



بسم الله الرحمن الرحيم  
**جامعة افريقيا العالمية**



**عمادة الدراسات العليا**

**كلية الاعلام قسم الاذاعة والتلفاز**

**الاعلام الجديد وفاعليته في الانتاج التلفزيوني  
دراسة وصفية تطبيقية علي فضائية سودانية 24  
في الفترة من 2016م - 2017م**

دراسة تكميلية لنيل درجة الماجستير - تخصص اذاعة وتلفاز

اشراف:

أ.د بدرالدين احمد ابراهيم

اعداد الطالب:

مجدي عمر عثمان حمد

2017م

1438هـ

## الاية:

قال تعالى:

اعْبُدُوا اللَّهَ وَلَا تُشْرِكُوا بِهِ شَيْئًا ۚ وَاللَّهُ بِالذِّنِّ اِحْسَانًا ۚ وَيَذِي الْقُرْبَىٰ وَالسَّامِيَ  
وَالْمَسَاكِينِ وَالْجَارِ ذِي الْقُرْبَىٰ وَالْجَارِ الْجُنُبِ وَالصَّاحِبِ بِالْجَنبِ وَالرَّسُولِ السَّبِيلِ  
وَمَا مَلَكَتْ اَيْمَانُكُمْ ۗ لِلَّهِ الْاَلَاءُ ۗ اللَّهُ لَا يُحِبُّ مَنْ كَاٰ مُخْتَالًا فَخُورًا

صدق الله العظيم

سورة النساء الاية (36)

## الاهداء

الى روح ابي وامي اللتان سعدتا معانقتان رحمة بارئهما ،  
الى اخوتي ، الى اساتذتي الاجلاء من علموني ان العلم  
صبراً واجتهاد والى رفقاء دربي في مسيرة العلم  
والمعرفة.

الى كل من له حق عليّ بالدعم والمساندة والسؤال  
....اهديكم هذا الجهد المتواضع.

## الشكر والتقدير

الشكر لله اولاً واخيراً الذي انعم عليّ باكمال هذه الدراسة، ثم لجامعة افريقيا العالمية وكلية الاعلام ، ثم الشكر لامناء المكتبات الذين مدوا لي يد العون والمساعدة ( مكتبة جامعة افريقيا العالمية ، مكتبة جامعة ادرمان الاسلامية و مكتبة جامعة السودان) ، والشكر للاستاذ الدكتور / بدر الدين احمد ابراهيم الذي اشرف ووجه علي هذا البحث ، والشكر لفضائية سودانية 24 وللدكتورة/ نبيلة راضي الياسو الدكتور / احمد طه العاقب ابوحريرة، وللستاذ المربي/ محبوب عمر عثمان ، ولكل من ساهم معي ارشاداً وتوجيهاً واعانة.

## المستخلص

تناولت الدراسة الاعلام الجديد وفاعليته في الانتاج التلفزيوني بالتطبيق علي فضائية (سودانية 24) في الفترة من 2016م -2017م. وقد تمثلت مشكلة الدراسة في ان الاعلام الجديد ساهم في استحداث وسائل وادوات جديدة تفوقت علي غيرها في درجة التفاعل وتنوع اشكال الاتصال واتساع مساحة البث. ونبعت اهمية الدراسة من خلال تناوله الانتاج التلفزيوني ومدى استفادته من الاعلام الجديد بمزاياه المختلفة . هدفت الدراسة التعرف على تاثير نوع وخصائص الوسيلة في متابعة الانتاج التلفزيوني ، وايضاً كشف حدود استفادة الانتاج التلفزيوني من تطور بيئة الاعلام الجديد. كما هدف البحث من خلال تناوله لدور الانتاج التلفزيوني وامكانية تقليله للاثار السالبة للاعلام الجديد. قد استخدمت الدراسة المنهج التاريخي والتحليلي الوصفي ودراسة الحالة.

