

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة عمار ثليجي بالاغواط

كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية و الحضارة

قسم الاعلام والاتصال



بعنوان

دوافع تعرض الطلبة الجامعيين للبرامج التلفزيونية للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة و
الإشباع المحققة

دراسة ميدانية على عينة من مشاهدي قناة الشروق tv

من طلبة جامعة - عمار ثليجي - الأغواط

دراسة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال

تخصص اتصال و علاقات عامة

إعداد :

- نسرين شبيبي

- رباب قويدري

أعضاء لجنة المناقشة

الدكتور : سليم معيزة مشرفا

الدكتور : النوعي عبد القادر رئيسا

الأستاذ : بن قيط الجودي عضوا مناقشا

السنة الجامعية: 2019/2018



وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة عمار ثليجي بالاغواط

كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية و الحضارة

قسم الاعلام والاتصال

بعنوان

دوافع تعرض الطلبة الجامعين للبرامج التلفزيونية للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة و
الإشباعات المحققة

دراسة ميدانية على عينة من مشاهدي قناة الشروق tv

من طلبة جامعة -عمار ثليجي- الأغواط

دراسة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال

تخصص اتصال و علاقات عامة

إشراف الدكتور:

إعداد:

- سليم معيزة

- نسرين شليبي

- رباب قويدري

السنة الجامعية : 2018/2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكرا وعرفان

نشكر الله عز وجل الذي أعاننا على إنجاز هذا العمل المتواضع وعلى توفيقه لنا كما لا ننسى بتقديم الشكر إلى الأستاذ سليم معيزة الذي أشرف على هذه المذكرة ومد لنا يد العون ولم يبخل علينا بنصائحه وتوجيهاته كما لا ننسى أن نتوجه بكلمة شكرا إلى كل الأساتذة الذين علمونا حرفا ولقنونا درسا من الابتدائي إلى التخرج، كذلك نتقدم بجزيل الشكر إلى كل من ساهم في إنجاز هذا العمل من بعيد أو قريب .



إهداء

أحمد الله عز وجل علي منه وعونه لأتمام هذا البحث

إلي الذي وهبني كل ما يملك حتي أحقق له آماله .إلي من كان يدفعني قدما نحو
الأمم لنيل المبتغى .إلي الإنسان الذي إمتلك الإنسانية بكل قوة .إلي الذي سهر
على تعليمي بتضحيات جسام مترجمة في تقديسه للعلم . إلي مدرستي الأولى في
الحياةأبي الغالي على قلبي أطال الله في عمره .

إلي التي وهبت فلذة كبدها كل العطاء والحنان،إلي التي صبرت على كل شيء،التي
رعتني حق الرعاية وكانت سندي في الشدائد وكانت دعواها لي بالتوفيق .تبعثني
خطوة خطوة في عملي،إلي من إرتحت كلما تذكرت إبتسامتها في وجهي نبع الحنان
أمي أعز ملاك علي القلب والعين جزاها الله عني خير الجزاء في الدارين
وأهدي هذا العمل المتواضع إلي من ادخل على قلبي شيئا من السعادة إلي أخي
وأخويتي وأولادهم وبالأخص مصطفى أتمنى له الشفاء وكل أقاربي .

كما أهدي إلي صديقاتي الأعزاء، و كما أهدي ثمرة جهدي لأستاذي الكريم . سليم
معيذة الذي كلما تظلمت الطريق أمامي لجأت إليه فأنارها لي .

إلي كل من يؤمن بأن بذور نجاح التغيير هي في ذواتنا وفي أنفسنا قبل أن تكون
في أشياء أخرى نسرين شيبلي

إهداء إهداء

إختلطت دموعي فرحتي بتخرجي وحزني بوداع أحبتي بغمضتي عين مرت أيامنا
وهانحن اليوم نجني قطفانا ونودع أحببتنا والمكان الذي ضمنا هذه سنة الحياة
بالأمس إتقينا واليوم إفترقنا ولكن فرحنا بتخرجنا ونسينا آلامنا .

أهدي جهدي وعملي إلي أعظم نعمة رزقني الله أياما الي من أعطتني الحنان
الي اللسان الذي لا يتوقف عن الدعاء أمي نور عيني

والي القلب الذي ينبض حبا وعطاء الي من كان طيلة الوقت يدعي الي

سر نجاحي وضياء دربي زوجي الغالي عيسي

رباب قويدري

فهرس المحتويات

فهرس الموضوعات

	الشكر و العرفان
	قائمة المحتويات
ب. ت. ث	مقدمة

الإطار المنهجي للدراسة		الفصل الأول :
الصفحة	العنوان	الرقم
05	أولا : إشكالية الدراسة	01
07	ثانيا : التساؤلات الدراسة	02
07	ثالثا : فرضيات الدراسة	03
08	رابعا : أسباب اختيار الموضوع	04
09	خامسا : أهمية الدراسة	05
09	سادسا : أهداف الدراسة	06
10	سابعا : منهج الدراسة	07
11	ثامنا : أدوات جمع البيانات	08
13	تاسعا : مجالات الدراسة (الزماني و المكاني)	09
13	عشرا : مجتمع و عينة البحث	10
15	الحادي عشر : مفاهيم الدراسة	11
18	الثاني عشر : الدراسات السابقة	12
28	الثالث عشر : المقاربة النظرية	13

الإطار النظري**الفصل الثاني :****ماهية القنوات الفضائية**

46	تمهيد	14
47	مبحث الأول : تاريخ و نشأة البث الفضائي	15
47	مطلب 1: نشأة البث الفضائي في الدول المتقدمة	16
53	مطلب 2 : نشأة البث الفضائي في الدول العربية	17
58	المبحث الثاني : مفهوم القنوات الفضائية	18
60	المبحث الثالث : أهداف القنوات الفضائية	19
61	المبحث الرابع : أهمية القنوات الفضائية	20
63	المبحث الخامس : ايجابيات و سلبيات القنوات الفضائية	21
66	خلاصة	22

