتلفزيون والصحافة وغيرها من الوسائل المؤثره في تكوين إتجاهات الرأي العام من خلال ما تنقله من أخبار ومعلومات وحقائق يسمعها الجمهور فيكون آراء معينة من خلال ما تنشره أو تذيعه هذه الوسائل .

مما تقدم يتضح أن تكوين الرأي العام يحتاج إلى توافر بعض الحريات وضماناتها ، وقد حددتها مواثيق الأمم المتحدة فيما يلي :-

- أ- حرية التفكير والإعتقاد .
- ب- حرية التعبير بكل طرقه وأساليبه .
- ت- حرية تبادل الآراء والأفكار ونشرها .
- ث- حرية الإجتماع والإتصال والتنقل تمكيناً لحرية التعبير وتبادل الآراء . (5)

2-8: قياس الرأي العام:-

ويعد قياس الآراء والمعتقدات والاتجاهات ذو أهمية كبيرة فهو يمكننا من التنبؤ بالسلوك والتحكم فيه. فنحن في حاجة لتحديد دقيق لمعتقدات الفرد وإتجاهاته في مجالات عديدة كالمجال التربوي والمجال الصناعي والمجال الإكلينيكي ومجال العلاقات الإجتماعية وغيرها . إن معظم إستطلاعات الرأي العام يمكن أن تقدم إعلماً مفيداً ، ومعلومات في غاية الأهمية لصناع القرارات في مختلف المستويات وفي شتى المجالات ولئن كانت هنالك بعض الأخطاء في عملية القياس فأنها ليست قاصرة علي المسوحات والإستطلاعات بل أنها موجودة في كل نوع من فروع العلم ، وبالرغم من هذا وذاك فالإستطلاعات ستظل أفضل طريقة لقياس صوت الشعب .

ونجد أن قياسات الرأي العام أحد مظاهر النظام الديمقراطي ودعامة من دعائمه أو مرتكزاً من مرتكزاته وحيث يعد قياسات الرأي العام وإستمراريتها وطبيعة الموضوعات والقضايا التي تتناولها مؤشراً لديمقراطية النظام ، ودليلاً في الوقت ذاته علي مدي حرصه علي الديمقراطية وتمسكه بها . ففي بعض الدول تقدم قياسات الرأي العام أسلوباً من أساليب إتخاذ القرار ، ووسيلة علمية يعبر الجمهور بها عن آرائه ومواقفه وإتجاهاته التي تصل مباشرة عن طريق وسائل الإعلام لمتخذي القرار ، ومن ثم تحد من دور الذين يتحدثون بأسم الجمهور العام أو يطرحون آرائهم علي أنها تعبر عن الرأي العام .

ومن أهمية الدور السياسي التي تقوم به قياسات الرأي العام في الدول الديمقراطية يأتي الإهتمام بها وتواجه بحسم إستطلاعات الرأي العام الزائفة أو المضللة أو المتحيزة ، فهذه الإستطلاعات التي تتجاهل المعايير العلمية وتتغاضي عن القيم الأخلاقية المنظمة للعمل في هذا المجال لا يقتصر خطرها إلي تشويه العمل العلمي في هذا المجال والإساءة إلي العاملين فحسب ، ولكن يمتد تأثيرها الي تهديد العملية الديمقراطية ، وتضليل متخذي القرار من خلال تزيفها لاتجاهات الجماهير ولمواقف الرأي العام .

2-8-1: طرق قياس الرأي العام :

أولاً: طريقة الإستفتاء:-

وهي عبارة عن مجموعة من الإختبارات والطرائق القصد منها الوقوف علي الرأي العام . وتتلخص هذه الطريقة في إختيار عينة من جمهور الرأي العام ، يتم إختيارها بدقة بالغة وتوجه إليه لعدد من الأسئلة التي تحوي موجزاً كاملاً عن المشكلة العامة المراد قياس اتجاهات الرأي العام حيالها ، ويتم سؤال الأفراد إما بتسليمهم إستمارة الإستفتاء شخصياً أو ترسل إليهم بالبريد أو تداع على الجمهور عن طريق أجهزة الإعلام ، وتشرع بعد ذلك في دراسة الإجابات وإستخلاص النتائج عن طريق إحصاءات رياضية أو رسوم بيانية أو غيرها من الطرائق المختلفة .

ويمر الإستفتاء بثلاثة مراحل :-

أ - الخطة العامة : وهي عبارة عن وضع عامة المشكلة المراد قياس الرأي العام حيالها ويتم دراسة هذه المشكلة بعناية فائقة وتوضع الإفتراضات المتنوعة عن إمكانيات تنفيذ خطة

الإستفتاء حسب طبيعة المشكلة ، ثم إختيار أنسب وسيلة للبحث سواء عن طريق وسيلة التسجيل الذاتي وأداتها إستمارة الإستفتاء وهي التي يقوم الفرد بملئها بنفسه للرد على الأسئلة المبينة بها عن المشكلة المطروحة للقياس ، وإما عن طريق وسيلة الأداء الشفهي وأداتها .

ب - تصميم إستمارة الإستفتاء: وهي من أخطر مراحل قياس الرأي العام بطريقة الإستفتاء حيث أن الدقة في إختيار الأسئلة وطريقة إعداد الإستمارة ، وما تتضمنه من بساطة ووضوح ومراعاة نفسية وظروف الأفراد الموجهه إليهم هذه الإستمارة يكون لها أثر كبير في صحة أو عدم صحة النتائج المستخلصة من عملية الإجابات على هذه الأسئلة .

ج - إختيار العينة : يتم إختيار العينة بمراعاة التعداد العام لجمهور الرأي العام وطبيعة هذا الجمهور ، من حيث السن والثقافة والوضع الإقتصادي والإجتماعي وغير ذلك من الإعتبارات حتى تكون العينة ممثلة لكافة فئات جمهور الرأي العام المراد تطبيق الإستفتاء عليه .

من طرق إختيار العينة:-

1/ إختيار العينة بطريقة عشوائية :

لإعطاء الفرصة لجميع الأفراد للتواجد داخل العينة وحتى لا تثار إحتتمالات التدخل في إختيار أفراد العينة .

2/ إختيار العينة بالطريقة الطبقية :

وتصلح في أحيان كثيرة نظراً لعدم تجانس الأفراد في المجتمع ، فهم يتدرجون في طبقات متباينة . ويتم إختيار العينة داخل كل طبقة من طبقات المجتمع بطريقة عشوائية وبذلك يتم ضمان حسن إختيار العينة بكونها ممثلة لكافة طبقات المجتمع المتباينة .

3/ طريقة الحصة :

وتتم بقيام الشخص المكلف بالقياس ، بمقابلة عدد من الأشخاص لهم صفات إجتماعية أو إقتصادية أو سياسية معينة داخل منطقة محدودة من المجتمع ، وتتم هذه المقابلات حتى يتم الحصول على الحصة المطلوبة لكل طبقة من الطبقات وهنا لا تتم المقابلات عشوائياً ، ولكن الشخص المكلف بالقياس يستخدم أي معلومات تجعله ينتهي من الحصة المطلوبة بسرعة .

د - تبويب البيانات: بعد جمع البيانات في إستمارة الإستفتاء ، يتم تبويب هذه البيانات والإجابة بطريقة متجانسة .

هـ - تحليل البيانات والإجابات: في هذه المرحلة يقوم أخصائيو قياس الرأي العام ، بعمليات تحليل للبيانات التي تم تجميعها وتدوين الملاحظات عليها وتفسير نتائجها .

و - إعداد تقرير بالنتائج: يقوم الأخصائيو بعد ذلك بإعداد تقرير نهائي لنتيجة القياس موضحاً به الملاحظات والتوصيات والنتائج التي تم التوصل إليها ، وإتجاهات الرأي العام تجاه المشكلة العامة المطروحة .

ثانياً: طريقة المسح :-

وهي أعم وأشمل من طريقة الإستفتاء لأنها تقوم بقياس الرأي العام الظاهر والكامن (الخفي) الذي لا يعلن عنه جماهير الرأي العام لإعتبارات مثل وجود حاكم تسلطي أو الخوف من الجهر بهذا الرأي .

وتستخدم وسيلتان لقياس الرأي العام عن طريق المسح وهي :

أ/ وسيلة الملاحظة :

وتستخدم هذه الطريقة لقياس الرأي العام عن طريق ملاحظة جمهور الرأي العام للوقوف على آرائهم عن طريق ملاحظة التصرفات السلوكية .
ب/ وسيلة المقابلة :

وتستخدم هذه الطريقة في جمع المعلومات في بحوث الرأي العام وفي الدعاية والعلاقات الاقتصادية والتسويق . وتعني التبادل اللفظي وجهاً لوجه بين القائم بالمقابلة ، وبين الشخص أو الأشخاص المطلوبة معرفة آرائهم .

ثالثاً: طريقة تحليل المضمون :

ويقوم هذا النوع على دراسة وتحليل وقياس اتجاهات الرأي العام بتحليل اتجاهات الصحافة وأجهزة الإعلام المختلفة من صحافة وتلفزيون ووسائل الإتصال الجماهيري المختلفة .

2-8-2: مراحل قياس الرأي العام:-

1- إختيار العينة .

2- تحديد الأسئلة وصياغتها .

3- جمع المعلومات .

4- تبويب النتائج .

5- تحليل النتائج .

6- التوصيات .

فعملية قياس الرأي العام مثلما أشار البرت كانتريل (Albert- Contrail) مثلها مثل السلسلة الحديدية التي تعتمد قوتها علي قوة كل حلقة من حلقاتها بمعنى ان أي قصور في مرحلة من مراحل قياس الرأي العام بشأنها يخل بالعملية كلها ، وعموماً تتركز المشاكل التي تواجه الباحثين أثناء قيامهم بقياسات الرأي العام في نواحي ثلاث هي منهجيات قياس الرأي العام :

1- المفحوص والقائم بالمقابلة .

2- صياغة الأسئلة .

3- إختيار العينة .⁽⁶⁾

9-2: الدراسة الميدانية:-

تعتبر الدراسة الميدانية من أهم الدراسات التي تجرى في مجال قياس الرأي العام ويمكن إجراء الدراسة الميدانية في مجال الرأي العام بعدة أساليب منها :-

المقابلة التي تشكل ركن هاماً في قياس الرأي العام إلى جانب الاستبيان أو الإستمارة ، أو استخدام صحيفة إستقصاء بالمقابلة ، أو بإستخدام صحيفة إستقصاء تسلّم باليد للمبحوث أو تسلّم إليه بالبريد العادي ، أو البريد الإلكتروني عبر الإنترنت ، وكذلك العينات الإحصائية التي تشكل جانب أساسي في الدراسات الميدانية ويعتمد عليها الباحثون في كثير من الأبحاث العلمية والميدانية .

1-9-2: عوامل نجاح الدراسة الميدانية:-

1/ الدقة في تصميم صحيفة الدراسة الميدانية .

2/ تحديد البيانات المطلوب جمعها .

3/ تحديد نوع صحيفة الدراسة الميدانية وهي نوعان :-

- أ- صحيفة ترسل بالبريد العادي أو الألكتروني عبر الأنترنت .
- ب- صحيفة تسلّم باليد للمبحوثين الذي يقوم بالرد علي الأسئلة ولكن من عيوبها تحتاج إلي وقت أطول وجهد أكبر وبأحثين امناء مدربين (7) .

10-2: امثله لعينة من البرامج

1-10-2: مراسي الشوق: (تفاعلات الداخل والخارج):-

فعلي صعيد المنوعات نجد برنامج مراسي الشوق يعتبر أفضل البرامج التلفزيونية التفاعلية علي الفضائية السودانية لأنه إستطاع ان يؤسس نفسه علي شريحة وزن وتمدد وهي شريحة العاملين بالخارج وهي شريحة ذات مواصفات عالية نسبياً فيما يتصل بالمواكبة الإعلامية وإمتلاك الوسائل المستقبلية والقدرة علي التفاعل بواسطة الموقع الإلكتروني او بواسطة أجهزة الإتصالات الجواله ، والتفاعل مع البرنامج هو إحدى مقومات الإعداد في البرامج التفاعلية .

أهدافه:-

- 1- إستطاع أن يرفع من نسبة المشاهدة للشريحة المستهدفة .
- 2- إستطاع أن يوصل بعض قضايا المغتربين المتصلة بالجهات الرسمية .
- 3- إستطاع أن ينقل الصورة الحقيقية لأوضاع المغتربين بحسب تفاوتهم من بيئة إغتراب إلي بيئة أخرى وبحسب أوضاع مغترب الي مغترب آخر .
- 4- إستطاع أن يسهم بقدر وافر في نقل التفاعلات للجالية السودانية في الخارج مع قضايا الوطن الكبري .
- 5- إستطاع أن يقدم أبناء لايعرفون عن أبائهم شيئاً .

6- إستطاع أن يجتهد في الخروج عن النمط التقليدي في مثل هذه البرامج التفاعلية فهو لا يكتفي بتلقي إتصالات فقط ، إنما ينتقل بالكاميرا وفريق العمل لنقل الواقع مكتملا من مكان الإغتراب مباشراً .

عيوب البرنامج :-

- 1- رهن البرنامج نفسه لنمط معين وطريقة معينة والمطلوب منه أن يجدد في نمطه وطريقة الإعداد والتقديم فمثلا هناك فرص لتحليل أوضاع المغتربين من حيث أوضاعهم المهنية ومن حيث أوضاع الاجور وفرصة لمقابلات مع أصحاب العمل .
 - 2- أهمل الي حد كبير شريحة الشباب وشريحة الأطفال من كون الإنسان سيتشكل خارج بيئته الأم ووطنه الأصل ، فما هي إنعكاسات ذلك؟
 - 3- أهمل الأوضاع المعنوية الصعبة التي يعيشها طرفا الأسرة في حالة بقاء الأب مغترباً ورجوع الأم مع أبنائها إلي الوطن وهي حالات كثيرة جداً .
 - 4- أهمل الرموز الثقافية الكبيرة خارج الوطن .
- عدد مرات بثه حيث يبث يوم الجمعة من كل أسبوع عند الساعة 11:00 مساءً لمدة 60 دقيقة وموضوعه الرئيسي هو موضوع إجتماعي .

2-10-2: بيتنا:-

هو برنامج إجتماعي سري خدمي ثقافي تعليمي يحاول صناعة السودانية علي شاشة التلفزيون القومي كما هي دون تكلف ولا تصنع ولا تعالي .

أهدافه :-

- 1- مخاطبة قضايا الأسرة وتكامل أدوارهم .
- 2- التعرف بجهود الدولة في حماية الأسرة .
- 3- التثقيف الدعوي والنفسي والإجتماعي .
- 4- عرض نماذج للمهارات وتشجيع الهوايات .
- 5- مساندة ودعم الفئات المدعومة .
- 6- عرض فرص العمل المعلن عنها .
- 7- عرض القوانين والقرارات الإجتماعية التي تهم الأسرة
- 8- المطالبة برفع مستوى الخدمات المقدمة للمواطن السوداني .
- 9- التعريف بالنتائج السالبة لتجاهل الأباء لأبنائهم .

الموضوعات الرئيسية :-

ثقافية - تعليمية - إقتصادية - إجتماعية . وضيوف الحلقة متعددون .

