

تعرض المشاهد السوداني للتلفزيون القومي والاشباعات المتحققة

(دراسة استطلاعية على عينة من المشاهدين عبر شبكات التواصل الاجتماعي 2021م)

Sudanese Viewer Exposure to National Television and achieved gratifications

(An exploratory study on a sample from viewers through social networks 2021)

د. خالد محمد عبد القادر البلولة*

Dr.Khaled Muhammad Abdul Qadir Al-Balula

د. الأرقم محمد الجيلاني**

Dr. Alargam Mohamad Algailani

DOI: <https://doi.org/10.52981/cs.v7i1.2114>

مستخلص الدراسة:

هدفت دراسة تعرض المشاهد السوداني للتلفزيون القومي والاشباعات المتحققة في الفترة من مارس 2020م إلى مارس 2021م للوقوف على مدى متابعة الجمهور للقنوات التلفزيونية السودانية وأنواع البرامج الأكثر متابعة وما تقدمه قناة تلفزيون السودان القومي من خدمات إعلامية وما تحققه من إشباعات في مجال الإخبار والحوار والترفيه وسط جمهور القناة، اتبعت الدراسة المنهج الإحصائي التحليلي والوصفي.. كشفت نتائج الدراسة عن تصدر التلفزيون السوداني قائمة القنوات الفضائية السودانية التي يفضل مشاهدتها تليها (قناة النيل الأزرق) ثم قناة سودانية (24) وتوصلت كذلك بأن 53.2% من عينة جمهور الدراسة تفضل في تلفزيون السودان القومي متابعة البرامج التي تتناول المحتوى الإخباري والسياسي.

وأوصت الدراسة إدارة مؤسسة التلفزيون القومي السوداني والقائم بالاتصال بفتح المزيد من نوافذ الحوار عبر برامج الحوارات والمقابلات التلفزيونية والاهتمام بها من حيث المضمون وطريقة العرض والتقديم؛ وإتاحة الفرص أمام الرأي العام للجماعات السياسية أو الثقافية المتنوعة بقياداتها وتكتلاتها المختلفة من طرح ومناقشة

*أستاذ مساعد بكلية الآداب والعلوم الإنسانية - جامعة جازان - المملكة العربية السعودية.

**أستاذ مساعد بكلية الآداب والعلوم الاجتماعية - جامعة السلطان قابوس - سلطنة عمان.

المشكلات والقضايا الأساسية وبالإسهام في إيجاد الحلول.. كذلك بإنشاء قنوات متخصصة في البرامج المختلفة، وتحت إدارة مستقلة بعيدة عن هيمنة الحكومة وميزانيتها وسلطانها التنفيذية المباشرة.

الكلمات المفتاحية: المشاهد السوداني، التلفزيون القومي، الاشتباكات المتحققة.

Abstract:

Sudanese Viewer Exposure to National Television and achieved gratifications is a study conducted to determine the follow-up level achieved by the channel's viewers during the period from March 2020 to March 2021. The study dealt with the extent of the audience's interest for Sudanese Television channels, the types of programs that are most followed, the media services provided by the Sudanese National Television channel, and the satisfaction it may achieve in the field of news, discussions, and entertainment among the channel's audience.

The study followed the analytical and descriptive statistical approach where several results concluded, the most important of which are: Sudanese National Televisions on the top of the viewers list favorites followed by Blue Nile channel and Sudanese 24 Channel. It also found that 53.2% of the study viewers' samples prefers to follow News and political content programs.

The study recommended the Sudanese National TV's management providing an atmosphere to exercise true freedom, having more discussions through TV interviews while paying attention to content and presentation. It is also necessary to provide opportunities for the various political and cultural groups to present and discuss issues and allow them to contribute in finding solutions. A proposal is underway to establish specialized channels in the various programs and with an independent administration away from the government's dominance, budget, and direct executive authority.

Keywords: Sudanese Viewer, National Television, achieved gratifications.

المقدمة:

يعد التلفزيون السوداني من أوائل المحطات التلفزيونية في الوطن العربي حيث تأسس في مطلع الستينات من القرن الماضي، وشهد في مسيرته تحولات كثيرة، من البث الأرضي إلى البث الفضائي، ومن البث المحدود إلى

تعرض المشاهد السودانيون للتلفزيون القومي والاشباعات المتحققة

البث على مدار الساعة، ولم يكن التلفزيون السوداني بعيداً من التطورات التقنية والبرامجية التي يشهدها العالم اليوم، حيث أتاح للناس جميعهم فرص التلقي والإرسال ببث الرسائل السَمعية أو البصرية عبر الأقمار الصناعية والأجهزة الرقمية الفضائية.. وأدى هذا إلى تضاعف مسؤولية القائم بالاتصال تجاه المشاهدين.

وشهدت السنوات العشر الأخيرة من القرن الحالي تأسيس عدد من القنوات الفضائية السودانية، بعض القنوات الفضائية تعمل كمظلة للحكومة لكنها تمارس أنماطاً برامجية تختلف في أفكارها ورؤاها عن التلفزيونات الرسمية المملوك للدولة بشكل واضح وهناك قنوات يمتلكها القطاع الخاص بصيغ شركات مع القطاع الحكومي.

بالإضافة إلى ذلك شهد العالم تحولات تقنية رقمية كبيرة حيث تطور الوسيط الناقل، مما فرض آليات جديدة للتعامل مع وسائل الإعلام بمختلف أنواعها، ومن هنا أصبح التلفزيون السوداني ملزماً بالاستجابة للتغيرات التي يفرضها الواقع الإعلامي الجديد من حيث الرؤى والأفكار والتخطيط البرامجي والقنوات المستحدثة داخلياً وخارجياً وملاحقة التطورات المتلاحقة التي فرضها العصر الرقمي على عملية الإنتاج التلفزيوني والمضامين المختلفة المقدمة من خلاله.

ويلاحظ أن تلفزيون السودان أصبح له منافساً من قنوات أخرى تماثله في المنتج البرامجي من حيث المحتوى والشكل، لذلك لم يعد المنتج البرامجي الذي يبثه التلفزيون السوداني هو الوحيد الذي يتعرض إليه المشاهد، من هنا جاءت هذه الدراسة لمعرفة دوافع تعرض المشاهد السوداني للتلفزيون القومي والاشباعات المتحققة له.

المحور الأول: الإطار المنهجي للدراسة:

أولاً: مشكلة البحث: تبحث هذه الدراسة في الإجابة عن سؤال أساسي: ما دوافع تعرض المشاهد السوداني للتلفزيون القومي والاشباعات المتحققة؟ في فترة الدراسة بين مارس 2020م ومارس 2021م.

ثانياً: نوع الدراسة: تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية وتعرف بأنها دراسة المشكلات أو الظواهر العلمية وتحليلها وتفسيرها عبر المعلومات التي تم جمعها، وبعدها وصف المشكلة بالكامل بناءً على المعلومات التي توفرت عند الباحث وتدوينها في البحث العلمي. والدراسات الوصفية هو أثر أنواع الدراسات شيوعاً، لقدرتها على وصف المشكلة بالكامل. وذلك باستخدام منهج المسح الإعلامي لمعرفة تعرض جمهور القناة القومية (تلفزيون السودان) والاشباعات المتحققة لديهم.

ثالثاً: تساؤلات الدراسة:

تنطلق الدراسة من تساؤل رئيس: دوافع تعرض المشاهد السوداني للتلفزيون القومي والاشباعات المتحققة؟ وتتفرع منه عدة تساؤلات تسعى الدراسة الإجابة عنها:

- 1- ما هي دوافع متابعة الجمهور لتلفزيون السودان؟
- 2- ما هي الاشباعات المتحققة لدى الجمهور من برامج تلفزيون السودان خلال فترة الدراسة؟
- 3- ما مستويات الرضا العام للجمهور عن برامج التلفزيون وأشكالها ومحتواها؟
- 4- مدى الرضا لطريقة أداء المحاورين في تلفزيون السودان؟
- 5- مدى متابعة الجمهور لتلفزيون السودان بالمقارنة مع بقية القنوات السودانية؟
- 6- ما الأشكال البرمجية التي يفضلها جمهور تلفزيون السودان؟

7- ما طبيعة الإنتاج البرامجي في تلفزيون السودان وإلى أي مدى يتناسب مع اهتمامات الجمهور عبر تطبيقات وسائل التواصل الاجتماعي وأجهزة الموبايل؟

8- وما حاجة تلفزيون السودان إلى تأسيس قنوات أخرى متخصصة لإنتاج برامج تنافسية بدون قيود عليها؟

رابعاً: عينة الدراسة: قناة تلفزيون السودان تمثل مجتمع الدراسة بالإضافة لعينة من جمهور المشاهدين؛ والمقصود بالقناة هو- التلفزيون الرسمي لحكومة السودان- وما يعرف بالفضائية السودانية وأحياناً يرد باسم التلفزيون السوداني أو التلفزيون القومي.

خامساً: أدوات الدراسة: استندت الدراسة على أداة الاستبانة حيث تكونت من عدة أسئلة رئيسة وفرعية؛ تركز على الجوانب الأساسية لموضوع الدراسة والتي تم إعدادها في شكلها الأولي ومراجعتها للتحكيم وللتحقق من صدقها الظاهر ونتيجة لذلك، تم تقييم بعض الأسئلة وتعديلها وتوزيعها.*

سادساً: حدود الدراسة: الفترة الزمانية وهي التي جرت عليها الدراسة؛ منذ مارس 2020م إلى مارس 2021م وهي الفترة التي شهدت فيها قناة تلفزيون السودان تغييرات إدارية جديدة بعد ثورة ديسمبر 2019م والبدء في تأسيس نظام إداري انتقالي للدولة بمؤسساتها المختلفة.

سابعاً: أهمية الدراسة: تأتي أهمية الدراسة في فترة زمنية يشهد فيها مجتمع الدراسة السودان تحولات واضحة في النظام السياسي، مما ألقى بظلاله على

** قام بتحكيم الاستمارة عدد من الباحثين الأكاديميين من داخل السودان وخارجه منهم: د. عثمان أبو زيد، د. سيف الدين حسن العوض، د. حسن عبد الله النيل، د. محمد بسيوني جبريل، د. ياسر محبوب الحسين، د. محبوب محمد أحمد، د. عبد النبي عبد الله.

شتى مناحي الحياة ومن ضمنها التلفزيون السوداني؛ حيث يشهد تحولات في الجوانب الإدارية والإنتاجية والتخطيط البرامجي والذي ينعكس إيجاباً أو سلباً على المتلقي بالإضافة للفضاء الجماهيري الذي كونته وسائل الإعلام الحديثة وبات له تأثير على كافة الأصعدة منها المشهد السياسي والاجتماعي والإعلامي.

ثامناً: محاور الدراسة: تناولت الدراسة عدة محاور:

- **المحور الأول:** الإطار المنهجي للدراسة، وفيه موضوع المشكلة العلمية، الأهمية، والأهداف، الدوافع، والأسباب، والأسئلة، الأدوات، حدود الدراسة، والهيكل في إطار نظري عام، ومرجع أساسي يستند عليه البحث.

- **المحور الثاني:** يحتوي على الإطار النظري للدراسة، وأدبياتها؛ وتعريف بعض المصطلحات، والخصائص، والمكونات العامة لمفاهيم الاتصال، وبرامج التلفزيون...

