

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد بن باديس . مستغانم -
كلية العلوم الاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال

في إطار إعداد مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال
تخصص وسائل الإعلام والمجتمع
موسومة بـ:

دوافع إقبال الجمهور الجزائري على مشاهدة الفضائيات
الجزائرية الخاصة "قناة النهار" نموذجاً
(دراسة ميدانية لجمهور مدينة عمى موسى)

بإشراف الأستاذة:
- بن علي مليكة

من إعداد الطالبة:
- زروقي حياة

السنة الجامعية 2013-2014

كلمات

يارب..... لا تدعني أصاب بالغرور إذا نجحت
ولا أصاب باليأس إذا فشلت.....

بل ذكرني دائما بأن الفشل

التجارب التي تسبق النجاح.....

يارب... علمني أن التسامح هو أكبر مراتب القوي

وأن حب الانتقام هو أول مظاهر الضعف

يارب... إذا جرتني من المال أترك لي الأمل

وإذا جرتني من النجاح أترك لي قوة العناد

حتى أتغلب على الفشل.....

وإذا جرتني من الصحة أترك لي نعمة الإيمان

يارب... إذا أسأت إلى الناس أعطني شجاعة الاعتذار

وإذا أسأت إلى الناس أعطيني شجاعة العفو

يارب... إذا أعطيتني مالا لا تأخذ سعادتني

وإذا أعطيتني نجاحا لا تأخذ تواضعي

وإذا أعطيتني تواضعا لا تأخذ إعتزالي بكرامتي

كلمة شكر

نحمد الله حمدا طيبا مبارك فيه ونشكره شكرا جزيلًا يليق بعظمته
ويناسب جلاله، والمنتبه ان وفقنا للإتمام دراستنا وأفاض علينا بنعمة الصحة
والعلم، فله كل صلواتنا التي تتقطع وتضرعنا أيبارك لنا في علمنا المتواضع
وينفع به كل من اطلع عليه عملا يقول الحبيب المصطفى عليه الصلاة "إذا عمل
أحدكم عملا أن يتقنه "
أتقدم بالشكر الجزيل للأستاذة الكريمة بن علي مليكة التي كانت يد عون لنا
في انجازنا لهذا العمل، كما أتقدم بالشكر إلى صديقتي زدام مختارية علي
مساعدتها لي لإتمام هذا العمل.

إلى هداة

إلى من كانا ينبوعا سقاني الحب والحنان
إلى من غرسا فينا الثقة ووفر لي الأمان
إلى من سهرت الليل لتمنحني الدفء والحنان إلي من كان لي النور المضيء
لحياتي 'إلى التي عاشت حياتها تحميني "أمي لأولوة قلبي"
إلى من أعطاني ولم يبخل علي بشيء ، إلى من علمني أن الحياة كفاح والنجاح
سلاح إلى روح والدي الغالي رحمه الله .
إلى أشقائي : علي ، الطيب .
إلى شقيقاتي : خيرة ، فاطمة ، رقية ، الهوارية .
إلى أختي فوزية وزوجها موسى وأولادها عبد الصمد وعالية .
إلى أختي أم خير وزوجها عبد القادر وأولادها عبد الهادي ، أمين .
إلى أخي محمد وزوجته خيرة .
إلى أخي عمر وزوجته سماح .
إلى توأم روحي العزيزة علي قلبي مختارية .
إلى صديقاتي : صبرينة ، هوارية ، عفاف ، أمينة ، إيمان .

الفهرسة

الفهرس

أب-مقدمة

-الإطار المنهجي

-05-أهمية الموضوع:

-05-أهداف الدراسة

-05-أسباب اختيار الموضوع

-06- تحديد الإشكالية وصياغتها

-07-تحديد التساؤلات ووضع الفرضيات

-07-الدراسة الاستطلاعية

-08-تحديد المصطلحات والمفاهيم الإجرائية

-10-اختبار عينة البحث ومجتمع البحث

-11-منهج البحث و التقنية المستخدمة

-12-الاطار الزمني والمكاني للدراسة

-12-صعوبات البحث

-13-الدراسات السابقة

-14-الخلفية النظرية

الاطار النظري

الفصل الأول: ماهية جمهور وسائل الإعلام

تمهيد

-18-المبحث الأول: مفهوم الجمهور

-المبحث الثاني:سمات جمهور وسائل الإعلام.....-19-

-المبحث الثالث:خصائص الجمهور السوسولوجية.....-21-

-المبحث الرابع:أنواع الجمهور.....-23-

الفصل الثاني:نشأة الفضائيات العربية.

-تمهيد.

-المبحث الأول:ظهورا لفضائيات العربية.....-28-

-المبحث الثاني:أنواع الفضائيات العربية.....-30-

-المبحث الثالث:واقع الفضائيات العربية.....-32-

-المبحث الرابع:خصائص الفضائيات العربية.....-34-

الإطار التطبيقي:

-بطاقة فنية عن قناة النهار.....-38-

-عرض الجداول وتحليلها.....-39-

-الاستنتاج العام.....-57-

-خاتمة.

مفصلة

مقدمة:

شهدت وسائل الإعلام والاتصال بمختلف أنواعها مجموعة من الاكتشافات والتطورات التي مكنتها من الوصول إلى أعلى مستويات الدقة والسرعة في بث أحدث الأخبار والمعلومات جعل المعلومات وتغطية مختلف الأحداث ونقلها إلى كل المستخدمين في العالم وهذا ما تتخطى كل الحواجز والحدود الجغرافية الشيء الذي أدى إلى نشوء حركة تنافسية وصراع بين الدول والشركات لنقل المعلومات .

كما تمخض عن هذا التطور التكنولوجي ظهور مجموعة من القنوات الفضائية التي استعادت من التكنولوجيا الحديثة حيث دخلت الحسابات الكترونية وقوة البث ومواكبته مع تطبيقات تكنولوجيا الاتصال في كل مراحل العمل التلفزيوني والبث الفضائي .

وقد استدعى هذا التطور والتنافس والصراع انتشار الفضائيات في كافة أنحاء العالم , الشيء الذي خول للجمهور اختيار مصدر معلوماته إذ لم يعد يعتمد علي محطة بث تلفزيوني واحد وتختلف هذه الفضائيات في مضامينها ,تقنياتها ,تكنولوجياها المستخدمة ,ولذا ملكيتها فهناك المملوكة للأفراد ,المؤسسات أو الدول .

حيث تشهد الجزائر على غرار الدول العربية ثورة في القنوات التلفزيونية الخاصة ,وبلغ عدد القنوات التي أنشأت حتى الآن 12 قناة بدأت بثها قبل سنة فيما تستعد قنوات أخرى لإطلاق بثها مطلع السنة المقبلة .

وتعد القناة الإشهارية "دزاير شوب " الخاصة بالإشهار والإعلانات والدعاية أول قناة خاصة في الجزائر بدأت بثها من الأردن وتنشط في الجزائر حتى الآن 12 قناة تلفزيونية خاصة تبث مضامين إخبارية وفنية وبرامج سياسية واجتماعية جزائرية .

أول قناة تلفزيونية جزائرية ذات طابع إخباري وهذه الأخيرة هي TV وتعد قناة النهار النموذج الذي أجرينا دراستنا حوله..

حيث تمحورت دراستنا حول أهم أسباب ودوافع إقبال الجمهور الجزائري على مشاهدة TV؟ قناة النهار

"جمهور مدينة عمي موسى نموذجا". وقد قسمت الدراسة إلى ثلاثة أقسام رئيسية:

القسم الأول : الجانب المنهجي

الجانب المنهجي وقد تضمن : أهمية الموضوع ، أهداف الدراسة ،دوافع اختيار الموضوع ،تحديد الإشكالية وصياغتها ،وضع الفرضيات وتحديد التساؤلات ،الدراسة الاستطلاعية ،تحديد المفاهيم ،التقنية المستخدمة ،المجتمع وعينة البحث ،الحدود ،الإطار الزمنية والمكاني للبحث ،صعوبة البحث،الدراسة السابقة .

القسم الثاني :الجانب النظري

الجانب النظري وقد تناولنا فيه فصلين الفصل الأول ماهية الجمهور ووسائل الإعلام ،الفصل الثاني بعنوان نشأة الفضائيات العربية.

القسم الثالث :الجانب التطبيقي

،تفريغ وتحليل الجداول وتغيراتها ثم TVالجانب التطبيقي إذ يضم بطاقة فنية عن قناة النهار
النتائج الدراسة والخاتمة

الإطار المنهجي

أهمية الموضوع:

تأتي أهمية الدراسة فيما يلي:

- التطرق إلى أهم الأسباب التي أدت بالجمهور إلى الإقبال على مشاهدة قناة النهارTV.
- معرفة مدى اهتمام الجمهور بالقنوات الجزائرية الخاصة .
- الكشف عن أهم البرامج التي تثير اهتمام الجمهور .

أهداف الدراسة :

- أن الهدف من الدراسة أي موضوع أو ظاهرة في البحوث الجامعية هو بالدرجة الأولى تعويد الباحث على التنقيب عن الحقائق واكتشاف آفاق جديدة من المعرفة في المواضيع التي يظهر شغفه وحبه للتعلم فيها وتسليط الضوء على الجوانب المراد كشفها ،وبصفة عامة يمكننا القول أن مجمل أهدافنا التي نرمي إليها من خلال دراستنا تتلخص فيما يلي:
- التعرف على مدى و حجم مشاهدة الجمهور الجزائري لقناة النهارTV.
 - معرفة موقف الجمهور الجزائري تجاه قناة النهارTV وطريقتها في معالجة المواضيع .
 - رصد طبيعة البرامج والمضامين التي يفضل الجمهور مشاهدتها .

أسباب اختيار الموضوع:

- إن اختياري لهذا الموضوع لم يكن بصفة اعتبارية بل كان نتيجة عوامل مختلفة نلخصها فيما يلي:
- الرغبة في معرفة أسباب إقبال الجمهور الجزائري علي القنوات الخاصة.
 - كوننا ننتمي إلى هذا المجتمع مما يسهل علينا التعرف عل بعض الخصائص الاجتماعية التي تساعدنا على جمع معلومات البحث وتحليلها .
 - الميل الشخصي للموضوع .
 - نقص الدراسات المتعلقة بالقنوات الخاصة في الجزائر.

