

اتجاهات مضمون الصحف الجامعية في السودان  
دراسة وصفية تحليلية بالتطبيق على صحيفة جامعة الجزيرة  
2014-2015م

د. أيمن هاشم عوض الكريم عبد الماجد<sup>1</sup>

د. وداد عوض الكريم محمد سعيد<sup>2</sup>

المستخلص

تعتبر الصحف الجامعية من وسائل الاتصال النوعية التي تهتم بجماعات محلية لتحقيق أهداف معينة، وهي صحف متخصصة عامة تركز على نوع معين من المضمون وهو الخاص بالقضايا الجامعية، وتتوجه لجمهور خاص هو الجمهور الجامعي.

تهدف هذه الدراسة إلى تقييم دور الصحف الجامعية، ويتحدد الهدف الرئيس للبحث في التعرف على اتجاهات مضمون الصحف الجامعية والكشف عن أبعاد علاقتها بالجمهور الجامعي. وترتكز الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي والمنهج التاريخي، وتتبنى من الأدوات والأدبيات الملائمة كمصادر نظرية للدراسة، وعلى استمارة تحليل المضمون لعينة عشوائية منتظمة من صحيفة جامعة الجزيرة خلال سنة تشكل إطار زمان الدراسة، ليتم رصد مخرجاتها بواسطة نظام البرمجة الإحصائية الاجتماعية (SPSS) ومن ثم تحليلها واستنباط مؤشرات تفيد في التوصل لنتائج الدراسة، وتظهر أهم نتائج الدراسة "أن دوافع تلقي الصحف الجامعية متعددة"

وفي مقدمتها أنها تغطي أخبار الجامعة، وأن بها ما يهم الجمهور الجامعي. وأنّ المضمون الأدبي والثقافي يأتي في مقدمة المضامين التي تسعى عينة الدراسة لتلقيها في الصحف الجامعية، تليها المضامين العلمية والتعليمية، ثم الرياضية والاجتماعية وأخيراً المضامين السياسية والاقتصادية. كما أوضحت العينة أنها تفضل تلقي المواد الإخبارية في الصحف الجامعية ثم المقالات ومواد الخدمات، ويلى ذلك التحقيقات الصحفية والكاريكاتور، وأخيراً مواد التسلية والإعلانات والأحاديث. وتركز التوصيات على ضرورة أن تلتزم هيئة تحرير صحيفة جامعة الجزيرة بمراعاة التوازن في الإهتمام بفنون التحرير الصحفي خاصة فن التحقيق والحديث الصحفي بدلاً من التركيز على المواد الإخبارية والمقالات، أيضاً وتوسيع نطاق مصادر المعلومات لضمان تقديم وجهات نظر متعددة مع الأخذ في الاعتبار تعدد فئات الجمهور الجامعي ما بين طلاب وإداريون وأساتذة زيادة المساحة المخصصة للخدمات الجامعية، والإهتمام بعنصر الصورة الصحفية والعناوين وأساليب الجذب الإخراجي.

<sup>1</sup> - أستاذ مساعد بقسم الإعلام - كلية علوم الاتصال - جامعة الجزيرة.  
<sup>2</sup> - أستاذ مشارك بقسم الإعلام - كلية علوم الاتصال - جامعة الجزيرة.

## **The Content Attitudes of the University Journals in the Sudan An Analytical Descriptive Study of University of Gezira Journal**

Dr. Ayman Hashim Awad Al Karim Abd Elmajed<sup>1</sup>

Dr . Widad Awad Al Karim Mohammed Saeed<sup>2</sup>

### **Abstract**

The university journals are considered as one of the means of vocative communication that concern with local communities to realize certain aims, and they are public specialized journals focus on a certain type of the content which is particularly a university's concerns. The main aim is determined for research is in knowing the content attitudes of university journals and to detect their relation with the university's audience. The study stems on the analytical descriptive method as well as the historical one. The study adopts from appropriate tools and literatures as a theoretical source as well as a form to analyze the content for a random regular sample from journal of University of Gezira through a year that constitutes the time setting of the study to sum its outputs via the statistical packages for social sciences program (SPSS), and, then, analyzing them and eliciting indicators that have benefit in obtaining the findings of the study. The main findings of the study reveal that the motives for receiving university's journals are vary and the first one is covering the university's news and they have what concern the audience of the university. The literary and cultural content come at the forefront of the content that the study sample seek to receive at the university journals. Then, the scientific and educational contents come second, then the sport and social, and, lastly the political and economical contents. The sample also revealed that it prefers receiving the news materials from the university's journals, then, the articles and the services materials. This is followed by journal investigations and caricature, and, lastly, the entertaining materials, adverts and talks. The recommendations focus on the necessity of the journal editors of University of Gezira in taking into consideration the balance in considering the arts of journal editing specially the investigation and journal art instead of concentrating on the news material and articles . Besides expanding the source of information scale to be taken as granted to deliver view points with taking into consideration, the university audience categories between students, managers and teachers. Also improving the space which is specialized to improve the university services and to pay attention to the image of the university journal and headlines and the styles of the direction attraction.

---

<sup>1</sup>. Assistant Professor , Department of Information – Faculty of Communication Sciences  
University of Gezira.

<sup>2</sup>. Associate Professor , Department of Information – Faculty of Communication Sciences  
University of Gezira

## الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

## 1/مقدمة:

لا يخفى على الإنسان ما للصحافة من مكانة عالية و دور كبير في عالمنا اليوم، فهي مهنة كريمة تعرى مصالح الأمم أفراداً و جماعات، ومدرسة كبرى للتوجيه و الإرشاد ، فرسالتها عظيمة و أهدافها كبيرة، لا تقف عند حد البحث عن الخبر و نشره ، و لكنها تتجاوزه إلى التأثير و التغيير و التقويم و التثقيف.

و بوجه الخصوص، فإنّ الصحافة الجامعية كانت تعبيراً عن ظهور الصحافة المتخصصة في العالم العربي، وفي حديثنا عن الصحافة الجامعية، فإننا نرى أنّ الصحافة الجامعية متعددة الاتجاهات، فهناك نوع منها يهتم بالجانب التعليمي والبحثي فقط، و هناك نوع آخر يمزج قضايا المجتمع بالجامعة من أنشطه اجتماعية و فنية و ثقافية ، ويوجه النقد لما يراه مخالفاً للأداب و القيم. و لقد أختارنا الحديث عن الصحافة الجامعية لأن ليس لها الحظ الأوفر في البحوث في هذا المجال، فهي قليلة جداً مقارنة مع أنواع الصحافة المتخصصة الأخرى.

## 2/مشكلة الدراسة:

تعتبر خطوة تحديد المشكلة العلمية ودراستها من أهم خطوات البحث العلمي وتمثل دعامة الرئيسة، فضلاً على أنّها تؤثر تأثيراً كبيراً في جميع الخطوات البحثية التي تليها، ومن هنا فإنّ خطوة تحديد المشكلة تمثل العنصر الرئيسي في إجراء البحث؛ لأن الباحث لا بد أن يعرف من البداية ما الذي يسعى لإكتشافه.<sup>(3)</sup>

يأتي الإحساس بالمشكلة البحثية من خلال متابعة (الباحثان) المستمرة لكيفية تعامل الصحافة الجامعية مع قضايا المجتمع الجامعي، ومدى مناقشتها لها خصوصاً القضايا المتعلقة بالأساتذة و الطلاب الجامعيين، ومدى استيفاء الفنون الصحفية المنشورة للشروط والأسس العلمية، ومقارنة كل ذلك بالمعالجات الصحفية للفنون الصحفية في الصحف الجامعية العربية والعالمية، حيث نجد أنّ المقارنة تكاد تتضاءل مما يتطلب ذلك في نظر (الباحثان) تسارع الخطى للحاق بركب العصر والإستفادة من المعالجة الحديثة للفنون الصحفية في الصحافة الجامعية العالمية لمزيد من التطور و المواكبة. إنّ الصحف الجامعية هي أحد الإصدارات الخاصة الموجهة لجمهور، يتسم بطبيعة خاصة، وفي ضوء تنامي عدد تلك الصحف في كل الجامعات السودانية والعربية والعالمية، تتحدد المشكلة البحثية في محاولة التعرف على اتجاهات مضمون تلك الصحف، والكشف عن أنماط تلقي الجمهور الجامعي للمعلومات والأخبار من تلك الصحف وتقييم أداء تلك الصحف لدورها في إطار نظريات التأثير الإعلامية.

## 3/تساؤلات الدراسة:

يسعى البحث للإجابة عن التساؤلات الآتية:

1. ما هي اتجاهات مضمون الصحف الجامعية وأبعاد علاقتها بالجمهور الجامعي؟
2. ما مدى إهتمام الصحف الجامعية بقضايا المجتمع الجامعي؟
3. ما هي أهم فنون الكتابة الصحفية التي اعتمدت عليها صحيفة " جامعة الجزيرة "؟
4. ما هي قطاعات الجمهور الذي توجهت له الصحيفة؟
5. ما نوع المصادر التي اعتمدت عليها صحيفة جامعة الجزيرة في استقاء أخبارها ومعلوماتها؟
6. ما هي الموضوعات التي عالجتها صحيفة جامعة الجزيرة حول مجتمع الجامعة؟

<sup>3</sup> سمير محمد حسين ، بحوث الإعلام، (القاهرة: عالم الكتب ، ط"2" ، 1995م) ص 69 .

7. ما أنواع المضمون في صحيفة " جامعة الجزيرة "؟
8. ما أنماط المواد الإخبارية والمصورة بها؟
9. ما هو أسلوب معالجة صحيفة جامعة الجزيرة للقضايا المتعلقة بمجتمع جامعة الجزيرة؟
10. ما هي المهام والأدوار التي أولتها صحيفة جامعة الجزيرة في معالجتها لقضايا مجتمع الجامعة؟
11. ما هي المتغيرات المؤثرة في تلقي أو عدم تلقي المعلومات من الصحف الجامعية؟
12. ما هي دوافع تلقي المعلومات/ عدم تلقي المعلومات من الصحف الجامعية؟

#### 4/أهمية الدراسة:

- لهذه الدراسة أهمية في إطار الدراسات الصحفية والإعلامية على مستوى السودان، وذلك للإعتبرات التالية:
1. تسعى هذه الدراسة إلى معرفة الدور الذي تقوم به الصحافة الجامعية من خلال فنونها التحريرية المختلفة في معالجة القضايا المجتمعية الجامعية.
  2. تسعى هذه الدراسة إلى معرفة أهمية الصحف الجامعية انطلاقاً من أدوارها المنوطة بها.
  3. تسعى هذه الدراسة إلى التعرف على واقع الصحافة الجامعية، وذلك لإعطاء مؤشر مستقبلي لمكانة الصحافة الجامعية بين غيرها من مصادر المعلومات المختلفة - السمعية والبصرية والسمعية والإلكترونية - بالنسبة للمجتمع الجامعي.

4. تسهم الدراسة في تقديم الأسس والمعايير التي يمكن أن تسترشد بها إدارات الإعلام والعلاقات العامة بالجامعات في أثناء معالجتها للقضايا المجتمعية عن طريق الصحف التي تصدرها.
5. قلة الدراسات التي تعرضت لفن تحرير الصحف الجامعية.

#### 5/أهداف الدراسة:

يتحدد الهدف الرئيسي لهذه الدراسة في التعرف على إتجاهات مضمون الصحف الجامعية والكشف عن أبعاد علاقتها بالجمهور الجامعي، كما تسعى الدراسة بشقيها التحليلي والميداني إلى تحقيق هدف عام وهو تقييم دور الصحف الجامعية.

ويمكن تقسيم أهداف الدراسة الراهنة على النحو التالي :

#### أولاً: أهداف الدراسة التحليلية:

- 1- التعرف على اتجاهات مضمون الصحف الجامعية والكشف عن أبعاد علاقتها بالجمهور الجامعي.
- 2- تحديد نوع المضمون في صحيفة " جامعة الجزيرة " وأنواع الفنون التحريرية خلال فترة الدراسة.
- 3- التعرف على معالجة صحيفة " جامعة الجزيرة " للقضايا الجامعية لإفادة إدارات الإعلام والعلاقات العامة بالجامعات لتطویر أدائها في معالجتها الصحفية.
- 4- التعرف على المصادر التي اعتمدت عليها الصحيفة وأنماط الجمهور التي توجهت له.
- 5- دراسة وتحليل وتقييم المادة الصحفية المقدمة عبر فنون التحرير الصحفي بصحيفة " جامعة الجزيرة ".
- 6- دراسة دور الصحافة الجامعية في معالجة قضايا المجتمع الجامعي من خلال تحليل الموضوعات التي تناولتها، ومعرفة نوعية المواضيع التي ركزت عليها صحيفة " جامعة الجزيرة " خلال الفترة الزمنية للدراسة.
- 7- معرفة مدى إهتمام الفنون الصحفية المنشورة في صحيفة " جامعة الجزيرة " بمناقشة المشاكل والقضايا الجامعية التي يهتم بها القارئ .

8- الخروج بتوصيات تساعد في معالجة أوجه القصور في تنفيذ الفنون التحريرية الصحفية بالصحف الجامعية التي تتناول القضايا الجامعية في السودان.

