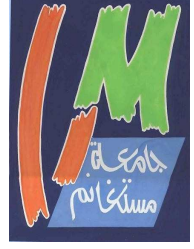


وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم .



كلية العلوم الاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

تخصص وسائل الاعلام والمجتمع

مذكرة تخرج لنيل درجة ماستر في علوم الاعلام والاتصال

موسومة ب:

# جمهور القنوات الفصائية الجزائرية الخاصة قناة الشروق نموذجاً - ولاية مستغانم

تحت اشراف الاستاذة:

بوخاري حفيظة

من اعداد الطالبة:

بن معمر صباح

السنة الجامعية

2013 . 2012

# كلمة شكر

قال تعالى "اذ تاذن ربكم لئن شكرتم أزدنكم"7من ابراهيم

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم"من لم يشكر الناس لم يشكر الله"

ويقول الشاعر:

اذا الشافع استقصى لك الجهد كله.

وان لم تتل نجحا فقد وجب الشكر.

اولا وقبل كل شئ اشكر الله عز وجل الذي وفقنا لإنهاء هذا العمل المتواضع

كما اتقدم بالشكر الجزيل الى الأستاذة المشرفة"بوخاري حفيظة" التي اشرف على هذا

العمل،وكانت لي

السند ولم تبخل على بإرشاداتها وتوجيهاتها التي مهدت لي الطريق لإتمامها هذا العمل

كما اتقدم بالشكر الجزيل لكل من اعاني على انجاز هذا العمل .

# اهداء

بعد التحية والسلام والصلاة على خير الأنام سيد الخلق "محمد" عليه أفضل الصلاة والسلام

اهدي هذا العمل المتواضع الى:

من أحمل اسمك بكل فخر يا من أفتقدك منذ الصغر يا من يرتعش قلبي لذكريك، يا من اودعتني

اهديك هذا البحث "ابي" رحمه الله

الى من ربنتي وأنارت دربي واعاننتي بالصلوات والدعوات ،الى اغلى انسان في الوجود

"امي" الحبيبة

الى من علموني علم الحياة الى من اظهر ولي ما هو اجمل من الحياة "اخوتي "

الى اختي العزيزة: وزوجها وأبنائها عبد الملك، عبد الباسط

الى من تذوقت معهم اجمل اللحظات

الى كل من جعلهم الله اخوتي بالله ومن احببتهم بالله

الى كل الاصدقاء الذين شاركوني سنين الدراسة.

# المقدمة

## مقدمة:

مرت وسائل الاعلام والاتصال بمجموعة من الثورات والاكتشافات اتاحت بث الصوت والصورة لأحدث الاخبار والمعلومات بمستوى عالي من الدقة والسرعة الى كل المستخدمين والمستنفدين في المعمورة مما نتج عنه انهيار وذوبان حاجز المسافات بين الدول والقارات حيث اصبح مصدر تنافس وصراع بين الدول والمجتمعات،فالدول المذكورة هي المتحكمة في الاعلام ومازلت السلطة لها.

ولقد تأثر وسائل الاعلام والاتصال بالتطور التكنولوجي الاتصالي،وكانت القنوات الفضائية من اكثر الوسائل الاعلامية استفادة من هذا التطور وتأثيراته وهو تكنولوجيا القنوات الفضائيات اذ دخلت الحسابات الالكترونية وقوة البث ومواكبته مع تطبيقات تكنولوجيا الاتصال في كل مراحل العمل التلفزيوني والبث الفضائي.

وقد انتشرت الفضائيات في كافة انحاء العالم سواء مملوكة لأفراد او مؤسسات او الدول،والفضائيات تعتبر من افضل انواع الاتصال مع الجماهير محليا وعالميا وأوسعها انتشارا فلم يعد الجمهور يعتمد على مطب بث واحدة.

وهذه الدراسة تتمحور حول قناة الشروق بين اقبال الجماهير بالنسبة للجمهور المحلي المستعاني نموذجاً الى قسمت الدراسة الى ثلاث اقسام رئيسية:

القسم الاول:الجانب المنهجي ويتضمن تحديد الموضوع، الإشكالية (تساؤلات)،دوافع اختيار

الموضوع،اهداف الدراسة،منهج الدراسة،تقنيات البحث،الخلفية النظرية،تحديد المفاهيم.

القسم الثاني: وهو الجانب النظري ويضم فصلين: الفصل الاول وعالج جمهور وسائل

الاعلام، الفصل الثاني عالج الفضائيات العربية

القسم الثالث: وهو الجانب التطبيقي اذ يضم بطاقة فنية لفتاة الشروق، تفرغ وتحليل الجداول

وتفسيرها ثم نتائج الدراسة والخاتمة.

## خاتمة

من خلال الدراسة نستخلص في الاخير ان قناة الشروق تي في استطاعت ان تغطي جميع الاخبار المحلية والعالمية بكل صدق ومصداقية، من خلال جلب عدد كبير من الجماهير كمتابع ومحلل لهذه الاخبار، وهذا راجع لعدة اسباب جعلتها قادرة على تصوير المجتمع في احسن الصور لما تعرضه ويتوافق مع الحياة الاجتماعية للفرد الجزائري ومواكبة كل ما هو جديد، خصوصا وان هذه القناة ذهبت بالمشاهد نحوى وهمومه، وإلقاء الضوء على بعض المشاكل التي يعاني منها المجتمع، وبالأخص المواضيع الحساسة وهذا من خلال البرامج التي تعرضها، مما اكسبها اقبال كبير لدى الجمهور، اضافة الى ذلك السبق الاعلامي في ظل التنافس الكبير للقنوات الفضائية الاخرى، اكسبها صبغة اعلامية جديدة، لكن هذا غير كافي الامن خلال تناول مواضيع تهم المشاهد والمجتمع ككل دون غياب اعتبارات اخرى لمسايرة تطورات العصر واللاحق بالقنوات العالمية في الطرح والمصداقية .

# الاطار المنهجي

# الاطار النظري

## الفصل الاول: جمهور وسائل الاعلام

تمهيد

1- تعريف الجمهور

2- سمات الجمهور وسائل الاعلام

3- خصائص الجمهور السوسيلوجية

4- انواع الجمهور

5- الجمهور المحلي المستغني

خلاصة

## الفصل الثاني: نشأة القنوات العربية

تمهيد

- 1- ظهور القنوات الفضائية العربية وتطورها
- 2- شبكات القنوات الفضائية العربية
- 3- انواع الفضائيات العربية

4- خصائص القنوات العربية

5- واقع الفضائيات العربية

خلاصة

# الأطار التطبيقي

## التعريف بالموضوع:

تعتبر دراسة الجمهور من المواضيع الأساسية في دراسات علوم الاعلام والاتصال كون هذه الاخيرة طرف مهم في العملية الاتصالية ولقد شكل الموضوع اهتمام الباحثين خاصة بعد التطور والانتشار الهائل لوسائل الاعلام في مقدمتها التلفزيون الذي يساهم بدرجة اكبر في تثقيف الافراد، وتشكيل شخصياتهم سواء عن قصد اوغير قصد، ولقد اصبح التلفزيون شكلا من اشكال الفن ووسيلة من وسائل الاتصال استقطاب الجماهيري، لكن هذه الجماهير تختلف في سماتها الاجتماعية وهذا التنوع في وسائل الاعلام ادى الى التنوع وخصائصه وكذلك درجة الاقبال على القنوات الفضائية بمختلف انواعها ولهذا استهدفت الدراسة معرفة اقبال الجمهور المستغامي على القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة، وتم اختيار قناة الشروق كنموذج.

## الإشكالية:

يشكل البث الفضائي عصب الاتصالات الدولية، فقد الغيت المسافات في عصر تكنولوجيا الاتصال حيث اتاحت الأجهزة الاتصالية المتطورة اليوم الاتصال السريع والمباشر ومعايشة الاحداث وقد اصبحت من الموضوعات التي تشغل اهتمام صناع القرار والرأي العام والقادة كونها وسيلة من انجح الوسائل واطمنها وأكثرها تأثيرا لتحقيق الاتصال المطلوب .

وإزاء هذه التطورات المتواصلة في تكنولوجيا الاتصال، تضاعف عديد القنوات الفضائية العامة والخاصة التي نجحت في جذب نسبة عالية من الجمهور من خلال البرامج الترفيهية وأخر أخذت عمل عنصر المكبوت السياسي من خلال برامج تستخدم الاثارة والعرض والتقديم في الوقت تفتقد فيه القنوات الفضائية الرسمية قدرتها على المنافسة.

ومن بين هذه القنوات نخص بالذكر قناة الشروق التي تعتبر واحدة من الكثير التي تسعى الى جلب اهتمام الجمهور الجزائري بفضل التغطية الشاملة والكاملة للأحداث وتقديم الاخبار التي تهتم الجزائريين.

وتتمحور إشكاليتنا حول دراسة جمهور قناة الشروق المتواجد في المجتمع المحلي المستغانمي حيث سنحاول معرفة اقبال هذا الجمهور على مشاهدة قناة الشروق وقد حددت الإشكالية

فيما يلي: ما مدى اقبال الجمهور الجزائري على مشاهدة القناة التلفزيونية الفضائية الخاصة "الشروق تي في"؟ وما هي المعايير المتدخلة في التوجه الجماهيري نحو القناة؟

وتحت هذه الاشكالية يمكن ادراج مجموعة من التساؤلات:

- ما حجم مشاهدة الجمهور المستغامي لقناة الشروق؟
- ماهي عادات مشاهدة قناة الشروق لدى الجمهور المستغامي؟
- ماهو موقف الجمهور من قناة الشروق؟

### اسباب اختيار الموضوع :

ان اختيارنا لهذا الموضوع لم يكن بصفة اعتيادية بل كان نتيجة عوامل مختلفة نلخصها فيما يلي:

1. ميولنا الكبيرة لمتابعة القنوات الخاصة

2. رغبتنا في معرفة مدى اقبال الجمهور الجزائري على القنوات الخاصة

3. كوننا ننتمي الى هذا المجتمع مما يسهل علينا التعرف على بعض الخصائص الاجتماعية التي

تساعدنا في جمع معلومات البحث وتحليلها

### اهمية الموضوع:

يعتبر موضوع بحثنا من المواضيع التي تتطلب دراسة موضوعية وضرورية وكذلك التقصي عن

الاسباب التي ادت بالجمهور الى الإقبال على مشاهدة القنوات الخاصة

وتبرز اهمية هذا الموضوع في طبيعة الظاهرة التي نتناولها وواقعها على المجتمع، والتي تنامت

بشكل كبير وملفت للانتباه، وعليه فانه بإمكاننا التعرف على نسبة المشاهدة لدى القنوات الخاصة

اهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة الى تحقيق جملة من الاهداف اهمها:

1. معرفة مجالات التأثير التي تحدثها هذه القنوات على المشاهد
2. معرفة مدى اقبال الجمهور للبرامج التي تبثها هذه القناة
3. معرفة الانعكاسات التي تحدثها هذه القنوات على درجة التعرض للقنوات التلفزيونية الاخرى
4. الكشف عن اهمية الموضوع والوصول الى نتائج موضوعية وعلمية للدراسة التطبيقية
5. معرفة القنوات التلفزيونية المفضلة في ضل تنامي ظاهرة الاقمار الصناعية

منهج الدراسة و ادواته:

المنهج يعرف المنهج على انه "مجموعة من الاجراءات التي يتبعها الباحث لاكتشاف الحقيقة و البرهنة عليها، ومن هنا يسمع النهج بإصدار القرارات للوصول الى هدف ما" (1)

1- صلاح الدين شروخ، منهجية البحث العلمي، دار العلوم، الجزائر، ب ط، 2003، ص 90

ولقد انتهجنا النهج المسحي وهو المنهج المناسب لمثل هذه الدراسة قصد الاستطلاع على رأي الباحثين بهدف جمع المعلومات و الاراء .

ويعرف **المنهج المسحي** على انه : "الطريقة العلمية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها، يجب على الباحث الاهتمام بالخطوات البحثية التي تمكن من انجازه هذا التصوير بصورة دقيقة من حيث جميع المعلومات والبيانات الشاملة والدقيقة<sup>(1)</sup> وبما ان الظاهرة التي ندرسها تنتمي الى واقعا الحاضر فهذا المنهج يعتبر التقنية المناسبة للدراسة:اي دراسة الظاهرة في سياقها الاجتماعي باستخدام الطريقة الكمية الاحصائية .

**2-الاداة :**فيما يخص ادوات الدراسة فهي الوسائل التي يستخدمها الباحث قصد جمع البيانات من الميدان وذلك لتحليلها والوقوف على دلالاتها ومعانيها وربطها بالمعطيات النظرية المقدمة<sup>(2)</sup> فقد استعملنا في بحثنا هذا اداة واحدة من ادوات البحث العلمي وهي الاستبيان "

وهي عبارة عن نموذج يضم مجموعة اسئلة توجه الى افراد عينة البحث لجمع البيانات حول الموضوع"<sup>(3)</sup>

2- احمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط3، 2007، ص 3- نوال محمد عمر، مناهج البحث الاجتماعية والاعلامية، مكتبة الانجلو مصرية، مصر، ب ط، 1986، ص 174  
1- رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي، في علم الاجتماع، ديوان المطبوعات الجتمعية، الجزائر، ط3، 2008، ص76

## مجتمع الدراسة و العينة:

**1- مجتمع البحث** يمكن تعريف مجتمع البحث على انه "جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها البحث" او بعبارة اخرى مجموعة وحدات البحث التي تريد الحصول على بيانات منها او عنها"<sup>(1)</sup> وقد تمثل مجتمع بحثنا في هذه الدراسة في جمهور الجزائر المتتبع للقناة.

## 2-عينة البحث:

كل بحث علمي اجتماعي يتطلب وجود مجتمع بحث الذي نختار منه العينة وهي "اختيار جزء صغير من وحدات مجتمع البحث"<sup>(2)</sup> وبما ان جمهور قناة الشروق واسع الحجم وعريض قمنا باختيار العينة القصدية لأننا قصدنا مجتمع بحث وهو المجتمع المستغانمي الذي يشاهد القناة، وقد بلغ عدد افرادها حوالي 120 فرد مقسمة الى 60 ذكور و60 اناث.

## حدود الدراسة :

1-الاطار الزمني :لقد تمت في الفترة الممتدة من 01 /02/ 2013 الى 30/04/ 2013

2- عمار بوحوش،محمد ذنبيات، مناهج البحث العلمي وطريقة اعداد البحوث،ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر،ط3،2004،ص34.

3- احمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال،ديوان المطبوعات الجامعية،الجزائر،2010،ص169.

## 2- الإطار المكاني : تمت هذه الدراسة في ولاية مستغانم

تحديد المصطلحات والمفاهيم الاجرائية:

1. اقبال: لغة: أَقْبَلَ، أَقْبَالًا، قَبَلَ على الشيء واخذ فيه ولزمه<sup>(1)</sup>

2. اجرائيا: هي المشاهدة او تتبع قناة محددة حسب الاولويات والاهتمامات باختيار الافضل

الذي يشبع الرغبات والإقبال يختلف تبعا لنوعية البرامج التلفزيونية

3. الجمهور: اصطلاحا:

هناك اختلاف في تحديد مفهوم الجمهور: فمنهم من اعتبره مجرد "حشد او اعداد كبيرة من

الناس"<sup>(2)</sup> تعرفه جيهان احمد رشتي على انه "مجموعة كبيرة من الناس تضم مختلف الطبقات

الاجتماعية"، كما اعتبره المفكران "ملفير ديفلر" milver "و"روكتيش" roktech على انه مجموعة

كبيرة من الافراد تنقسم الى طبقات متميزة، تختلف في المدركات والعادات والاهتمامات"<sup>(3)</sup>، يقصد

به كذلك "جماعة من الناس تتميز عنها بصفات خاصة لم يرتبط افرادها بروابط معينة وهذه

الجماعة تقع في محيط نشاط المنشأة او التنظيم او المؤسسة الاعلامية تؤثر وتتأثر به"<sup>(4)</sup>

اجرائيا: الجمهور الذي نحن بصدد دراسته هو الجمهور المستعاني بمختلف شرائحه الذي يشاهد

قناة الشروق، وهذا الجمهور يختلف من حيث الفئة العمرية والجنس والمستوى التعليمي ومكان

الاقامة مع انهم في مجتمع محلي واحد.