الإشكالية:

يعتبر البث التلفزيوني المباشر من أهم التطور التكنولوجي في مجال الاتصال الذي أدى إلي إلغاء معظم الحواجز الجغرافية والثقافية والاتصالية بين شعوب العالم ليتحول العالم بالفعل إلي قرية كونية ،فقد اشترت القنوات الفضائية في كافة أنحاء العالم سواء مملوكة الأفراد أو مؤسسات أو دول ، علي غرار دول العالم دخلت الدول العربية مؤخر عصر الأقمار الصناعية وكنتيجة لهذا التطور والتعدد تشهد الساحة الإعلامية العربية اليوم تكاثر القنوات الفضائية التي تتعدد تختلف مضامينها التي تحاول من خلالها جذب انتباه الجمهور

واستقطاب أكبر شريحة منه نظرا لأهميته البالغة في العالمية الاتصالية التي تهدف إليها كل محطة أو قناة تلفزيونية واعية في بثها لموادها ومضامينها الإعلامية سمات هذا الجمهور ،خصائصه ورغباته أهم احتياجاته .

وكغيره من المجتمعات ، دخل المجتمع الجزائري مجال البث التلفزيوني الفضائي المباشر منذ منتصف الثمانينات وبهذا أتيح للمشاهد الجزائري أن يشغل العديد من المضامين المتباينة المعروضة من قبل القنوات القضائية تضبطها مجموعة من المواد الإعلامية والمراسيم القانونية التي خصت المجال أمام الخواص مما سمح بولوج الفضائيات الخاصة للمساحة الإعلامية الجزائرية وكحل من أهمها قناة النهار TV التي تلقي نوعا من الإقبال الجماهيري ومن هذا المنطق نطرح الإشكال التالي :

ماهي أسباب إقبال الجمهور الجزائري على مشاهدة قناة النهار TV

تحديد التساؤلات:

- ❖ لماذا يقبل الجمهور على مشاهدة قناة النهار TV؟
- ❖ هل يمكن القول أن طريقة عرض المضامين الإعلامية تلعب دور في إقبال الجمهور على مشاهدتها ؟
- ❖ ماهية طبيعة البرامج التي تثير اهتمام الجمهور ؟

صياغة الفرضيات:

- ❖ يقبل الجمهور على مشاهدة قناة النهار TV لأنها تلبي حاجات ورغبات الجمهور .
- ❖ طريقة عرض المضامين الإعلامية تلعب دور في إقبال الجمهور على مشاهدتها .
- ❖ التطرق إلى البرامج السياسية والاجتماعية التي تثير اهتمام الجمهور.

الدراسة الاستطلاعية:

كان موضوع دراستنا تحت عنوان « أسباب ودوافع إقبال الجمهور الجزائري نحو الفضائيات الجزائرية الخاصة قناة النهار TV نموذجاً وهي خطوة مهمة لتحديد مجتمع بحثنا الذي نحن بصدد دراسته و ذلك بطرح مجموعة من الأسئلة التي تصب في هذا الموضوع حيث توجيهنا إلى ميدان البحث أول مرة بتاريخ 10 جانفي 2014

- خلال دراستنا الاستطلاعية توصلنا إلي النتائج التالية: و من
- هناك إقبال كبير علي مشاهدة قناة النهار TV من قبل الجمهور .
 - تعتبر قناة النهار TV من القنوات المفضلة لدي الجمهور.
 - قناة النهار TV من القنوات الفضائية التي تنتقل حاجات واهتمامات الجمهور.

تحديد المصطلحات:

الإقبال لغة: أقبل الزرع، وأقبل المدعون أي يتوجهون إلى القاعة بمعنى الإقبال بعيد وهي ذات الأصل لاتيني la présence أو الشئ¹ يقابلها في اللغة الأجنبية praesentra²

اصطلاحاً: تتبع ومشاهدة البرامج التلفزيونية، والتقاطها بصفة كبيرة **إجرائياً:** هي مشاهدة أو تتبع قناة محددة حسب الأولويات واهتمامات باختيار الأفضل الذي يتبع الرغبات .

الجمهور لغة: تجمع الناس أي تجمعوا، وجمعها جماهير، أي أشرف الناس وجمهور الناس أي جلهم³

public يقابلها في اللغة الأجنبية

اصطلاحاً: يقصد بها جماعة من الناس تتميز عن غيرها بصفة خاصة، وترتبط أفرادها بروابط معينة تقع في محيط نشاط المنشأة، أو تنظيم، أو مؤسسة إعلامية تؤثر فيه⁵ وتعرفه جيهان أحمد رشتي علي أنه مجموعة كبيرة من الناس تضم مختلف الطبقات الاجتماعية⁶ ويقصد به كذلك مجموعة من الناس يسهل السيطرة عليهم وتوجههم، وإسقاط المعلومات إليهم بحيث يكون سلوك هذا الجمهور المرور⁶.

إجرائياً: الجمهور المواد دراسته هو الجمهور الجزائري الذي يقبل علي مشاهدة قناة النهار TV وهذا الجمهور يختلف من حيث الجنس، العمر، المستوى التعليمي، مع أنه في مجتمع محلي واحد.

القنوات الفضائية:

لغة: يقصد بكلمة قنوات جمع قناة والمراد بها في اللغة الرمح وقناة (قناة) الظهر (قناة) ويجمع الكل⁷ المحظورة

والمراد بها هنا هي تلك الترددات تلتقط من قبل قمر محددة وتبث من مركز البث الخاص بها لكل من يشغلها خلال طبق خاص .

اصطلاحاً: هي وسيلة تعكس بصوت والصورة وبدقة كل ما يجري في عالم يصبح بثورة المعلوماتية من أقصاه إلي أقصاه كما تعتبر مرحلة هامة من مراحل التطور العلمي والتقني الذي وصلت إليه البشرية وهي تحتزن خبرات متراكمة من معارف الإنسانية⁸

- الدحاح(سفير أنطوان) ،معجم لغة النحو العربي ،،مكتبة لبنان ناشرون ،ط3،لبنان، 2005،ص25 .¹

Dubois(chanel) petit Larousse en couleurs 2eme éditions libraire parouse ,paris France 1980,p739²

- ايس (إبراهيم وآخرون) ،المعجم الوسيط، الجزء الأول، الطبعة الثانية، دار النشر للتوزيع، القاهرة، 1972،ص173.³

- Dubois (chube) petit barouse en conleurs, p752.⁴

-محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، المجلد الثالث، الطبعة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003، ص959-960.⁵

-جيهان أحمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلام، دار النهضة العربية، مصر، الطبعة، 1993،ص36 .⁶

- حجاب (محمد منير)، الموسوعة الإعلامية، المجلد الثالث، الطبعة، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003،ص559.⁷

-أبي الحسن أحمد، معجم مقياس، اللغة، دار الجبل، لبناني، الطبعة الثانية، 1999، ص90.⁸

إجرائيا:قناة النهارTV هي قناة تلفزيونية جزائرية وهي قناة خاصة مملوكة لهيئات أو أشخاص.

مفهوم الدوافع :

لغة:أسافل الأرض حيث تندفع وتتجمع السيول¹
اصطلاحا:حالة من الإثارة والانتباه داخل الفرد أو كائن العضوي تؤدي إلي السلوك باحث عن الهدف ،وتنتج هذه الحالة عن حاجة ما وتعمل علي تحريك السلوك وتنشيطه
2وتوجيهه،وتغيير الحاجات أهم ما يحرك الدافع ويشيريه.
إجرائيا:هو السبب الذي يجعل المشاهد الجزائري عموما يقبل علي مشاهدة قناة النهار TV

مجتمع البحث:

إن كل دراسة علمية تقتضي اختيار مجتمع بحث محدد ليكون هذا الأخير ميدانا لجمع المعطيات والدراسة العلمية التي قمنا بها والتي تنطوي تحت عنوان:
-إقبال الجمهور الجزائري نحو مشاهدة الفضائيات الجزائرية الخاصة قناة النهار
TVنموذجا

يتم تجسيدها علي مجتمع يتمثل في أفراده الذين يقبلون أو يتوجهون نحو مشاهدة الفضائيات الخاصة باختلاف مستوياتها الاجتماعية والتعليمية باختلاف الأجناس والأعمار لأن اختيار مجتمع البحث وقع علي هذه الفئة فإنه لا بد من اختيار عينة مناسبة لتحكم الأمثل في الدراسة للوصول ألي نتائج دقيقة قبل تعميمها علي مجتمع البحث المختار سلفا وقد تمثلت العينة في الأشخاص الذين يتوجهون إلي مشاهدة قناة النهار TV وهم سكان عمي موسي .
عينة البحث:

أما العينة المختارة أو ما يعرف بالمعينة غير الاحتمالية نمطية.
غير احتمالية وذلك لكون احتمال انتقاء عنصر من مجتمع البحث غير معروف ومن المستحيل معرفة إذا كان لكل عنصر من البداية خط مساو أو لا لأنه ضمن العينة واختيارها غير احتمالية راجع لكبر حجم مجتمع بحث ومحدودية الإحاطة به ككل أما عن كونها وبالتالي هذه TVنمطية فهذا راجع لاختيار المبحوثين الذين يقبلون على مشاهدة قناة النهار العينة بمثابة نماذج مثالية تشكل صورة نمطية لنفس المجتمع الذي اختيرت منه.

منهج البحث:

اعتمدنا في دراستنا علي المنهج الوصفي التحليلي ،والذي يعتبر من أحسن مناهج البحث العلمي ،وهذا بغية معرفة

-منجد الطلاب، دار المشرف الطبعة 2011، ص56.

-محمد منير حجاب، الموسوعة الاعلامية، مرجع سبق ذكره، ص261.

ولجوانب الظاهرة المدروسة وتحليلها وذلك من أجل الوصول إلى معرفة دقيقة ونوع من التفصيل عن مختلف مكونات هذه الظاهرة أي معرفة إقبال الجمهور الجزائري نحو الفضائيات الخاصة وعلي وجه الخصوص قناة النهار TV من خلال وصف وتحليل أهم أسباب ودوافع هذا لإقبال الجماهير ي.

التقنية المستخدمة:

استخدمنا في بحثنا تقنية الاستمارة ،وهي عبارة عن قائمة من الأسئلة يحضرها الباحث بعناية في تعييرها عن الموضوع المبحوث للحصول علي الإجابات تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة لتوضيح الظاهرة المدروسة وتعريفها من الجوانب المختلفة مما يقرض علي الباحث طرح الأسئلة المعدة مسبقا بعناية كبيرة وكتابة الأجوبة شخصيا¹ وطبعناها لنكون قريبين من عينتنا ومحيطين بكل ما يدور حولها

حدود الدراسة :

1-الإطار الزمني: لقد تمت الدراسة في الفترة الممتدة من 10-01-2014 إلى غاية 15-05-2014.
2-الإطار المكاني: تمت هذه الدراسة في دائرة عمي موسى .