الفكرة :-

تقوم فكرة البرنامج علي الآتي:

- 1- يبث يومياً عدا الجمعة من الساعة الثالثة ظهراً وحتى الخامسة مساءً علي الهواء مباشراً .

- 2- الحلقة الواحدة لاتحوي موضوعاً عاماً واحداً وكذلك تحوي فقرات أخرى مستقلة ذات طابع خاص مواكبة لمستجدات اليوم في كل المجالات .
- 3- يتبادل في إدارة النقاش كل يوم احد خبراء او نجوم المجتمع . (8)

11-2: توزيع مربع كاي :-

يطلق عليه إختبار كاي المربع أي إختبار فرضيات إحصائي يكون فيه توزيع عينات إحصائيات الإختبار هو توزيع لمربع كاي عندما تكون فرضية العدم صحيحة ، بمعنى أن توزيع العينة يمكن أن تجري وفقاً لأقرب توزيع لمربع كاي بالقرب المراد لجعل حجم العينة كبير بما فيه الكفاية .

وأحياناً يطلق عليه إحصاء حسن المطابقة أو الجودة حيث يقيس الفروقات بين عدد مرات تكرار ظهور المشاهدة وعدد مرات تكرار الظهور المتوقع الذي يتنبأ به الفرض الصفري ويعطى بالعلاقة :-

$$\chi^2 = \frac{\sum(O_i - E_i)^2}{E_i}$$

ويجب تحديد قيمة معينة إذا وقع الإحصاء χ^2 أكبر منها سيمكننا إستنتاج أن الغرض غير صحيح وإذا وقع أقل منها فيمكننا القول أن الغرض صحيح .

ولا يحتاج مربع كاي إلي مقياس فترة أو معايير للمقاييس الترتيبية بالرغم من إمكانية تطبيقه علي البيانات المعالجة بهذه المقاييس .

وهو يسمح بإختيار العلاقة بين مجتمع الدراسة موضوع البحث وفي حالة كون النتائج في حالة كون نسب مئوية فيجب تحويلها إلي تكرارات ، ونجد في علم الإحصاء ونظرية الإحتمالات تم تعريفه علي أنه توزيع إحتمال ويعتمد حساب القيمة الإحتمالية علي حسب القيمة الإحصائية المحسوبة .

وبالنسبة للمعنوية فإذا كان المقصود وجود علاقة معنوية (في حالة إستخدام χ^2 للإستقلالية) فيمكننا المقارنة بالقيمة (0.05 أو 0.01) فإذا كانت القيمة الإحتمالية اصغر من أو تساوي المعنوية ترفض فرضية العدم فهذا يعني وجود علاقة ذات دلالة إحصائية .

خصائص توزيع كاي :-

1. أنه توزيع غير متمائل .
2. أنه توزيع غير معرف في الجزء السالب من المستوي .
3. توزيع يبدأ من الصفر وينتهي بما لانهاية .

إستخدامات توزيع كاي :-

1. إختبار فيما اذا كان تباين المجتمع طبيعي مساوياً لقيمة معطاه .
2. إختبار حسن المطابقة أي إختبار الفرضيات الفائلة أن قياس عينة عشوائية قد سحبت من مجتمع ذو توزيع إحتمالي معين .
3. إختبار الإستقلالية بين الصفات .
4. إختبار تجانس عدة تقديرات مستقلة لتباين المجتمع .

5. إختبار تجانس عدة تقديرات مستقلة لمعامل الارتباط في المجتمع .
6. إختبار وجود إزدواج خطي بين المتغيرات المستقلة في نموذج الإنحدار الخطي المتعدد
7. بناء حدود ثقة تباين المجتمع .⁽⁹⁾

2-12: مستوى المعنوية:-

تسمى بالدلالة الإحصائية أو المغزي الإحصائي أو المعنوي وهي وصف توصف بها نتيجة لتجربة أجريت عندما تكون القيمة الإحصائية أقل من مستوى الدلالة عند القيام بإجراء علمي فإنه غالباً ما يتم إختبار مستوى الدلالة قبل جمع البيانات وعادة مايكون هذا المستوى 0.05 أي (5%) يمكن أيضا استخدام مستوى دلالة اخري مثل 0.01 وذلك حسب مجال الإختصاص والإستخدام .

كثير من الباحثين ما يستخدم الدلالة الإحصائية في دراسته أو بحثه دون أن يكون له إدراك حقيقي للمعني الذي نقصده بمستوي الدلالة المعنوية والذي يرمز له في الإحصاء ب ألفا (α). حيث تستخدم دائما في إختبارات الفرضيات حيث لاتوجد فرضية تخلو من مستوى المعنوية ، ونجد أن الدالة الإحصائية (مستوي المعنوية) هي قيمة إحتمالية .
مثلاً :-

عندما يريد أي جراح أن يجري عملية ما فإنه يشير إلي أهل المريض بقوله إننا نريد أن نعاين الحالة فإذا كان إحتمال الفشل لدينا أكثر من 15% فإننا لن نجري العملية ولكن اذا كان معدل الفشل أقل من 15% فإننا سوف نجري هذه العملية .
أي أن إجراء وعدم إجراء العملية مرتبط بقيمة معنوية وهي 15% مثلاً ، وكتطبيق علي هذا المثال إستخدم الإحصائيون مستوى الدلالة او القيمة الإحصائية أو المعنوية وهي قيمة إحتمالية ما لمحاكاة نتيجة أي دراسة يقوم الباحثون بتطبيقها .

وعندما نقول هذا دال عند مستوى 0.05 فإن هذا يعني إننا لو أعدنا هذا البحث أو هذا الإختبار مئة مره فإننا نحصل علي نفس النتيجة خمسة وتسعون مرة وسوف تكون نسبة الخطأ في أن نحصل علي نتيجة مختلفة هو خمسة مرات من أصل المئة أي (0.05) .
وكذلك بالمثل لمستوي الدلالة 0.01 فإنه يعني إننا نحصل علي نفس النتيجة 99 مرة من أصل 100 مرة التي اعيدت فيها التجربة أو الإختبار ، بينما نسبة الخطأ تقل بكثير لتكون مرة واحدة فقط في كل مئة مرة .

وهو أقصي إحتمال يمكن تحمله من الخطأ الأول وتعرف أيضا إحتمال رفض فرضية العدم بينما هو صحيح في الواقع .
يوجد نوعان من مستوى الدلالة :-

- 1- الإسمي : ومعروف بألفا (α) ويحدد قبل إجراء الدراسة .
- 2- الحقيقي : وهو إحتمال الفشل المحسوب من بيانات العينة فإذا كان أقل من الإسمي فترفض الفرضية الصفرية وإلا الباحث فشل في رفض الفرضية الصفرية أو عدم قبول الفرضية البديلة .⁽¹⁰⁾

التحليل والمناقشة

0-3: تمهيد:

تناولنا في هذا البحث وصفاً للطريقة والإجراءات التي أتبعنا في تنفيذ هذه الدراسة ، يشمل ذلك وصفاً لمجتمع الدراسة وعينته ، والإجراءات التي إتخذنا للتأكد من صدقها وثباتها وكفاية حجم العينة المأخوذة ، والطريقة التي أتبعنا لتطبيقها ، والمعالجات الإحصائية التي تم بموجبها تحليل البيانات وإستخراج النتائج كما يشمل البحث تحديداً ووصفاً لمنهج الدراسة.

أولاً: مجتمع الدراسة:-

يقصد بمجتمع الدراسة المجموعة الكلية من العناصر التي يسعى الباحث أن يعمم عليها النتائج ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة. يتكون مجتمع الدراسة الأصلي من جميع مشاهدي التلفزيون القومي.

أما عينة الدراسة فقد تم سحبها بطريقة عشوائية من مجتمع الدراسة. حيث تم توزيع عدد (150) إستبانة على المستهدفين و تم استطلاع رأي (116) شخص منهم.

إختبار كفاية العينة:-

تم إختبار حجم العينة بإستخدام إختبار (Kaiser-Meyer-Olkin) وإختصاراً ب (KMO) وكانت النتيجة قريبة من الواحد الصحيح وتساوي (0.79) مما يدل على كفاية حجم العينة المأخوذة من مجتمع الدراسة .

الثبات والصدق الإحصائي:-

يقصد بثبات الإختبار أن يعطي المقياس نفس النتائج إذا ما أستخدم أكثر من مرة واحدة تحت ظروف مماثلة. كما يعرف الثبات أيضاً بأنه مدى الدقة والإتساق للقياسات التي يتم الحصول عليها مما يقيسه الإختبار.

أما الصدق فهو مقياس يستخدم لمعرفة درجة صدق المبحوثين من خلال إجاباتهم على مقياس معين ، ويحسب الصدق بطرق عديدة أسهلها كونه يمثل الجذر التربيعي لمعامل الثبات وتتراوح قيمة كل من الصدق والثبات بين الصفر والواحد الصحيح .

$$\text{الصدق} = \sqrt{\text{الثبات}}$$

وتم حساب معامل ثبات المقياس المستخدم في الإستبانة عن طريق معادلة ألفا- كرونباخ

وكانت النتيجة كما في الجدول الآتي :

الجدول رقم (1-3)

الثبات والصدق الإحصائي لإجابات أفراد العينة على الإستبيان

جميع العبارات	معامل الثبات	معامل الصدق الذاتي
	0.840	0.91

المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج، SPSS، 2016

يتضح من نتائج الجدول رقم (3-1) أن معاملي الثبات والصدق لإجابات أفراد الدراسة على العبارات المتعلقة بفرضيات الدراسة تدل على أن إستبانة الدراسة تتصف بالثبات والصدق الكبيرين بما يحقق أغراض الدراسة ويجعل التحليل الإحصائي سليماً ومقبولاً.

وللخروج بنتائج دقيقة قدر الإمكان حرصنا على تنوع عينة الدراسة من حيث شملها على الآتي:

1- الأفراد من مختلف الجنس.

2- الأفراد من مختلف الأعمار.

فيما يلي وصفاً لأفراد الدراسة وفقاً للمتغيرات أعلاه (خصائص المبحوثين):

1-النوع:

الجدول رقم (3-2)

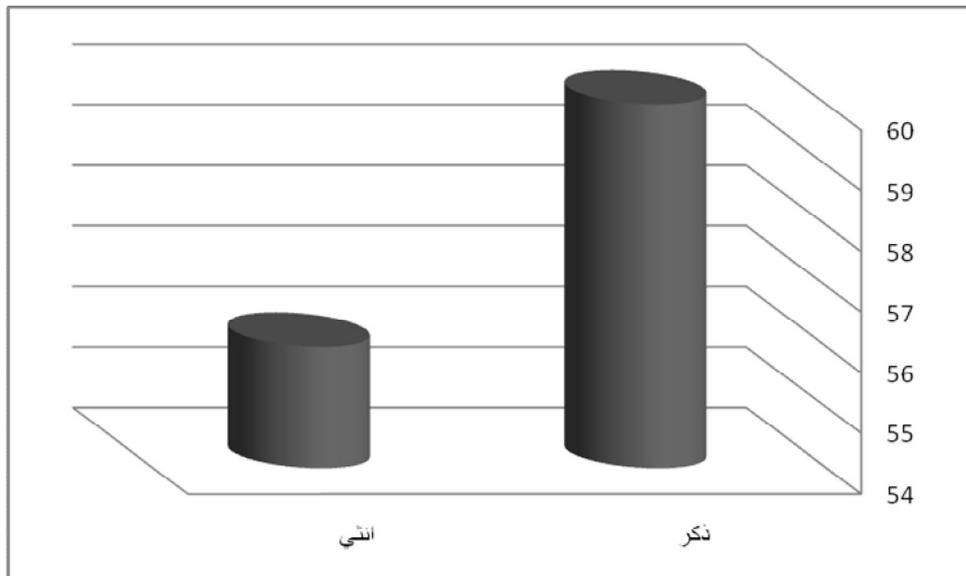
جدول تكراري يوضح النوع لأفراد عينة الدراسة

النوع	العدد	النسبة %
ذكر	60	51.7
أنثي	56	48.3
المجموع	116	100

المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج، SPSS، 2016

الشكل رقم (3-1)

شكل يوضح النوع لأفراد عينة الدراسة



المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج، Excel، 2016

من الجدول رقم (2-3) والشكل رقم (1-3) نلاحظ أن 60 فرداً وبنسبة 51.7% من الذكور في حين أن 56 فرداً وبنسبة 48.3% من الإناث، مما سبق نلاحظ أن العينتين متقاربتين بدرجة كبيرة مما يعطي الفرصة للجنسين للإدلاء بأرائهم حتي لا يكون هنالك تحيز لجنس دون الآخر .

2- العمر:

الجدول رقم (3-3)

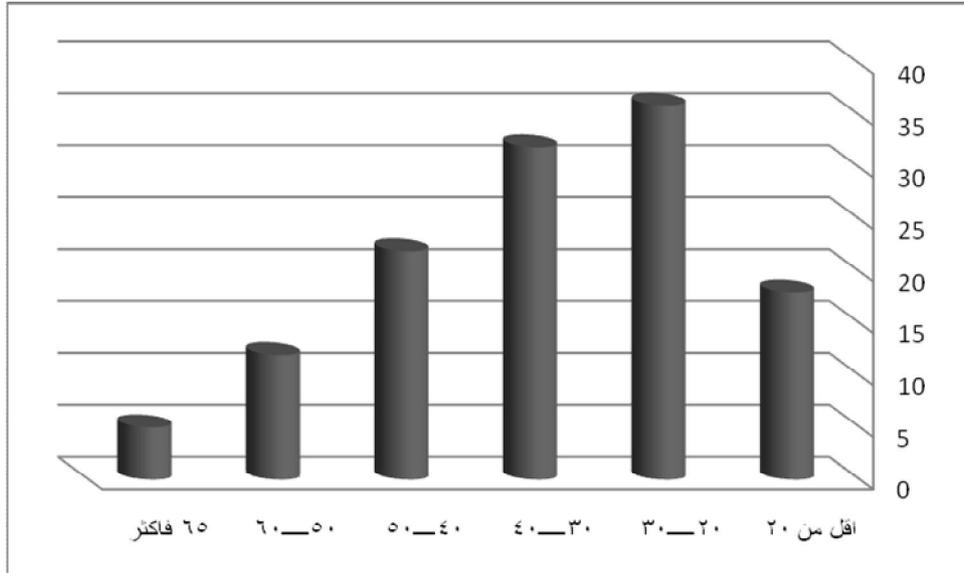
جدول تكراري يوضح العمر لأفراد عينة الدراسة

العمر	العدد	النسبة %
أقل من 20	18	15.5
20—30	36	31.0
30—40	32	19.8
40—50	22	19.0
50—60	12	10.3
65 فأكثر	5	4.3
المجموع	116	100.0

المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج، SPSS، 2016

الشكل رقم (2-3)

شكل يوضح العمر لأفراد عينة الدراسة



المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج، Excel، 2016

من الجدول رقم (3-3) والشكل رقم (2-3) نلاحظ أن 18 فرداً وبنسبه 15.5% أعمارهم أقل من 20 سنة في حين أن 36 فرداً وبنسبة 31% أعمارهم تتراوح ما بين 20 – 30 سنة، أما 32

فرداً وبنسبة 19.8% تتراوح أعمارهم ما بين 30 – 40 سنة، و 22 فرداً وبنسبة 19% تتراوح أعمارهم ما بين 40 – 50 سنة، 15 فرداً وبنسبة 10.3% أعمارهم تتراوح ما بين 50 – 60 سنة أما 5 أفراد وبنسبة 4.3% أعمارهم أكثر من 65 سنة.