- **المحور الثالث:** يستعرض فيه الإطار التطبيقي، والعملية للإجراءات المنهجية للبحث؛ كما يناقش فيه النتائج ويقدم فيه التوصيات، وخاتمة، وأهم المصادر والمراجع.

المحور الثاني: الإطار النظري للدراسة، وأدبياتها:

مدخل تمهيدي: مما يعزز مكانة البحوث النوعية في حقل علوم الاتصال، والإعلام هو حجم الإضافات النوعية التي تقدمها البحوث العلمية بينما نسعى إلى تطوير قدراتنا في مجال تأويل الظواهر، والسلوك بدل الزعم بأننا نصل إلى الحقيقة العلمية المطلقة من خلال تصور الباحث، وبعيداً عن رؤية مستخدميها التي يصعب القول أنها نمطية وعامة وتتجاوز سياقات الاستخدام المتغيرة، ومن الصعوبة بمكان أن نستخلص بعض المعارف العلمية عنها بدون إدراك المعنى الذي يعطيه لها ممارسوها⁽¹⁾...ستشهد الحياة على مستوى القمة اهتزازات في بعض الجوانب، كما أن نقطة تركيز التوترات العالمية ستتغير؛ ومن ثم فقد

تتغير إلى الأفضل في طريقة تفاعل الدولة، والمواطنين بعضهم مع بعض، وتمنح الفرد فرصة ليتمتع جمهورها بنوع من الاستقلالية على الأقل على الصعيد الفكري.. وعملياً فإن كل مظهر من مظاهر النظام العالمي الجديد سيتم تشكيله بمساعدة الانتشار غير المسبوق للمعلومات، وتكنولوجيا الاتصال، فهي بصدد ربط العالم ببعضه البعض، وستتولد عنها تأثيرات تستحق اهتماماً خاصاً⁽²⁾.

النظريات المفسرة للدراسة: تستند هذه الدراسة على نظريات مفسرة لها ومن هذه النظريات نظرية الاستخدام والإشباع "Uses & Gratifications" التي تعتمد على مفاهيم علم النفس، وعلم نفس الاجتماع، لتفسير أسباب استخدام الناس لأجهزة الاتصال استناداً على الفوائد التي يجنيها المستخدمون لتلك الأجهزة...، وتعتبر بحوث الاستخدام والإشباع أول البحوث التي أولت الجمهور دوراً فاعلاً في العملية الاتصالية...، وهي تجعل الجمهور صاحب القرار فيما يختص باستخدام أجهزة الاتصال بالنظر للفوائد التي يجنيها الجمهور من استخدامها. وبذلك فإن النظرية لا تعتبر المتلقي شخصاً سلبياً، بل شخصاً له القرار فيما يتعلق بما يشاهده أو يقرأه أو يسمعه. وهي بذلك تقدم رداً على محاولات الدول ذات الأنظمة الشمولية التي كانت تبرر تحكمها في وسائل الإعلام بالقول إن الجمهور متلقي سلبي، ومن ثم فإن الدولة ينبغي أن تتولى الإشراف والتحكم في المحتوى بما يخدم أغراض الدولة، وغاياتها. ومن جهة أخرى يمر الإنسان يومياً بعدة أسباب نفسية، واجتماعية تؤدي إلى تولد حاجات "Needs" مختلفة عند أفراد المجتمع...، ومن خلال الاستخدام المتواصل يتعود الناس على وجود إشباع لبعض الحاجات في وسائل الإعلام وبسبب ذلك يحدث التوقع "Expectation" عند الجمهور، ومن ثم حينما يحدث نقص الحاجات فإنهم يسارعون إلى التعرض لوسائل الإعلام بحثاً عن إشباع تلك الحاجات ذات البعد

النفسى، والاجتماعى. وبسبب تكرار سلوك إشباع الحاجات عبر وسائل الإعلام تتولد علاقة وثيقة بين الجمهور ووسائل الإعلام بحيث يتجه الناس إلى التعرض إليها بشكل منتظم بحثاً عن الإشباع "Gratification" المطلوب لتلك الحاجات⁽³⁾. تتأثر احتياجات الفرد بالعديد من العوامل مثل المرحلة العمرية والنوع، والجماعات العديدة التي ينتمي إليها، والمواقف الاجتماعية التي يمر بها وكذلك خصائصه النفسية، وغير ذلك من المتغيرات... إن أهمية نظرية الاستخدامات والإشباع، تأتي من أنها يمكن من خلالها دراسة الحاجات الإنسانية التي تتسم بالتنوع، والتعدد، فبالإضافة إلى الحاجات الفسيولوجية هناك الدوافع مثل التواصل الاجتماعى، واكتشاف الواقع وفهمه، التنشئة الاجتماعية، التسلية، والترفيه، فهذه كلها ترتبط بالوجود للفرد من النواحي السيكولوجية، والاجتماعية والاتصالية.. وهناك حاجات تعكس التطلعات غير المادية التي يسعى الناس إلى تحقيقها من خلال الاتصال مثل الاعتماد على النفس، والذاتية الثقافية والحرية والاستقلال واحترام الكرامة الإنسانية، والعون المتبادل، والإسهام في إعادة تشكيل البيئة، وغير ذلك من الاحتياجات التي يسعى الناس لتحقيقها على المستويين الفردي، والاجتماعى من خلال الاتصال⁽⁴⁾.

الدراسات الأدبية والتعريفات الإجرائية:

وتشير كلمة "الاتصال Communication" إلى معانٍ كثيرة لدى كثير من الناس، فالبعض ينظر إليها على أنها علم، والبعض يعتبرها نشاطاً، ويرى آخرون أنها مجال دراسة، بينما يعتقد البعض أنها فن وهي قد تكون نشاطاً عفوياً لا شعورياً أو عملاً مخططاً هادفاً.. فالاتصال بالمفهوم العام للعلم هو انتقال المعلومات، والحقائق، والأفكار، والآراء، والمشاعر أيضاً، والاتصال هو نشاط إنساني حيوي، وأن الحاجة إليه في ازدياد مستمر، فالإنسان كائن اجتماعي فهو لا يعيش بمفرده ولكن بالتعاون مع الأشخاص الآخرين.. كذلك

يشير المفهوم إلى العملية أو الطريقة التي تنتقل بها الأفكار، والمعلومات بين الناس داخل نسق اجتماعي معين يختلف من حيث الحجم، ومن حيث محتوى العلاقات المتضمنة فيه، بمعنى أن هذا النسق الاجتماعي قد يكون مجرد علاقة ثنائية نمطية بين شخصين أو جماعة صغيرة أو مجتمع محلي أو قومي أو حتى المجتمع الإنساني ككل؛ بهدف التأثير فيهم وتعديل اتجاهاتهم أو الإبقاء عليها، وهذا يتطلب تحديد؛ نوعية الوسائل المستخدمة في التعبير، نوعية الموضوع أو الأفكار ومدى الوضوح في عرضهما⁽⁵⁾.

يعد مفهوم الحق في الاتصال من المفاهيم الحديثة التي تم وضعها حديثاً، ولم يستتب معناه حتى الآن كما قال "Jean D Arcy" أول من ينسب إليه طرح الفكرة؛ وهي من مفاهيم الغد التي يجري وضعها الآن، وهي حاجة أساسية للبشر - الحق الذي اعترف به للأفراد، والمجموعات، والأمم تبادل أية رسالة وبأي وسيلة للتعبير، وإلزام المجتمع بتوفير وسائل هذا التبادل⁽⁶⁾... أما الحق في الاتصال فقد ركز "هنري هندلي" على عناصر محددة باعتبارها مكونات حق الاتصال، وهي: حق الفرد في التعبير عن رأيه (الكلام)، وحق الإنسان في أن يستمع إليه، وحقه في الحصول على حق الرد، حق الاستماع، والحق في المشاركة، وفي الإعلام (الإخبار)، وفي تلقي المعلومات، وفي الانتفاع بموارد الاتصال، مجموع العناصر المذكورة هي الحقوق الواردة في ميثاق حقوق الإنسان⁽⁷⁾.

يقسم الرأي العام "Public Opinion" حسب النظم السياسية المسيطرة على الحكم في المجتمع الحديث: إلى نوع رأي عام ظاهر في الدول الديمقراطية ونوع رأي عام باطن أو كامن في الدول التي تفتقد إلى الديمقراطية.. ولعل المجتمع السوداني بحاجة ماسة من تلفزيون السودان الرسمي بأن يخلق له رأي عام قومي أو وطني، ينبع عن مواطني وطن واحد ذي حدود جغرافية محددة،

والقضايا المشتركة بينهم في القضية المثارة بحيث تحظ باهتمام الجماهير، لا على أساس انفعالات، وأحاسيس طارئة غير مدروسة... وليس برأي نوعي جغرافي كما أشار "إليه التهامي" لبعض الفئات الاجتماعية، سواء على المستوى القومي أو الإقليمي أو العالمي ذات المصالح الفئوية الخاصة فيما يتعلق بالقضايا التي تمس هذه المصالح فقط..، ليعرفه بـ (الرأي العام بأنه الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية في فترة معينة بالنسبة لقضية أو أكثر يحتدم فيها الجدل، والنقاش وتمس مصالح هذه الأغلبية أو قيمها الإنسانية الأساسية مساً مباشراً). ويفند مسترسلاً بالواعية؛ حيث تعني إبراز دور وسائل الإعلام، والتوعية، والتنظيمات السياسية الشعبية في إلقاء الأضواء على المسائل العامة التي ينبغي أن يلم بها الشعب إماماً صحيحاً، أو التي قد لا يدركها الشعب بسبب الجهل أو قصور الوعي لنقص وسائل الإعلام والتوعية⁽⁸⁾.

المنتج البرامجي التلفزيوني ومواكبة حاجة الجمهور:

تحول دور التلفزيون العمومي في العالم العربي تزامناً مع ما أطلقت عليه بعض وسائل الإعلام (بربيع الثورات العربية) إلى أشكال في حاجة ليس فقط إلى المراجعة وإنما أيضاً إلى مسابقة نسق التحولات التي باتت تهز استقرار البلدان العربية من المحيط إلى الخليج، بعد أن تأكد بأن التلفزيون أمسى أحد أبرز العوامل المحددة لنجاح أو فشل عملية الانتقال الديمقراطي والاندماج الاجتماعي، وأحد أهم المحامل الثقافية، بل إن البعض يذهب إلى اعتباره جهازاً بإمكانه أن يحدد للفرد اختياراته، وشكل علاقته بمحيطه⁽⁹⁾. ومن ثم استحدثت الكثير من القنوات الفضائية برامج تلفزيونية ريادية تواكب الحاجة لتفاعل جماهيرها بالمشاركة في صناعتها، وتحديد الأهداف، وعرض وجهات النظر، والآراء، والاتجاهات المختلفة حول القضايا المطروحة للنقاش؛ كذلك إتاحة الفرصة للجمهور بالمتابعة وربطها بخدمات مشتركة تجمع موقع القناة

التلفزيوني الإلكتروني عبر الوسائط المتعددة، والإذاعة، والانترنت وما بين القناة التقليدية التلفزيونية؛ وهي في الغالب تمس حياة الناس وتخلق جدالاً حراً وحياءً، ومتدفقاً يتيح للمشاهدين والمستمعين والمتصفحين معاً المساهمة بأفكارهم وآرائهم ومن ثم يزداد التفاعل، والمتابعة لبرامجها.