صعوبات الدراسة:

رغم ما يستخدم في الدراسات والبحوث من أدوات ساعدت على الإلمام بجوانب الموضوع وخلق تناسق بين عناصر الدراسة لكن رغم ذلك هناك مشاكل وصعوبات تقف عائقا للبحث يمكن ذكرها كالتالي:

-ندرة الدراسات التي تناولت موضوع دوافع إقبال الجمهور الجزائري نحو مشاهدة الفضائيات الجزائرية الخاصة.

-تحفظ بعض المبحوثين عن الإجابة.

الدراسات السابقة:

1-التلفزيون الفضائي وأثره علي الشباب الجزائري: صدر هذا الكتاب سنة 2005 للدكتور نصير بوعلي سعت هذه الدراسة إلي معرفة نشأة وتطور البث التلفزيوني الفضائي المباشر ثم التعرض علي أنواع الأقمار الصناعية الخاصة بالاتصالات وصولا ألي البث التلفزيوني الرقمي وتضمن محتويات البث التلفزيوني الأجنبي من خلال عينة من الأفلام في القنوات الفضائية الفرنسية لمعرفة تفرزه علي المشاهدين قيم ايجابية أو سلبية وكذلك إيعاد الغير المباشر للأفلام التي يتم قياسها ولكنها قد تترك أثارا غير مباشرة غي نفوس المشاهدين ،ثم الفضائيات التي يرغب فيها المشاهد مع معرفة المحتويات التي تشد انتباهه فقد قدم صور واضحة عن الأثر والتأثير التي يتركها البث الفضائي المباشر علي شريحة مهمة من

¹-أحمد بن مرسل ،مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ، ،ديوان المطبوعات الجامعية ، 203ص،الجزائر،2005.

الشعب الجزائري من القيم الثقافية والعادات والتقاليد¹، وفيها يخص التساؤلات فهي كالتالي :

-ما هي أنواع القيم الإيجابية والسلبية التي تفرزها عينة من الأفلام المقدمة في الفضائيات الفرنسية ؟

-ما هي نوعية البرامج والمحتويات التي تشد إليها المشاهدة والعوامل المؤدية ألي ذلك ؟
-ما هي المتغيرات الذاتية والاجتماعية التي لها علاقة تأثير هذه القنوات الفضائية علي المتلقي ؟

أما فيما يخص النتائج فقد اتضح أن الجمهور لا يهتم بالقنوات الفضائية يقدر ما يهتم بالبرامج والمحتويات ويولي أهمية معتبرة للبرامج أو المضامين تقترن بقيمة وتقاليد وثقافته.

2-الفضائيات وقادة الرأي دراسة أثرها على السلوك الاتصالي:

صدر هذا الكتاب سنة 2005 للدكتورة هناء السيد سعت هذه الدراسة إلى معرفة إقبال قادة الرأي على القنوات الفضائية وتأثيرها؛ حيث كانت أشكالية دراستها تتمحور حول تأثير القنوات الفضائية على²السلوك الاتصالي لقادة الرأي وما دورهما الاتصالي في المجتمعات المحلية، وفيما يخص التساؤلات فنجد كالتالي:

ما طبيعة قادة الرأي العام في تلك المنطقة ؟

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

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

أما فيما يخص نتائج الدراسة فقد توصلت إلى أن هناك عدة أسباب لعدم الاكتفاء بمشاهدة التلفزيون المحلي و الإقبال على الفضائيات لأن برامج التلفزيون المحلي مملّة عكس الفضائيات التي تتميز ببرامج سعيدة وممتعة ومقدمة بشكل أفضل.

الخلفية النظرية:

نظرية الاستخدامات والإشباعاات ظهرت أول مرة في كتاب استخدام وسائل الاتصال الجماهيري لمؤلفه **الباهوكاتزوجي** بلوملر سنة 1974و ركز في هذا الكتاب على فكرة أساسية تدور حول تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام ومحتواها من جانب و دوافع الفرد من التعرض إليها من جانب آخر ،ومن وجهة نظرهما أي مدخل إشاعات الاستخدامات ينبغي مايلي :

إن أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال واستخدام وسائل الإعلام يحقق لهم أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم .

الأشخاص هم الذين يختارون الوسيلة الإعلامية لإشباع حاجاتهم وليست هي التي تختارهم ومن منا تحول السؤال البحثي في الاتصال الجماهيري من «**ماذا تفعل وسائل الاتصال الجماهيري في الجمهور؟**» إلي «**ماذا يفعل الجمهور بوسائل الاتصال الجماهيري** أي أنها غيرت من اتجاه البحث بناء علي افتراض معاده أن الجمهور لا يتكون من مجموعة

الأفراد السلبيين ولكنه نشيط وباحث عن المعلومات ولديه احتياطات متعدد سلفا تقوم بدور
الموجه في استخدام الوسائل والبرامج.¹
تطرقنا إلى هذه النظرية لأنها الأنسب لبحثنا وكذلك لأنها تشرح لنا لماذا يقبل الجمهور على
وسائل الإعلام ولماذا يستخدمها وما هي أهم الحاجات والرغبات التي تشعبها له؟

-محمد نصر مهنا، النظريات العامة للمعرفة للفضائيات العربية والعلوم الإعلامية والمعلوماتية، المكتبة الجامعية، ب¹
ط، مصر، 2004، ص79.

الحائب النظري

المبحث الأول: مفهوم الجمهور

لغويًا: جمعة الجماهير، معناه جماعة القوم، أو معظم القوم أو أشرفهم من الفعل جمهر يعني تجمع الناس حول ظاهرة أو واقعة حدثت¹

الجمهور هو المصطلح فني يقصد به جماعة من الناس تتميز عن غيرها بصفات خاصة كما يرتبط أفرادها بروابط معينة وهذه الجماعة من الناس تقع في محيط نشاط المنشأة أو التنظيم أو المؤسسة الإعلامية تؤثر فيه وتتأثر به وفي المفهوم العام يدل الجمهور على أية رابطة فضفاضة لأفراد تجمع بينهم مصالح مشتركة أو قاعدة ثقافية مشتركة ووسائل مختلفة من الاتصال.²

وهناك من يعرف الجمهور بأنه مجموعة من الناس يسهل السيطرة عليهم وتوجيههم وإسقاط المعلومات إليهم بحيث يكون سلوك هذا الجمهور في الاتجاه المرغوب.

ويرى **هنري بوجاردس** "أن الجمهور مسلوب الإدارة متى وجد في أعداد كبيرة من الناس في مكان واحد وتحت ظروف واحدة ويجب على المتعاملين معه أن يدركوا ذلك عند الاتصال به."

عرفه **محمد عبد الحميد** " هو حشد أو عدد كبير من الناس لا تجمعهم خصائص أو سمات واحدة، غير متجانسة غير معروفين للقائم بالاتصال، منعزلين عن بعضهم البعض.³ يعرفه **جيهان أحمد رشتي** "أنة مجموعة كبيرة من الناس، تأتي من جميع المجالات الحياة وحتى مختلف الطبقات الاجتماعية، تتضمن مجموعة من الأفراد يفتعلون في مراكزهم ومهنتهم".⁴

وقد جاء تعريف الجمهور في **شوماك** " أن الجمهور أكثر من مجرد مجموع أو عدد من الأفراد، وأنه يعني جماعة ما تدين بوجودها لتقاسم أفرادها تجارب معينة وذاكرات وتقاليد محددة وظروف حياة".⁵

-المنجد الأبجدي، قاموس عربي، دار المشرق، ط 3، 1986 ص336¹

-(محمد منير) حجاب، الموسوعة الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع المجلد الثالث، القاهرة، 2003، ص959.²

-جون كوهن، ترجمة أديب خضر، نظرية التلفزيون مكتبة الإعلام، ط1، سورية، 2000، ص89.³

-جيهان أحمد رشتي، الأسس العلمية ونظريات الإعلامية، دار النهضة العربية، ط1، مصر، 1993، ص36.⁴

-فارس عطوان، الفضائيات العربية ودورها الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2009، ص202.⁵

المبحث الثاني: سمات جمهور وسائل الإعلام

مناك نمطين رئيسيين لتصنيف الجمهور

أ. السمات الأولية:

وتنسب إلى الفرد بميلاده وهي خصائص غير قابلة للتغير أي ثابتة مثل: التاريخ، مكان الميلاد، الجنس والانتماء العرقي أو السلالة.

1- النوع أو الجنس:

يقسم فيها الجمهور إلى ذكور وإناث، رجال ونساء وذلك اعتمادا على عوامل فيزيولوجية نظرا لثبوت تباين استجابة كل نوع للوسائل الإعلامية "هذا الاختلاف يكون في المصالح، الحاجات ودرجة قابلية كل نوع من حيث الإقناع"

2- العمر والسن:

يستخدم علماء السكّن الفئات الخماسية أو العشرية بتباين الهرم السكاني في دراسة التركيب العمري لسهولة التصنيف والتبويب إلا أن هذا التقسيمات في الفئات العمرية لا تقدم دلالات علمية لتغير السلوك الاتصالي للجمهور عبر مختلف مراحل العمر "استخدمت البحوث المبكرة على جمهور وسائل الإعلام الفئات العشرية حسب طبيعة وأهداف الدراسة"¹

إ. السمات المكتسبة:

هي تلك القابلة للتغيير مثل اللغة، الإقامة، الدين، الدخل وتكون على مستويين :

1- المستوى التعليمي:

تمكن دراسة هذه السمات في تحديد مستوى المعارف والخبرات التي قد يتحصل عليها الفرد من خلال أسلوب التعليم المنظم في الدولة نظرا للتأثير المدرسي للفرد من حيث التعليم والتربية.² والبيئة الاجتماعية، التي توجه السلوك تجاه الرسائل الإعلامية والذي يتباين بتباين المعرفة المكتسبة في مختلف المراحل التعليمية ويعتبر إدماج الأميين الذين لا

علي قسايسية، دراسة جمهور وسائل الإعلام، مجلة الوسيط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 2003، ص53.¹

- علي قسايسية، سبق ذكره، ص54.²

2- محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب، ط1، مصر، ص32.

يقرؤون ولا يكتبون في المجتمعات التي ترتفع فيها نسبة الأمية، لأن هذه الفئة لا تقرأ ولكن تتعرض إلي الصورة وتشاهد التلفزيون، وتستمتع إلى الإذاعة.