ثانياً: الأساليب الإحصائية المستخدمة :-

لتحقيق أهداف الدراسة و للتحقق من فرضياتها ، تم إستخدام الأساليب الإحصائية الآتية :

- 1- التوزيع التكرارى للإجابات.
 - 2- الأشكال البيانية.
 - 3- النسب المئوية.
 - 4- الوسيط.
 - 5- إختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين الإجابات .
- للحصول على نتائج دقيقة قدر الإمكان ، تم إستخدام البرنامج الإحصائى SPSS و الذى يشير إلتصاراً إلى الحزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية **Statistical Package for Social Sciences**.

ثالثاً: إختبار صحة فرضية الدراسة:-

للإجابة على تساؤلات الدراسة و التحقق من فرضيتها تم حساب الوسيط لكل عبارة من عبارات الإستبيان و التى تبين آراء أفراد الدراسة ، حيث تم إعطاء الدرجة (5) كوزن لكل إجابة أوافق بشدة "، و الدرجة (4) كوزن لكل إجابة "أوافق"، و الدرجة (3) كوزن لكل إجابة " محايد " و الدرجة (2) كوزن لكل إجابة "لاأوافق"، و الدرجة (1) كوزن لكل إجابة " لاأوافق بشدة". ولمعرفة إتجاه الإستجابة فإنه يتم حساب الوسيط .

إن كل ما سبق ذكره و حسب متطلبات التحليل الإحصائى هو تحويل المتغيرات الإسمية الى متغيرات كمية ، و بعد ذلك تم إستخدام إختبار مربع كاي لمعرفة دلالة الفروقات فى إجابات أفراد الدراسة على عبارات فرضية الدراسة .

1-3: عرض ومناقشة نتائج الدراسة:-

الفرضية الأولى :-

(توجد أفضلية واضحة من قبل المشاهدين لمشاهدة البرامج التي تقدمها القناة القومية)
1/ معظم المشاهدين يفضلون مشاهدة القناة القومية لما تقدمه من جديد ومبتكر مقارنة بالقنوات الأخرى :

الجدول رقم (3-4)

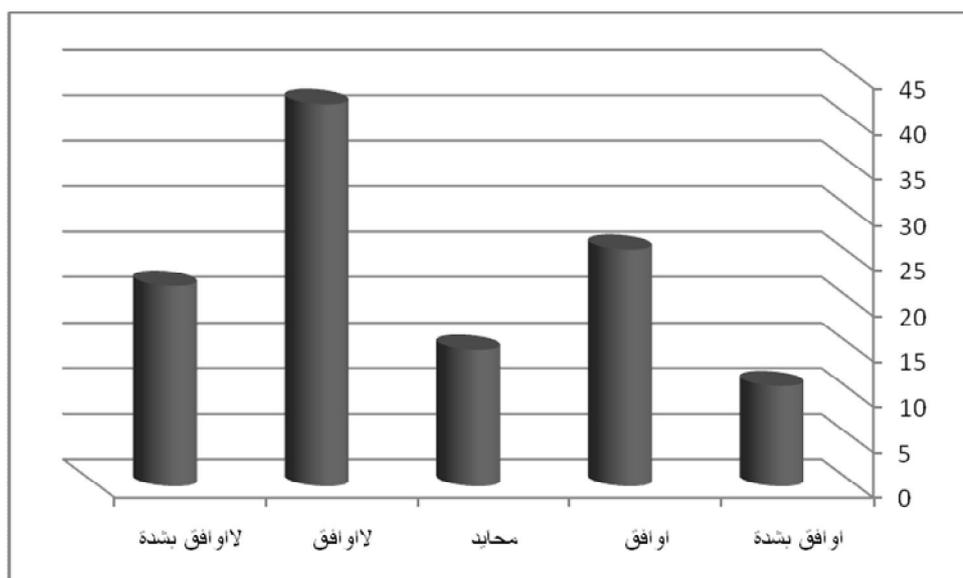
جدول تكراري يوضح معظم المشاهدين يفضلون مشاهدة القناة القومية لما تقدمه من جديد ومبتكر مقارنة بالقنوات الأخرى

الإجابة	العدد	النسبة %
أوافق بشدة	11	9.5
أوافق	26	22.4
محايد	15	12.9
لاأوافق	42	36.2
لاأوافق بشدة	22	19.0
المجموع	116	100.0

المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج، SPSS، 2016

الشكل رقم (3-3)

شكل يوضح معظم المشاهدين يفضلون مشاهدة القناة القومية لما تقدمه من جديد ومبتكر مقارنة بالقنوات الأخرى



المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج، Excel، 2016

من الجدول رقم (3-4) والشكل رقم (3-3) نلاحظ أن 11 فرداً وبنسبه 9.5% أجابوا بأنهم يوافقون بشدة علي العبارة في حين أن 26 فردا وبنسبة 22.4% أجابوا بأنهم يوافقون، اما 15 فرداً وبنسبة 12.9% أجابوا بأنهم محايدون ، و 42 فرداً وبنسبة 36.2% أجابوا بأنهم لا يوافقون ، أما 22 فرداً وبنسبة 19% أجابوا بأنهم لا يوافقون بشدة علي أن معظم المشاهدين يفضلون مشاهدة القناة القومية لما تقدمه من جديد ومبتكر مقارنة بالقنوات الأخرى .

2/ البرامج التي يقدمها التلفزيون القومي في مجملها ممتازة وهادفه

الجدول رقم (3-5)

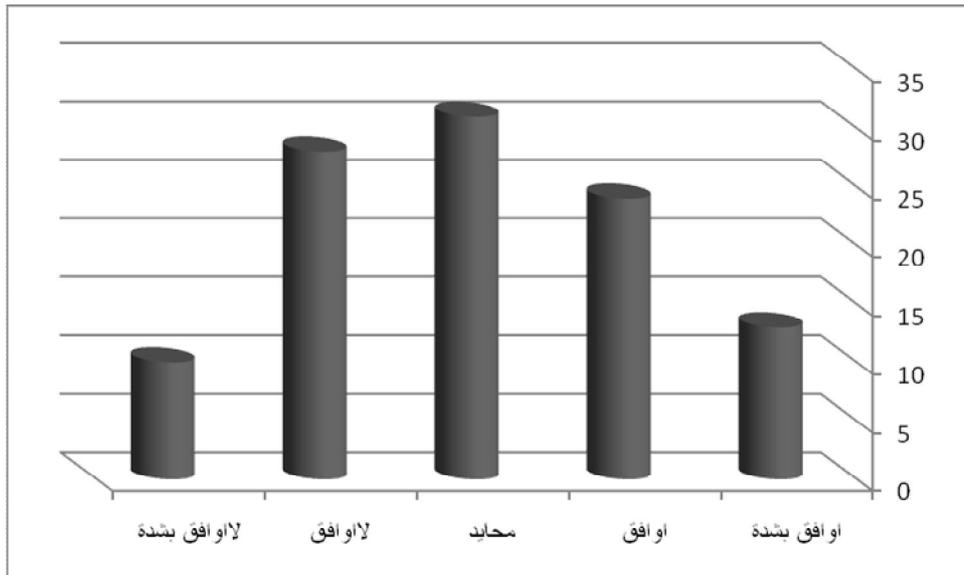
جدول تكراري يوضح البرامج التي يقدمها التلفزيون القومي في مجملها ممتازة وهادفه

الإجابة	العدد	النسبة %
أوافق بشدة	13	11.2
أوافق	24	29.3
محايد	31	26.7
لا أوافق	28	24.1
لا أوافق بشدة	10	8.6
المجموع	116	100.0

المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج، SPSS، 2016

الشكل رقم (3-4)

شكل يوضح البرامج التي يقدمها التلفزيون القومي في مجملها ممتازة وهادفه



المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج، Excel، 2016

من الجدول رقم (3-5) والشكل رقم (3-4) نلاحظ أن 13 فرداً وبنسبه 11.2% أجابوا بأنهم يوافقون بشدة علي العبارة في حين أن 24 فرداً وبنسبة 29.3% أجابوا بأنهم يوافقون ، أما 31 فرداً وبنسبة 26.7% أجابوا بأنهم محايدون ، و28 فرداً وبنسبة 24.1% أجابوا بأنهم لا يوافقون ، أما 10 فرداً وبنسبة 8.6% أجابوا بأنهم لا يوافقون بشدة علي أن البرامج التي يقدمها التلفزيون القومي في مجملها ممتازة وهادفه .

3/ معظم الأوقات أميل إلي الإستمتاع ومشاهدة القناة القومية :

الجدول رقم (3-6)

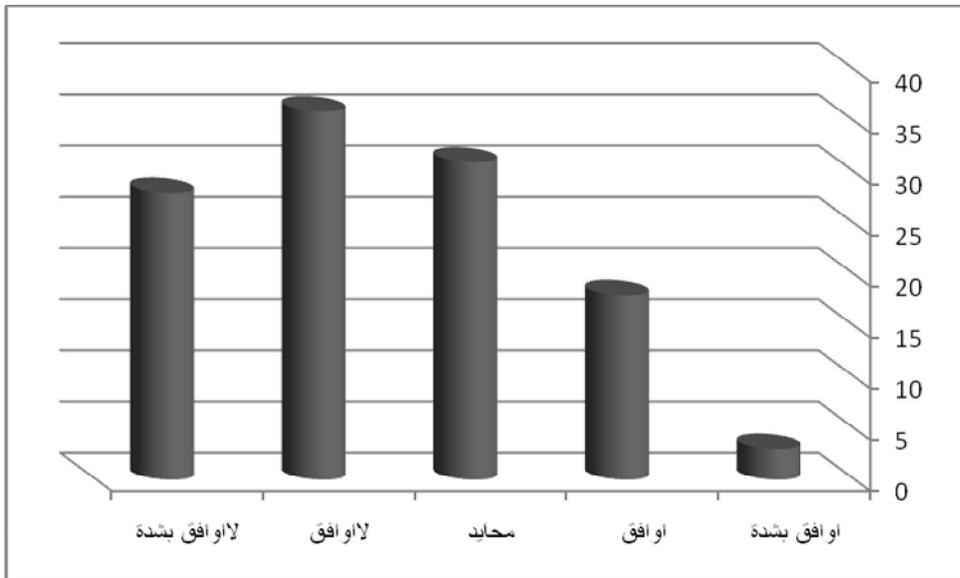
جدول تكراري يوضح معظم الأوقات أميل إلي الإستمتاع ومشاهدة القناة القومية

الإجابة	العدد	النسبة %
أوافق بشدة	3	2.6
أوافق	18	15.5
محايد	31	26.7
لا أوافق	36	31.0
لا أوافق بشدة	28	24.1
المجموع	116	100.0

المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج، SPSS، 2016

الشكل رقم (3-5)

شكل يوضح معظم الأوقات أميل إلي الإستمتاع ومشاهدة البرامج التي تقدمها القناة القومية



المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج، Excel، 2016

من الجدول رقم (3-6) والشكل رقم (3-5) نلاحظ أن 3 فرداً وبنسبه 2.6% أجابوا بأنهم يوافقون بشدة علي العبارة في حين أن 18 فرداً وبنسبة 15.5% أجابوا بأنهم يوافقون ، أما 31 فرداً وبنسبة 26.7% أجابوا بأنهم محايدون ، و36 فرداً وبنسبة 31% أجابوا بأنهم لا يوافقون ،

أما 28 فرداً وبنسبة 24.1% أجابوا بأنهم لا يوافقون بشدة علي أن معظم الأوقات أميل إلي الإستمتاع ومشاهدة البرامج التي تقدمها القناة القومية .
النتائج أعلاه لا تعنى أن جميع المبحوثين متفقون على ذلك ، و لإختبار وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين أعداد (أوافق بشدة ، أوافق ، محايد ، لاأوافق ، لاأوافق بشدة) للنتائج أعلاه تم إستخدام إختبار مربع كاي لدلالة الفروق بين الإجابات على كل عبارة من عبارات الدراسة في الفرضية الأولى ، الجدول رقم (3-7) يلخص نتائج الإختبار لهذه العبارات:

الجدول رقم (3-7)

جدول يوضح نتيجة إختبار مربع كاي لعبارات الفرضية الأولى

الرقم	العبارة	قيمة مربع كاي	القيمة الاحتمالية	قيمة الوسيط	تفسير الوسيط
1	معظم المشاهدين يفضلون مشاهدة القناة القومية لما تقدمه من جديد ومبتكر	24.948	0.000	2	لأوافق
2	البرامج التي يقدمها التلفزيون القومي في مجملها ممتازة وهادفة	20.638	0.000	3	محايد
3	معظم الأوقات أميل إلي الإستمتاع ومشاهدة القناة القومية	29.431	0.000	2	لأوافق
	مجمل الفرضية	48.236	0.000	3	محايد

المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج SPSS، 2016

يمكن تفسير نتائج الجدول أعلاه كالآتي:

- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروقات بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة أن معظم المشاهدين يفضلون مشاهدة القناة القومية لما تقدمه من جديد ومبتكر (24.948) وبقية احتمالية (0.000) وهي أقل من قيمة مستوي المعنوية (5%) وإعتياداً على ما ورد في الجدول رقم (3-4) فإن ذلك يشير إلى وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين أجابات أفراد الدراسة ولصالح الذين لا يوافقون علي أن معظم المشاهدين يفضلون مشاهدة القناة القومية لما تقدمه من جديد ومبتكر.
- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروقات بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة أن البرامج التي يقدمها التلفزيون القومي في مجملها ممتازة وهادفة (20.638) وبقية احتمالية (0.000) وهي أقل من قيمة مستوي المعنوية (5%) وإعتياداً على ما ورد في الجدول رقم (3-5) فإن ذلك يشير إلى وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد الدراسة ولصالح المحايدين علي أن البرامج التي يقدمها التلفزيون القومي في مجملها ممتازة وهادفة.

- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروقات بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة أن معظم الأوقات أميل إلي الإستمتاع ومشاهدة القناة القومية (29.431) وبقية احتمالية (0.000) وهي أقل من قيمة مستوي المعنوية (5%) وإتماداً على ما ورد في الجدول رقم (3-6) فإن ذلك يشير إلى وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد الدراسة ولصالح الذين لا يوافقون علي أن معظم الأوقات أميل إلي الإستمتاع ومشاهدة القناة القومية .
- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروق بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بجميع عبارات الفرضية توجد أفضلية واضحة من قبل المشاهدين لمشاهدة البرامج التي تقدمها القناة القومية (48.236) بقيمة إحصائية (0.000) وهي أقل من قيمة مستوي المعنوية (5%) فإن ذلك يشير إلى وجود فروقات ولصالح المحايدون علي ما جاء بالفرضية توجد أفضلية واضحة من قبل المشاهدين لمشاهدة البرامج التي تقدمها القناة القومية .