ثانياً: أهداف الدراسة الميدانية:

- 1- رصد دوافع تلقي المعلومات/ عدم تلقي المعلومات من الصحف الجامعية.
  - 2- اختبار فرضيات نظريات التأثير الإعلامية على قطاع هام وهو جمهور الجامعة بما تشمله من شرائح هامة مثل الشباب الجامعي والإداريين، والصفوة ممثلة في أساتذة الجامعة.
- 6/الإجراءات المنهجية

- نوع البحث ومنهجه:

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية (Descriptive Studies) حيث يرتبط مفهوم البحث الوصفي بدراسة واقع الأحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليلها، وتفسيرها بغرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة، إما لتصحيح هذا الواقع، أو تحديده، أو استكماله، أو تطويره، وتمثل هذه الاستنتاجات فهماً للحاضر، يستهدف توجيه المستقبل. فهي تستهدف وصف الأحداث، والأشخاص، والمعتقدات، والاتجاهات والقيم، والأهداف، والتفضيل والاهتمام، وكذلك أنماط السلوك المختلفة.<sup>(4)</sup>

- المناهج المستخدمة:

استخدم الباحثان في دراستهما المنهج التكاملي الذي يشتمل على عدة مناهج تتكامل من أجل إخراج هذه الدراسة في صورتها النهائية.

منهج المسح: بإعتباره من أنسب المناهج العلمية للدراسات الوصفية بصفة عامة؛ لأنه يُستخدم في دراسة الظواهر أو المشكلات البحثية في وضعها الراهن<sup>(5)</sup>. وهذا المنهج يعتمد على مجموعة الخطوات المنهجية التي تسعى إلى اكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى، والعلاقات الإرتباطية بهذه المعاني، من خلال البحث الكمي الموضوعي، والمنظم للسلمات الظاهرة في هذا المحتوى<sup>(6)</sup>. وإستخدم هذا المنهج في تحليل موضوعات الفنون الصحفية في صحيفة جامعة الجزيرة، ومعرفة المشكلات والموضوعات التي تناولتها الفنون التحريرية المختلفة، والمصادر التي تعاملت معها، للوصول إلى وصف تحليلي للمادة الصحفية المقدمة في صحيفة جامعة الجزيرة.

- أدوات جمع البيانات:

إعتمدت الدراسة في إطار منهج المسح، لتحقيق أهداف الدراسة على الأدوات التالية:

1. أداة تحليل المضمون من خلال وصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها- من حيث الشكل والمضمون- تلبية للإحتياجات البحثية المصاغة في تساؤلات الدراسة، طبقاً لتصنيفات الموضوعية التي يحددها الباحث، وذلك بهدف استخدام هذه البيانات بعد ذلك إما في وصف هذه المواد الإعلامية التي تعكس السلوك الاتصالي العلني للقائمين بالاتصال، أو لاكتشاف الخلفية الفكرية أو الثقافية أو السياسية أو العقائدية التي تنبع منها الرسالة الاتصالية، أو للتعرف على مقاصد القائمين بالاتصال، وذلك بشرط أن تتم عملية التحليل بصفة منتظمة، ووفق أسس منهجية، ومعايير موضوعية، وأن يستند البحث في عملية جمع البيانات وتبويبها وتحليلها على الأسلوب الكمي بصفة أساسية. وإستخدم في هذه الدراسة بهدف التحليل

<sup>4</sup> محمد منير حجاب، أساليب البحوث الإعلامية والاجتماعية، ( القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، ط2، 2003) ص78

<sup>5</sup> محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، ( القاهرة: عالم الكتب، ط2، 1997) ص81

<sup>6</sup> سمير محمد الحسن، مرجع سابق، ص147

الكفي والكيفي لمضمون الصحافة الجامعية مما ساعد على تحديد دور الصحافة الجامعية من خلال الفنون الصحفية المختلفة في معالجة قضايا المجتمع الجامعي. فتحليل المضمون هو الأسلوب الذي يمكن بواسطته التعبير الكفي والدقيق عن الظواهر والأحداث والكتابات التاريخية خصوصاً مع استخدام الحاسب الآلي في عمليات معالجة وتجهيز وتحليل الوثائق.<sup>(7)</sup>

2- أداة المسح الميداني العينة : من خلال اختيار عينة عشوائية قوامها (100) مفردة.  
7/مجتمع الدراسة وعينته:

1. مجتمع الدراسة التحليلية: يتناول الرسالة الصحفية Message المقدمة في صحيفة "جامعة الجزيرة" خلال فترة الدراسة وبلغ حجم العينة (12) عدد.
2. مجتمع الدراسة الميدانية: وهو متلقي المعلومات والأخبار من الصحف الجامعية Audience من خلال عينة ممثلة لشرائح قراء صحيفة "جامعة الجزيرة" قوامها (100) مفردة .
- موضوعات عينة التحليل : موضوعات عينة التحليل هي الفنون الصحفية الجامعية.
- فئات التحليل : يعتمد نجاح تحليل المضمون على الفئات التي يستخدمها البحث، وكلما كانت فئات التحليل واضحة ومتكيفة مع مشكلة الدراسة وطبيعة المضمون يتحقق الهدف من الدراسة بالوصول إلى نتائج سليمة . ويأتي تعريف فئات التحليل في الفصل التطبيقي للدراسة.

8/حدود الدراسة:

- الحدود المكانية:

- وتشتمل هذه الدراسة على جميع الفنون الصحفية في صفحات صحيفة الدراسة (جامعة الجزيرة).
- واختارها الباحثان للأسباب التالية
1. جامعة لعدة أقلام من المهتمين بتطوير وتجويد التعليم العالي من خلال التناول الموضوعي لقضايا المجتمع الجامعي .
  2. اهتمامها البالغ بالتناول الموضوعي لكل هموم وقضايا التعليم العالي.
  3. لأنها صحيفة ذات مواكبة عالية وقوية للأخبار والأحداث والقضايا.
  4. أيضاً باعتبار أنها تتميز بانتظام الإصدار- صدرت صحيفة جامعة الجزيرة في الأول من شهر يناير 2014م - والأرشفة، وسهولة الحصول عليها.

- الحدود الزمانية:

حدي البداية والنهاية للفترة تحدد بعد الدراسة الاستكشافية بناء على اعتبارات علمية ومنهجية. وبناء على ذلك فقد اختار الباحثان حد البداية في الأول يناير 2014 م وهي الفترة الزمنية التي بدأ فيها إصدار صحيفة الدراسة (جامعة الجزيرة)، أما فترة النهاية في الأول من شهر يناير 2015 م .

9/التعريف الإجرائي لمصطلحات الدراسة :تم تحديد بعض المصطلحات المستخدمة في هذه الدراسة وهي :

<sup>7</sup> سمير محمد الحسن ، مرجع سابق ، ص 233 – 234.

1/ الاتجاه نحو الصحافة بأنه نسق من المعتقدات (الإيجابية أو السلبية) والمشاعر (التفضيلية أو غير التفضيلية) والميل للتصرف (بالاقتراب أو الابتعاد) نحو الصحافة كمصدر للمعلومات.

2/ الصحافة هي "نشرة" تطبع ألياً في فترات متقاربة جداً أقصاها أسبوع و يشترط فيها أيضاً أن تكون ذات طابع عالمي، و ذات فائدة عامة تتعلق بشكل خاص بالأحداث الجارية. و يشترط أيضاً

أن تنشر الأخبار و تذيب الأفكار و تحكم على الأشياء و تعطي معلومات بقصد تكوين جمهورها و الاحتفاظ به.<sup>(8)</sup>  
3/ الصحف الجامعية: هي تلك الدوريات النوعية الموجهة إلى الجمهور الجامعي بشكل أساسي للتعبير عنه من خلال طرح أو مناقشة قضاياها ومشكلاته، ويقوم الطلاب بتحريرها بشكل أساسي وفقاً لسياسة تحريرية معدة مسبقاً.<sup>(9)</sup> و يقصد بها في هذه الدراسة صحف العينة المختارة عن صحيفة جامعة الجزيرة.

4/ المعلومات: هي عصب العملية الإعلامية عامة والعملية التحريرية على وجه الخصوص، فهي المادة الخام التي يسعى رجل الإعلام إلى جمعها واستكمالها ومراجعتها وتنقيحها وصياغتها ثم عرضها على الرئيس المباشر لكي يقرر صلاحيتها للنشر، فالمعلومات إذاً مادتها الخام هي البيانات، وهي أساس المعرفة والعلم وجوهر عملية الاتصال التي يشكل الإعلام أحد أنشطتها الرئيسية. فالمعلومات هي نتاج معالجة البيانات تحليلاً أو تركيباً لاستخلاص ما تتضمنه هذه البيانات أو تشير إليه من مؤشرات وعلاقات ومقارنات وذلك من خلال إقامة العمليات الحسابية والمنطقية والإحصائية.<sup>(10)</sup>  
5/ النظرية: هي محصلة دراسات، وأبحاث، ومشاهدات وصلت إلى مرحلة من التطور وضعت فيه إطاراً نظرياً وعملياً لما تحاول تفسيره، كما أن النظريات قامت على كم كبير من التنظير والافتراضات التي قويت تدريجياً من خلال إجراء تطبيقات ميدانية، إن أهم ما يميز النظرية هو قدرتها المستمرة على إيجاد تساؤلات جديدة بالبحث، إضافة إلى استكشاف طرق جديدة للبحث العلمي.<sup>1</sup>

#### 10/ الدراسات السابقة في موضوع الدراسة:

تشكل الدراسات السابقة تراثاً مهماً ومصدراً غنياً لجميع الباحثين والدارسين، إذ تساعدهم في تكوين خلفيات علمية عن مواضيع دراستهم وأبحاثهم، فمن خلالها يتمكن الباحث من إعداد دراسته واختيار موضوع الدراسة وزيادة المحصول المعرفي لديه، والبدء من حيث انتهى الباحثون الآخرون بالنسبة للمواضيع المشابهة. لقد اهتمت العديد من الدراسات والنظريات بتأثيرات وسائل الإعلام على الفرد ومستويات هذا التأثير، وانتهت إلى وصف جمهور وسائل الإعلام بأنه إيجابي ونشط في مواجهة محتوى وسائل الإعلام، وأصبح الاهتمام بتفسير السلوك الاتصالي للفرد هو الاتجاه السائد في دراسات علاقة الفرد مع وسائل الإعلام.

وتعد نظرية الاستقبال أحد النظريات التي تنسم بالحدثة النسبية، وقد وضعت فروضها من خلال نتائج العديد من البحوث دراسة (1984) Devany التي تناولت تفسير عملية تلقي المستقبل للمعلومات عبر وسائل الإعلام، ويقوم الفرض الرئيس للنظرية على أن الفرد المتلقى للمعلومات في أي موقف يعتمد بشكل أساسي على وسائل الإعلام في تلقي المعلومات، ويتأثر في ذلك بالعديد من العوامل والمتغيرات مثل نمط استخدام الوسيلة، نوع المضمون، واهتمامات المتلقي وإتفاق المضمون مع اتجاهاته الراهنة.

وقد أشار (2005) Smith, Ken & others إلى أن نظرية الاستقبال هي أحد النظريات التي سوف يعتمد عليها بناء الدراسات المستقبلية، خاصة في مجال الإعلام والدعاية والإقناع.<sup>(11)</sup>

8 صلاح عبد اللطيف ، الصحافة المتخصصة، الطبعة الاولى (الاسكندرية : مكتبه و مطبعه الاشعاع الفنيه 2002) ص8  
9 ليلي عبد المجيد، العوامل المؤثرة على تحرير الصحف الجامعي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الثاني، 1997، ص181  
10 عبد الله الفراء ، تكنولوجيا التعليم والاتصال ، (عمان : مكتبة دار الثقافة ، ط"4" ، 2000م ) ص373 .

11 محمد عبد الحميد ، مرجع سابق ، ص ص199 ، 200

وباستقراء الدراسات المقدمة لتفسير سلوك تلقي المعلومات تبين عدم وجود أى دراسات عربية في إطار نظرية الاستقبال واتضح وجود العديد من الدراسات الأجنبية والخاصة بسلوك تلقي المعلومات من كل وسائل الإعلام المرئي والمسموع والمقروء، وقد انتهت تلك الدراسات إلى العديد من النتائج التي تساعد على فهم وتطبيق هذه النظرية، ومنها:

1. ترتبط عملية التلقي مباشرة بفكرة تكوين المعنى عند الجمهور المتلقى.
2. تكاملت نظرية الاستقبال مع العديد من النظريات الاتصالية الأخرى.
3. تعددت محاور الدراسات التي تناولت نظرية الاستقبال لتشمل العديد من وسائل الاتصال والإعلام مثل الإعلانات .

#### 11/ أسلوب تحليل البيانات والمعالجة الإحصائية:

- استخدام برنامج التحليل الإحصائي المستخدم في العلوم الاجتماعية (spss).
- الجداول التكرارية البسيطة والنسب المئوية.

### الإطار النظري للدراسة

#### الفصل الثاني : المدخل التعريفي للصحافة الجامعية:

##### ● تعريف الصحافة:

تعددت التعريفات حول الصحافة، حيث أنّ قديماً كان الباحثون يصفونها "أنها مجموعة أوراق، أو أنها قطعه من الجلد أو قرطاس يكتب فيه". ثم تطور بعد ذلك مفهوم الصحافة عند الباحثين وفقاً لتطوير العصور ووظيفة الصحافة نفسها. وأول من استخدم كلمة "الصحافة" في اللغة العربية هو الشيخ نجيب الحداد الذي أنشأ جريدة "لسان العرب" في الإسكندرية.

أما التعريفات الغربية فقد عرفت الصحافة بأنها "نشرة" تطبع ألياً في فترات متقاربة جداً أقصاها أسبوع و يشترط فيها أيضاً إنّ تكون ذات طابع عالمي ، و ذات فائدة عامه تتعلق بشكل خاص بالأحداث الجارية. و يشترط أيضاً أن تنشر الأخبار و تذيب الأفكار و تحكم على الأشياء و تعطي معلومات بقصد تكوين جمهورها و الاحتفاظ به.