-القنوات التلفزيونية:

1- المنجد الابجدي دار الشروق، المؤسسة الوطنية للكتاب، لبنان، ط8، 1927، ص 336

2 - محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في وسائل الاعلام، عالم الكتب، مصر، ط1، 1993، ص 22

3- جيهان احمد رشتي، الاسس العلمية لنظريات الاعلام، دار النهضة العربية، مصر، ب ط، 1993، ص 36

4- محمد منير حجاب، الموسوعة الاعلامية الفجر للنشر والتوزيع، المجلد 2003، ص 3، 559.

**لغة:** يقصد بكلمة قنوات جمع قناة والمراد بها في اللغة الرمح وقناة (قناة) الظهر و (قناة) المحفورة ويجمع الكل، على (الفتى) مثل حصاة وحصى وعلى (قناة) مثل حبال و (قنوات) و (قنو) على وزن فعول و (قنيت) القناة وبالتشديد، احتقرنها و (القنوات) القناة الرمح وجمعها قناة وقني والمراد بها هنا هي تلك الترددات التي تلتقط من قبل قمر محدد وتبث من مركز البث الخاص بها لكل من يستقبلها خلال طبق خاص<sup>(1)</sup>

**اصطلاحاً:** هي حيز ذبائي ذو نطاق يمثل ممرا الكتروني او مغناطيسي (مثل قناة سنتيمرية اوسلكية) وتستخدم لإرسال ونقل برامج التلفزيون وعادة يشار اليها برقم معين على جهاز الاستقبال حتى يتسن للمشاهد معرفة القناة التي تذيع البرامج التي يراها<sup>(2)</sup> ويقصدها كذلك "وسيلة تعكس بالصوت والصورة وبدقة كل ما يجري في العالم يضح بثورة المعلوماتية، كما تعتبر مرحلة هامة من مراحل التطور العلمي والتقني الذي وصلت اليه البشرية فهي تخزن خبرات متراكمة من المعارف الانسانية<sup>(3)</sup>

**اجرائياً:** هي قنوات تلفزيونية جزائرية مملوكة لهيئات او اشخاص وتمول من القطاع الخاص.

### الدراسات السابقة:

- 1- محمد منير حجاب، الموسوعة الاعلامية، الفجر للنشر والتوزيع، المجلد 2003، 3، ص 559.
- 2- ابي الحسن احمد، معجم مقاييس اللغة، دار الجيل، لبنان، ط 1999، 2، ص 90.
- 3- هبة شاهين، التلفزيون الفضائي، الدار المصرية اللبنانية، مصر، ط 1، 2008، ص 139

## 1-التلفزيون الفضائي وأثره على الشباب الجزائري: صدر هذا الكتاب 2005 للدكتور نصير

بوعلي، " سعت هذه الدراسة الى معرفة نشأة وتطور البث التلفزيوني الفضائي المباشر ثم التعرض

الى انواع الاقمار الصناعية الخاصة بالاتصالات وصولا الى البث التلفزيوني الرقمي وتضمن

محتويات البث التلفزيوني الاجنبي من خلال عينة من الافلام في القنوات الفرنسية لمعرفة ما تفرزه

على المشاهد من قيم ايجابية اوسلبية وكذا الأبعاد غير المباشرة للأفلام التي لم يتم قياسها، ثم

الفضائيات التي يرغب فيها المشاهد مع معرفة المحتويات التي تشد انتباهه، فقد قدم صورة

واضحة عن الأثر التي يتركها البث الفضائي المباشر على شريحة مهمة من الشعب الجزائري من

القيم الثقافية والعادات والتقاليد وفيما يخص التساؤلات فهي كالتالي:<sup>(1)</sup>

ما هي انواع القيم الايجابية والسلبية التي تفرزها عينة من الافلام المقدمة في الفضائيات الفرنسية؟

ما هي انواع البرامج والمحتويات التي تشد اليها المشاهدة والعوامل المؤدية الى ذلك؟

ماهي المتغيرات الذاتية والاجتماعية التي لها علاقة بتأثير هذه القنوات الفضائية على المتلقي؟

ولقد اعتمد في هذه الدراسة على المنهج المسحي اما الاداة المستخدمة فقد استخدم اداة تحليل

المحتوى والاستبيان وقد وقع الاختيار على عينة من الافلام الاجنبية والقنوات الفضائية التلفزيونية

الفرنسية الثلاثة (tf1) و (tf2) و (m6)، اما فيما يخص النتائج فقد اتضح ان الجمهور لا يهتم

بالقنوات الفضائية بقدر ما يهتم بالبرامج والمحتويات ويولي اهمية معتبرة للبرامج او المضامين

التي تقترن وتقاليده وثقافته.

1- نصير بوعلي، التلفزيون وأثره على الشباب الجزائري، دار الهدى، الجزائر، ب ط، 2005

## 2- الفضائيات وقادة الرأي دراسة اثرها على السلوك الاتصالي: صدر هذا الكتاب 2005

للدكتورة "هناء السيد" سعت هذه الدراسة الى معرفة اقبال قادة الرأي على القنوات الفضائية وتأثيرها فيهم حيث كانت اشكالية دراستها تتمحور حول تأثير القنوات الفضائية على السلوك الاتصالي لقادة الرأي وماد ورهما لاتصالي المجتمعات المحلية، وفيما يخص التساؤلات فجاءت كالتالي<sup>(1)</sup> ما طبيعة قادة الرأي العام في تلك المنطقة؟

ما نوعية المضامين الاعلامية التي يتبناها قادة الرأي في القنوات الفضائية؟

ما طبيعة المعارف الجديدة التي يكتسبها قادة الرأي من القنوات الفضائية؟

وقد اعتمدت في هذه الدراسة على المنهج المسحي اما الاداة المستخدمة فقد استخدمت الاستبيان اما العينة اعتمدت العينة الحصصية كما استعانت الدراسة في تحليلها للسلوك الاتصالي لقادة الرأي بالمنهج المقارن للتعرف على مدى الاتفاق والاختلاف في السلوك الاتصالي لقادة الرأي وقد خلصت الدراسة الى النتائج التالية :

ان هناك عدة اسباب لعدم الاكتفاء بمشاهدة التلفزيون المحلي والإقبال على الفضائيات، لأن برامج التلفزيون المحلي مملة عكس الفضائيات التي تتميز ببرامج مفيدة ممتعة ومقدمة بشكل افضل

## 3- العولمة الاعلامية وأثرها على مشاهدة الفضائيات الاجنبية: صدر هذا الكتاب 2010

للدكتور "رحيمة الطيب عيساني"، سعت هذه الدراسة الى معرفة أثار العولمة الاعلامية والاتصالية

1- هناء السيد، الفضائيات وقادة الرأي، العربي للنشر والتوزيع، مصر، ط1، 2005.

من خلال وسائلها (القنوات الفضائية) الآثار الاجتماعية والثقافية لعولمة الاعلام والاتصال نظريا  
من خلال برامج القنوات الفضائية الاجنبية وأثارها الاجتماعية والثقافية على مشاهديها من الشباب  
الجامعي الجزائري.

وفيما يخص التساؤلات فهي كالتالي:

ما عولمة الاعلام والاتصال، وأبعادها ووسائلها لاكتساح المجتمعات وتنميط الثقافات المحلية في  
بوتقة الثقافة العالمية؟

ما هي الآثار التي أحدثتها وتحديثها عولمة الاعلام والاتصال في مجتمعات تتكلم بشأن الظاهرة  
قبولا ورفضها؟ وتحديد نوعية الآثار الاجتماعية والثقافية للظاهرة في تجليتها الاعلامية والاتصال؟

ما هي الآثار المحتملة لبرامج هذه القنوات وتخصيصا الآثار الاجتماعية والثقافية

وما هي عوامل حدوث التأثيرات؟ وكيفية مواجهتها والتصدي لها اجتماعيا وثقافيا؟

ولقد اعتمد الكاتب في هذه الدراسة على المنهج المسحي الوصفي في شقه خاص يسمح جمهور  
وسائل الإعلام، وذلك باستخدام طريقة العينة متعددة المراحل (العنقودية)، وكان حجم العينة 745  
مفردة بحث وقد وقع الاختيار على عينة من الشباب الجامعي، اما الاداة فقد استخدم الاستمارة

مكونة من ثلاث مراحل<sup>(1)</sup>

اما فيما يخص النتائج فقد اتضح ان:

1- رحيمة الطيب عيساني، العولمة الاعلامية وأثارها على مشاهدي الفضائيات الاجنبية، عالم الكتب الحديث للنشر  
والتوزيع، الاردن، ط1، 2010

1 بالنسبة لعادات المشاهدة فقد تبين ان اغلب افراد العينة يشاهدون الفضائيات الاجنبية .

2 وبالنسبة لأنماط المشاهدة، فقد اتضح ان اغلب افراد العينة يشاهدون الفضائيات العربية.

3 لأثار التي احدثتها الفضائيات الاجنبية على المشاهديها من الشباب الجامعي، فيعتقد اغلب

افراد العينة انها ايجابية وسلبية معا.

4 وبالنسبة الاثار الاجتماعية فقد تبين ان العادات والتقاليد الغربية مازالت سلبية ولم تأثر إلا في

حالات قليلة جدا، ويعود سبب التأثير الفضائيات الاجنبية على الشباب الجامعي الجزائري التي

تمنح هذه القنوات بالتكنولوجيا العالمية.

### الخلفية النظرية:

نظرية الاستخدامات والاشباعاات ظهرت هذه النظرية لأول مرة "استخدام وسائل الاتصال

الجماهيرية" من تأليف كاتروبلومر سنة 1974 ودار هذا الكتاب حول فكرة اساسية مفادها تصور

الوظائف الاساسية التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب ودوافع الفرد من التعرف

اليها من جانب اخر<sup>(1)</sup>.

<sup>1</sup> - صالح خليل ابو اصلح، الاتصال الجماهيري، دار النشر والتوزيع، فلسطين، ط1، 1999، ص 214.

ومن جهة نظرهما ان مدخل الاستخدامات والاشباع يركز على الافتراضات التالية: ان أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال واستخدام وسائل الاعلام يحقق لهم اهداف مقصودة تلبي توقعاتهم، الاشخاص هم الذين يختارون الوسيلة الاعلامية الاشباع حاجاتهم وليست هي التي تختارهم ومن هنا تحول السؤال البحثي في الاتصال الجماهير من "ماذا تفعل وسائل الاتصال الجماهيري في الجمهور" الى "ماذا يفعل الجمهور بوسائل الاتصال الجماهيري" اي انها غيرت من اتجاه البحث بناء على افتراض مفاده ان الجمهور لا يتكون من مجموعة من الافراد السلبيين ولكنه ناشط وباحث عن المعلومات ولديه احتياجات متعددة سلفا تقوم بدور الموجة في استخدام الوسائل والبرامج<sup>(1)</sup> وانطلاقا من هذا الاساس عملنا بهذه النظرية لأنها تساعد على توجيه بحثنا العلمي في مجال الاعلام الى مسارات مناسبة ذلك ان النظرية تشرح لماذا يقبل الجمهور على قناة الشروق وما هي اسباب ودوافع عرضه لها ولماذا يستخدمها ما هي اهم الحاجات والرغبات التي تشبعها، ولماذا انتقاها من بين القنوات الفضائية الأخرى،

تتوفر قناة الشروق على استخدامات عديدة في عدة ميادين مما أدى إلى تبنيها واستخدامها في مختلف أوساط المجتمع وتم استغلالها بشكل يتوافق مع نشاطها واعتمالها ويمكنها من أداء مهامها وتحقيق أهدافها كغيرها من وسائل الاتصال تتيح مجموعة من الخدمات التي يستعملها الأفراد لتلبية رغباتهم وحاجاتهم والأسباب تختلف من فرد الى اخر

2- محمد نصر مهنا، في النظريات العامة للمعرفة للفضائيات العربية والعلوم الاعلامية والمعلوماتية، المكتبة الجامعية مصر، ب ط، 2009 ص 89.



**تمهيد:**

لقد اتسمت الدراسات الاعلامية المبكرة، بعدم التركيز واستبعاد جمهور وسائل الاعلام حيث لم تكن الدراسات الجمهور قليلة، ووفقا لهذا تعددت تعاريف الجمهور حسب كل مفكر وكل اتجاه وسوف نعرض اشهر التعاريف من طرف بعض المفكرين والدارسين للجمهور.

## 1- تعريف الجمهور:

لغويا: جمعة جماهير معناه: جماعة القوم، او معظم القوم وأشرفهم من الفعل جمهر: يعني تجمع

الناس حول ظاهرة او واقعة حدثت<sup>(1)</sup>

الجمهور في استخدام علماء الاجتماع يشير الى تكوين اجتماعي غير محدد يشترك اعضاءه في

مصالح نتجت بغير الاتصال الشخصي، فيقول "ليندبرج" lundborg "ان مفهوم الجمهور لا يتحتم ان

ينطبق على اي وحدة طبيعية او جغرافية او سياسية وبهذا المعنى يقال ان هناك جمهورا للمسيقي

وجمهورا للادب وجمهورا للرياضة"<sup>(2)</sup>

- عرفه "محمد عبد الحميد" هو حشد او عدد كبير من الناس، لاتجمعهم خصائص او سمات

واحدة، غير متجانسة، غير معروفين للقائم بالاتصال، منعزلين عن بعضهم البعض

اجتماعيا".<sup>(3)</sup> يعرفه كل من "ملفير ديلفر" mali dilve " وساندابل رموكتيش sandarplle roctch "

انه "العنصر الاساسي للنظام الاجتماعي الخاص بالاتصال الجماهيري فالجمهور ينقسم الى طبقات

اجتماعية متميزة، بينها علاقات متشابهة في مجالات عديدة، ومن بين التغيرات الكبرى التي تلعب

1- المنجد الابجدي، قاموس عربي، دار الشرق، ط1986، 3، ص336

2- احمد محمد موسى: المدخل الى الاتصال الجماهيري، المكتبة العصرية، مصر، ب ط، 2009، ص 21

3- جون كوهر، نظرية التلفزيون، ترجمة أديب خضر، مكتبة الاعلام، سورية، ط2000، 1، ص 89

دورا في تحديد طريقة عمل نعر الجمهور داخل النظام الاجتماعي، نجد الاحتياجات الكبرى واهتمامات افراد الجمهور وطبيعة العلاقات بينهم<sup>(1)</sup>

يعرفه جيهان احمد رشتي "انه مجموعة كبيرة من الناس، تأتي من جميع مجالات الحياة، ومن مختلف الطبقات الاجتماعية، تتضمن مجموعة افراد يختلفون في مراكزهم ومهنتهم وثقافتهم"<sup>(2)</sup>.... وقد جاء تعريف الجمهور في "شوماك" ان الجمهور اكثر من مجرد مجموع اعداد من الافراد، وانه يعني جماعة ما تدين بوجودها لتقاسم افرادها تجارب معينة وذكريات وتقاليد محدد وظروف حياة."<sup>(3)</sup>

1- ملفين ديفلر بول، روكتش:ترجمة عبد الرؤوف كمال، نظريات وسائل الاعلام، دار الدولة للنشر والتوزيع، ب ط، صص 156- 157.

2- جيهان احمد رشتي، الاسس العلمية لنظريات الإعلام ، مرجع سبق ذكره، ص 36

3- فارس عطوان، الفضائيات العربية ودورها الاعلامي، درا اسامة للنشر والتوزيع، الاردن ، ط2009، 1، ص 202

## 2- سمات جمهور وسائل الاعلام:

هناك نمطين رئيسيين لتصنيف هذه السببض-1 السمات الاولية:وهي التي لأدخل للفرد في اكتسابها بل تتنسب اليه وهي غير قابلة للتغيرير وهي:

## 2-1-1 النوع الجنس:"ويقسب فيها الجمهور الى ذوكور واناث، رجال ونساء اعتمادا على عوامل

فيزيولوجية نظرا لثبوت تباين استجابة كل نوع للوسائل الاعلامية "هذا الاختلاف يكون في الحاجات، المصالح، ودرجة قابلية كل نوع من حيث الاقناع.