الفرضية الثانية:-

(تعتبر البرامج الدينية و الإجتماعية و السياسية من أكثر البرامج مشاهدة)

1/ تأتي البرامج الدينية في المرتبة الأولى من حيث البرامج الأكثر مشاهدة بالتلفزيون القومي:-

الجدول رقم (3-8)

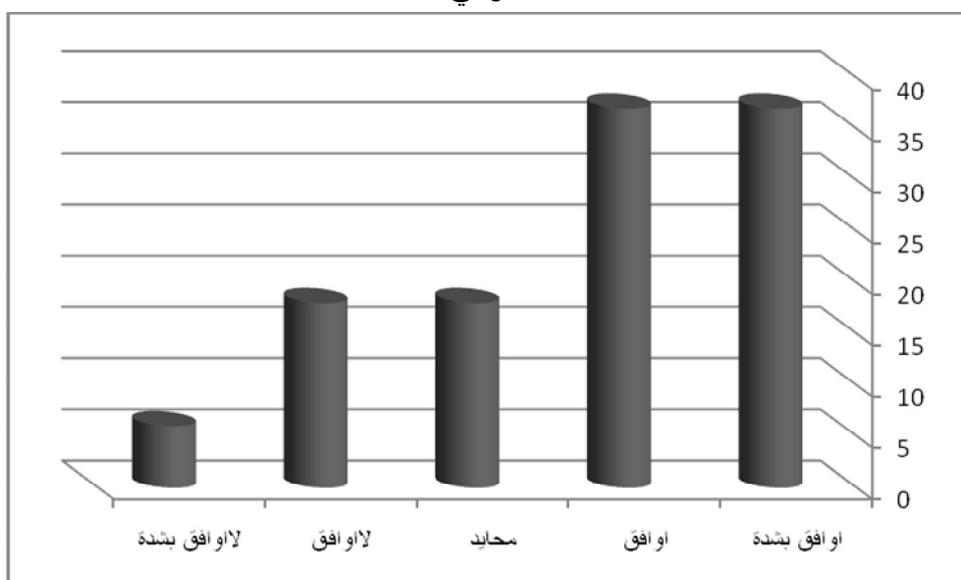
جدول تكراري يوضح البرامج الدينية في المرتبة الأولى من حيث البرامج الأكثر مشاهدة بالتلفزيون القومي

الإجابة	العدد	النسبة %
أوافق بشدة	37	31.9
أوافق	37	31.9
محايد	18	15.5
لاأوافق	18	15.5
لاأوافق بشدة	6	5.2
المجموع	116	100.0

المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج، SPSS، 2016

الشكل رقم (3-6)

شكل يوضح البرامج الدينية في المرتبة الأولى من حيث البرامج الأكثر مشاهدة بالتلفزيون القومي



المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج، Excel، 2016

من الجدول رقم (3-8) والشكل رقم (3-6) نلاحظ أن 37 فرداً بنسبه 31.9% أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على العبارة في حين أن 37 فرداً وبنسبة 31.9% أجابوا بأنهم يوافقون ، أما 18 فرداً وبنسبة 15.5% أجابوا بأنهم محايدون ، و 18 فرداً وبنسبة 15.5% أجابوا بأنهم لاوافقون،أما 6 فرداً وبنسبة 5.2% أجابوا بأنهم لاوافقون بشدة على أن البرامج الدينية في المرتبة الأولى من حيث البرامج الأكثر مشاهدة بالتلفزيون القومي .

2/ البرامج الإجتماعية هي الأكثر مشاهدة من باقي البرامج الأخرى:

الجدول رقم (9-3)

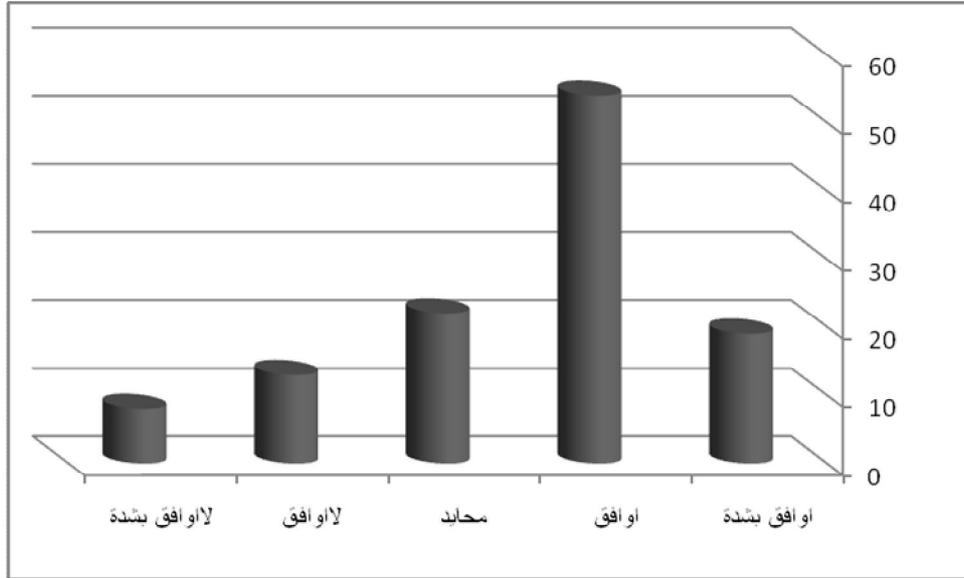
جدول تكراري يوضح البرامج الإجتماعية هي الأكثر مشاهدة من باقي البرامج الأخرى

الإجابة	العدد	النسبة %
أوافق بشدة	19	16.4
أوافق	54	46.6
محايد	22	19.0
لاأوافق	13	11.2
لاأوافق بشدة	8	6.9
المجموع	116	100.0

المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج، SPSS، 2016

الشكل رقم (7-3)

يوضح البرامج الإجتماعية هي الأكثر مشاهدة من باقي البرامج الأخرى



المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج، Excel، 2016

من الجدول رقم (9-3) والشكل رقم (7-3) نلاحظ أن 19 فرداً وبنسبة 16.4% أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على العبارة في حين أن 54 فرداً وبنسبة 46.6% أجابوا بأنهم يوافقون ، أما 22 فرداً وبنسبة 19% أجابوا بأنهم محايدون ، و13 فرداً وبنسبة 11.2% أجابوا بأنهم لا يوافقون ، أما 8 فرداً وبنسبة 6.9% أجابوا بأنهم لا يوافقون بشدة على أن البرامج الإجتماعية هي الأكثر مشاهدة من باقي البرامج الأخرى .

3/ البرامج الرياضية تسيطر علي شاشة التلفزيون القومي وتشغل شريحة كبيرة من المشاهدين:-

الجدول رقم (10-3)

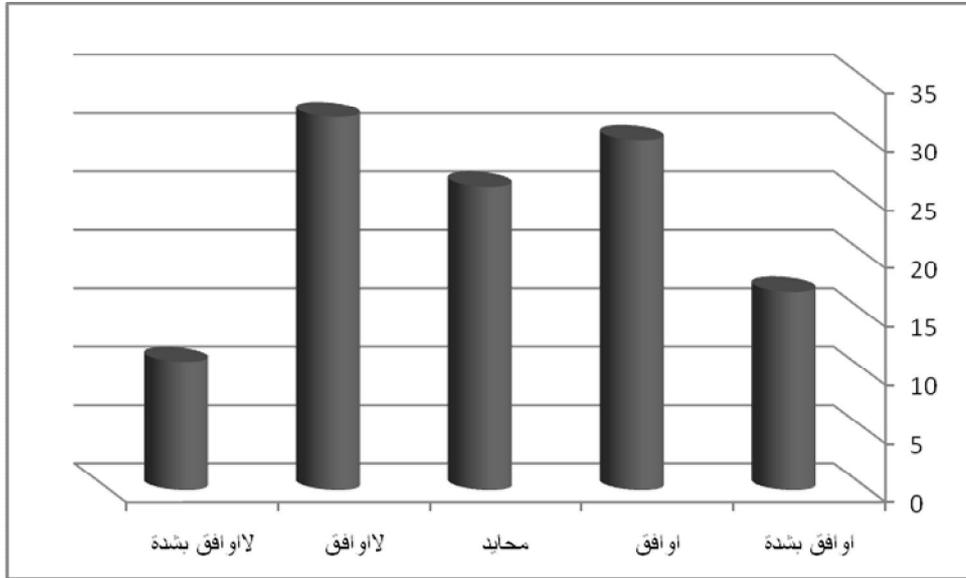
جدول تكراري يوضح برامج الرياضية تسيطر علي شاشة التلفزيون القومي وتشغل شريحة كبيرة من المشاهدين

الإجابة	العدد	النسبة %
أوافق بشدة	17	14.7
أوافق	30	25.9
محايد	26	22.4
لاأوافق	32	27.6
لاأوافق بشدة	11	9.5
المجموع	116	100.0

المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج، SPSS، 2016

الشكل رقم (8-3)

شكل يوضح البرامج الرياضية تسيطر علي شاشة التلفزيون القومي وتشغل شريحة كبيرة من المشاهدين



المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج، Excel، 2016

من الجدول رقم (10-3) والشكل رقم (8-3) نلاحظ أن 17 فرداً وبنسبه 14.7% أجابوا بأنهم يوافقون بشدة علي العبارة في حين أن 30 فرداً وبنسبة 25.9% أجابوا بأنهم يوافقون ، أما 26 فرداً وبنسبة 22.4% أجابوا بأنهم محايدون ، و32 فرداً وبنسبة 27.6% أجابوا بأنهم لا يوافقون

، أما 11 فرداً وبنسبة 9.5% أجابوا بأنهم لا يوافقون بشدة على أن البرامج الرياضية تسيطر على شاشة التلفزيون القومي وتشغل شريحة كبيرة من المشاهدين .

4/ البرامج السياسية العامل الأساسي الذي من أجله تم إنشاء التلفزيون القومي :-

الجدول رقم (11-3)

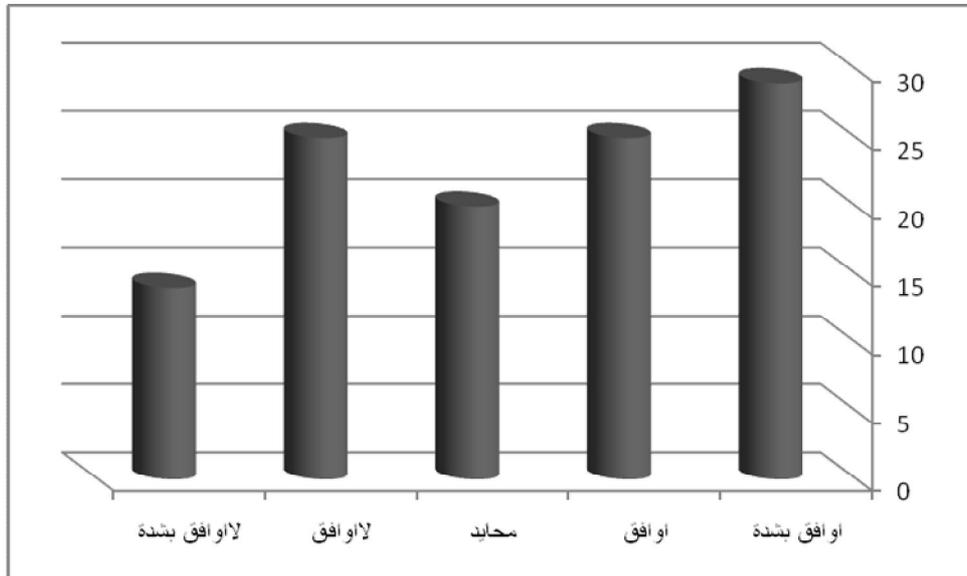
جدول تكراري يوضح تعتبر البرامج السياسية العامل الأساسي الذي من أجله تم إنشاء التلفزيون القومي

الإجابة	العدد	النسبة %
أوافق بشدة	29	25.0
أوافق	25	21.6
محايد	20	14.2
لا أوافق	25	21.6
لا أوافق بشدة	14	14.7
المجموع	116	100.0

المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج، SPSS، 2016

الشكل رقم (9-3)

يوضح تعتبر البرامج السياسية العامل الأساسي الذي من أجله تم إنشاء التلفزيون القومي



المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج، Excel، 2016

من الجدول رقم (11-3) الشكل رقم (9-3) نلاحظ أن 29 فرداً وبنسبة 25% أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على العبارة في حين أن 25 فرداً وبنسبة 21.6% أجابوا بأنهم يوافقون ، أما 20 فرداً وبنسبة 14.2% أجابوا بأنهم محايدون ، و25 فرداً وبنسبة 21.6% أجابوا بأنهم لا يوافقون

، أما 14 فرداً وبنسبة 14.7% أجابوا بأنهم لا يوافقون بشده على أن البرامج السياسية العامل الأساسي الذي من أجله تم إنشاء التلفزيون القومي .

5/ البرامج التي تشاهدها تلامس الواقع وتعالج مشاكل المجتمع في عرض ومعالجة القضايا:-

الجدول رقم (3-12)

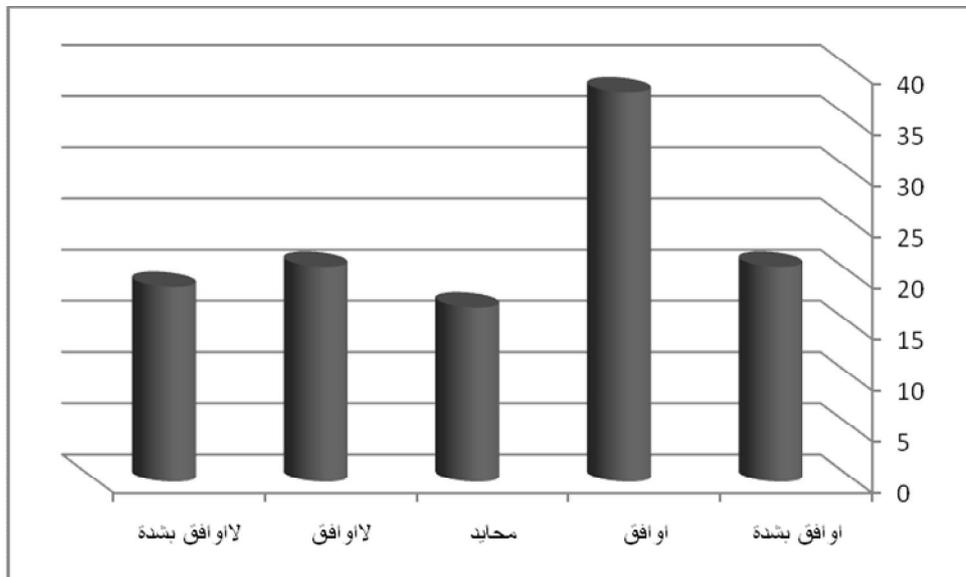
جدول تكراري يوضح البرامج التي تشاهدها تلامس الواقع وتعالج مشاكل المجتمع في عرض ومعالجة القضايا

الإجابة	العدد	النسبة %
أوافق بشدة	21	18.1
أوافق	38	32.8
محايد	17	14.7
لاأوافق	21	18.1
لاأوافق بشدة	19	16.4
المجموع	116	100.0

المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج، SPSS، 2016

الشكل رقم (3-10)

يوضح البرامج التي تشاهدها تلامس الواقع وتعالج مشاكل المجتمع في عرض ومعالجة القضايا



المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج، Excel، 2016

من الجدول رقم (3-12) الشكل رقم (3-10) نلاحظ أن 21 فرداً (18.1%) أجابوا بأنهم يوافقون بشدة على العبارة في حين أن 38 فرداً (32.8%) أجابوا بأنهم يوافقون ، أما 17 فرداً (14.7%) أجابوا بأنهم محايدون ، و 21 فرداً (18.1%) أجابوا بأنهم لا يوافقون ، أما 19 فرداً (16.4%) أجابوا بأنهم لا يوافقون بشده على أن البرامج التي تشاهدها تلامس الواقع وتعالج مشاكل المجتمع في عرض ومعالجة القضايا .