2- الحالة الاقتصادية:

تحدد فئة الدخل قدرة الأفراد على اقتناء الوسيلة الإعلامية الملائمة للوضع الاقتصادي وعلى استهلاك السلع والخدمات وكذلك هناك اهتماما كبير في وصف الجمهور لإرتباطها الوثيق لتخطيط الحملات الإشهارية بالإضافة إلى الوقت المتاح للقراءة والاستماع أو

المشاهدة.2

المبحث الثالث :خصائص الجمهور السوسولوجية

ينظر إلى جمهور وسائل الإعلام على أنه "مجرد حشد أو عدد كبير من الناس لا تجمعهم خصائص أو سمات واحدة، غير معروفين لدى القائم بالاتصال منعزلين عن بعضهم اجتماعيا وليس لديهم القدرة على العمل في وحدة أو في تنظيم اجتماعي متماسك، وعليه فإنهم يتعرضون لوسائل الإعلام، ويتأثرون بها بشكل فردي¹ وعليه تم تحديد أربع خصائص رئيسية للجمهور المستهدف في عملية الاتصال الجماهيري وهي :

1-ضخامة الحجم أو كثرة العدد

فالضخامة تتعدد بالكم الذي يحول دون الاتصال المباشر بين المرسل وأعضاء هذا الجمهور أو التعامل معهم وجها لوجه عند تعرضهم لفترة قصيرة من الزمن، وقد أصبحت التطورات التقنية التي تستهدف جمهورها في المناطق والأقاليم المتباعدة والمنشورة وتتخطى الحواجز السياسية والجغرافية للحصول عليها، ومنه لم يعد الحجم والعدد محدود بحدود الدولة أو الأقاليم ولكن بالمدى الذي يصل إليه البث الإذاعي والتلفزيوني والمنطقة الجغرافية للصحف، كما أن الوسيلة الإعلامية لم تعد تضع في اعتبارها الحجم والعدد، وإنما حجم الجمهور والمتلقين المحتمل على أساس إمكانات الوسيلة في الوصول إليه والتعامل معه من خلال الوسيلة الإعلامية .

2-التباين في صفات الأفراد

-محمد عبد الحميد، دراسة الجمهور في البحوث الإعلامية، مرجع سبق ذكره، ص198.¹

على هذا الأساس يتم تصنيف الأعضاء إلى فئات يجتمع فيها قدر من التشابه، ترتبط بسمات أو حدود الفئة (السن، المستوى، الحالة الاجتماعية...).

حيث يتم دراسة كل فرد من خلال انتمائه إلى فئة من هذه الفئات كما أن سمات العامة لم تعد كافية لتقييم سلوك المتلقين واتجاهاتهم نحو عناصر العملية الإعلامية الأخرى، وأن السمات الفردية والتي يتباين فيها الأفراد أيضا أصبحت **موفد** لتغير هذه السلوكات و الاتجاهات¹

3-الانتماء والتفاعل الاجتماعي

الفرد عضو في شبكة من الجماعات الأولية والثانوية، والتي تلعب دورا في تشكيل اتجاه العلاقة بين الفرد وعناصر العملية الاتصالية، فجمهور المتلقين يختار المحتوى الإعلامي بتأثير خبراته كعضو في الجماعات الاجتماعية، ويتغير سلوكه الاتصالي في إطار السلوك الاجتماعي الذي يظهر موحدًا في نظام الجماعات المحلية² وهذا ما يغير تركيز وسائل الإعلام على تعديهم خدماتها في إطار نموذج الحياة المحلية.

4-الدور الإيجابي للنشط في العملية الإعلامية

إن جمهور المتلقين بصفته عنصرا في عملية الإعلامية ليس جمهور سلبيا فنجده يقبل ويرفض ويهتم بمستويات معنية أو لا يهتم كما تتعدد استخداماته وعاداته في الاستعادة من وسائل الإعلام.

المبحث الرابع:أنواع الجمهور

هناك عدة تقسيمات وتصنيفات التي على أساسها تم تحديد أنواع الجمهور منها:

أ. التقسيم الأول:

قدمه " ولونيسيتين " حيث صنفه على جماعات فردية في إطار الانتماء والعلاقات الاجتماعية والاعتماد على الخصائص المعرفية والثقافية وفي هذا التقسيم هناك ثلاث أنواع هي:

1-الجمهور الأمي:

محمد عبد الحميد، المرجع السابق، ص199.

مرجع سبق ذكره، ص200.

وهي جزء من الجماهير الذين لا يقرؤون و لا يكتبون ولكنهم لا يميلون إلى ذلك فهناك أميون يعرضون أنفسهم على الصور ويستمعون إلى الراديو ويشاهدون التلفزيون¹ ولكن الجمهور يميل إلى الوسائل السمعية والبصرية ولا يميل إلى وسائل الاتصال المكتوبة فهو يبحث عن الترفيه و الإثارة في تعرضه لوسائل الإعلام وهذا راجع إلى افتقاده للاتجاهات الفكرية مما يجعله غير مؤثر في القرارات الاجتماعية والسياسية والاقتصادية.

2-الجمهور النفعي المادي (العلمي):

وهم ممن يندمجون في آلية المجتمع مشاركون ويميلون إلى التنظيمات ,وهم أصحاب الهويات يتعرضون لوسائل الإعلام رغبة في رفع مستواهم ،وزيادة مداخلهم ،فهو يشبه الجمهور الأمي في انه لا يميل كثيرا إلى التفكير بل يميل إلى الأشياء المادية لتحقيق منفعة واكتساب الأشياء التي تثير اهتمامه.

3-جمهور المفكرين:

ويكون أقل فئة من جمهور وسائل الإعلام، يهتمون بالآراء ووجهات النظر والأحداث الفنية والجمالية ولا يهتمون بالماديات ويترفعون عنها وهذا النوع من الجمهور مفكرون ومبدعون وليس معارض للحياة يتمركز حول ذاته،يعتبر نفسه من الصفوة أقل اهتماما بوسائل الإعلام والمجتمع الجماهيري.

II. التقسيم الثاني:

1-الجمهور العام:

هو أكثرنا حجما من التجمعات الأخرى أعضائه أكثرنا تبعثرا ،متباعدين في المكان وأحيانا في الزمان ولكنه ذو ديمومة أكثر يتشكل حول قضية مشتركة من الحياة العامة هدفه الرئيسي تكوين اهتمام رأي عام حول قضية أو ظاهرة اجتماعية ارتبط ظهوره وتطوره بالبرجوازية والصحافة حتى أصبح خاصية من خصائص مجموعة من القضايا للوصول إلى تغيير سياسي للمشاركة في المؤسسات الديمقراطية ،فهو يتميز بوجود جماعة نشيطة متفاعلة ومستقلة في وجودها على الوسيلة الإعلامية التي تعمل من خلالها.

- محمد عبد الحميد ،نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، عالم الكتب،ط1، القاهرة،1998،ص195.

وقد عرفه جون ديوي على أنه تجمع سياسي لمجموعة من الأفراد يشكلون وحدة اجتماعية من خلال الاعتراف المتبادل بوجود مشاكل مشتركة ينبغي إيجاد حلول مشتركة لها.¹

2-الجمهور الخاص:

هو الجمهور الذي يجمع أفراداه بعض الاهتمامات أو الحاجات أو الاتجاهات المشتركة التي تميز عضويتهم في هذا الجمهور مثل الأفراد المشتركين في صحيفة ما ويصبح بعد ذلك من واجب وسائل الإعلام استشارة هذا الاهتمام وتدعيمه وتلبية حاجاته بحيث يمكن أن تحتفظ بهذا الجمهور الذي يندمج أعضاءه في التركيز الجمعي وينشرون بذلك للاتصال الذي يرتبط بهذا التركيز وهذا ما يبرر اختيار وسائل الإعلام للمواضيع الشائعة بين الجمهور الذي تتخذه مدخلا لتنظيم الاهتمامات وتكييفها وقدم الباحث الأمريكي كلوس تحليلا عدديا للجمهور حسب درجات مساهمته كما يلي:

❖ الجمهور المفترض:

هو مجموع السكان المستخدمين لاستقبال عرض وحدة اتصال أي الذين يملكون الوسائل المادية والتقنية التي تمكنهم من استقبال الوسائل الإعلامية لوسيلة معينة ،ومن هنا فإن كل من يمتلكون أجهزة استقبال تلفزيوني أو إذاعة يشكلون جمهور المفترض للصحيفة يقاس بعدد نسخ السحب أما جمهور الواب المفترض حسب هذا التطور فهو أكثر تعقيدا لأنه يتطلب توفر جهاز كمبيوتر وخط هاتفي ومودم إلى جانب اشتراك في الأنترنت.

❖ الجمهور الفعلي:

هو مجموعة من الأشخاص الذين استقبلوا فعلا العرض الإعلامي مثل الموظفين على برنامج تلفزيوني أو المستمعين إلى حصة إذاعية معينة أو قراءة صحيفة أو زوار موقع إلكتروني يسجل حضورهم بمجرد النقر على الرابطة .

❖ الجمهور المتعرض:

وهو جزء من الجمهور الفعلي الذي يتلقي الرسالة الإعلامية بصرف النظر عن إدراكها وعن الموقف الذي يتخذه منها, فهناك من الجمهور من يستجيب للرسائل الإعلامية وهناك من يتجاهلها لتطابقها مع احتياجاته ومصالحه المادية واهتماماته الفكرية والثقافية.¹

1-كامل خو رشيد مراد،الاتصال الجماهيري والإعلام ،دارالمسيرة النشر والتوزيع والطباعة ،ط1، 2011،ص319.

❖ الجمهور الفعال:

هو الجزء الذي يتفاعل أي يستجيب للرسالة الإعلامية وهو الجمهور المستهدف من خلال الإعلانات التجارية والدعوات الانتخابية وهو الجمهور الذي يحاول المرسل كسب وده أو حياده.

المبحث الأول: ظهور الفضائيات العربية وتطويرها

قبل الحديث عن القنوات الفضائية العربية لابد لنا أن نتحدث في الأول عن مفهومها فهي عبارة عن محطات تلفزيونية تبث إرسالها عبر الأقمار الصناعية لكي يتجاوز هذا الإرسال نطاق الحدود الجغرافية لمنطقة الإرسال، حيث يمكن استقبال والتقاط الإشارات الوافدة من القمر الصناعي هذه الأجهزة التي تقوم بمعالجة تلك البيانات وعرضها علي شاشات التلفزيون .