## 2-1-2 العمر والسن:يستخدم علماء السكان الفئات الخماسية اوالعشرية لبيان الهرم السكاني في

دراسة التركيب العمري لسهولة التصنيف في البحوث إلا ان هذه الفئات العمرية لاتقدم دلالات

لتفسير السلوك الاتصالي للجمهور عبر مختلف مراحل العمر،"استخدمت البحوث المبكرة على

جمهور وسائل الاعلام الفئات العشارية حسب طبيعة واهداف الدراسة."<sup>(1)</sup>

## 2-2 السمات المكتسبة:

"هي كل السمات التي يتلقاها الفرد اثناء التنشئة الاجتماعية كعنصر ينتمي الى جماعة" كما

اهتمت بحوث الاعلام في الدراسات الاولى بمعرفة السمات العامة، وهذا بغية تحديد انماط السلوك

1- على قسايسية، دراسة جمهور وسائل ومجلة الوسيط، دوان المطبوعات الجامعية،الجزائر، الجزء2003، 2 ص53.

ومحتوى الرسائل التي تعدها وسائل الاعلام لجمهورها<sup>(1)</sup> وهذه السمات تكون قابلة للتغير

مثلا: الدين، اللغة، الإقامة، الدخل وتكون على مستويين:

2-2-1 المستوى التعليمي: بحيث تمكننا هذه السمة من تحديد المعارف التي قد يتحصل عليها

الفرد في حياته ارتباطا بوسطه الاجتماعي والفئة الاجتماعية التي توجه السلوك اتجاه الرسائل الإعلامية، ويعمل على ادماج فئة الاميين الذين لا يقرؤون ولا يكتبون في المجتمعات التي ترتفع فيها نسبة الامية، لان هذه الفئة لاتقرء ولكن تتعرض الى الصورة وتشاهد التلفزيون، وتستمع الى الإذاعة<sup>(2)</sup>

2-2-2 الحالة الاقتصادية:

تعبر هذه السمة على قدرة الافراد على اقتناء الوسيلة الاعلامية، واستهلاك السلع والخدمات، ان

هناك باحثين قامو بالتفرقة بين مستويات الدخل حيث اعطوا نوعين:

أ- وضع مستويات ثلاثية او خماسية مثل: عالية، متوسطة منخفضة، فوق المتوسط، متوسط، تحت المتوسط.

ب- "وصف المؤشرات الدالة على الحالة الاقتصادية"<sup>(3)</sup> كمعدل الدخل مثل (30الف دج اكثر من

40الف دج) او كنوع السكن (فيلا، شقة) او مكان الإقامة (حي راقى حي شعبي)، او ملكية احد

1- عبد الحميد محمد، دراسة الجمهور بحوث الاعلام، مرجع سبق ذكره، ص 197.

2- على قسايسية، مرجع سبق ذكره ص 53

3- محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره ص 197

الوسائل ( لجهاز تلفاز ، راديو ، كومبيوتر )"

اذن هذه السمات الديمغرافية (النوع، العمر، التعليم، الدخل) هي اكثر السمات استعمالا بأنماط

الاتصال وعلاقتها، لكن نجد سمات اخرى وقد يلجأ اليه الباحث، مثل: الحالة العائلية

(متزوج، اعزب).

**-خصائص الجمهور السوسولوجية:**

ينظر الى جمهور وسائل الاعلام على أنه "مجرد حشد اوعدد كبير من الناس لاتجمعهم خصائص اوسمات واحدة، غير معروفين لدى القائم بالاتصال، منعزلين عن بعضهم اجتماعيا وليست لديهم القدرة على العمل في وحدة اوفي تنظيم اجتماعي متماسك، وعليه فإنهم يتعرضون لوسائل الاعلام، ويتأثرون بها بشكل فردي"<sup>(1)</sup>، وانطلاقا من هذا التعريف تم تحديد اربع خصائص رئيسية للجمهور المستهدف في عملية الاتصال الجماهيري وهي:

**3-1ضخامة الحجم اوكثره العدد:**

فالضخامة تتعدد بالكم الذي يحول دون الاتصال المباشر بين المرسل وأعضاء هذا الجمهور والتعامل معهم وجها لوجه عند تعرضهم لفترة قصيرة من الزمن، وقد اصبحت التطورات التقنية والتي تستهدف جمهورها في المناطق والأقاليم المتباعدة والمنشورة وتتخطى الحواجز السياسية والجغرافية للحصول عليها، ومنه لم يعد الحجم، والعدد محدود، بحدود الدولة او الاقليم، ولكن بالمدى الذي يصل اليه البث الازاعي والتلفزيوني والمنطقة الجغرافية للصحف، كما ان الوسيلة الاعلامية لم تعد تضع في اعتبارها الحجم والعدد، وإنما حجم الجمهور المتلقين المحتمل على اساس امكانات الوسيلة في الوصول اليه والتعامل معه من خلال الوسيلة الإعلامية

**3-2التباين في سمات الافراد:**

1- محمد عبد الحميد، ردرسة الجمهور في بحوث الاعلام، مرجع سبق ذكره، ص 199.

على هذا الاساس يتم تصنيف اعضاء الجمهور الى فئات يجتمع فيها قدر من التشابه يرتبط بسمات اوحدود الفئة (السن، المستوى، الحالة الاجتماعية.....)

"حيث يتم دراسة كل فرد من خلال انتمائه الى فئة من هذه الفئات كما ان السمات العامة لم

تعد كافية لتقييم سلوك المتلقين واتجاهاتهم نحو عناصر العملية الاعلامية الاخرى، وان السمات

الفردية والتي يتباين فيها الافراد ايضا اصبحت مدخلا لتفسير هذه السلوك وهذه الاتجاهات"<sup>(1)</sup>

### 3-الانتماء والتفاعل الاجتماعي:

"الفرد عضوفي شبكة من الجماعات الاولى والثانوية، والتي تلعب دورا" في تشكيل اتجاه العلاقة

بين الفرد وعناصر العملية الاتصالية، فجمهور المتلقين يختار محتوى الاعلام بتأثير خبراته

كعضو في الجماعات الاجتماعية، ويفسر سلوكه الاتصالي في اطار السلوك الاجتماعي الذي

يظهر موحدا في نضام الجماعات المحلية"<sup>(2)</sup>، وهذا مايفسرتركيز وسائل الاعلام على تقديم

خدماتها في اطار نموذج الحياة المحلية.

### 3-4الدور الايجابي النشط في العملية الإعلامية:

ان جمهور المتلقين بصفته عنصرا في العملية الإعلامية ليس جمهور سلبي فنجده يقبل اويرفض

ويهتم بمستويات معينة اولا يهتم كما تتعدد إستخداماته وعاداته في الاستفادة من وسائل الإعلا

1- محمد، عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 199

2- المرجع نفسه، ص 198.

## 4- انواع الجمهور:

هناك عدة تقسيمات وتصنيفات التي على اساسها تم تحديد انواع الجمهور منها :

**-التقسيم الاول:** قدمه "لونيستين" حيث صنفه على جماعات فردية في اطار الانتماء والعلاقات الاجتماعية واعتماد على الخصائص المعرفية والثقافية وفي هذا التقسيم هناك ثلاثة انواع هي:

4-1-1 **الجمهور الامي:** "وهو جزء من الجماهير الذين يقرؤون ويكتبون ولكنهم لا يميلون الى

ذلك فهناك اميون يعرضون انفسهم على الصور ويستمعون الى الراديو ويشاهدون التلفزيون<sup>(1)</sup>

ولكن الجمهور يكون ولاءه لوسائل الاعلام ذاتها، فهو يبحث عن الترفيه وكذلك عن الاثارة في

تعرضه لوسائل الاعلام فهو ليس صاحب اتجاهات فكرية، يميل الى الاشباع الذاتي وغالبا ما

يبحث عن الرضا الواقعي او اللحضي، وهذا النمط من الجمهور يميل الى المشاهد والاستماع ولا

يميل الى القراءة ولا الى المشاركة السياسية والنشاط الاجتماعي يميل الى الوحدة ويشعر بان تأثيره

قليل" ومن الطبيعي ان هذا النوع من الجمهور لا تأثير له في نوع من القرارات الاجتماعية

والسياسية والاقتصادية.

4-2 **الجمهور النفعي المادي (العلمي):** وهم ممن يندمجون في الية المجتمع مشاركون ويميلون

الى التنظيمات "وهم من اصحاب الهويات يتعرضون لوسائل الاعلام رغبة في رفع مستواهم وزيادة

1- محمد عبد الحميد: نظريات الاعلام واتجاهات التأثير، عالم الكتب، القاهرة، ط1998، ص1، 195.

مدخلهم، لكنه يشبه الجمهور الامي كثيرا في انه يميل الى التفكير بل يميل الى الاشياء المادية يحقق منفعة ويكتسب الاشياء التي تمثل اهتمامه."

**4-3 جمهور المفكرين:** ويكون "اقل فئة بين جمهور وسائل الاعلام، يهتمون بالآراء وجهات النظر والمشكلات الفلسفية والمفاهيم والأحداث الفنية والجمالية ولا يهتمون بالماديات ويترفعون عنها وهذا النوع من الجمهور مفكرون ومبدعون وهذا الجزء من الجمهور ليس معارض للحياة الاجتماعية يتمركز حول ذاته، وهو ضد مفهوم الجمهور العام، يعتبر نفسه من الصفوة اقل اهتمام بوسائل الاعلام والمجتمع الجماهيري ومن هؤلاء المفكرين العقائديين، المثقفين، نخبيين ولكن هم يفكرون الابداع ومجرد لتفكير الرضا".<sup>(1)</sup>

**4-2 التقسيم الثاني:** التقسيم يصنف الجمهور الى نمطين وهذا حسب الاهتمام والحاجيات النمطين هما: الجمهور العام والجمهور الخاص.

**4-2-1 الجمهور العام:** هو الجمهور الذي نعنيه بمفهوم الحشد يعرض نفسه لوسائل الاعلام اوتوماتكيا وفرديا وبطريقة شخصية وليست له اهتمامات مشتركة مع الغير ورد الفعل عند عضو من افراده يكون مستقلا حتى في التعرض والاستجابة

**4-2-2 الجمهور الخاص:** هو الجمهور الذي تجمع بين افراده بعض الاهتمامات والحجات والاتجاهات المشتركة التي تميز عضويتهم في هذا الجمهور مثلا الجمهور الرياضي

**4-3 التقسيم الثالث:** وهذا حسب "كلوس" بحيث يقسم الجمهور الى "اربعة انواع وهي:

1- محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الاعلام، مرجع سبق ذكره ص195

4-3-1 الجمهور المفترض: هم الذين يمتلكون جهاز الاستقبال التلفزيوني والإذاعي كوسائل اعلام فهنا يمكن قياس هذا الجمهور بعد امتلاك اجهزة التلفزيون وإحصاء عدد الاجهزة التي بيعت وتم شرائها.

4-3-2 الجمهور الفعلي: هو الذي يستقبل فعلا العرض الاعلامي وخاصة المواظبين على مشاهدة برنامج معين ويتابعون باستمرار محتوى البرامج التلفزيونية .

4-3-3 الجمهور المتعرض: وهو لذي يشاهد برامج وسائل الاعلام ويتعرض على برنامج معين ويقاطعه، يعني انه رافض بعض البرامج التي تلائمه.

4-3-4 الجمهور الفعال: هو الجمهور الذي يتفاعل مع الرسالة الاعلامية ويبيدي رأيه فيها حيث يتأثر بمحتواها ويؤثر في ادائها بإبداء ارائه واقتراحاته وهذا الجمهور نشط يشارك في تصميم محتوى الرسالة الاعلامية." (1)

## 5- الجمهور المحلي المستغامي:

5-1 الموقع الجغرافي: ذكر في بعض المراجع ان اصل اسم كلمة "مستغامي" من مقطعين "مستى": بمعنى "محطة شتوية او مكان الاقامة الشتوية"، غانم "اسم شخصية مرموقة في المنطقة"، وذكر البعض الاخران اصلها: "مستى: كوخ، غانم: قصب" ومدينة مستغانم تقع على نقطة التقاء خط طول الرئيسي (خط غرينتش) مع خط عرض 36 درجة شمال خط الاستواء ويبلغ ارتفاع المدينة على سطح البحر بحوالي 104 متر وطول سواحلها تبلغ 23 متر<sup>(1)</sup>.

- وتقع بين مصبين بواديين مشهورين هما: مصب وادي الشف شرقا ومصب وادي المقطع غربا، تتحدر هضاب الظهر في امتدادها من الشرق الى الغرب، ناحية الشمال لتطل على البحر الابيض المتوسط، وتحدها من الناحية الغربية ولاية وهران، ومن الشرق ولاية الشف، ومن الشمال البحر الابيض المتوسط، ومن الجنوب ولاية غليزان.

## 5-2 الحياة الاقتصادية والتجارية:

ان النشاط الاقتصادي لمستغانم متعدد الجهات "منها نشاط الميناء، وتمتاز بحركة التصدير والاستيراد، حيث كانت تصدر نحو الخارج الحمضيات والحبوب، والأغنام الخيول<sup>(2)</sup> .  
اما النشاط التجاري كان ينحصر اساسا في بيع المواد الغذائية والخضر والفواكه واللبان.....ومن اشهر المأكولات بالمنطقة "الكارنتيكة" و"الشامية" وكذلك بيع الحلي والمجوهرات

1- رشيد محمد الهادي بن تونس، نيل المغانم من تاريخ وتقاليد مستغانم، المطبعة العلاوية، الجزائر، ب ط، 1998، ص 26.

2- المرجع نفسه، ص 18

## 3- الفن والثقافة:

من المعروف على مدينة مستغانم انها مدينة الفن والثقافة حيث اشتهرت بأبي الفنون الا وهو المسرح الذي يعتبر وليد الحياة الفنية والاجتماعية، "ومن اشهر الاعلام التي عرف بها المسرح المستغانمي نجد ولد عبد الرحمان ولد عبد القادر المدع "كاكي" كما انها معروفة بالموسيقى خاصة الموسيقى الاندلسية، كما ان هناك ميزة خاصة تنفرد بها مدينة مستغانم وهي البدوي والشعر"<sup>(1)</sup>.....

## خلاصة

يعتبر الجمهور العنصر الاكثر اهمية في عملية الاتصال الجماهيري، وجمهور هذه الايام هو

1- محمد بن عيسى، مستغانم تاريخها وأحوزها، المطبعة العلاوية، الجزائر، ب ط، 1998، ص 54

جمهور وسائل الاتصال يتميز بان عدده كبير ومنتشر في انحاء العالم وهو جمهور متنوع من تركيباته الاجتماعية والاقتصادية، ويعتبر وجود الجمهور سببا في وجود وسائل الاتصال فدراسة الجمهور الذي يتلقى الرسالة الاعلامية يعتبر الخطوة الاساسية لإعداد وترتيب البرامج التلفزيونية

**تمهيد:**

يعتبر البث التلفزيوني عبر الاقمار الصناعية ظاهرة اعلامية مهمة، حيث يشهد العالم الان ثورة هائلة في مجال نقل المعلومات والاتصالات، ويعتبر التطو التكنولوجي سمة اساسية للبيئة الاتصالية في العصر الحديث، وفي ظل هذا التقدم التكنولوجي تضاعف عدد القنوات الفضائية حتى اصبح بإمكان المشاهد تتبعا عداد كبيرة من القنوات التلفزيونية وأصبح هو الذي يحدد درجة اعتماده على القنوات المفضلة لديه ومنه يمكن ان نساءل عن سبب تفوق هذه القنوات المختلفة في استحوادها على اهتمام الكثير من المشاهدين.