ومن الضروري أن تشهد القنوات الرسمية الحكومية وغيرها الخاصة قفزات في خارطة البرامج من حيث الشكل، والمحتوى وسيما حجم التوزيع، والانتشار الواسع بين المتنافسين؛ كذلك رفدها، وتعزيزها بمخرجات متنوعة تعمل على مجازاة التطور التقني، والتنوع الجاذب الذي يحافظ على جمهوره، ويعزز حاجاتهم المعلوماتية، والمعرفية، والترفيهية، ويعمل على إشباعها. ومما ينبغي الاهتمام به هو أنواع الحاجات المشبعة عبر البرامج الإعلامية مثل التوجيه، والتفسير، والتكامل الاجتماعي أو حاجات المراقبة، والإثارة وتقليل التوتر، وغيرها مما يحقق أهداف التنمية ويحدث نوعاً من الحراك الثقافي الذي يسعى إلى ترسيخ منهج للتفكير في عقل المتلقي، يعتمد في صلبه على منطق البحث عن الحقيقة، وزرع بذور الحوار، وممارسة ديمقراطية الإعلام تجاه ما يستعرضه من مواد وبرامج.

في السودان محلياً ظهرت بين العام 2008م والعام 2011م عدد من القنوات الفضائية السودانية التقليدية ضمن ما يسمى إعلام الخدمة العامة (بعضها خاص وبعضها حكومي يمتزج مع الخاص) بأسباب، وأهداف مختلفة، وظروف إنتاجية متباينة، فوجدت هذه القنوات نفسها أمام واقع، وظاهرة جديدة فيها حلقة مفقودة بين الإعلام الحكومي الذي يسعى لخدمة التنمية بالمفهوم السلطوي، وبين إعلام يدعى ممارسة الحرية، والديمقراطية في ظل واقع سياسي، ومجتمعي يفتقر للممارسة الديمقراطية الاجتماعية قبل الممارسة الإعلامية نفسها..

وصارت القنوات التلفزيونية السودانية؛ في أشد الحاجة الماسة لتهيئة المجتمع للدور المرتقب منه في العهد الديمقراطي المنشود نظرياً وتطبيقياً في ممارسته التي تدخل بيوت الأسر السودانية بدون استئذان؛ ولعل واقع الإعلام الاجتماعي السوداني ظل يغض الطرف عن أحداث وظروف بزمن وقوعها سواء أكانت ظروفًا سياسية أم اقتصادية أم اجتماعية... تحمل قيمها الإنسانية الأساسية المفقودة دون أن يسلط عليها الضوء؛ كما هناك بعض القضايا قد يتم تجاهلها عبر القنوات الإعلامية الرسمية كالتي تحظى باهتمام الرأي العالمي لطابعها الإنساني العام الذي لا يمكن إغفاله أو التغاضي عنه، ومن ذلك مثلاً قضايا الصراع، والافتتال القبلي في دارفور أو شرق السودان الذي ينشب ويبرز في وسائل الإعلام أو حتى إغفال الولوج لخفايا محاولات صناعة السلام، وإدارة الحوار للاتفاق بين الجماعات المتباينة أو التي تحمل السلاح.. ولعل دولة متنوعة ثقافية من حيث البيئة، والمناخ واجتماعية بنسيج بشري متنوع قبلي كالسودان بحاجة أكثر إلى أن تخرج كاميرا التلفزيون فيه - للقنوات العامة والخاصة - للحياة والواقع فتزود الخارطة البرمجية اليومية والأسبوعية بصور ونماذج ومشاهد توثيقية، وبدرجة عالية من التركيز في الإنتاج يتسع لمعالجة جميع الموضوعات سواء أكانت تاريخية أو اقتصادية أو اجتماعية أو علمية فتساهم في التنمية المجتمعية.. ولربما لا يعود بالكسب المادي السريع من خلال إنتاجه وعرضه، لكنه يرفع الوعي بالآخر وما يدور حول الجمهور من عوالم وأفكار وسياسات ومعتقدات تدعم احترام الثقافات المتنوعة دون تأليب طرف على آخر وبلا ضرر أو ضرار.. وكذلك حينما يكون المرء فيه بحاجة للمعلومات الكافية ومعرفة ما يدور في البيئة من حوادث، ومستجدات، وكوارث وأزمات وتأثيراتها، وعواقبها؛ وتداعياتها على حياة الأفراد والأسر.

يتغير الجمهور ويتطور ويتفاعل ويواكب الإعلام بطفراته وتغيراته المتلاحقة - كما هم صنّاع الإعلام التقليدي التلفزيوني- فلهم ذات المهارات والإمكانات، والحاجات في التفاعل والمواكبة لاجتذاب انتباه واهتمام الجماهير وكذلك القدرة على الانتشار والذیوع بين الناس لنقل قصصهم أو عبر سعيهم لإيجاد ذلك التفاعل بين جمهور المتلقين والسرعة في الانتقال من مكان لآخر ولتصبح مصدراً للخبر العاجل خصوصاً من مناطق تتعذر فيها التغطية الإعلامية. أو حينما تتاح لهم الفرص في القنوات التقليدية بمشاركة الجمهور لسماع صوتهم، وعرض ما تلتقطه هواتفهم المحمولة من مشاهد، وأحداث تقع في محيطهم، فتجعل من الجمهور مراسل، وشاهد على الحدث، وإن لم يشارك في صناعته. وكمثال يمكن الوقوف على الدور الذي لعبته تلك المواقع الإلكترونية في نقل الأحداث بالنص، والصورة عبر الإنترنت، ووسائل الإعلام كما جرى على الساحة المجتمعية السودانية منذ اندلاع ثورة ديسمبر السودانية 2018م، وحتى إسقاط نظام الحكومة الأسبق في أبريل 2019م حيث لعبت هذه النظم الإعلامية الاجتماعية دوراً بارزاً للتواصل الفعّال، والحراك بين القواعد الجماهيرية من جهة وبينها والمدن السودانية المختلفة من جهة ثانية؛ كذلك، ولإبصال الأحداث، ونقلها للعالم الخارجي في 8 أبريل 2019م كما حدث حينما التقت صورة لإحدى الناشطات وسط التظاهرة في قلب الأحداث بالخرطوم⁽¹⁰⁾، وغرد بها في تويتر فما لبثت أن أشعلت على نطاق واسع مواقع وسائل التواصل الاجتماعي، وشغلت انتباه ومساحات زمانية مقدرة في وسائل الإعلام الدولية وتوصف كأيقونة الثورة السودانية.

ثقافة الترفيه وتفكيك البنية الاجتماعية:

يلاحظ - بشكل عام - أن كثير من هذه القنوات التلفزيونية سعت إلى المزايدة بثقافة الترفيه، والعمل على إشاعتها، والترويج لها، ويرجع ذلك لأسباب

نشأة تلك القنوات الفضائية في محيط، ومجتمع يسوده الإحباط السياسي والاقتصادي وتراجع فيه فرص العمل وتحقيق الطموح نحو حياة أفضل وأصبح الصراع الدولي يمس الدولة بشكل واضح وتراجع الثقافة بوصفها مصدر الفعل والهوية، مما ساهم في تفكيك البنية الاجتماعية وأوجد بيئة طاردة، تدفع الفرد والجماعة إلى البحث عن ملجأ للهروب من هذا الواقع أو البحث عن التنفيس فترتبط بالبرامج الترفيهية⁽¹¹⁾. ولعل هذا النوع من التخطيط البرامجي وواقع الإنتاج التلفزيوني قد نجده في بعض الفضائيات السودانية حيث صارت تهتم بأشكال برامجية ونوع محدد من طرائق التفكير الإنتاجي بهدف ترسيخ ثقافة الترفيه، والتسرية في روح المجتمع، وقد شملت الخارطة البرامجية اليومية أو في مواسم بث معينة مثل برامج الاستوديو المباشرة أو الحوارية أو المفتوحة ذات التكاليف الإنتاجية المحدودة في المجهود والوقت مع سهولة التنفيذ... ولا عيب في ذلك باعتباره كنوع من البرامج التي تسعى لتحقيق وظائف إعلامية هامة ولكن دون أن تختزله بعض القنوات الفضائية في فنون الغناء أو الموسيقى؛ وتغيب المشهد البصري الدعامة الأساسية لفكرة البرامج التلفزيونية الأمر الذي يحتاج إلى إعادة تقييم وتقويم؛ مع العمل لتقديم نوع الخطاب الإعلامي في الطرح السياسي الساعي لعدم إلهاء وصرف الناس عن القضايا المصيرية من أجل تنمية حياتهم الاجتماعية السياسية المتكاملة.

الإعلام الفضائي والمجتمع:

تؤدي القنوات الفضائية رسالتها الإعلامية تجاه المجتمع وفق السياسة البرامجية التي تنتهجها الوسيلة الإعلامية، وأن هذه السياسة تصمم وفق الوظائف الإعلامية المعروفة: وظيفة الإعلام وتتمثل في رغبة الفرد ومعرفة ما يدور حوله من وقائع وأحداث تحيط به في المجتمع، ووظيفة تحديد الهوية الشخصية وتتمثل في الحاجة إلى دعم القيم الشخصية والتوحد مع قيم الغير،

ووظيفة التفاعل والتماسك الاجتماعي وتتمثل في التعرف على الآخرين والتواصل معهم، ووظيفة الترفيه وتتمثل في حاجة الفرد للهروب من المشكلات والبحث عن المتعة الجمالية والراحة، ووظيفة التعليم عبر برامج وقنوات التلفزيون التعليمي والمفتوح.. ولكن وسائل الإعلام لا تغير آراء الناس ومواقفهم أو اتجاهاتهم، بقدر ما تعمل على تعزيز القيم باعتبار أن العلاقات الاجتماعية أساسها تكوين الآراء والمواقف، فتعزيز القيم يكون مشروطاً بالتوافق الإعلامي والاجتماعي مع بعضهما البعض⁽¹²⁾.