و يعرف "ويكهام ستيد" وظيفة الصحافة بأنها جمع الأخبار ذات الفائدة العامة.<sup>(12)</sup> و يمكن تعريف الصحافة " أنها أوراق محدودة كطبعه يومياً أو أسبوعياً أو شهرياً أو دورياً، تحمل الدين أو الأخبار أو الأدب أو العلم أو الاقتصاد أو كل ذلك أو بعضه، و توزع على القراء للاطلاع و الإلمام بما تنقله إليهم".<sup>(13)</sup>

##### ● ظهور الصحافة في الدول العربية:

ظهرت الصحافة في المنطقة العربية والإسلامية في أواخر القرن الثامن عشر على يد الحملة الفرنسية التي جاءت إلى مصر عام 1798م، وجاءت معها الصحف. وفي منتصف القرن التاسع عشر ظهرت جريده "الوقائع" ومن بعدها نشأت الصحافة في مصر، أما في بقية الدول العربية فقد ظهرت الصحف في النصف الثاني من القرن التاسع عشر، في فترة الدولة العثمانية في سوريا و منطقة الشام و العراق، و ظهرت في الجزيرة العربية في عام 1300هـ-1880م، و ذلك

<sup>12</sup> صلاح عبد اللطيف ، الصحافة المتخصصة، الطبعة الأولى (الإسكندرية : مكتبه و مطبعه الاشعاع الفنيه 2002) ص8  
<sup>13</sup> فؤاد توفيق العاتي ، الصحافة الإسلاميه و دورها في الدعوة ، الطبعة الأولى (بيروت : مؤسسه الرساله للطباعة و النشر ) ص

عندما دخلت المطبعة المملكة العربية السعودية في عهد الوالي التركي عثمان نوري باشا، وعرفت المملكة الصحف في عام 1226 هجري-1908 م ، أي بعد ربع قرن من وصول المطبعة إلى أرض الحجاز.<sup>(14)</sup>

وعرفت منطقته المغرب العربي الصحف في أوائل هذا القرن عن طريق نشر الصحف الفرنسية و الاسبانية و أما في السودان فقد ظهرت أول صحيفة عام 1903م، وهي صحيفة "السودان" و كانت امتداداً لصحيفة "المقطم" في مصر. ولم تعرف منطقته الخليج العربي الصحافة إلا في النصف الثاني من القرن العشرين.

وفي عام 1286 هجري يوم الثلاثاء الموافق 5 ربيع الأول -17 حزيران 1869م صدرت أول جريده في العراق، و قد أنشأها الوالي مدحت باشا في بغداد باسم "جريدة الوزراء"، ولكن في مقال بعنوان "تاريخ الصحافة في العراق" نشر السيد زروق عيسى في العدد السابع لمجله "النجم" الصادرة في الموصل في 30 ايلول 1934 جاء فيه إن أول صحيفة صدرت في بغداد كانت تعرف باسم "جورنال العراق" أنشأها داوود باشا الكرجي عام 1816 عندما تسلم منصب الولاية. وفي سوريا انبثق فجر صحافتها عام 1858م في بيروت بمجله "مجموع فوائد" و كانت على أيدي المراسلين الأمريكيين، فقد أصدروها و طبعوها في مطبعتهن ناطقه باللغة العربية. وفي سنة 1855م أصدر رزق الله حسون الحلبي جريده "مرآه الأحوال العربية" في استانبول.

وفي لبنان ، صدرت أول جريده باسم "حديقة الأخبار" لخليل الخوري سنة 1858م<sup>15</sup>. وفي تونس ،صدرت جريده "الرائد الفرنسي" سنة 1860م. وفي ليبيا، صدرت جريده "طرابلس المغرب" سنة 1866م. وفي الأردن كانت صحيفة "الحق يعلو" صدرت في عام 1920م. وفي الإمارات العربية و بعد الاتحاد (صدرت عن وزاره الإعلام) جريده الاتحاد ثم أنشأت جريده "الوحدة" و هي صحيفة يومية أهليه. وفي البحرين صدرت صحيفة "البحرين" في سنة 1355 هجري-1936م أصدرها عبد الله الزايد، وهي أسبوعية وظلت تصدر إلي عام 1942م. وفي الكويت كانت مجله "الكويت" أول صحيفة صدرت فيها عام 1928م<sup>16</sup>. أما في القدس ، فقد صدرت جريده "القدس" سنة 1876م وقد أصدرتها الحكومة العثمانية باللغة العربية و التركية، كانت هي الجريدة الرسمية الأولى في البلاد، وكانت شريه من الحجم الصغير<sup>(17)</sup>.

وفي الرياض (منطقه نجد) تعتبر صحيفة "اليمامة" أول صحيفة تصدر فيها و كان صاحبها و رئيس تحريرها حمد الجاسر، وقد صدر العدد الأول منها في شهر ذى الحجة من عام 1374 هجري-1953م على هيئة مجلة شهرية، وفي عام 1375 هجري-1955م صدرت على هيئة صحيفة أسبوعية طبعت لأول مره في مدينه الرياض بعد أن أنشئت أول مطابع فيها وهي (مطابع الرياض) إذ كانت من قبل تُطبع في مكة ومصر ولبنان<sup>(18)</sup>.

#### ● تعريف الصحافة المتخصصة:

يمكن تعريف الصحافة المتخصصة بأنها "هي الصحافة التي تعني بجانب واحد من اهتمامات القراء في التطلع نحو المعرفة و الاستزادة منها، وهي ليست صحافه للعامة أو المجتمع كله و إنما هي قاصرة على قطاع معين من القراء"<sup>(19)</sup>.

#### ● عوامل انتشار الصحافة المتخصصة: (20)

- 14 صلاح عبد اللطيف :مرجع سابق ,ص10
- 15 فؤاد توفيق العاني,مرجع سابق , ص 31
- 16 المرجع السابق نفسه , ص 33
- 17 فؤاد توفيق العاني,مرجع سابق, ص31
- 18 المرجع السابق نفسه ,ص33
- 19 صلاح عبد اللطيف ,مرجع سابق ص12
- 20 المرجع السابق نفسه ,ص31

هناك الكثير من العوامل التي ساعدت و أدت إلى ظهور و انتشار الصحافة المتخصصة، التي أصبحت ظاهرة جديدة بالبحث في مجال الدراسات الإعلامية، يمكن أن تحدد فيما يلي :-

- 1- التطور التكنولوجي و العلمي .
  - 2- ظهور الصحافة الشعبية.
  - 3- ظهور وكالات الأنباء.
  - 4- صحافه الأقليات.
  - 5- دخول المرأة عالم الصحافة.
  - 6- النمو الاقتصادي.
  - 7- انتشار التعليم و زيادة السكان.
  - 8- ظهور التلفزيون و تنوع برامج الإذاعة.
  - 9- ظهور السلاسل الصحفية و خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية.
  - 10- الأنشطة الفردية للصحف.
- ظهور الصحافة الجامعية:

الصحف الجامعية هي تلك الدوريات النوعية الموجهة إلى الجمهور الجامعي بشكل أساسي للتعبير عنه من خلال طرح أو مناقشة قضاياها ومشكلاته، ويقوم الطلاب بتحريرها بشكل أساسي وفقاً لسياسة تحريرية معدة مسبقاً<sup>(21)</sup>. وتقدم الصحف الجامعية وظائف عديدة للجمهور الجامعي، وتتأثر في تحريرها بالعديد من العوامل، ومنها السياسة التحريرية، ونمط ملكيتها، والجهاز التحريري لها، وطبيعة جمهورها<sup>(22)</sup>. والصحف الجامعية شأنها شأن أي صحيفة عامة، تلتزم بمبادئ أخلاقية في أسلوب تحريرها وإخراجها أهمها:

1. مبدأ الصحة العامة .
2. مبدأ الوسطية والاعتدال .
3. مبدأ الفائدة للجمهور القارئ<sup>(23)</sup> .

يتناول البحث أحد الصحف الجامعية وهي صحيفة "جامعة الجزيرة"، الصادرة عن إدارة الإعلام والعلاقات العامة، بجامعة الجزيرة بالسودان، وتصدر الآن للعام الثاني حيث صدر العدد الأول منها في يناير من العام 2014 م وذلك في اثني عشر صفحة بالألوان .

#### ● صحيفة جامعة الجزيرة:

صحيفة شهرية تصدر عن جامعة الجزيرة، لنشر آخر الأخبار والمستجدات في الجامعة، إضافة إلى التحقيقات والتقارير الصحفية المتعلقة بكل ما يخص أقسام وإدارات الجامعة ووحداتها الأكاديمية، ويعمل في الصحيفة عدد من المتخصصين إضافة إلى بعض الكفاءات الصحفية من المتخرجين حديثاً في قسم الإعلام – كلية علوم الاتصال، هذا إلى جانب صدور الصحيفة ورقياً فإنه يتم الآن وضع مشروع خاص بتصميم موقع إلكتروني للصحيفة يمكن من خلاله تصفح صحيفة الجامعة بصيغ PDF، وسيتميز الموقع الإلكتروني بسهولة القراءة والتفاعلية، وهو الأمر الذي سيجعل منه موقعاً إلكترونياً يضيء في شكله ومضمونه كبريات المواقع للصحف الدولية والعربية المتطورة.

<sup>21</sup> ليلي عبد المجيد: العوامل المؤثرة على تحرير الصحف الجامعي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الثاني، 1997، ص181.

<sup>22</sup> المرجع السابق نفسه، ص184 - 186 .

<sup>23</sup> حسنى نصر، سناء عبد الرحمن: الخبر الصحفي، ( الإمارات: دار الكتاب الجامعي ط1، 2003 )، ص275 - 276 .

-إدارة صحيفة الجامعة:

- تُعد إدارة صحيفة الجامعة الجهة الإشرافية على إصدار صحيفة الجامعة. حيث تتولى إدارة صحيفة الجامعة المهام والاختصاصات الآتية
- أ- تغطية وإبراز برامج وخطط الجامعة في مختلف المجالات.
- ب- إعداد وتحرير المواد الخاصة بالصحيفة.
- ج- نشر أخبار الجامعة في الصحيفة أولاً فأول، وكل ما له صلة بأنشطتها المختلفة، وما تقوم به من فعاليات متنوعة .
- د- تنظيم مختلف الفعاليات الإعلامية من معارض الصور والملصقات واللقاءات والمؤتمرات الصحفية لمدير الجامعة.
- هـ- التنسيق مع الهيئتين التدريسية والمساعدة لنشر الآراء والمقالات العلمية والثقافية والتربوية .
- و- التنسيق والتعاون مع قسم الإعلام في كلية علوم الاتصال لتنظيم برامج التدريب والتطبيق في الصحيفة، وإبراز القدرات الإبداعية للطلاب بشكل عام.
- ز- تعزيز وتطوير التفاعل والصلات بين الجامعة والمجتمع.
- ح- توثيق العلاقة مع الصحف الرسمية، والأهلية ومراسلي الصحف العربية والأجنبية لإبراز نشاطات الجامعة في الداخل والخارج .
- ط- إعداد وتقديم الخطط والتقارير عن نشاط الإدارة وأفاق تطورها.
- أقسام إدارة صحيفة الجامعة:

تضم إدارة صحيفة الجامعة هيئة مسؤولة عن تحرير الصحيفة وإصدارها هي كالاتي

- 1- رئيس التحرير.
- 2- مدير التحرير.
- 3- سكرتير التحرير.
- 4- قسم الإخراج الفني .

## الفصل الثالث : نظريات التأثير الإعلامية (المفسرة لسلوك الجمهور)

## أولاً/ مفهوم النظرية:

لا تكاد توجد نظرية إعلامية واحدة متفق على كيفية عملها، أو تأثيرها في الجمهور بين الباحثين، وإنما يوجد عدد من النظريات التي تقدم تصورات عن كيفية عمل الإعلام وتأثيره، وفي الوقت ذاته تساعد هذه النظريات على توجيه البحث العلمي في مجال الإعلام إلى مسارات مناسبة، ذلك أن النظرية تجسد بشكل فاعل تطبيقات وسائل الإعلام في المجتمع .

كما تشرح النظرية ما تحدثه من تأثير في الجمهور، أو من الجمهور نفسه تجاه الوسائل، أو الرسائل الإعلامية. بل تتجاوز ذلك أحياناً إلى تقديم تصور عما يمكن أن يحدث مستقبلاً. كما تقدم النظرية تصوراً عن التغيرات الاجتماعية المحتملة وتأثيرات وسائل الإعلام فيها.

والنظرية هي محصلة دراسات، وأبحاث، ومشاهدات وصلت إلى مرحلة من التطور وضعت فيه إطاراً نظرياً وعملياً لما تحاول تفسيره، كما أن النظريات قامت على كم كبير من التنظير والافتراضات التي قويت تدريجياً من خلال إجراء تطبيقات ميدانية، إن أهم ما يميز النظرية هو قدرتها المستمرة على إيجاد تساؤلات جديدة بالبحث، إضافة إلى استكشاف طرق جديدة للبحث العلمي.<sup>(24)</sup>

ثانياً / أنواع النظريات الإعلامية:<sup>(25)</sup>

تزرخ أدبيات البحث العلمي في مجال النظريات الإعلامية، بالعديد من المؤلفات والمراجع العلمية عن النظريات ونشأتها وتطورها وأنواعها. ويقسم الباحثون النظريات الإعلامية إلى الأنواع التالية:

1. النظريات المتعلقة بالجمهور. يرتبط هذا النوع من النظريات بالجمهور المستخدم للمواد الإعلامية. ويقوم هذا النوع من النظريات على أساس أن الجمهور يستخدم وسائل الإعلام بسبب دوافع نفسية أو اجتماعية. ومن هذه النظريات ما يلي:

أ - نظرية الاستخدام والإشباع: تفترض هذه النظرية أن الجمهور يستخدم المواد الإعلامية لإشباع رغبات كامنة لديه، وأن دور وسائل الإعلام هو تلبية الحاجات فقط

ب- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام: تعتمد فكرة هذه النظرية على أن استخدامنا لوسائل الإعلام لا يتم بمعزل عن تأثير المجتمع الذي نعيش داخله، على أن قدرة وسائل الإعلام على التأثير تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظيفة نقل المعلومات بشكل مميز ومكثف .