الإطار النظري**الفصل الثالث :****ماهية القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة**

68	تمهيد	23
69	المبحث الأول : الإعلام الفضائي الجزائري الخاص	24
70	المبحث الثاني : تعريف القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة	25
71	المبحث الثالث : تطور القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة	26
72	المبحث الرابع : أسباب و دوافع ظهور القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة	27

74-73	المبحث الخامس :أنواع الفضائيات و أبرز القنوات التي تتشط في الساحة الإعلامية الجزائرية	28
76	الخلاصة	29

<p>الفصل الرابع :</p> <p>الإطار التطبيقي</p> <p>تحليل البيانات الميدانية</p>

78	تمهيد	30
79	المبحث الأول : تعريف قناة الشروق tv	31
82	المبحث الثاني : عرض البيانات و تحليلها كميًا و كفيًا	32
119	المبحث الثالث : النتائج العامة للدراسة	33
121	الخلاصة	34
123	الخاتمة	35
124	قائمة المراجع	36
	قائمة الملاحق	37

فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
79	جدول ترددات قناة الشروق tv	01
82	جدول توزيع أفراد العينة حسب الجنس	02
83	جدول توزيع أفراد العينة حسب السن	03
84	جدول توزيع أفراد العينة حسب الطور الدراسة الجامعية	04
85	جدول توزيع أفراد العينة حسب السكن	05
85	جدول توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية	06
86	جدول توزيع أفراد العينة حسب مدى مشاهدة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة حسب متغير جنس	07
87	جدول توزيع أفراد العينة حسب تفضيل المشاهد للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة حسب متغير جنس	08
89	جدول توزيع أفراد العينة حسب الوقت الذي تفضله في مشاهدة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة حسب متغير جنس	09
90	جدول توزيع أفراد العينة حسب الوقت التي تقضيه في مشاهدة قناة الشروق tv حسب متغير الجنس	10
91	جدول توزيع أفراد العينة حسب الوسيلة المفضلة لمشاهدة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة حسب متغير جنس	11
92	جدول توزيع أفراد العينة بالنسبة للفترة الزمنية حسب متغير الجنس	12
93	جدول توزيع أفراد العينة حسب تفضيل المبحوثين للقنوات الفضائية على العمومية حسب متغير الجنس	13
94	جدول توزيع أفراد حسب توضيح لمشاهدة القنوات الخاصة و القنوات العمومية حسب متغير جنس	14

95	جدول توزيع أفراد العينة حسب نوع البرامج التي يفضلها المشاهد الجزائري لقناة الشروق tv حسب متغير الجنس	15
96	جدول توزيع أفراد العينة حسب البرامج التي يفضل المشاهد متابعتها في قناة الشروق tv حسب متغير الجنس	16
98	جدول توزيع أفراد العينة حسب تميز قناة الشروق tv عن غيرها من القنوات حسب متغير الجنس	17
99	جدول توزيع أفراد العينة حسب مستوى البرامج المعروضة في قناة الشروق tv حسب متغير الجنس	18
100	جدول توزيع أفراد العينة حسب تلبية قناة الشروق tv لرغباتك وطموحاتك حسب متغير الجنس	19
101	جدول توزيع أفراد العينة حسب قبول متابعة قناة الشروق tv حسب متغير الجنس	20
102	جدول توزيع أفراد العينة حسب البرامج المقترحة التي تحظى بمتابعة على قناة الشروق tv حسب متغير الجنس	21
103	جدول توزيع أفراد العينة حسب البرامج المقترحة في قناة الشروق tv حسب متغير الجنس	22
104	جدول توزيع أفراد العينة حسب الاشباعات التي تحققها لك قناة الشروق tv حسب متغير الجنسي	23
105	جدول توزيع أفراد العينة حسب البرامج الغير جديدة بالعرض على قناة الشروق tv حسب متغير الجنس	24
106	جدول توزيع أفراد العينة حول تلبية قناة الشروق tv للحاجات الاجتماعية حسب متغير الجنس	25
107	جدول توزيع أفراد العينة حسب الحاجات الاجتماعية التي تلبها قناة الشروق tv حسب متغير الجنس	26
108	جدول توزيع أفراد العينة حسب مواضيع نقاش مع غيرك حسب متغير الجنس	27

109	جدول توزيع أفراد العينة حسب مع من تناقش مواضيع قناة الشروق tv حسب متغير الجنس	28
110	جدول توزيع أفراد العينة حسب تلبية قناة الشروق tv للحاجات الثقافية حسب متغير الجنس	29
111	جدول توزيع أفراد العينة حسب الحاجات الثقافية التي تليها قناة الشروق tv حسب متغير الجنس	30
112	جدول توزيع أفراد العينة حسب تلبية قناة الشروق tv للحاجات الدينية حسب متغير الجنس	31
113	جدول توزيع أفراد العينة حسب الحاجات الدينية التي تليها قناة الشروق tv حسب متغير جنس	32
114	جدول توزيع أفراد العينة حسب مدى نجاح قناة الشروق tv حسب متغير الجنس	33
115	جدول توزيع أفراد العينة حسب تطوير أداء قناة الشروق tv حسب متغير الجنس	34
116	جدول توزيع أفراد العينة حسب الاقتراحات لتطوير أداء قناة الشروق tv حسب متغير الجنس	35
118	توزيع أفراد العينة حسب اقتراحات أخرى حول قناة الشروق TV حسب متغير جنس	36
122	لجنة تحكيم الإستبيان	37

