



جامعة عمار ثليجي بالأغواط
كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة
قسم علوم الإعلام والاتصال



الموضوع :

اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الشبكة البرامجية الرمضانية في التلفزيون العمومي

دراسة ميدانية لعينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة الأغواط

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف دكتور

تواتي خضرون

إعداد الطالبة:

سارة معامير

السنة الجامعية 2020 – 2021

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

كلمة شكر وتقدير

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلى بطاعتك..
ولا تطيب اللحظات إلا بذكرك..
ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك .. ولا تطيب الجنة إلا برويتك ..
فلك الحمد ولك الشكر.

في نهاية هذا المشوار نتقدم بالشكر والعرفان
إلى من وقف على المنابر وأعطى من حصيلة فكره
وأشعل شمعة في دروب عملنا لينير دربنا، وإلى الأساتذة الكرام
بجامعة عمار ثليجي بالأغواط.
و أخص بالذكر الدكتور الفاضل تواتي خضرون
الذي تفضل بالإشراف على هذا العمل فكان نعم الموجه فجزاه الله عنا كل
خير وله منا كل التقدير والاحترام.

إهداء

بسم الذي تقدست له الأسماء وكان لي العون و الرجاء
بسم من يطيب بذكره الإهداء والصلاة والسلام على سيدنا
محمد أشرف المرسلين والأنبياء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى أمي الحبيبة أطال الله في
عمرها

إلى روح أبي رحمة الله عليه إلى أخوتي وأخواتي كل باسمه
إلى الكتكوتة الغالية ابنت أختي ريم إلى كل من وسعهم قلبي
ولم يذكرهم قلبي
أهدي لهم هذا الجهد...

سارة

ملخص

تؤدي القنوات الفضائية دورا مهما وبارزا في حياتنا اليومية كونها وسيلة إخبارية وثنقيفية وترفيهية، وتعليمية، وقد انتشرت في الغالبية العظمى من المدن والأرياف، وأصبحت تغزو بيوتا كثيرة وتستهدف أعمارا مختلفة ، ويرجع الفضل في ذلك إلى التطورات التقنية في مجال البث التلفزيوني المباشر عبر الأقمار الصناعية، بحيث أصبح هذا البث ظاهرة من ظواهر العصر الحديث.

والقنوات الفضائية إحدى أهم الوسائل للثقافة التي يعتمد عليها المشاهد في الحصول على المعلومات والأفكار، إن البرامج الثقافية بمختلف مضامينها تسعى إلى تقديم ما هو أفضل للمشاهد من ناحية المضمون تمع فلا تقتصر على الطبقة المثقفة فقط وهذا النوع فقط والشكل، وكذا تنوع البرامج التي توجه إلى مختلف فئات الجمهور، وهذه البرامج، أصبح ضرورة إلزامية اشباع وتحقيق رغبات المشاهد، وتنمية روح الإبداع فيه.

وفي هذه الدراسة سنحاول معرفة اتجاهات الجمهور نحو برامج الشبكة الرمضانبة في التلفزيون العمومي من خلال دراسة ميدانية على عينة من طلبة الإعلام بجامعة الأغواط.

الكلمات المفتاحية:

اتجاهات - الجمهور - الشبكة البرامجية - التلفزيون

Abstract

Satellite channels play an important and prominent role in our daily lives as they are a news, educational, entertainment, and educational means. They have spread in the vast majority of cities and rural areas, and are now invading many homes and targeting different ages, thanks to the technical developments in the field of direct television broadcasting via satellite. So that broadcasting has become a phenomenon of the modern era.

Satellite channels are one of the most important means of culture that the viewer relies on to obtain information and ideas. Cultural programs with their various contents seek to provide what is best for the viewer in terms of content. They are not limited to the educated class only and this type and form, as well as the diversity of programs directed to different Audience categories, and these programs, have become a mandatory necessity to satisfy and fulfill the viewer's desires, and develop the spirit of creativity in it.

In this study, we will try to find out the audience's attitudes towards the Ramadan network's programs on public television through a field study on a sample of media students at the University of Laghouat.

key words:

directione- Audience - Programmatic Network - Television

الفہرست

فهرس الموضوعات

الصفحة	المحتويات
	شكر و تقدير إهداء ملخص باللغة العربية ملخص باللغة الفرنسية فهرس الموضوعات فهرس الجداول
أ	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
4	1.الإشكالية
6	2.تساؤلات الدراسة
6	3.فرضيات الدراسة
6	4.أسباب اختيار الموضوع
7	5.أهداف الدراسة
7	6.أهمية الدراسة
7	7. منهج و أدوات البحث
9	8.مجتمع الدراسة والعينة
9	9. مجال الدراسة
10	10.المفاهيم والمصطلحات المستخدمة في البحث
12	11.النظرية المستخدمة
14	12.الدراسات السابقة
الفصل الثاني: الإطار تطبيقي للدراسة	
23	تمهيد
24	تحليل البيانات الوصفية

37	النتائج العامة للدراسة
38	النتائج المتوصل إليها في ضوء أهداف الدراسة
40	خاتمة
42	قائمة المراجع
	الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
24	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	1
24	يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن	2
25	يوضح مشاهد البرامج الشبكية الرمضانية	3
26	يبين معدل مشاهدة للبرامج الرمضانية أسبوعيا	4
27	يبين الفترة المفضلة في المشاهدة	5
28	يمثل بدائل مشاهدة البرامج لدى أفراد العينة	6
29	يبين نوع البرامج الرمضانية التي تفضل مشاهدتها	7
30	يوضح الوقت المناسب لمشاهدة البرامج الرمضانية	8
31	يبين مدى دوافع مشاهدة البرامج الرمضانية	9
32	يوضح الاشباعات المحققة من تعرض الجمهور لبرامج الشبكة الرمضانية	10
33	يوضح رأي المبحوثين في البرامج المقدمة من طرف التلفزيون الجزائري	11
34	يبين أهداف مضامين برامج الشبكة الرمضانية للتلفزيون الجزائري	12
35	يبين مدة الوقت الذي تبث فيه البرامج الرمضانية	13

مقدمة

مقدمة عامة

تعتبر وسائل الإعلام والاتصال السمعية البصرية من أهم وسائل الاتصال الحديثة التي تسيطر على الأفراد والجماعات والدول في غالبية أنحاء العالم في عصرنا الحالي والإعلام عبارة عن نقل الأخبار والأحداث وتبادل الأفكار بين كافة الناس وبعد الانتشار الضخم له لم يعد يقتصر على الأخبار والأحداث فقط، توسع إلى مهام أخرى، خاصة بعد اختراع التلفزيون وهذا لامتلأكم عدة ميزات فهو يجمع بين الصورة والصوت، أي مخاطبته لحاستي السمع والبصر التي تساهم في جذب الانتباه والتركيز، فالإعلام التلفزيوني أصبح يغزو المجتمعات ويؤثر فيها من ناحية السلوكيات والأفكار، بسبب انتشاره الواسع وقدرته على الإبهار والتأثير والامتداد وسيطرته على وقت الناس، ومن خلال هذا يساهم في بناء مواقفه واتجاهاته.

وفي هذا الصدد تبرز الخدمة الإخبارية والإعلامية كميزة وخاصة مرتبطة بالتلفزيون منذ نشأة وعبر مراحل تطوره وتعتبر الخدمة الإخبارية من المواد الأساسية التي يقدمها التلفزيون فالناس لا تقتني أجهزة التلفزيون لمجرد الرغبة في الامتلاك بل الاستخدام والإفادة ولا يستطيع أي إنسان في عالمنا أن يئأ بنفسه عن التعرض للأخبار، ففكرة نقل الأخبار إلى أكبر عدد ممكن من الناس في أسرع وقت ممكن كانت وما زالت هدفا أساسيا للمجتمعات المختلفة.

والقنوات الفضائية إحدى أهم الوسائل للثقافة التي يعتمد عليها المشاهد في الحصول على المعلومات والأفكار، إن البرامج بمختلف مضامينها تسعى إلى تقديم ما هو أفضل للمشاهد من ناحية المضمون و شكل فلا تقتصر على الطبقة المثقفة فقط وهذا من البرامج أصبح ضرورة إلزامية من أجل رفع مستوى الفكر لدى المشاهد، وتنمية روح الإبداع فيه وربطه بكل ما يمس الثقافة.

هذا وقد شكل ظهور القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة انعطافا حاسما في مسيرة الإعلام الجزائري، وبالأخص القطاع السمعي البصري، وأحدث نقلة نوعية على مستوى المعالجة

الإعلامية لكثير من القضايا، فقد فتحت المجال للرأي الآخر الذي يختلف عن رأي القطاع العمومي، وغيرها من المعطيات التي جعلت هذه القنوات موضوعا جاذبا للكثير من الباحثين والمختصين، خاصة فيما يتعلق بمدى احترافية هذه القنوات وخدماتها للجمهور وتقديمها لخدمة إعلامية حقيقية ترقى لمستوى تطلعات جمهورها.

وقد اخترنا القناة العمومية الجزائرية الخاصة لتكون موضوعا لدراستنا، وهدفنا من هذه الدراسة هو اتجاهات الجمهور نحو الشبكة البرمجية الرمضانية في التلفزيون العمومي.

الفصل الأول

الإطار المنهجي للدراسة

1. الإشكالية

يحتل التلفزيون مكانة مهيمنة في فضاء الاتصال الجماهيري لاعتماده على عنصر الصوت والصورة في نقل مختلف المضامين الإعلامية، وتساهم فيه مجموعة مختلف من الاختصاصات والمهن كونه يخاطب كل شرائح المجتمع فمهما تباينت مستوياتهم التعليمية أو فيما يتعلق بحالتهم الاقتصادية ويعد التلفزيون إحدى أدوات نقل الأخبار والمعلومات إلى المواطنين بسبب سهولة استعماله وتوفره في جل البيوت وهو ما جعله وسيطا بين القناة وعامة أفراد الشعب وتختلف برامج الشبكة الرمضانية للقناة المعروضة فيها تبعا للأهداف والوظائف المنوطة بها.