2. النظريات المتعلقة بالقائم بالاتصال: تصنف بعض النظريات على أنها مرتبطة بالمرسل أو القائم بالاتصال، ومن هذه النظريات ما يلي :<sup>(26)</sup>

أ: نظرية الرصاصة أو الحقنة تحت الجلد: تعتمد هذه النظرية على أن وسائل الإعلام تؤثر تأثيراً مباشراً، وسريعاً في الجمهور، وأن الاستجابة لهذه الرسائل مثل رصاصة البندقية تؤثر بعد انطلاقها مباشرة.

<sup>24</sup> جيهان أحمد رشدي ، الإعلام ونظرياته في العصر الحديث ، (القاهرة : دار الفكر العربي ، ط1 ، 1971م) ، ص584 .  
<sup>25</sup> برنت د. روين ، الاتصال والسلوك الإنساني ، ترجمة : نخبة من أعضاء قسم وسائل وتكنولوجيا التعليم بكلية التربية ، جامعة الملك سعود ، (السعودية : مطابع معهد الإدارة العامة ، ب.ط ، 1984م) ، ص 72 .  
<sup>26</sup> منال هلال المزاهرة ، نظريات الاتصال ، ( القاهرة : دار المسيرة للنشر والتوزيع ، ط1 ، 2013م ) ص 160

ب: نظرية الغرس الثقافي: تفترض هذه النظرية أن الجمهور يتأثر بوسائل الإعلام في إدراك العالم المحيط به، وتزيد معارفهم، خاصة الأفراد الذين يتعرضون بكثافة لوسائل الإعلام .

ج: نظرية ترتيب الأولويات: تصنف هذه النظرية على أنها من نظريات القائم بالاتصال، ذلك لأفترض النظرية أن وسائل الإعلام هي من يقوم بترتيب اهتمامات الجمهور من خلال إبراز القضايا التي تستحق، وإهمال قضايا أخرى. فيبدي الجمهور اهتمامه بهذه القضايا دون غيرها .

3. النظريات المتعلقة بنوع التأثير الإعلامي الذي تحدثه وسائل الإعلام في الجمهور. وهو على ثلاثة أنواع:

أ: التأثير المباشر ( قصير المدى) : يرى هذا النوع من النظريات، التأثير المباشر لوسائل الإعلام في الجمهور. ومن هذه النظريات نظرية الرصاصة الإعلامية.

ب: نظريات التأثير التراكمي (طويل المدى): يرى هذا النوع من النظريات أن تأثير وسائل الإعلام لا يظهر مباشرة، وإنما بعد فترة زمنية طويلة من خلال تراكم المتابعة الإعلامية. ومن أمثلة هذا النوع نظرية دوامة الصمت القائمة على فرضية: أن قيام وسائل الإعلام بعرض رأي الأغلبية، يقلل من رأي أفراد المعارض.

ج: نظريات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام : يرى المنظرون لهذا التصنيف أن وسائل الإعلام تعمل داخل نظام اجتماعي، وتراعي الخصائص النفسية والاجتماعية للجمهور، وأنه ينبغي مراعاة جميع الظروف والعناصر المتصلة بالاتصال. ومن هذه النظريات، نظرية ترتيب الأولويات<sup>(27)</sup>.

ويناقش هذا الجزء من الدراسة المدخل الوظيفي لدراسة وسائل الإعلام، ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام، ونظرية الاستخدام والإشباع، وهي من النظريات المتعلقة بجمهور الإعلام، لأن هذه الدراسة ترتبط بسلوك فئة من الجمهور وهم طلبة الجامعات السودانية؛ ذلك أن المدخل الوظيفي يركز على مكانة الإعلام وخصوصاً الصحافة في حياة الناس، ويمكن من خلاله معرفة مكانة الصحافة الجامعية في حياة طلبة الجامعات السودانية في مجال الحصول على الأخبار والمعلومات والمعرفة. أما نظرية الاعتماد القائمة على الربط بين وسائل الإعلام، والمجتمع، والنظم الاجتماعية، فهي تحاول فهم العلاقة بين الإعلام والجمهور، وتركز في هذا على إجابة سؤال: لماذا يتابع الجمهور وسائل الإعلام لتحقيق الهدف؟. ويمكن من خلال نظرية الاعتماد معرفة مدى اعتماد طلبة الجامعات السودانية على الصحافة الجامعية للحصول على المواد الإخبارية والمعلومات. وتساعد الصحافة الجامعية في هذا على زيادة المعلومات العلمية، والإسهام في عمليات البحث العلمي، لاحتوائها كثيراً من المعلومات والمعارف المتنوعة، مما يجعل الجمهور يعتمد على الصحافة كلياً أو جزئياً. ونظرية الاستخدام يمكن من خلالها تفسير دوافع تعرض طلبة الجامعات السودانية للصحافة الجامعية، ومدى إشباع الصحافة لحاجات الطلبة الإخبارية والمعلوماتية. فمن الثابت أن الإعلام بكل مستوياته وأنواعه وأشكاله يساعد على إيجاد ميول، واهتمامات، وسلوكيات، لدى الطلبة الجامعيين المستقبلين والمتلقين له، تؤثر فيهم سلباً أو إيجاباً. فالاطلاع على أحدث المعلومات والأخبار من خلال الصحافة يكسب الفرد المستخدم خبرة علمية، إضافة إلى المعلومات التي يحصل عليها منها. وهذا يشكل اهتمامات وحاجات لم تكن موجودة من قبل، يسعى الطالب الجامعي إلى تلبيةها من خلال تصفحه للصحف الجامعية<sup>(28)</sup>.

ويدرس الباحثان في هذا المدخل نظريات إعلامية لم ترق بعد إلى مستوى القاعدة التي تم الاتفاق عليها بين الباحثين، فضلاً عن أن تصل إلى مستوى القانون الذي لا يتخلف. ولكن هذه نظريات إعلامية تختلف باختلاف الزمان الذي يدرس فيه الباحث، أو الجمهور المبحوث، أو مكان البحث. وهذا الأمر متفق عليه بين الباحثين، فمن الملحوظ أن

27 برنت روبن ، الاتصال والسلوك الإنساني ، مرجع سابق ، ص 73 .

28 دنيس ماكول ، الإعلام وتأثيراته "دراسات في بناء النظرية" ، ترجمة عثمان العربي ، (الرياض : دار النبل ، ب. ط ، 1992م) ص 130 .

يأتي باحث غربي يدرس نظرية معينة، فيصل إلى نتائج محددة. ويأتي باحث شرقي مثلاً، ويطبق النظرية نفسها، والأسلوب نفسه فيصل إلى نتائج مختلفة، مع أن الزمن واحد. ومرد هذا الاختلاف إلى أن نظريات التأثير لا زالت نظريات قائمة على فرضيات بحثية، ولا زالت خاضعة للدراسة، والبحث والتطوير.

### ثالثاً / المدخل الوظيفي لدراسة وسائل الإعلام:

يهتم المدخل الوظيفي لدراسة وسائل الإعلام بمكانة وسائل الإعلام في حياة الجمهور المستخدم، وذلك من خلال دراسة الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام خدمة للفرد والمجتمع. لقد وضع الباحثون والمنظرون وظائف لوسائل الإعلام، انطلاقاً من حاجة الفرد، والمجتمع لهذه الوسائل، وذلك مثل وظيفة نقل الأخبار إلى الجمهور، والترفيه، ونقل التراث الاجتماعي عبر الأجيال، والتعليم. ويعرض الباحثان هنا أمرين هما:

1. مكانة وسائل الإعلام في حياة الناس.

2. التمييز بين المحتوى والوسيلة.

أولاً: مكانة وسائل الإعلام في حياة الناس.

يعد المدخل الوظيفي أحد المداخل الأساس لدراسة الإعلام الجماهيري. فالمفاهيم التقليدية للاتصال قادت بحوث الإعلام والاتصال إلى توجيهين هما:

أ: توجه بحثي معني أساساً بالتأثيرات الناتجة عن تعرض وتلقي الجمهور لوسائل الإعلام الجماهيرية من خلال محاولة اكتشاف ما تفعله هذه الوسائل بالجمهور.

ب: توجه بحثي معني أساساً بوظائف وسائل الإعلام الجماهيرية من خلال البحث عما تفعله هذه الوسائل من أجل الجمهور، أو الكيفية التي يستخدم بها الجمهور وسائل الإعلام. (أي ما يفعله الجمهور بالوسائل).

ونتج الاتجاه الأول عن القول بالقدرة الهائلة لوسائل الإعلام في التأثير على الجمهور، وتشكيل الرأي العام والقدرة على الإقناع. وهذا القول بالغ إلى حد كبير في قدرة وسائل الإعلام في التأثير في الجمهور، وتحويل آرائهم إلى رأي القائم بالاتصال، وتمثل ذلك في النظريات التي ظهرت أثناء وبعد الحرب العالمية الأولى مثل نظرية الرصاصة. وعندما لاحظ الباحثون صعوبة التوصل إلى نتائج محددة حول تأثير وسائل الإعلام قادتهم هذه الملحوظات إلى ظهور الاتجاه البحثي الثاني الذي يعنى بالعلاقة الوظيفية بين وسائل الإعلام وجمهورها. ومحور هذا الاتجاه هو الإجابة عن أسئلة هي: كيف ولماذا يستخدم الناس وسائل الإعلام؟ أو بعبارة أخرى، ما دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام؟ وما الإشباع التي تقدمها وسائل الإعلام لجمهورها؟. لذا اتجه الباحثون لدراسة ما يفعله الناس بوسائل الإعلام، بدلاً من الاهتمام بما تفعله وسائل الإعلام بالجمهور، ولا يمكن من خلال أحد هذين الاتجاهين وحده فهم مكانة وسائل الإعلام في حياة الناس. ورغم ظهور اتجاه حديث يربط بين المدخل الوظيفي ومدخل تأثير وسائل الإعلام، ويستخدم نتائج البحوث الوظيفية لدراسة تأثيرات وسائل الإعلام، إلا أن المدخل الوظيفي منذ أن تبلورت أبعاده يكتسب أهمية كبرى في دراسة وسائل الإعلام الإلكترونية، ومنها الإنترنت.

ومنذ أن نشر هارولد لازويل مقالته عام 1948م حول وظائف الاتصال في المجتمع، وهي مراقبة البيئة وربط المجتمع بالبيئة المحيطة به ونقل التراث الاجتماعي من جيل إلى آخر، أضحت هذه الوظائف أساساً لصياغة الأفكار والمداخل

الخاصة بتحديد وظائف الإعلام بالنسبة للفرد والمجتمع، بعد تطويرها أو تكييفها في علاقتها بالوسيلة، أو المضمون أو المتلقين، ولكنها جميعاً تجيب عن أسئلة خاصة بالوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام بالنسبة للفرد والمجتمع .

وحدد إلهو كاتز (Elihu Katz) في عام 1984م الوظائف الأربع الأساس التي يمكن أن تخدم فيها وسائل الإعلام الفرد وتؤثر في سلوكه، وهي:

1. وظيفة المنفعة، حيث إن اتجاه الفرد إلى وسيلة معينة أو مضمون معين يتحدد في ضوء النفع العائد عليه من هذه الوسيلة أو هذا المضمون.
2. وظيفة الدفاع عن الذات، وتعكس هذه الوظيفة رأي الفرد في الدفاع عن الصورة التي شكّلها عن نفسه ورفض ما عداها.
3. وظيفة التعبير عن القيم، فكلما دعمت وسائل الإعلام القيم السائدة في المجتمع شعر الفرد بالرضا عن هذه الوسائل. وهذا يفسر قدرة وسائل الإعلام على دعم القيم السائدة في مقابل ضعف قدرتها على تغيير الاتجاهات السائدة.
4. الوظيفة المعرفية، وتتمثل في حاجة الفرد إلى المعرفة التي تساعد على بناء إدراكه.

ويرى دينيس ماكويل (D. Macquial) أن الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام توجد حاجات ودوافع لم تكن موجودة من قبل، تدفع الجمهور إلى وسائل الإعلام فيسعى إلى إشباع تلك الحاجات من خلال التعرض لوسائل الإعلام، وهذه الوظائف هي: (29)

- أ - وظيفة الإعلام: وهي رغبة الفرد في معرفة ما يدور حوله من أحداث في المجتمع والعالم.
  - ب- وظيفة تحديد الهوية: وتتمثل في حاجة الفرد إلى دعم القيم الشخصية، والتوحد مع الآخرين في قيمهم.
  - ت- وظيفة التفاعل الاجتماعي: وتتركز هذه الوظيفة في حاجة الفرد إلى الانتماء، والحوار، والتواصل مع الآخرين.
  - ث - وظيفة الترفيه: وهي رغبة الفرد في الهروب من المشكلات، والخلود إلى الراحة، وملء الفراغ.
- وعلى هذا يمكن فهم العلاقة التفاعلية بين وسائل الإعلام والجمهور حيث لا يعملان منفصلين، ولا غنى لأحدهما عن الآخر، فكيف يمكن النظر إلى مجتمع متقدم دون وسائل إعلام جماهيرية، وماذا لو جاءت هذه الوسائل وعملت بكل طاقتها الإنتاجية في مجتمع فقير لا يجد قوت يومه؟ .