ملخص الدراسة بالعربية :

تناولت هذه الدراسة موضوع دوافع تعرض الطلبة الجامعيين لبرامج قناة الشروق tv والاشباعات المحققة حيث هدفت إلى مجموعة من البرامج المتنوعة التي تبث طوال فترات اليوم ، كما استطاعت قناة الشروق tv من خلال باقة من البرامج خاصتها أن تحظى بنسب مشاهدة عالية بين أوساط الجماهير من مختلف الفئات وكذا من مختلف المستويات و الأعمار، وعلى ضوء كل هذه المعطيات . كما اعتمدت هذه الدراسة على سؤال رئيسي : ما هي دوافع تعرض الطلبة الجامعيين الجزائريين للبرامج التلفزيونية لقناة الشروق tv الجزائرية ؟ وما الاشباعات المحققة ؟

تم صياغة الأسئلة الفرعية من السؤال الرئيس :

➤ ماهي أنماط و درجة تعرض الطلبة الجامعيين الجزائريين للبرامج قناة الشروق tv ؟
➤ ماهي طبيعة البرامج التي يشاهدها الطلبة الجامعيين الجزائريين من خلال برامج قناة الشروق tv؟

➤ ماهي دوافع استخدام الطلبة الجامعيين الجزائريين لبرامج قناة الشروق tv؟
➤ ما هي الاشباعات المحققة من الجوانب البحثية لبرامج قناة الشروق tv ؟
ومن خلال الدراسة الميدانية قامت هذه الدراسة على العينة القصدية حيث اعتمدنا على أداة الاستبيان لجمع البيانات من المبحوثين ، حيث تطرقنا إلى أربعة محاور أساسية :

➤ المحور الأول : البيانات العامة .
➤ المحور الثاني: عادات وأنماط مشاهدة الطلبة للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة.
➤ المحور الثالث: طبيعة البرامج التي يشاهدها الطلبة ودوافع التعرض لها (قناة الشروق tv) .

➤ المحور الرابع: الحاجات و الإشباعات المحققة من متابعة قناة الشروق TV.
حيث توصلت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج كانت على ضوء التساؤلات الدراسة من أهمها : تبين أن أغلب أفراد العينة يشاهدون قناة الشروق tv بفترات متقاطعة وذلك عن طريق التلفزيون كما أنهم يشاهدون قناة الشروق tv عن في الفترة المسائية و ذلك لانشغالهم في الفترة الصباحية ، أما بالنسبة لدوافع تعرض الطلبة الجامعيين لقناة الشروق tv وذلك من خلال جرأتها في تناول القضايا التي تمس المجتمع الجزائري .

أما فيما يخص الحاجات و الإشباعات التي تحققها قناة الشروق tv في تحقيق مفردات العينة في الحصول على المعلومات و توسيع معلوماتهم الاجتماعية و الثقافية و الدينية و الإطلاع على مختلف القضايا الوطنية و أخبار المجتمع الجزائري .

ملخص الدراسة بالفرنسية:

Résumé de l'étude:

Cette étude portait sur les raisons de l'exposition des étudiants universitaires aux programmes de la chaîne Al-Shorouk TV et sur les innovations apportées, notamment sur une variété d'émissions diffusées tout au long de la journée et sur la chaîne Al-Shorouk TV diffusée à travers une série de programmes visant à capter un taux de téléspectateur élevé parmi les masses de différents groupes, De différents niveaux et âges, et à la lumière de toutes ces données. L'étude s'est également appuyée sur une question clé: quelles sont les motivations de l'exposition d'étudiants universitaires algériens aux programmes télévisés de la chaîne de télévision Al-Shorouk? Quelles sont les rumeurs?

Les sous-questions ont été formulées à partir de la question principale:

Quels sont les modèles et le degré d'exposition des étudiants universitaires algériens à la télévision Al-Shorouk?

Quelle est la nature des programmes que les étudiants universitaires algériens regardent à travers les programmes de télévision Al-Shorouk?

Quelles sont les motivations des étudiants universitaires algériens à utiliser la télévision Al-Shorouk?

Quels sont les retours des aspects de recherche de la télévision Al-Shorouk?

Au cours de l'étude sur le terrain, cette étude s'appuyait sur l'échantillon du questionnaire et s'appuyait sur l'outil d'enquête pour collecter les données des répondants.

Premier axe: Données générales.

Le deuxième axe: les habitudes et les modèles d'observation des étudiants des chaînes satellitaires privées algériennes.

Le troisième axe: la nature des programmes que les élèves regardent et les motifs de leur exposition (chaîne sunrise tv).

Quatrième axe: besoins et attentes atteints par la chaîne de télévision de suivi Al-Shorouk.

Les résultats de cette étude reposaient sur un certain nombre de résultats, dont les plus importants étaient les suivants: La plupart des répondants regardaient Al-Shorouk à la télévision en intersections avec la télévision, ainsi que la télévision en soirée. Pour les raisons de l'exposition des étudiants à la chaîne de télévision Al-Shorouk par son audace face aux problèmes de la société algérienne.

En ce qui concerne les besoins et les attentes de la chaîne de télévision Al-Shorouk en termes de compréhension du vocabulaire de l'échantillon, d'élargissement de leurs informations sociales, culturelles et religieuses, et de se familiariser avec les diverses questions nationales et l'actualité de la société algérienne.

مقدمة

مقدمة :

إذا كان هذا العصر يطلق عليه عصر الإعلام و المعلوماتية، فإنه في العقدين الأخيرين تربعت التكنولوجيا و القنوات الفضائية على عرش هذا العصر. انه انفجار فضائي فمئات القنوات الفضائية على أي قمر صناعي ، وعشرات الأقمار تدور في عالمنا ، مخترقة بذلك الحدود من غير تأشيرة أو قيود ، مما أدى إلى الانفتاح العالمي على الحضارات ، و جعلت العالم فعلا قرية صغيرة ، وبذلك أنهت القنوات الفضائية عزلة المواطنين ، ورفعت عنهم محددات السير الإعلامي باتجاه واحد ، كما أصبحوا على اطلاع ووعي بوجهات النظر المختلفة .