يعد علماء الاجتماع إن وسائل الإعلام هي أدوات للتنشئة الاجتماعية وإن كل نوع من المضامين التي تبثها وسائل الإعلام يحدث تنشئة معينة، فالأخبار تحدث التنشئة السياسية، والبرامج التعليمية تسهم في التنشئة الاجتماعية، والبرامج الترفيهية تؤدي إلى بث مجموعة من القيم في قالب ترفيهي، والدراما تؤدي إلى المعيشة، والتقمص الوجداني واستلهام التجارب.. وهكذا؛ فوسائل الإعلام تؤدي أدواراً إيجابية تجاه المجتمع كنشر المعرفة والثقافة في أوساط واسعة من المجتمع أو نظرة المتلقي للآخرين من خلال التعرف على ثقافتهم، وبالتالي يتحرك من ثقافة لأخرى، وبالمقابل هناك تأثيرات سلبية تقوم بها الفضائيات تجاه المجتمع، مثل تحييد القيم وأبعادها كعوامل مؤثرة، وتغيبها في المحتوى الاتصالي خاصة في المضمون الترفيهي، بل أصبحت تتبنى ما يرغب فيه الجمهور ويلتصق بها، بينما الجمهور يرتبط بوسائل الاتصال التي تحقق له رغباته وإشباعاته. وعادة الأفراد يميلون أن يعرضوا أنفسهم أو يهتمون بالرسائل الإعلامية التي يشعرون أنها تتفق مع ميولهم، واتجاهاتهم، واهتماماتهم، وبالتالي يتجنبون عدم التوازن والاختلال الناتج عن التعرض إلى موضوعات أو أفكار لا تتفق مع معارفهم، ومعتقداتهم، وقيمتهم... كلما استجذبت المتغيرات السياسية، والتحويلات المجتمعية، والثقافية، صارت تشوه الواقع في

ازدياد؛ إما لأسباب أيولوجية حينما تمارس الغزو الناعم ومن خلال ابتكار برامج تقوم على تفكيك القيم مع تكراره هذا النمط البرامجي المرتكز على اللهو واللعب والترفيه وصناعة السريعة للنجوم عبر المواهب، وغيرها حيث تهدف للتأثير الدعائي لإحداث احتياجات وهمية أو حقيقية لدى الجمهور؛ ومن ثم قد تغيب الثقافة الجادة التي تعمل على إعلاء القيم والإرشاد وبناء الشخصية الواعية والمسؤولة.. وقد يمارس الإعلام الفضائي التفكيك الاجتماعي، والعزلة الاجتماعية، باعتبار أن الزمن الذي يقضيه الفرد مع وسائل الإعلام يكون على حساب التفاعل الاجتماعي المباشر بينه وبين أفراد الأسرة، والمجتمع وإنجازاته الأخرى.

يقفز السؤال التالي؛ فيعصر التنافس الإعلامي المفتوح لمن تكون الريادة فيه؟ المجتمعات الجماهير أم مجتمعات تسعى فيه الفضائيات لجذب الكثير من جمهور المتلقين بأشكال متنوعة وقوالب برامجية مختلفة تعمل على كفالة التعددية باعتبارها أساس تحقيق مبدأ حرية التعبير، وذلك من خلال ضمان الاستقلالية التحريرية وتعددية الاتجاهات ومصادقية الأخبار لدى القطاع العمومي؛ إذ على التلفزيون العمومي الجديد أن يكون - مثلاً - محفزاً على الإبداع، ونموذجاً ثقافياً يُحتذى، وليس آلة للتسطيح الفكري وتهميش الأدواق، ويمكن لتلفزيون القطاع العمومي أن يوفر خدمة نموذجية للمتلقي أهمها هضم قيمة الديمقراطية نظام حياة، وضرورة حماية مكوناتها⁽¹³⁾.. لكن لابد من مراعاة حالات تجنب الإنكار بتفسير المعلومات الواردة بما لا يتوافق مع ما يحمله الجمهور من آراء وأفكار تتناقض مع المعتقدات، فإن الإنسان لن يتذكر المناقض لمعتقداته. وكما أنتعرض الناس للوسائل يخضع لمبدأ الاختيار الشخصي، إذ يتخذ المعترضون قرارات يومية حول مشاهدة برنامج محدد أو غلق جهاز التلفزيون عند بداية برنامج آخر؛ سيما التي يعرفون أنها تتناقض

معتقداتهم، وأفكارهم؛ وهو ما يقع في دائرة السلوك الاتصالي المعروف بتعبير -
التعرض الانتقائي- وهو سلوك تعود أسبابه إلى رغبة المتلقي في الاحتفاظ
بالتوازن النفسي بتحاشي البرامج، والموضوعات التي يعرف أن محتواها
سيسبب تنافراً معرفياً له، ويؤدي إلى التناقض بين ما يؤمن به وبين الواقع⁽¹⁴⁾.

المحور الثالث: الجانب التطبيقي عرض وتحليل البيانات:

عرض بيانات الاستمارة: الهدف معرفة اتجاه آراء عينات الدراسة بخصوص
كل عبارة من العبارات والإجابات.

الأسئلة المطروحة في المحاور التالية:

المحور الأول: ما مدى الإشباعات المتحققة في برامج تلفزيون السودان القومي؟
المحور الثاني: ما مدى المتابعة والرضا للشكل والمحتوى البرامجي لتلفزيون
السودان القومي؟

المحور الثالث: ما القراءة العامة لمستويات الصوت والصورة في تلفزيون
السودان القومي؟

وما إذا كان لقناة تلفزيون السودان حاجة إلى إنشاء قنوات أخرى إضافية أو
متخصصة لإنتاج برامج تنافسية بدون أي قيود عليها؟

القسم الأول: البيانات الأساسية لمجتمع الدراسة: فيما يختص بعينة الدراسة فقد
تم ذلك حسب العينة القصدية المتاحة من مجتمع الدراسة وهم الجمهور
المتفاعلين خارج مؤسسة التلفزيون القومي السوداني الذين استهدفهم توزيع
الاستمارة كجمهور مشاهد وذلك عبر وسائل التواصل الاجتماعي حيث تم رفع
الاستمارة على المستهدفين بطريقة تبعد أي تحكم شخصي للتدخل
في اختيار أو استبعاد أي مفردة من مفردات المجتمع⁽¹⁵⁾، وتعتبر
فترة توزيع الاستمارة والتي بدأت قبيل اقتراب موسم رمضان منذ بداية
أبريل 2021م الذي يعتبر موسم ترغب فيه مشاهدة عالية للتلفزيون من عامة

الجمهور لما له من خصوصية وإنتاج المزيد من البرامج.. وللخروج بنتائج دقيقة قدر الإمكان حرصت الدراسة على توزيع الاستمارة في مواقع التواصل الاجتماعي المختلفة والمهتمين من الإعلاميين والباحثين بشأن التلفزيون وبرامجه؛ ولأسيما مواقع برامج وبث قناة تلفزيون السودان على الإنترنت. لعل الذين استجابوا للاستمارة - وتوقف العدد عندهم رغم أنها عينة قليلة غير ممثلة لجمهور قناة تلفزيونية - لكنها المتوفرة من المجتمع السوداني وسيما ونوعية المبحوثين ومستواهم التعليمي والذي يعتبر عامل إضافي لما يؤتي بمؤشرات لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة عن أسئلة الدراسة.

أما الأساليب الإحصائية المستخدمة لتحقيق أهداف الدراسة وللتحقق من فرضياتها، تم استخدام المعالجات الإحصائية التالية: إظهار البصري لأشكال البيانات، النسب المئوية والمتوسطات الحسابية ثم الانحراف المعياري.

جمع البيانات والتحليل الإحصائي: يلخص هذا الجزء من الدراسة الميدانية توضيحاً وعرضاً لنتائج الدراسة الميدانية على مقياس درجات (من ثلاث نقاط) وفقاً لقراءات النتائج للإحصاء الموزعة كالتالي: (1) درجة لغير موافق بشدة؛ (2) درجة غير موافق؛ (3) درجة لمحايد؛ (4) درجة لموافق؛ و (5) درجة لموافق بشدة.

5 - 1 مقسومة على 3 = 1.33 ليصبح المقياس:

- منخفض: 1 إلى 2.33

- متوسط: 2.34 إلى 3.67

- عالي: 3.68 إلى 5

الخصائص الديمغرافية لعينة الدراسة:

توزيع عينة الدراسة طبقاً للنوع والعمر

جدول (1): توزيع عينة الدراسة طبقاً للنوع

النوع	التكرار	النسبة %
ذكر	132	86%
أنثى	22	14%
المجموع	154	100%

جدول (2) توزيع عينة الدراسة طبقاً للعمر

العمر	التكرار	النسبة %
من 20 إلى أقل من 30 عام	9	5.8%
30 إلى أقل من 40 عام	22	14.3%
40 إلى أقل من 50 عام	62	40.2%
50 عاماً فأكثر	61	39.6%
المجموع	154	100%

توزيع عينة الدراسة طبقاً للمستوى التعليمي والتخصص والمهنة:

جدول (3) توزيع عينة الدراسة طبقاً للمستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرار	النسبة %
ثانوي فما دون	7	4.5%
جامعي	68	44.2%
فوق الجامعي	79	51.3%
المجموع	154	100%

جدول (4) توزيع عينة الدراسة طبقاً للتخصص

التخصص العلمي	التكرار	النسبة %
لغات	7	4.5%
الفنون الجميلة – الدراما والمسرح	8	5.2%
الدراسات الأدبية	18	11.7%
الدراسات العلمية	47	30.6%
دراسات الاتصال والإعلام	51	33.1%

غير ذلك من الدراسات	23	14.9%
المجموع	154	100%

جدول (5) توزيع عينة الدراسة بحسب المهنة

مكان العمل	التكرار	النسبة %
القطاع الحكومي	54	35.1%
القطاع الخاص	60	39%
يعمل لحسابه	26	16.9%
لا يعمل	14	9.1%
المجموع	154	100%

يوضح هذا الجزء خصائص العينة؛ وكما مبين في الجداول 1-5 أدناه، وهو مما يجعل الخروج بنتائج دقيقة قدر الإمكان وجود تنوع عينة الدراسة والتي تم تثبيته من حيث اشتملت على النحو التالي: الأفراد من مختلف الفئات العمرية، الأفراد حسب الجنس، الأفراد حسب المستوى التعليمي والتخصص، وكذلك الأفراد حسب المهنة. تم جمع بيانات هذه الدراسة عن طريق الاستمارة وتوزيعها إلكترونية حيث بلغ عدد من استجاب (154) فرداً من الباحثين؛ حيث غلب عنصر الذكور 132 مقابل الإناث وعددهن 22، وهم مناعادوا إرسال الاستمارة بعد ملئها بكل المعلومات المطلوبة؛ احتلت فئة الأعمار من فئة 40 إلى أقل من 50 عام نسبة 40% لتقاربها فئة 50 عاماً فأكثر؛ بينما تدنت نسبة من استجاب للاستمارة ممن أعمارهم أقل من 40 عاماً.

وبرز على عينة الدراسة التنوع من حيث التخصصات الدراسية حيث بلغ عدد الذين اختاروا تخصص الاتصال والإعلام 51 بنسبة 33.1% يليه الذين اختاروا تخصص علمي بعدد 47 بنسبة 30.6%؛ أما فيما يختص بالدرجات العلمية للمبجوثين فقد بلغت نسبة من هم فوق المستوى الجامعي 51% وبينما من هم بالمستوى الجامعي 44%؛ وهو مؤشر إيجابي لخصائص عينة الدراسة من غلبة أصحاب التخصص وبمستويات دراسية عليا في موضوع البحث. ومما برز في

تعرض المشاهد السودانيون للتلفزيون القومي والاشباعات المتعددة

مهنة العينة أيضاً بالتباين في العمل ما بين القطاع الحكومي والخاص وهو مقدر في تشكيل آراء منهما؛ حيث بلغت نسبة من يعملون في القطاع الحكومي 35% بينما نسبة من يعمل في القطاع الخاص 39%. ولعله مؤشر إضافي يزيد من قوة العينة ومجتمع الدراسة حيث تحمل رؤية الجمهور من خارج أروقة الحكومة وممن هم في داخل نظام العمل الحكومي.