لقد أصبحت وسائل الإعلام جزءاً مهماً في حياة المجتمعات المتقدمة. ذلك أن وسائل الإعلام في تلك المجتمعات من الأدوات المهمة في معرفة البيئة الاجتماعية الذي توجد فيه هذه الوسائل وهذا الجمهور. أما أكثر المجتمعات المتخلفة أو النامية، فلا يكاد يجد الفرد العادي قوت يومه، فكيف يمكنه متابعة وسائل الإعلام. إذ يومه مشغول بالبحث عن طعامه أو طعام أولاده. فوسائل الإعلام تعمل في مجتمع جماهيري يهتم بها، ويتعامل معها، ولا يمكن أن تعمل في مجتمع لا يستخدم وسائل الإعلام. الجمهور له حاجات، وأهداف أولية يريد تحقيقها مثل الطعام والشراب والكساء، ثم يهتم بالحاجات الثانوية كأخبار العالم والمجتمع المحيط به.

لقد أصبحت وسائل الإعلام مصدراً مهماً من مصادر المعلومات، وموجّهاً قوياً لسلوك كثير من أفراد الجمهور، وأصبح وجودها في كل مكان أمراً شائعاً، إلا للقليل من الأفراد. (30)

29 دنيس ماكويل ، مرجع سابق، ص 130 - 131 .  
30 دنيس ماكويل ، مرجع سابق، ص 130

ومع تقدم المجتمعات وتحضرها، يزداد تعقدها واندماج وسائل الإعلام فيها، حتى أصبحت وسائل الإعلام جزءاً لا يتجزأ من المجتمع، خاصة في أوقات الأزمات والأحداث، وأصبحت معلومات وسائل الإعلام، وتحليلاتها ذات أهمية كبيرة وقيمة متزايدة في المجتمعات، وتتناقلها الأفواه. بل وصل الأمر إلى أن وسائل الإعلام تنقل الحدث وقت وقوعه على الهواء مباشرة. لذا فإن قوة وسائل الإعلام تكمن في السيطرة على مصادر معلومات معينة، وتلزم الأفراد ببلوغ أهدافهم الشخصية، وكلما زاد المجتمع تعقداً، زاد اتساع مجال الأهداف الشخصية التي تتطلب الوصول إلى مصادر معلومات ووسائل الإعلام.

#### أولاً/ نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:<sup>(31)</sup>

تعتمد فكرة هذه النظرية على أن استخدام الأفراد لوسائل الإعلام لا يتم بمعزل عن تأثير المجتمع الذي يعيش داخله وأن قدرة وسائل الإعلام على التأثير تزداد عندما تقوم هذه الوسائل بوظيفة نقل المعلومات بشكل مستمر ومكثف. ومن خلال هذه النظرية يمكن لنا معرفة مدى اعتماد طلبة الجامعات السودانية على الصحافة للحصول على المواد الإخبارية. وسيعرض الباحثان هنا للنظرية ثم يبينان كيفية الاستفادة منها لخدمة أهداف البحث.

ظهر مفهوم الاعتماد على وسائل الإعلام في السبعينيات الميلادية من القرن الماضي، وذلك عندما ملأ كل من دي فلور وساندرا بول روكيش، وهما صاحبا كتاب نظريات وسائل الإعلام ومؤسساً لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام الفراغ الذي خلفه نموذج الاستخدامات والإشباع، الذي أهمل تأثير وسائل الإعلام وركز على المتلقي وأسباب استعماله لوسائل الإعلام، فأخذ المؤلفان بمنهج النظام الاجتماعي العريض لتحليل تأثير وسائل الإعلام، حيث اقترحا علاقة اندماج بين الجمهور، ووسائل الإعلام، والنظام الاجتماعي، وهذه هي البداية الأولى لهذه النظرية.

وخرجت هذه النظرية من الدوافع الإنسانية للمدرسة الاجتماعية، حيث يرى باحثوا النظرية أن هناك اعتماداً متبادلاً بين الإعلام الجماهيري، والنظام الاجتماعي الذي ينشأ فيه، فقد لاحظت (ساندرا بول روكيش) إحدى مؤسسي النظرية ومطورها أن شمولية نظرية الاعتماد ودقتها تجعلها إحدى النظريات الإعلامية القلائل التي يمكن أن تساعد في فهم تأثيرات الإعلام واستخداماته

#### 1/ مفهوم نظرية الاعتماد:

من خلال اسم النظرية يتضح مفهومها، وهو الاعتماد المتبادل بين الأفراد ووسائل الإعلام، وأن العلاقة التي تحكمهم هي علاقة اعتماد بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية والجمهور؛ إذ يعتمد الأفراد في تحقيق أهدافهم على مصادر معلومات الإعلام المنحدرة من جمع المعلومات ومعالجتها ونشرها. ويبين (دي فلور) و (ساندرا بول) أن المعلومة هنا هي كل الرسائل الإعلامية حتى الترفيهية منها.

إن تأثرنا بهذا النظام الاجتماعي الذي نعيش بداخله ينعكس على طريقة استخدامنا لوسائل الإعلام، ولا يقتصر التأثير على النظام الاجتماعي فحسب بل يشمل تأثير وسائل الإعلام في الجمهور. وكلما تعقدت البنية الاجتماعية قل التفاعل بين أفراد المجتمع، مما يتيح للإعلام مجالاً واسعاً لملء الفراغ، فيصبح الفرد أكثر اعتماداً على وسائل الإعلام لاستقاء المعلومات، وعلى هذا فالجمهور عنصر فاعل وحيوي في الاتصال.

ونظرية الاعتماد لا تشارك فكرة المجتمع الجماهيري في أن وسائل الإعلام قوية لأن الأفراد منعزلون بدون روابط اجتماعية، والأصح أنها تتصور أن قوة وسائل الإعلام تكمن في السيطرة على مصادر المعلومات، وتلزم الأفراد ببلوغ أهدافهم الشخصية، علاوة على أنه كلما زاد المجتمع تعقيداً زاد اتساع مجال الأهداف التي تتطلب الوصول إلى مصادر معلومات ووسائل الإعلام.

31 برنت روين، الاتصال والسلوك الإنساني، مرجع سابق، ص 101.

والمفترض أن يكون نظام وسائل الإعلام جزءاً مهماً من التركيب الاجتماعي للمجتمع الحديث، ويرى مؤسس النظرية أن لوسائل الإعلام علاقة بالأفراد والمجتمعات، وقد تكون هذه العلاقة متغيرة أو منتظمة، مباشرة أو غير مباشرة، قوية أو ضعيفة.<sup>(32)</sup>

ويمكن القول إن نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام نظرية بيئية، بمعنى أنها تركز على العلاقات بين النظم ومكوناتها، وتنظر إلى المجتمع باعتباره مجتمعاً مركباً من مجموعة من الأفراد، وليس من فرد واحد، وهي تبحث في العلاقة التي تربط هؤلاء الأفراد مع بعضهم البعض. ومن ثم تحاول تفسير سلوك كل جزء من تركيب هذا المجتمع على حدة، لمعرفة ارتباط هذه العلاقات مع بعضها البعض.<sup>(33)</sup>

بلاك (Black) و (برينت Bryant) صنفا هذه النظرية من النظريات المتكاملة للأسباب الآتية:

1. تضمنها لعناصر من علم الاجتماع، ومفاهيم من علم النفس.
  2. تفسيرها للعلاقات السببية بين الأنظمة المختلفة في المجتمع، مما يؤدي إلى تكامل هذه الأنظمة بعضها مع بعض.
  3. جمعها للعناصر الرئيسة لنظرية الاستخدام والإشباع من جهة، ونظريات التأثير التقليدية من جهة أخرى، على الرغم من أن اهتمام هذه النظرية لا يتركز على معرفة التأثير بحد ذاته، وإنما في تفسير تراوح التأثير بين القوة والضعف من جانب، والمباشر وغير المباشر من جانب آخر.
  4. تقديمها لنظرة فلسفية تجمع بين الاهتمام بمضمون الرسائل والتأثير الذي يصيب الجمهور نتيجة التعرض لهذا المضمون
- وتحاول النظرية فهم العلاقة بين الإعلام والجمهور، وترتكز في هذا على إجابة سؤال: لماذا يتابع الجمهور وسائل الإعلام لتحقيق الهدف؟ وتسعى النظرية إلى اختبار العلاقة بين الأجزاء الصغيرة، والكبيرة في النظام الاجتماعي لمحاولة فهم سلوك كل جزء وتوضيحه في ضوء وطبيعة العلاقة بين عناصر النظام ككل، وبما أن الإعلام جزء من هذا النظام الاجتماعي فإن النظرية تنظر إليه من منطلق العلاقة التي يبنمها الأفراد مع وسائل الإعلام.

2/ افتراضات النظرية: استقى بعض الباحثين من التأثير المعتدل لوسائل الإعلام، بعض الافتراضات منها:

1. يتراوح تأثير وسائل الإعلام بين القوة والضعف تبعاً للظروف المحيطة، والخبرات السابقة.
2. نظام وسائل الإعلام جزء من النسق الاجتماعي للمجتمع، ولهذا النظام علاقة بالأفراد والجماعات والنظم الاجتماعية الأخرى.
3. استخدام وسائل الإعلام لا يحدث بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي الذي يكون فيه الجمهور ووسائل الاتصال.
4. استخدام الجمهور لوسائل الإعلام وتفاعله معها يتأثران بما يتعلمه الفرد من المجتمع ومن وسائل الاتصال، ويتأثر الفرد بما يحدث نتيجة تعرضه لوسائل الاتصال

3/ ركائز النظرية:

تشرط النظرية شرطين أساسيين حتى يكون هناك اعتماد متبادل بين الجمهور، ووسائل الإعلام هما:

32 برنت روين ، الاتصال والسلوك الإنساني ، مرجع سابق ، ص 103 .

33 برنت روين ، الاتصال والسلوك الإنساني ، مرجع سابق ، ص 103 .

1. إذا قامت وسائل الإعلام بتحقيق وظائف مهمة للمجتمع زاد اعتماد المجتمع على وسائل الإعلام. فإذا قامت وسائل الإعلام بعمل الوظائف المناطة بها، وأصبح بإمكانها إشباع حاجات الجمهور، زاد ذلك من اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام.
  2. ارتفاع حدة الصراع في الحروب مثلاً، أو التغيير السياسي، أو الاقتصادي، أو الاجتماعي يؤثر على درجة اعتماد الفرد على وسائل الإعلام نتيجة الظرف الذي أوجده الصراع. بمعنى أن الظرف الذي توجده الحروب أو التغييرات السياسية أو الاقتصادية يؤثر على كثافة اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام.
- فهناك مجالات عديدة يعتمد فيها الجمهور على معلومات وسائل الإعلام لتلبية احتياجاتهم المعرفية عن العالم وعن المجتمع المحيط.
- وتتحكم وسائل الإعلام في ثلاثة أمور هي:

1. جمع المعلومات: بمعنى جمع المعلومات من مصادرها أو أماكن حدوثها، ومن ثم إرسالها إلى المؤسسة الإعلامية.
2. تنسيق المعلومات: فإذا استقبلت المؤسسة الإعلامية هذه المعلومات، وتكون في بعض الأحيان مستقبلية من أكثر من مصدر، مثل المراسلين، وكالات الأنباء، الإنترنت. تبدأ عملية فرز وتنسيق المعلومات بصورة إعلامية.
3. نشر المعلومات، وتوزيعها بصورة جماهيرية: وهذا هو السبب المهم في جمع المعلومات، وذلك لخدمة هدف المؤسسة، وهو التأثير في الجمهور من خلال المعلومات التي تصل إليه من المؤسسة الإعلامية.

#### 4/ حدود النظرية وتداخلها مع النظريات الأخرى:

تتداخل النظريات الإعلامية بعضها مع بعض تداخلاً متفاوتاً حسب كل نظرية وفروضها. وتتداخل نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام مع بعض نظريات التأثير السالفة الذكر، وهذا التداخل قد يكون في الفروض، أو في طبيعة العلاقة بين الأنظمة الاجتماعية ووسائل الإعلام، أو في المحاور التي تركز عليها النظريات الإعلامية، أو في التأثير الذي تحدثه وسائل الإعلام في الجمهور.

وتصنف نظرية الاعتماد من ضمن النظريات ذات التأثير المعتدل لوسائل الإعلام، شأنها في ذلك شأن نظريات ترتيب الأولويات، والاستخدامات والإشباع، وهذه النظريات تنطلق من فرضية مشتركة، هي أن لوسائل الإعلام تأثيراً يتراوح بين القوة والضعف، والمباشر وغير المباشر، وتدرس هذه النظريات جانبين رئيسيين، ماذا تفعل الوسائل بالجمهور؟ وماذا يفعل الجمهور بالوسائل؟

وبناءً على ما ذكر آنفاً يمكن القول إن نظرية الاعتماد تتداخل مع نظرية الاستخدامات والإشباع في أن الجمهور يعتمد على معلومات وسائل الإعلام لتحقيق حاجاته، وللحصول على أهداف معينة، وتتداخل مع نظرية الغرس الثقافي في أن كلاً منهما يسعى إلى تكوين الآراء، والاتجاهات من خلال مداومة الجمهور على متابعة وسائل الإعلام.

ثانياً / نظرية الاستخدامات والإشباع: (34)

#### 1/ مفهوم النظرية:

الاستخدام في اللغة: من استخدم استخداماً، أي اتخذ الشخص خادماً. ومنه يخدمه خدمة فهو خادم وخدّام.

وأما الإشباعات في اللغة: فهي مأخوذة من الشبع (بفتح الشين وفتح الباء) والشبع (بكسر الشين) مثل عنب ضد الجوع، وتدل على امتلاء في أكل وغيره، وامرأة شبعى الذراع من النساء هي ضخمتها، وثوب شبيح الغزل أي كثيره، وشبيح العقل أي وافره، والتشبع من يرى أنه شبعان وليس كذلك.