وإذا كانت القنوات الفضائية في أغلبها حققت انجازات على المستوى المهني ، تمثل بتطور الكفاءات الإعلامية وتزايد عددها ، والاتجاه نحو التخصص الدقيق في العمل الإعلامي ، كما تجلى التطور الإعلامي في ظواهر عدة أبرزها : الاتساع في البث الحي المباشر ، من أجل إشباع حاجات الجمهور من المعلومات و تلبية احتياجاته من خلال خدمة إعلامية متميزة .وكما أصبح البث التلفزيوني واحد من أهم وسائل الإعلام عبر الأقمار الصناعية مما أصبحت تسمى بالفضائيات الإعلامية، و في 1980 أطلقت قنوات فضائية في الدول العربية التي استطاعت من خلالها مواكبة التكنولوجيا رغم تأخر بدايتها ،و في 2011 عرفت الدول العربية تحولات سياسية و الاجتماعية التي شاهدها خلال ثورات الربيع العربي و كما يعرف أيضا بالحراك الاجتماعي والتي كانت تسعى إلى تحولات ديمقراطية. لذلك قامت السلطة الجزائرية بحالة طوارئ و سمحت بالتعددية في مجال السمع البصري أمام وذلك بتغيير سياستها التنظيمية الداخلية و الخارجية وإصدار قانون إعلام جديد سنة 2012 وذلك اعتبار الإعلام الوجه السياسي و الاجتماعي وذلك بفتح نافذة الاستثمار التي ساهمت بفتح القنوات الفضائية أمام الخواص وهذا بطبيعة الحال يؤدي الى تأثير في الأفكار والقيم التي تمس الفرد الجزائري ،وهذا وقد شكل ظهور القنوات الفضائية

الجزائرية الخاصة انعطافا حاسما في مسيرة الإعلام الجزائري ، و تعددت القنوات الخاصة وكذلك تنوع البرامج و المضامين المقدمة من خلالها ، والذي اخذ نقلة نوعية على مستوى المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية و السياسية و الاقتصادية والتي فتحت مجال للرأي الآخر للتعبير عن آرائه .مما أحدثت القنوات الفضائية الخاصة تحولات كبيرة على المستوى النشاط الإعلامي في الجزائر ، حيث خلقت قنوات جديدة لتواصل مع الجمهور ، ومنها قناة شروق تي في بالرغم من أنها حديثة النشأة إلا أنها أحدثت تغييرات على المستوى المجال الإعلامي الذي أخذ نسبة مشاهدة عالية في أوساط المجتمع والدارسين .

ومن هذا المنطلق و بناءا على ما سبق اختيارنا لموضوع هذه الدراسة الذي نحاول من خلاله التعرف على دوافع تعرض الطلبة الجامعين لقناة الشروق tv و الاشباعات المحققة منها وقد اخترنا شريحة من الطلبة ، باعتبارها الفئة الفاعلة فيه و الباحثة عن التحقيق ذاتها المستقلة عنه .

وبناءا على المعلومات و المعطيات المتوفرة قمنا بإجراء البحث حيث قسمت الدراسة الى أربعة فصول حيث تطرقنا في الفصل الأول ، الإطار المنهجي للدراسة وفيه تم تحديد الإشكالية ، و التساؤلات التي تعمل على إيجاد إجابات لها ، أسباب اختيار الموضوع ، أهداف و أهمية الدراسة ، منهج الدراسة ، أدوات جمع البيانات و المجالات و مجتمع البحث و عينة الدراسة ، مفاهيم الأساسية للدراسة ، الدراسات السابقة ، و بالإضافة إلى الخلفية النظرية للدراسة .

أما في الإطار النظري للدراسة فقد تطرقنا إلى فصلين فصل الأول حمل عنوان : القنوات الفضائية وفيه تم تحديد تاريخ و نشأة الفضائيات حيث طرقتنا فيها النشأة في الدول المتقدمة و نشأة في الدول العربية ، مفهوم القنوات الفضائية ، أهداف القنوات الفضائية ، أهمية القنوات الفضائية ، ايجابيات القنوات الفضائية و سلبيات القنوات الفضائية .

أما الفصل الثاني يحمل عنوان : القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة التي تم تحديد
فيها الإعلام الفضائي الجزائري الخاص حيث تطرقنا فيه إلى مفهوم الإعلام الفضائي الخاص
و تعريف الإعلام الفضائي الجزائري الخاص ، تعريف القنوات الفضائية الخاصة ، تعريف
القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة ، كما تطرقنا إلى تطور القنوات الجزائرية الخاصة و
أسباب و دوافع ظهور القنوات الفضائية الخاصة ، أنواع القنوات الفضائية الخاصة ، و ابرز
القنوات الخاصة التي ظهرت في الجزائر .

أما في الإطار التطبيقي للدراسة حيث اشتمل بطاقة تقنية من مؤسسة الشروق tv و لمحة
تعريفية على قناة الشروق tv الجزائرية الخاصة و تفريغ المعطيات في جداول البسيطة و
المركبة مع عرض النتائج و تحليلها في الأخير كما توصلنا إلى نتائج عامة .

الفصل الأول

الإطار المنهجي

أولاً. الإشكالية

عرف الإنسان منذ فجر التاريخ تغيرات مستمرة في حياته اليومية ، فما لبث يتطور يوماً بعد يوم حتى وصل إلى هذا القدر من التقدم العلمي و التكنولوجيا الذي مس جميع مناحي و مجالات الحياة خاصته ، حتى أصبحت في وقتنا هذا الوسائل التكنولوجية الحديثة جزءاً لا يتجزأ من حياتنا اليومية .