## 1- ظهور القنوات الفضائية العربية وتطورها:

بدأ فكرة البث التلفزيوني عبر الاقمار الصناعية بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية بعدة شهور الى اجهزة التلفزيون بالمنازل دون تدخل المحطات الأرضية على الاطلاق بمقابل من الخيال العلمي للعالم البريطاني "ارثر كلارك" حيث اقترح اطلاق قمرا صناعيا يدور حول الارض يمكنه نقل اشارات من اي مكان من الارض على ارتفاع 37 الف كيلو متر فوق خط الاستواء، وتحولت التنبؤات الى رغبة حقيقية حينما اطلق السوفيت في 04 اكتوبر "سبوتنيك 1" الذي يعد اول قمر صناعي يدور في الفضاء، ثم اطلقت الولايات المتحدة الامريكية قمر "سكور" في سنة 1958 مخصصا لاتصالات، كما اطلقت اول قمر صناعي استخدم لنقل اشارات والصور الثابتة من منطقة على الارض الى اخرى عام 1960 سمي "ايكو" ثم القمر "ats6" الذي يعد اول قمر تجريبي للبث الاذاعي المباشر وتحقق حلم نقل برامج التلفزيون القارات عام 1966 فقط عندما اطلقت الادارة الوطنية للطيران والفضاء "nasa" قمر تليستار" (1) ومع هذا التسابق بين الدول الامتلاك الاقمار الصناعية برزت فكرة القمر الصناعي العربي في تونس حيث رأ ضرورة الاستعانة بأحدث ما وصلت اليه التكنولوجيا لخدمة الاعلام والتعليم، وكان الحلم عندئذ هو امكانية قيام شبكة تلفزيونية تجمع بين كافة الدول العربية بهدف اجراء التبادل فيما بينها على نمط ما يجري في شبكتي "اليروفيزون" و"الانترفزيون" الاوروبيين بل كان البعض يفكر بإمكانه بث برنامج عربي واحد يلتقط على شاشات التلفزيون.

1- محمد عبد البديع السيد، اثر القنوات الفضائية على القيم الاسرية، العربي للنشر والتوزيع، مصر، ط2009، ص1، ص ص 68-

وقد تبنى اتحاد الدول العربية الدعوة الى اطلاق قمر صناعي ودعى اعضاءه الى اقامة لجان وطنية في كل بلد عربي للتخطيط لمرحلة القمر الصناعي، وفي سنة 1972 نظم اتحاد اذاعات الدول العربية اول مؤتمر عربي حول الاتصال الفضائي، وفي سنة 1973 بدا التبادل الاجباري والتلفزيوني العربي وأعقب ذلك قيام الجامعة العربية بإنشاء وحدة اتصال فضائي بالتعاون مع الاتحاد الدولي للموصلات، ولم تسفر تلك الجهود على نتائج ملموسة حتى تم انشاء المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية "عربسات" في 14 افريل 1976 كمنظمة ذات شخصية قانونية مستقلة، والتي انشأت بهدف تصميم وتنفيذ وتشغيل اول نظام عربي لتقديم الخدمات العامة والمتخصصة ومساعدة الدول العربية في تصميم المحطات الارضية".<sup>(1)</sup>

واستطاعت المنظمة العربية للاتصالات الفضائية اطلاق قمرها الاول "عربسات A1" وفي فبراير 1985 قامت بإطلاق قمرها الثاني "عربسات B2" يونيو 1985 وفي عام 1996 تم اطلاق القمر الثالث من الجيل الاول وهو عربسات C1 "ومن المتوقع ان تستمر في العمل لمدة سبع سنوات حتى عام 1999 ويشمل 65 قناة تتسع كل منها 1466 خطا تلفزيونيا او قناة تلفزيونية واحدة وقد فرضت الاحتياجات المتزايدة للاتصالات الفضائية في المنطقة العربية استجار قمر صناعي كندي هو "عربسات 4" منذ اغسطس 1993 ويطلق عليه حاليا "عربسات D1"، (2) 1999، بدر 3. وفي 2000، بدر 4".

1- ثريا جعيبس: ترجمة: فارس م، ضاد، التلفزيونات الفضائية العربية: دار الفرابي، لبنان، ط2009، ص 57-59.  
2- محمد نصر مهنا، في النظرية العامة للمعرفة الاعلامية للفضائيات العربية والعولمة الاعلامية والمعلوماتية، المكتبة الجامعية، مصر، ب ط، 2002، ص 366-367.

## 2- شبكات القنوات الفضائية العربية:

1- MbC "مركز تلفزيون الشرق الأوسط بدأ بثه سنة 1991 ومقره الرئيسي كان لندن حتى انتقل

سنة 2002 إلى مدينة دبي للإعلام وهو أول مشروع تلفزيوني خاص في العالم العربي ينطلق

عبر الأقمار الصناعية، انشئت الشبكة بتمويل من مجموعة آراء، لدول وصاحبها

"وليد بن ابراهيم"، الشبكة تحوي العديد من القنوات القناة الرئيسية MBC، والقناة الإخبارية للشبكة

قناة العربية، MBC2، MBC4، MBC Action .

2-2- شبكة ART شبكة راديو وتلفزيون العرب: بدأت بثها من روما عام 1993، تابعة لشركة

دلة البركة للشيخ صالح كامل والأمير الوليد بن طلال، استمرت الشبكة بالبث المفتوح ثلاث

سنوات حتى عام 1996 حين انتقلت الى نظام البث مدفوع الأجر، الشبكة تحوي العديد من

القنوات غالبيتها متخصصة مثل قناة الأطفال، الحكايات، اقرأ، الموسيقي، المنهاج الأفلام

2-3 شبكة Orbit- تتبع الشركة لمجموعة المارد السعودية التي يرأسها الأمير خالد بن عبد

الرحمن آل سعود المقر الرئيسي لها في الرياض، للشبكة أكثر من 20 قناة متخصصة تبث باللغة

العربية والإنجليزية، من قنواتها: أصفوة سينما 1، سينما 2، اليوم المسلسلات، فن.

2-4 شبكة روتانا<sup>(1)</sup> بدأت بثها عام 2003، تتبع للأمير الوليد بن طلال، تضم أربع قنوات

موسيقى مقرها لبنان وقناتين للأفلام مقرهما القاهرة. تأسست شركة روتانا عام 1987 كشركة

1- - هبة شاهي ، مرجع سبق ذكره، ص 138

إنتاج موسيقى عربية (تسجيل البومات توزيع وتسويق) مقر الشركة الرئيسي في جدة، قنوات

روتانا هي: روتانا كليب، طرب، موسيقى، الخليجية، سينما وروتانا زمان.<sup>(1)</sup>

**2-5 شبكة المجد** "بدأت بثها عام 2002، مجموعة قنوات ذات ضوابط اسلامية خالية من

الموسيقى ولا تظهر على شاشاتها النساء، تتبع لشركة المجد للبث الفضائي، يرأسها الشيخ فهد بن

عبد الرحمن الشميري، بدأت بثها الرسمي عام 2003 وتبث من مدينة دبي للإعلام وتبث عدة

قنوات: المجد العامة، المجد للقرآن الكريم، المجد العلمية، الوثائقية والمجد للأطفال.

**2-6 شبكة قنوات الجزيرة** شبكة قطرية بدأت بثها عام 1996 بمعدل 6 ساعات يوميا، اعتمدت

القناة على مجموعة المحررين الذين عملوا في القناة العربية الدولية لهيئة الإذاعة البريطانية

(BBC) وتعتبر أول قناة فضائية عربية متخصصة في مجال الأخبار، والجزيرة لها وضعها

الخاص حيث أنشئت كقناة بدعم من الحكومة على أن تتحول إلى قناة استثمارية خاصة، القناة

تبث من الدوحة، قامت القناة بهدف تقديم إعلام عربي مستقل ينقل الأخبار بحيادية بشكل يتنافس

مع القنوات الإخبارية الأجنبية وبفضل تكنولوجيا متطورة وإمكانيات كبيرة حيث وصل رأس مال

مشروع إقامة القناة في بدايته إلى 138 مليون دولار، عام 1999 بدأت الجزيرة تبث 24 ساعة

عام 2001 افتتح موقع الجزيرة نت ليتحول إلى احد المواقع الرئيسية للأخبار باللغة العربية.

أطلقت الجزيرة باقة قنوات رياضية عام 2003 جميعها مفتوحة، قناة الجزيرة للأطفال عام 2005،

الجزيرة مباشر 2005، الجزيرة الدولية عام 2006 والتي تعتبر أول قناة فضائية عربية متخصصة

1- هبة شاهي ، مرجع سبق ذكره، ص139

بالأخبار وناطقة باللغة الإنجليزية، الجزيرة الوثائقية عام 2007<sup>(1)</sup> وهي أول قناة فضائية عربية متخصصة بالفيلم الوثائقي، نالت قناة الجزيرة شهرة كبيرة بسبب تغطية الحرب على أفغانستان وحرب العراق واستضافتها قوى معارضة عربية ومن هنا رفع مستوى حرية الصحافة في العالم العربي مما أدى إلى إغلاق مكاتبها في بعض المدن العربية قناة الجزيرة كان لها دور كبير في إعطاء منصات للعديد من القوى السياسية والدينية والثقافية التي عانت من الكبت الإعلامي في القنوات الحكومية المحلية.

---

1- هبة شاهين، مرجع سبق ذكره ص140

## 3- انواع الفضائيات العربية:

يمكن تناول انواع الفضائيات العربية وفقا لعدة متغيرات:

## 3-1 تقسيم الفضائيات العربية وفق الملكية ومكان البث الي:

## 3-1-1 القنوات الفضائية الحكومية الرسمية: ويقصد بها "المحطات التلفزيونية (العمومية) وهي

القنوات التي تمتلكها الهيئات التلفزيونية الرسمية وتتبعها تبعية كاملة تمويلا وسياسيا وتوجيها،

وهذه القنوات هي الاكثر عددا وأهمية وتبث من داخل الدول العربية وباللغة العربية وبلغات اجنبية

اخرى تشغل قرابة 74% من البث الفضائي العربي مثل القناة الفضائية السورية، قناة ابوظبي

الاماراتية، قناة الفضائية اللبنانية، القناة الفضائية السعودية والقناة الجزائرية، القناة الفضائية

الاردنية والقناة الفلسطينية".<sup>(1)</sup>

## 3-1-2 القنوات العربية الخاصة: وهي تلك القنوات ينتقي عنها صفة الرسمية اوالتبعية الصريحة

المباشرة للدول اوحكومات عربية، وهي " قنوات تمتلكها وتديرها رؤوس الأموال العربية (رجال أعمال،

أصحاب مؤسسات تجارية، شخصيات عامة- سياسية، دينية)، ظاهرة القنوات الخاصة في العالم

العربي كان لها دورها في كسر احتكار الدولة للإعلام مما أدى الى تنوع كبير في البرامج

والمضامين وتحتل هذه القنوات المراتب الأولى لدى المشاهدين العرب، ومن ميزاتها بشكل عام:

مستوى تكنولوجي مرتفع، كوادر بشرية جيدة مدربة ومهنيه سرعة التغطية الإخبارية، ارتفاع مستوى

حرية الصحافة والتعبير، هذه القنوات تعتمد في تمويلها على رؤوس الأموال والإعلانات، و تنقسم

1- تريا جيبس، التلفزيونات الفضائية العربية، مرجع سبق ذكره، ص ص 132- 168.

الى قسمين: أ-قنوات تبث باللغة العربية من خارج الوطن وتحتل 16% من البث الفضائي العربي و قنوات تبث باللغة العربية من الداخل وتشغل 10% تقريبا من البث الفضائي العربي.<sup>(1)</sup>

### 3-2 تقسيم الفضائيات العربية وفقا لمعيار المضمون المتخصص الى:

1-القنوات الاخبارية المتخصصة مثل:قناة الجزيرة، القناة العربية و CNN و قناة الني الاخبارية...

2- القنوات الدينية المتخصصة مثل قناة المجد وقرأ، وقناة الرسالة وقناة الناس،قناة العفاسي...

3- القنوات المتخصصة ببرامج الاطفال:مثل قناة space tone وmbc3وقناة براعم وقناة طيور الجنة.

4- القنوات الرياضية المتخصصة مثل الجزيرة الرياضية، قناة النيل الرياضية، دبي الرياضية

5- القنوات المتخصصة ببرامج المرأة واهتماماتها مثل قناة المرأة العربية وقناة الحياة.

6- القنوات التعليمية المتخصصة مثل قناة المصرية التعليمية قناة النيل للتعليم العالي وقناة النيل للتعليم الثانوي.

7-القنوات الصحية المتخصصة مثل قناة صحي.

8- القنوات التجارية المتخصصة مثل تميمة .

9- القنوات الترفيهية المتخصصة التي تتعلق بالغناء والموسيقى وبرامج الحوارية مثل قناة روتانا قناة live

1- امام شكري ابراهيم احمد، الاعلام العربي والوعى السياسي، مركز الاسكندرية للكتاب، مصر، ب ط، 2009، ص 79.

### 3-3 تقسيم الفضائيات العربية وفقا للعضوية في اتحاد اذاعات الدول العربية:

3-3-1 الأعضاء المشاركين في الاتحاد ويضم اربعة شبكات وهي: مركز تلفزيون الشرق الاوسط ورايو تلفزيون العربي art والمؤسسة اللبنانية لإرسال LBC

3-3-2 القنوات التي لم ترد في تقسيم اتحاد اذاعات الدول العربية وتقدم برامجها باللغة العربية وتشمل ANN وNBN وBCS وريدم، المجد 1، المجد 2، الجزيرة، المستقبل، ميلودي، وغيرها<sup>(1)</sup>.

### 3-4 تقسيم الفضائيات العربية بناء على نوعية البث:

3-4-1 القنوات الفضائية المفتوحة: وهي القنوات التي يستطيع الجمهور "استقبالها عن طريق

امتلاك الأقمار الاستقبال المباشر وبدون دفع رسوم مقابل المشاهدة، غالبية القنوات الفضائية العربية استقبال المباشر تبث إرسالها بشكل مفتوح من أجل التواجد على الساحة الإعلامية وجذب المشاهدين من مختلف المستويات إليها .

3-4-2 القنوات العربية المشفرة : وهي القنوات التي لا يستطيع الجمهور استقبالها ومشاهدتها

إلا بعد دفع رسوم مقابل المشاهدة، وغالبا يستطيع المشاهد امتلاك باقة من القنوات التابعة للشبكة

وليس مُلزم بامتلاك جميع قنوات الشبكة. غالبا لا نرى قناة مُشفرة وإنما شبكة قنوات مثل شبكة

Orbit وشبكة ART<sup>(2)</sup>.

### 4- مميزات البث الفضائي العربي:

1- ثرياجعيس:التلفزيونات الفضائية العربية،مرجع سبق ذكره،ص167.

2- هبة شاهين،التلفزيون الفضائي العربي،مرجع سبق ذكره،ص 145

البث الفضائي العربي كان له آثاره الكثيرة والمتنوعة على العالم العربي وتكنولوجيا الاتصالات والأقمار الصناعية وما يسمى اليوم بـ"عصر السماوات المفتوحة" هدّدت العالم العربي بقيمه وعاداته، القنوات الفضائية العربية تصدت لهجوم القنوات الفضائية الأجنبية وللغزو الثقافي الغربي والعولمة التي غالباً ما تتنافى مع القيم والعادات العربية. سنستعرض مميزات البث الفضائي العربي والتي يمكن اعتبارها إيجابياته:اي

1- "تعدّد القنوات الفضائية العربية أدى إلى المنافسة وتطور العمل الإعلامي وتنوع المضامين أمام المشاهد العربي.

2- القنوات الفضائية الإخبارية أدت إلى كسر هيمنة القنوات الغربية في مجال الأخبار ووفرت للجمهور العربي تغطية أحداث وأخبار بمستوى رفيع من ناحية التقنيات والمضامين، وأصبحت احد المصادر الأساسية للأخبار على المستوى الإقليمي والعالمي.

