



|                         |  |
|-------------------------|--|
| قسم / الإعلام التربوي . | المادة / تخطيط إذاعي وتلفزيوني ( متقدم). |
| المستوى / دكتوراه .     | تاريخ الامتحان: ٣ / ٧ / ٢٠٢٠م            |
| كود المادة / ٢٠٥٠١٠٢    | درجة الامتحان النظري / ٥٠ درجة .         |
| الزمن / ثلاث ساعات.     |  |

الأسئلة والإجابة النموذجية لامتحان مقرر: تخطيط إذاعي  
وتلفزيوني (متقدم)

### \* تعليمات خاصة بالامتحان:

- من فضلك أجب عن الأسئلة التالية .
- أكتب الإجابة فقط دون التطرق لكتابة الأسئلة مرة أخرى .

### \* السـؤال الأول :

( ٢٠ درجة )

- تمر مراحل وضع الخطة البرمجية بستة مراحل رئيسية .. أذكر تلك المراحل، ثم تناول بالشرح اثنين فقط من تلك المراحل؟

### الإجابة:

على الرغم من تداخل الإجراءات المتعلقة بخطة البرامج إلا أنها تنتظم في مراحل أساسية تشمل:-

**1- صياغة السياسة البرمجية:** وهى عبارة عن الخطوط أو المبادئ العامة التي يُسترشد بها في وضع القرارات المتعلقة بالبرامج والمواد التي ستقدم، والقواعد التي تم وضعها للاستناد عليها فيما سوف يقدم، ويتوقف ذلك على أساس هوية الوسيلة ومعرفة جيدة بالمجتمع المستهدف، والمتغيرات التي يجب أن توضع في الاعتبار عند صياغة البرامج من حيث الشكل والمحتوى والأسلوب ووقت البث، وتختلف خطة أو سياسة البرامج تبعاً لاختلاف ثقافة واحتياجات كل مجتمع، ونوع الوسيلة.

ومن العوامل التي تؤثر في السياسة البرمجية:

### الإمكانات المالية(التمويل):

من الصعب صياغة سياسة برمجية طموحة إذا كانت الإمكانيات المالية محدودة أو يواجهها صعوبات، فهي تؤثر في كمية ونوعية البرامج التي سوف تنتج، وكذلك في نوعية التكنولوجيا التي سوف تستخدم في الإنتاج، وكذلك مهارات الكوادر البشرية التي ستتولى عملية الإنتاج.

## 2- تحديد أهداف الخطة:

على ضوء تحديد أهداف الخطة سوف يتقرر المحتوى الذي سوف يقدم للجمهور، فإذا حددت الأهداف بوضوح أصبح من السهل وضع الخطة البرمجية المناسبة وتنفيذها في ظل أنشطة متكاملة ونظام دقيق للمتابعة والتقييم وتضافر الجهود لتحقيق الأهداف والتغلب على العقبات.

وقد سبق الإشارة إلى أن خطة البرامج تنبثق من الوضع القائم في المجتمع كما توضحه الحقائق والمعلومات التي تم تجميعها على أسس علمية مما يمكن المخططين من رسم صورة ذهنية للوضع الأفضل المرغوب الوصول إليه، وعلى هذا الأساس يتم تحديد الأهداف وهي التي تضع القائم بالاتصال على الطريق الواضح والمباشر لتحقيق الهدف من الرسالة، مع الاهتمام بالتأثير على و ردود الفعل (رجع الصدى) من جانب الجمهور، وما إذا كانت تتفق مع الأهداف المنشودة أم لا؟ وما هي الإيجابيات والسلبيات وكيفية التأكيد على الإيجابيات والقضاء على السلبيات، وبالتأكيد لن يتم هذا إلا من خلال البحوث العلمية المستمرة للتواصل المباشر مع الجماهير.

\* السؤال الثاني : أكمل العبارات التالية ( بدون

شرح ) : ( ١٠ درجات )

أ- تتمثل أسس تخطيط البرامج الإعلامية في:

..... ، ..... ، ..... ، .....

الإجابة : تتمثل في:

## أولاً : جمع الحقائق والمعلومات :

وذلك بالاستماع إلي آراء ومعتقدات الأفراد وأصحاب الشأن فيما يتعلق بالسياسات التي تتبعها إدارة المؤسسة ، ويدخل في هذه الخطوة مهمة البحث عن الحقائق المتعلقة بالمؤسسة نفسها والتوصل إلي ماهية المشاكل التي تواجهها ، ويمكن تلخيص هذه الخطوة في العبارة الآتية : ( ما هي المشاكل ؟ أو ما هو الهدف المراد تحقيقه ؟ ) .