والجزائر لا تشكل الاستثناء من ذلك، فقد عرفت كغيرها من الدول ظهور العديد من القنوات الفضائية الخاصة في السنوات الأخيرة، سيما بعد صدور القانون الجديد الخاص بالقطاع السمعي البصري الذي يقتضي بفتح القطاع أمام الخواص وعدم تركه حكرا في يد الدولة كما كان طيلة السنوات الماضية منذ الاستقلال والى غاية صدور هذا القانون ورغم أن هذه القنوات تبث من خارج الجزائر، إلا أنها تحاول أن تكون قريبة من الجمهور الجزائري، من خلال سعيها إلى مواكبة المستجدات ونقل انشغالات المواطنين في مختلف القطاعات وتقديم برامج متنوعة تلبي من خلالها احتياجات جمهورها من (إعلام، إخبار تثقيف توعية وترفيه) وغيرها.

كما عرفت الجزائر بتأخرها عن سائر الدول العالمية والعربية في فتح قطاع السمعي البصري للخواص بعد أن ظل محتكرا من قبل المؤسسات العمومية منذ الاستقلال وبعد ظهور القانون المنظم لهذا القطاع ينهي سنوات احتكار الدولة لهذا المجال ويفتح الأفاق نحو تعددية إعلامية فعالة، وشكل ظهور القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة انعطافا حاسماً في مسيرة الإعلام الجزائري، ونقلة نوعية في مستوى المعالجة الإعلامية لكثير من القضايا المحلية والإقليمية والعالمية، وبات مؤكداً أنها تشكل واحدة من أهم معالم الخريطة الإعلامية

في الجزائر في ظرف زمني قصير وأصبحت في هذه المدة من أهم الوسائل متابعة من قبل الجزائريين وأكثرها تأثيرا فيهم.

وقد تعددت برامج القنوات من اجل مخاطبة فئات اجتماعية مختلفة داخل الوطن وخارجه تبعا لاهتماماتها، وتعتبر فئة الطلبة جزءا من هذه الشرائح المستهدفة من برامج المعروضة في شهر رمضان على القناة الجزائرية خاصة في الجانب المتعلق بالقضايا الاجتماعية وثقافية والترفيهية والاقتصادية والسياسية وتتمثل مشكلة الدراسة في تحديد اتجاهات الطلبة نحو البرامج الرمضانية للقناة الجزائرية ودوافع إقبال الطلبة على البرامج القناة وعادات مشاهدتهم القناة والإشباعات المتحققة من ذلك.

وما ينطوي تحت مفهوم " الخدمة العمومية"، هذه الأخيرة التي اختلف الباحثون والمختصون حول إيجاد تعريف دقيق ومحدد لها يحدد معالمها، فليس هناك اتفاق حول تفسير مرجعي لمفهوم " الخدمة العمومية "على اعتبار أن هذا المجال مرتبط بالقيم التي تقوم عليها كل دولة، كما أنه خاضع للتطور الذي تفرضه تكنولوجيا الاتصال الحديثة، حسب رأي العديد من المختصين.

فالخدمة العمومية تتجلى من خلال: مختلف البرامج والمضامين الإعلامية التي تبثها المؤسسات الإعلامية في أشكال وقوالب مختلفة، والتي تسعى من خلالها إلى خدمة جمهورها وتلبية احتياجاته؛ خدمة للمجتمع ككل وتحقيقا للمنفعة العامة.

وقد وضع الباحثون مجموعة من المعايير الأساسية، واعتبروها مبادئ جوهرية تقوم عليها الخدمة العمومية (كالاستمرارية المجانية، المساواة، الشمولية والفعالية وغيرها)، باعتبارها أسمى الوظائف والخدمات التي تقدمها المؤسسات الإعلامية، فهي جوهر الممارسة الإعلامية وعلى أساسها تكتسي تلك المؤسسات طابع الاحترافية، وتحوز من خلالها على ثقة جمهورها.

ونظرا لأهمية موضوع اتجاهات الجمهور حول الشبكة البرمجية الرمضانية في التلفزيون العمومي، جاءت هذه الدراسة لتحاول دراسة مدى تقديم خدمة للمشاهدين حسب طلبه الإعلام بجامعة الأغواط على اعتبار أنهم يمثلون نخبة المجتمع وهم الأقرب إلى التخصص وعليه نطرح التساؤل الرئيس التالي:

ما طبيعة اتجاهات الجمهور الجزائري نحو الشبكة البرمجية الرمضانية في التلفزيون الجزائري؟

2. تساؤلات الدراسة

و من هذا التساؤل العام تتفرع التساؤلات الفرعية والتي من خلالها نحاول معالجة الموضوع بالإجابة عليها.

❖ ما مدى تأثير البرامج الرمضانية على الطلبة الجامعيين؟

❖ ما هي عادات وأنماط تعرض الطلبة الجامعيين للبرامج الرمضانية؟

3. فرضيات الدراسة

✚ تؤثر البرامج الرمضانية على الطلبة الجامعيين.

✚ للطلبة الجامعيين عادات وأنماط لمشاهدة البرامج الرمضانية.

4. أسباب اختيار الموضوع

إن أساس اختيار أي موضوع علمي ينطلق أولا وقبل كل شيء، من درجة إحساس الباحث بالمشكلة وأيضا الدوافع التي أدت به إلى اختيارها.

ومن بين أهم الأسباب التي دفعتنا إلى اختيار هذا الموضوع دون سواه نذكر ما يلي:

1.4. الأسباب الذاتية

- الرغبة في دراسة الموضوع والإحاطة لمعرفته
- الفضول لمعرفة وجهات النظر في مضامين البرامج الرمضانية
- الفضول لدراسة اتجاهات طلبة الجامعيين نحو الشبكة البرمجية الرمضانية.

2.4. الأسباب الموضوعية

- محاولة التعرف على أهمية البرامج الرمضانية في حياة الطلبة الجامعيين المتابع لها.

- انتشار ظاهرة البرامج الخاصة بشهر رمضان الكريم
- أهمية دراسة مضمون برامج الشبكة الرمضانية.

5. أهداف الدراسة

- الكشف عن أهم وأبرز البرامج الرمضانية التي يتابعها الطلبة الجامعيين
- فهم الدوافع والإشباعات المحققة لدى الطلبة الجامعيين جراء متابعتهم للبرامج الرمضانية
- التطرق إلى عوامل الجذب التي تتوفر عليها البرامج الرمضانية
- معرفة آراء الطلبة الجامعيين حول البرامج الرمضانية لقناة التلفزيون.

6. أهمية الدراسة

- ✓ التعرف على أنماط وعادات مشاهدة الطلبة الجامعيين للبرامج الرمضانية ودوافع مشاهدتهم لهذه البرامج والإشباعات التي تحققها لهم.
- ✓ تحديد المشكلات التي تهم الطلبة الجامعيين والتي مازالت تحتاج الى المزيد من الاهتمام في البرامج الرمضانية.

✓ رصد الموضوعات الدينية التي تناولتها البرامج الرمضانية في التلفزيون الجزائري.

✓ اهتمام قناة التلفزيون الجزائري بإنتاج البرامج الرمضانية لتلبي ذوق المشاهدين.

7. منهج و أدوات البحث:

1.7. منهج الدراسة:

بالمعنى الاصطلاحي المتعارف عليه اليوم "method" لقد تكونت فكرة المنهج ابتداء من القرن "17" على يد فرانسيس بيكون ، و"كلود برنارد" و غيرهما من العلماء الذين اهتموا بالمنهج التجريبي و المنهج الاستدلالي، وأصبح معنى اصطلاح المنهج يعني الطريق المؤدي إلي الكشف عن الحقيقة في العلوم، بواسطة مجموعة من القواعد العامة التي تهيمن على سير العقل و تحدد عملياته حتى يصل إلي نتيجة معلومة.¹

¹ أحمد بدر، أصول البحث العلمي و مناهجه، المكتبة الأكاديمية، القاهرة ، 1996 ، ص 33.

وفي دراستنا هذه قمنا بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي، ويعرف هذا المنهج بأنه: " طريقة من طرق التحليل والتفسير بشكل علمي، للوصول إلى أغراض محددة لوضعية اجتماعية معينة، أو هو طريقة لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها كميًا عن طريق جمع معلومات مقننة عن المشكلة وتصنيفها وتحليلها وإخضاعها للدراسة الدقيقة.¹

وبما أن الدراسة تتناول اتجاهات الجمهور حو الشبكة البرمجية الرضائية في التلفزيون العمومي، لهذا فقد اتبعنا المنهج الوصفي التحليلي، كمنهج أساسي ومناسب حيث أن من بين أهداف المنهج الوصفي جمع معلومات حقيقية ومفصلة عن ظاهرة معينة وتحديد ما يفعله الأفراد في مواجهة مشكلة محددة، ومعرفة أسباب استمرار هذه الظاهرة وإيجاد العلاقة بين العوامل المختلفة المؤثرة في الظاهرة.²

2.7. أدوات جمع البيانات:

الاستبيان:

يعتبر الاستبيان من أدوات البحث الأكثر شيوعاً في العلوم الإنسانية، خاصة في علوم الإعلام والاتصال، ويعرف الاستبيان بأنه مجموعة من الأسئلة المرتبة حول موضوع معين يتم وضعها في استمارة ترسل للأشخاص المعينين بالبريد أو يجري تسليمها باليد، تمهيداً للحصول على أجوبة الأسئلة الواردة فيها، وبواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع أو التأكد من معلومات متعارف عليها.³

¹ محمد شقيق، البحث العلمي - الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية - الإسكندرية، 1985، ص 80.

² صلاح الدين شروح، منهجية البحث العلمي، دار العلوم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2003، ص 150.

³ عمار بوحوش ومحمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي و طرق إعداد البحوث ، ديوان المطبوعات الجامعية، ط1، الجزائر، 2001 ، ص 66.

8. مجتمع الدراسة والعينة:

يقصد بمجتمع البحث جميع مفردات الظاهرة التي يقوم الباحث بدراستها،¹ و بما أنه يستحيل على الباحث أن يتصل بجميع مفردات المجتمع لكي يطرح عليهم الأسئلة ويوزع عليهم الاستمارات، نتيجة لضخامة و شساعة هذا المجتمع، لهذا فانه يستعين بعينة تمثل المجتمع الكلي؛ للحصول على حقائق و معلومات تعمم على كل مجتمع الدراسة، ومما يمكن ذكره فيما خصائص مجتمع بحثنا أن كل وحداته طلبة جامعيين بكلية الإعلام بجامعة عمار ثلحي بالأغواط من مستوى الأولى والثانية ماستر.