من بين الوسائل التكنولوجية الحديثة التي لها الأثر البالغ على حياة الفرد و المجتمعات في عصرنا الحالي و التي تلاقي انتشاراً منقطع النظير هي القنوات الفضائية والتي أصبحت تلعب دوراً مهماً و بارزاً في حياتنا اليومية كونها وسيلة إخبارية ، و تثقيفية ، و ترفيهية ، و تعليمية ، وقد انتشرت في الغالبية العظمى من المدن و الأرياف ، و أصبحت تغزو بيوتنا كثيرة و تستهدف أعماراً مختلفة و يرجع الفضل في ذلك إلى التطورات التقنية في مجال البث التلفزيوني المباشر عبر الأقمار الصناعية ، بحيث أصبح هذا البث ظاهرة من ظواهر العصر الحديث . و يعد البث التلفزيوني الفضائي من أهم التطورات التقنية في مجال الاتصالات في أواخر القرن العشرين إلى غاية يومنا هذا ، فقد أتاحت تقنيات الاتصال الحديثة إمكانات هائلة في تطوير وسائل التوزيع و البث ، فإلى جانب أقمار البث المباشر التي تستطيع أن تبث عبر القنوات التلفزيونية إلى المستقبلين في المنازل مباشرة ، وفي ضوء حلقات التطور فقد تعددت أقمار الاتصالات و زادت إمكاناتها و قدرتها في حمل المزيد من القنوات التي يمكن تخصيصها للتلفزيون أو الإذاعة أو لنقل البيانات و المعلومات حيث تضاعفت عدد القنوات الفضائية عدة مرات على الأقمار الصناعية ، مما ساهم في إطلاق قنوات المختصة التي شجعت الدول على استخدام القنوات الفضائية سواء في تغطية كامل التراب الوطني بالبث التلفزيوني أو الوصول إلى الخارج أيضاً ، و تحت أية ظروف و في أسرع وقت ممكن من الأفراد و مثله في قدر المعلومات او المواد الإعلامية .

البث التلفزيوني في الجزائر لم يظهر إلا في العام 1956 من الفترة الاستعمارية حيث كانت تعمل ضمن المقاييس الفرنسية و يعد استخدامها اهتماماً بالجالية الفرنسية المتواجدة بالجزائر

أنداك ، كما اقتصر بثها على المدن الكبرى للجزائر أين أنشأت محطات إرسال موزعة على ثلاث مراكز في قسنطينة ، العاصمة ، ووهران .

حيث بذلت السلطات مجهودات كبيرة من أجل تحقيق ذلك ، وهو ما حملته تاريخ الفاتح من شهر أوت عام 1963 بتأسيس الإذاعة و التلفزيون الجزائري ، و عرفت المؤسسة تحولات كثيرة من تأسيسها ، لكن ما لم يتغير هو تبعية البث الفضائي و القنوات الفضائية للقطاع العام أي للدولة الجزائرية قبل ان يصدر قرار فتح المجال السمعي البصري أمام الخواص سنة 2012 . بعد فتح قطاع الإعلام الجزائري أمام الخواص بعدما أن كان حكرا على القطاع العام فقط، عرف الميدان زخما غير مسبوق وتسارعت القنوات التلفزيونية الخاصة في الظهور واحدة تلوى الأخرى كلّ حسب توجهه الخاص في إطار القانون والتشريع المعمول به والذي حملته قانون السمعي البصري الصادر في شهر يناير من سنة 2012، مع مرور السنوات عجت الساحة الإعلامية الجزائرية بعشرات القنوات الفضائية، هذه الأخيرة ومع مرور الوقت عرفت تغييرات كثيرة على غرار شعاراتها وألوانها وكثير من وجوه مذييعها وانتقل التنافس فيما بينها إلى القناة الأقرب إلى الشارع أو الأفضل أو الأكثر مصداقية، بحثاً عن مكانة رائدة لدى المشاهدين الجزائريين، خاصة إن كل المؤشرات تدلّ أنها سوق تلفزيونية واعدة، من حيث المادة الإعلامية الخام وطبيعة الجمهور المتلقي الذي حُرّم من تعددية تلفزيونية لسنوات طويلة.

من بين القنوات التلفزيونية الخاصة التي حازت لنفسها مكانة لدى الجمهور الجزائري واستحوذت على نسب مشاهدات كبيرة مقارنة مع عديد القنوات الناشطة في نفس المجال نجد قناة "الشروق tv"، هذه القناة الخاصة، في 2011 انطلق البث التجريبي لهذه القناة في عيد الثورة وذكرى تأسيس جريدة "الشروق اليومي" واتخذت من العاصمة الأردنية "عمان" مقراً لها ولها مكتب معتمد بالجزائر، تبث القناة على نايلسات وعرساتوهوتبيرد، فيما بدأت بثها الرسمي في 15 مارس 2012. تمتلك القناة مجموعة من المكاتب على المستوى

الوطني ومكاتب عالمية أخرى تمتلك شركة الشروق هذه القناة وجريدة الشروق مجلة الشروق العربي.