بدأت فكرة البث التلفزيوني عبر الأقمار الصناعية بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية ففي سنة 1945 قام كاتب قصص الخيال آرثر كلاك بنشر مؤلفاته أوديسة الفضاء 2001 ومن خلاله وصف نظاما للاتصال عبر الأقمار الصناعية في مجال الاتصال لتظهر عدة محاولات لإطلاق الأقمار الصناعية قادرة علي نقل الإشارات التلفزيونية .¹

أطلق السوفيت في 4 أكتوبر 1957 القمر سيواتيك 1 الذي يعد أول قمر صناعي يدور في الفضاء، ثم أطلق بعد ذلك اليوم أ قمر مرسكور سنة 1958 مخصص للاتصالات، كما أطلق أول قمر صناعي أستخدم لنقل الإشارات الصوت والصور الثابتة من نقطة علي الأرض إلي آخر عام 1960 سمي إيكو1 تم القمر ATSG الذي يعد أول قمر تجريبي للبث الإذاعي المباشر وفي ظل هذا التسابق الكبير بين الدول الغربية لامتلاك الأقمار الصناعية برزت فكرة استخدام القمر الصناعي العربي لأول مرة في إطار مؤتمر وزراء الإعلام العرب الذي عقد في مدينة بنزرت في تونس عام 1967، حيث تبني إتحاد الإذاعات العربية الدعوة لهذه الفكرة ودعى أعضائه إلي إقامة لجان وطنية في كل بلد عربي للتخطيط لمرحلة القمر الصناعي، واستطاعة المنظمة العربية للاتصالات الفضائية إطلاق قمرها الأول عربسات A1 في فبراير 1985 كما أطلقت قمرها الثاني عربسات B2 في يونيو 1985 وسنة 1996 تم إطلاق القمر الثالث من الجيل الأول وهو عربسات C1 حيث تم إنشاء المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية عربسات في 14 أبريل 1976 وتمثل منظمة متخصصة في مجال الاتصالات

-محمد عبد البديع السيد، أثر القنوات الفضائية علي القيم الأسرية، العربي للنشر وتوزيع، الطبعة الأول، مصر، 2009، ص68-69¹

الفضائية وتقنياتها ، وتهدف المؤسسة إلى تصميم وتنفيذ وتشغيل نظام فضائي عربي لتقديم الخدمات الاتصالات الفضائية للأعضاء¹.

تمتلك مؤسسة عربسات 4 أجيال من الأقمار الصناعية واكتملت منظومة الأقمار العربية بإطلاق مؤسسة عربسات أول أقمار الجيل الرابع القمر 4 - R DAB سنة 2006.

المبحث الثاني: أنواع الفضائيات العربية

يمكن تناول أنواع الفضائيات العربية وفقا لعدة متغيرات هي:

ا. تقسيم الفضائيات العربية وفقا للملكية ومكان البث:

1-القنوات الفضائية الحكومية الرسمية :

وهي قنوات التي تمتلكها أو تستأجرها الهيئات التلفزيونية الرسمية وتتبعها تبعية كاملة تمويلا وسياسية وتوجيههاوهذه القنوات هي الأكثر عددا وأهمية وتبث من داخل من البث الفضائي %الدول العربية وباللغة العربية وبلغات أجنبية أخرى وتشغل قرابة 74 العربي مثل القناة الفضائية الجزائرية ،القناة الفضائية السعودية ،القناة الفضائية اللبنانية.

2-القنوات العربية الخاصة :

وهي تلك القنوات التي تمول من طرف القطاع الخاص وتقسم إلى قسمين:

من البث العربي ،وقنوات تبث %-قنوات تبث باللغة العربية من خارج الوطن وتحتل 16 تقريبا من البث الفضائي العربي.²%باللغة العربية من الداخل وتشغل 10

اا. تقسيم الفضائيات العربية وفقا لمعيار المضمون المتخصص:

❖ -القنوات الإخبارية المتخصصة: مثل قناة العربية ،وقناة الجزيرة.

❖ -القنوات الدينية المتخصصة:مثل قناة الرسالة ،قناة المجد ،قناة اقرأ.

❖ -القنوات الموجهة للأطفال:مثل space toon

❖ -القنوات الموجهة للمرأة والأسرة:مثل قناة العائلة وقناة المرأة العربية.³

هبة شاهين ،التلفزيون الفضائي العربي ، دار المصرية اللبنانية ،الطبعة الأولى ،القاهرة ،2008،ص39-40.¹
-إمام شكري إبراهيم أحمد القطان ،الإعلام العربي والوعي السياسي للمراهقين ،مركز الإسكندرية للكتاب²
،2009،ص79.

-هالة إسماعيل بغدادي ،الإخباريات الفضائية العربية الواقع والطموح ،دراسة ميدانية مقارنة ،2009،ص80.³

❖ -القنوات الترفيهية المتخصصة التي تتعلق بالغناء الموسيقي:مثل

.MAZZIK،ROTANA،FM

❖ -القنوات الرياضية المتخصصة:مثل قناة دبي الرياضية، الجزيرة الرياضية.

❖ -القنوات الطبية المتخصصة: مثل صحتي.

III. تقسيم الفضائيات العربية وفقا للعضوية في إتحاد إذاعات الدول العربية:

1-الأعضاء المشاركون في الإتحاد ويظم أربع شبكات وهي:

والمؤسسة اللبنانية ARTمركز تلفزيون الشرق الأوسط وراديو تلفزيون العربي

شبكة أوربت.ABC للإرسال

2-القنوات لم ترد في تقسيم اتحاد إذاعات الدول العربية وتقدم برامجها باللغة العربية

، دريم، المجد 1، المجد 2، المنار، المستقبل، ميلودي، وغيرها ANA، MTV.وتشمل الجزيرة،

يصل عددها الآن 157 قناة قضائية.¹

المبحث الثالث: واقع الفضائيات العربية

استبشر المشاهد العربي خيرا عندما تسابقت الدول العربية علي الحصول علي مكان

في الأقمار الصناعية لبث قنواتها الفضائية لهذا أصبحت لها مكانة كبيرة في البيوت العربية

، لأن هذه القنوات جاءت للتعبير عن الذات العربية ولتأخذ مكانها علي الساحة الإقليمية

والدولية حتى لا تترك الفراغ للآخرين .

و من أهم النتائج التي حققتها هذه القنوات أن المواطن العربي أصبح بضغطه زر التشغيل

ينتقل من مكان إلي آخر ومن دولة إلي أخرى دون أن يبارح مكانه بعد أن كان يعاني من

قلة المادة الإعلامية وبالمقابل كان يعاني يوميا من التدفق الإعلامي والثقافي الغربي الذي

يقابله ويواجهه في كل وسيلة من وسائل الأعلام.²

-إمام شكري إبراهيم أحمد القطان، الإعلام العربي والوعي السياسي للمراهقين، مركز الإسكندرية للكتاب¹
،2009،ص80.

-محمد جاد أحمد، إعلام القضائي وأثره التربوية، العلم والإيمان للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، 2008،ص63-64.²

أي أن الدول العربية أصبحت تمتلك قنوات فضائية عربية تبث إرسالها بواسطة أقمار البث التلفزيوني المباشر إما تابعة للحكومة وإما ملك لأفراد و هيئات معنية وقنوات متخصصة في كل مجال معين، إما دينية، إما ثقافية، إما إخبارية إلى غير ذلك.

ومما يلاحظ عن البث التلفزيوني في معظم القنوات الفضائية العربية أنه تحول إلى مجرد دعاية مجانية وترويج ساذج لوجوه وتوجهات بعيدة كل البعد عن تطلعات الفرد العربي واهتماماته وقضاياه الحقيقية و حاجاته الأساسية للوعي والمعرفة.

فعلي الرغم من أن الهدف الذي أنشأت من أجله الفضائيات العربية المتمثلة في التصدي للفكر الغربي الهدام من خلال محتوى البرامج العربية التي تبث علي الفضائيات، أي ضعف امتلاك الدول العربية للقدرة التكنولوجية والمعلومات التي تنتج بها البرامج المحلية لأنها مرتفعة التكاليف، مما جعلها تتجه إلي الإستيراد والتقليد، والمعتمد أن دخول الدول العربية في مجال الفضائيات وهي غير مستعدة لذلك من حيث الإعداد لملئ ساعات البث التي تغذي هذه الفضائيات أدي إلي اعتمادها علي برامج القنوات المحلية أو البرامج الأجنبية، وبهذه الطريقة تخدم أو تحقق الفضائيات العربية أهداف الفضائيات الأجنبية الوافدة بدون قصد لأنه لاتوجد سلبية إعلامية عربية موحدة .

الجانحة التطبيقية

TV بطاقة فنية عن قناة النهار

مستقلة تابعة لجريدة النهار الجديد الجزائرية أنشأها مجموعة هي قناة جزائرية إخبارية من الإعلاميين والصحفيين الجزائريين.

انطلق البث التجريبي يوم 6 مارس 2012 بأول نشرة إخبارية اتخذت القناة مقرها بالعاصمة الأردنية عمان ليبدأ البث من هناك على القمر نايلسات تهتم القناة بالشأن الإخباري والسياسي في الجزائر حيث أن برامجها ستكون مزيجا بين نشرات الإخبارية والرياضية وأخبار اقتصادية وكذا أخبار الصحف الوطنية والعديد من البرامج الأخرى، وثائقيات، الأحوال الجوية.

TV أهم البرامج التي تبثها قناة النهار

المواجيز الإخبارية، حصة دينية مثل انصحوني للشيخ شمس الدين، برامج سياسية مثل outتصريح جدا، حصاد الليلة المشهد، برامج اجتماعية مثل حصة جزائريون، برنامج، برنامج الحدث، برنامج رياضة مثل 45د، الأحوال الجوية، برنامج نهار كوم .¹ option

عرض وتحليل الجدول :السمات العامة
1-جدول يمثل العينة متغير الجنس

العينة الجنس	التكرار	% النسبة
ذكور	50	62,5%
إناث	30	37,5%
المجموع	80	100%

من أفراد العينة أي مايعادل 50 مفردة من %من خلال قراءتنا للجدول (1) يتضح أن 62,5 أصل 80 هم ذكور.

أي مايعادل 30 مفردة من أصل 80 هم من إناث. أما نسبة 37,5

2-جدول يمثل متغير السن

العينة السن	التكرار	النسبة المئوية
من 20 إلى 30	25	31,25%
من 30 إلى 40	21	26,25%
40 فما فوق	16	20%
المجموع	80	100%

يعد تحديد السن من أهم محددات خصائص العينة, وذلك راجع إلى أن كل فئات عمرية لها حاجات واهتمامات محدودة ومن خلال الجدول رقم (2) نلاحظ أن الأفراد الذين تتراوح وتضم طاقة شبابية التي %أعمارهم ما بين [20 إلى 30]سنة يحتلون أكبر نسبة والمقدرة ب31,25 تهتم بمعرفة كل ما هو جديد والتطلع على الواقع بينما تأتي في المرتبة الثانية الفئة أما في المرتبة الثالثة فنجد الفئة العمرية أقل %العمرية [من 30 إلى 40] بنسبة تقدر ب26,25 وفي الأخير نجد الفئة العمرية 40 فما فوق وذلك بنسبة %من [20 إلى 20] وهذا بنسبة 22,50 تقدر ب20 بالمائة.