وتعرف العينة على أنها طريقة من طرق البحث وجمع المعلومات، فتؤخذ عينة من مجتمع البحث، للانتقال من الجزء إلى الكل أو للتوصل إلى الحكم على المجتمع من خلال بعض أفرادها فهي ضرب من الاستقراء، وليست العينة إلا مثالا أو مجموعة أمثلة يستخلص منها أحكاما فيها قدر من الاحتمال، وكثيرا ما يستعمل هذا المنهج في البحوث الإحصائية². والعينة التي تفيد دراستنا هذه هي العينة القصدية و التي يتم انتقاء أفرادها بشكل مقصود من قبل الباحث نظرا لتوفر بعض الخصائص في أولئك الأفراد دون غيرها ولكون تلك الخصائص هي من الأمور الهامة بالنسبة للدراسة، ويتم اللجوء إلى هذا النوع من الفئات في حالة توفر البيانات اللازمة للدراسة لدى فئة محددة من مجتمع الدراسة الأصلي، المتمثلة في بعض طلبة قسم الإعلام من السنة الأولى والثانية ماستر.

9. مجال الدراسة :

أ- المجال الزمني:

يرتبط المجال الزمني لدراستنا بداية من اختيار الموضوع الدراسة و هذا خلال شهر رمضان المبارك.

¹ احمد بن مورسلي، مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط3، الجزائر، 2007، ص166.

² محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004، ص 383.

ب- **المجال المكاني:** يتم إجراء هذه الدراسة في جانبها النظري بولاية الأغواط، في حين الجانب التطبيقي، تم بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة عمار تليجي بالأغواط.

10. المفاهيم والمصطلحات المستخدمة في البحث:

1.10. الاتجاه:

لغة: وجه فلان الشيء :إدارة إلى جهة ما، وجه القوم الطريق، سلوكه وجه البيت أي جعل وجهه نحو القبلة، اتجه إليه أي أقبل نحوه¹.

اصطلاحاً: هو تهيء عقلي عصبي متعلم للاستجابة الموجبة أو المثالية نحو أشخاص أو مرافق أو أشياء أو موضوعات أو رموز في البيئة التي تستشير هذه الاستجابة².

التعريف الإجرائي: هو ميل نفسي مكتسب عند الفرد مرتبط بخبراته السابقة وبالمعايير والقيم السائدة في المجتمع البحث تكفل توجيهه استجابته نحو موضوع الاتجاه بالقبول أو الرفض.

2.10. الجمهور:

لغة: جاء في لسان العرب لابن منظور: أنها كلمة مأخوذة من كلمة الجمهرة وهو عدد الناس، ويقال جمهور الناس أي ، وجماهير القوم أي إشرافهما، وعدد متجمهر أي أكثر.

اصطلاحاً: يشير مصطلح الجمهور في المنظور الإعلامي كما ورد في التقرير لجنة (ستون ماك برايد) أنه أكثر من مجرد حاصل جمع عدد من الأفراد، وأنه يعني جماعة ما تدين بوجودها لتقاسم أفرادها تجارب معينة وذكريات وتقاليد محددة وظروف حياة بعينها، بيد أن الجماعة ليست متماثلة فعندما توضع تحت الملاحظة تكشف عن كثير من الاختلافات التي تقوم على أساس الفروق الطبقيّة والمصلحة الاقتصادية، والمعتقد الديني والانتماء السياسي والايديولوجي³.

¹ المنجد في اللغة والإعلام، دار الشروق، ط2، لبنان، 2003، ص889.

² عطوة أحمد، مدخل إلى علم النفس الاجتماعي، دار نصار، لبنان، 1981، ص117.

³ سعد لبيب، دراسات في الفنون الإذاعية، 1973، ص 17.

التعريف الإجرائي: الجمهور هو عدد المشاهدين المستقبليين لبرنامج معين في توقيت محدد يتقاسمون تقاليد وتجارب وقيم مشتركة.

3.10. البرامج التلفزيونية:

هي المادة التلفزيونية المتنوعة من البرامج الإخبارية والاجتماعية والثقافية والدينية والترفيهية والتعليمية وغيرها مما يعرض على شاشة التلفزيون.¹

4.10. التلفزيون:

التعريف الاصطلاحي:

هو كلمة مركبة من مقطعين كلمة (télé) ومعناه عن بعد (vision) ومعناه الرؤية و بهذا يكون ومعنى كلمة التلفزيون هو الرؤية عن بعد، وهو الجهاز الذي يستقبل البرامج التلفزيونية المبتوثة هو وسيلة اتصال جماهيرية تنقل الصوت والصورة معا من مكان لآخر بواسطة الموجات الكهرو مغناطيسية و الأقمار الصناعية، يمزج بين الواقع و الخيال في صورة تمتاز بقيمة جمالية و فنية خاصة²

التعريف الإجرائي:

التلفزيون وسيلة اتصال جماهيرية سمعية بصرية و يعد من أقوى وسائل الإعلام، ويتميز بمزايا عديدة يشارك فيها الوسائل الأخرى، و ينفرد دونها بمزايا أخرى، حيث يقدم للمشاهدين المعارف و الأفكار و الخبرات في مشاهدة متكاملة تعتمد على الصورة الحية والمعبرة المقترنة بالصوت للدلالة على مغزى الأحداث و الوثائق تبث عبر قنوات وتقدم عبر برامج معينة وترتب هذه الأخيرة حسب شبكة برامجية للبرامج المتنوعة والخاصة.

¹ لمياء سليمان، قضايا الرأي العام في البرامج التلفزيونية الحوارية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر إذاعة وتلفزيون، قسم العلوم الإنسانية، بسكرة ، 2014/2015، ص40.

² حدة موجاري، الأساليب الإقناعية في البرامج التلفزيونية الجزائرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص علاقات عامة، شعبة علوم إنسانية، أم البواقي، 2014/2015، ص20.

11. النظرية المستخدمة:

1.11. نظرية الاستخدامات والاشباعات:

علاقة النظرية بموضوع الدراسة:

تعتمد هذه النظرية في إطارها النظري على مدخل الاستخدامات و الاشباعات:

Uses and gratifications وهم ودخل يوضح كيفية اتجاه الجمهور نحو الشبكة البرمجية الرمضانية و الاشباعات المحققة من هذه المشاهدات، فهو يفترض أن أفراد الجمهور على علم بأسباب مشاهدتهم المختلفة للبرنامج الرمضاني، كما يمكنهم التعبير عن هذه الدوافع فمدخل الاستخدامات والاشباعات يأخذ وجهة نظر المستهلك للبرامج التلفزيونية ويدرس كيفية مشاهدة الشباب لهذه البرامج التي يسعون لتحقيقها من خلال اعتمادهم على هذه الشبكة.

بدايات النظرية:

ظهرت بحوث الاستخدامات والاشباعات لأول مرة على يد الياهاوكاتز عام 1959

في إطار نموذج التأثيرات المتوسطة لوسائل الاتصال وبعد هذا المدخل من النقاط التحول المهمة في مجال الإعلام، حيث نقل الاهتمام من مضمون الرسالة إلى الجمهور الذي يتعرض لوسائل الاتصال لتحقيق أغراض محددة نتيجة هذا التعرض وقد مر مدخل الاستخدامات والاشباعات بثلاث مراحل مميزة:

المرحلة الوصفية: خلال عقدي الأربعينيات والخمسينيات من القرن الماضي، والاهتمام بتقديم وصف لتوجيهات الجماعات الفرعية لجمهور وسائل الاتصال فيما يتعلق باختيارها للأشكال المختلفة من محتوى وسائل الاتصال.

المرحلة التطبيقية: امتدت هذه المرحلة خلال عقد الستينيات من القرن الماضي، وهي مرحلة ذات توجه ميداني، حيث كانت تركز على المتغيرات النفسية والاجتماعية، والتي تؤدي إلى نمط مختلف من الاستخدامات والاشباعات لوسائل الإعلام، وكان من أهم نتائجها أن الجمهور يستخدم الوسيلة لإشباع حاجات معينة لديه.¹

المرحلة التفسيرية: امتدت هذه المرحلة منذ عقد السبعينيات من قرن الماضي وحتى الآن وكان التركيز فيها على الاشباعات المحققة نتيجة تعرض لوسائل الاتصال، وتم خلالها اعداد قوائم الاستخدامات والاشباعات.

أهداف مدخل الاستخدامات والاشباعات:

1. التعرف على كيفية استخدام الجمهور لوسائل الاتصال المختلفة لتلبية حاجياتهم.
2. التعرف على الدوافع المختلفة لتعرض الأفراد لوسائل الإعلام كالتلفزيون الجزائري.
3. معرفة النتائج المترتبة على مجموعة الوظائف التي يقدمها التلفزيون الجزائري.

فروض النظرية:

من الفروض التي تسعى النظرية إلى قياسها:

- يشارك الجمهور بفعالية في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبى رغباتهم.
- يستطيع أفراد الجمهور تحديد حاجاتهم ودوافعهم (النفسية و الاجتماعية) وبالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.
- تتنافس وسائل الإعلام مع الوسائل الأخرى لإشباع حاجات الافراد، فالجمهور يكمل احتياجاته التي تشبعها وسائل الإعلام الجماهيري من خلال وسائل أخرى.²

¹ محمد بن عبد الرحمان الحفصي، كيف تؤثر وسائل الإعلام (دراسة في النظريات والأساليب) ، 1998، مكتبة العبيكان،

ط1، السعودية، ص 35-38.

² المرجع نفسه ، ص 39.

12. الدراسات السابقة

إن النمو المتزايد للمعرفة والخصوصية التي تميز البحث العلمي، تفرض على الباحث أن يكون على علم ودراية بمختلف الأبحاث والدراسات التي سبقت مجال بحثه ذلك أن الدراسات السابقة تكتسي أهمية كبيرة في البحث العلمي من خلال مساعدة الباحث في التحكم في موضوع بحثه، وتحديد زاوية المعالجة بدقة، وكذا من خلال الاعتماد على النتائج التي تم التوصل إليها من قبل كمرجعية أو خلفية يعتمد عليها في موضوع بحثه سواء من الناحية النظرية أو الميدانية، وأثناء بحثنا عن الدراسات السابقة المتعلقة "اتجاهات الجمهور نحو الشبكة البرمجية الرمضانية في التلفزيون العمومي"، لم نوفق في إيجاد دراسات سابقة مطابقة لكننا اعتمدنا على مجموعة من الدراسات السابقة المشابهة لدراستنا، نعرضها في ما يلي:

الدراسة الأولى:

دراسة لـ "رشيد فريح"، تحت عنوان "الإذاعة الجزائرية بين الخدمة العمومية والتوجه التجاري دراسة الحالة: القناة الأولى"، هي مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص تسير المؤسسات الإعلامية، بجامعة الجزائر "بن يوسف بن خدة" بكلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال"، سنة 2009/2008.