متابعة العينة للقنوات السودانية والبرامج التلفزيونية المختلفة:

جدول (6): درجة المتابعة للقنوات السودانية التلفزيونية بشكل عام

الدرجة المتابعة للقنوات السودانية التلفزيونية	التكرار	النسبة (%)
دائماً	10	6.5%
غالباً	30	19.5%
أحياناً	60	39%
نادراً	41	26.6%
أبداً	13	8.4%
المجموع	154	100.0%

جدول (7): يوضح القنوات التلفزيونية السودانية التي يفضل أن يُشاهدها الجمهور أكثر

أي القنوات التلفزيونية السودانية التي يُشاهدها الجمهور أكثر	التكرار	النسبة (%)
تلفزيون السودان القومي	45	29.2%
قناة النيل الأزرق	44	28.6%
قناة سودانية 24	34	22.1%
قناة طبية	12	7.8%
قناة أم درمان	4	2.6%
قناة الخرطوم	1	0.6%
قناة الهلال	1	0.6%
قناة الملاعب	1	0.6%
غير ذلك	12	7.8%
المجموع	154	100%

جدول (8): درجة متابعة التلفزيون السوداني القومي

النسبة (%)	التكرار	درجة متابعة ومشاهدة التلفزيون السوداني القومي
6.5%	10	دائماً
19.5%	30	غالباً
39%	60	أحياناً
26.6%	41	نادراً
8.4%	13	أبداً
100%	154	المجموع

القسم الثاني: مناقشة أهم نتائج الاستمارة: الهدف من وضعية هذه العبارات والفرضيات هو البيان والتحقق ومناقشتها والوصول لنتائج منها والإجابة عليها؛ وهنا إذ تحاول الدراسة في هذا الجزء تحقيق ذلك.

مشاهدة القنوات السودانية: يلاحظ من خلال الجداول 6-8 المرفقة أدناه؛ قد بلغ الجمهور من العينة المبحوثة والذي يتابع القنوات السودانية أحياناً نسبة 39% بينما بلغت النسبة التي اختارت غالباً 19.5% وبلغت من لا يتابع أبداً نسبة 4%، فيما تصدرت قائمة أكثر القنوات الفضائية السودانية التي يفضل مشاهدتها قناة (تلفزيون السودان القومي) تليها (قناة النيل الأزرق) ثم (قناة سودانية 24) على التوالي 29.2%، 28.6% و 22.1%؛ بينما بلغ عدد الذين لا يشاهدون أبداً (تلفزيون السودان القومي) وحسب نسبة 6.5% من المبحوثين؛ بينما تم بلغ الذين يشاهدون التلفزيون بمجمل اختياراتهم دائماً، غالباً، أحياناً ونادراً من المبحوثين 141 حيث تم اعتبارهم العينة الحقيقية التي استجابت بتقديم الإجابات المطلوبة لما تبقى من أسئلة الاستمارة ذات الصلة بموضوع المنتج الاتصالي في الفضائية السودانية.

تعرض المشاهد السودانيون للتلفزيون القومي والاشباعات المتعددة

متابعة العينة للقنوات السودانية والبرامج التلفزيونية:

جدول (9): أسباب عدم متابعة الجمهور للتلفزيون السوداني

النسبة (%)	التكرار	إذا كنت لا تشاهد برامج تلفزيون السودان القومي ما هي الأسباب برأيك
13%	20	لأن برامجه مملّة
5%	8	لا يعبر عن مكونات المجتمع السوداني
9%	13	لا يعكس نبض الشارع السياسي
4%	6	يفتقر إلى البرامج الترفيهية
8%	12	يفتقر إلى الكوادر المؤهلة والمدرّبة لإنتاج البرامج
40%	62	كل ما تم ذكره أعلاه
21%	33	لا ينطبق
100%	154	المجموع

جدول (10): عدد الساعات التي تقضيها العينة يومياً

النسبة %	التكرار	عدد ساعات مشاهدة تلفزيون السودان القومي يومياً
34%	52	أقل من نصف ساعة
20%	31	من نصف ساعة إلى ساعة
19%	29	من ساعة إلى ساعتين
8%	12	من 2 فأكثر
19%	30	لا ينطبق عليه المشاهدة
100%	154	المجموع

أسباب متابعة واستخدام العينة للقنوات السودانية والبرامج التلفزيونية: تعتبر حاجات التغيير المرتبطة بالواقع النفسي لأفراد المجتمع، واحدة من أهم الحاجات التي تليها أجهزة الاتصال الجماهيرية، وتعكس حاجات التغيير، أهمية الترفيه والتغيير في حياة الفرد والمجتمع، فالواقع أن الإنسان لم يتخل عن البحث عن الترفيه؛ كذلك التغيير عبر التجديد والتغلب على الملل وعلى النمطية في الحياة والممارسة أو عبر طريق ونوع الاسترخاء والهروب من ضغوط الحياة اليومية وكذلك عبر إطلاق المكبوتات النفسية والعاطفية الداخلية⁽¹⁶⁾. جاءت النتائج

لمجتمع البحث من الجمهور وبالوقوف على أسباب عدم مشاهدة الشريحة المستهدفة لتلفزيون قناة السودان وقد جاءت ردود الذين اختاروا الأسباب المبينة وكما ورد في الجدول رقم (9) كالتالي:-

يفتقر إلى الكوادر المؤهلة والمدربة لإنتاج برامجه 8%.

يفتقر إلى البرامج الترفيهية 4%.

لا يعكس نبض الشارع السياسي 9%.

لا يعبر عن مكونات المجتمع السوداني 5%.

برامجه مُملة 13%.

كل ما تم ذكره أعلاه 40%.

لا ينطبق على الخيارات أعلاه 21%.

بينما جاءت نسبة 34% من المشاهدين لتلفزيون السودان القومي والذين يتابعون برامجه يومياً لأقل من نصف ساعة متتابعة؛ جاءت نسبة 20% لمن يتابعه من نصف ساعة إلى ساعة في اليوم؛ كما هو مبين في الجدول 10 حيث يشير إلى معدل مشاهدة تلفزيون السودان القومي والساعات التي تقضيها العينة يومياً. بينما جاءت نسبة 19% لمن في حالة لا ينطبق عليه المشاهدة.

نوع أكثر البرامج التي يفضل جمهور تلفزيون السودان القومي مشاهدتها:

جدول (11): نوع البرامج التلفزيونية المفضلة في (تلفزيون السودان القومي) لدى الجمهور

نوع البرامج	العدد	النسبة (%)
البرامج الإخبارية والسياسية	82	53.2%
البرامج الثقافية	8	5.2%
البرامج الاجتماعية والتعليمية	3	2%
البرامج الدرامية	5	3.2%
البرامج الوثائقية	14	9.1%
البرامج الفنية - المرأة والطفل والشباب	4	2.6%
البرامج الرياضية والدوريات المحلية	3	2%

تعرض المشاهد السودانيون للتلفزيون القومي والاشباعات المتحققة

غير ذلك	5	3.2%
لا يوجد	30	19.5%
المجموع	154	100%

المحور الأول: مدى الإشباعات المتحققة في برامج التلفزيون وأنواعها:

وكما في الجدول رقم (11)؛ تتسق نتائج نوع البرامج المفضلة في (تلفزيون السودان القومي) والتي يتابعها الجمهور وأفضلية القوالب هو نمط برامج الإخبارية السياسية ولعل وضع الفترة الانتقالية وما تحدثه من تغييرات في نظام الحكم هو ما يدفع الجمهور بمتابعة الأوضاع والتطورات السياسية عبر تلك البرامج. حيث احتلت البرامج الإخبارية والسياسية المفضلة من بين بقية أنواع البرامج لدى جمهور العينة المبحوثة نسبة 53.2% وهي الأكبر بين الجمهور من حيث المتابعة ولعل الحاجة لمتابعة الأخبار والتطورات السياسية في ظل الحكومة الانتقالية هي ما يدفع الجمهور بمتابعة البرامج الإخبارية والسياسية وتتصدر اهتماماتهم دون بقية البرامج حيث تتحقق الإشباعات التي تتمثل في الحصول على المعلومات وزيادة المعرفة ومعرفة الأحداث ذات التأثير في المجتمع.. وتلي ذلك متابعة من الجمهور نوع البرامج الوثائقية حيث بلغت نسبة متابعتها 9.1% ثم البرامج الثقافية 5.2% وتليها على التوالي البرامج الدرامية وبرامج الفتوى للمرأة والطفل والشباب؛ بينما تساوت النسبة للتفضيل لدى الجمهور 2% لبرامج الرياضة والدوريات المحلية مع البرامج الاجتماعية والتعليمية.

جدول (12): الأشكال والقوالب البرمجية التلفزيونية التي تفضل مشاهدتها بشكل عام

نوع البرامج	العدد	النسبة (%)
برامج التغطيات الإخبارية	40	32.3%
البرامج الحوارية	42	33.9%
المنوعات والموسيقى	11	8.9%

د. خالد محمد عبدالقادر – د. الأرقم محمد الجبلاني

6.5%	8	برامج شكل المجالات التلفزيونية
2.4%	3	التحقيقات
9.7%	12	الدراما
6.5%	8	غير ذلك
19%	30	لا يوجد
100%	154	المجموع

بينما جاءت أفضلية البرامج المشاهدة بشكل عام وكما في الجدول (12)؛ من حيث الأشكال والقوالب للعينة المبحوثة هي البرامج الحوارية بنسبة البرامج الحوارية 33.9% وتليها برامج التغطيات الإخبارية 32.3% ثم الدرامية بنسبة الدراما 9.7% والمِنوعات والموسيقى 8.9%، وبينما جاءت بنسبة 6.5% كل من برامج ذات شكل المجلة وغير ذلك من أشكال برامجية؛ وبينما بقيت نوع برامج التحقيقات في أسفل القائمة بنسبة التحقيقات 2.4%.

جدول رقم (13): متوسط الاشباعات المتحققة لجمهور تلفزيون السودان القومي

الرقم	العبارات	المتوسطات	الانحراف المعياري
1	عند مشاهدتك برامج التلفزيون تتحصل على معلومات وأخبار جديدة.	3.11	0.5
2	من أهداف مشاهدتك للتلفزيون هو التعرف على القضايا الهامة في المجتمع المحلي السوداني.	3.86	0.5
3	أتابع تلفزيون السودان للتعرف على آراء وبرامج قيادات سياسية بارزة في الحكومة.	3.47	0.5
4	أتابع برامج التلفزيون للتعرف على آراء وأفكار القيادات المجتمع السوداني في الثقافة والفنون.	3.49	0
5	التعرف على الآخرين في المجتمع ومشاركتهم قضاياهم من أسباب متابعة تلفزيون السودان.	3.45	0
6	من أسباب متابعة تلفزيون السودان التعرف على قضايا التنوع الثقافي والأشياء المميزة للمجتمع السوداني.	3.66	0.5
7	تتوافق أفكار وقناعاتي مع مضامين البرامج التي يبثها التلفزيون.	2.56	0
8	أتابع تلفزيون السودان هروباً من ضغوط الحياة ونسيان المشكلات الحياتية.	2.16	0
	المتوسط العام	3.22	

مستوى الإشباع المتحققة في برامج تلفزيون السودان القومي لدى الجمهور: يتناول الجدول أدناه عرضاً للنتائج الميدانية حول مستوى الإشباع المطلوبة والمتحققة للجمهور من متابعة برامج التلفزيون السوداني القومي.. (على مقياس من ثلاث نقاط) حيث بلغت المتوسط العام 3.22 حيث تقع في المقياس المتوسط.