ونظرية الاستخدامات والإشباعات في الاصطلاح الإعلامي مثار اختلاف بين الباحثين. وتعني النظرية باختصار: تعرض الجمهور لمواد إعلامية لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية. وأورد مساعد المحيا تعريفاً اصطلاحياً لمفهوم النظرية على أنه "ما تحققه المادة المقدمة عبر وسيلة معينة من استجابة جزئية أو كلية لمتطلبات حاجات، ودوافع الفرد الذي يستخدم هذه الوسيلة ويتعرض لتلك المادة" وذكر محمد عبد الحميد أستاذ الإعلام بجامعة حلوان أن الحاجة هي: "افتقار الفرد أو شعوره بنقص في شيء ما، يحقق تواجده حالة من الرضا والإشباع، والحاجة قد تكون فسيولوجية أو نفسية" وذكر أن الدافع هو "حالة فسيولوجية أو نفسية توجه الفرد إلى الاتزان النفسي، الذي يساعد على استمرار التواصل مع الغير والتكيف مع البيئة."

## 2/ جذور النظرية:

خلال أربعينيات القرن العشرين الميلادي أدى إدراك عواقب الفروق الفردية والتباين الاجتماعي، وإدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجمهور، ووسائل الإعلام، وكان ذلك تحولاً من رأي الجمهور على أنه عنصر سلبي إلى أنه عنصر فاعل في انتقاء الرسائل والمضامين المفضلة من وسائل الإعلام. وكان ذلك ردة فعل لمفهوم قوة وسائل الإعلام كما في نظرية الرصاصة، ونظرية انتقال المعلومات على مرحلتين. ونظرية الاستخدامات والإشباعات، القائمة على افتراض الجمهور النشط تركز على كيفية استجابة وسائل الإعلام لدوافع احتياجات الجمهور.

وذكر حسن مكاوي وليلى السيد أن ويرنر وتانكرد Tankard Werner أشارا إلى أن البحث في أنواع الاحتياجات التي يحققها استخدام وسائل الإعلام، قد بدأ في الثلاثينيات من القرن الميلادي الماضي، عندما أجريت دراسات عديدة من هذا المنظور، للتعرف على أسباب استخدام الجمهور لوسيلة معينة، وبدأت أبحاث النظرية منذ عام 1944م في دراسة (هيرتا) و(هيرزج) التي استهدفت الكشف عن إشباع مستمع "المسلسلات اليومية"، وتوصلت إلى أنها تهتم بإشباع الحاجات العاطفية، وفي عام 1945م جاءت دراسة (بيرلسون Berlson) التي أجراها، عندما توقفت ثمانين صحف عن الصدور لمدة أسبوعين، بسبب إضراب عمال شركة التوزيع في نيويورك، فكان سؤاله عما افتقده الجمهور خلال هذه المدة، وتوصل إلى أن الصحف تقوم بعدة أدوار، تعد السبب في ارتباط الجمهور بها، مثل دور نقل المعلومات، والإخبار، والهروب من العالم اليومي. و كان أول ظهور لهذه النظرية بصورة كاملة في كتاب " استخدام وسائل الاتصال الجماهيري" من تأليف إلمو كاتز Elihu Katz وبلملر Blumler عام 1974م ودار هذا الكتاب حول تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام من جانب، ودوافع استخدام الفرد من جانب آخر. وتعد هذه النظرية بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسات تأثير وسائل الاتصال، حيث يزعم المنظرون لهذه النظرية أن للجمهور إرادة من خلالها يحدد أي الوسائل والمضامين يختار.

واستمر الاهتمام بهذه النظرية عند الباحثين أمثال لازرسفيلد (Lazars field) وريفيز (Reeves) وويلبور شرام (Wilbur Schramm) في القرن العشرين، ولكنها لم تكن مصممة لدراسة إشباع وسائل الإعلام للفرد بقدر ما هي استهداف للعلاقة بين متغيرات اجتماعية معينة، واستخدام وسائل الاتصال. ومع تزايد الاهتمام بالإشباع التي تزود بها وسائل الإعلام جمهورها أصبح واضحاً أن هذه الدراسات لم تستطع الوصول إلى تحديد للإشباع التي

توضح عناصر هذه النظرية، ذلك أن أصحابها لم يحاولوا الكشف عن مدى الارتباط بين ما انتهوا إليه من إشباعات، وبين الأصول الاجتماعية والنفسية للحاجات التي يتم إشباعها، إضافة إلى عجزهم في البحث عن العلاقة بين وظائف الاتصال الجماهيري المتنوعة، التي تعود إلى تحديد البناء الكامل لإشباعات وسائل الاتصال<sup>(35)</sup>.

ويرى دينيس ما كويل (D.Macquial) أنه لا بد من دراسة العلاقة بين الدوافع النفسية التي تحرك الفرد لتلبية حاجاته في وقت معين، والتعرض لوسائل الإعلام، وهو بهذا قدّم المدخل الرئيس لدراسة العلاقة بين المتلقين، ووسائل الإعلام. ذلك لأن هذا المدخل يقوم أساساً على تصور الوظائف التي تقوم بها الوسائل ومحتواها من جهة ودوافع الفرد المستخدم من جهة أخرى .

وفي السبعينيات من القرن العشرين بدأ الباحثون يستهدفون عبر البحوث المنظمة بناء الأسس النظرية لمدخل الاستخدام والإشباع، وذلك عبر طرح، وصياغة الكثير من التساؤلات العديدة التي ظهرت في الدراسات التقليدية المقدمة في الأربعينيات من القرن نفسه، وأدى ذلك بدوره إلى قيام عدد من البحوث التطبيقية في مجال الاستخدام والإشباع، وكانت كل دراسة تسعى إلى الإسهام في بلورة ما انتهت إليه الدراسات السابقة في هذا المجال، فجعلوا كثيراً من الخطوات المنطقية التي كانت غير ظاهرة في تلك الدراسات السابقة خطوات عملية.

### 3/فروض النظرية:<sup>(36)</sup>

بعد أن بدأت تتضح المداخل الرئيسة للنظرية عند الباحثين قاموا بمحاولة وضع الأسس العلمية والفرضيات التي تنطلق النظرية منها، وشكلت هذه الأسس، والعناصر المداخل العلمية للنظرية. ولأن نظرية الاستخدامات والإشباعات قامت على افتراض الجمهور النشط، على العكس من نظريات التأثير السابقة التي قالت بقوة تأثير وسائل الإعلام في الجمهور مثل نظرية الرضا، فأضفت النظرية بذلك صفة الإيجابية على الجمهور، فلم يعد الجمهور من خلال هذا المنظور متلقياً سلبياً بل ينظر إليه على أنه ينتقي بوعي ما يرغب في التعرض له من الوسائل والمضامين التي تلي حاجاته النفسية والاجتماعية. لذا يرى إليهو كاتز (Elihu Katz) وزملاؤه أن هذا المنظور قائم على خمسة فروض هي كالاتي:

1. الجمهور هو جمهور مشارك فاعل في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدم الوسيلة التي تحقق حاجاته.
2. استخدام الوسائل يعبر عن الحاجات التي يرغب الجمهور تحقيقها، وتتحكم في ذلك أمور، منها: الفروق الفردية، والتفاعل الاجتماعي.
3. الجمهور هو الذي يختار الوسيلة، والمضمون الذين يشبعان حاجاته.
4. يستطيع الجمهور تحديد حاجاته ودوافعها، ومن ثم يلجأ إلى الوسائل والمضامين التي تشبع حاجاته.
5. يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة في المجتمع من خلال استخدام الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال الرسائل الإعلامية فقط .
6. ليتل جون (Little John) أكد أن هناك ثلاثة فروض أساس تنطلق منها هذه النظرية وهي:

1- أن جمهور وسائل الإعلام يسعى إلى إشباع حاجة معينة من خلال تعرضه للرسائل

35 حسن عماد مكاي،إيلي السيد ، مرجع سابق ، ص 201

36 محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ( القاهرة : ، عالم الكتب ، ط1، 1998) ص145

التي تقدمها الوسيلة الإعلامية.

2- أن جمهور الوسيلة الإعلامية هو جمهور مسؤول عن اختيار ما يناسبه من وسائل الإعلام التي تحقق حاجاته ورغباته، فهو يعرف هذه الحاجات والرغبات، ويحاول إشباعها من خلال استخدام الوسائل الإعلامية المتعددة.

3- أن وسائل الإعلام تتنافس مع مصادر أخرى لإشباع حاجات الجماهير.

ومن خلال الفروض السابقة لكل من (كانز) و (ليتل جون) يتضح أن هناك تقارباً في رؤى الباحثين حول المنطلقات النظرية الرئيسة لنظرية الاستخدامات والإشباع.

### ثالثاً: نظرية الاستقبال:

اهتمت العديد من الدراسات والنظريات بتأثيرات وسائل الإعلام على الفرد ومستويات هذا التأثير، وانتهت إلى وصف جمهور وسائل الإعلام بأنه إيجابي ونشط في مواجهة محتوى وسائل الإعلام، وأصبح الاهتمام بتفسير السلوك الاتصالي للفرد هو الاتجاه السائد في دراسات علاقة الفرد مع وسائل الإعلام.

وتُعد نظرية الاستقبال أحد النظريات التي تتسم بالحدثة النسبية، وقد وضعت فروضها من خلال نتائج العديد من البحوث مثل دراسة ديفني Devany (1984) التي تناولت تفسير عملية استقبال المتلقى للمعلومات عبر وسائل الإعلام، ويقوم الفرض الرئيس للنظرية على أن الفرد المتلقى للمعلومات في أي موقف يعتمد بشكل أساسي على وسائل الإعلام في استقبال المعلومات، ويتأثر في ذلك بالعديد من العوامل مثل نمط استخدام الوسيلة، نوع المضمون، واهتمامات المتلقى واتفاق المضمون مع اتجاهاته الراهنة. وقد أشار Smith, Ken & others (2005) إلى أن نظرية الاستقبال هي أحد النظريات التي سوف يعتمد عليها بناء الدراسات المستقبلية، خاصة في مجال الإعلام والدعاية والإقناع<sup>(37)</sup> وباستقراء الدراسات المقدمة لتفسير سلوك استقبال المعلومات، تبين عدم وجود أي دراسات عربية في إطار نظرية الاستقبال، واتضح وجود العديد من الدراسات الأجنبية والخاصة بسلوك استقبال المعلومات من كل وسائل الإعلام المرئي والمسموع والمقروء، وقد انتهت تلك الدراسات إلى العديد من النتائج، التي تساعد على فهم وتطبيق هذه النظرية، ومنها:

1. ترتبط عملية الاستقبال مباشرة بفكرة تكوين المعنى عند الجمهور المتلقى.

2. تكاملت نظرية الاستقبال مع العديد من النظريات الاتصالية الأخرى.

3. تعددت محاور الدراسات التي تناولت نظرية الاستقبال لتشمل العديد من وسائل

الاتصال والإعلام مثل الإعلانات.

رابعاً: مدخل المسؤولية الاجتماعية:

يقصد بمدخل المسؤولية الاجتماعية للصحافة مسؤولية وسائل الإعلام المكتوبة، فالصحف عليها مسؤوليات أمام المجتمع فيما يتعلق برعاية مصالح الجمهور<sup>(38)</sup>.

ويؤرخ لمفهوم المسؤولية الاجتماعية في الصحافة بتقرير لجنة حرية الصحافة الأمريكية الصادر عام 1947 والذي ينبه على تجاوزات الصحافة، ويُعد أساس نظرية المسؤولية الاجتماعية للصحافة.

ويمتد مفهوم المسؤولية الاجتماعية للصحف ليشمل كل مستويات المضمون الصحفي وهي:

<sup>37</sup> محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص 199، 200

<sup>38</sup> كريمان محمد صادق، المسؤولية الاجتماعية للعلاقات العامة في الوحدات الاقتصادية، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 1989، ص 112.

1. مستوى الوظائف والأدوار التي تقدمها الصحف.
2. مستوى المعايير التي ترشد الصحف.
3. مستوى الممارسات التي يقوم بها الصحفيون<sup>(39)</sup>.

#### الفصل الرابع : عرض وتفسير بيانات الدراسة

نتائج الدراسة ومناقشتها:

أولاً : نتائج الدراسة المسحية

أولاً : اهتمام صحيفة الدراسة ( جامعة الجزيرة ) بالقضايا الخاصة بمجتمع الجامعة ( طلاب – إداريين – هيئة تدريس ) :

وفي هذا السياق تم التعرف على حجم المساحة التي خصصتها صحيفة الدراسة ( جامعة الجزيرة ) لمجتمع جامعة الجزيرة ، ونسبتها من حجم المساحة الكلية لمفردات عينة الدراسة، وذلك من أجل التعرف على مدى إهتمام صحيفة الدراسة بالقضايا والموضوعات التي تخص مجتمع جامعة الجزيرة.

1/ حجم المساحة التي أفردتها صحيفة الدراسة للقضايا والموضوعات التي تخص مجتمع الجامعة ( طلاب أساتذة وعمال وموظفين ) من حجم المساحة الكلية للعينة .

جدول (1)

صحيفة جامعة الجزيرة	المساحة
المساحة	المساحة الكلية للعينة
768 عمود	المساحة المخصصة لمجتمع الجامعة
560 عمود	حجم مساحة قضايا المجتمع من مساحة العينة %
72.5%	

المصدر: إعداد الباحثان

تشير بيانات الجدول رقم (1) إلى أن مساحة القضايا والموضوعات التي تخص مجتمع الجامعة في صحيفة الدراسة احتلت ( 560 عمود = 1120 بوصة ) بواقع ( 72.5 % ) من مجموع مساحة عينة الدراسة . وهو الأمر الذي يعكس اهتمام صحيفة جامعة الجزيرة بتناول ومعالجة القضايا والموضوعات التي تخص مجتمع الجامعة.

#### 2/ نوع المضمون الصحفي في صحيفة "جامعة الجزيرة"

جدول (2) نوع المضمون في جريدة "أخبار الجامعة"

ت	المجموع		المضمون
	ك	%	
9	4	0.9	سياسي
8	9	2.00	اقتصادي

<sup>39</sup> محمد حسام الدين : المسؤولية الاجتماعية للصحافة ، ( القاهرة : الدار المصرية اللبنانية ، 2003 ) ، ص 17 .