هدفت هذه دراسة إلى معالجة إشكالية أداء الخدمة العمومية في وسائل الإعلام التابعة للقطاع العام، ومدى التزام هذه المؤسسات بوظيفته، وكذلك مدى احترامها لدفتر الشروط من جهة، ومن جهة أخرى تسعى دراسة إلى معرفة التحولات التي أفرزتها وسائل الإعلام وظهور النشاط التجاري خاصة مع الانتشار الواسع للإشهار والتمويل الإشهاري .

كما هدفت دراسة إلى معرفة تأثير الإشهار على الإذاعة الوطنية؛ ما إذا كان له دور سلبي على الأداء الإعلامي، أم يؤثر إيجابيا من خلال تمويل برامج ضخمة وزيادة المداخل لتغطية التكاليف المتنامية باستمرار.

وقد تمحورت الإشكالية العامة دراسة حول الموقع الإستراتيجي المهم للإعلام في الدول المتقدمة؛ على اعتباره من تداعيات العولمة الاتصالية، ومدى أهمية الاتصال خاصة السمعي البصري ، ودوره في دعم خطط التنمية وتوعية المواطن وتعليمه المهارات الجديدة وتهيئته لقبول الأفكار المستحدثة في تكوين الاتجاهات.

هذا يتطلب تكامل كامل المؤسسات المعنية بالتنشئة والتعليم والتكوين وتعتبر وسائل الإعلام ركيزة أساسية في تحقيقه على مستوى جماهيري أوسع وبسرعة، مع مراعاة مبادئ الخدمة العمومية التي تسعى لتلبية حاجيات الجمهور الواسع دون أن تكون هناك أهداف ربحية للقنوات العمومية.

غير أن الواقع الحديث يفرض عليها مواكبة هذه التطورات الحاصلة، في مجال تسيير المؤسسات العامة والإعلامية خاصة؛ وذلك للبحث عن موارد مالية لتغطية تكاليف الإنتاج وتمويل البرامج، وهنا تظهر المشكلة عندما تكون الوسيلة ذات طابع حكومي كما هو الحال بالنسبة للإذاعة الجزائرية التي تسعى لمسايرة هذه التطورات، أو لبحث عن مصادر ثانوية للتمويل باعتبارها مؤسسة ذات طابع صناعي تجاري حيث يحكمها قانون العرض والطلب والجمهور المستهلك لمضامينها، وفي ظل هذه الظروف التي تحكم نشاط الإذاعات التجارية يصبح دور الإذاعة هو تسليم وتزويد الجمهور ببرامج تجذب المتلقي إلى المواد المعلنة أو الرسالة المبتوثة.

وقد خلصت الإشكالية إلى طرح التساؤل الرئيس التالي وهو:

هل تحرص القناة الأولى بالإذاعة الجزائرية على إخضاع نشاطها التجاري لضوابط أخلاقية ومهنية، بين الخدمة العمومية والتوجه التجاري؟ وما هو مستقبل الخدمة العمومية بالقناة الأولى للإذاعة الجزائرية في ظل المنافسة القوية للبث التجاري؟

وقد تفرع عن التساؤل الرئيسي تساؤلات فرعية وهي:

- هل يخضع النشاط التجاري بالقناة الأولى إلى ضوابط أخلاقية ومهنية تفصل بين الخدمة العمومية والوظيفة التجارية؟

- ما هي أهم المبادئ الأخلاقية التي تحكم العمل الإذاعي في القناة الأولى؟
 - ما طبيعة العلاقة بين الخدمة العمومية والنشاط الإشعاري وأخلاقيات العمل الإذاعي؟
 - إلى أي مدى يفرض الإشهار منطقته التجاري بالقناة الأولى؟
 - ما هي نسبة مساهمة الإشهار في ميزانية التسيير بالإذاعة الجزائرية؟
- وقد استخدمت هذه الدراسة منهجين الأول هو: منهج دراسة حالة هذا حسب طبيعة المشكلة المطروحة حول واقع الإذاعة الجزائرية بين الخدمة العمومية والتوجه التجاري .
- أما المنهج الثاني فهو: المنهج المسحي بأداة تحليل المضمون لمعالجة مادة عينة البحث قصد جمع المعلومات والبيانات وتقويمها وتصنيفها.
- وفي إطار هذا المنهج طبقت الدراسة "المقابلة غير المقننة" أداة من أدوات جمع البيانات مع بعض الفاعلين والمسؤولين في تسيير الإذاعة؛ وذلك لمعرفة بعض الجزئيات المتعلقة بالموضوع على اعتبار قلة هي المراجع حول الموضوع. أما عن مجتمع البحث فقد اختارت الدراسة انتقاء القناة الأولى من بين محطات الإذاعة الجزائرية باعتبارها وحدة ممثلة لمجتمع البحث الكلي والتي تعتبر واجهة الإذاعة الجزائرية.
- وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:
- النشاط التجاري قد مكن الإذاعة الجزائرية من تحسين مواردها المالية التي تغطي حاجيات في الانتشار واثراء برامجها بما يعزز دورها في مجال الخدمة العمومية.
 - تحرص القناة الأولى بالإذاعة الجزائرية على إخضاع نشاطها التجاري لضوابط أخلاقية ومهنية تفصل بين الوظيفة التجارية والخدمة العمومية.

الدراسة الثانية

هي دراسة مشابهة لـ"رمضان بلعمري" بعنوان: "القطاع السمعي البصري في الجزائر إشكالات الانفتاح"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في تخصص تكنولوجيات واقتصاديات وسائل الإعلامية والإعلام قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر، 2012/2011. حيث انطلق الباحث في إشكالية دراسته من الإشارة إلى تفاعل دول الجوار مع تحديات الإعلام

السمعي البصري، وما يفرضه من انفتاح على مجتمعاتها الداخلية، من خلال إنشاء قنوات جهوية وموضوعاتية لتلبية رغبات جمهور المشاهدين، وأمام الانتشار الكبير للقنوات التلفزيونية التي لا تراعي بالضرورة طلبات الجمهور والخصوصية المجتمعية للجزائريين فإن السلطة الجزائرية فضلت العيش في وضع إعلامي غير سوي يدفع إلى طرح العديد من التساؤلات من طرف المختصين، حيث لم يفسح المجال أمام قنوات خاصة توفر التنوع في المشهد السمعي البصري الجزائري مشيرا إلى محاولته من خلال هذه الدراسة معرفة إشكالات وعوائق انفتاح السمعي البصري التلفزيون على وجه الخصوص وعلاقة ذلك بالنظام السياسي في الجزائر وهو ما يطرح تساؤلات أيضا على طبيعة الخدمة العمومية التي يقدمها التلفزيون الجزائري، والسعي إلى الوقوف عليه ميدانيا مع المختصين والصحفيين والمهنيين والجمهور بمختلف أطيافه؛ على اعتبار أن انفتاح القطاع السمعي البصري يعد محل اهتمام الباحثين والدارسين وحتى المواطن العادي.

وقد صاغ الباحث التساؤل الرئيس التالي: ما هي أسباب انغلاق التلفزيون السمعي البصري على نفسه وعدم انفتاحه على المجتمع؟ أين صاغ الفرضيات التالية:

- احتكار السلطة للتلفزيون يجسد التلفزيون الحكومي و ليس العمومي.
- الممارسة السياسية للحكومة احتكارية ولا تدفع باتجاه المنافسة في وسائل الإعلام.
- الممارسة الإعلامية للتلفزيون لا تجسد الخدمة العمومية.
- تجربة الانفتاح في الصحافة المكتوبة خلقت الخوف لدى السلطة من تكرارها في التلفزيون.

وقد قسم الباحث دراسته إلى ثلاثة فصول؛ حيث جاء الفصل الأول بعنوان: واقع القطاع السمعي البصري في الجزائر، أما الفصل الثاني فكان بعنوان: الدراسة الميدانية للقطاع السمعي البصري في الجزائر.

بالنسبة لمنهجية الدراسة فقد اعتمد الباحث في دراسته على المنهج المسحي؛ كونها تدرس ظاهرة معيشة في الوضع الراهن آنذاك وضمن ظروف طبيعية غير مصطنعة وفيما يخص

أدوات جمع البيانات فقد اعتمد الباحث على كل من الملاحظة والمقابلة بشكل كبير، نظرا لطبيعة الموضوع المعالج إلى جانب الاستبيان حيث اعتمد على الملاحظة لمشاهدة هذه الظاهرة محل الدراسة معايشتها، والمقابلة على اعتبار أن الموضوع يحمل طابعا سياسيا والكثير من الأطراف المعنية به لديها معلومات ترفض توثيقها في كتب أو أنها لم تجد وسيلة لنشرها للرأي العام، أما الاستبيان فقد اعتمد عليه الباحث بشكل أساسي على اعتبار أن هذه الدراسة تهدف إلى الوقوف عند إشكالات الانفتاح في القطاع السمعي البصري في الجزائر وهو ما يتطلب معرفة رأي كل الأطراف المعنية بالموضوع.

لنتوصل هذه الدراسة في الأخير إلى نتائج أهمها:

- أن التلفزيون الجزائري يحظى بمشاهدة معتبرة، بغض النظر عن رأي المشاهدين في برامجه أو في مدى تطبيقه لمفهوم الخدمة العمومية.
- التلفزيون الجزائري اهتم ببناء الدولة على حساب المجتمع.
- التمسك بالسلطة هو السبب الرئيس وراء إبقاء الاحتكار على القطاع السمعي البصري.
- يأتي خيار فتح قنوات متخصصة سواء في إطار مجمع عمومي أو بفتح المجال أمام الخواص لإنشاء قنوات خاصة كأفضل خيار لإرضاء المشاهد.
- التلفزيون الجزائري ما زال بعيدا عن تطلعات جمهوره في تلبية رغباته وفي تجسيد مفهوم الخدمة العمومية.