يلاحظ من الجدول أعلاه نتائج الأسئلة التالية لدوافع الجمهور -عينة الدراسة- من متابعة التلفزيون القومي:

- من أهداف مشاهدة التلفزيون هو التعرف على القضايا الهامة في المجتمع المحلي السوداني.

ما يلفت الانتباه في هذا المحور بأن هذا هو مضمون السؤال الوحيد الذي ارتفعت فيه نتائج إشباع الجمهور حيث بلغت في المقياس العالي 3.86 رغبة الجمهور للتعرف على القضايا الهامة في المجتمع المحلي؛ ولعل حاجات التواصل الاجتماعي مثل معرفة الأحداث ذات التأثير على المجتمع، ومعرفة ما يتعلق بالشخصيات المهمة وتتبع أخبارها وآراءها والإلمام بالتطورات ذات الأهمية في المجتمع يشهد فترة انتقالية في الحكم.

- بينما جاءت في المقياس المنخفض بدرجة 2.16 متابعة تلفزيون السودان هروباً من ضغوط الحياة ونسيان المشكلات الحياتية.. كما يظهر بأن الأغلبية لا تجد حاجات التغيير أو الانسحاب المؤقت لأغراض ذاتية وغيره من الواقع الاجتماعي فيما يوفره برامج تلفزيون السودان من نوعية مواد الترفيه والاستمتاع برؤية ما قد يجد المرء خلاصه من المواقف الحرجة مثلاً؛ أو لربما يبدو ذلك من تنوع البرامج المقدمة على شاشة تلفزيون السودان القومي التي لا تحقق هذا النوع من الحاجة لدى الجمهور.

- أما بقية الإجابة على مضمون أسئلة هذا المحور فقد جاءت في المقياس المتوسط لإجابات الجمهور كالتالي:
- عند مشاهدة برامج التلفزيون يتحصل الجمهور على معلومات وأخبار جديدة؛ حيث بلغت النتيجة 3.11 وهي في المقياس المتوسط.
 - بلغت متابعة تلفزيون السودان من قبل الجمهور للتعرف على آراء وبرامج قيادات سياسية بارزة في الحكومة، بلغت 3.47 وهو في المقياس المتوسط بمتابعة التلفزيون السوداني للتعرف على آراء وبرامج قيادات سياسية بارزة في الحكومة؛ أحياناً تصنع الأخبار أو ينتظر منها التعليق حول مجريات الأوضاع السياسية وبرامجها تجاه المجتمع وقضاياها.
 - أما متابعة الجمهور عينة الدراسة لبرامج التلفزيون للتعرف على آراء وأفكار القيادات المجتمع السوداني في الثقافة والفنون فقد بلغت 3.49 وهو في المقياس المتوسط؛ وكذلك في ذات المستوى بلغت نسبة 3.45 حاجات الجمهور للتعرف على الآخرين في المجتمع ومشاركتهم قضاياهم من أسباب متابعة تلفزيون السودان.
 - كما جاءت نتيجة أسباب متابعة الجمهور عينة الدراسة لتلفزيون السودان التعرف على قضايا التنوع الثقافي والأشياء المميزة للمجتمع السوداني في المستوى المتوسط 3.66؛ بينما بلغت نسبة توافق أفكار الجمهور وقناعاته مع مضامين البرامج التي يبثها التلفزيون القومي 2.56 وهو في المقياس المنخفض.

المحور الثاني: مستوى المتابعة والرضا لشكل والمحتوى البرامجي:

يتناول الجدول رقم (14) عرضاً للنتائج الميدانية حول مستوى المتابعة والرضا لشكل المحتوى البرامجي من خلال متابعة الجمهور لتلفزيون السودان القومي؛ على مقياس من ثلاث نقاط؛ حيث بلغت المتوسط العام 3.17 والتي تقع

تعرض المشاهد السودانيون للتلفزيون القومي والاشباعات المتخففة

في المقياس المتوسط ووفقاً على مقياس تم تبيانته مسبقاً كمتوسط: 2.34 إلى 3.67

جدول رقم (14): متوسط الرضا لشكل ومحتوى البرامج التلفزيوني لدى الجمهور

الرقم	العنوان	العبارات	المتوسطات	الانحراف المعياري
1	برامج الحوار	يعد أسلوب تقديم البرامج الحوارية من داخل الاستوديوهات شيقاً.	2.52	1
2		طريقة مقدمين والمذيعين في عرض موضوعات الحوار دقيقة ومعكمة وسلسلة.	2.40	0
3		محتوى البرامج السياسية التي يبثها التلفزيون تعبر عن التنوع السياسي السوداني.	2.42	0.5
4		إعداد برنامج الحوار من حيث اختيارات (المحاور والأسئلة ونوعية الضيوف) تنال الرضا مني.	2.53	1.5
5		هناك تطور ملاحظ في تلفزيون السودان عند طرح الموضوعات للبرامج الحوارية.	2.77	1
6	الإخبار	أجد في نشرات الأخبار الرئيسية المعلومات التي أريدها محلياً وعالمياً.	2.75	0
7	الأفلام الوثائقية	أجد في تلفزيون السودان الأفلام الوثائقية غنية من حيث المعلومات والدقة وطريقة العرض.	2.72	1
8	الدراما	تحتل الدراما السودانية بمتابعة مني.	3.21	0
9	برامج قضايا المواطن	يفتقر التلفزيون للبرامج التي تتناول حياة وقضايا المواطن البسيط وأصحاب المهن الحرفية.	3.89	1.5
10	السهرات	تتميز برامج السهرات بتنوع ثقافي وامتاعي شكلاً ومضموناً.	2.48	1
11	الفن والموسيقى	تحتل برامج الموسيقى والفن بالمتابعة مني والمشاهدة المستمرة.	3.06	0
12	الرياضة	لا تحقق برامج الرياضة في تلفزيون السودان اهتمامات المتابعين للرياضة المحلية وأحداثها.	3.56	0
13	برامج الأطفال	لا تجد برامج الأطفال في تلفزيون السودان اهتمام ومتابعة الصغار وغيرهم من المشاهدين.	4.09	0
14	البرامج الدينية	تحتل البرامج الدينية بالمتابعة وتناسب أهدافها معي من	3.28	0

د. خالد محمد عبدالقادر - د. الأرقم محمد الجبلاني

		حيث الشكل والمضمون.		
15		الفترات المفتوحة	تحتل برامج الفترات المفتوحة بالحرس على المتابعة والملاحظة.	1
16		برامج المناسبات الرسمية	يتناسب محتوى وشكل برامج المناسبات الرسمية للدولة والمجتمع مع الحدث والمناسبة.	1
17		برامج الأعياد	برامج (أيام الأعياد) تقدم بشكل متميز ومتفرد عن باقي القنوات التلفزيونية المنافسة الأخرى.	1
18		المسابقات	يفتقر التلفزيون لبرامج المسابقات.	0.5
19		البرامج الشعبية	تقل مساحة البرامج الشعبية التي تعكس حياة المواطن وثقافته في الخارطة البرمجية اليومية.	0
20		تناسب شكل البرنامج مع الجمهور	شكل البرنامج في تلفزيون السودان لا يتناسب مع الجمهور العام المهتم بالتلفزيون.	0.5
		المتوسط العام		3.17

يعتبر الحوار الإذاعي هو المادة الأساسية والحيوية التي تقوم عليها الفعاليات الإعلامية الأكثر إنتاجاً والأسهل انتشاراً من بين البرامج الإذاعية (الراديو والتلفزيون) حيث يتم فيها النقاش والحوار بين المذيع المقدم كمحاور وضيف أو أكثر حول قضية محددة يتم الاتفاق عليها ومحاورها مسبقاً، وفيه يستهدف تبادل الآراء والمعلومات ومحاولة إيجاد حلول حول قضايا أو مشكلات بعينها؛ وتعد البرامج الحوارية من أكثر أنواع وقوالب العمل التلفزيوني تشويقاً وجذباً للانتباه، إذا ما أحسن إعدادها وتنفيذها. كما لا تعني ثقافة الحوار مجرد الاستماع إلى وجهات النظر المختلفة والسماح بالتعبير؛ بل هو الاعتراف بأحقية الطرف الآخر في الرأي والتعبير والمشاركة بالتفاعل وتضارب الآراء في موضوع الحوار وردود الأفعال؛ فكلما احتدم الصراع بين المحاورين ازداد البرنامج تشويقاً وترقباً ومتابعة للجمهور. وهو الأمر الذي بات في أشد الحاجة له في فترة الحكومة الانتقالية السودانية عن طريق فتح نوافذ لحوار الرأي والرأي

الآخر بين كافة شرائح المجتمع وانتماءاته؛ فيتم تحقيق إشراك الجمهور في العملية الاتصالية والمساهمة في صنع القرار ولو بطريقة غير مباشرة..

وعلى الرغم من ذلك جاءت النتائج لغير صالح ما يتم تقديمه في تلفزيون السودان من مضمون برامج الحوار وطريقة تقديم المذيعين واختيار (المحاور والأسئلة ونوعية الضيوف) وتظل المساحة بحاجة للمزيد من التطور والارتقاء عبر هذا النوع من البرامج لسهولة إنتاجه وأهميته في الفترة الانتقالية والتي تنتهي بمرحلة برامج انتخابية تنافسية وهي أكثر حاجة لها. ففي الحوار؛ جاءت أهم إجابات الجمهور مجتمع البحث في مجمل العبارات (من 1 إلى 5) الخمسة التالية حول البرامج الحوارية وطريقة عرضها ومحتواها وتنوع اختيار عناصرها منحصرة في المتوسط ما بين 2.77 إلى 2.40 ومعدل انحراف معياري ما بين 0 إلى 1.5 أما تفصيلاً كانت أبرزها من إجابة كالتالي:

- في عبارة (أسلوب تقديم البرامج الحوارية من داخل الاستوديوهات شيقاً) بلغت مجمل نسبة آراء مجتمع البحث 58% الذين اختاروا عبارة -لا أوافق ولا أوافق بشدة- بأن برامج الحوار من داخل الاستوديو شيقة وفي الحياد 23.4%؛ كما جاءت النتيجة في المعيار العام المتوسط 2.52 وبانحراف معياري 1.

- أما عبارة (على أن طريقة تقديم المحاورين وعرض موضوعات الحوار دقيقة ومحكمة وسلسلة) من جانب آخر بلغت اختيار -لا توافق بشدة أو لا توافق- نسبة 60.5%؛ حيث جاءت النتيجة بالمقياس المتوسط 2.40 بينما الانحراف المعياري 0.

- بينما جاء بنسبة 58.7% لصالح الاتفاق من الجمهور باختيارهم - لا أوافق بشدة ولا أوافق- على العبارة (محتوى البرامج السياسية التي يبثها

التلفزيون تعبر عن التنوع السياسي السوداني) حيث جاءت في المستوى المتوسط 2.42 وبانحراف معياري هو 0.5.

- فيما بلغت النتيجة في المتوسط 2.53 في إعداد برنامج الحوار من حيث اختيارات (المحاور والأسئلة ونوعية الضيوف) ومدى الرضا للجمهور ولكن بانحراف معياري بلغ 1.5.

- أما بخصوص التطور فقد اختار الجمهور بمتوسط 2.77 وبانحراف معياري بلغ 1 للعبارة (هناك تطور ملاحظ في تلفزيون السودان عند طرح الموضوعات للبرامج الحوارية).