النتائج أعلاه لا تعنى أن جميع المبحوثين متفقون على ذلك ، و لإختبار وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين أعداد (أوافق بشدة ، أوافق ، محايد ، لاأوافق ، لاأوافق بشدة) للنتائج أعلاه تم استخدام مربع كاي لدلالة الفروقات بين الإجابات على كل عبارة من عبارات الدراسة في الفرضية الثانية، الجدول رقم (3-13) يلخص نتائج الإختبار لهذه العبارات:

الجدول رقم (3-13)

جدول يوضح نتيجة إختبار مربع كاي لعبارات الفرضية الثانية

الرقم	العبارة	قيمة مربع كاي	القيمة الاحتمالية	قيمة الوسيط	تفسير الوسيط
1	تأتي البرامج الدينية في المرتبة الأولى من حيث البرامج الأكثر مشاهده	31.500	0.000	4	أوافق
2	البرامج الإجتماعية هي الأكثر مشاهده من باقي البرامج الأخرى	56.155	0.000	4	أوافق
3	البرامج الرياضية تسيطر على شاشه التلفزيون القومي وتشغل شريحة كبيره من المشاهدين	13.741	0.008	3	محايد
4	تعتبر البرامج السياسيه العامل الأساسي الذي من اجله تم انشاء التلفزيون القومي	3.828	0.431	3	محايد
5	البرامج التي تشاهدها تلامس الواقع وتعالج مشاكل المجتمع في عرض ومعالجه القضايا	12.276	0.015	4	أوافق
	مجمل الفرضية	68.241	0.000	4	أوافق

المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج SPSS، 2016

يمكن تفسير نتائج الجدول أعلاه كالاتي:

- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروقات بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة أن تأتي البرامج الدينية في المرتبة الأولى من حيث البرامج الأكثر مشاهده (31.500) بقيمة إحصائية (0.000) وهي أقل من قيمة مستوي المعنوية (5%) واعتماداً على ما ورد في الجدول (3-8) فإن ذلك يشير إلي وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد الدراسة ولصالح الذين يوافقون على أنه تأتي البرامج الدينية في المرتبة الأولى من حيث البرامج الأكثر مشاهده .
- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروقات بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة أن البرامج الإجتماعية هي الأكثر مشاهده من باقي البرامج الأخرى (56.155) بقيمة إحصائية (0.000) وهي أقل من قيمة مستوي المعنوية (5%) واعتماداً على ما ورد في الجدول (3-9) فإن ذلك يشير إلي وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد

الدراسة ولصالح الذين يوافقون علي أن البرامج الإجتماعية هي الأكثر مشاهده من باقي البرامج الأخرى.

- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروقات بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة أن البرامج الرياضيه تسيطر علي شاشه التلفزيون القومي وتشغل شريحه كبيره من المشاهدين (13.741) بقيمة إحتمالية (0.008) وهي أقل من قيمة مستوي المعنوية (5%) واعتماداً على ما ورد في الجدول (3-10) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أجابات أفراد الدراسة ولصالح المحايدون علي أن البرامج الرياضيه تسيطر علي شاشه التلفزيون القومي وتشغل شريحه كبيره من المشاهدين
- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروقات بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة أن البرامج السياسيه العامل الأساسي الذي من أجله تم إنشاء التلفزيون القومي (3.828) بقيمة إحتمالية (0.430) وهي أكبر من قيمة مستوي المعنوية (5%) واعتماداً على ما ورد في الجدول (3-11) فإن ذلك يشير إلى عدم وجود فروق ذات دلالة إحصائية مما يعني أن العبارة غير مهمة لدى المبحوثين.
- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروقات بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة أن البرامج التي تشاهدها تلامس الواقع وتعالج مشاكل المجتمع في عرض ومعالجه القضايا (12.276) بقيمة إحتمالية (0.015) وهي أقل من قيمة مستوي المعنوية (5%) واعتماداً على ما ورد في الجدول (3-12) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أجابات أفراد الدراسة ولصالح الذين يوافقون علي أن البرامج التي تشاهدها تلامس الواقع وتعالج مشاكل المجتمع في عرض ومعالجه القضايا.
- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروقات بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بجميع عبارات الفرضية تعتبر البرامج الدينية من أكثر البرامج مشاهده (68.241) بقيمة إحتمالية (0.000) وهي أقل من قيمة مستوي المعنوية (5%) فإن ذلك يشير إلى وجود فروقات ولصالح الذين يوافقون علي ماجاء بالفرضية تعتبر البرامج الدينية من أكثر البرامج مشاهده .

الفرضية الثالثة:-

(المذيع والمخرج والمنتج يعتبرون من اهم العوامل المساعدة على نجاح البرامج)

1 / يوضح المذيع أو مقدم البرنامج لديه القدره الكافية علي إجراء المقابلات والحوارات خلال الحلقة بقدره فائقة :-

الجدول رقم (3-14)

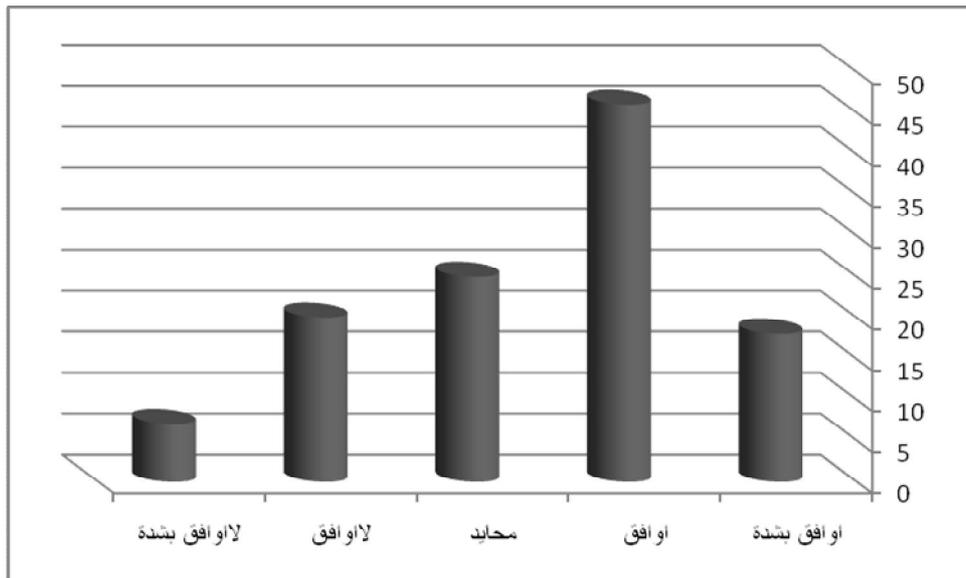
جدول تكراري يوضح المذيع أو مقدم البرنامج لديه القدره الكافية علي إجراء المقابلات والحوارات خلال الحلقة بقدره فائقة

الإجابة	العدد	النسبة %
أوافق بشدة	18	15.5
أوافق	46	39.7
محايد	25	21.6
لاأوافق	20	17.2
لاأوافق بشدة	7	6.0
المجموع	116	100.0

المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج، SPSS، 2016

الشكل رقم (3-11)

شكل يوضح المذيع او مقدم البرنامج لديه القدره الكافية علي اجراء المقابلات والحوارات خلال الحلقة بقدره فائقة



المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج، Excel، 2016

من الجدول رقم (3-14) الشكل رقم (3-11) نلاحظ أن 8 فرداً وبنسبه 15.5% أجابوا بأنهم يوافقون بشدة علي العبارة في حين أن 46 فرداً وبنسبة 39.7% أجابوا بأنهم يوافقون ، أما 25 فرداً وبنسبة 21.6% أجابوا بأنهم محايدون ، و20 فرداً وبنسبة 17.2% أجابوا بانهم لا يوافقون ، أما 7 فرداً وبنسبة 6% أجابوا بأنهم لا يوافقون بشده علي أن المذيع أو مقدم البرنامج لديه القدره الكافية علي إجراء المقابلات والحوارات خلال الحلقة بقدره فائقة.

2/ المذيع وأ مقدم البرنامج يتمتع بثقافة عالية وغالباً ما يكون ملم بكل جوانب الموضوع المطروح للنقاش :-

الجدول رقم (3-15)

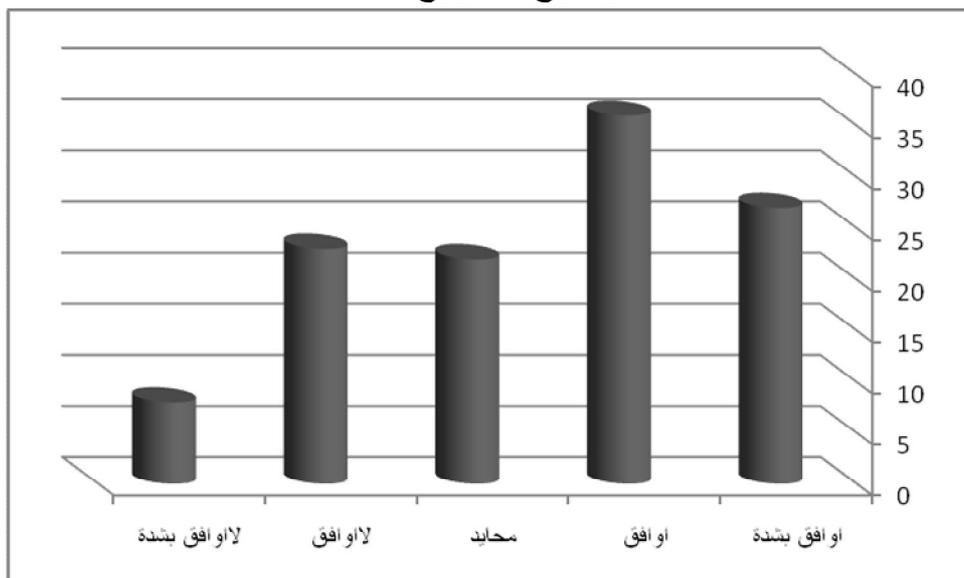
جدول تكراري يوضح المذيع وأ مقدم البرنامج يتمتع بثقافة عالية وغالباً ما يكون ملم بكل جوانب الموضوع المطروح للنقاش

الإجابة	العدد	النسبة %
أوافق بشدة	27	23.3
أوافق	36	31.0
محايد	22	19.0
لاأوافق	23	19.8
لاأوافق بشدة	8	6.9
المجموع	116	100.0

المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج، SPSS، 2016

الشكل رقم (3-12)

شكل يوضح المذيع وأ مقدم البرنامج يتمتع بثقافة عالية وغالباً ما يكون ملم بكل جوانب الموضوع المطروح للنقاش



المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج، Excel، 2016

من الجدول رقم (3-15) الشكل رقم (3-12) نلاحظ أن 27 فرداً وبنسبة 23.3% أجابوا بأنهم يوافقون بشدة علي العبارة في حين أن 36 فرداً وبنسبة 31.0% أجابوا بأنهم يوافقون ، أما 22 فرداً وبنسبة 19% أجابوا بأنهم محايدون ، و23 فرداً وبنسبة 19.8% أجابوا بأنهم لا يوافقون ، أما 8 فرداً وبنسبة 6.9% أجابوا بأنهم لا يوافقون بشده علي أن المذيع أو مقدم البرنامج يتمتع بثقافة عالية وغالباً ما يكون ملم بكل جوانب الموضوع المطروح للنقاش .

3/ منتج البرامج يقوم بالإنفاق علي عملية الإنتاج ويديرها بكل كفاءة وإقتدار :-

الجدول رقم (3-16)

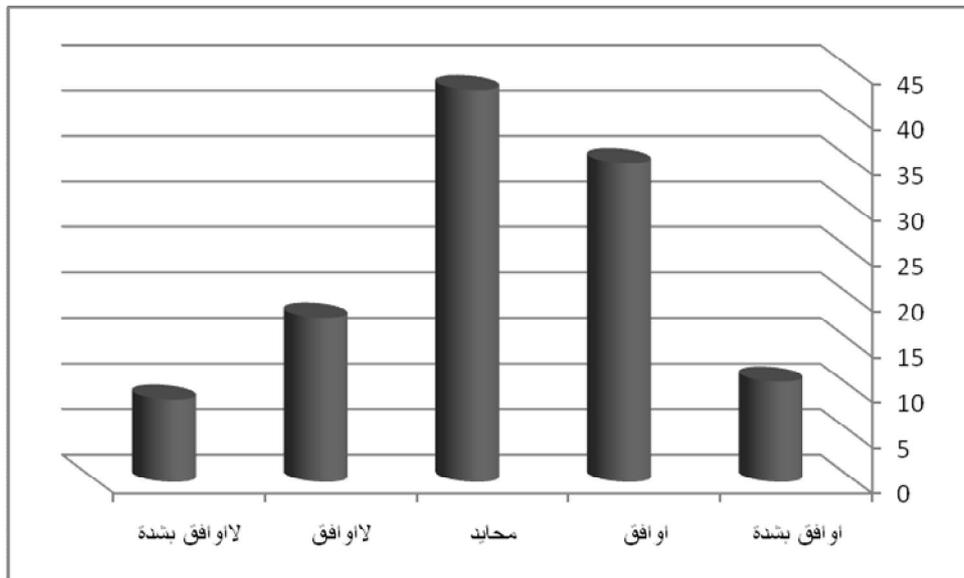
جدول تكراري يوضح منتج البرامج يقوم بالإنفاق علي عملية الإنتاج ويديرها بكل كفاءة وإقتدار

الإجابة	العدد	النسبة %
أوافق بشدة	11	9.5
أوافق	35	30.2
محايد	43	37.1
لاأوافق	18	15.5
لاأوافق بشدة	9	7.9
المجموع	116	100.0

المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج، SPSS، 2016

الشكل رقم (3-13)

شكل يوضح منتج البرامج يقوم بالإنفاق علي عملية الإنتاج ويديرها بكل كفاءة وإقتدار



المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج، Excel، 2016

من الجدول رقم (3-16) الشكل رقم (3-13) نلاحظ أن 11 فرداً وبنسبة 9.5% أجابوا بأنهم يوافقون بشدة علي العبارة في حين أن 35 فرداً وبنسبة 30.2% أجابوا بأنهم يوافقون ، أما 43

فرداً وبنسبة 37.1% أجابوا بأنهم محايدون ، و18 فرداً وبنسبة 15.5% أجابوا بأنهم لا يوافقون ، أما 9 فرداً وبنسبة 7.9% أجابوا بأنهم لا يوافقون بشده علي أن منتج البرامج يقوم بالإنفاق علي عملية الإنتاج ويديرها بكل كفاءة وإقتدار .