الدراسة الثالثة

دراسة حنان سهايلية حوا البرامج الثقافية في الفضائيات العربية دراسة تحليلية لبرنامج روافد بقناة العربية المذكورة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماستر شعبة إعلام واتصال، التخصص وسائل الإعلام والمجتمع بجامعة العربي التبسي -تبسة 2015 -
طرحت فيها الباحثة تساؤل رئيسي هو:

ما مضمون البرامج الثقافية في الفضائيات العربية؟

استهدفت هذه الدراسة التي تعرف على محتوى البرامج الثقافية ومعرفة الفاعلين في المحتوى الذي يقدمه برنامج روافد، ثم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج المسحي واستخدمت استمارة تحليل المحتوى كأداة أساسية في جمع المعلومات من المجتمع البحثي. وقد توصلت هذه الدراسة إلى أن البرامج الثقافية تهتم أيضا بمختلف القضايا الأخرى والتي تتعلق بالشأن السياسي و الأوضاع الراهنة، أيضا تهتم بالقضايا التي تقترب إلى أن تكون قضايا اجتماعية ، فالبرامج الثقافية إذ لا تقتصر لا تنحصر في المضامين الثقافية فقط من أدب وفن وفكر وشعر بل تتعدى ذلك إلى ما هو ابعده، فتصبح كأنما في إطلاله على جميع الأوضاع بمختلف مجالاتها.

أوجه الاختلاف بين الدراسة السابقة ودراستي:

في الدراسة السابقة الباحثة اعتمدت على دراسة البرامج الثقافية في الفضائيات العربية أما في دراستي تم دراسة اتجاهات نحو البرامج الرمضانية في القناة العمومية.
أوجه التشابه:

تتشابه دراستي مع الدراسة السابقة في دراسة البرامج حيث دراستي تطرقت إلى البرامج الرمضانية أما الدراسة السابقة تطرقت إلى البرامج الثقافية.

الدراسة الرابعة

هي دراسة مشابهة ميدانية منجزة من قبل "بوحزام نوال" و"نعيمي مليكة" بعنوان: القنوات الفضائية الخاصة و دورها في تشكيل المجال العمومي، دراسة ميدانية على تمثلات شباب مدينة معسكر 2013.

حيث انطلقت الباحثتان في إشكاليتهما من ضوء نتائج الحراك العربي، الذي عرفته المجتمعات العربية وما خلفته من تغيرات في أنظمتها السياسية والاقتصادية، وذلك سعيا منها إلى تطبيق سياسة الديمقراطية، فالمجتمع الجزائري كغيره من المجتمعات قد شهد هذه التحولات، بما في ذلك النظام الإعلامي لتقليص الفجوة بين السلطة والرأي العام، بعد أن ظهرت الحاجة لإعلام مبني على النقاشات وخلق آلية التواصل

لقضايا الفضاء العمومي وبالتالي أصبح الرهان على القنوات الفضائية الخاصة ومدى إسهامها في تشكيل المجال العمومي وعليه فقد طرحت الباحثتان التساؤلات التالية:

- ما مدى اعتماد الشباب الجزائري على الفضائيات الخاصة في جلب الأخبار والمعلومات السياسية وتعزيز آليات التعبير المدني والاجتماعي؟

- ما دور الخطاب الإعلامي لقناتي " الشروق " و " الجزائرية " في تشكيل المجال العمومي؟

- فيما تتمثل أهم البرامج التي تنتهج هذا الهدف؟

- أي هذه القنوات لها علاقة بتشكيل المجال العمومي لدى الشباب الجزائري مع تغيير المعادلة السياسية؟

وقد صاغت الباحثتان الفرضية التالية: ساهم الإعلام الخاص في الجزائر بقنواته الفضائية (الشروق والجزائرية) في تشكيل المجال العمومي للشباب الجزائري.

كما اعتمدت الباحثتان في دراستهما على المنهج الوصفي، واستخدمتا في جمع البيانات الاستمارة؛ لرصد مدى اعتمادية الشباب على القنوات الخاصة، وما هي البرامج المشاهدة من طرف المواطن الجزائري والتي تعمل على مناقشة قضاياها وانشغالاته الاجتماعية والسياسية وكذا المقابلة لتدعيم الدراسة البحثية باعتبار أن هذه التقنية تمكن من تحرير الموضوع من سجن المعطيات الكمية وتحويلها إلى معالجات كيفية، تسمح بمعرفة خبايا الظاهرة وامتدادها.

أما بالنسبة لعينة الدراسة: فقد اعتمدت الباحثتان على العينة العشوائية في اختيار أفرادها أما مجتمع البحث فقد تمثل في الشباب الجزائري من ولاية معسكر كأنموذج للبحث؛ حيث اشتملت العينة على 60 شابا تتراوح أعمارهم من 21-41 سنة وبالنسبة للمقابلات فقد تمت مع 12 شابا من مدينة معسكر. وفيما يخص الإطار الزمني والمكاني دامت مدة شهر بمدينة معسكر.

وقد توصلت الباحثتان إلى نتائج أهمها:

- اعتبار أن للإعلام الخاص دور فريد في تغطية الأحداث السياسية البارزة، وفترة الانتقالات التاريخية و المفارقات والأزمات السياسية المجتمعية، وبهذا وقفت القناتين موقف الوسيط بين السلطة والمجتمع المدني.

- يبقى مبدأ الاعتمادية أكثر على قناة " الشروق " في تشكيل الفضاء العمومي ومعرفة السياسة التداولية من طرف الفاعلين السياسيين، وذلك من خلال الحصص الإعلامية التي تبثها القناة حيث وضحت بصورة نسبية وذلك مقارنة مع " الجزائرية " خاصة وقت الأزمات.

- يمكن القول أن تجربة التعددية الإعلامية قد ساهمت في المسار الديمقراطي للجزائر مع توليد الطرح الجريء لمختلف الآراء والقضايا لدى الشباب ما أدى إلى تشكيل ثقافتهم السياسية التي هي أساس الوعي الوطني.

تقييم الدراسات السابقة:

من خلال اطلاعنا على محتوى الدراسات المشابهة لدراستنا و التي تم ذكرها فيما سبق وجدنا أنها تشترك مع دراستنا في بعض النقاط وتختلف معها في أخرى سواء من الناحية المنهجية أو النظرية أو حتى التطبيقية إذ نجد أن دراسة كل من " رشيد فريح " بعنوان: الإذاعة الجزائرية بين الخدمة العمومية والتوجه التجاري، و كذا دراسة " رمضان بلعمري " بعنوان: القطاع السمعي البصري واشكالات الانفتاح؛ قد تشابهت مع دراستنا في متغير الخدمة العمومية، حيث أفادتنا كثيرا خاصة في المجال النظري والشق الخاص بمفهوم الخدمة العمومية، معاييرها ومبادئها والتزاماتها وكذا واقع الخدمة العمومية في الإعلام الجزائري سواء في التلفزيون الجزائري أو القطاع السمعي البصري بصفة عامة وكذا المجال التطبيقي حيث أفادتنا دراسة " رضوان بلعمري "؛ إذ تضمنت دراسة ميدانية حول الخدمة العمومية في التلفزيون الجزائري، خاصة من ناحية تحليل البيانات وصياغة النتائج بالإضافة إلى أن هذه الدراسات قد اشتركت مع دراستنا من حيث اعتمادها على المنهج الوفي التحليل والمنهج المسحي.

الفصل الثاني

الإطار تطبيقي للدراسة

تمهيد

بعد الانتهاء من عملية جمع البيانات عن طريق الاستمارة انصب جهدي على تفرغها، في جداول بسيطة والتعليق عليها، وكذا تحليل النتائج والإحصاءات المتوصل إليها، وهي عملية تم فيها نقل المعلومات الكيفية إلى أخرى كمية مقابلة لها، ومعبرة عنها بالعدد والنسب، كما قمنا بتفسير نتائج الدراسة بغرض استكشاف المعاني والدلالات التي تشير إليها التساؤلات. وتهدف هذه المرحلة عموماً - بما تتضمنه من تحليل، تنظيم، ترتيب وتصنيف البيانات بصورة عملية وعلمية- إلى الكشف عن العلاقات والارتباطات بين الظواهر حتى نتمكن من التوصل إلى تفسير اتجاهات الجمهور نحو الشبكة البرمجية الرمضانية في التلفزيون العمومي.

وقد اعتمدنا في دراستنا هذه على الطريقة اليدوية في تفرغ الاستمارة.

ب. تحليل البيانات الوصفية:

الجدول رقم (01): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

النسبة المئوية	التكرارات	الجنس
60%	42	ذكر
40%	28	أنثى
100%	70	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالاً 70 فرداً، نلاحظ أن 42 فرداً يمثلون حجم الذكور بنسبة بلغت 60%، أما حجم الإناث فقد بلغ 28 أنثى بنسبة 40%.

ونلاحظ من خلال ذلك إلى أنه وبصفة عامة إلى أن العينة كانت عن طريق الصدفة وكثرة الذكور في الكلية تفوق نسبة الإناث أو أن التواجد الدائم للذكور في الكلية أعطى لهم الأغلبية في العينة هذا ما أثبتته نتائج الجدول.

الجدول رقم (2): يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن

النسبة المئوية	التكرارات	السن
21.42%	15	20-18
57.14%	40	23-21
21.42%	15	24 سنة فأكثر
100%	70	الإجمالي

يتبين من خلال هذا الجدول أن الطلبة الذين تتراوح أعمارهم ما بين 18 و 20 سنة قد بلغت نسبتهم 21.42%، وهذا راجع إلى أن هؤلاء الطلبة يشاهدون البرامج الشبكية الرمضانية على التلفزيون الجزائري أكثر من غيره ويعود لثقة المطلقة في التلفزيون الجزائري ويعتبر كمصدر الأول للبرامج الرمضانية التي تهمهم، بينما بلغت نسبة الطلبة الذين تتراوح

أعمارهم ما بين سن 21 و 23 ب 40 فرد أي بنسبة 57.14%، وهي الفئة الثانية والغالبية في العينة ومن هؤلاء الطلبة الذين يشاهدون الشبكة البرمجية الرمضانية على التلفزيون الجزائري لكونها تحترم عادات وتقاليد الجمهور المشاهد وتختار له من شبكة مهمة في جميع المجالات كالدينية والتربوية والعلمية وحتى الصحية، أما الفئة الثالثة التي تبلغ أعمارهم 24 ربيعا حيث بلغت 21.42%، وهم الطلبة الأقل إقبالا على التعرض للشبكة البرمجية الرمضانية.