- في الإخبار؛ جاءت عبارة (أجد في نشرات الأخبار الرئيسة المعلومات التي أريدها محلياً وعالمياً) جاءت بنتائج الجمهور بأنه لا يجد 48.5% من الجمهور مقابل 33.9% بأن تلفزيون السودان ممكن أن يكون مصدراً للأخبار المحلية والعالمية.. حيث جاءت النتيجة بالمقياس المتوسط 2.75 والانحراف المعياري 0 ليؤكد عدم ثقة الأكثر من الجمهور فيه حاجته وضالته من الإخبار؛ ولعله فتظل العولمة الإعلامية والتغيير الذي يشمل الحياة السياسية السودانية يصبح من الجدير تقوية الإعلام الرسمي للدولة وأن يكون مصدراً موثقاً ودقيقاً في نقل الخبر والمعلومة وتحت رقابة الجمهور في ما يطرحه من قضايا وأحداث وما يلي الشأن العام من اهتمامات؛ وإلا سيجد الجمهور بديل آخر ومنفذاً للوصول إلى القنوات الإعلامية الأخرى والتي تسعى لتحقيق أجندتها وأهدافها..

- وبخصوص برامج الأفلام الوثائقية؛ جاءت نتيجة عبارة (أجد في تلفزيون السودان الأفلام الوثائقية غنية من حيث المعلومات والدقة وطريقة العرض) بالمقياس المتوسط 2.72؛ بينما الانحراف المعياري 1؛ ولعل ما يبثه التلفزيون من برامج وثائقية ومهما بلغت من مساحة عرضها لم تحقق الرضا

عند الجمهور لتغطية التنوع الموجود في الأرض ونشاط الإنسان المتنوع ما بين مجتمعات الصحراء والغابة والبحر والنهر.. فلا بد أن تحس الناس بوجود مساحة مقدرة في الخارطة البرامجية الوثائقية لتقافتهم المختلفة ومع توثيق حياتهم الاجتماعية.

- أما في الدراما فقد كانت الاستجابة للعبارة (تحظى الدراما السودانية بمتابعة مني) حيث بلغت في المتوسط 3.21 وبانحراف معياري 0؛ مما يؤكد بأن الدراما لا تزال تجد قدرها في المتابعة من الجمهور السوداني.
- بينما عبر الجمهور عن آرائهم ما إن كان (يفتقر التلفزيون للبرامج التي تتناول حياة وقضايا المواطن البسيط وأصحاب المهن الحرفية) والتي جاءت في المتوسط العالي حيث بلغت 3.89 ولكنها ذات انحراف معياري 1.5 يقلل من توافق الجمهور.
- وجاءت عبارة (تتميز برامج السهرات بتنوع ثقافي وإمتاعى شكلاً ومضموناً) في الاستبيان باختيار الجمهور لإجابة - لا يوافق بشدة أو وغير موافق - بنسبة 56.3%، بينما جاءت بنسبة 2.48 وبانحراف معياري 1 وهي نتيجة تقع في المقياس المتوسط.
- أما في (برامج الموسيقى والغناء) فقد كانت نتيجة السؤال عن المتابعة والمشاهدة المستمرة لهذه البرامج لخيار -أوافق وأوافق بشدة نسبة 29.8% و0.8% على التوالي مقابل -لا أوافق ولا أوافق بشدة- 38.8% مجملاً؛ كما جاءت النتيجة بالمقياس المتوسط 3.06 والانحراف المعياري 0 ليؤكد عدم ثقة الأكثرية من الجمهور.. وهو ما يؤكد على نوع هذه البرامج الإعلامية في شكل (غناء، طرب رقص) لا يحظى بالمتابعة والمشاهدة في قناة تلفزيون السودان من الجمهور والذي ربما تتحقق إشباعاته من مصادر أخرى أو لربما يكون بسبب شكل المعالجة والإخراج لهذه البرامج.. وذلك على الرغم من أن

بعض القنوات أصبحت تستجدي المشاهد بالترفيه واختزلت مفهومه في الغناء والرقص والطرب واللهو الذي يحاكي الغرائز ويستهدف أوساط فئة الشباب في المجتمع.

- حظيت بأغلبية العبارة (لا تحقق برامج الرياضة في تلفزيون السودان اهتمامات المتابعين للرياضة المحلية وأحداثها) حيث بلغت في الاستبيان اختيار الجمهور للإجابة - لمن وافق بشدة أو موافق - 54%، بينما جاءت بنسبة 3.56 وبانحراف معياري 0 وهي نتيجة تقع في المقياس المتوسط. ولعل مستويات التغطية أو المنافسات نفسها لا تشجع على ذلك مع وجود قنوات عالمية أخرى تقدم مواد رياضية بشكل عام لكنها قد تحقق جزء من الحاجة لذلك.

- بينما أكد المبحوثون بأن عبارة (لا تجد برامج الأطفال في تلفزيون السودان اهتمام ومتابعة الصغار وغيرهم من المشاهدين) حيث بلغت نسبة أوافق بشدة وأوافق 79.6% وبمتوسط يقع في المرتفع وهو 4.09 وبانحراف معياري 0 مما يؤكد ضعف إنتاج البرامج المحلية للأطفال وهو ما يغري الأطفال بالذهاب إلى القنوات الفضائية الأخرى لتحقيق حاجاتهم المتنوعة من المشاهدة.

- جاءت عبارة (تحظى البرامج الدينية بالمتابعة وتتناسب أهدافها معي من حيث الشكل والمضمون) إجابات من الجمهور بلغت نسبة 3.28 وبانحراف معياري 0 وهي نتيجة تقع في المقياس المتوسط.

- بينما جاءت إجابة الجمهور لعبارة (تحظى برامج الفترات المفتوحة بالحرص على المتابعة والمشاهدة)

حيث بلغت نسبة 3.24 وبانحراف معياري 1 وهي نتيجة تقع في المقياس المتوسط.

- فيما جاءت عبارة (تناسب محتوى وشكل برامج المناسبات الرسمية للدولة والمجتمع مع الحدث والمناسبة) لتوافق الجمهور بنسبة 2.96 وبانحراف معياري 1 وهي نتيجة تقع في المقياس المتوسط.
- أما بخصوص الشكل والتميز (برامج أيام الأعياد) وتفردته عن باقي القنوات التلفزيونية المنافسة الأخرى؛ فقد اعتاد أن يشهد تلفزيون السودان في موسم الأعياد اهتماماً ملحوظاً بتقديم محتوى برامجي مكثف عبر فرق إنتاجية لتقديم كافة برامج اليوم الواحد؛ ومن ثم يتم تشكيلها مسبقاً حيث تبدأ في الإعداد والإنتاج حتى وقت البث المباشر، وعادة ما يجري بين تلك الفرق روح التنافس الإيجابي.. وعلى ذلك قد جاءت إجابة الجمهور بنسبة 4.08 وبانحراف معياري 1 وهي نتيجة تقع في المقياس العالي.
- عبارة (يفتقر التلفزيون لبرامج المسابقات) جاءت الغالبية بتأكيد لها وقد جاءت إجابة الجمهور لهذا التساؤل بنسبة 3.56 وبانحراف معياري 0.5 وهي نتيجة تقع في المقياس المتوسط.
- بينما ارتفعت نسبة التوافق من الجمهور على عبارة (تقل مساحة البرامج الشعبية التي تعكس حياة المواطن وثقافته في الخارطة البرمجية اليومية)؛ حيث يلاحظ في الاستجابة لهذه العبارة عند الجمهور فيمن اختار - أوافق وأوافق بشدة - معاً 64.5% وبمتوسط عالي بلغ 4.01 وانحراف معياري 0.
- فيما جاءت العبارة (شكل البرنامج في تلفزيون السودان لا يتناسب مع الجمهور العام المهتم بالتلفزيون) ممن يؤكد لها في استبانة المبحوثين لبلغ من - يوافق أو يوافق بشدة معاً - 77.5% وبمتوسط بلغ 3.90 حيث يقع في المستوى العالي وبانحراف 0.5

المحور الثالث: ما هي القراءة العامة لمستويات الصوت والصورة في تلفزيون السودان القومي؟ ما إذا كان لقناة تلفزيون السودان حاجة إلى إنشاء قنوات أخرى إضافية أو متخصصة بدون أي قيود عليها؟

جدول رقم (15): متوسط القراءة العامة للصوت والصورة لتلفزيون السودان القومي والحاجة لإنشاء قنوات جديدة

الرقم	العنوان	العبارات	المتوسطات	الانحراف المعياري
1	إخراج البرنامج في تلفزيون السودان	إنتاج البرنامج في تلفزيون السودان وإخراجه من حيث المضمون يتناسب مع الجمهور المهتم والمتابع أيضاً عبر تطبيقات وسائل التواصل وأجهزة الموبايل وغيره.	2.37	0.5
2	مستوى الصورة	تنال الصورة بجودتها وطريقة عرضها في برامج التلفزيون رضا المشاهدين بما فيها شريحة أصحاب الحاجات الخاصة من الصم والبكم.	2.13	1
3	مستوى الصوت	ينال الصوت وجودة عرضه في برامج التلفزيون رضا كل شرائح الجمهور بما فيها أصحاب الحاجات الخاصة من المكفوفين.	2.15	0.5
4	مقارنة تلفزيون السودان ببقية القنوات السودانية	وفقاً لمتابعتي ومشاهديتي العامة يتقدم تلفزيون السودان في مستويات تقديم برامجه عن بقية القنوات التلفزيونية السودانية الأخرى العامة والخاصة.	2.43	0
5	اقتراح قناة جديدة عامة	أقترح لتلفزيون السودان إنشاء قنوات متخصصة في المنوعات والرياضة والوثائقية وإدارة مستقلة بعيدة عن هيمنة الحكومة وميزانياتها وسلطتها التنفيذية المباشرة.	4.03	1.5
6	واخبارية	أقترح لتلفزيون السودان إنشاء قناة إخبارية حكومية بإدارة سلطة تنفيذية مباشرة ومستقلة.	4.01	0
		المتوسط العام	2.85	

- وكما يلاحظ في الجدول 15؛ قد بلغت الإجابة في المقياس المتوسط 2.37 حول إنتاج البرنامج في تلفزيون السودان وإخراجه من حيث المضمون يتناسب مع الجمهور المهتم والمتابع أيضاً عبر تطبيقات وسائل التواصل وأجهزة الموبايل وغيره.. ولعل جودة إنتاج البرامج من حيث أن مضمون

الإنتاج والإخراج لتلفزيون السودان هي ما تجعل المخرجات تتناسب بسهولة، ويسر وتتناسب مع الجمهور المهتم والمتابع أيضاً عبر تطبيقات وسائل التواصل وأجهزة الموبايل وغيره من ظروف الاتصال المناسبة لهم. مما يتوجب على القناة التلفزيونية أن تنتهج في أسلوبها إلى التوسع والانتشار عبر الوسائط السمعي بصرية المتنوعة ومن أجل إتاحة الفرص للمشاهدين والمستمعين بالمتابعة والمشاركة الفعلية في البرامج بالنقاش والتعليق دون الاكتفاء بتلقي الخدمة عبر شاشة التلفزيون لا غير.