4/ منتج البرامج يقوم بإختيار الفكرة ويتواصل مع فريق العمل ويقوم بتسويق البرنامج بشكل جيد:-

الجدول رقم (3-17)

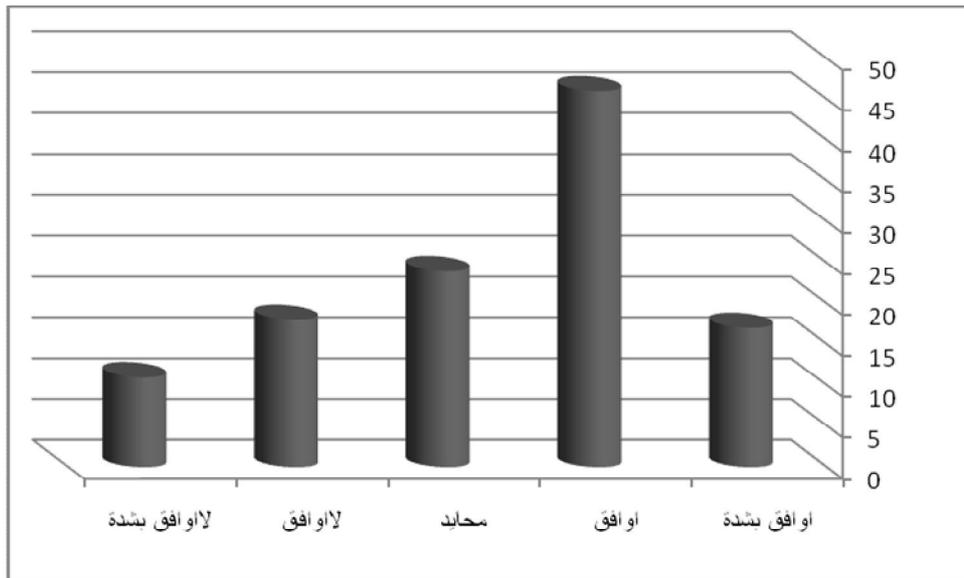
جدول تكراري يوضح منتج البرامج يقوم بإختيار الفكرة ويتواصل مع فريق العمل ويقوم بتسويق البرنامج بشكل جيد

الإجابة	العدد	النسبة %
أوافق بشدة	17	14.7
أوافق	46	39.7
محايد	24	20.7
لا أوافق	18	15.5
لا أوافق بشدة	11	9.5
المجموع	116	100.0

المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج، SPSS، 2016

الشكل رقم (3-14)

شكل يوضح منتج البرنامج يقوم بإختيار الفكرة ويتواصل مع فريق العمل ويقوم بتسويق البرنامج بشكل جيد



المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج، Excel، 2016

من الجدول رقم (3-17) الشكل رقم (3-14) نلاحظ أن 17 فرداً وبنسبة 14.7% أجابوا بأنهم يوافقون بشدة علي العبارة في حين أن 46 فرداً وبنسبة 39.7% أجابوا بأنهم يوافقون ، أما 24 فرداً وبنسبة 20.7% أجابوا بأنهم محايدون ، و18 فرداً وبنسبة 15.5% أجابوا بأنهم لا يوافقون ، أما 11 فرداً وبنسبة 9.5% أجابوا بأنهم لا يوافقون بشده علي أن منتج البرنامج يقوم بإختيار الفكرة ويتواصل مع فريق العمل ويقوم بتسويق البرنامج بشكل جيد .

5/ معد البرامج يقوم بكتابة الحلقة وإعدادها ضمن إطار مناسب للتلفزيون:

الجدول رقم (3-18)

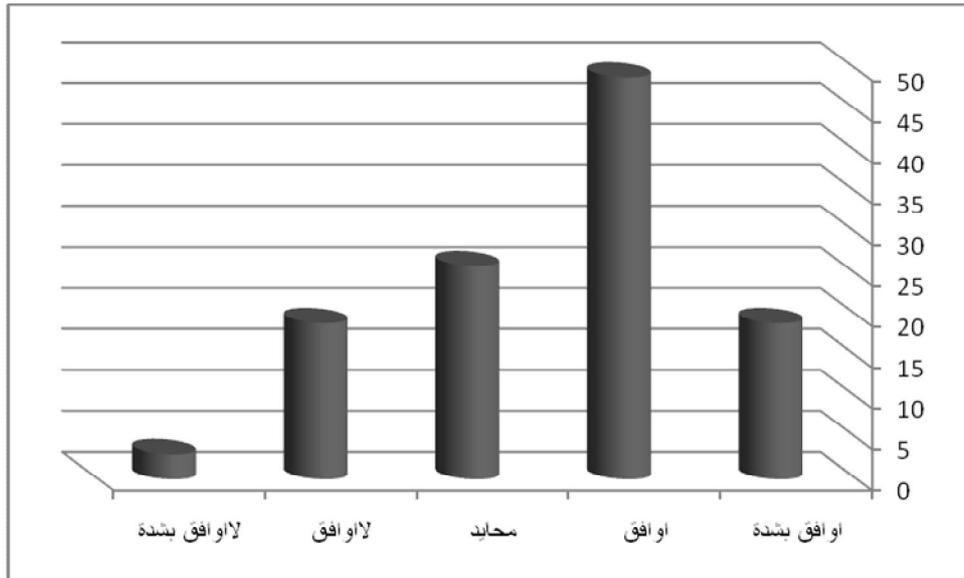
جدول تكراري يوضح معد البرامج يقوم بكتابة الحلقة وإعدادها ضمن إطار مناسب للتلفزيون

الإجابة	العدد	النسبة %
أوافق بشدة	19	16.4
أوافق	49	42.2
محايد	26	22.4
لاأوافق	19	16.4
لاأوافق بشدة	3	2.6
المجموع	116	100.0

المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج، SPSS، 2016

الشكل رقم (3-15)

شكل يوضح معد البرامج يقوم بكتابة الحلقة وإعدادها ضمن إطار مناسب للتلفزيون



المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج، Excel، 2016

من الجدول رقم (3-18) والشكل رقم (3-15) نلاحظ أن 19 فرداً وبنسبة 16.4% أجابوا بأنهم يوافقون بشدة علي العبارة في حين أن 49 فرداً وبنسبة 42.2% أجابوا بأنهم يوافقون ، أما 26 فرداً وبنسبة 22.4% أجابوا بأنهم محايدون ، و19 فرداً وبنسبة 16.4% أجابوا بأنهم لا يوافقون ، أما 3 فرداً وبنسبة 2.6% أجابوا بأنهم لا يوافقون بشده علي أن معد البرامج يقوم بكتابة الحلقة وإعدادها ضمن إطار مناسب للتلفزيون .

6/ مخرج البرامج يدير البرنامج وتبقي توجيهاته وقراراته هي النافذه في أي عمل:-

الجدول رقم (3-19)

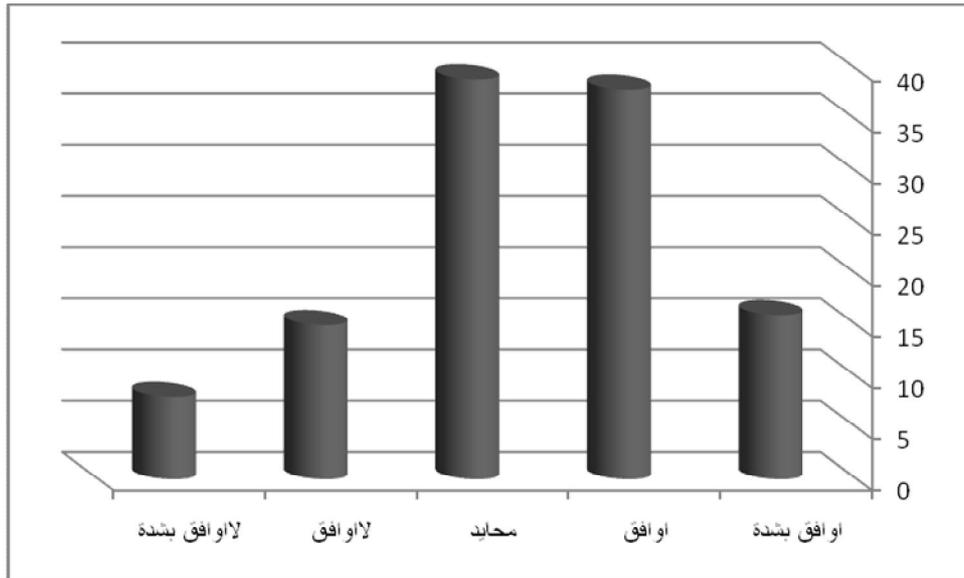
جدول تكراري يوضح مخرج البرامج يدير البرنامج وتبقي توجيهاته وقراراته هي النافذه في أي عمل

الإجابة	العدد	النسبة %
أوافق بشدة	16	13.8
أوافق	38	32.8
محايد	39	33.6
لاأوافق	15	12.9
لاأوافق بشدة	8	6.9
المجموع	116	100.0

المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج SPSS، 2016

الشكل رقم (3-16)

شكل يوضح مخرج البرامج يدير البرنامج وتبقي توجيهاته وقراراته هي النافذه في أي عمل



المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج Excel، 2016

من الجدول رقم (3-19) الشكل رقم (3-16) نلاحظ أن 16 فرداً وبنسبه 13.8% يوافقون بشدة علي العبارة في حين أن 38 فرداً وبنسبة 32.8% أجابوا بأنهم يوافقون ، أما 39 فرداً وبنسبة 33.6% أجابوا بأنهم محايدون ، و 15 فرداً وبنسبة 12.9% أجابوا بأنهم لا يوافقون ، أما 8 فرداً وبنسبة 6.9% أجابوا بأنهم لا يوافقون بشده علي أن مخرج البرامج يدير البرنامج وتبقي توجيهاته وقراراته هي النافذه في أي عمل .

النتائج أعلاه لا تعنى أن جميع المبحوثين متفقون على ذلك، و لإختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اعداد (أوافق بشدة ، أوافق ، محايد ، لأوافق ، لأوافق بشدة) للنتائج أعلاه تم استخدام مربع كاي لدلالة الفروقات بين الاجابات على كل عبارة من عبارات الدراسة في الفرضية الثالثة ، الجدول رقم (3-20) يلخص نتائج الإختبار لهذه العبارات:

الجدول رقم (3-20)

جدول يوضح نتيجة إختبار مربع كاي لعبارات الفرضية الثالثة

الرقم	العبارة	قيمة مربع كاي	القيمة الاحتمالية	قيمة الوسيط	تفسير الوسيط
1	المذيع أو مقدم البرنامج لديه القدره الكافيه علي إجراء المقابلات والحوارات خلال الحلقة بقدره فائقه	35.466	0.000	4	أوافق
2	المذيع أو مقدم البرنامج يتمتع بثقافه عاليه وغالباً مايكون ملم بكل جوانب الموضوع المطروح للنقاش	17.707	0.001	4	أوافق
3	منتج البرامج يقوم بالإنفاق علي عمله الإنتاج ويديرها بكل كفاءة وإقتدار	39.172	0.000	3	محايد
4	منتج البرنامج يقوم بإختيار الفكره ويتواصل مع فريق العمل ويقوم بتسويق البرنامج بشكل جيد	31.672	0.000	4	أوافق
5	معد البرامج يقوم بكتابة الحلقة وإعدادها ضمن إطار مناسب للتلفزيون	48.138	0.000	4	أوافق
6	مخرج البرامج يدير البرنامج وتبقي توجيهاته وقراراته هي النافذه في أي عمل	35.293	0.000	3	محايد
	مجمل الفرضية	173.9	0.000	4	أوافق

المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج، SPSS، 2016

يمكن تفسير نتائج الجدول أعلاه كالآتي:

- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروقات بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة أن المذيع أو مقدم البرنامج لديه القدره الكافيه علي إجراء المقابلات والحوارات خلال الحلقة بقدره فائقه (35.466) قيمة إحتماية (0.000) وهي أقل من قيمة مستوي المعنوية (5%) وإعتماًداً على ما ورد في الجدول (3-14) فإن ذلك يشير إلي وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد الدراسة ولصالح الذين يوافقون علي أن المذيع أو مقدم البرنامج لديه القدره الكافيه علي إجراء المقابلات والحوارات خلال الحلقة بقدره فائقه
- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروقات بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة أن المذيع أو مقدم البرنامج يتمتع بثقافه عاليه وغالبا ما يكون ملم بكل جوانب الموضوع المطروح للنقاش (17.707) بقيمة إحتماية لها (0.001) وهي اقل من قيمة مستوي المعنوية (5%) وإعتماًداً على ما ورد في الجدول (3-15) فإن ذلك يشير إلى وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد الدراسة ولصالح الذين يوافقون علي أن المذيع أو مقدم البرنامج يتمتع بثقافه عاليه وغالبا ما يكون ملم بكل جوانب الموضوع المطروح للنقاش
- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروقات بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة أن منتج البرامج يقوم بالإنفاق علي عمليه الإنتاج ويديرها بكل كفاءة وإقتدار (39.172) بقيمة إحتماية (0.000) وهي اقل من قيمة مستوي المعنوية (5%) وإعتماًداً على ما ورد في الجدول (3-16) فإن ذلك يشير إلى وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد الدراسة ولصالح المحايدين علي أن منتج البرامج يقوم بالإنفاق علي عمليه الإنتاج ويديرها بكل كفاءة وإقتدار.
- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروقات بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة أن منتج البرنامج يقوم بإختيار الفكره ويتواصل مع فريق العمل ويقوم بتسويق البرنامج بشكل جيد (31.672) بقيمة إحتماية (0.000) وهي أقل من قيمة مستوي المعنوية (5%) وإعتماًداً على ما ورد في الجدول (3-17) فإن ذلك يشير إلى وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد الدراسة ولصالح الذين يوافقون علي أن منتج البرنامج يقوم بإختيار الفكره ويتواصل مع فريق العمل ويقوم بتسويق البرنامج بشكل جيد .
- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروقات بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة أن معد البرامج يقوم بكتابة الحلقة وإعدادها ضمن إطار مناسب للتلفزيون (48.138) بقيمة إحتماية (0.000) وهي أقل من قيمة مستوي المعنوية (5%) وإعتماًداً على ما ورد في الجدول (3-18) فإن ذلك يشير إلى وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد الدراسة ولصالح الذين يوافقون علي أن معد البرامج يقوم بكتابة الحلقة وإعدادها ضمن إطار مناسب للتلفزيون .
- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروقات بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة أن مخرج البرامج يدير البرنامج وتبقي توجيهاته وقراراته هي النافذه في أي عمل (35.293) بقيمة إحتماية (0.000) وهي أقل من قيمة مستوي المعنوية (5%) وإعتماًداً

على ما ورد في الجدول (3-19) فإن ذلك يشير إلى وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد الدراسة ولصالح المحايدين على أن مخرج البرامج يدير البرنامج وتبقي توجيهاته وقراراته هي النافذة في أي عمل .

- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروقات بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بجميع عبارات الفرضية المذيع والمخرج والمنتج يعتبرون من أهم العوامل المساعدة على نجاح البرامج (1.739) والقيمة الاحتمالية (0.000) وهي أقل من قيمة مستوي المعنوية (5%) فإن ذلك يشير إلى وجود فروقات ولصالح الذين يوافقون على ما جاء بالفرضية المذيع والمخرج والمنتج يعتبرون من أهم العوامل المساعدة على نجاح البرامج .

الفرضية الرابعة :-

(أن الفكرة والمحتوي وإعداد البرامج تعتبر من أساسيات عمل القناة القومية)

1/ فكرة البرنامج تهم الجمهور المستهدف وتثير إنتباهه وتمس مشكلاته:-

الجدول رقم (3-21)

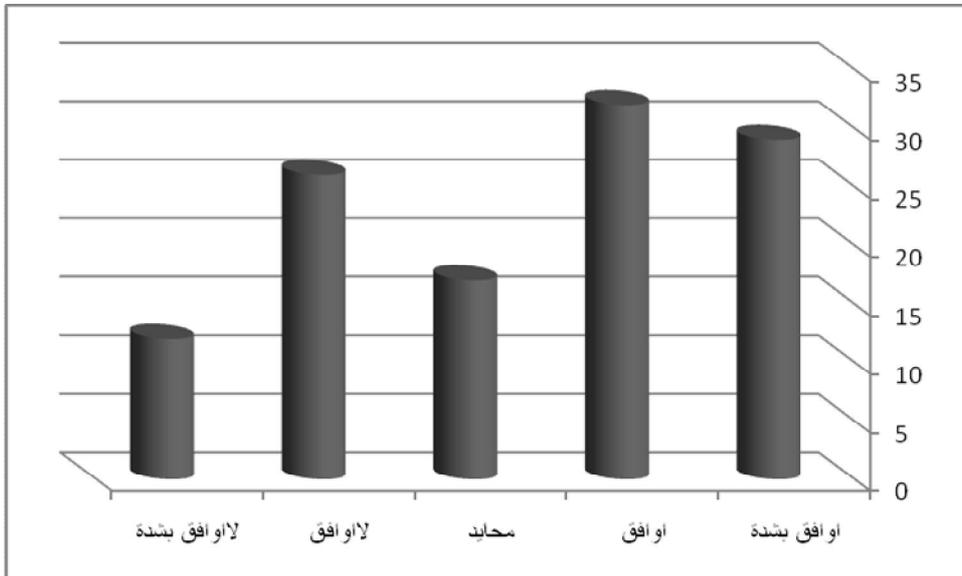
جدول تكراري يوضح فكرة البرنامج تهم الجمهور المستهدف وتثير إنتباهه وتمس مشكلاته

الإجابة	العدد	النسبة %
أوافق بشدة	29	25.0
أوافق	32	27.6
محايد	17	14.7
لاأوافق	26	22.4
لاأوافق بشدة	12	10.3
المجموع	116	100.0

المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج، SPSS، 2016

الشكل رقم (3-17)

شكل يوضح فكره البرنامج تهم الجمهور المستهدف وتثير إنتباهه وتمس مشكلاته



المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج، Excel، 2016

من الجدول رقم (3-21) والشكل رقم (3-17) نلاحظ أن 29 فرداً (25% أجابوا بأنهم يوافقون بشدة علي العبارة في حين أن 32 فرداً (27.6% أجابوا بأنهم يوافقون ، أما 17 فرداً (14.7% أجابوا بأنهم محايدون ، و26 فرداً (22.4% أجابوا بأنهم

لايوافقون ، أما 12 فرداً وبنسبة 10.3% أجابوا بأنهم لايوافقون بشده علي أن فكره البرنامج تهم الجمهور المستهدف وتثير انتباهه وتمس مشكلاته .

2/ إعداد البرنامج يقوم علي حصر كافة المستجبات حول الموضوع والعمل علي إبتكار ماهو جديد :

الجدول رقم (3-22)

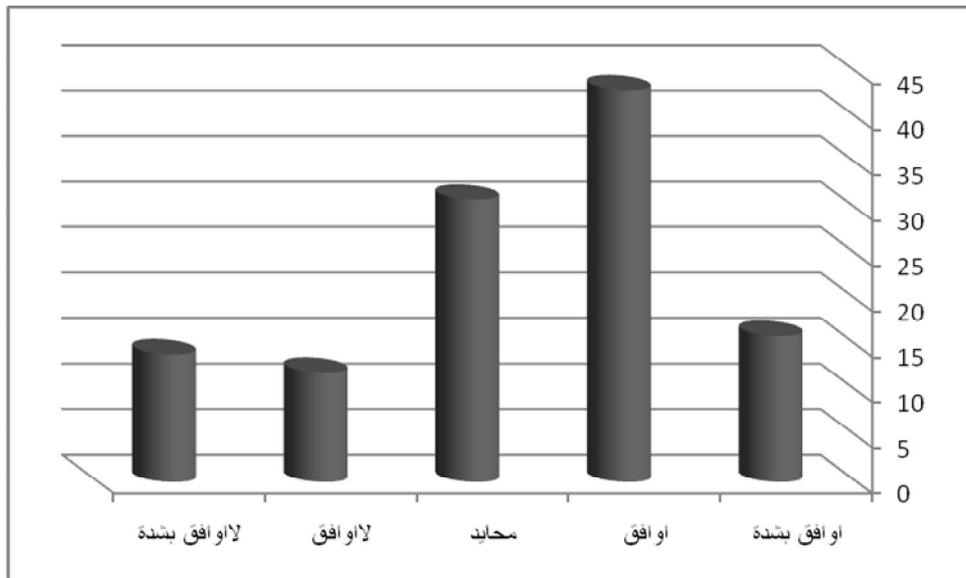
جدول تكراري يوضح إعداد البرنامج يقوم علي حصر كافة المستجبات حول الموضوع والعمل علي إبتكار ماهو جديد

الإجابة	العدد	النسبة %
أوافق بشدة	16	13.8
أوافق	43	37.1
لمحايد	31	26.7
لاأوافق	12	10.3
لاأوافق بشدة	14	12.1
المجموع	116	100.0

المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج، SPSS، 2016

الشكل رقم (3-18)

شكل يوضح إعداد البرنامج يقوم علي حصر كافة المستجبات حول الموضوع والعمل علي إبتكار ماهو جديد



المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج، Excel، 2016

من الجدول رقم (3-22) والشكل رقم (3-18) نلاحظ أن 6 فرداً وبنسبة 13.8% أجابوا بأنهم يوافقون بشدة علي العبارة في حين أن 43 فرداً وبنسبة 37.1% أجابوا بأنهم يوافقون ، أما 31

فرداً وبنسبة 26.7% أجابوا بأنهم محايدون ، و12 فرداً وبنسبة 10.3% أجابوا بأنهم لا يوافقون ، أما 14 فرداً وبنسبة 12.1% أجابوا بأنهم لا يوافقون بشده علي أن إعداد البرنامج يقوم علي حصر كافة المستجدات حول الموضوع والعمل علي إبتكار ما هو جديد .

3/ محتوى البرنامج يراعي قيم وأخلاق المجتمع ويخدم الهدف الذي من أجله قام البرنامج :

الجدول رقم (3-23)

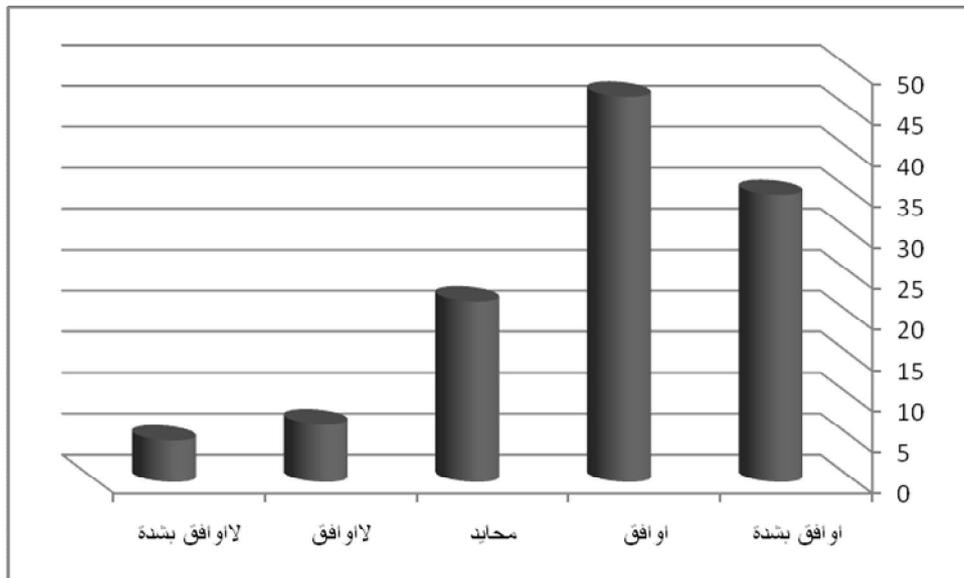
جدول تكراري يوضح محتوى البرنامج يراعي قيم وأخلاق المجتمع ويخدم الهدف الذي من أجله قام البرنامج

الإجابة	العدد	النسبة %
أوافق بشدة	35	30.2
أوافق	47	40.5
محايد	22	19.0
لاأوافق	7	6.0
لاأوافق بشدة	5	4.3
المجموع	116	100.0

المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج، SPSS، 2016

الشكل رقم (3-19)

شكل يوضح محتوى البرنامج يراعي قيم وأخلاق المجتمع ويخدم الهدف الذي من أجله قام البرامج



المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج، Excel، 2016

من الجدول رقم (3-23) والشكل رقم (3-19) نلاحظ أن 35 فرداً وبنسبه 30.2% أجابوا بأنهم يوافقون بشدة علي العبارة في حين أن 47 فرداً وبنسبة 40.5% أجابوا بأنهم يوافقون ، أما 22

فرداً وبنسبة 19% أجابوا بأنهم محايدون ، و7فرداً وبنسبة 6.0% أجابوا بأنهم لا يوافقون ، أما 5فرداً وبنسبة 4.3% أجابوا بأنهم لا يوافقون بشده علي أن محتوى البرنامج يراعي قيم وأخلاق المجتمع ويخدم الهدف الذي من أجله قام البرامج .

النتائج أعلاه لا تعنى أن جميع المبحوثين متفقون على ذلك ، و لإختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين اعداد (أوافق بشدة ، أوافق ، محايد ، لأوافق ،لأوافق بشدة) للنتائج أعلاه تم استخدام مربع كاي لدلالة الفروقات بين الإجابات على كل عبارة من عبارات الدراسة في الفرضية الرابعة ، والجدول رقم (3-24) يلخص نتائج الإختبار لهذه العبارات :

الجدول (3-24)

جدول يوضح نتيجة إختبار مربع كاي لعبارات الفرضية الرابعة

الرقم	العبارة	قيمة مربع كاي	القيمة الاحتمالية	قيمة الوسيط	تفسير الوسيط
1	فكره البرنامج تهمة الجمهور المستهدف وتثير إنتباهه وتمس مشكلاته	12.190	0.016	4	أوافق
2	إعداد البرنامج يقوم علي حصر كافة المستجدات حول الموضوع والعمل علي إبتكار ما هو جديد	30.810	0.000	4	أوافق
3	محتوي البرنامج يراعي قيم وأخلاق المجتمع ويخدم الهدف الذي من أجله قام البرنامج	56.069	0.000	4	أوافق
	مجمل الفرضية	71.109	0.000	4	أوافق

المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج SPSS، 2016

يمكن تفسير نتائج الجدول أعلاه كالاتي:

- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروقات بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة أن فكره البرنامج تهمة الجمهور المستهدف وتثير إنتباهه وتمس مشكلاته (12.190) بقيمة إحصائية (0.016) وهي أقل من قيمة مستوي المعنوية (5%) وإعتماداً على ما ورد في الجدول (3-21) فإن ذلك يشير إلي وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد الدراسة ولصالح الذين يوافقون علي أن فكره البرنامج تهمة الجمهور المستهدف وتثير إنتباهه وتمس مشكلاته.
- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروقات بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة أن إعداد البرنامج يقوم علي حصر كافة المستجدات حول الموضوع والعمل علي إبتكار ما هو جديد (30.810) بقيمة إحصائية (0.000) وهي أقل من قيمة مستوي المعنوية (5%) وإعتماداً على ما ورد في الجدول (3-22) فإن ذلك يشير إلى وجود فروقات ذات

- دلالة إحصائية بين إجابات أفراد الدراسة ولصالح الذين يوافقون علي أن إعداد البرنامج يقوم علي حصر كافه المستجدات حول الموضوع والعمل علي إبتكار ما هو جديد .
- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروقات بين أعداد أفراد الدراسة علي ما جاء بالعبارة أن محتوى البرنامج يراعي قيم وأخلاق المجتمع ويخدم الهدف الذي من أجله قام البرنامج (56.069) بقيمة إحتتمالية (0.000) وهي أقل من قيمة مستوي المعنوية (5%) وإعتماداً علي ما ورد في الجدول (3-23) فإن ذلك يشير إلى وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد الدراسة ولصالح الذين يوافقون علي أن محتوى البرنامج يراعي قيم وأخلاق المجتمع ويخدم الهدف الذي من أجله قام البرنامج .
 - بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروقات بين أعداد أفراد الدراسة علي ما جاء بجميع عبارات الفرضية أن الفكرة والمحتوي وإعداد البرامج تعتبر من أساسيات عمل القناة القومية (71.109) بقيمة إحتتمالية (0.000) وهي أقل من قيمة مستوي المعنوية (5%) فإن ذلك يشير إلى وجود فروق ولصالح الذين يوافقون علي ما جاء بالفرضية أن الفكرة والمحتوي وإعداد البرامج تعتبر من أساسيات عمل القناة القومية .