## ثانياً : التخطيط واتخاذ القرارات :

ويتضمن هذا الاستفادة من هذه الآراء والاتجاهات وردود الأفعال عند وضع سياسات وبرامج المنظمة ، وهذا يُمكن من تحديد الطريق الذي يوفق بين جميع الرغبات أو بمعنى آخر تحديد ما يمكن عمله لحل مشكلة المنظمة أو تحقيق هدفها . ويمكن تلخيص هذه الخطوة في العبارة التالية : ( ماذا نعمل ؟ ) .

## ثالثاً : الاتصال والتنفيذ :

ويشتمل هذا شرح وتجسيد التصرفات التي تم اختيارها لأولئك الذين يتأثرون بها والذين يعتبر تأييدهم مهم وبمعني آخر ( كيف تفعل ؟ ، أو هذا هو ما قمنا به ومبرراته ) .

## رابعاً : التقييم :

ويتضمن هذا تقسيم نتائج البرنامج وفاعلية الأسلوب الذي تم استخدامه أو بمعنى آخر ( هل نجحنا ؟ أو هل حققنا المطلوب ؟ ) ، أي برنامج الإعلام يجب أن يتقدم بشكل منتظم ومتكامل حيث أن المقصود بالبرامج تكامل الخطط ووصولها مرحلة التنفيذ .

ب- يُعرف التخطيط بأنه: ..... ، وهو أيضاً ..... ، وهو أيضاً .....

( أذكر ثلاثة فقط من التعريفات بدون شرح )

**الإجابة:** وهو أيضاً : ( عملية مقصودة وإرادية من العمليات الجماعية التي تقوم بها أجهزة متخصصة ، من أجل التنظيم وتعبئة الجهود ، سواء كانت جهود الأفراد أو الجماعات أو المؤسسات للمجتمع تعبئة إمكاناته الإعلامية المادية والبشرية ، تعبئة كاملة لتحقيق الأهداف المرجوة )  
كما يعرفه سعد لبيب بأنه : ( توظيف الإمكانيات البشرية والمادية المتاحة ، أو التي يمكن أن تتاح خلال سنوات الخطة ، من أجل تحقيق أهداف معينة ، مع الاستخدام الأمثل لهذه الإمكانيات )

ج- ينقسم التخطيط حسب الفترة الزمنية اللازمة للتنفيذ إلى:

..... ، ..... ، .....

**الإجابة:** تخطيط طويل المدى ، وتخطيط متوسط المدى ، و تخطيط قصير المدى .

\* السـؤال الثالث : اشرح اثنين فقط من النقاط

التالية : ( ٢٠ درجة )

(أ) - مزايا وفوائد التخطيط. (١٠ درجات)

**الإجابة:** للتخطيط مزايا وفوائد عديدة نوجزها فيما يلي :

١- تنفيذ برامج متكاملة توجه من خلالها جميع الجهود المتاحة لإنجاز أهداف محددة .

٢- يظهر الأهداف بوضوح مما يسهل لكل فرد من مجموعة العمل معرفة الغايات التي تتوخاها المنظمة فيعمل جاهداً نحو تحقيقها .

- ٣- كسب تأييد الإدارة لهذه الأنشطة وزيادة مشاركتها فيها .
- ٤- يبين الاتجاهات الرئيسية وطرق العمل والقواعد التي يجب إتباعها عند تنفيذ الخطة .
- ٥- التأكيد علي الجانب الإيجابي بدلاً من الجانب الدفاعي .
- ٦- يحدد الموارد الواجب استخدامها كماً وكيفاً سواء كانت موارد مادية أو بشرية أو مالية ، وبذلك يمكن الاستعداد لتدبير هذه الموارد .
- ٧- حسن اختيار الموضوعات والأوقات الملائمة ، بالإضافة إلي اختيار الأساليب الأكثر فاعلية في التنفيذ .
- ٨- يحدد الوقت اللازم لإنجاز وتقسيم الإنجاز إلي مراحل متصلة يتحدد في كل مرحلة زمنية قدر من الإنجاز المطلوب .
- ٩- تحقيق أمثل استخدام ممكن لوسائل الأعلام المتاحة في الوصول إلي الجماهير المستهدفة .
- ١٠- يُمكن رجال الإدارة من معرفة المشاكل المتوقع حدوثها والعمل علي تلافيها أو الاستعداد لها قبل حدوثها ، لأن التخطيط يتعلق بالمستقبل وعماده التنبؤ الدقيق لمختلف المتغيرات والعوامل
- ١١- إيجاد حلول سريعة وخاصة للمشكلات القائمة ، وتلافي تكرار وقوعها في المستقبل ، أو حدوث مشكلات جديدة .
- ١٢- يحقق التنسيق المادي والزمني بين جمهور العاملين أو التقسيمات التنظيمية المنوط بها تنفيذ الخطة من خلال برامج محددة الأدوار والتوقيت .
- ١٣- الحفاظ علي العلاقات الطيبة القائمة بين وسائل الإعلام والجماهير وتنمية هذه العلاقات .