4	10.0	45	اجتماعي
1	35.4	150	علمي وتكنولوجي
2	23.6	100	تعليمي
5	9.4	40	أدبي وثقافي
3	10.6	25	ديني
6	5.0	40	رياضي
7	2.3	10	خدمات
	100	423	المجموع

المصدر: إعداد الباحثان

تشير بيانات الجدول السابق إلى تعدد المضامين المقدمة بصحيفة "جامعة الجزيرة" خلال فترة الدراسة، وقد احتل المضمون العلمي والتكنولوجي المركز الأول بنسبة 35.4%. وهذه النتيجة تؤكد على ترتيب أولويات واهتمام صحيفة (جامعة الجزيرة) للقضايا والموضوعات الخاصة بمجتمع الجامعة لعرضها على الجمهور لتكون من أولوياته واهتماماته بدرجة رئيسية، ثم يأتي في الدرجة الثانية من الإهتمام وترتيب الأولويات القضايا الأخرى .

3 / مصادر الأخبار والمعلومات التي اعتمدت عليها صحيفة "جامعة الجزيرة"

جدول (3) المصادر الصحفية التي اعتمدت عليها صحيفة "جامعة الجزيرة"

ت	المجموع		المصادر
	%	ك	
3	17	72	متخصصين وعلماء
4	11.2	48	وسائل الإعلام
1	44	187	جمهور الجامعة الداخلي
2	18.7	80	مؤسسات وهيئات
6	3.5	15	إحصائيات
5	5.6	24	غير محدد
	100%	426	المجموع

المصدر: إعداد الباحثان

تشير بيانات الجدول (3) إلى اعتماد صحيفة "جامعة الجزيرة" على العديد من المصادر وفي مقدمتها جمهور الجامعة الداخلي من إداريين وأساتذة وطلاب بنسبة 44.0%، ويلي ذلك المؤسسات والهيئات 18.7%، وفي المركز الثالث كان المتخصصين والعلماء 17% ثم وسائل الإعلام بنسبة 11.2%. لقد تنوعت مصادر الحصول على المعلومات في صحيفة جامعة الجزيرة من منطلق اهتمامات الصحيفة بإبراز نواحي معينة من القضايا تتوافق مع سياستها التحريرية التي تتحكم فيما تنشره من معلومات وما تتنباه من موضوعات.

4 / المواد الصحفية المنشورة بصحيفة "جامعة الجزيرة"

جدول (4) يبين المواد الصحفية في صحيفة "جامعة الجزيرة"

ت	المجموع		الفئات
	%	ك	

1	66.5	398	مواد إخبارية
4	2.0	12	تحقيقات
4	2.0	12	أحاديث
2	20.5	123	مقالات
3	9.0	53	إعلانات
	%100	598	المجموع

المصدر: إعداد الباحثان

تشير البيانات السابقة إلى تعدد المواد الصحفية في صحيفة "جامعة الجزيرة" خلال فترة البحث ، وقد احتلت المواد الإخبارية المركز الأول وبنسبة 66.5% يليه في المرتبة الثانية المقالات الصحفية بأنواعها بنسبة 20.5% ، ثم الإعلانات 9.0% ثم التحقيقات الصحفية والأحاديث في المركز الرابع بنفس النسبة 2.0% .، وتشير البيانات إلى انخفاض نسبة التحقيقات الصحفية والأحاديث الصحفية إلى 2.0% وبتكرار 12 ، 12 مفردة وهي نسبة ضئيلة جداً، خاصة وأن فن التحقيق والحديث من الفنون التي تحظى بإقبال القراء. وذلك ربما يرجع لإعتماد محرري الصحيفة على ما يعرفونه ويتفق مع الشكل التقليدي في تقديم الفنون الصحفية في الصحف التقليدية غير المتخصصة .

5/ أنواع المواد الإخبارية في صحيفة "جامعة الجزيرة"

جدول (5) الأنماط الإخبارية في صحيفة "جامعة الجزيرة"

ت	المجموع		المواد الإخبارية
	%	ك	
2	40.0	155	خبر بسيط
1	41.0	161	خبر مركب
3	19.0%	75	تقارير إخبارية
	%100	391	المجموع

المصدر: إعداد الباحثان

تشير بيانات الجدول السابق إلى تعدد المواد الإخبارية المقدمة بصحيفة "جامعة الجزيرة" خلال فترة الدراسة وكان في مقدمتها الأخبار المركبة ثم البسيطة وبنسبة 41.0% ، 40.0% على التوالي ، ثم التقارير الإخبارية 19.0% ، ولم يتبين وجود تحليلات إخبارية بمعنى واضح.

6/ المواد المصورة في صحيفة "جامعة الجزيرة"

جدول (6) أنواع المواد المصورة في صحيفة "جامعة الجزيرة"

ت	المجموع		المواد المصورة
	%	ك	
1	97.0	400	الصور الفوتوغرافية
2	3.0	12	الكاريكاتير
-	0	0	الرسوم اليدوية

المجموع	412	100
---------	-----	-----

المصدر: إعداد الباحثان

تبين من الجدول السابق الخاص بنوع المواد المصورة أن الصور الفوتوغرافية احتلت المركز الأول بنسبة 97.0% وكشفت الدراسة التحليلية عن وجود الصور الفوتوغرافية بكل أنواعها الشخصية والموضوعية ، ويلي ذلك الكاركتير 3.0% ولم يتبين وجود فن الرسوم اليدوية بمعنى واضح.

7/ العناصر التبوغرافية المستخدمة في إخراج الفنون الصحفية التي عالجت القضايا والموضوعات في صحيفة جامعة الجزيرة:

تُعدُّ العناصر التبوغرافية التي تصاحب الفنون الصحفية مؤشراً هاماً ، فالعناوين تؤدي دوراً كبيراً في جذب انتباه واهتمام القارئ لمتابعة الفن الصحفي المنشور عن القضية أو الموضوع . وتُعد واجهة الموضوع المنشور ؛ لما يحمله من مضامين مقتبسة من متن المادة التحريرية ذاتها أو ملخصاً للموضوع كله.

جدول (7) العناصر التبوغرافية المستخدمة مع الفنون الصحفية التي عالجت القضايا والموضوعات الجامعية

أخبار اليوم		التكرار	النسبة	ت	العناصر
الصحيفة					
1	600	44%	1	عنوان رئيسي	
4	120	9%	4	الإطارات	
3	180	13.2%	3	الارضيات	
5	60	4.4%	5	الألوان	
2	400	29.4%	2	الصور ( الموضوعية والشخصية )	
-	0	-	-	رسوم إيضاحية وتعبيرية	
	1360	100%		المجموع	

المصدر: إعداد الباحثان

يوضح الجدول أعلاه العناصر التبوغرافية المستخدمة في إخراج الفنون الصحفية المرتبطة بالقضايا والموضوعات الخاصة بمجتمع الجامعة في صحيفة الدراسة (جامعة الجزيرة).

وتدل نتائج الجدول على أن العناوين الرئيسية جاءت في المرتبة الأولى بين العناصر التبوغرافية المستخدمة في صحيفة الدراسة، بنسبة (44%) فالعنوان هو الموجز الملخص لفكرة المادة التحريرية، وتعتمد على الصور بنسبة (29.4%)، وقد تميزت الفنون الصحفية في صحيفة جامعة الجزيرة بالجمود وعدم الاعتماد على الرسوم الإيضاحية في عينة التحليل، وهو عيب إخراجي كبير، إذ أن الرسوم الإيضاحية والتعبيرية دعامة من دعائم نجاح الفنون التحريرية

الصحفية، وتساعد على كسر حدة رمادية المتن، وجذب القارئ، ثم تلي ذلك الأرضيات بنسبة (13.2%)، وحصلت الإطارات على نسبة (9%)، وجاء بعد ذلك اللون بنسبة (4.4%)، وقد تم

استخدامه في العنواين فقط مع بياض الأرضية وسواد الصور في الغالب، ويرتبط ذلك بضعف الإمكانيات المالية اللازمة لاقتصاديات صناعة الصحف في السودان، ويرى الباحثان أن نسبة استخدام اللون ضعيفة جداً، علماً بأن المطبوع يزداد جمالاً به، والمادة الملونة تعمل على لفت نظر القارئ وتثير اهتمامه، وفي المرتبة الأخيرة الرسوم الإيضاحية. يُحمد لصحيفة جامعة الجزيرة اعتمادها على المساحات البيضاء بصورة أساسية في إبراز المواد التحريرية، إذ أن ترك كميات كبيرة من البياض حول الحروف له أثر كبير في لفت نظر القارئ إلى المادة التحريرية، فالبياض الوفير يقدم مزيداً من الإضاءة المتزايدة، لأنه يعكس الضوء عليه وفقاً لدرجة بياض الورقة، وتساعد هذه الإضاءة المتزايدة في جعل العنصر الذي يحيط به البياض من كافة النواحي أكثر لفتاً للنظر، كما أن البياض بين السطور لا تقل أهميته عن البياض بين الكلمات حيث يعد ترك مسافات كافية بين السطور من العوامل المهمة والمؤثرة في عملية تحقيق يسر القراءة.

ثانياً: النتائج العامة للدراسة المسحية:

8/ خصائص عينة الدراسة:

جدول (8) خصائص عينة الدراسة

المجموع		الفئات	المتغيرات
%	ك		
50	50	طلاب	نوع العينة
25	25	إداريين	
25	25	أساتذة	
61.0	61	25.18	السن
21.0	21	35.25	
10.0	10	45.35	
6.0	6	55.45	
2.0	2	55.55 فأكثر	
56.0	56	نظرية	نوع الدراسة
44.0	44	تطبيقية	

المصدر: إعداد الباحثان

يشير الجدول السابق إلى خصائص عينة الدراسة، حيث بلغ عدد الطلاب في العينة (50) مقابل (50) مفردة لكل من الإداريين والأساتذة.

وفيما يختص بفئة السن فقد كانت العينة ممثلة بكل الفئات العمرية مع اختلاف النسب الخاصة بكل منها وفقاً للتمثيل الواقعي للتواجد، واحتلت الفئة العمرية من 25.18 المركز الأول بنسبة 61%، وبالنسبة لنوع الدراسة فقد احتلت الدراسة النظرية المركز الأول بنسبة 56.0% وتمثلها كليات علوم الاتصال، التربية، والاقتصاد مقابل 44.0% من الكليات التطبيقية وتمثلها كليات الهندسة والتكنولوجيا، والطب، والعلوم الرياضية والحاسوب.

9/ معدل تلقي المعلومات والأخبار من الصحف الجامعية

## جدول (9) مدى تلقي الصحف الجامعية

ن للطلاب = 50 ، ن للإداريين = 25 ، ن للأساتذة = 25

ت	مج	أساتذة		إداريين		طلاب		المتلقي الفئات
		%	ك	%	ك	%	ك	
1	31	16	4	52	13	28	14	كل الصحف
2	28	12	3	32	8	33.5	17	معظم الصحف
4	17	28	7	12	3	14.0	7	بعض الصحف
3	24	44	11	4	1	24.5	12	لا أقرأ
	100	100	25	100	25	100	50	المجموع

المصدر: إعداد الباحثان

تشير بيانات الجدول السابق إلى معدل تلقي وتصفح العينة للصحف الجامعية بشكل عام وصحيفة "جامعة

الجزيرة" بشكل خاص .

10/ دوافع تلقي المعلومات والأخبار من الصحف الجامعية

## جدول (10) ن للطلاب = 50 ، ن للإداريين = 25 ، ن للأساتذة = 25

ت	مج	أساتذة		إداريين		طلاب		المتلقي الفئات
		%	ك	%	ك	%	ك	
1	83	80	20	76	19	88	44	تغطيتها لأخبار الجامعة بصورة متكاملة
3	42	68	17	44	11	28	14	تميزها في طرح القضايا والموضوعات التي تهتم مجتمع الجامعة
2	76	80	20	80	20	72	36	بها ما يهم ويجذب انتباه مجتمع الجامعة
4	37	72	18	28	7	24	12	المشاركة في تحرير الصحيفة من خلال الكتابة الصحفية

المصدر: إعداد الباحثان

باستقراء بيانات الجدول السابق، ووفقا لامكان اختيار أكثر من عنصر لأفراد العينة، تعددت دوافع تلقي المعلومات من الصحف الجامعية وجاء في مقدمتها أنها تغطي أخبار الجامعة، وأن بها ما يهم الجمهور الجامعي و تميزها في طرح القضايا والموضوعات التي تهتم مجتمع الجامعة وأخيراً المشاركة في تحرير الصحيفة من خلال الكتابة الصحفية .

11/ دوافع عدم تلقي المعلومات والأخبار من الصحف الجامعية

## جدول (11) ن للطلاب = 50 ، ن للإداريين = 25 ، ن للأساتذة = 25

ت	مج	أساتذة		إداريين		طلاب		المتلقي الفئات
		%	ك	%	ك	%	ك	

2	24	20	5	20	5	28	14	صحيفة الجامعة غير جذابة في تناولها ومعالجتها للقضايا والموضوعات
3	12	8	2	12	3	14	7	صعوبة الحصول على الصحيفة
1	70	44	11	36	9	100	50	أكتفي بالإنترنت كمصدر رئيسي في استقاء الأخبار والمعلومات.

المصدر: إعداد الباحثان

تشير بيانات الجدول السابق إلى أن دوافع عدم التلقي قد تنوعت ما بين الاكتفاء بالإنترنت كمصدر رئيس للمعلومات والأخبار في المرتبة الأولى و أنها غير جذابة في تناولها ومعالجتها للقضايا والموضوعات في المرتبة الثانية، و صعوبة الحصول عليها في المرتبة الأخيرة.