تبتث القناة مجموعة من البرامج المتنوعة طوال فترات اليوم؛ صباحية مثل: صباح الشروق، برامج دينية، مسلسلات، برامج رياضية، برامج مسابقات، وغيرها من البرامج الترفيهية والمنوعات، واستطاعت قناة الشروق tv من خلال باقة البرامج خاصتها أن تحظى بنسب مشاهدة عالية بين أوساط الجماهير من مختلف الفئات وكذا من مختلف المستويات و الأعمار، وعلى ضوء كل هذه المعطيات ارتأينا تلخيص إشكالية الدراسة في طرح التساؤل الآتي: ماهي دوافع تعرض الطلبة الجامعيين الجزائريين للبرامج التلفزيونية لقناة الشروق tv الجزائرية؟ وما الاشباعات المحققة؟

ثانيا. تساؤلات الدراسة :

على ضوء عرض إشكالية الدراسة يمكننا صياغة تساؤلات الدراسة كما يلي :

- ماهي أنماط تعرض الطلبة الجامعيين الجزائريين للبرامج قناة الشروق tv ؟
- ماهي طبيعة البرامج التي يشاهدها الطلبة الجامعيين الجزائريين من خلال برامج قناة الشروق tv؟
- ماهي دوافع استخدام الطلبة الجامعيين الجزائريين لبرامج قناة الشروق tv؟
- ما هي الاشباعات المحققة من تعرض المبحوثين لبرامج قناة الشروق tv ؟

ثالثا : فرضيات الدراسة :

فرضية الرئيسية :

- دوافع تعرض الطلبة الجامعيين لبرامج قناة الشروق tv الجزائرية .

فرضيات فرعية :

- طبيعة البرامج التي يشاهدها الطلبة الجامعيين من خلال قناة الشروق tv .

- دوافع استخدام الطلبة الجامعيين لقناة الشروق tv .

- الإشباع المحققة من مشاهدة الطلبة لقناة الشروق tv .

رابعاً . أسباب اختيار الموضوع :

اختيار الموضوع كان نتيجة مبنية على أسباب ذاتية و موضوعية :

الأسباب الذاتية :

➤ رغبتنا في دراسة البرامج التلفزيونية للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة لذا خصصنا البرامج التي تبث في قناة الشروق tv.

➤ زيادة الخبرة و المعرفة في مجال البحوث العلمية و الميدانية في مجال علوم الإعلام و الاتصال .

➤ معرفة البرامج التي يفضلها مشاهدين من قناة الشروق tv .

➤ تقارب الموضوع مع اهتمامات المبحوثين و ميولاتهم و استعداداتهم المعرفية خاصة في الآونة الأخيرة .

الأسباب الموضوعية :

➤ قلة الدراسات حول الموضوع (في حدود اطلعنا) .

➤ تقديم تفسيرات علمية و معرفية و منهجية حول موضوع انفتاح القطاع السمعي البصري.

➤ الرغبة في دراسة علاقة الجمهور الجزائري للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة باعتبارها حديثة النشأة .

خامسا . أهمية الدراسة:

نستمد أهمية دراستنا من تناول موضوعنا الذي يتمثل في دوافع تعرض الطلبة الجامعيين الجزائريين لبرامج تلفزيونية لقناة الشروق tv و الاشباعات التي تحقق نتيجة لاستخدامات . تتجلى أهمية دراستنا في المجال الإعلامي الفضائي الجزائري حيث تدعم القنوات الفضائية الجديدة الخاصة مع الانفتاح الإعلامي ، كما أنها تعالج الظواهر الاتصالية المتمثلة في القنوات الفضائية التي تقوم على أسس إعلامية والتي تتمحور على قياس دوافع تعرض طلبة الجامعيين نحو البرامج لقناة شروق tv الجزائرية و ذلك من خلال توفير المعلومات و التفاعل بين المرسل و المتلقي و الدور المهم للبرامج التلفزيونية للقنوات الجزائرية الخاصة التي تعتبر حركة فعالة في الإعلام التلفزيوني الفضائي .

سادسا . أهداف الدراسة :

سعت هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف :

- التعرف على أنماط تعرض الطلبة الجامعيين الجزائريين للبرامج التلفزيونية لقناة الشروق tv و علاقتها بالمتغيرات الأخرى .
- التعرف على الحاجات و الاشباعات التي تحققها قناة الشروق tv للطلبة الجامعيين الجزائريين .
- التعرف على الجوانب البحثية لنظرية الاستخدامات و الاشباعات للبرامج التلفزيونية لقناة الشروق tv .
- التعرف على طبيعة البرامج التي يتعرض لها الطلبة الجامعيين من خلال مشاهدتهم قناة الشروق tv .

سابعاً . منهج الدراسة :

تتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية ، وهي تستخدم في التعرف على وسائل الإعلام من القنوات الفضائية وما تبثه من مضامين مختلفة لجماهيريتها المختلفة .

فالبحوث الوصفية تقوم على أساس التعمق في دراسة معينة ، او تناولها من زاوية معينة قصد الإحاطة بها و إدراكها بالحصول على كل البيانات المتاحة عن الحالة أو الحدث أو شخص قيد الدراسة البحث .

إن نوع الدراسة التي اعتمدنا عليها في دراستنا هي الدراسة الوصفية التحليلية التي تستخدم في الحالات التي تمثل وسيلة نقل و الصورة الواقعية للأحداث و المتغيرات المرتبطة بموضوع الدراسة يتم من خلال تقديم التركيز لغرض موجز لموضوع معين . ومن الضروري في حالة البحوث الوصفية الحصول على الوصف الكامل والدقيق للموضوع و التأكد من جميع البيانات الضرورية التي تكفل التعرض لها و ¹تحليلها بأكبر درجة ممكنة من الدقة و التفادي اي التحيز في جمع هذه البيانات .

➤ **المنهج الوصفي:** يعتبر المنهج الوصفي أكثر المناهج شيوعاً و استخداماً وهو يوفر صورة دقيقة ووصفاً محدداً لظاهرة معينة ، و يساعد في تحديد المكونات الأساسية المؤدية إلى توظيف أو تشخيص هذه الظاهرة دون الاهتمام أو التركيز على الدراسة و العلاقة المتبادلة بين عناصرها وإذا تم التطرق لدراسة الأسباب والعلاقات المتبادلة تصبح دراسة وصفية تحليلية ².

