

جامعة محمد الصديق بن يحي - جيغل-

ماجستير السمي البصري / سنة أولى

الاسم واللقب:...../ الفوج:.....

المدة: ساعة ونصف

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم الإعلام والاتصال

يوم 16 ماي 2024

الإجابة النموذجية لامتحان الدورة العادية للسادسي الثاني في:

البرمجة الإعلانية والتلفزيونية

المطلوب: (الإجابة بدقة وإيجاز)

السؤال الأول: أوضح طبيعة التجاذبات في علاقة الإعلان بالبرمجة (4ن)

من المتفق عليه أن المعلن سيد اختياره يختار القناة التي يعلن فيها والبرنامج والوقت الذي يعلن فيه، وتحت ضغط محدودية الإمكانيات المالية تسعى القنوات التلفزيونية خاصة التجارية منها إلى استجذاب المعلنين عن طريق تحقيق نسب مشاهدات مرتفعة وقياسية ، وهذا الأمر لا يتحقق إلا بتوفر شبكة برمجية متنوعة ببرامج جديدة ومبتكرة ومميزة تستقطب اهتمام المشاهدين، يتطلب ذلك ميزانية ضخمة لا يمكن للقناة غالباً توفيرها إلا عن طريق الإعلان، هذه التجاذبات دفعت المبرمجين إلى تبني استراتيجيات التسويق في بناء شبكاتهم البرمجية فإنتاج المواد الإعلامية وشراؤها لا يتم إلا بعد دراسة مدى قدرتها على جذب المشاهدين بغرض بيعهم للمعلنين ...

السؤال الثاني: يظهر تأثير إيقاع الحياة الاجتماعية على البرمجة في صور متعددة؛ اذكرها. (4ن)

- عدم التركيز على ما تبثه القناة وتحويل التلفزيون إلى مذياع
- تبني أسلوب المشاهدة المتواتبة. zapping.
- تحديد مدة المشاهدة

السؤال الثالث: يعدّ التخطيط أحد عمليتين أساسيتين ومتكاملتين يتوقف نجاح البرمجة عليهما:

- حدد مفهوم التخطيط الإعلامي وبيّن متطلباته. (4ن)
- مفهوم التخطيط الإعلامي: " توظيف الإمكانيات البشرية والمادية المتاحة والتي يمكن أن تتاح من أجل تحقيق أهداف معينة في إطار السياسة الإعلامية، مع الاستخدام الأمثل لهذه الإمكانيات".
- متطلباته: يتطلب التخطيط القيام بدراسة أولية وتوفير كادر فني وإعلامي وهينة مركزية متخصصة تقوم ب:- تحديد الأهداف - تحديد الإمكانيات المتاحة والواجب توفرها - تحديد الأساليب المراد اتباعها لتحقيق الأهداف.

السؤال الرابع: تتدخل القوانين والتشريعات في صوغ الخطة البرمجية لأية قناة على أكثر من مستوى

-تحدث عن ذلك (بإيجاز) في أربعة نقاط مستندا لما تنص عليه مواد من القانون المتعلق بنشاط

السمعي البصري 2014 والمرسوم 222/16 (4ن)

- 1 - تشجيع الإنتاج TV الوطني وحماية الهوية الثقافية، وتقنين حجم المواد TV المستوردة ، بالحفاظ على نسبة 60% على الأقل من البرامج الوطنية المنتجة بالجزائر و20% على الأكثر للبرامج المستوردة (المادة 48 /الفصل3 من قانون 2014).
- 2 - تعزيز الدور الثقافي والتربوي للتلفزيون بتخصيص ما لا يقل عن 20 % من البث للبرامج التي تعمل على تشجيع الإبداع الثقافي والفني الجزائري (المادة 48 /الفصل3 من قانون 2014).
- 3 - الالتزامات الأخلاقية والأدبية: (المادة 28 من المرسوم 222/16).
- 4 - حماية الأطفال من أي ضرر أخلاقي أو جسماني وفقا للمواد 37 و38 و43 و44 و45 من المرسوم 222/ 16
- 5 - تحديد الآليات المتحكمة في بث الرسائل الإشهارية (الفصل 10 من المرسوم 222/ 16).

السؤال الخامس: هناك فروق جوهرية بين البرمجة في القنوات العمومية والبرمجة في القنوات

الخاصة (التجارية)؛ سمحت لهذه الأخيرة بالانزلاق إلى مستويات خطيرة من تسطيح الوعي

والانفلات الأخلاقي، اشرح المقصود. وفقا لما درست. (4ن)

القنوات العمومية تقدم خدمة عمومية لهذا فمن باب المسؤولية الاجتماعية تكون أكثر التزاما وانضباطا في ما تقدمه للجمهور، بينما سعي القنوات التجارية إلى جلب المعلنين ورفع إيراداتها من سوق الإشهار أدى بها إلى التركيز على برامج الثقافة الطافحة (برامج تلفزيون الواقع، برامج التوك شو، برامج المسابقات) التي تحظى بجماهيرية واسعة لرفع نسب المشاهدات وهو ما دفع بها إلى التملص بشكل مفضوح من جميع الالتزامات الأخلاقية والأدبية في سبيل ذلك، وهذا ما يظهر جليا في الانحطاط الأخلاقي الذي تتسم به كثير من البرامج في القنوات التجارية والذي يصل إلى حد السب والشتم والتعارك، إضافة إلى الابتذال والعري والمجون وغيرها من المضامين التي تسيء إلى الصحة النفسية للمشاهد وتهز بناءه القيمي والأخلاقي .

حظا موفقا.. أستاذة المقياس/ د. سامية قريلي