3- التّخصّص في القنوات والتزايد المستمر في عدد القنوات المتّخصصة أدى الى توسيع مجال الاختيار أمام المشاهد العربي وإلى تلبية احتياجاته المتّنوعة، فبالإضافة للقنوات المتّخصصة في مجالات الأفلام، المسلسلات، الأخبار القنوات الغنائية، والدينية التعليمية وغيرها بادرت القنوات الفضائية العربية لدخول مجالات جديدة كالسياحة العربية، الطهي الشعر العربي الصقور وغيرها من التخصصات الخاصة بالواقع العربي.<sup>(1)</sup>

1- هبة شاهين:التلفزيون الفائي العربي،مرجع سبق ذكره،ص139

4- تطور تكنولوجيا الأقمار الصناعية والهوائيات أدى الى انخفاض أسعار الهوائيات مما يزيد حجم الجمهور المتلقي للقنوات الفضائية ويقلل من اعتماد الجماهير العربية على الإعلام الحكومي".<sup>(1)</sup>

5- ارتفاع مستوى أداء القنوات الفضائية الخاصة لما تتمتع به من مستوى أوسع للحرية حيث تطرح وتناقش هذه القنوات العديد من الموضوعات التي كانت مُحَرمة للنقاش (تابو) في ظل الإعلام الحكومي ولذا نرى أن القنوات الفضائية الخاصة تحتل مراتب المُشاهدة الأولى عند المُشاهد العرب بتحقيق مبدأ التعددية بعد زمن طويل سيطرت فيه الرقابة على الآراء المطروحة وذلك من خلال الإعلام الحكومي الرسمي، الفضائيات العربية حدّ من قدرة الأنظمة العربية السيطرة على مصادر المعلومات وحجب المعلومات عن المواطن فأصبح للمواطن العربي الحرية لاختيار القناة والمعلومات.

6- البث الفضائي أدى إلى إقامة وتطوير مدن الإنتاج الإعلامي العربية الثلاث في القاهرة ودبي وعمّان، هذه المدن توفر تكنولوجيا متطورة جودة خدمة وتسهيلات مما جذب مئات القنوات الفضائية العربية للبث منها وبعضها انتقل لهذه المدن الإعلامية بعد أن بدا البث خارج الوطن العربي كشبكة MBC التي انتقلت من لندن إلى دبي وشبكة ART التي انتقلت من روما إلى عمان.

1- هبة شاهين، مرجع سبق ذكره، ص1137

7- ربط الجاليات العربية في الخارج بالأوطان العربية العربي من خلال اللغة والموسيقى والثقافة العربية وتغطية أخبار على شاشات القنوات الفضائية خاصة الإخبارية منها.

8- تقريب اللهجات العربية المختلفة للجماهير العربية وتعزيز اللغة العربية الفصحى.

تتسم القنوات الفضائية العربية بعدة سمات منها:

- "ان اغلب القنوات بدأت كقنوات عامة، ولكن بدأت الاتجاه حاليا نحو فتح قنوات متخصصة لجذب جمهور محدد.

- انها تقوم ببث لبرامج المقدمة على القنوات الارضية مع بعض التعديلات

- ان غالبية هذه القنوات مفتوحة غير مشفرة ما عدا استثناءات قليلة

- تعتمد جميع القنوات الفضائية العربية على الاعلان لتغطية تكاليفها جزئيا

برزت في الفترة الاخيرة بعض القنوات الاخبارية التي جذبت جماهير عريضة خاصة

- من المثقفين، وأشبعحت احتياجا فعليا لمصدر عربي يقدم الحقائق بسرعة كما يقدم التفسير

والتعليق بشكل متوازن مثل قناة الجزيرة، العربية" (1)

- لم تتجح الدول العربية حتى الان في اقامة قناة اخبارية باللغة الانجليزية والفرنسية موجهة

للجماهير في الدول لطرح القضايا العربية اوتقديم الحقائق والرأي المتوازن لقضية الصراع

العربي الصهيوني، اوتقديم صورة صادقة للمجتمع العربي"

1- محمد عبد البديع السيد، اثر القنوات الفضائية على الاقيم الاسرية، مرجع سبق ذكره، ص ص 55- 56.

## 5- واقع الفضائية العربية:

تسبقت الدول العربية للحصول على موقع بث في الاقمار الصناعية لبث قنواتها الفضائية، ولهذا فقد نالت بعض القنوات مكانا مميز في البيوت العربية نظرا لان هذه القنوات جاءت للتعبير عن الذات العربية لتأخذ مكانها على الساحة الاقليمية والدولية حتى لا تترك الفراغ للآخرين وبذلك دخلت هذه الدول عصر القنوات الفضائية العابرة للحدود والحواجز وكل ما يؤخذ على هذه القنوات انها لا تؤسس على تخطيط واضح ان اهم النتائج التي حققتها وجاءت امال المشاركة كبيرة وهو الذي يعاني من قلة المادة الاعلامية والثقافية والابداعية العربية، وبالمقابل كان يعاني يوميا من التدفق الاعلامي والثقافي العربي الذي يقابله في كل وسيلة من وسائل الاعلام ولكن سرعان ما تبددت احلام المشاهد العربي في الفضاء الاعلامي الغربي".<sup>(1)</sup>

اي ان الدول العربية اصبحت تمتلك قنوات فضائية عربية تبث ارسالها بواسطة اقمار البث التلفزيوني المباشر تابعة، اما السيطرة الحكومية او ملك لأفراد او هيئات معينة، وهذه القنوات يختص بعضها بعرض برامج دينية وثقافية او يعرض مناقشات اخبارية حول الاحداث الجارية وبعضها يعرض، افلام ومسلسلات عربية وأجنبية.

"ومما يدعو للدهشة ان نسبة كبيرة من البرامج التي تقمها الفضائيات تحاول فيها تقليد الغرب الا أن

1- محمد جاد احمد، الاعلام الفضائي واثره التربوية، العلم والامان للنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 2008، ص98

نسبة لا بأس بها منقولة تماما من برامج اجنبية وكأن قريحة الابداع العربي اكتفت بالاقْتباس الاعادة فقط" (1)

وعلى الرغم من الزيادة العددية في القنوات الفضائية العربية إلا ان اغلب محاولات التطور اقتصرت على جوانب فنية او شكلية لم تشمل نوعية البرامج والمضامين

- "ولقد تحول البث التلفزيوني في معظم القنوات الفضائية وغير الفضائية الى مجرد دعاية اجنبية وقضاياه الحقيقية وحاجته الاساسية للوعي والمعرفة التي تؤهله وتعدده لمواجهة التحديات" (2) وهذا يفرض على المسؤولين عن القنوات الفضائية العربية الاهتمام بالبرامج الثقافية والدينية التي تساعد المشاهد العربي على التصدي لمواجهة الاخطار الناجمة عن البرامج الوافدة عبر هذه القنوات الاجنبية، وأيضا البعد عن البرامج المستوردة والاتجاه الى البرامج العربية التي تعبر عن الفكر العرب .

" فعلى الرغم من الهدف الذي أنشأت من اجله الفضائيات العربية الممثل في التصدي للفكر الغربي الهدام من خلال محتوى البرامج العربية التي تبث على هذه الفضائيات، اي ان "ضعف امتلاك الدول العربية للقدرة التكنولوجية والمعلومات التي تنتج بها البرامج المحلية لأنها مرتفعة التكاليف، جعلها تتجه الى الاستيراد والتقليد وخاصة في البرامج الترفيهية" (3)

1- فاطمة حسين عواد، الاعلام الفضائي، دار اسامة للنشر والتوزيع، الاردن، ط1، 2010، ص 131

2- محمد فاتح حمدي: وآخرون، تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديث الاستخدام والتأثير، مؤسسة الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 2011، ص ص 29- 30.

3- محمد جاد احمد: الاعلام الفضائي واثاره التربوية، مرجع سبق ذكره، ص 36

التي في حد ذاتها تعامل عقل المشاهد العربي بنوع من التسطيح، ومن المعتقد ان دخول الدول العربية في مجال الفضائيات وهي غير مستعدة لذلك من حيث الاعداد لملء ساعات البث التي تغزي هذه الفضائيات ادى الى اعتمادها على برامج القنوات المحلية او البرامج الاجنبية، وبهذه الطريقة تخدم او تحقق الفضائيات العربية اهداف الفضائيات الاجنبية الوافدة بدون قصد الانه لاتوجد سياسة اعلامية عربية موحدة.

## 1-5 برامج القنوات الفضائية:

تتنوع الفضائيات وتختلف حسب البرامج التي تقدمها للمشاهدين، فهناك محطات متخصصة، وهناك محطات فضائية متنوعة، وبي التالي فان البرامج ستختلف في طبيعتها وعددها حسب تخصص المحطات الفضائية وسنعرض فيما يلي انواع البرامج التي تبثها الفضائيات العربية بشكل عام سواء كانت رسمية او اهلية سواء كانت عامة او خاصة :

- البرامج الاخبارية: وهي النشرات الاخبارية او التعليقات التي تتوقف على شخصية المذيع ومن

الامثلة على البرامج الاخبارية: نشرة الاخبار، الافلام الوثائقية

- برامج المناقشات: وهي البرامج التي تكون فيها المحادثات والمناقشات مع شخصيات بارزة بحيث

تكون من الخبراء والمختصين ومن هذه البرامج "برنامج مثلث الحوار" و"برنامج شاهد على العصر

تبثه قناة الجزيرة الفضائية.

- البرامج الترفيهية: وهي برامج الالعاب الجماعية والألغاز والمسابقات التي يجد فيها الجمهور متعة

في المشاهدة وتقوم هذه البرامج بين حشد كبير من الجمهور ومن امثلة هذه البرامج: برنامج

"حروف واللوان" وبرنامج من "سيرج المليون" تبثه قناة mbc.

- برامج المرأة: كثيرا ما تخصص الفضائيات برامج تتعلق بالمرأة وقضاياها وقد تكون على شكل

اخبار او على شكل ندوات ومن هذه البرامج "كلام نواعم" و"برنامج اخبار المرأة" على الفضائية

الاردنية.<sup>(1)</sup>

1- فارس عطوان: الفضائيات العربية، الفضائيات العربية ودرها الاعلامي، مرجع سبق ذكره، 139، 143.

- برامج الاطفال:وتتمثل في افلام كرتونية لتسلية الاطفال، وقد تكون برامج تعليمية، وقد تضم تمثليات وحكايات مدبلجة بلغات مختلفة .

- البرامج الدينية:تقدم هذه البرامج حلقات حوارية وتستضيف علماء دين ومنها ما يقدم اجوبة على اسئلة المتصلين عبر الهاتف او الفاكس ومنها برامج تسجيلية ومنها برامج البث المباشر المذيع وضيفه والمواطنين.

- برامج المنوعات والموسيقى<sup>(1)</sup>

- البرامج الدرامية:وهي برامج الافلام والمسلسلات والراويات

1- فارس عطوان،مرجع سبق ذكره ص 144.

خلاصة:

لقد حتم التطور السريع في مجال تكنولوجيا الاتصال والأقمار الصناعية انتشار الفضائيات العربية كنتيجة طبيعية لهذا التطور فزادت اعدادها ومساحات بثها وتخصصاتها وغزارة انتاجها وبرامجها لكنها اختلفت بأهدافها وسياستها وحرفية عملها وبمضامينها واصبحت من اكثر وسائل الاعلام الجماهيرية انتشارا منها العامة ومنها الخاصة منها المفتوحة ومنها المشفرة، وهي تلبي احتياجات قطعات عريضة من المتلقين بمختلف فئات ومستويات المجتمع.

# قائمة المراجع

## قائمة المراجع:

### المعاجم:

- 01- احمد ابي الحسن:معجم مقاييس اللغة، دار الجيل، لبنان، ط2، 1999
- 2- المنجد الابجدي دار الشرق، المؤسسة الوطنية للكتاب، لبنان، ط 3، 1986
- 3- المنجد الابجدي:دار الشرق، المؤسسة الوطنية للكتاب، ط 1927، 8
- 4- محمد منير حجاب:الموسوعة الاعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع، المجلد 3، 2003

### الكتب:

- 1- احمد بن مرسلي:مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط 3، 2007
- 2- احمد بن مرسلي:مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر ط 4، 2010.
- 3- رشيد زرواتي:تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط 3، 2008
- 4-رشيد محمد الهادي بن يونس:نيل المغانم من تاريخ متقاليد مستغانم، المطبعة العلاوية، الجزائر، ب ط،1998
- 5- احمد جيهان رشتي:الاسس العلمية لنظريات الاعلام، دار النهضة العربية، مصر، ب ط،1993
- 6- احمد محمد جاد:الاعلام الفضائي وأثاره التربوية، العلم والإيمان للنشر والتوزيع، ط 1،2008

- 7- احمد محمد موسى:مدخل الى الاتصال الجماهيري، المكتبة العصرية للنشر والتوزيع، مصر، ب ط،2009
- 8- امام شكري ابراهيم القطان:الاعلام العربي والوعي السياسي، مركز الاسكندرية للكتاب، ب ط، مصر،2009
- 9- جون كورهر:ترجمت اديب خضور، نظرية التلفزيون، مكتبة الاعلام، سورية، ط 1، 2000
- 10- صلاح الدين شروخ:منهجية البحث العلمي، دار العلوم، الجزائر، ب ط،2003
- 11- صالح خليل ابو اصح:الاتصال الجماهيري، دار النشر والتوزيع، فلسطين، ط 1،1999
- 12- عمار بوحوش، محمد ذنبيات:مناهج البحث العلمي وطريقة اعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط 3، 2004
- 13- فارس عطوان :الفضائيات العربية ودورها الاعلامي، دار اسامة للنشر والتوزيع، الاردن، ط 1، 2009،
- 14- فاطمة حسين عواد:الاعلام الفضائي، دار اسامة للنشر والتوزيع، الاردن، ط 1، 2010
- 15- ملفين ديفلربول، روكتيش:ترجمة:عبد الرؤوف كمال، نظريات وسائل الاعلام، دار اسامة للنشر والتوزيع، ب ط
- 16- علي قسايسية:دراسة جمهور وسائل الاعلام ومجلة الوسيط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزء 2، 2003،
- 17- عيساني رحيمة الطيب:العولمة الاعلامية واثارها على مشاهدي الفضائيات الاجنبية، عالم الكتب الحديثة للنشر والتوزيع، الاردن، ط 1، 2010
- 18- محمد حميد بن عيسى:مستغانم تاريخها واحوازها، المطبعة العلاوية، الجزائر، ب ط،1998

- 19- محمد عبد البديع السيد: أثر القنوات الفضائية على القيم الاسرية، العربي للنشر والتوزيع، مصر، ط1، 2009
- 20- محمد عبد الحميد: دراسة الجمهور في بحوث الاعلام، عالم الكتب، مصر، ط1، 1993
- 21- محمد فاتح حمدي: وآخرون، تكنولوجيا الاتصال والإعلام الحديث الاستخدام والتأثير، مؤسسة الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، ط1، 2011
- 22- محمد نصر مهنا: في النظرية العامة للمعرفة الاعلامية للفضائيات العربية والعلوم الاعلامية والمعلوماتية، المكتبة الجامعية، مصر، ب ط، 2002
- 23- نرياجعيبس: التلفزيونات الفضائية العربية، دار الفرابي، لبنان، ط1، 2009
- 24- نصير بوعلي: التلفزيون وأثره على الشباب الجزائري، دار الهدى، الجزائر، ب ط، 2005
- 25- هبة شاهين: التلفزيون العربي، الدار المصرية اللبنانية، مصر، ط1، 2008
- 26- هناء السيد: الفضائيات وقادة الرأي، العربية للنشر والتوزيع، مصر، ط1، 2005

مواقع الانترنت:

1-<http://www.eshamel.net/vp/09-05-2013à14:45>

2-<http://www.echoroukontine.com/live/10-06-2013-10:26>

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -

كلية العلوم الاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

في إطار التحضير لشهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص وسائل الإعلام  
والمجتمع المذكورة تحت عنوان " إقبال الجمهور الجزائري على القنوات الفضائية الجزائرية

الخاصة قناة الشروق لدى الجمهور المستغانمي - نموذجاً

دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المحلي المستغانمي الرجاء منكم الإجابة عن هذه  
الأسئلة بدقة وتركيز مع وضع (x) في الخانة المناسبة.