- فيما بلغت متوسط الإجابة في المقياس المنخفض 2.13 وبانحراف معياري 1 العبارة (تتال الصورة بجودتها وطريقة عرضها في برامج التلفزيون رضا المشاهدين بما فيها شريحة أصحاب الحاجات الخاصة من الصم والبكم) لتؤكد ضرورة الاهتمام بجودة الصورة فالبرامج التلفزيونية تزداد نجاحاً حينما تستطيع صناعتها توظيف الصوت والصورة لمخاطبة الجمهور في ظروفه الاعتيادية وغير الاعتيادية؛ ومن جهة أخرى لتؤكد هذه النتيجة بأن هناك قلة اهتمام بشريحة الصم والبكم وذلك من خلال ضعف الصورة لتحقيق أهدافها أو دعمها بالشرح كتابة أو متابعة الصوت بترجمة فورية للغة الإشارة للبرامج الحوارية والإخبارية.

- أما عبارة (ما يناله الصوت وجودة عرضه في برامج التلفزيون ورضا الجمهور بما فيها أصحاب الحاجات الخاصة من المكفوفين) فقد بلغ متوسط الإجابة المقياس المنخفض 2.15 فهو ليؤكد من جهة أخرى ضعف الاهتمام بعنصر الصوت في الإخراج التلفزيوني؛ سيما حينما يخاطب جمهور المكفوفين أو الذين لا تتاح إليهم متابعة الشاشة لسبب ما، وبالتالي هو ضعف في عملية الإنتاج التلفزيوني حيث يعتمد على صناعة الصورة بشكل أساسي.

- وفقاً لمتابعة ومشاهدة الجمهور العامة يرى 2.43 وهو في المقياس المتوسط وبالانحراف المعياري 0 بأن (تلفزيون السودان يتفوق في مستويات تقديم برامجه عن بقية القنوات التلفزيونية السودانية الأخرى العامة والخاصة).
 - فيما جاءت النتيجة في المقياس العالي لـ (اقترح الجمهور لتلفزيون السودان إنشاء قنوات متخصصة في المنوعات والرياضة والوثائقية والدراما بإدارة مستقلة بعيدة عن هيمنة الحكومة وميزانيتها وسلطانها التنفيذية المباشرة) حيث بلغت 4.03 وبانحراف معياري بلغ 1.5 مما يعني أن هناك ثمة تنوع يتم تناوله ضمن هذه الأنواع البرمجية لتلفزيون السودان القومي تلبي بعض احتياجات الجمهور.
 - بينما بلغت النتيجة في المقياس العالي لـ (اقترح الجمهور لتلفزيون السودان إنشاء قناة إخبارية حكومية بإدارة سلطة تنفيذية مباشرة ومستقلة) حيث بلغت 4.01 وبانحراف معياري 0 مما يؤكد الحاجة لمزيد من التحرر من رقابة الحكومة وسيطرتها على الإخبار وتدققها للجمهور.
- نتائج الدراسة:** توصلت الدراسة إلى أهم النتائج التالية:
- أظهرت عينة مجتمع الدراسة التنوع من حيث التخصصات الدراسية فقد بلغ تخصص الاتصال والإعلام نسبة 33.1% والذين أشاروا إلى تخصص علمي نسبة 30.6% فيما بلغت نسبة تخصص الآداب 11.7% بينما تخصصات الدراما والفنون الجميلة جاءت بنسبة 5.2%؛ وأوضحت النتائج إلى ارتفاع مستوى تأهيل الأكاديميين عينة المبحوثين حيث بلغت نسبة التأهيل فوق المستوى الجامعي إلى 51% ونسبة من هم بالمستوى الجامعي 44%.
 - كشفت الدراسة عن تصدر التلفزيون السوداني قائمة القنوات الفضائية السودانية التي يفضل مشاهدتها تليها (قناة النيل الأزرق) ثم (قناة سودانية 24) على التوالي 29.2%، 28.6% و 22.1%.

تعرض المشاهد السودانيون للتلفزيون القومي والاشباعات المتعددة

- أوضحت الدراسة أن 53.2% من عينة الدراسة تفضل في تلفزيون السودان القومي متابعة البرامج التي تتناول المحتوى الإخباري والسياسي وتليها البرامج الوثائقية بنسبة 9.1% ثم البرامج الثقافية 5.26.5% والبرامج الدرامية 3.2% والبرامج الرياضية والبرامج التعليمية بنسبة 2% على التوالي.
- أبانت الدراسة أن أفضل الأشكال والقوالب البرمجية للعينة المبحوثة بشكل عام هي البرامج الحوارية بنسبة 33.9% وتليها قالب برامج التغطيات الإخبارية 32.3% ثم القوالب الدرامية بنسبة 9.7% والمنوعات والموسيقى 8.9%، وبينما جاءت بنسبة 6.5% البرامج التي تتخذ شكل المجلة وغير ذلك من أشكال برمجية؛ وبينما بقيت التحقيقات في ذيل القائمة بنسبة 2.4%.
- كشفت الدراسة أن التلفزيون السوداني لا يهتم بإخراج برامجه من حيث معالجة الصوت والصورة بما يتناسب وشرائح المجتمع مثل الصم والبكم والمكفوفين؛ وكذلك من حيث المضمون لا يهتم بالإنتاج الذي يُمكن الجمهور بأن يتابع البرامج عبر وسائط أخرى مثل الأجهزة المحمولة وغيره وهو مما يقلل فرص الانتشار والتوسع والمشاركة في البرامج الحوارية والنقاش وتبادل المعلومات بين الجمهور.

التوصيات:

- بعد الاطلاع على النتائج التي توصلت إليها الدراسة، توصي الدراسة بالآتي:
- إنشاء قنوات متخصصة إخبارية حكومية مستقلة مبنية على نظام مرتكز على التنافس الحر بين ألوان الطيف السوداني السياسي، وبإدارة مستقلة بعيدة عن هيمنة الحكومة وميزانياتها وسلطانها التنفيذية المباشرة.
- استصدار موثيق شرف ودليل للعمل لصناع المنتج البرامجي التلفزيوني بما يخدم الجمهور والمجتمع ويتجنب كل ما يؤذي كرامة وحرمة الإنسان وبيئته باستخدام صور أو إشارات ورموز ذات دلالات سلبية؛ وأن تكون مضمون

الرسالة لجمهور التلفزيون تساهم في التوعية والتواصل الإنساني المجتمعي مع توخي الدقة والحذر في الحفاظ على حقوق وخصوصيات مكونات المجتمع المتباينة وعرض قضاياها بكل شفافية وحيادية..

- على صعيد الشعب والجمهور، لا بديل عن التسلح بالعلم والمعرفة، والتزود بالثقافات المحلية والتراث البناء، ومن ثم تطوير الوعي بأهمية بناء الوطن والزود عنه، فالإعلام المجتمعي المستنير والمتسلح بالوعي هو الذي يسهم في نهضة الأمة.

- ضرورة إبراز الحقائق للرأي العام، وترسيخ مبدأ الشفافية من قبل مسؤولي الدولة مما يساعد على استقرار المجتمع وتقدمه، ويوجه الحكومة للمساهمة في ترسيخ مبدأ العدالة والحرية وإرساء دعائم السلام بين مكونات المجتمع قاطبة.

- فتح نوافذ حوار البرامج التلفزيونية والاهتمام بها من حيث المضمون وطريقة التقديم؛ فلا بد من إتاحة الفرص أمام الرأي العام لقادة التيارات السياسية والاجتماعية والثقافية لطرح ومناقشة المشكلات والقضايا الأساسية والإسهام في البحث عن الحلول المناسبة.

الخاتمة:

نعيش اليوم بيئة اتصالية متجددة في خضم تطورات لمحتوى وشكل سمعي بصري لا يمكن تقييده ضمن مخرجات التلفزيون العمومي سابقاً، بل لابد من تحريره في ظل الحاجة لمواكبة التغيير عبر ديمقراطية التلفزيون وانتشارها الواسع وسط جمهور بات ليس متلقي فحسب بل منافساً - قائم بالاتصال - إنتاجاً وإرسالاً للصورة والصوت أيضاً.. وكما لا بد من التوسع في مخرجاته - كتلفزيون وطني - يعمل لتحقيق حاجات المشاهد الاتصالي الجديد وبما يتطلب

مراجعة مهام وخطط وبرامج القناة كمرفق عمومي وخدمة المصلحة العامة والتغيير الديمقراطي المنشود.

المصادر والمراجع:

- 1- العياضي، نصر الدين، الرهانات الأبنستمولوجيا والفلسفة للمنهج الكيفي- نحو آفاق جديدة لبحوث الإعلام والاتصال في المنطقة العربية، ورقة مؤتمر علمي، الشارقة، جامعة الشارقة، 2009/4/7م،
- 2- فيليب سيب، كيف يعيد الإعلام العالمي الجديد تشكيل السياسة الدولية: تأثير الجزيرة، ترجمة عز الدين عبد المولى، مركز الجزيرة للدراسات بالتعاون مع الدار العربية للعلوم ناشرون، 2011م، ص 32 - ص203.
- 3- قلندر، محمود، نظريات الاتصال من عصر الجماعة إلى عصر الجماهير، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، 2016، ص 226 - 230.
- 4- مكي، حسن إبراهيم- محمد، عبد العزيز بركات، المدخل إلى علم الاتصال، منشورات ذات السلاسل، الكويت، 1995، ص 107 - 108.
- 5- محمود، منال طلعت، مدخل إلى علم الاتصال، بدون ناشر، 2002م، بتصرف ص 18-21.
- 6- جون كلود برتراند، أدبيات الإعلام -ترجمة رباب العبد، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، 2008م.بيروت، ص 45
- 7- معوض، إبراهيم محمد، -الاتجاهات الحديثة في إعلام الطفل وذوي الاحتياجات الخاصة، القاهرة، دار الكتاب الحديث، 2007، ص13
- 8- مختار التهامي، عاطف عدلي العبد، كتاب الرأي العام - الأسس النظرية لدراسة الرأي العام، 2005م ص19- 20

9- جمال الزرن، معز بن مسعود، إعلام الخدمة العامة في الوطن العربي - الخصائص والرهانات والتحديات، اتحاد إذاعات الدول العربية، 2014م ص 8

10- تغريده بواسطة لانا هارون على تويتر لصورة الشاعرة آلاء صلاح وهي تلقي قصيدتها (حبوتي كنداكه) في يوم 8 ابريل 2019 وانطلاقتها في الفضاء العالمي لتصبح من الموضوعات المنتشرة عالمياً من حيث المتابعة.

11- عبد الرحمن، عزي، ثورة الصورة، المشهد الإعلامي وفضاء الواقع - مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، سلسلة كتب المستقبل العربي، 2008م، ص 9

12- عبد الرحمن، عزي، دراسات في نظرية الاتصال، نحو فكر إعلامي متميز، مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة كتب المستقبل العربي، العدد 28/2009، ص 112.

13- جمال الزرن، معز بن مسعود، إعلام الخدمة العامة في الوطن العربي - الخصائص والرهانات والتحديات، اتحاد إذاعات الدول العربية، 2014م ص 89

14- قلندر، محمود، نظريات الاتصال، مرجع سابق ص 239.

15- https://docs.google.com/forms/d/1dCpcorZNR1FmC3itOShp2sYI_pG2X5KYluetsGGHoc/edit#responses

16- قلندر، محمود، نظريات الاتصال، مرجع سابق، ص 233.