3_ جدول يمثل متغير توزيع المستوى التعليمي على عينة المبحوثين

العينة العينة المستوى التعليمي	التكرار	% النسبة المئوية
غير متمدرس	16	20%
ابتدائي	12	15%
متوسط	15	18,75%
ثانوي	17	21,25%
جامعي	20	25%
المجموع	80	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم (03) أن أعلى نسبة من أفراد العينة ممثلة للمستوى الجامعي لغير المتمدرسين % في حين نجد نسبة 20% , أما الثانوي فقد قدرت نسبته 21,25% بنسبة 25 فكانت للمستوى المتوسط و أخيرا المستوى الابتدائي و قدرت نسبته % أما نسبة 18,75

ب12 بالمائة.

المحور الأول: عادات المشاهدة

1_ جدول يمثل متغير المشاهدة

العينة المشاهدة	التكرار	% النسبة المئوية
دائما	26	32,50%
أحيانا	40	50%
نادرا	14	17,50%
الجموع	80	100%

أحيانا TV يتضح لنا من خلال الجدول رقم (01) أن أغلب الأفراد العينة يشاهدون قناة النهار يشاهدون القناة بصفة دائمة , وتأتي نسبة الذين % وفي حين أن نسبة 32,50% وبلغت نسبتهم 50% أجابوا بنادر بنسبة 17,50

2_ جدول يمثل متغير ساعات المشاهدة

العينة ساعات المشاهدة	التكرار	% النسبة المئوية
ساعة	50	62,5%
ساعتين	12	15%
أكثر من ساعتين	18	22,5%
المجموع	80	100%

من أفراد العينة قد أدلو بأقل حجم ساعي % أن أكبر نسبة 62,5 (يشير الجدول رقم لمشاهدتهم لقناة النهار نظرا انشغالاتهم اليومية كما أنهم لا يهتمون بالقناة إلا عندما تكون % هناك أخبار ومعلومات تهمهم في حين أن نسبة 22,5 يشاهدونها أكثر من ساعتين لاهتمامهم الشخصي بالقناة من الأخبار ومعلومات تثير رغباتهم يشاهدونها لمدة ساعتين يوميا وذلك حسب الظروف. % وتلبي احتياجاتهم بنما نسبة 15

3- جدول يمثل متغير الرفقة أثناء المشاهدة

العينة الرفقة أثناء المشاهدة	التكرار	النسبة المئوية
بمفردك	20	25%
مع العائلة	55	68,75%
الأصدقاء	5	6,25%
المجموع	80	100%

مع TV نلاحظ من خلال الجدول رقم 3 غالبية الأفراد العينة يفضلون مشاهدة قناة النهار العائلة لأنها قناة تلبي جميع الأذواق كما أن مضامينها مستمدة من الواقع المجتمعي الجزائري %، في حين أن نسبة 25% وتقدر نسبتهم بـ 68,75

بمفردهم ،بينما هناك من الأفراد العينة من يفضلون مشاهدة TVيفضلون مشاهدة قناة النهار
%القناة مع الأصدقاء بلغت نسبتهم 6,25

4-الجدول يمثل متغير فترة المشاهدة

العينة فترة المشاهدة	التكرار	النسبة المئوية
صباحا	2	2,5%
مساء	25	31,25%
ليلا	58	72,5%
المجموع	85	100%

يشاهدون قناة % أن غالبية أفراد العينة وتبلغ نسبتهم 72,5 (4) نلاحظ من خلال الجدول رقم
النهار في الليل وهذا راجع إلي أن معظم المبحوثين يمكنون في البيت ليلا أكثر منها في
بينما بلغت %الأوقات الأخرى في حين بلغت نسبة ممن يشاهدون القناة في المساء 31,25
الأفراد الذين يتابعون القناة في الصباح لأن معظم المبحوثين يكونون في العمل.%نسبة 25

-جدول يمثل متغير طبيعة البرامج التي تجذب اهتمام الجمهور5

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
طبيعة البرامج التي تجذب اهتمام الجمهور		
اجتماعية	30	37,5%
سياسية	46	57,5%
ثقافية	8	10%
اقتصادية	0	0
أخرى	22	27,5%
المجموع	106	100%

أن غالبية أفراد العينة تجذبهم البرامج السياسية وذلك (5) نلاحظ من خلال الجدول رقم
من أفراد العينة ممن % وذلك لأن طبيعة القناة إخبارية ،في حين أن نسبة 37,5%نسبة 57,5
يجذبهم البرامج الاجتماعية التي تعالج أوضاع الجزائريين ،بينما هناك من المبحوثين ممن
أما من تجذبهم برامج أخرى فقدرت نسبتهم ب27,5%تجذبهم البرامج الثقافية وبلت نسبتهم10
%

لحجات الجمهور 6TV-جدول يمثل متغير تلبية قناة النهار

المتغير حاجات الجمهور	التكرار	النسبة المئوية
نعم	60	75%
لا	20	25%
المجموع	80	100%

أن غالبية أفراد العينة يرون أن قناة النهار تلبية حاجاتهم (6) (نلاحظ من خلال الجدول رقم حين يري بقية المبحوثين أنها لا تلبية حاجاتهم %وذلك من خلال إجابتهم بنعم بنسبة 75 من خلال إجابتهم بلا% وبلغت نسبتهم 25

لطيبة المجتمع الجزائري TV-جدول يمثل متغير مراعاة قناة النهار 7

المتغير مراعاة طيبة المجتمع	التكرار	النسبة المئوية
نعم	66	82,5%
لا	14	17,5%
المجموع	80	100%

يتضح لنا أن غالبية أفراد العينة يرون أن قناة النهار (7) (نلاحظ من خلال الجدول رقم %يرون بأن قناة النهار تراعي طيبة المجتمع الجزائري وذلك من خلال إجابتهم بنسبة 82 من %، بينما يري بقية المبحوثين بأنها لا تراعي طيبة المجتمع الجزائري وبلغت نسبتهم 15 خلال إجابتهم بلا .

نتائج المحور الأول

؟ أجابت أغلبية المبحوثين بأحسانا بنسبة TV-فيما يتعلق بالسؤال: هل تشاهد قناة النهار

% وأخيرا الإجابة نادرا بلغت نسبة 20,83% وأجابوا دائما بنسبة 32,5% 50%

نجد أن الأغلبية أجابوا بساعة TV-أما عن متغير المدة المخصصة لمشاهدة قناة النهار

ساعتين . % وبنسبة 15% أكثر من ساعتين بنسبة 22,5% بنسبة 62,5

-فيما يخص مع من تشاهد قناة

؟ نجد أغلبية أفراد العينة قد أجابوا بأنهم يفضلون مشاهدة القناة مع العائلة TVالنهار

مع لأصدقاء% وبنسبة 6,25% وبمفردهم بنسبة 25% بنسبة 68,75

—أما

عن الفترة المفضلة للمشاهدة فنجد أغلبية المبحوثين يرون أن الفترة المناسبة هي ليلا بنسبة

الفترة الصباحية. % وبنسبة 2,5% والفترة المسائية بنسبة 31,25% 72,5%

-

فيما يتعلق بطبيعة البرامج التي تحوز على اهتمام الجمهور ؟ فكانت الأغلبية للبرامج

للبرامج الأخرى % وبنسبة 27,5% البرامج الاجتماعية بنسبة 37,5% السياسية بنسبة 57,5

وأخيرا البرامج الاقتصادية % البرامج الثقافية بنسبة 10

أما % حاجات الجمهور فقد أجاب الأغلبية بنعم بنسبة TV75-أما عن السؤال هل تلبى النهار

% الإجابة بلا فبلغت 25

-أما

فيما يخص هل تراعي القناة طبيعة المجتمع الجزائري ؟ فقد

الإجابة بلا. % وبنسبة 17,5% أجاب أغلبية المبحوثين بنعم 82,5

TV المحور الثاني :دوافع إقبال الجمهور الجزائري علي المشاهدة قناة النهار

- الجدول يمثل متغير عامل جذب الجمهور للقناة 1

المتغير عامل الجذب	التكرار	النسبة المئوية
طبيعة البرنامج	35	43,75%
السياق	2	2,5%
المقدمين	11	13,75%
الإخراج	0	0
الفكرة	12	15%
المضامين	30	37,5%
أسباب أخرى	12	15%
المجموع	102	100%

يبين لنا أن غالبية أفراد العينة قد أجابوا بأن مايجذبهم لمشاهدة قناة 1(من خلال الجدول رقم ،في حين % ثم تليها المضامين بنسبة 37,5% هو طبيعة البرامج وذلك بنسبة 43,75 TV النهار ،يرون % أما نسبة 13,75 %تتساوى كل من الفكرة وأسباب أخرى حيث قدرت نسبتهم ب15 وأخير الإخراج بنسبة 0 وهذا %المقدمين هم من يجذبهم نحوا لقناة ،السياق وقدرة نسبته 2,5 يعود حسب حاجات ورغبات المشاهدين.

لحاجات الجمهور في تحديد أجندتها الإعلامية TV 2-جدول يمثل المتغير مراعاة قناة النهار

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
نعم	67	83,75%
لا	13	16,25%

المجموع	80	100%
---------	----	------

تأخذ رأي TV نلاحظ أن معظم أفراد العينة يرون أن قناة النهار (2) من خلال الجدول رقم أجابوا "نعم" في حين يري بقية %الجمهور في تحديد أجدتها الإعلامية وذلك نسبة 83,75 والتي كانت %المبحوثين بأنها لا تأخذ حاجات الجمهور بعين الاعتبار وذلك بنسبة 16,25 إجاباتهم "بلا"

بالنسبة للجمهور TV3- جدول يمثل متغير مصداقية قناة النهار

المتغير مصداقية القناة	التكرار	النسبة المئوية
ضعيفة	25	31,25%
متوسطة	44	55%
قوية	11	13,75%
المجموع	80	100%

يتضح لنا أن غالبية أفراد العينة يرون أن قناة 3 (من خلال الجمهور قراءتنا للجدول رقم %، في حين نسبة 31,25% النهار متوسطة المصداقية قي معالجة المعلومات وذلك بنسبة 55 تري أن المعلومات التي القناة ضعيفة المصداقية ،أما بقية المبحوثين فيرون أن القناة قوية %المصداقية وذلك نسبة 15

نتائج المحور الثاني :

لحاجات الجمهور في تحديد أجدتها الإعلامية فقد TV- فيما يتعلق بمتغير مراعاة قناة النهار %، أما عن الإجابة بلا فبلغت 16,25% أجاب أغلبية المبحوثين بنعم بنسبة 83,67

فقد أجاب أغلبية أفراد العينة بأنها متوسطة TV فيما يخص متغير مصداقية قناة النهار % ضعيفة المصداقية ،قوية المصداقية بنسبة 13,75 % وبنسبة 31,25% المصداقية بنسبة 55 فقد أجاب الأغلبية بطبيعة TV أما عن العامل الذي يجذب الجمهور نحوي مشاهدة قناة النهار البرامج بنسبة