ونحيطكم علماً بأن المعلومات المقدمة سوف تستخدم لأغراض علمية.

تحت إشراف الاستاذة:

بوخاري حفيظة

من اعداد الطالبة:

بن معمر صباح

## الاستبيان

### السمات العامة:

الجنس: ذكر  أنثى

السن: 30-20  04-30  50 - 40  50 فما فوق

المستوى التعليمي: ابتدائي  متوسط  ثانوي  جامعي

دراسات عليا

مكان الإقامة: حضري  شبه حضري  ريفي

الحالة الاجتماعية: أعزب  متزوج

المستوى المعيشي: جيد  متوسط  ضعيف

### المحور الأول: إقبال الجمهور على مشاهدة القنوات المتخصصة:

1- هل تشاهد التلفزيون الجزائري؟ دائما  أحيانا  نادرا

2- هل تشاهد القنوات الخاصة؟ دائما  أحيانا  نادرا

3- أي قناة تشاهد أكثر؟

الشروق  الجزائرية  الهقار  حسب الظروف

### 4- ماهي دوافع تقضيالك لهذه القناة؟

القيم الثقافية المشتركة  عامل اللغة

أخرى اذكرها.....

5- هل ترى في فتح القناة تطورا في مجال الإعلام

الجزائري؟.....

.....

**المحور الثاني: عادات مشاهدة قناة الشروق:**

1- هل تشاهد قناة الشروق؟ دائما  أحيانا  نادرا

2- ماهي الفترات التي تناسبك لمشاهدة برامج قناة الشروق؟

صباحا  بعد الظهر  المساء  فترة السهرة

3- ماهي دوافع استقبالك لبرامج قناة الشروق؟

المعرفة والاطلاع  المظهر الاجتماعي  الخدمات  التسلية

..... أخرى

4- ماهي البرامج التي تفضل مشاهدتها في قناة الشروق؟

الإخبار  البرامج الاجتماعية  البرامج الدرامية  البرامج الرياضية   
البرامج الثقافية

5- هل تتوفر القناة على جميع مميزات البرنامج الناجح؟ نعم  لا  أحيانا

لماذا في

..... رأيك؟.....

**المحور الثالث: موقف الجمهور من القناة:**

1- هل ترى ان قناة الشروق تمثل كل جهات ومناطق الوطن؟ نعم  لا  أحيانا

إذا كانت الإجابة بنعم فيما يتمثل هذا

التمثيل؟.....

2- هل تلبى القناة اهتمامك ؟ نعم  لا

إذا كانت الإجابة بنعم ماهي اهتماماتك

فيها.....

إذا كانت الإجابة بلا ماهي الاهتمامات التي تجدها في القنوات

الأخرى.....

3- ماهو تقييمك لمستوى القناة؟ جيد  متوسط  ضعيف

4- هل مشاهدة قناة الشروق أثرت في مشاهدتك لقنوات التلفزيون الجزائري العمومي؟

نعم  لا

إذا كانت الإجابة بنعم كيف يؤثر على مشاهدتك

للقناة؟.....

5- في رأيك هل ستنتج قناة الشروق في استقطاب جماهير وطنية عالمية ؟

نعم  لا

لماذا؟.....

ان موضوع دراسة عادة المشاهدة عند الجمهور المحلي المستغامي الذي يدخل ضمن دراسة جمهور قناة الشروق، تم جمع المعلومات حول هذا الجمهور وهذا عن طريق الاستمارة التي سوف نفرغها في جداول احصائية ثم التعليق عليها ومحاولة الاجابة على اسئلة الاشكالية.

### 1- بطاقة فنية حول قناة الشروق تي في.

شهدت الساحة الاعلامية الجزائرية اطلاق قنوات تلفزيونية خاصة تزامنا مع قرار السلطة بفتح مجال السمعي البصري ومن بين تلك القنوات "قناة الشروق".

"انطلق البث التجريبي للقناة في عيد الثورة حيث بدأ البث من عمان على القمر الصناعي نايلسات وجاءت هذه الانطلاقة في الذكرى 57 لاندلاع الثورة التحريرية الجزائرية والذكرى ال11 لتاسيس يومية الشروق واستتبت كرحلة اولى من العاصمة الاردنية عمان وبيروت على ان يتوسع البث انطلقا من المدينة الاعلامية بدبي في الامارات العربية المتحدة والعاصمة القطرية الدوحة فيما فتح مكتب للقناة بالجزائر العاصمة وعدد من ولايات الوطن وبعد انطلق البث الرسمي للقناة اما الانطلاق الرسمي للقناة كان في 2012/03/15".<sup>(1)</sup>

،حيث تبث قناة الشروق باقة من البرامج تتنوع بين نشرات الاخبار،المسلسلات،وبرامج الطبخ والفكاهة والبرامج الرياضية....

**ملكية القناة:**

تعود ملكية القناة الى "علي فضيل" مدير عام لجريدة الشروق اشتغال في الميدان الاعلامي بداية من التسعينيات لما اسس اسبوعية الشروق العربي ثم اسس بعدها يومية الشروق الجزائرية، والتي من خلالها تم تأسيس فضائية "الشروق تي في"

**برامج قناة الشروق:**

برنامج اخباري يومي يحاكي مشاكل الجزائريين "الإعلامية المتألقة ليلي بوريدي" مشاهير الفن برنامج هذه حياتي من اعداد الصحفي والإعلامي توفيق فضيل، يسلط هذا البرنامج الضوء على ،الرياضة والثقافة والأشرطة الفنية الى جانب الحوارات وتحقيقات. برنامج وفعلاوا الخير: برنامج تفاعلي اجتماعي يسعى لمد يد العون للعائلات المعوزة. برنامج رياضي: الشوط الثاني الرياضة في قالب المتعة والإثارة، برنامج رياضي يهتم بتحليل المقابلات والاستجابات وأخبار نجوم الكرة.<sup>(1)</sup>

**2- مكان ومدة البحث:**

لقد بدأت الدراسة من شهر فيفري 2013 الى غاية افريل 2013 بحيث كان مكان الحث في ولاية مستغانم التي تقع في الغرب الجزائري

## 3- تفرغ الاستمارة في جداول احصائية:

لدينا العدد الاجمالي 120، اما فيما يخص الاسئلة فقد كانت 21 سؤال 14 اسئلة مغلقة وهنا سيكون التفرغ حسب اجابة الجمهور عن الاسئلة ولدينا 7 اسئلة مفتوحة وفي تفرغها سوف تخضع للتصنيف وهذا بقراءة كل الاجابات وتصنيفها حسب تكرارها ومحاولة تحليل ودراسة الجداول هي كالآتي:

## 1- الجداول البسيطة:

## 1-1 الجداول الوصفية (1-2-3-4-5-6)

## 1-1-1 جدول يبين توزيع الجنس على عينة المبحوثين:

الجنس	ذكر	أنثى	المجموع
التكرار	60	60	120
النسبة المئوية	%50	%50	%100

نلاحظ في هذا الجدول ان هناك توازن وتساوي في نسب الذكور مع الاناث بحيث بلغت 50% نسبة الذكور تكرار 60، اما الاناث 50% تكرار 60، وهذا راجع الى كون اننا قمنا باختيار العينة بطريقة قصديه وعمدنا على ان يكون هناك توازن الجنسين وهذا حتى نعرف هل يؤثر الجنس في ابعاد المشاهدة عند الجمهور المستغامي.

## 1-1-2 جدول يوضح توزيع المستوى التعليمي على عينة المبحوثين:

السن	30-20	40-30	50-40	50 فما فوق	المجموع
التكرار	49	32	17	22	120
النسبة المئوية	40,83%	26,66%	14,16%	18,33%	100%

يعد تحديد السن من اهم محددات خصائص العينة، وذلك راجع الى ان كل مرحلة عمرية لها اهتمامات وحاجات محددة وانطلاقا من هذا الجدول نلاحظ ان الافراد الذين تتراوح اعمارهم بين (30-20) سنة يحتلون اكبر نسبة والمقدرة بـ40,83% وتظم طاقة شبابية التي تهتم بمعرفة كل ما هو جديد والتطلع على الواقع، بينما يأتي في المرتبة الثانية الفئة العمرية (30-40) وهذا يدل على بنسبة اما المرتبة الثالثة فنجد الفئة العمرية (50 فما فوق) بنسبة 18,33%، وفي الاخير نجد الافراد التي تبلغ اعمارهم بين (40-50) باقل نسبة 14,16%

## 1-1-3 جدول يوضح توزيع المستوى التعليمي على عينة المبحوثين:

المستوى التعليمي	ابتدائي	متوسط	ثانوي	جامعي	الدراسات العليا	المجموع
التكرار	24	15	15	50	2	106
النسبة المئوية	22,64%	14,15%	14,15%	47,16%	1,88%	100%

نلاحظ في هذا الجدول ان اعلى نسبة من المبحوثين كانت للمستوى الجامعي بنسبة 47,16% اما الابتدائي فكانت 22,64% بحيث كان هناك تساوي في النسبة بين المتوسط كانت والثانوي كانت 14,15% اما في الاخير نجد الدراسات العليا بأقل نسبة 1,66%

#### 1-1-4 جدول يوضح توزيع المنطقة الجغرافية على عينة المبحوثين:

مكان الإقامة	حضري	شبه حضري	ريفي	المجموع
التكرار	38	30	52	120
النسبة المئوية	31,66%	25%	43%	100%

نلاحظ في هذا الجدول ان اعلى نسبة من المبحوثين كانت في منطقة الريف بنسبة 34% ثم تليها المنطقة الحضرية بـ 31% وفي الاخير المنطقة شبه حضري بـ 25% ومن هنا نستنتج ان اكبر نسبة كانت عند الريف وهذا راجع الى خصوصية المجتمع المستغانمي حيث مازال ذا طابع ريفي.

#### 1-1-5 جدول يوضح توزيع الحالة الاجتماعية على عينة المبحوثين:

الحالة الاجتماعية	اعزب	متزوج	المجموع
التكرار	58	62	120
النسبة المئوية	48,33%	51,66%	100%

نلاحظ من خلال الجدول ان الحالة الاجتماعية لإفراد العينة كانت متقاربة حيث بلغت بنسبة المتزوجين 51,66% في حين بلغت نسبة العزب بـ 48,33%

#### 1-1-6-1 جدول يوضح المستوى المعيشي على عينة المبحوثين:

المستوى المعيشي	جيد	متوسط	ضعيف	المجموع
التكرار	20	75	15	120
النسبة المئوية	%16,66	%70,83	%12,5	%100

نلاحظ من خلال الجدول ان المستوى المعيشي لأفراد العينة لأبأس به، حيث يصل الى نسبة 12,5% فقط. بـ 70,83% (متوسط)، في حين نلاحظ ايضا افراد العينة ذوي المستوى المعيشي (الجيد) بنسبة 16,66% كما بلغ المستوى المعيشي (الضعيف) 12,5% فقط.

## 1-2-1 اقبال الجمهور على مشاهدة القنوات الخاصة:

### 1-2-1-1 جداول تمثل نسبة مشاهدة التلفزيون الجزائري:

هل تشاهد التلفزيون الجزائري؟	دائما	احيانا	نادرا	المجموع
التكرار	25	65	30	120
النسبة المئوية	%20,83	%54,16	%25	%100

نلاحظ من خلال الجدول ان اغلب افراد العينة يشاهدون التلفزيون الجزائري احيانا، وبلغت نسبهم 54,16%، تليها نسبة 25% من افراد العينة أجابوا بنادرا، وتأتي نسبة الذين أجابوا بـ دائما بنسبة 20,83%.

### 1-2-2-1 جدول يمثل نسبة مشاهدة القنوات التلفزيونية الخاصة:

هل تشاهد القنوات الخاصة؟	دائما	احيانا	نادرا	المجموع
التكرار	36	63	21	120
النسبة المئوية	%30,50	%52,50	%17,50	%100

يتبين لنا من خلال الجدول ان نصف افراد العينة يشاهدون القنوات التلفزيونية الخاصة احيانا، وبلغت نسبتهم بـ 52,5%، تليها نسبة 30% من افراد العينة أجابوا بدائما، اما في الاخير بنسبة 17,50% اجابوا بنادرا.

### 1-2-3 جدو يمثل نسبة اكثر قناة مشاهدة:

اي قناة تشاهد اكثر؟	الشروق	الجزائرية	الهقار	حسب الظروف	المجموع
التكرار	53	36	5	26	120
النسبة المئوية	%44,16	%30	%4,16	%21,66	%100

نلاحظ من خلال الجدول ان القناة الاكثر مشاهدة لدى افراد العينة هي قناة الشروق، حيث بلغت النسبة 44,16%، تليها قناة الجزائرية، وبلغت نسبتها 30%، في حين بلغت نسبة افراد العينة الذين يشاهد القنوات حسب اهتماماته وحسب ظروفه فكانت 21,66%، اما نسبة 4,16 فأخذتها قناة الهقا، ومنه نستنتج ان قناة الشروق استطاعت ان تصل الى المشاهد وهذا بفضل تنوع برامجها وفتحها باب الحوار الصريح مع المواطنين ليتحدث عن همومه ومشكلاته اليومية لتسير الطريق امام نوع من الحرية الاعلامية.

## 1-2-4 جدول يمثل دوافع تفضيل القناة:

ماهي دوافع تفضيلك للقناة؟	القيم الثقافية	عامل اللغة	أخرى	المجموع
اتكرار	61	47	12	120
النسبة المؤوية	%50,83	%39,16	%10	%100

ان اسباب ودوافع تفضيل القناة حسب افراد العينة كانت معظم إجابتهم القيم الثقافية المشتركة، وبلغت النسبة %50,83، اما عن اجابة اللغة فقدرت بـ %39,16، اما النسبة %10 فأخذتها إجابات أخرى.

## 1-2-5 جدول يمثل تطور الاعلام الجزائري في ضل فتح القناة:

هل ترى في فتح القناة تطور في مجال الاعلام	نعم	نوعا ما	لا	المجموع
التكرار	34	20	18	72
النسبة المؤوية	%47	%27,77	%25	%100

نلاحظ من خلال الجدول ان اغلب الاجابات كانت بنعم حيث بلغت %47 وهذا مايدل على ان الاعلام الجزائري في تطور مستمر فيحن بلغت نسبة الاجابة بنوعا ما بـ %27,77 اما الاجابات بلا فكانت بأقل نسبة بـ %25 ومن هنا نستنتج ان الاعلام الجزائري تطور وخاصة الاعلام السمعي بصري الذي عرف في الاونة الاخيرة ظهور العديد من القنوات الخاصة .

## نتائج المحور الثاني:

فيما يتعلق بي هل تشاهد التلفزيون الجزائري؟ اجابت الاغلبية بأحيانا بنسبة 54,16% وأجابوا بنادرا بنسبة 25% وأخيرا الاجابة بدائما بلغت نسبة 20,83%.

اما عن المتغير هل تشاهد القنوات الخاصة؟ نجد ان الاغلبية أجابت بأحيانا بنسبة 52,50% وأجابوا بدائما بنسبة 30,50% وجاءت في الاخير الاجابة بنادرا بلغت نسبته 17,50%.

اما عن السؤال: ما هي القناة الاكثر مشاهدة؟ فكانت الاغلبية بقناة الشروق، وبلغت النسبة ب44,16% وتليها القناة الجزائرية بنسبة 30% اما نسبة 21,66% فقد اخذتها الاجابة حسب الظروف وفي الاخير نجد قناة الهقار بأقل نسبة 4,16%.

فيما يتعلق بدوافع تفضيل القناة ذهبت النسبة الى القيم الثقافية المشتركة، بلغت نسبتها ب

50,83% اما الاجابة بعامل اللغة فبلغت نسبتها 39,16% وأخيرا الاجابة 10% أخذتها دوافع

اخرى.