12/ أنواع المضامين الصحفية الأكثر تفضيلاً في الصحف الجامعية

جدول (12) توزيع العينة وفقاً لأفضلية المضمون

ن للطلاب = 50 ، ن للإداريين = 25 ، ن للأساتذة = 25

ت	مج	أساتذة		إداريين		طلاب		المضمون الفئات
		%	ك	%	ك	%	ك	
7	14	6.0	3	4.0	1	2.0	1	سياسي
6	24	8.0	2	16.0	4	6.0	3	اقتصادي
3	96	28.0	7	16.0	4	18.0	9	رياضي
2	112	26.5	18	28.0	7	20.0	10	علمي وتعليمي
4	47	13.2	9	8.0	2	8.0	4	ديني
1	135	27.9	19	20.0	5	34.0	17	أدبي وثقافي
5	38	.	.	8.0	2	12.0	6	اجتماعي
	100	100	25	100	25	100	50	المجموع

المصدر: إعداد الباحثان

تشير بيانات الجدول السابق إلى نوع المضامين التي تحظى بنسبة تلقي وتصفح عالية من عينة الدراسة للصحف الجامعية، وبوجه عام وقياساً لإجمالي العينة احتل المضمون الأدبي والثقافي المركز الأول، يليه المضمون العلمي والتعليمي، ثم المضمون الرياضي، ثم الديني والاجتماعي وأخيراً المضمون الاقتصادي والسياسي.

13/ مصادر ومعلومات العينة داخل الجامعة:

جدول (13) ن للطلاب = 50 ، ن للإداريين = 25 ، ن للأساتذة = 25

ت	مج	أساتذة		إداريين		طلاب		التلقي الفئات
		%	ك	%	ك	%	ك	
2	52	52	13	60	15	48	24	الاتصال الشخصي بالجمهور الداخلي والخارجي
1	70	44	11	36	9	100	50	شبكة الإنترنت

-	0	-	0	-	0	-	0	المطبقات والمطويات والكتيبات
3	26	28	7	48	12	14	7	الصحف الجامعية

المصدر: إعداد الباحثان

باستقراء بيانات الجدول السابق، ووفقا لامكان اختيار أكثر من عنصر لأفراد العينة، تعددت مصادر المعلومات والأخبار للعينة داخل الجامعة وفي مقدمتها شبكة الانترنت يلها الاتصال الشخصي، وفي المركز الثالث كانت الصحف الجامعية، وفي المركز الأخير المطبقات و المطويات والكتيبات.

14/أنواع المواد والفنون الصحفية الأكثر تفضيلا في الصحف الجامعية

جدول (14) توزيع العينة وفقا لأفضلية المواد الصحفية

ن للطلاب = 50، ن للإداريين = 25، ن لأعضاء هيئة التدريس = 25

ت	مج	أساتذة		إداريين		طلاب		المضمون الفئات
		%	ك	%	ك	%	ك	
1	80	60.0	15	88.0	22	86.0	43	مواد إخبارية
7	40	12.0	2	72.0	18	40.0	20	أحاديث
4	61	60.0	15	56.0	14	64.0	32	تحقيقات
2	75	72.0	18	40.0	10	94.0	47	مقالات
6	47	4.0	1	68.0	17	58.0	29	مواد مصورة
5	49	20.0	5	32.0	8	72.0	36	كاريكاتير
3	67	36.0	9	56.0	14	88.0	44	خدمات
9	36	8.0	2	16.0	4	60.0	30	إعلانات
8	37	4.0	1	44.0	9	54.0	27	تسلية

المصدر: إعداد الباحثان

باستقراء بيانات الجدول السابق، ووفقا لامكان اختيار أكثر من عنصر لأفراد العينة، تعددت المضامين والفنون التحريرية التي يفضلها أفراد العينة، وقد احتلت المواد الإخبارية المركز الأول يلها فن المقال الصحفي ثم مواد الخدمات، يلها في المركز الرابع فن التحقق الصحفي ثم الكاريكاتير وفي المركز السادس كانت المواد المصورة، يلها الأحاديث الصحفية وأخيرا كانت مواد التسلية والإعلانات.

خاتمة الدراسة وتوصياتها:

تناولت الدراسة الراهنة اتجاهات المضمون بالصحف الجامعية وعلاقتها بالجمهور الجامعي، وذلك بالاعتماد على نظريات التأثير الإعلامية للتعرف على اتجاهات مضمون تلك الصحف وعلاقة الجمهور بها باستخدام أداة تحليل المضمون لمحتوى صحيفة "جامعة الجزيرة"، والتطبيق الميداني على عينة قوامها (100) مفردة، وقد انتهت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

أولاً: نتائج الدراسة التحليلية:

1. أن مساحة القضايا والموضوعات التي تخص مجتمع الجامعة في صحيفة الدراسة احتلت (560 عمود) بواقع (72.5 %) من مجموع مساحة عينة الدراسة. وهو الأمر الذي يعكس اهتمام صحيفة جامعة الجزيرة بتناول ومعالجة القضايا والموضوعات التي تخص مجتمع الجامعة.

2. احتل المضمون العلمي والتكنولوجي المركز الأول بنسبة 35.4% . وهذه النتيجة تؤكد على ترتيب أولويات واهتمامات صحيفة ( جامعة الجزيرة ) للقضايا والموضوعات الخاصة بمجتمع الجامعة لعرضها على الجمهور لتكون من أولوياته واهتماماته بدرجة رئيسية.
3. اعتمدت صحيفة " جامعة الجزيرة " على العديد من المصادر وفي مقدمتها جمهور الجامعة الداخلي من إداريين وأساتذة وطلاب بنسبة 44.0% كما تنوعت مصادر الحصول على المعلومات في صحيفة جامعة الجزيرة من منطلق اهتمامات الصحيفة بإبراز نواحي معينة من القضايا تتوافق مع سياستها التحريرية التي تتحكم فيما تنشره من معلومات وما تتبناه من موضوعات .
4. تعددت المواد الإخبارية المقدمة بصحيفة "جامعة الجزيرة" خلال فترة الدراسة وكان في مقدمتها الأخبار المركبة ثم البسيطة وبنسبة 41.0% ، 40.0% على التوالي ، ثم التقارير الإخبارية 19.0% ، ولم يتبين وجود تحليلات إخبارية بمعنى واضح .
5. أن العناوين الرئيسية جاءت في المرتبة الأولى بين العناصر التبوغرافية المستخدمة في صحيفة الدراسة بنسبة ( 44%) فالعنوان هو الموجز الملخص لفكرة المادة التحريرية، وتعتمد على الصور بنسبة (29.4%) وقد تميزت الفنون الصحفية في صحيفة جامعة الجزيرة بالجمود وعدم الاعتماد على الرسوم الإيضاحية في عينة التحليل وهو عيب إخراجي كبير.

#### ثانياً: نتائج الدراسة الميدانية:

- 1- تعددت دوافع تلقي المعلومات من الصحف الجامعية وجاء في مقدمتها أنها تغطي أخبار الجامعة، وأن بها ما يهم الجمهور الجامعي، أما دوافع عدم التلقي فقد تنوعت ما بين الاكتفاء بالانترنت أو أنها غير جذابة، أو صعوبة الحصول عليها.
  - 2- أشارت العينة إلى أن المضمون الأدبي والثقافي يأتي في مقدمة المضامين التي تسعى لتلقيها من الصحف الجامعية، تليها المضامين العلمية والتعليمية، ثم الرياضية والاجتماعية وأخيراً المضامين السياسية والاقتصادية.
  - 3- أوضحت العينة أنها تفضل تلقي المواد الإخبارية في الصحف الجامعية ثم المقالات ومواد الخدمات، ويلي ذلك التحقيقات الصحفية والكاريكاتور، وأخيراً الأحاديث ومواد التسلية والإعلانات.
  - 4- تعددت مصادر المعلومات للعينة داخل الجامعة وفي مقدمتها شبكة الانترنت يليها الاتصال الشخصي، وفي المركز الثالث كانت الصحف الجامعية، وأخيراً المطويات والكتيبات .
- توصيات الدراسة:
- بناء على النتائج التي كشفت عنها الدراسة والملاحظات التي عاشها الباحثان لموضوع الدراسة، فإنهما يقدمان مجموعة من التوصيات التي يمكن أن تساعد في تطوير الصحف الجامعية السودانية في تقديمها ومعالجتها للقضايا والموضوعات المهمة من ناحية الشكل والمضمون .
- 1- مراعاة التوازن في الاهتمام بفنون التحرير الصحفي خاصة فن التحقيق والحديث الصحفي بدلاً من التركيز على المواد الإخبارية والمقالات .
  - 2- توسيع نطاق مصادر المعلومات لضمان تقديم وجهات نظر متعددة مع الأخذ في الاعتبار تعدد فئات الجمهور الجامعي ما بين طلاب وإداريون وأساتذة .
  - 3- دعم الاتصال مع القيادات الجامعية لتصبح الصحف الجامعية قناة اتصال بين الجمهور

## الجامعي والقادة.

- 4- زيادة المساحة المخصصة للخدمات الجامعية، والإعلان عن الدورات التدريبية قبلها بوقت كاف.
- 5- الاهتمام بعنصر الرسوم اليدوية و الصورة الصحفية والعناوين وأساليب الجذب الإخراجي .
- 6- استخدام وسائل الإبراز المختلفة كالألوان والأرضيات والإطارات والعناوين الرئيسة والثانوية لما لها من مقدرة على جذب انتباه القارئ .
- 7- ضرورة أن تلتزم الصحف الجامعية بعدة توجهات للإرتقاء بمستوى الأداء المهني للصحافة الجامعية في معالجة القضايا والموضوعات الجامعية ، وتمثل في :

- أ. الإلتزام بالموضوعية والبعد عن التحيز في معالجة القضايا الجامعية .
- ب. الاستعانة بأراء المتخصصين والخبراء لتحليل وتفسير القضايا والموضوعات .
- ت. تحرير الصحف من أي قيود مفروضة عليها .
- ث. تدريب الكوادر الصحفية على كيفية التناول والمعالجة .
- 8- لا بد أن يولي الباحثون إهتماماً بإجراء الدراسات التطبيقية والميدانية لمعرفة مدى إيمان المسؤولين في مؤسسات التعليم العالي في السودان بدور وأهمية الصحافة الجامعية في المجتمع.

## ● مقترحات لدراسات مستقبلية:

1. إجراء دراسات تطبيقية عن دور الصحافة الجامعية في التوعية والإرشاد والتوجيه لتحديد أبعاد وأدوار ومهام الصحافة في هذه النوعية من الوظائف .
2. إجراء دراسات مقارنة لتعامل الصحافة الجامعية ببلدان متقدمة مع القضايا والموضوعات الجامعية .
3. إجراء الدراسات التطبيقية والميدانية لمعرفة مدى إيمان المسؤولين في مؤسسات التعليم العالي في السودان بدور وأهمية الصحافة الجامعية في المجتمع.

## مصادر البحث:

1. برنت د. روين، الاتصال والسلوك الانساني، ترجمة : نخبة من أعضاء قسم وسائل وتكنولوجيا التعليم بكلية التربية، جامعة الملك سعود، (السعودية : مطابع معهد الإدارة العامة، ب.ط، 1984م) .
2. جيهان أحمد رشدي، الإعلام ونظرياته في العصر الحديث، (القاهرة : دار الفكر العربي، ط1، 1971م).
3. حسن عماد مكاي، ليلي السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة ، ( القاهرة : الدار المصرية اللبنانية، ط1، 2006 )
4. حسنى نصر، سناء عبد الرحمن : الخبر الصحفى، ( الإمارات : دار الكتاب الجامعى ط1 ، 2003 )
5. سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، (القاهرة: عالم الكتب، ط"2"، 1995م) .
6. صلاح عبد اللطيف، الصحافة المتخصصة، الطبعة الاولى (الاسكندرية : مكتبه ومطبعة الاشعاع الفنيه 2002).
7. عبد الله الفراء، تكنولوجيا التعليم والاتصال،(عمان : مكتبة دار الثقافة، ط"4"، 2000م) .
8. فواند توفيق العاتي، الصحافة الاسلاميه ودورها في الدعوة، الطبعة الاولى (بيروت: مؤسسه الرساله للطباعة و النشر )
9. دنيس ماكويل، الإعلام وتأثيراته "دراسات في بناء النظرية"، ترجمة عثمان العربي، (الرياض : دار الشيل، ب. ط، 1992م).
10. محمد حسام الدين : المسئولية الاجتماعية للصحافة، (القاهرة : الدار المصرية اللبنانية، 2003)
11. محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، ( القاهرة : عالم الكتب، ط، 1998)
12. محمد منير حجاب، أساليب البحوث الإعلامية والاجتماعية، ( القاهرة : دار الفجر للنشر والتوزيع، ط2، 2003)
13. محمد عبد الحميد، بحوث الصحافة، ( القاهرة : عالم الكتب، ط2 ، 1997).

14. مرعى منكور: الصحافة الإخبارية،( القاهرة: دار الشروق، 2002).
15. مرعى منكور: الصحافة الجامعية وأفاق التدريب الإعلامى، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، كلية الإعلام جامعة القاهرة، العدد 22، يناير - يونيو 2004.
16. منال هلال المزاهرة ، نظريات الاتصال، ( القاهرة : دار المسيرة للنشر والتوزيع ، ط1، 2013 م )
17. ليلى عبد المجيد: العوامل المؤثرة على تحرير الصحف الجامعي، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، العدد الثانى، 1997
18. كريمان محمد صادق، المسؤولية الاجتماعية للعلاقات العامة فى الوحدات الاقتصادية ، رسالة دكتوراه غير منشورة، جامعة القاهرة، كلية الإعلام، 1989.
19. صحيفة جامعة الجزيرة، الأعداد من 1 إلى 12 .