الفرضية الخامسة :-

(سوء الإضاءة وإختيار الضيوف تعتبر من أهم المعوقات والمشاكل التي تواجه البرامج)

1 زمن البرنامج غالباً ما يكون غير كافي لإيصال الفكرة بصورة جيدة :

الجدول رقم (3-25)

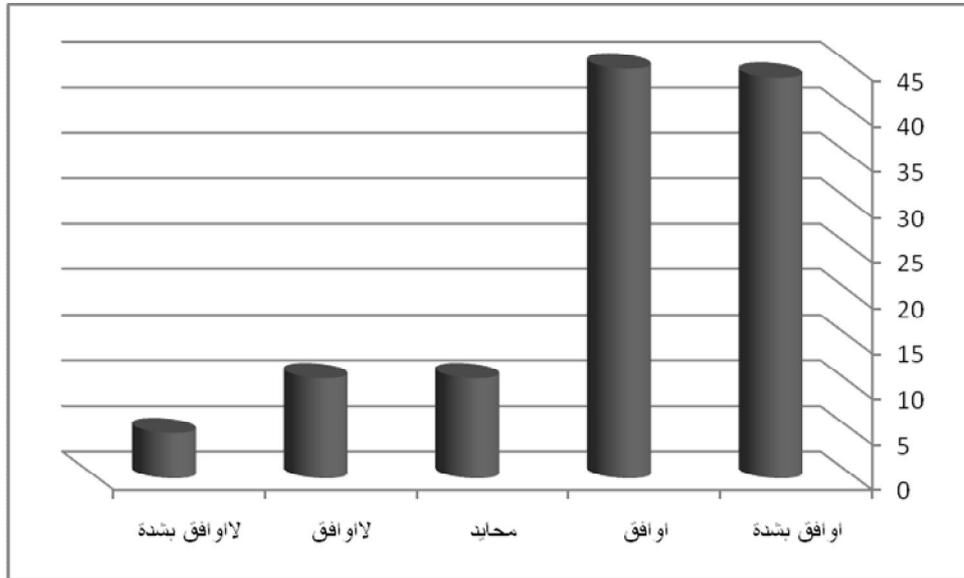
جدول تكراري زمن البرنامج غالباً ما يكون غير كافي لإيصال الفكرة بصورة جيدة

الإجابة	العدد	النسبة %
أوافق بشدة	44	37.9
أوافق	45	38.8
محايد	11	9.5
لاأوافق	11	9.5
لاأوافق بشدة	5	4.3
المجموع	116	100.0

المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج، SPSS، 2016

الشكل رقم (3-20)

شكل يوضح زمن البرنامج غالباً ما يكون غير كافي لإيصال الفكرة بصورة جيدة



المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج، Excel، 2016

من الجدول رقم (3-25) والشكل رقم (3-20) نلاحظ أن 44 فرداً (37.9%) أجابوا بأنهم يوافقون بشدة عبي العبارة في حين أن 45 فرداً (38.8%) أجابوا بأنهم يوافقون ، أما 11 فرداً (9.5%) أجابوا بأنهم محايدون ، و11 فرداً (9.5%) أجابوا

بأنهم لايوافقون ، أما 5 فرداً وبنسبة 4.3% أجابوا بأنهم لايوافقون بشده علي زمن البرنامج غالباً مايكون غير كافي لإيصال الفكرة بصورة جيدة .

2/ سوّ الإضاءة قادر علي إفساد المشاهد واللقطات الخاصة بالبرنامج :

الجدول رقم (3-26)

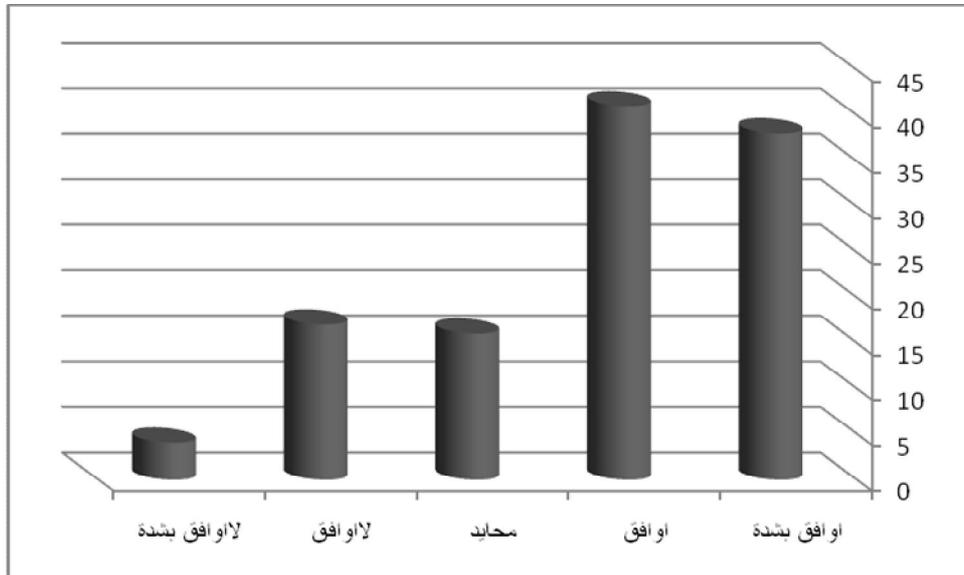
جدول تكراري يوضح سوّ الإضاءة قادر علي إفساد المشاهد واللقطات الخاصة بالبرنامج

الإجابة	العدد	النسبة %
أوافق بشدة	38	32.8
أوافق	41	35.3
محايد	16	13.8
لاأوافق	17	14.7
لاأوافق بشدة	4	3.4
المجموع	116	100.0

المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج، SPSS، 2016

الشكل رقم (3-21)

شكل يوضح سوّ الإضاءة قادر علي إفساد المشاهد واللقطات الخاصة بالبرنامج



المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج، Excel، 2016

من الجدول رقم (3-26) والشكل رقم (3-21) نلاحظ أن 38 فرداً وبنسبه 32.8% أجابوا بأنهم يوافقون بشدة علي العبارة في حين أن 41 فرداً وبنسبة 35.3% أجابوا بأنهم يوافقون ، أما 16 فرداً وبنسبة 13.8% أجابوا بأنهم محايدون ، و17 فرداً وبنسبة 14.7% أجابوا بأنهم لايوافقون ، أما 4 فرداً وبنسبة 3.4% أجابوا بأنهم لايوافقون بشده علي أن سوّ الإضاءة قادر علي إفساد المشاهد واللقطات الخاصة بالبرنامج .

3/ بعض الضيوف المختارين غير ملمين بفكرة البرنامج وإجاباتهم غير واضحة:

الجدول رقم (3-27)

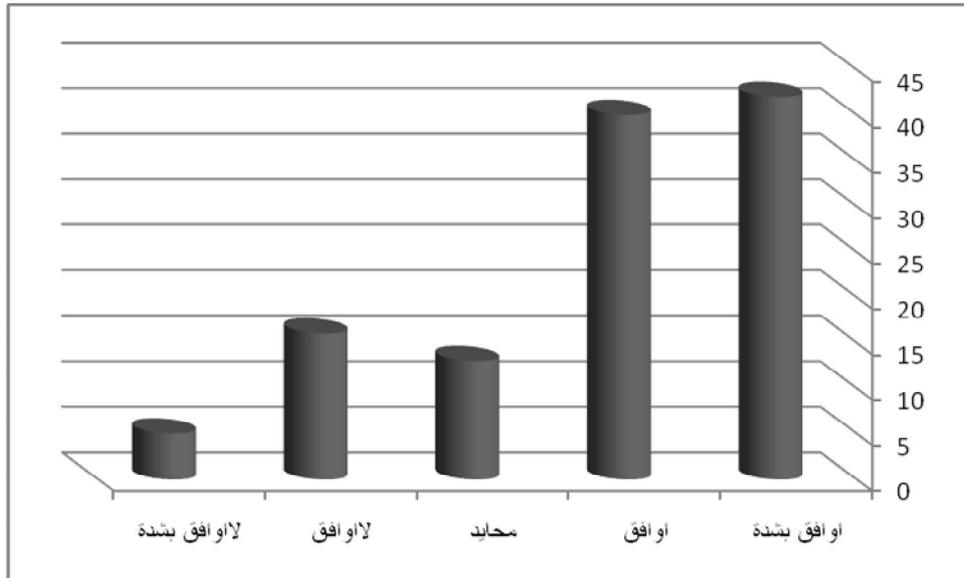
جدول تكراري يوضح بعض الضيوف المختارين غير ملمين بفكرة البرنامج وإجاباتهم غير واضحة

الإجابة	العدد	النسبة %
أوافق بشدة	42	36.2
أوافق	40	34.5
محايد	13	11.2
لاأوافق	16	13.8
لاأوافق بشدة	5	4.3
المجموع	116	100.0

المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج SPSS، 2016

الشكل رقم (3-22)

شكل يوضح بعض الضيوف المختارين غير ملمين بفكرة البرنامج وإجاباتهم غير واضحة



المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج Excel، 2016

من الجدول رقم (3-27) والشكل رقم (3-22) نلاحظ أن 42 فرداً وبنسبة 36.2% أجابوا بأنهم يوافقون بشدة علي العبارة في حين أن 40 فرداً وبنسبة 34.5% أجابوا بأنهم يوافقون ، أما 13 فرداً وبنسبة 11.2% أجابوا بأنهم محايدون ، و16 فرداً وبنسبة 13.8% أجابوا بأنهم لا يوافقون ، أما 5 فرداً وبنسبة 4.3% أجابوا بأنهم لا يوافقون بشدة علي أن بعض الضيوف المختارين غير ملمين بفكرة البرنامج وإجاباتهم غير واضحة .

النتائج أعلاه لا تعنى أن جميع الباحثين متفقون على ذلك، و لإختبار وجود فروق ذات دلالة إحصائية بين أعداد (أوافق بشدة ، أوافق ، محايد ،لأوافق ،لأوافق بشدة) للنتائج أعلاه تم إستخدام مربع كاي لدلالة الفروقات بين الإجابات على كل عبارة من عبارات الدراسة في الفرضية الرابعة، والجدول رقم (3-28) يلخص نتائج الإختبار لهذه العبارات:

الجدول رقم (3-28)

جدول يوضح نتيجة إختبار مربع كاي لعبارات الفرضية الخامسة

الرقم	العبارة	قيمة مربع كاي	القيمة الاحتمالية	قيمة الوسيط	تفسير الوسيط
1	من البرنامج غالباً ما يكون غير كافي لإيصال الفكره بصوره جيده	66.241	0.000	4	أوافق
2	سؤ الإضاءة قادر علي إفساد المشاهد واللقطات الخاصه بالبرنامج	42.879	0.000	4	أوافق
3	بعض الضيوف المختارين غير ملمين بفكره البرنامج وإجاباتهم غير وأضح	48.397	0.000	4	أوافق
4	محمل الفرضية	154.637	0.000	4	أوافق

المصدر: إعداد الباحثين من الدراسة الميدانية باستخدام برنامج SPSS، 2016

يمكن تفسير نتائج الجدول أعلاه كالاتي:

- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروقات بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة أن زمن البرنامج غالباً ما يكون غير كافي لإيصال الفكره بصوره جيده (66.241) بقيمة إحتتمالية (0.000) وهي أقل من قيمة مستوي المعنوية (5%) وإعتماداً على ما ورد في الجدول (3-25) فإن ذلك يشير إلي وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد الدراسة ولصالح الذين يوافقون علي أن زمن البرنامج غالباً ما يكون غير كافي لإيصال الفكره بصوره جيده .
- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروقات بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة أن سؤ الإضاءة قادر علي إفساد المشاهد واللقطات الخاصه بالبرنامج (42.879) بقيمة إحتتمالية (0.000) وهي أقل من قيمة مستوي المعنوية (5%) وإعتماداً على ما ورد في الجدول (3-26) فإن ذلك يشير إلي وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد الدراسة ولصالح الذين يوافقون علي أن سؤ الإضاءة قادر علي إفساد المشاهد واللقطات الخاصه بالبرنامج .
- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروقات بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بالعبارة أن بعض الضيوف المختارين غير ملمين بفكره البرنامج وإجاباتهم غير واضح (48.397) بقيمة إحتتمالية (0.000) وهي أقل من قيمة مستوي المعنوية

(5%) وإعتماداً على ما ورد في الجدول (3-27) فإن ذلك يشير إلى وجود فروقات ذات دلالة إحصائية بين إجابات أفراد الدراسة ولصالح الذين يوافقون علي أن بعض الضيوف المختارين غير ملمين بفكره البرنامج وإجاباتهم غير واضحة .

- بلغت قيمة مربع كاي المحسوبة لدلالة الفروقات بين أعداد أفراد الدراسة على ما جاء بجميع عبارات الفرضية سوء الإضاءة وإختيار الضيوف تعتبر من أهم المعوقات والمشاكل التي تواجه البرامج (154.637) بقيمة إحصائية (0.000) وهي أقل من قيمة مستوي المعنوية (5%) فإن ذلك يشير إلى وجود فروقات ولصالح الذين يوافقون علي ماجاء بالفرضية سوء الإضاءة وإختيار الضيوف تعتبر من أهم المعوقات والمشاكل التي تواجه البرامج .

النتائج والتوصيات

4-1: النتائج:

- 1- البرامج التي يقدمها التلفزيون القومي في مجملها ممتازة و هادفة.
- 2- تعتبر البرامج الدينية و الإجتماعية و السياسية من أكثر البرامج مشاهدة بالتلفزيون القومي.
- 3- المذيع و المخرج و المنتج يعتبرون من أهم العوامل المساعدة على نجاح البرامج.
- 4- الفكرة و المحتوى و إعداد البرامج تعتبر من أساسيات عمل القناة القومية.
- 5- سوء الإضاءة و إختيار الضيوف و زمن البرنامج تعتبر من أهم المعوقات و المشاكل التي تواجه البرامج.

4-2: التوصيات:

- 1- العمل علي تحسين البرامج الرياضية و السياسية لجعلها تناسب البرامج الدينية و الإجتماعية من حيث المشاهدة .
- 2- زيادة البرامج الترفيهية لجعل الفرد يستمتع أكثر بمشاهدة القناة القومية .
- 3- العمل علي إصلاح الإضاءة و إختيار الضيوف بكفاءة عالية .
- 4- العمل علي تحسين طريقة الإخراج لزيادة فعالية و نجاح البرامج .
- 5- زيادة زمن البرامج لإيصال الفكرة بصورة جيدة لدي المشاهدين.
- 6- تدريب المذيعين و المنتجين و المعدين لتجويد الأداء .
- 7- تحسين محتوى البرامج و إبتكار أفكار جديدة للاستفادة منها مستقبلياً .

4-3: المقترحات:-

- 1- تقديم البرامج التي تمس شريحة الشباب لأنها مواكبة علي الأحداث المأخوذة من واقع المجتمع .
- 2- إبتكار برامج تختص بمشاركة الأراء من قبل المشاهدين علي البرامج التي تقدمها القناة القومية .
- 3- تحسين صور البرامج و تقديمها بشكل يجعل الجمهور يحبها و يثمن دورها و يخفي سلبياتها .

4-4: المراجع والمصادر:

- 1- مختار التهامي – 1967م – الرأي العام والحرب النفسية – دار المعارف – القاهرة – مصر .
- 2- محمد منير حجاب – 2000م – أساسيات الرأي العام – دار الفجر للنشر والتوزيع – القاهرة – مصر .
- 3- عبد الرازق أمين – 1997 – تصميم البحث – معهد الإدارة العامة – الرياض .
- 4- صلاح خليل أبو أصبع – 1999 – الإتصال الجماهيري – دار الشروق للنشر والتوزيع – الأردن .
- 5- ويكيبيديا – الموسوعة الحرة

[Https:// ar.m.wikipedia.org](https://ar.m.wikipedia.org)

- 6- عاطف عدلي العبد – 1989 – قياس الرأي العام – وزارة الإعلام – مسقط – بغداد .
- 7- حسين عبد الحميد أحمد رشوان – 1997 – العلاقات العامة والإعلام – المكتب الجامعي الحديث – الإسكندرية .

[Https:// www. Sudaress.com](https://www.Sudaress.com) -8

- 9- محمد محمد يعقوب – 2014 – الإحصاء التطبيقي – منشورات جامعة عمر المختار – دار الكتب الوطنية – بنغازي – ليبيا .
- 10- حسن ياسين طعمه – 2015 – الإحصاء الاستدلالي – دار صفاء للنشر والتوزيع – عمان