وما يتعلق بمتغير اذا كان لفتح هذه القناة تطور في مجال الاعلام الجزائري فأجابت الاغلبية بنعم بنسبة 47% اما نسبة 27,77% فقد اخذتها الاجابة بنوعا ما اما الذين اجابوا بلا بلغت نسبتهم 25%.

## 1-3 جداول تمثل عادات مشاهدة قناة الشروق:

## 1-3-1 جدول يمثل نسبة مشاهدة قناة الشروق:

هل تشاهد قناة الشروق؟	دائما	احيانا	نادرا	المجموع
التكرار	40	57	23	120
النسبة المئوية	%33,33	%47,5	19,16%	%100

يتبين لنا من خلال الجدول ان اغلبية افراد العينة يشاهدون قناة الشروق احيانا، وبلغت نسبتهم

47,5%، تليها نسبة 33,33 من افراد العينة اجابوا بدائما، وتأتي نسبة الذين اجابوا بنادرا

19,16%.

### 1-3-2 جدول يمثل توزيع المشاهدة على الاوقات:

ماهي فترات المشاهدة؟	صباحا	بعد الظهر	مساء	فترة السهرة	المجموع
التكرار	5	7	36	69	120
النسبة المئوية	%4,16	%5,83	%30	%57,5	100%

يبين الجدول الفترات التي يفضلونها افراد العينة عند مشاهدتهم لقناة الشروق فجاءت في الصدارة

فترة السهرة وبلغت 57,5% اي ما يعادل نصف افراد العينة، تليها من فضلوا اوقات المساء،

وبلغت النسبة بـ30%، في حين اخذت فترة بعد الظهر قيمة 5,83% لى جانب فترة الصباح بنسبة

الظهر وفترة الصباح 4,16% ومن الطبيعي ان نجد فترتي السهرة والمساء اكثر من الفترة

الصباحية وفترة ما بعد الظهر ويرجع هذا الى ان الافراد يمكثون في البيت في الليل اكثر منها في اوقات اخرى.

### 1-3-3 جدول يمثل دوافع استقبال برامج قناة الشروق:

المجموع	التسلية	الخدمات	المظهر الاجتماعي	المعرف والاطلاع	ماهي دوافع تفضيلك لبرمج القناة؟
120	18	9	38	55	التكرار
%100	%15	%7,5	%31,66	%45,83	النسبة المؤوية

نلاحظ ان معظم الاجابات تركزت على المعرفة والإطلاع والتي بلغت %45,83 ثم تأتي في المرتبة الثانية المظهر الاجتماعي بنسبة %31,66 ثم التسلية ب%15 وفي الاخير نجد الخدمات بنسبه %5، ومنه نستج ان نسبة المعرفة والإطلاع كانت كبيرة ويعود الى تنوع برامج القناة واختلافها كما ان الجمهور يتميز بحب الاطلاع والبحث عن المعرفة.

### 1-3-4 جدول يمثل نسبة توزيع المشاهدة على البرامج:

المجموع	ثقافية	رياضية	درامية	اجتماعية	الاخبار	البرامج
---------	--------	--------	--------	----------	---------	---------

120	8	11	15	30	56	التكرار
100%	%6,66	%9,16	%12,5	%25	%46,66	النسبة المؤوية

نلاحظ ان اعلى نسبة مشاهدة كانت الاخبار حيث بلغت %46,66، ثم تليها مشاهدة البرامج الاجتماعية بـ %25 ثم البرامج الدرامية بنسبة %12,5، وفي الاخير نجد كل من البرامج الرياضية بـ %9,1 والرياضية بنسبة %6,66، ومن هنا نلاحظ ان نسبة مشاهدة الاخبار كانت اكبر وهذا راجع الى ان هذا الجمهور يتميز بحب الاطلاع ومعرفة ما يحيط بها من احداث واخبار ثم تأتي مشاهدة البرامج الاجتماعية، وهذا ما يدل على ان طبيعة هذه البرامج تقدم معلومات للمبحوثين.

### 1-3-5 جدول يمثل نسبة توفر القناة على جميع مميزات البرنامج الناجح:

المجموع	احيانا	لا	نعم	توفر القناة على البرنامج الناجح
120	66	28	26	التكرار
%100	%55	%23,33	%21,66	النسبة المؤوية

نلاحظ ان اغلب الاجابات كانت بأحيان بنسبة %55، اما نسبة الاجابة بنعم قدرت بـ %26 اما الاجابة بلا قدرت بـ %23,33 ويعود هذا الاختلاف الي ان القناة حديثة النشأة مقارنة بالقنوات الاخرى.

نتائج المحور الثالث:

فيما يتعلق بمشاهدة قناة الشروق اجابت الاغلبية باحيانا بنسبة 47,5% وبلغت نسبة 33,33% الذين يتابعون قناة الشروق دائما وتأتي في الاخير نسبة الذين اجابوا بنادرا بنسبة 19,16% اما فيما يعلق بمتغير الوقت فنصف افراد العينة كان الوقت المناسب لديهم هو فترة السهرة وبلغت نسبتها 57,5%، ثم تليها الفترة المسائية بنسبة 30%، وبنسبة 5,83% فترة بعد الظهر، في حين جاءت الفترة الصباحية في الاخير بنسبة 4,16%

ام عن دوافع وأسباب مشاهدة القناة، فكانت المعرفة والإطلاع بنسبة 45,83%، وبي نسبة 31,66% المظهر الاجتماعي ثم التسلية بنسبة 15% في حين جاءت الخدمات في الاخير بنسبة 7,5%.

اما فيما يتعلق بالبرامج التي تبثها القناة جاءت الاخبار في المرتبة الاولى بنسبة 46,66% تأتي بعدها البرامج الاجتماعية بنسبة 25%، ثم تليها البرامج الدرامية بنسبة 12,5%، وبنسبة 9,16% البرامج الرياضية، ثم البرامج الثقافية بنسبة 6,66%.

اما فيما يتعلق بتوفر القناة المميزات البرنامج الناجح اجاب الاغلبية بأحيانا بنسبة 55%، وأجابوا بلا بنسبة 23,33%، في الاخير كانت الاجابة بنعم بنسبة 21,66% .

#### 1-4 جداول تمثل موقف الجمهور من القناة:

#### 1-4-1 جدول يمثل مدى تمثيل قناة الشروق مختلف جهات الوطن:

هل تمثل القناة كل جهات الوطن	نعم	لا	احيانا	المجموع
التكرار	44	21	55	120
النسبة المئوية	%36,66	%17,5	%45,83	%100

نلاحظ ان الاجابة بنعم قدرت بـ36,66% اما الاجابة قدرت بـ 17,5% اما الاجابة بأحياننا قدرت بـ 45,83% نجد ان معظم المبحوثين تتوافق اجوبتهم على ان قناة الشروق تمثل كل جهات ومناطق الوطن وهذا من خلال برامجها.

#### 1-4-2 جدول يمثل نسبة اهتمام الجمهور بالقناة:

هل تليي القناة اهتمامك؟	نعم	لا	المجموع
التكرار	62	58	120
النسبة المئوية	%51,66	%48,33	%100

نلاحظ من خلال الجدول ان نسبة 51,66% اجابوا بنعم اي ما يقال بأن قناة الشروق تليي اهتمامات الجمهور، اما البقية الذين اجابوا بلا فكانت نسبتهم 48,33%، ومنه نستج ان اغلب المبحوثين تليي القناة اهتماماتهم وحجاتهم.

#### 1-4-3 جدول يمثل تقييم مستوى القناة:

ما هو تقييمك لمستوى القناة؟	جيد	متوسط	ضعيف	المجموع
التكرار	16	76	18	120

النسبة المؤوية	%13,33	%71,66	%15	%100
----------------	--------	--------	-----	------

نلاحظ من خلال الجدول ان مستوى قناة الشروق لأبأس به، حيث يصل الى نسبة %71,66 (متوسط)، في حين نلاحظ ايضا ان قناة الشروق ذو مستوى (ضعيف) بنسبة %15 في حين يرى افراد العينة ان مستوى القناة جيدة حيث بلغت نسبة هذه الاجابة %13,33، والبعض الاخرى يراها ذا مستوى متوسط حيث بلغت نسبة هذه الاجابة %71,66 اما البقية فترها ذا مستوى ضعيف %15 وهذا راجع الى نقص الدقة في المعلومات.

#### 4-4-1 جدول يمثل اثر مشاهدة قناة الشروق على مشاهدة القنوات التلفزيون الجزائري

العمومي:

هل مشاهدة القناة اثر على مشاهدة التلفزيون الجزائري	لا	نعم	المجموع
التكرار	85	35	120
النسبة المؤوية	%70,83	%29,16	%100

نلاحظ ان نسبة الاجابة بلا قدرت بـ70,83% اما الاجابة بنعم قدرت بـ29,16% ومنه نجد ان اغلب المبحوثين اتفقوا على عدم تأثير قناة الشروق على مشاهدة قنوات التلفزيون الجزائري العمومي

#### 1-4-5 جدول يمثل نسبة استقطاب القناة للجماهير الوطنية والعالمية:

المجموع	لا	نعم	استقطاب القناة للجماهير الوطنية والعالمية
109	34	75	التكرار
%100	%31,19	%68,88	النسبة المؤوية

نلاحظ ان اغلب المبحوثين يرو ان قناة الشروق ستستقطب الجماهير الوطنية والعالمية فقد كانت الاجابة بنعم بنسبة 68,88% ثم بأقل درجة عند الاجابة بلا بنسبة 31,19% وهذا يعني ان القناة في تطور ملحوظ حسب رأي المبحوثين وهذا ما اكدته نتائج الجدول السابقة وهذا يعني ان القناة مازالت تستقطب الجماهير العالمية والوطنية وهذا من خلال برامجها المتنوعة.

#### نتائج المحور الرابع:

فيما يتعلق بالسؤال هل تمثل قناة الشروق مختلف جهات ومناطق الوطن؟ اجاب الاغلبية بأحيانا بنسبة 45,83% وأجابوا بنعم بنسبة 36,66%، وفي الاخير الاجابة بلا بلغت نسبتها 17,5%

اما عن المتغير هل تلبي القناة اهتمامك فاجابة الاغلبية بنعم بنسبة 51,66% اما الاجابة بلا بلغت 33,33%.

اما عن السؤال ما هو تقييمك لمستوى القناة فكانت الاجابة بلا بأس (متوسط) بنسبة 71,66% ثم الاجابة بضعيف بنسبة 15%، اما الاجابة بجيد فكانت نسبتها 13,33%.

وفيما يخص تأثير مشاهدة القناة الشروق على مشاهدة التلفزيون الجزائري العمومي اجابت الاغلبية بلا بنسبة 70,83%، اما الاجابة بنعم بلغت نسبتها 29,16%.

اما عن متغير استقطاب القناة للجماهير الوطنية والعالمية فأجابت الاغلبية بنعم بنسبة 68,86%، اما الاجابة بلا فبلغت 31,19%.

## 1-2 جداول تمثل علاقة المتغيرات الستة مع ابعاد عادات المشاهدة:

### 1-1-2 جدول يوضح علاقة المتغير الجنس بنسبة المشاهدة:

المجموع	انثى %		ذكر %		الجنس نسبة المشاهدة
	النسبة المؤوية	التكرار	النسبة المؤوية	التكرار	
40	20%	24	13,33%	16	دائما

57	%21,66	26	%25,83	31	احيانا
23	%8,33	10	%10,83	13	نادرا
120	%100	60	%100	60	المجموع

يوضح هذا الجدول علاقة متغير الجنس بنسبة متابعة قناة الشروق حيث يشاهد اغلب افراد العينة احيانا وهذا راجع الى متابعة قنوات فضائية اخرى وكذلك انشغالات المبحوثين بأمر اخرى، فكانت اكبر نسبة عند الذكور والتي بلغت %25,83، وعند الاناث %21,66، ويشاهدونها دائما باعلى نسبة عند الاناث وبلغت نسبتها %20، اما %13,33، ويشاهدوها بعض افراد العينة دائما حيث بلغت اعلى نسبة عند الذكور فبلغت ب%10,83 في حين بلغت نسبة الاجابة عند الاناث %8,33.

## 2-1-2 جدول يمثل علاقة الجنس بتوزيع نسبة المشاهدة على البرامج:

المجموع	انثى %		ذكر %		الجنس البرامج
	النسبة المؤوية	التكرار	النسبة المؤوية	التكرار	
56	%22,5	27	%24,16	29	الاخبار
30	%14,5	17	%10,83	13	البرامج الاجتماعية

14	%6,66	8	%5	6	البرامج الدرامية
11	%2,5	3	%7,5	9	البرامج الرياضية
8	%4,16	5	%2,5	3	البرامج الثقافية
120	%100	60	%100	60	المجموع

ان اغلب افراد العينة الذين يشاهدون قناة الشروق يشاهدون الاخبار بالدرجة الاولى حيث سجل لها نسبة 24,16% عند الذكور ونسبة 22,5% عند الاناث و يتبين من هذا الجدول ان الأخبار احتلت ا كبر نسبة عند الذكور هذا راجع الى كون هذه الفئة تحاول معرفة اخبار المحيط الاجتماعي عكس الاناث التي لا تهتم بهذه المواضيع ، ويشاهدون البرامج الاجتماعية في المرتبة الثانية، حيث سجلت اعلى نسبة عند الاناث وبلغت 14,5% ونسبة 10,83 عند الذكور وتأتي مشاهد البرامج الدرامية في المرتبة الثالثة، فقد بلغت اعلى نسبة الاناث بنسبة 6,66% وراجع الى خصوصية الاناث بحيث يميل هذا الجنس الى متابعة البرامج الدرامية جاءت النسبة عند الذكور 5%، اما فيما يخص البرامج الرياضية فنجد ان الذكور اكثر من الاناث حيث بلغت نسبتها 7,5% اما عند الاناث فكانت 2,5%، ونستنتج ان طبيعة جنس الذكور تجعلهم يهتمون بالرياضة كونهم يمارسونها اكثر من الاناث وفي الاخير نجد البرامج الثقافية، حيث نجد اعلى نسبة عند الاناث 4,16%، ثم تليها نسبة 2,5% عند الذكور ومنه نستنتج ان هناك فروقات في تفضيل البرامج المشاهدة في قناة الشروق بين الذكور والاناث.

## 2-2- جداول توضح علاقة متغير السن بإقبال الجمهور على مشاهدة القنوات الخاصة :

## 2-2-1 جدول يمثل علاقة متغير السن بنسبة المشاهدة للقنوات الخاصة:

المجموع	50 فما فوق		50-40		40-30		30-20		السن مشاهدة القنوات الخاصة
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
25	%5,83	7	%2,5	3	%4,16	5	%8,33	10	دائما
65	%9,16	11	%5	6	%15,83	19	%15,83	29	احيانا
30	%3,33	4	%6,66	8	%6,66	8	%8,33	10	نادرا
120	%18,33	22	%16,14	17	%26,66	32	%40,83	49	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول ان اغلب افراد العينة يشاهدون للقنوات الخاصة احيانا، فقد تساوت

نسب بين الفئتين العمريتين (30-20) و (40-30) بنسبة 15,83%، ثم تليها الفئة العمرية

(50 فما فوق) بنسبة 9,16% و 5% من الفئة العمرية (5-40)، ويشاهدها نادرا بأكبر نسبة عند

الفئة (30-20) وبلغت 8,33% وينسب متساوية عند الفئتين (40-30) و (50-40) بنسبة

6,66% وفي الاخير نجد الفئة العمرية (50 فما فوق) بأقل نسبة والمقدرة بـ 3,33%، ويشاهدها

بعض افراد العينة دائما وكانت اكبر نسبة عند الفئة (30-20) والتي بلغت 8,33% في حين

تتقارب النسب بين الفئات الأخرى، وقد تبين من الإجابات عدم وجود فروق معتبرة بين نسب إجابات الفئات العمرية في مشاهدتهم للقنوات الخاصة وهذا راجع حداثة هذه القنوات وان الجمهور يتطلع إلى كل ما هو جديد.