المحور الأول: عادات و أنماط التعرض للبرامج الرمضانية في التلفزيون الجزائري
الجدول رقم (3): يوضح مشاهد البرامج الشبكة الرمضانية

النسبة المئوية	التكرارات	الفئات
12.85%	9	دائما
71.42%	50	أحيانا
15.71%	11	نادرا
100%	70	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (04) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا 70 فردا قد انقسمت إلى ثلاثة مجموعات تمثلت الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على البديل دائما وقد بلغ عددهم 9 أفراد بنسبة مئوية بلغت 12.85%، الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل أحيانا والبالغ عددهم (50) بنسبة مئوية بلغت 71.42%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل نادرا قدر عدد أفرادها ب(11) فردا أي بنسبة بلغت، 15.71%.

وهذا راجع لعدة أسباب منها: ان الطلبة لا يفضلون دائما البرامج الرمضانية فالتلفزيون الجزائري لا يعتبر المصدر الأول بالنسبة لهم للشبكة البرمجية خاصة و تفتح الجزائر على المجال الخاص الذي أثر نسبيا على التلفزيون الجزائري، وبما أنهم طلبة يدرسون إعلام فهم

هناك فئة ترى أن التلفزيون الجزائري هو الوحيد الذي يقدم برامج رمضان في المستوى المطلوب هي برامج تشبع رغباتهم من الناحية الترفيهية والدينية والعلمية كما أن هناك فئة ثالثة وربما يفضلون وسائل أخرى يعتمدون عليها في البرامج الرمضانية.

الجدول رقم (4): يبين معدل مشاهدة للبرامج الرمضانية أسبوعيا

النسبة المئوية	التكرارات	الفئات
47.14%	33	أقل من ساعة
42.85%	30	من ساعة إلى ساعتين
10%	7	أكثر من ساعتين
100%	70	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه رقم (5) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا 70 فردا قد انقسمت إلى ثلاثة مجموعات تمثلت الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على البديل أقل من ساعة وقد بلغ عددهم 33 فرادا بنسبة مئوية بلغت 47.14% أما الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل من ساعة إلى ساعتين والبالغ عددهم (30) بنسبة مئوية بلغت 42.85%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل أكثر من ساعتين قدر عدد أفرادها ب(7) فردا أي بنسبة بلغت 10%.

من خلال نتائج الجدول إلى انه قد يعود تردد الطلبة في عدم مشاهدتها لوقت أكثر إلى أن المجالات خاصة الذكور فيعتبرونها لا تقدم لهم كل مواضيع خاصة منها الرياضية، كما أنه هناك فئة ثانية تشاهد هذه البرامج لمدة من ساعة لساعتين وهذا ما استخلصناه من خلال اجابات المبحوثين وخاصة منهم الإناث الذين يرون أن البرامج الرمضانية في تلفزيون الجزائري تشبع رغباتهم من كل الجوانب خاصة في مجال الطبخ، كما أنه توجد فئة تشاهد هذه البرامج لأكثر من ساعتين وهذا راجع لكون التلفزيون الجزائري يلبي حاجياتهم من كلا الجوانب الدينية والتربوية والرياضية والفنية.

الجدول رقم(5): يبين الفترة المفضلة في المشاهدة

النسبة المئوية	التكرارات	الفئات
7.14%	5	الفترة الصباحية
78.57%	55	الفترة المسائية
14.28%	10	لا توجد فترة محددة
100%	70	الإجمالي

من خلال الجدول أعلاه يتبين لنا ان إجابة المبحوثين كانت منصبة في غالبيتها على تفضيلهم للمشاهدة في الفترة المسائية بنسبة 78.57% بمجموع 55 مفردة من عينة البحث فيما مثلت نسبة 14.28% إجابتهم حول لا توجد فترة محددة، في حين كانت الإجابة على الفترة الصباحية ممثلة بنسبة 7.14% .

نستنتج ومن خلال الجدول أعلاه أن الفترة المفضلة لمشاهدة عينة الدراسة كانت الفترة المسائية وهذا لعدة اعتبارات لعل من أبرزها الجانب الحياتي أو ما يسمى الحياة الاجتماعية للأفراد والتي يكون فيها الفرد الاجتماعي خارج مجال قضاء الحاجات العلمية ما يستلزم الدخول في منطقة الراحة في مشواره الدراسي اليومي والتي تولد له القابلية للمشاهدة التلفزيونية .

في حين جاءت النسب متقاربة بالنسبة للإجابتين الثانيةين وهذا بالنسبة للطلبة وحسب الدراسة الاستطلاعية الأولى فإن إجابتهم كانت راجعة إلى فترة المداومة الجامعية والتي يمكن القول أنه غير متواجد في أحدهما سواء المداومة الصباحية للدراسة أو المسائية .

الجدول رقم(6): يمثل بدائل مشاهدة البرامج لدى أفراد العينة .

النسبة المئوية	التكرارات	الفئات
60%	42	بمفردك
14.28%	10	مع الأصدقاء
25.71%	18	مع العائلة
100%	70	الإجمالي

من خلال الجدول رقم (6) وحسب إجابات المبحوثين نجد أن الإجابة حول "بمفردك" كانت نسبتها 60% وقد بلغ عددهم 42 مفردة، أما الإجابة على "مع العائلة" فمثلت 25.71% بمجموع 18 مفردة، في حين جاءت إجابة أفراد العينة على "مع الأصدقاء" أخيرا وبنسبة 14.28% وقد بلغ عددهم 18 مفردة من إجمالي المبحوثين.

نستنتج من خلال الجدول أعلاه أن النسبة الغالبة لمشاهدة التلفزيون كانت حول الإجابة بمفردهم فهذا يدل على أولويات المشاهدة منفردا من حيث الاسترخاء ومشاهدة البرامج المفضلة لدى أفراد العينة .

في حين أن المشاهدة مع الأصدقاء أو أفراد العينة تتطلب الأخذ بعين الاعتبار نمط المشاهدة لتحقيق التوازن بين الأفراد المتابعين للتلفاز فتتلاشى هنا الأولويات للبرامج المفضلة ويصبح تلقائيا خاضع للجماعة في مشاهدة حدث معين واحترام خصوصيات الجماعة ، لهذا جاءت إجابة أغلبية المبحوثين حول المشاهدة بمفردهم .

مع الأخذ بعين الاعتبار أفراد العينة المجيبين والذين يمكنهم في الإقامة الجامعية فهم غالبا ما يحبذون مشاهدة التلفزيون بمفردهم وهذا ما لاحظناه أثناء دراستنا الاستكشافية في مرحلتها الأولى .

الجدول رقم (7): يبين نوع البرامج الرمضانية التي تفضل مشاهدتها.

النسبة المئوية	التكرارات	الفئات
67.14%	47	دينية
32.85%	23	فكاهية
100%	70	الإجمالي

نلاحظ من خلال الجدول رقم (7) أن إجابة المبحوثين كانت بنسبة 67.14% وبمعدل 47 مفردة من مجموع أفراد العينة حول نوعية البرامج التلفزيونية التي يفضلون مشاهدتها أما الإجابة الثانية لمشاهدتهم البرامج الفكاهية فتمثلت بنسبة 32.85% . نستنتج من خلال الجدول أعلاه أن إجابة المبحوثين كانت تبين قيمة السطح الإعلامي والذي يبين ميول الطلبة كصورة توضيحية عن باقي أفراد المجتمع للبرامج الدينية خاصة في شهر الله الفضيل والذي يكون ميولهم فيه للعبادة والاطلاع على القراءات الدينية من أجل التعرف على دينهم.

أما بالنسبة لإجاباتهم عن البرامج الفكاهية فمثلت البرامج الذي يذيعها التلفزيون الجزائري خارج البرامج الدينية في شهر رمضان فكما هو معلوم ومعروف أن البرامج الفكاهية تأخذ حيزها في هذا الشهر وهو ما بين النسبة المشار إليها في الجدول أعلاه.

نستنتج من خلال النتائج المتحصل عليها في الجدول 07 أن التلفزيون الجزائري يهتم في برامجه بالبرامج التي يستهلكها المشاهد في شهر رمضان ولعل أغلب البرامج وأكثرها مشاهدة هي ما تم طرحه في الجدول أعلاه، إلى جانب أن إجاباتهم كانت في غالبيتها تتمحور حول البرامج الدينية وذلك من خلال اهتمامهم بنشر الوعي الفقهي ونشر التراث الإسلامي وكذا تكوين النسق القيمي الديني والذي تسعى الدولة لتشكيله لدى المشاهدين من حيث نشر الفضيلة و الأخلاق و ترسيخ التلاحم الإجتماعي.

المحور الثاني: دوافع تعرض الجمهور للبرامج الرمضانية و الإشباعات المحققة
الجدول رقم(8): يوضح الوقت المناسب لمشاهدة البرامج الرمضانية .

النسبة المئوية	التكرارات	الفئات
58.57%	41	قبل الإفطار
41.42%	29	بعد الإفطار
100%	70	الإجمالي

من خلال الجدول رقم (8) وحسب إجابات المبحوثين نجد أن نسبة الإجابة لهم حول مشاهدتهم للبرامج الرمضانية قبل الإفطار بلغت 41 مفردة بنسبة 58.57%، أما الإجابة عن "بعد الإفطار" فبلغت النسبة فيها 41.42% بمجموع 29 مفردة من إجمالي العينة. نستنتج من خلال النسب الموضحة في الجدول أعلاه أن الطلبة المبحوثين يشاهدون البرامج الرمضانية قبل الإفطار وهذا ما تأكده إجاباتهم للجدول رقم (7) حينما أجابوا بمشاهدتهم للبرامج الدينية في شهر رمضان علما أن التلفزيون العمومي يطرح هذه البرامج قبل الإفطار لهذا كانت إجاباتهم هنا بنسبة أكبر حول المشاهدة " قبل الإفطار" .
أما الإجابة حول "بعد الإفطار" فكانت تعبيراً منهم عن الوقت الذي يقضونه في وقت الإفطار وهذا ما يكون مجملاً في البيوت الجزائرية حينما يجتمعون لتناول الإفطار.