➤ يقوم المنهج الوصفي على جمع الحقائق و المعلومات و مقارنتها و تحليلها و تفسيرها للوصول إلى تعميمات مقبولة، أو هو دراسة و تحليل و تفسير الظاهرة من خلال تحديد

¹ . محمد صلاح الدين مصطفى و اخرون ، كتاب الخطوات البحث العلمي و مناهجه ، قطاع الشؤون الاجتماعية

2010 ، ص - ص، 3 - 4

² . محمد عبد النبي سيد غانم ، منهجية البحث العلمي، دليل الباحث المبتدئ الى موضوعات البحث و رسائل

الماجستير و الدكتوراه ص- ص، 100 - 101

خصائصها و إبعادها و توصيف العلاقات بينها ، بهدف الوصول إلى وصف علمي متكامل لها .

لذلك فهو يشمل على عدد من المناهج الفرعية و الأساليب المساعدة ، كأن يعتمد مثلا على دراسة الحالة أو الدراسات الميدانية أو التاريخية أو المسوح الاجتماعية .¹
لا يقتصر المنهج الوصفي على التعرف على معالم الظاهرة و تحديد أسباب وجودها ، وإنما يشمل تحليل البيانات و قياسها و تفسيرها و التواصل الى وصف دقيق للظاهرة و نتائجها .

الدراسة الوصفي التحليلي : يقوم هذا المنهج على وصف ظاهرة من الظواهر للوصول إلى أسباب هذه الظاهرة و العوامل التي تتحكم فيها و استخلاص النتائج لتعميمها . و يشمل المنهج الوصفي أكثر من طريقة منها : طريقة المسح ، و طريقة دراسة الحالة و تحتاج هذه الطرق إلى خبرة و جهد الباحث كما ينبغي تفسير النتائج التي يتم الحصول عليها بكل عناية.²

ثامنا . أدوات جمع البيانات :

هناك العديد من الأدوات و الوسائل التي يمكن للباحث استخدامها في جمع البيانات التي تخدم موضوع ، و تماشيا مع طبيعة بحثنا الذي يتطلب الملاحظة الدقيقة و عبرنا عليها من خلال الاستبيان أو الاستبيان (الرئيسية) ، و طرح مجموعة من الأسئلة على الطلبة والأساتذة لمعرفة مدى اعتمادهم على المعلومات العلمية و التقنية و ذلك باعتماد على الاستبيان .

¹ . محمد صلاح الدين مصطفى و آخرون ، مرجع سابق ، ص 46

² . جامعة جنان ، دليل الباحث في كتابه البحث و شكله ، لبنان طرابلس 2015-2016 . ص - ص 4 - 5

تعريف الاستبيان :

➤ **الاستبيان** : هي أداة هامة من أدوات البحث التي تستخدم كثيرا لجمع المعطيات حول ظاهرة من الظواهر موضوع الدراسة ، وهي أداة شائعة الاستعمال في العلوم الإنسانية . ويمكن استخدام الاستبيان كأداة مكملة لأدوات أخرى مثل الملاحظة أو الاختبارات النفسية , ويمكن استخدامه منفردا ، وقد يحتوي الاستبيان على الأسئلة مفتوحة أو مغلقة أو كلاهما معا .¹

ويمكن أن يواجه الباحث بعض الصعوبات في استيفاء الاستبيان مثل عدم الرد من قبل المبحوثين في حالة الموضوعات الحساسة و التي لا يرغبون في الإفصاح عنها بصراحة و موضوعية ، كما أن هناك بعض الأسئلة تكون غير واضحة و مفهومة مما يتطلب تدخل الباحث مباشرة , وأحيانا تكون بعض البيانات المطلوبة تعتمد على الذاكرة مما يزيد معه احتمال النسيان و سقوط بعض البيانات المطلوبة.

ويجب أن يراعي الباحث عند صياغة الاستبيان أن تكون الأسئلة واضحة و خالية من الحشو و الإضافات غير ، وان يتم التأكد للمبحوث على سرية البيانات و الغاية من استخدامها ، وفي العادة يتم البدء بالبيانات التعريفية بالمبحوث .

خطوات تصميم الاستبيان :

1. بيان هدف الاستبيان في ضوء تحديد موضوع الدراسة بشكل عام (صياغة المشكلة)
2. إعداد الأسئلة الفرعية المتعلقة بالسؤال الرئيسي (المشكلة) بحيث تتضمن هدف الاستبيان في ضوء مضمون مشكلة البحث .
3. مع إجراء اختبار تجريبي مع الاستبيان ، بوساطة عرضه على عدد من أفراد الدراسة قبل اعتماد بشكله النهائي .

¹. محمد صلاح الدين مصطفى و آخرون ، مرجع سابق ، ص 47

4. تعديل الاستبيان بناء على الاقتراحات إن وجدت ، وبذلك يأخذ الاستبيان الصورة النهائية في صورته هذه نميز محتواه .¹

تاسعا . مجالات الدراسة :

المجال الزمني :

يمثل المجال الزمني الفترة التي استغرقناها للدراسة ، خاصة فيما يتعلق بالجانب الميداني ، حيث كانت هذه الفترة الممتدة من ديسمبر 2018 إلى غاية ماي 2019 .

ومن خلال هذه الفترة و بعد استقرارنا على العنوان قمنا بجمع المعلومات من فترة الممتدة من ديسمبر إلى أفريل و بعدها قمنا بتحضير و تجهيز أسئلة استمارة الاستبيان و توزيعها في بداية شهر ماي التي تساعدنا في الجانب الميداني و تحديد نسبة تعرض المشاهدين لبرامج القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة و قناة الشروق tv .