توصلت الدراسة الي عدة نتائج من اهمها: ان متابعة الانتاج التلفزيوني تلقى اهتمام عبر التلفاز والوسائل المرتبطة بالانترنت معاً حيث بلغت نسبة المتابعة 42% من جملة المبحوثين وايضا لاتوجد علاقة بين الفئة العمرية وتفضيل وسيلة معينة لمتابعة انتاج فضائية سودانية 24 ومن نتائج الدراسة ايضا ، تأكيد افراد العينة ان تنوع الافكار من مطلوبات الانتاج للتلفزيون والاعلام الجديد ، فقد عملت فضائية سودانية 24 الي جذب انتباه المشاهد واختيارها فرق الانتاج الماهرة وعملت على ملامسة واقع مستخدم وسائل الانترنت.

خرجت الدراسة بعدة توصيات من اهمها: انها اوصت الاهتمام بمشاركة المستخدم فيما ينتج من برامج ، بالاضافة الي زيادة مساحة انتاج البرامج التي تشبه في هيكلها البرامج المنتجة للاعلام الجديد ، والاهتمام بتصميم تطبيقات الهاتف السيار والمواقع الالكترونية للقناة الفضائية ، بالاضافة الي افراد مساحة لبرامج تبث بلغات مختلفة ، وان يتم تدريس اساليب ادارة الانتاج للاعلام الجديد بكليات الاعلام.

## **Abstract**

The study dealt with the new media and its effectiveness in the production of television application on satellite (Sudania 24) in the period from 2016 to 2017. The problem of the study was that the new media contributed to the development of new tools and tools that surpassed others in the degree of interaction and diversity of communication forms and the breadth of broadcasting space. The importance of the study came from the issue of television production and the extent to which it benefited from the new media with its various advantages. The aim of the study was to identify the effect of the type and characteristics of the medium in the follow-up of television production, and also to reveal the limits of the utilization of television production from the development of the new media environment. The study used historical and analytical descriptive method and case study.

The study reached a number of results, the most important of which is that the follow-up of television production received attention through television and Internet-related means. The follow-up rate reached 42% of the total respondents. There was also no relationship between the age group and preference for a specific means of monitoring the production of Sudanese space. The sample varied ideas from the demands of production for television and the new media. The Sudanese satellite channel 24 attracted the attention of the viewer and was chosen by the skilled production teams and worked to touch the reality of the Internet user.

The study produced a number of recommendations, the most important of which are: It recommended that the user be interested in the production of programs, in addition to increasing the production area of programs similar in structure to the programs producing the new media and attention to designing the applications of the mobile phone and the websites of the satellite channel. , And to teach the methods of production management of the new media colleges of information.

## الفهرس

رقم الصفحة	الموضوع	م
أ	الاية	1
ب	الاهداء	2
ج	الشكر والعرفان	3
د	المستخلص	4
هـ	<b>Abstract</b>	5
و	الفهرس	6
<b>الفصل الاول الاطار المنهجي</b>		
11 - 1	مقدمة الدراسة ومنهجيتها	7
<b>الفصل الثاني الانتاج التلفزيوني</b>		
29 - 13	المبحث الاول: الانتاج التلفزيوني النشأة والتطور	9
47 - 30	المبحث الثاني: الانتاج التلفزيوني المميزات والطبيعه والخواص	11
62 - 48	المبحث الثالث: الانتاج التلفزيوني الدور والوظيفة والاثر	12
<b>الفصل الثالث الاعلام الجديد</b>		
80 - 64	المبحث الاول: بيئة الاعلام الجديد النشأة والتطور	14
94 - 81	المبحث الثاني: خصائص ومميزات الاعلام الجديد وطبيعته	15
110 - 95	المبحث الثالث: وظائف الاعلام الجديد ودوره وتأثيره	16
<b>الفصل الرابع الدراسة الميدانية</b>		
118 - 113	اولاً: مجتمع الدراسة - فضائية سودانية 24	18
120 - 119	ثانياً: الاجراءات المنهجية للبحث	19
131 - 121	ثالثاً: تحليل صحيفة الاستبانة	20
131	الخلاصة	21
133 - 132	النتائج و التوصيات	22
137-134	المصادر والمراجع	23