الجدول رقم(9): يبين مدى دوافع مشاهدة البرامج الرمضانية

النسبة المئوية	التكرارات	الفئات
71.42%	50	اهتمامات بالموضوعات المطروحة فيها
21.42%	15	عدم توفر بدائل
7.14%	5	ملئ الفراغ
100%	70	الإجمالي

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (9) أن اهتمامات بالموضوعات المطروحة فيها هي أعلى نسبة حيث بلغت 71.42% أي 50 مفردة من مجموع العينة، ثم تأتي الإجابة بعدم توفر بدائل بنسبة مئوية تقدر بـ 21.42% أي 15 مفردة من مجموع العينات، وفي الأخير نجد من قالوا هذا من أجل ملئ الفراغ بنسبة تقدر بـ 7.14% أي بـ بمجموع 5 مفردات من إجمالي العينة.

ومن خلال هذا نستنتج أن من يشاهدون البرامج الرمضانية يعود إلى مختلف المواضيع المطروحة فيها وهذا حسب ما جاء في إجابات المبحوثين الذين يرون أن مشاهدة التلفزيون الجزائري وخاصة في شهر رمضان الكريم وما لها من خاصية خاصة مع أفراد العائلة مقارنة بغيره من القنوات الفضائية الأخرى كما أن برامج التلفزيونية الرمضانية تميل أكثر في محتواها إلى ما هو يفيد الأسرة و المجتمع الجزائري من تقاليد و أعراف.

أما الذين يرون هذا لعدم توافر بدائل كان عددهم قليلا مقارنة بالعدد الإجمالي للعينة عدم توفر بدائل أخرى لأن بعض القنوات الفضائية الأخرى لا تحترم ذوق الجمهور الجزائري خاصة في المجال الديني.

أما هناك فئة قليلة جدا مقارنة بعدد أفراد العينة التي ترى في مشاهدة التلفزيون الجزائري يعود إلى ملهم من البرامج الأخرى التي لم يجدوا فيها فائدة.

الجدول رقم(10): يوضح الاشباعات المحققة من تعرض الجمهور لبرامج الشبكة
الرمضانية

النسبة المئوية	التكرارات	الفئات
18.57%	13	الحصول على المعلومات الصادقة
60.00%	42	تعرف على موضوعات واقعية
21.42%	15	تعرف على موضوعات واقعية
100%	70	الإجمالي

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (10) أن تعرف على موضوعات واقعية هي أعلى نسبة حيث بلغت 60.00% أي 42 مفردة من مجموع العينة، ثم تأتي الإجابة تعرف على موضوعات واقعية بنسبة مئوية تقدر بـ 21.42% أي 15 مفردة من مجموع العينات، وفي الأخير نجد من قالوا هذا من أجل الحصول على المعلومات الصادقة بنسبة تقدر بـ 18.57% أي بـ بمجموع 13 مفردة من إجمالي العينة.

من خلال ما سبق نستنتج من خلال إجابات المبحوثين بينت لنا أن للإعلام الدور البارز في تلبية وتشبيع تعطش المشاهدين لمعرفة الحقيقة من خلال تكوين النسق المعرفي الدين وهذا تبيان لمنطلق مشاهدتهم للبرامج الرمضانية الدينية منها في شرحها للمسائل الدينية وكذا تكوين نسق فكري ديني فمن غير الممكن تنمية هذا الحس لدى المشاهد للقنوات العمومية في طرحها للبرامج التلفزيونية الدينية لأنها موضوعات أكثر واقعية حسب إجابة المبحوثين في الجدول أعلاه ما يسمى الزاد الروحي الذي يحمل الواقعية فالبرامج الدينية تجلب مادتها من الواقع من خلال متابعة الظواهر الاجتماعية بمختلف أنواعها وهذه الخاصية أي الواقعية في برامج الشبكة الرمضانية هي الباب الأول في جلب المشاهدين .

المحور الثالث: تقييم الجمهور لبرامج الشبكة الرمضانية

الجدول رقم(11): يوضح رأي المبحوثين في البرامج المقدمة من طرف التلفزيون الجزائري

النسبة المئوية	التكرارات	الفئات
%61.42	43	جيدة
%25.71	18	رديئة
%12.85	09	لا أدري
%100	70	الإجمالي

من خلال الجدول رقم (11): يتضح لنا أن النسبة الغالبة هي رأي المبحوثين في البرامج المقدمة من طرف التلفزيون الجزائري أنها جيدة بنسبة %61.42 ، في حين جاءت نسبة %25.71 إجاباتهم لـ"رديئة" ، أما إجابة "لا أدري" فتمثلت 09 أفراد من إجمالي المبحوثين بنسبة %12.85 .

من خلال النسب المبينة في الجدول أعلاه يتبين لنا أن البرامج المعروضة في التلفزيون الجزائري تلقى استجابة لدى المشاهدين المبحوثين وهذا يبين الدور البارز للتلفزيون العمومي في قراءته الجيدة لقابلية المبحوثين في مشاهدة برامجهم الرمضانية لهذا رأينا أن الإجابة كانت أن البرامج " جيدة" .

الجدول رقم(12): يبين أهداف مضامين برامج الشبكة الرمضانية للتلفزيون الجزائري .

النسبة المئوية	التكرارات	الفئات
17.14%	12	ترويجية
15.71%	11	غرس روح التكافل خلال شهر رمضان المبارك
67.14%	47	توعية دينية خلال الشهر المبارك
100%	70	الإجمالي

يتبين لنا من خلال إجابة المبحوثين في الجدول أعلاه أن النسبة الغالبة لمضامين برامج الشبكة الرمضانية للتلفزيون الجزائري كانت لـ " توعية دينية خلال الشهر المبارك" بمعدل 47 مفردة أي بنسبة 67.14%، فيحين جاءت الإجابتين باقيتين بنسب متقاربة على التوالي 17.14% , 15.71% فالثانية "ترويجية" والإجابة الثالثة " غرس روح التكافل خلال شهر رمضان المبارك" .

نستنتج من خلال النسب أعلاه أن إجابة الطلبة المبحوثين كانت توضح اتجاه التلفزيون الجزائري لميول المشاهدين من حيث البرامج التي يحبذون مشاهدتها أثناء شهر الله الفضيل فهذه البرامج تعتبر توعية دينية، في حين أن البرامج الترويجية و كذا غرس روح التكافل خلال شهر رمضان المبارك كانتا تعبران عن بقية البرامج المقدمة من طرف التلفزيون الجزائري.

ومن أهداف الإعلام هو تبيان ما يستهلكه المشاهد من برامج فيقوم التلفزيون الجزائري بتقديمه لرفع نسبة المشاهدة وجلب المتابعين لبرامجها وكذا لتلبية حاجات المشاهد خلال وإشباع رغباته المشاهدتية خلال شهر رمضان الفضيل .

الجدول رقم(13): يبين مدة الوقت الذي تبث فيه البرامج الرمضانية

النسبة المئوية	التكرارات	الفئات
65.71%	46	كافية
11.42%	08	غير كافية
22.85%	16	لا أدري
100%	70	الإجمالي

لقد بين الجدول رقم (13) أن غالبية المبحوثين كانت إجاباتهم تتمحور حول أن مدة الوقت الذي تبث فيه البرامج الرمضانية "كافية" بنسبة 65.71%، أما الإجابة حول "لا أدري" فقد تمثلت نسبتها ب: 22.85%، في حين أن نسبة 11.42% مثلت الإجابة عن "غير كافية".

ومن حيث النسب المبيّنة في الجدول أعلاه نستنتج أن مدة الوقت التي تبث فيها البرامج الرمضانية في التلفزيون الجزائري كافية إلى حد كبير وهذا راجع إلى أنه يأتي في أوقات متزامنة مع الوقت الذي يقضيه المشاهد أمام التلفاز، لهذا يمكن القول أن المشاهد أو المبحوث راض عن المدة التي تقدم فيها البرامج الرمضانية .

أما من خلال ما سبق نقول أن للإعلام خاصة التلفزيون الجزائري قد قدم برامج في الشهر الكريم تتزامن مع طيلة اليوم أي بمداومتين صباحية ومساءلية ببرامج متعددة وفي شتى المجالات لأن المشاهد الجزائري يعتمد دائما في تقييمه لمستوى البرامج على نوعية البرامج المقدمة وزمن بثها خاصة العائلية منها .

إجابة على السؤال 14 يبين مدى مستوى نجاح هذه الشبكة البرمجية الرمضانية

من خلال إجابات المبحوثين حول السؤال المفتوح أعلاه لاحظنا أن التلفزيون الجزائري حقق نجاح جماهيري لافت من خلال إنتاجاتها للبرامج الرمضانية التي ألقت روجا لدى المشاهدين وأساس نجاح هذه البرامج هو الاهتمام باختيار مضمونه بما يتوافق واحتياجات المتابعين ووجهات نظرهم فمن المهم الوقوف على نوعية البرامج المقدمة ، فقد لاحظنا ومن خلال إجابات المبحوثين للأسئلة السابقة أنهم يميلون للبرامج الدينية وهذا كذلك ما يبين توجه الإعلام إلى ما يتذوقه المشاهد وتقديمه لبلوغ نسبة عالية من المشاهدة .

إن الإعلام المعاصر يعيش ثورة من حيث تقديم البرامج التلفزيونية بفعل المنافسة بين القنوات التلفزيونية العمومية والخاصة ما يفرض المنطق الربحي لها كل هذا مربوط بمدى تذوق المشاهد وإيصاله إلى المتلقي في صورة وتوقيت مدروس وملائم يضمن نجاح المؤسسة التلفزيونية الجزائرية لاستقطاب أكبر عدد من المشاهدين مستهدفين في ذات الحين الأحاسيس والعواطف الخاصة للأفراد المتابعين، من جهة ثانية يبين مدى قدرة التلفزة العمومية الجزائرية في إنتاجها لمواد درامية دينية وفكاهية محلية أو شراء بث باقي البرامج الأجنبية .

إن إجابة المبحوثين إنما تدل على كسب جمهور خاص من طرف التلفزيون العمومي الجزائري من خلال البرامج الرمضانية لاكتساب صورة شخصية للقناة .