### 2-2-2- جدول توضح علاقة المتغير السن بأكثر قناة مشاهدة:

المجموع	50 فما فوق		50-40		40-30		30-20		السن أكثر القنوات مشاهدة
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
53	9,16	11	7,5	9	11,66	14	15,83	19	الشروق
36	5,83	7	2,5	3	7,5	9	14,16	17	الجزائرية
5	0	0	1,66	2	1,66	2	0,83	1	الهقار
26	3,33	4	2,5	3	5,83	7	10	12	حسب الظروف
120	18,33	22	14,16	17	22,66	32	40,83	49	المجموع

يتضح من الجدول ان :اغلب افراد العينة الذين يشاهدون القنوات الخاصة يقبلون كثيرا على مشاهدة قناة الشروق، فقد احتلت المرتبة الاولى في كثافة المشاهدة من طرف العينة فقد اجابت

نسبة 15,83% من الفئة العمرية (20-30)، وأجابت نسبة 11,66% من الفئة العمرية

(30-40) الذين يشاهدون قناة الشروق، وأجابت بنسب متقاربة كلى من الفئتين العمريتين

(40-50)، (50 فما فوق)، وجاءت القناة الجزائرية في المرتبة الثانية و كانت اكبر نسبة

14,16% لدى الفئة العمرية (20-30)، ونسبة 7,5% عند الفئة العمرية (30-40)، أما الفئة العمرية (40-50) فقدرت نسبتها 5,83% وفي الأخير نجد الفئة العمرية (40-50)، بأقل نسبة والمقدرة بـ 2,5%، ثم تأتي مشاهدة القنوات حسب الظروف وكانت أكبر نسبة عند الفئة العمرية (20-30) بنسبة 10%، ثم تلت هذه الفئة كل من الفئات (30-40) بنسبة 5,83% ثم (40-50) بنسبة تقدر بـ 3,33%، ثم تلت، وجاءت في المرتبة الأخيرة قناة الهقار بنسب متساوية عن الفئتين (30-40) و(40-50) بنسبة 1,66%

### 2-3-1- جدول يمثل علاقة المتغير المستوى التعليمي بتمثيل القناة كل جهات الوطن:

المجموع	الدراسات العليا		جامعي		ثانوي		متوسط		ابتدائي		المستوى تمثيل القناة لجهات الوطن
	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	%	ت	
65	1,66	2	22,5	27	9,16	11	7,5	9	13,33	16	القيم الثقافية

38	0	0	16,66	20	3,33	4	5	6	6,66	8	عامل اللغة
3	0	0	2,5	3	0	0	0	0	0	0	اخرى
106	100	0 2	100	50	100	15	100	15	100	24	المجموع

من خلال الجدول نلاحظ ان اغلبية افراد العينة يفضلون مشاهدة قناة الشروق لقيمها الثقافية المشتركة وبلغت اكبر نسبة عند الجامعين بنسبة 22,5%، ونسبة 13,33% عند ذوي المستوى الابتدائي، يليها في المرتبة الثالثة عند الثانويين بنسبة 9,16%، اما المستوى المتوسط فبلغت نسبته 7,5%، وفي الاخير نجد الدراسات العليا بأقل نسبة، ثم يليها عامل اللغة حيث بلغت اكبر نسبة عند الجامعين بنسبة 16,66%، ونسبة 6,66% عند الثانويين، في حين تقاربت النسب بين المسويات الاخرى.

### 2-3-1 جدول يمثل علاقة المتغير المستوى التعليمي بنجاح القناة:

المجموع	دراسات عليا		جامعي		ثانوي		متوسط		ابتدائي		المستوى نجاح القناة
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
72	1,92	2	39,42	41	4,80	5	7,69	8	15,38	16	نعم

34	0	0	8,65	9	9,61	10	6,73	7	7,69	8	لا
104	1,92	02	48,07	50	14,42	15	14,42	15	23,07	24	المجموع

يتضح من خلال الجدول ان اكبر نسبة نجاح للقناة كانت المستوى الجامعي التي كانت بنعم بنسبة 39,42% ثم يأتي المستوى الابتدائي بنسبة 15,38% وفي الاخير نجد الدراسات العليا بأقل نسبة 1,92% فيحين الاجابة بلا كانت اكبر نسبة عند المستوى الثانوي ب 9,61% ثم يليها المستوى المتوسط بنسبة 6,73%

#### 2-4-1 جدول يمثل علاقة المتغير مكان الإقامة باهتمامات الجمهور للقناة:

المجموع	ريفي		شبه حضري		حضري		مكان الإقامة هل تلبى القناة اهتماماتك؟
	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
62	23,33%	28	11,66%	14	16,66%	20	نعم

58	%20	24	%13,33	16	%15	18	لا
120	%43	52	%25	30	%31,66	38	المجموع

نلاحظ ان نسبة تلبية القناة لاهتمامات الجمهور كانت اكبر نسبة في منطقة الريف بـ23,33% ثم تليها المنطقة الحضرية بـ16,66%، فحين تنخفض هذه النسبة الى 11,66% في المنطقة شبه حضرية، فهنا خصوصية المنطقة الجغرافية تؤثر على نسبة تلبية القناة لاهتمامات الجمهور وهذا راجع الى ان منطقة الريف في المجتمع المستغامي مازلت محافظة كما نجد في منطقة الريف السلطة الابوية واضحة، كما ان انخفاض نسبة الاهتمام في المنطقة الحضرية وشبه حضرية راجع الى توفر بعض المرافق العمومية مثل قاعات الانترنت وانخراطهم في بعض النوادي الرياضية والثقافية.

#### 2-4-2 جدول يمثل تمثيل قناة الشروق لكل جهات الوطن:

المجموع	ريفي		شبه حضري		حضري		مكان الإقامة تمثيل القناة لمناطق الوطن
	النسبة المؤوية	التكرار	النسبة المؤوية	التكرار	النسبة المؤوية	التكرار	

44	%20,83%	25	%8,33	10	%7,5	9	نعم
21	%8,33	10	%2,5	3	%6,66	8	لا
55	%41,66	50	%1,66	2	%2,5	3	أحيانا
120	%100	85	%100	15	100%	20	المجموع

يوضح لنا الجدول ان هناك فروق في تمثيل القناة لكل جهات ومناطق الوطن لدى افراد العينة بين من يسكن في الريف، والمدينة و الشبه الحضري حيث بلغت اكبر نسبة عندى سكان الريف باحيانا بنسبة %41,66، وبنسبة %2,5 في المنطقة الحضرية وفي الاخير نجد منطقة شبه حضري بأقل نسبة %1,66، اما بقية افراد العينة فترى ان قناة الشروق تمثل كل مناطق الوطن حيث بلغت اكبر نسبة عند سكان الريف بـ %20,83، تليها المنطقة شبه الحضرية بنسبة %8,33 وفي الاخير نجد المنطقة الحضرية بنسبة %7,5، اما الاجابة بلا فبلغت اكبر نسبة في الريف بنسبة %8,33، في حين تتقارب النسب في كلى من المنطقتين الحضرية وشبه حضرية.

### 2-5-1- جدول يمثل علاقة متغير الحالة الاجتماعية بأوقات مشاهدة القناة:

المجموع	متزوج		اعزب		الحالة الاجتماعية اوقات المشاهدة
	النسبة المؤوية	التكرار	النسبة المؤوية	التكرار	

5	%2,5	3	%1,66	2	صباحا
7	%1,66	2	%4,16	5	بعد الظهر
38	%17,5	21	%14,16	17	مساء
70	%30	36	%28,33	34	فترة السهرة
120	%100	62	%100	58	المجموع

يتضح من خلال الجدول ان هناك فروق في تفضيل فترات المشاهدة بين المتزوجين والعزب، حيث بلغت اكبر نسبة مشاهدة لبرامج قناة الشروق عند المتزوجين في فترة السهرة بنسبة 30%، ونسبة 28,33% عند غير المتزوجين ثم تليها في المرتبة الثانية الفترة المسائية، حيث بلغت اكبر نسبة عند المتزوجين وذلك بنسبة 17,5%، اما عند العزب فبلغت نسبة 14,16% وفي الاخير نجد كلى من فترة بعد الظهر والفترة الصباحية.

## 2-5-2 - جدول يمثل علاقة متغير الحالة الاجتماعية بمستوى القناة:

المجموع	متزوج	اعزب	الحالة الاجتماعية
---------	-------	------	-------------------

ما هو تقييمك لمستوى القناة؟	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	
جيد	7	5,83%	9	7,5%	16
متوسط	40	33,33%	46	38,33%	86
ضعيف	11	9,16%	7	7,5%	18
المجموع	58	100%	62	100%	120

من ملاحظة الجدول يتضح لنا ان كلا من الحالتين تتقارب نسبة تقييمهم لمستوى القناة حيث يرى انها ذات مستوى متوسط، حيث بلغت نسبتها عند المتزوجين 38,33% اما عند الجمهور الاعزب بلغت 33,33%، ثم يليها المستوى الجيد والمستوى الضعيف بأكثر نسبة عند المتزوجين ثم تأتي في المرتبة الثانية عند الجمهور الاعزب.

2-6-1- جدول يمثل علاقة المتغير المستوى المعيشي بتوفر القناة على مميزات البرنامج

الناجح:

المجموع	ضعيف		متوسط		جيد		المستوى المعيشي مميزات البرنامج
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
26	%2,5	3	%16,66	20	%3,33	4	نعم
28	%4,16	5	%15,83	19	%3,33	4	لا
66	%5,83	7	%38,33	46	%10	12	احيانا
120	%100	15	%100	85	%100	20	المجموع

يبين لنا الجدول توفر القناة على مميزات البرنامج الناجح، ومن خلال الجدول يتضح ان اغلب الاجابات باحيانا عند فئة ذوي الدخل المتوسط بنسبة 38,33%، وبنسبة 10% عند ذوي المستوى الجيد، اما المستوى الضعيف فبلغت نسبته 5,83%، تليها الاجابة بنعم حيث بلغت اكبر نسبة الدخل المتوسط بنسبة 16,66%، في حين تقاربت النسب بين المستوى الجيد والضعيف اما الاجابة بلا فكانت اكبر نسبة عند الدخل المتوسط 15,83%، وبلغت نسبة 4,16 عند ذوي الدخل الضعيف، وفي الاخير نجد فئة ذوي الدخل الجيد بنسبة 3,33%.

2-6-2 جدول يمثل علاقة المستوى المعيشي بأثر مشاهدة قناة الشروق على التلفزيون

الجزائري العمومي:

المجموع	ضعيف		متوسط		جيد		المستوى المعيشي تأثير مشاهدة القناة
	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
35	5%	6	15,83%	19	8,33%	10	نعم
85	7,5%	9	55%	66	33,8%	10	لا
120	100%	15	100%	85	100%	20	المجموع

يبين لنا الجدول اثر مشاهدة قناة على مشاهدة التلفزيون الجزائري العمومي، ومن خلال الجدول نجد ان فئة ذوي الدخل المتوسط نسبتهم بالإجابة عن السؤال "لا" هي اكبر نسبة عن باقي الفئات وقدرت ب 15% اما ذوي الدخل الجيد والضعيف فكانت نسبهم متقاربة نوعا ما حيث قدرت بنسبة 33,8% عند ذوي الدخل الجيد و 7,5% عند ذوي الدخل الضعيف والإجابة عن السؤال "نعم" فكانت بنسبة 15,83% عند ذوي الدخل المتوسط و 8,33% عند ذوي الدخل المعيشي الجيد ونسبة 5% عن الفئة ذات الدخل الضعيف .

## استنتاج عام:

من خلال الاطار التطبيقي تمكنا من رسم صورة حول رأي الجمهور في قناة الشروق كونها قناة حديثة النشأة، غنية بالبرامج

ومن اهم النتائج النتائج التي تحصلنا عليها مايلي:

توجد اغلبية واضحة في رأي المبحوثين في مشاهدة القنوات الخاصة وذلك من خلال إجاباتهم، وكانت نسبة المشاهدة بأحيانا بنسبة 52% وكانت اكثر قناة مشاهدة الشروق، وهذا نظرا لما تقدمه من برامج مختلفة تميزها عن القنوات الاخرى، اجاب اغلب افراد العينة بان دوافع مشاهدتهم قناة الشروق هي القيم الثقافية المشتركة، وذلك بنسبة 50%، يليها عامل اللغة بنسبة 39%، وهذا ما يثبت لنا ان الاعلام الجزائري تطور وخاصة الاعلام السمعي بصري .

اما فيما يخص مشاهدة قناة الشروق، نستنتج ان اغلب المبحوثين، يشاهدون قناة الشروق وكانت نسبة المشاهد بأحيانا نظرا لانشغال المبحوثين بأمر أخرى وكانت البرامج الاخبار في المرتبة الاولى مشاهدة نظرا لطحها ومعالجتها مواضيع تمس المجتمع الجزائري.

في حين اقر اغلب المبحوثين بأن الاسباب التي تدفعهم لمشاهدة القناة هي المعرفة والإطلاع، وذلك بنسبة 45,83% ويليها المظهر الاجتماعي .

كما يرى المبحوثين ان قناة الشروق تتوفر على مميزات البرنامج الناجح، وكانت اعلى نسبة باحيانا نظرا الان القناة حديثة، ونقص الخبرة.

اما فيما يتعلق بموقف الجمهور من القناة نستنتج ان:

من خلال السؤال مدى تمثيل قناة الشروق لمختلف جهات ومناطق الوطن وجدنا بان الاغلبية اجابوا باحيانا، وهذا راجع الى ما يللمسه افراد العينة من هذه القناة من برامج لها علاقة بإرساء المعالم الثقافية وتقاليد وعدات والأنماط الحياتية للمجتمع الجزائري، وهذا ما تأكده اغلبية واضحة في رأي المبحوثين حول تلبية قناة الشروق الاهتمامات الجمهور حيث كانت الاجابة بنعم، اما عن مستوى القناة فكان المستوى الالبأس به، وهذا ما اكده اغلبية المبحوثين، حيث ان مشاهدة قناة الشروق لم يؤثر على مشاهدة التلفزيون الجزائري العمومي، كما ان قناة الشروق بإمكانها ان تستقطب جماهير عالمية ووطنية وهذا من خلال بذل القليل من الجهد لتحسين مستواها، ومنه نستنتج ان تجلب الجماهير وهذا ما اتضح لنا من خلال اجابات افراد العينة، بالإضافة الى ان القناة ذهبت بالمشاهد نحو همومه ومواكبة كل ما هو جديد هذا من خلال البرامج التي تعرضها.

## الفهرس

	كلمة شكر
	الإهداء
	مقدمة .....
	<b>الإطار المنهجي</b>
05	التعريف بالموضوع.....
06	صياغة الإشكالية .....
07	تساؤلات الدراسة .....
07	أسباب اختيار الموضوع.....
07	.. أهمية الدراسة.....
08	أهداف الدراسة.....
09	المنهجية والتنمية المستخدمة 'المنهج، الأداة)،.....
10	مجتمع البحث.....
11	حدود الدراسة.....
12	تحديد المفاهيم.....
13	الدراسات السابقة.....
18	الخلفية النظرية.....
	<b>الإطار النظري</b>
	<b>الفصل الاول:جمهور وسائل الاعلام</b>
	تمهيد.....
	تعريف الجمهور.....
	سمات جمهور وسائل الاعلام .....
21	خصائص الجمهور السوسولوجية.....

22	انواع الجمهور.....
30	الجمهور المحلي المستغامي.....
31	خلاصة.....
	<b>الفصل الثاني: نشأة الفضائيات العربية</b>
35	تمهيد.....
36	ظهور القنوات الفضائية العربية وتطورها.....
40	شبكات الفضائيات العربية.....
41	مميزات الفضائيات العربية وخصائصها.....
42	انواع الفضائيات العربية.....
	برامج الفضائيات العربية.....
	خلاصة.....
46	<b>الاطار التطبيقي</b>
54	بطاقة فنية عن قناة.....
54	مدة الدراسة(المجال الزمني والمكاني).....
54	تحليل ومناقشة النتائج
55	استنتاج عام.....
55	<b>خاتمة</b> .....
55	قائمة المراجع.....
96	الملاحق.....