كل من الفكرة وأسباب أخرى المقدمين بنسبة 13,75 % وبنسبة 15%، المضامين 37,5% 43,75 وأخيرا الإخراج %، السياق 2,5%

1. الجداول التي تمثل علاقة المتغيرات بعادات المشاهدة

1-TV جدول يوضح علاقة متغير الجنس بنسبة المشاهدة قناة النهار

المجموع	أنثى		ذكر		الجنس البرامج
	النسبة النسبية	التكرار	النسبة النسبية	التكرار	
26	8,75%	07	23,75%	19	دائما
40	23,75%	19	26,25%	21	أحيانا
14	5%	04	12,5%	10	نادرا
80	100%	30	100%	50	المجموع

حيث يشاهد أغلب TV يوضح هذا الجدول علاقة متغيرة الجنس بنسبة متابعة قناة النهار المبحوثين القناة أحيانا وهذا راجع إلى متابعة قنوات أخرى وكذلك انشغالات المبحوثين % وعند الإناث 23,75% بأمور أخرى فكانت أكبر نسبة عند الذكور والتي قدرت بـ 26,25% أما % ويشاهدونها بصفة دائمة بنسبة دائمة بأعلى نسبة عند الذكور وبلغت نسبتها 23,75% في حين يشاهدها بعض المبحوثين بصفة نادرة حيث كانت أكبر % الإناث فبلغت نسبتهم 8,75% وهذا راجع إلى % في حين بلغت نسبتها عند الإناث 5% بنسبة عند الذكور والتي بلغت 12,50% أن الذكور لهم وقت إضافي أكثر من الإناث لأنهن يشتغلن بأمور أخرى.

2-TV جدول يمثل علاقة متغير الجنس بنسبة المشاهدة قناة النهار

المجموع	أنثى		ذكر		الجنس طبيعة البرامج
	نسبة النسبية	التكرار	نسبة النسبية	التكرار	
30	9,43%	10	18,87%	20	اجتماعية
46	18,86%	20	24,53%	26	سياسية
0	0	0	0	0	اقتصادية
8	2,85%	3	4,72%	05	ثقافية
22	10,37%	11	10,37%	11	أخرى
106	100%	44	100%	62	المجموع

يفضلون متابعة البرامج السياسية، حيث VT أغلب المبحوثين الذين يشاهدون قناة النهار وهذا راجع إلي أن % والإناث بنسبة 18,86% سجلت أكبر نسبة عند الذكور قدرت بـ 24,53 الذكور لها ميولات سياسية وتحاول معرفة كل الأخبار سواء وطنية أو الدولية في حين أن الإناث لا تهمهم هذه المواضيع، وتأتي في المرتبة الثانية البرامج الاجتماعية بأعلى نسبة عند الإناث، بينما تتساوى كل من % في حين سجلت نسبة 9,43% عند الذكور و قدرت بـ 18,87 وأخيرا البرامج الثقافية التي % الذكور والإناث في المشاهدة برامج أخرى بنسبة 10,37 عند الإناث. %، ونسبة 2,85% سجلت أعلى نسبة عند الذكور وذلك بنسبة 4,72 ومنه نستنتج أن هناك فروقات في تفضيل البرامج المشاهدة في قناة النهار بين الذكور والإناث وذلك حسب اهتمامات وأذواق كل جنس.

3_ جدول يمثل علاقة متغير السن بنسبة المشاهدة

المجموع	من 40 فما فوق		من 30 إلى 40		من 20 إلى 30		أقل من 20 إلى 20		السن المشاهد
	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
26	11,25%	09	8,75%	07	26,25%	05	6,25%	05	دائما
40	6,25%	05	11,25%	09	23,75%	19	8,75%	07	أحيانا
14	2,5%	02	6,25%	05	1,25%	01	7,5%	06	نادرا
80	100%	16	100%	21	100%	25	100%	18	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلب أفراد العينة يشاهدون القنوات الخاصة أحيانا فنجد أكبر ثم تليها الفئة العمرية [30-] بنسبة عند الفئة العمرية التي تتراوح ما بين [20-30] بنسبة 23,75 الفئة العمرية [أقل من 20 إلى 20] والفئة العمرية [40 فما فوق] بنسبة % و 8,75% [40] بنسبة 11,25 ويشاهدها دائما بأكثر نسبة عند الفئة % 6,25 الفئة العمرية [40-30] بنسب متساوية عند % و بنسبة 8,75% [40 فما فوق] وبلغت 11,25 [20] و الفئتين [أقل 20] ويشاهدها بعض أفراد العينة نادرا بأعلى نسبة عند الفئة العمرية % [20-30] بنسبة 6,25

عند الفئة العمرية [40-30] ثم تليها الفئة % وبنسبة 6,25% [أقل من 20 إلى 20] والتي قدرت ب7,5 % وأخيرا الفئة العمرية [40-30] بنسبة 1,25% العمرية [40 فما فوق] والتي بلغت 2,5

4-جدول يمثل علاقة متغير السن بمدى تلبية القناة للحاجات

المجموع	من 40 فما فوق		من 30 إلى 40		من 20 إلى 30		أقل من 20 إلى 20		السن المشاهد
	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
60	8,75%	15	18,25%	15	23,75%	19	13,75%	11	نعم
20	1,25%	01	7,5%	06	7,5%	06	8,75%	07	لا
80	100%	16	100%	21	100%	25	100%	18	المجموع

تلمي TV نلاحظ من خلال الجدول رقم (4) إن غالبية أفراد العينة يرون أن القناة النهار في حين تساوت % حاجاتهم حيث سجلت أعلى نسبة عند الفئة العمرية [30-20] وبلغت 23,75 النسب عند الفئة العمرية عند الفئة العمرية [أقل من 20 إلى 20] % وبنسبة 13,75% [40-30] و[40 فما فوق] و قدرت ب18,25 20] في حين يري بقية المبحوثين أن قناة لا تلمي حاجاتهم حيث سجلت أكبر قيمة عند الفئة % [أقل من 20 إلى 20] و قدرت ب8,75 وأخيرا الفئة العمرية [40 فما فوق] % وبنسب متساوية عند الفئتين [30-20] و[40-30] وبلغت 7,5 % بنسبة 1,25

5-جدول يمثل علاقة متغير المستوي التعليمي بنسبة المشاهدة

المجموع	جامعي		ثانوي		متوسط		إبتدائي		غير ممتدرس		المستوي التعليمي المشاهدة
	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	
26	3,75%	03	6,25%	05	5%	04	8,75%	07	8,75%	07	دائما
40	21,25%	17	13,75%	11	6,25%	05	3,75%	03	5%	04	أحيانا

14	00	00	1,25%	01	7,5%	06	2,5%	02	6,25%	05	نادرا
80	100%	20	100%	17	100%	15	100%	12	100%	16	المجموع

نلاحظ خلا الجدول أن أغلبية أفراد العينة يشاهدون القنوات الخاصة أحيانا حيث سجلت % ثم يليها المستوي الثانوي بنسبة 13,75% أعلى نسبة عند الجامعيين وقدرت بـ 21,25% للغير المتمدرسين، والمستوى الابتدائي بنسبة 3,75% ونسبة 5% والمستوى المتوسط بنسبة 6,25%، ويشاهدها بعض أفراد العينة بصفة دائمة حيث تساوت النسب بين المستوي الابتدائي %، أما المستوي المتوسط %، ثم المستوي الثانوي بنسبة 6,25% والغير متمدرسين بنسبة 8,75% للمستوى الجامعي في حين يشاهدها بعض المبحوثين نادرا %، ونسبة 3,75% بلغت نسبتها 5% للغير المتمدرسين في %، ونسبة 6,25% حيث سجلت أعلى نسبة عند المستوى المتوسط 7,5% حين تفاوتت النسب بين المستويات الأخرى

6-الجدول يمثل علاقة متغير المستوي التعليمي بدافع الإقبال على القناة

المجموع	جامعي		ثانوي		متوسط		إبتدائي		غير متمدرس		المستوى التعليمي دوافع إقبال
	التكرار	ن م	التكرار	ن م	التكرار	ن م	التكرار	ن م	التكرار	ن م	
35	7,84%	08	8,82%	09	8,82%	09	4,90%	05	3,93%	04	طبيعة البرامج
02	0,98%	01	00	00	00	00	00	00	0,98%	01	السياق
11	2,94%	03	3,92%	04	00	00	1,96%	02	1,97%	02	المقدمين
00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	الإخراج
12	0,98%	01	2,94%	03	2,94%	03	1,96%	02	2,95%	03	الفكرة
30	12,74%	13	4,90%	05	2,94%	03	2,94%	03	5,88%	06	المضامين
12	3,93%	04	1,96%	02	3,92%	04	00	00	1,96%	02	أسباب أخرى
102	100%	30	100%	23	100%	19	100%	12	100%	18	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أن أغلبية أفراد العينة قد أجابوا بأن ما يجذبهم لمشاهدة القناة هو طبيعة البرامج حيث سجلت أعلى نسبة للمستويين المتوسط والثانوي وبنسب TV النهار للمسوي الجامعي ، أما الابتدائي فقدرت نسبته بـ 4,90 % ، وبنسبة 7,84 % متساوية بلغت 8,82 للفئات غير المتمدرسين ، في حين نجد المضامين بأعلى نسبة عند 3,92 % ، وبنسبة 12,74 للغير المتمدرسين ، أما المستوي الثانوي فقدرت % ونسبة 5,88 % الجامعيين وبلغت 2,94 ، وفي % وبنسب متساوية عند المستويين الابتدائي والثانوي بنسبة 2,94 % نسبته بـ 4,90 المرتبة الثالثة نجد كل من الفكر وأسباب أخرى ونبدأ أولاً بالفكرة حيث سجلت أعلى نسبة ونسبة % للمستويات الثانوي والمتوسط والفئات الغير متمدرسة بنسب متساوية قدرة بـ 2,94 في حين سجلت % للمستوي الابتدائي ، أما المستوي الجامعي فبلغت نسبته 0,96 % 1,96 . في % أسباب أخرى أعلى نسبة للمستويين المتوسط والجامعي بنسب متساوية قدرت بـ 3,92 ثم تأتي في % حين تساوت النسب أيضا للمستوي المتوسط والغير المتمدرس بنسبة 1,96 % المرتبة الرابعة المقدمين حيث سجلت أعلى نسبة للمستوي الثانوي والتي قدرت بـ 3,92 للمستوي الجامعي ، في حين تساوت النسب بين المستويين الابتدائي والفئات % ونسبة 2,94 وأخيرا السياق الذي تساوت فيه النسب بين المستوي الجامعي % الغير متمدرسة وبلغت 1,96 والفئات الغير متمدرسة بنسبة 0,98 بالمائة

تحليل الأسئلة المفتوحة:

TV- تحليل السؤال كيف تري مضامين قناة النهار

اختلفت الإجابة عن هذا السؤال كالتالي:

هي قناة متوسطة تستمد مواضعها من واقع المجتمع الجزائري ، إذا TV 1- إن قناة النهار تعتبر جريئة في طرح ومعالجة بعض المواضيع الحساسة فهي تبين لنا حقيقة الوضع كما أنها تحاول عرض مشاكل وانشغالات المواطنين بكل حرية .