النتائج العامة للدراسة:

استهدفت هذه الدراسة التعرف على اتجاهات الجمهور نحو الشبكة البرمجية الرمضانية في التلفزيون العمومي، وقد أجريت الدراسة على عينة من طلبة قسم الاعلام والاتصال بجامعة عمار تليجي بالأغواط وتوصلت الدراسة الى عدد من النتائج أهمها:

- بالنسبة القناة التلفزيون الجزائري بتغطية انشغالات جمهورها وتلبية احتياجاتهم، حسب رأي طلبة الإعلام والاتصال فقد بينت نتائج الدراسة أن: القناة التلفزيون الجزائري تناقش القضايا والمواضيع التي تهتم الجمهور إما أحيانا أو دائما، كما أنها تقدم برامج للتعبير عن آراء الجمهور وتوجهاته؛ وهو ما يؤكد طلبة الإعلام والاتصال، الذين انقسمت إجاباتهم بين أحيانا ودائما، وهو ما يتضح لنا من خلال، بالإضافة إلى أن التلفزيون الجزائري يهتم بانشغالات الجمهور و تلبية احتياجاته من حين لآخر، وهو ما اتفق عليه أغلبية المبحوثين وعليه يمكن القول أن القناة التلفزيون العمومي الجزائري، تحاول أن تغطي انشغالات جمهورها وتلبي احتياجاته من حين لآخر، حتى و إن لم يكن ذلك بصفة دائمة؛ فهي تسعى للاهتمام بمتطلبات جمهورها وتلبية احتياجاته و هذا من خلال برامجها الرمضانية .

- بالنسبة ما تقدمه القناة التلفزيون الجزائري من خدمة لجمهورها الخاصة في البرامج الرمضانية لجمهورها، حسب رأي طلبة الإعلام والاتصال؟ فقد خلصت نتائج الدراسة إلى أن: التلفزيون الجزائري يقدم برامج رمضان متعلقة بمختلف المجالات في معظم الأحيان من خلال نشرات الأخبار التي تبثها خاصة فيما يتعلق بالمجال السياسي و الاجتماعي، وهو ما يؤكد معظم كما أنها تركز أحيانا على تقديم الأخبار المتعلقة بالشأن الدولي، بالإضافة إلى أن أغلب المبحوثين يعتمدون عليها كمصدر للبرامج الرمضانية وقوتها في بث برامج جديدة مستوحاة من الواقع، ومعظمهم يتفقون على أنها تزودهم بمختلف المستجدات التي يحتاجونها من حين لآخر لكن هذا لا يغني الجمهور عن اللجوء إلى القنوات الأخرى؛ ورغم هذا فهي تقدم الكم الكافي و اللازم من المعلومات من خلال الشبكة البرمجية التي تقدمها لجمهورها، وهو ما يراه معظم المبحوثين من طلبة الإعلام والاتصال، وبالتالي فإن اتجاهات

الجمهور نحو البرامج التي يقدمها التلفزيون الجزائري هي في مستوى تطلعات الجمهور الذواق .

النتائج المتوصل إليها في ضوء أهداف الدراسة

تم التوصل إلى مجموعة من النتائج من خلال هذه الدراسة، والتي بنيت أساسا على إجابات المبحوثين من طلبة الإعلام والاتصال، والتي في ضوئها تحققت أهداف الدراسة التي تم تحديدها سابقا كالآتي:

➤ من خلال النتائج المتوصل إليها تم معرفة أن قنوات التلفزيون الجزائري تقوم بتغطية انشغالات الجمهور وتلبيه احتياجاته من حين لآخر، حتى وإن لم يكن ذلك بصفة دائمة إلا أنها تجعل انشغالات الجمهور ضمن اهتماماتها هذا حسب رأي طلبة علم الإعلام والاتصال.

➤ تم التأكد من أن التلفزيون الجزائري قدم خدمة لجمهوره، حتى وإن تم تقييم هذه الخدمة بـ أنها متوسطة حسب معظم طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال.

خاتمة

لقد حاولنا من خلال هذه الدراسة اتجاهات الجمهور نحو الشبكة البرمجية الرمضانية في التلفزيون العمومي والإشباع المتحققة من هذا الاتجاه ، إذ تطرقنا إلى ثنائية الجمهور والإعلام في دراستنا هذه حيث أزلنا الغموض على هذه الثنائية، إذ ربطنا اتجاهات الجمهور بوسائل الإعلام في عصر تزامت فيه الثقافات المحلية والداخلية، وعندما سلمنا ان حاجات الجمهور تطرحها طبيعة التغير الاجتماعي والثقافي وتنعكس على هيئة استجابات ثقافية خاصة وتمثل هذه الاستجابات الثقافية الفرعية للجمهور وفي هذه الصيغة منظومة من الإجابات المنظمة التي تستجيب لمنظومة من الحاجات والمشكلات ، ووقفنا على شبه حقيقة ان للجمهور حاجات ثقافية ملحة يبحث دائما على اشباعها ذلك عن طريق وسائل الإعلام وخاصة التلفزيون.

كما حاولنا ان تأطيره نظريا كل مفهوم ورد في التساؤلات ومن خلال الرجوع إلى الأدبيات والدراسات السابقة لكي نستبصر بها في مسعانا هذا، وأول هذه المحاولة تتمثل في اتجاهات الجمهور نحو البرامج الرمضانية وفهم العلاقة بينهما.

وفي محاولة منا لقياس رجع صدى البرامج الرمضانية لدى الجمهور وجدنا ان هذه البرامج تهتم أيضا بمختلف القضايا الأخرى والتي تتعلق بالشأن السياسي والأوضاع الراهنة

قائمة المراجع

قائمة المراجع

1. أحمد بدر، أصول البحث العلمي و مناهجه، المكتبة الأكاديمية، القاهرة ، 1996 .
2. أحمد بن مورسلي، مناهج البحث في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط3، الجزائر، 2007.
3. حدة موجاري، الأساليب الإقناعية في البرامج التلفزيونية الجزائرية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص علاقات عامة، شعبة علوم إنسانية، أم البواقي، 2015/2014.
4. سعد لبيب، دراسات في الفنون الإذاعية، 1973.
5. صلاح الدين شروح، منهجية البحث العلمي، دار العلوم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2003.
6. عطوة أحمد، مدخل إلى علم النفس الاجتماعي، دار نصار، لبنان، 1981.
7. عمار بوحوش ومحمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي و طرق إعداد البحوث ، ديوان المطبوعات الجامعية، ط1، الجزائر، 2001.
8. لمياء سليمان، قضايا الرأي العام في البرامج التلفزيونية الحوارية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر إذاعة وتلفزيون، قسم العلوم الإنسانية، بسكرة ، 2015/2014.
9. محمد شقيق، البحث العلمي - الخطوات المنهجية لإعداد البحوث الاجتماعية-الإسكندرية، 1985.
10. محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004.
11. المنجد في اللغة والإعلام، دار الشروق، ط2، لبنان، 2003.
12. محمد بن عبد الرحمان الحفصي، كيف تؤثر وسائل الإعلام (دراسة في النظريات والأساليب) ، 1998، مكتبة العبيكان، ط1، السعودية.

الملاحق



جامعة عمار تليجي بالأغواط
كلية العلوم الإنسانية و العلوم الإسلامية والحضارة
قسم العلوم الإعلام و الإتصال



الموضوع :

اتجاهات الجمهور نحو الشبكة البرمجية الرمضانية

في التلفزيون العمومي

دراسة ميدانية لعينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة الأغواط

مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال

تخصص: اتصال و علاقات عامة

ملاحظة: في إطار قيامي بتحضير مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال حول موضوع

"اتجاهات الجمهور نحو الشبكة البرمجية الرمضانية في التلفزيون العمومي"

نطلب منكم التعاون معنا في إنجاز هذه المذكرة وذلك بالإجابة على أسئلة هذه الاستمارة

بوضع علامة (X) في الخانة المناسبة وتتعهد بالمحافظة على سرية المعلومات وعدم

استعمالها إلا لغرض البحث العلمي.

السنة الجامعية 2020-2021

البيانات الشخصية:

1. الجنس: ذكر أنثى
2. السن: 20-18 23-21 24 سنة فأكثر

المحور الأول: عادات و أنماط التعرض للبرامج الرمضانية في التلفزيون الجزائري

3. هل تشاهد البرامج الشبكة الرمضانية؟

- دائماً أحيانا نادرا

4. ما معدل مشاهدتك لهذه البرامج أسبوعيا؟

- أقل من ساعة من ساعة إلى ساعتين أكثر من ساعتين

5. ما هي فترتك المفضلة في المشاهدة؟

- الفترة الصباحية الفترة المسائية لا توجد فترة محددة

6. مع من تشاهد هذه البرامج؟

- بمفردك مع الأصدقاء مع العائلة

7. ما نوع البرامج الرمضانية التي تفضل مشاهدتها؟

- دينية فكاهية

أخرى أذكرها:

8. ما هو وقت المناسب لمشاهدة هذه البرامج؟

- قبل الإفطار بعد الإفطار

المحور الثاني: دوافع تعرض الجمهور للبرامج الرمضانية و الإشباعات المحققة

9. ما هي دوافعك لمشاهدة هذه البرامج؟

- اهتمامات بالموضوعات المطروحة فيها

- عدم توفر بدائل

- ملئ الفراغ

10. ما هي الاشباكات المحققة من تعرض الجمهور لبرامج الشبكة الرمضانية؟

- الحصول على المعلومات الصادقة
- تعرف على موضوعات واقعية
- الإطلاع على تجارب الآخرين

المحور الثالث: تقييم الجمهور لبرامج الشبكة الرمضانية

11. في رأيك البرامج الرمضانية التي يقدمها التلفزيون الجزائري؟

- جيدة
- رديئة
- لا أدري

12. ما هي أهداف مضامين برامج الشبكة الرمضانية التي يقدمها التلفزيون الجزائري؟

- ترويجية
- غرس روح التكافل خلال شهر رمضان المبارك
- توعية دينية خلال الشهر المبارك

13. هل مدة الوقت التي تبث فيه البرامج الرمضانية؟

- كافي
- غير كافي
- لا أدري

14. في رأيك ما مستوى نجاح هذه الشبكة البرمجية الرمضانية؟

.....
.....