١٤- مواجهة وإيجاد الحلول لما يتصور وقوعه من أحداث ومشكلات طارئة في المستقبل .

(ب)- معوقات التخطيط الإعلامي. (١٠ درجات)

الإجابة: معوقات التخطيط الإعلامي:

يتحدد ذلك علي فلسفة الإدارة في أهمية ذلك ، وبصفة عامة فإنه يمكن القول بأن هناك قصور في الأخذ بالتخطيط في مجال الإعلام بصفة خاصة .

ومن أهم العقبات أو الصعوبات التي تحول دون تخطيط البرامج الإعلامية

ما يلي :

١- عدم حرص الإدارة علي إشراك مسئول الإعلام في أعمال رسم السياسات ووضع البرامج علي مستوي المنظمة ككل .

٢- عدم وجود أهداف واضحة متفق عليها لتطبيق البرامج الإعلامية .

٣- عدم كفاية الوقت ، الذي غالباً ما يضيع في معالجة المشاكل اليومية الملحة .

٤- الإحباط وعدم التعاون الذي يواجه الممارسون في التنسيق مع الإدارات الأخرى .

٥- التغيير المستمر في الرأي العام واستعجال نتائج خطة الإعلام.

٦- عدم توافر الخطة الفنية .

٧- التخفيض المستمر لميزانيات الإعلام .

٨- صعوبة تقييم واختبار نتيجة تأثير وسائل الإعلام المختلفة.

ولا شك أن كل هذه العقبات تؤدي إلى سد الطريق أمام البرامج المخططة في كثير من المنظمات علي الرغم من الحاجة الملحة إلي التخطيط للمستقبل في عالم اليوم البالغ التعقيد والسريع التغيير .

(ج) - متطلبات التخطيط الإعلامي. (١٠ درجات)

الإجابة:

متطلبات التخطيط الإعلامي:

**يتطلب التخطيط لأنشطة الإعلام ما يلي :**

- ١- نظرة باحثة للخلف لتحديد كل العناصر التي أدت إلي الموقف الذي ندرسه .
- ٢- نظرة متعمقة للداخل لتوضيح الحقائق والآراء المتعلقة بأهداف المنظمة ومدى صحتها .
- ٣- نظرة واسعة حول المنظمة لدراسة الاتجاهات السياسية والاجتماعية والاقتصادية ، ودراسة المواقف المشابهة في المنظمات التي تمارس نشاطاً شبيهاً بنشاط المنظمة .
- ٤- نظرة طويلة جداً إلي الأمام حتى يمكن تحديد أهداف المنظمة وتنفيذ البرنامج الموضوع لتحقيق هذه الأهداف .
- ٥- أن يعد التخطيط بواسطة جماعة ، فالتخطيط الجيد يتطلب دائماً آراء عدة أفراد ، فالمشكلات الإنسانية مع تعدد نواحيها وتعقدها تتحدي قدرة فرد واحد علي أن يعالجها معالجة مثمرة .
- ٦- أن يتصف التخطيط بالاستمرار ، فالنشاط الذي يفتقر إلي الاستمرار يتعرض لخطر فقد أثره .

٧- أن توكل مسئولية كل مرحلة من مراحل الخطة إلي فرد محدد أو عدة أفراد محددين .

٨- أن يكون التخطيط محدداً و إيجابياً في الأسلوب .

٩- أن يتصف بالمرونة ، وان يكون متفقاً مع مقتضيات الظروف ، فبالرغم من أن الخطة تعد لفترة زمنية معينة ، إلا أنه من الضروري أن يراعى تصميمها أن تتضمن عنصر الظروف المتغيرة .

مع خالص التمنيات بالتوفيق والنجاح ،،

أ.م.د / محمد عبود