الهدف منها استقطاب أكبر عدد ممكن من المشاهدين داخل وخارج الوطن وقد مثلت هذه الإجابة 60 حالة .

فقد أجابت الحالة رقم 10 ذكر له المستوي جامعي عن هذا السؤال كالتالي: "أري أن هذه القناة تتماشى مع عقيدة المجتمع الجزائري وميكانيزماته لأنها تعايش واقع المجتمع الجزائري"

-قد أجابت الحالة رقم 68 أنثي لها المستوي ثانوي "أري أن مضامين القناة الجيدة لأنها تتحدث عن الواقع الاجتماعي الذي نعيشه "

-كما أجابت الحالة رقم 17 ذكر غير متمدرسين "مضامين في المستوي "

ليست في المستوي الذي يرضوه المشاهد الجزائري لأن برامجها 2TV- إن قناة النهار تنقصها الجودة والموضوعية إذا أنها تبالغ في بعض الأحيان كما أنها لا ترتقي إلي مستوي القنوات القضائية الأخرى وقد مثلت هذه الإجابة 15 حالة "متوسطة نوعا ما من تحسينها " وقد أجابت الحالة رقم 3 أنثي لها مستوي متوسط "جراءة مبالغ فيها أحيانا" تفتقر إلي المصداقية "2TV كما أجابت الحالة رقم 16 ذكر له مستوي جامعي "قناة النهار في حين لم تقدم 5 حالات أي إجابة عن هذا السؤال .

مع العادات والتقاليد الجزائرية 2TV-تحليلا السؤال مامدى تجاوب قناة النهار حيث انقسمت الإجابة حول هذا السؤال فيمن يري

-أن القناة تتجاوب بشكل كبير مع العادات والتقاليد لأنها قناة جزائرية ،كما أنها مرآة عاكسة للمجتمع الجزائري فهي تعتبر قناة شعبية تحاول جذب أكبر عدد ممكن من الشاهدين وقد مثلت هذه الإجابة 64 حالة .

هي قناة خاصة إلا أن هذا لا TV-حيث أجابت الحالة رقم 8 ذكر ،جامعي " النهار يمنعها أن تتجاوب مع العادات والتقاليد الجزائرية وخير دليل الإعلاميات المحجبات" تحترم العادات والتقاليد TV- كما أجابت الحالة رقم 79 أنثي غير متمدرسة" قناة النهار الجزائرية كثيرا "

-في حين أجابت الحالة رقم 30 ذكر ،مستوي ثانوي "تحترم القناة العادات والتقاليد لأنها تعتبر جزء لا يتجزأ من هذا المجتمع كما أنها قناة تمثل الشعب" .

-أن القناة لا تربطها أي صلة بالعادات والتقاليد الجزائرية لأنها تتطرق إلي سلبيات المجتمع، كما أنها في بعض الأحيان تبت ما لا يثبت أي أنها تحاول كسر بعض الطابوهات غير مبالية ومهتمة بطبيعة هذا المجتمع وقد مثلت هذه الإجابة 12 حالة .
فقد أجابت الحالة رقم 57 أنثى ،مستوي متوسط "ليس لها علاقة كاملة بالعادات والتقاليد الجزائرية "
وأجابت الحالة رقم 40 ذكر جامعي "ما يتم تقديمه لا يراعي العادات والتقاليد الجزائرية حيث كل ما يعرض على القناة هو سلبيات المجتمع "في حين لم تقدم 4 حالات إجابة ن هذا السؤال

الاستنتاج العام

مما سبق تناوله الجانب التطبيقي من المعطيات الجدول وتحليلها توصلنا إلي النتائج التالية :
حيث كانت نسبة TV- توجد أغلبية واضحة في رأي الجمهور نحو المشاهدة قناة النهار وذلك حسب المواضيع والأخبار التي تعرض فيها . % المشاهدة بأحيان 5
كما أجاب أغلب أفراد % -أما فيما يخص الوقت المخصص للمشاهدة نجد ساعة نسبة 62,5 وهذا يرجع إلي أن أغلب %العينة أن الفترة مخصصة للمشاهدة هي ليلا بنسبة 72,5
المبحوثين يكونون مشغولون إما بعمل ،الدراسة أو لارتباطهم بانشغالات أخرى .
أما عن طبيعة البرامج نجد أن أغلبية أفراد العينة يشاهدون البرامج السياسية وذلك لأنها قناة إخبارية تعالج المواضيع اجتماعية المرتبطة بواقع المجتمع %بنسبة 57,5
الجزائري .

تلبي طبيعة TV-في حين أجاب أغلبية المبحوثين أن طبيعة البرامج التي تبثها قناة النهار ،كما أن هذه البرامج تراعي طبيعة %المجتمع الجزائري حيث كانت الإجابة بنعم بنسبة 75

هذا المجتمع وذلك لأنها قناة جزائرية تحاول جذب اهتمام المواطنين من خلال التطرق إلى المواضيع التي تثير اهتماماته .

هي قناة TV فيما يخص تجارب النهار مع العادات والتقاليد الجزائرية نجد أن قناة النهار شعبية من الدرجة الأولى لذلك فإنها تراعي القيم والعادات التي يتمسك بها الشعب الجزائري فهي تغطي كل التظاهرات الخاصة بكامل القطر الجزائري .

فإن المضامين الإعلامية وحتى الأفكار الجيدة TV-أما رأي الجمهور بما تقدمه قناة النهار إلا أن طبيعة البرامج والتقديم تحتاج إلى تكوين جيد متواصل لبلوغ الهدف على الرغم من هذا لا يمنعها أن تكون متميزة عن باقي القنوات الأخرى

خاتمة:

من خلال الدراسة التي قمنا بها نستخلص ما يلي:

أن قناة النهار tv من بين أهم القنوات الرائدة في المجال الإعلامي الجزائري خاصة الإعلام الإخباري من خلال تغطيتها للأحداث العالمية والوطنية المهمة بكل صدق ومصداقية، حيث أتاحت للمشاهد الجزائري رؤية جديدة وفرصة للحصول على المعلومة بتفاصيل أدق وأسهل مما كان يحصل عليه من التلفزيون العمومي كما سعت القناة إلى جذب عدد كبير من الجماهير كمتابع ومحلل لهذه الأخبار، وهذا راجع لعدة أسباب جعلتها قادرة على تصوير المجتمع في أحسن الصور لما تعرضه ويتوافق مع الحياة الاجتماعية للفرد الجزائري ومواكبة كل ما هو جديد خصوصا أن قناة النهار ذهبت بالمشاهد نحو همومه، وإلقاء الضوء على بعض المشاكل التي يعاني منها المجتمع. وبالأخص المواضيع الحساسة مما أكسبها إقبال كبير لدى الجمهور إضافة إلى ذلك سبق الإعلامي في ظل التنافس الكبير للقنوات الفضائية الأخرى، هذا ما أكسبها صبغة إعلامية جديدة.

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
جامعة عبد الحميد بن باديس . مستغانم -
كلية العلوم الاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال

في إطار الإعداد لمذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص وسائل الإعلام والمجتمع مذكرة
تحت عنوان: « دوافع إقبال الجمهور الجزائري على مشاهدة الفضائيات الجزائرية الخاصة » قناة النهار TV
نموذجاً (دراسة ميدانية لجمهور مدينة عمي موسى) نطلب من حضرتكم أن تساهموا في إثراء موضوعنا هذا
بالإجابة على الأسئلة المقدمة ونحيطكم علماً بأن المعلومات المقدمة لن تستخدم إلا لأغراض علمية بحتة

بإشراف الأستاذة:

* بن علي مليكة

من إعداد الطالبة:

• زروقي حياة

السمات العامة:

الجنس: ذكر أنثى

السن: أقل من 20 إلى 20 من 20 إلى 30 من 30 إلى 40 فما فوق

المستوى التعليمي: غير متمدرس ابتدائي ثانوي متوسط معي

المحور الأول: عادات المشاهدة

- 1- هل تشاهد قناة النهار TV؟
دائماً أحياناً نادراً
- 2- ماهي المدة التي تخصصها لمشاهدة قناة النهار TV؟
ساعة ساعتين أكثر من ساعتين
- 3- مع من تشاهد قناة النهار TV؟
بمفردك مع العائلة مع الأصدقاء
- 4- ماهي الفترة التي تحبذ فيها مشاهدة قناة النهار TV؟
صباحاً مساءً ليلاً
- 5- كيف ترى مضامين قناة النهار TV؟
.....
.....

- 6- ما هي طبيعة البرامج التي تحوز على اهتماماتك؟
اجتماعية سياسية ثقافية اقتصادية أخرى أذكرها

- ما هي هذه البرامج أذكرها:.....
.....

- 7- هل طبيعة البرامج تلي حاجاتك؟

نعم لا لماذا؟
.....
.....

8- هل تراعي البرامج طبيعة المجتمع الجزائري؟

نعم لا إذا كان نعم كيف ذلك؟
.....
.....

المحور الثاني: دوافع إقبال الجمهور الجزائري على مشاهدة قناة النهار TV

1- ما الذي يجذبك لمتابعة قناة النهار TV؟

طبيعة البرامج الليق المقدمين
الإخراج الفكرة المضامين
أسباب أخرى أذكرها:.....
.....

2- هل تأخذ القناة حاجات الجمهور بعين الاعتبار في تحديد أجندتها الإعلامية؟

نعم لا إذا كان نعم كيف:
.....
.....

3- ما مدى تجاوب النهار مع العادات والتقاليد الجزائرية؟

.....
.....

4- ما رأيك بما تقدمه قناة النهار TV؟

.....
.....

5- ما مدى صدق المعلومات التي تبثها قناة النهار TV؟

ضعيفة متوسطة قوية

6- هل تتماشى مضامين القناة والقيم الدينية للمجتمع الجزائري؟

.....
.....
7- ما الذي يميز قناة النهار عن باقي القنوات الأخرى؟

.....
.....
8- ما هي أهم اقتراحات فيما يخص مضامين القناة؟

.....
.....