المجال الجغرافي :

تقوم دراستنا على جامعة عمار التليجي الواقعة بمدينة الاغواط والتي تضم كلية علوم الإنسانية و الاجتماعية قسم الإعلام و الاتصال . وقد اخترنا جامعة الاغواط لانها الأقرب لنا في دراستنا ولكي تسهل لنا الوقت و الجهد .

عاشرا. مجتمع البحث و نوع العينة :

تعريف مجتمع البحث : هو مجموع المفردات أو وحدات المعاينة التي ستجمع عنها البيانات ، فقد يكون مجموع من السكان داخل الدولة أو سكان محافظة معينة أو سكان مدينة معينة . يتمثل هذا المجتمع من طلبة قسم الإعلام و الاتصال التي تتراوح أعمارهم من 19 وأكثر ، و نظرا لكبر حجم مجتمع البحث ارتأينا اختيارنا على عينة قصديه قوامها 100 مفردة من طلبة إعلام و الاتصال .

¹. رجاء وحيد دويدري ، البحث العلمي اساسياته النظرية و ممارسة العلمية ، دار الفكر المعاصر ، بيروت - لبنان ،

تعريف العينة : هي جزء من المجتمع يختار بطريقة علمية لتوفير بيانات عن المجتمع المختار منه ، وفكرة العينات ليست جديدة حتى بالنسبة للأشخاص العاديين ، فالشخص العادي حينما يريد أن يتذوق شيئاً يأخذ جزءاً صغيراً منه و عندما يريد أن يشتري غللاً أو صناديق منتج يفحص جزءاً منها و هكذا¹.

و يمتاز أسلوب العينات من غيره من الأساليب بما يلي :

- توفير الوقت و اختصار الجهد .
- تقليل الجهد اللازم لا تمام جمع البيانات .
- يمكن الحصول على معلومات أوسع و أكثر دقة ، حيث يمكن توجيه عدد أكبر من الأسئلة .

كما أنها تتمثل في مجتمع الدراسة التي تجمع منه البيانات الميدانية وهي تعتبر جزء من الكل ، بمعنى أنها تؤخذ من أفراد المجتمع على أن تكون ممثلة له لتجري عليها الدراسة ، فالعينة هي جزء معين او نسبة من الأفراد المجتمع الأصلي ، ثم تعمم النتائج على المجتمع الكلي².

نوع العينة : اعتمدنا في هذه الدراسة على العينة الحصصية و التي يشير معناها على إجراء دراسة على فئة معينة ، وقد تعتبر من العينات التي يسهل اختيارها و بسرعة ، و تتشابه مع العينة الطبقية في تقسيم المجتمع إلى حصص أي فئات ذات خصائص معينة مع تمثيل كل فئة بحسب وزنها النسبي داخل المجتمع .

¹ . محمد صلاح الدين مصطفى و آخرو ، مرجع سابق ، ص 81

² . بلقبي فطوم ، مطبوعة لمحتوى مقياس منهجية البحث ، في علوم الإعلام و الإتصال ، جمعة محمد بوضياف مسيلة

و تختلف مع العينة الطبقيّة في أن الباحث يختار مفردات كل حصة بأي أسلوب يحدده و ليس بالأسلوب العشوائي ، و تستخدم في بحوث الرأي العام و بعض الدراسات التربوية و النفسية¹.

ونظرا لكبر حجم مجتمع البحث ارتأينا اختيار عينة حصصية التي قوامها 100 مفردة من جامعة عمار ثليجي بالأغواط ، الموزعين حسب متغير الجنسي من 50 مفردة ذكر و 50 مفردة أنثى لإتاحة الفرصة لكلا الجنسين للظهور ، والتي تتكون من مشاهدي برامج قناة الشروق tv الجزائرية .

إحدى عشر. مفاهيم الدراسة :

تعريف الدافع :

اصطلاحا : مثير أو منبه له تأثير مستمر يسيطر على سلوك الإنسان الفرد حتى يحقق النزوع أو الاستجابة التي تغير من الموقف كله بعد إتمام عملية نشاط ديناميكي تؤدي إلى إشباع هذا المثير بحيث يستجيب الفرد بشكل يؤدي إلى زوال حدة التوتر أو التأثير المنبه².

➤ **تعرف الدوافع إجرائيا :** في دراستنا تعني الأسباب و المحفزات التي تؤدي و تدفع المبحوثين إلى تعرض لقناة الشروق tv لإشباع الحاجات و تلبية الرغبات .

تعريف التعرض :

➤ **اصطلاحا :** مفهوم التعرض الإعلامي في قاموس المصطلحات الإعلامية فهو ما يصدر عن الفرد من عرض شفوي أو كتابي لحقائق و وقائع³ . كما يصدر من الأفراد من عرض

¹ محمد صلاح الدين مصطفى و آخرون ، مرجع سابق ، ص - ص ، 89 - 90

² قباري محمد إسماعيل ، علم الاجتماع الجماهيري وبناء الاتصال (دراسة في الإعلام واتجاهات الرأي العام)، منشأة

المعارف الإسكندرية، 1984، ص11

³ . إبراهيم نيتوني و صابر زيتوني ، دوافع تعرض طلبة جامعة مسيلة للبرامج الحوارية في قناة لشروق tv ، جامعة

مسيلة 2017 ص 20

الحقائق و الوقائع وقد يكون هذا العرض واضحا أو غامضا وبذلك فان مصطلح يعني الشرح و البيان و التفسير و تعني أيضا المكان المعد للعرض¹.

➤ **تعريف التعرض إجرائيا :** في دراستنا هو تعرض طلبة الإعلام و الاتصال لبرامج قناة الشروق tv .

➤ **الطالب الجامعي :** هو ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءات العلمية بالانتقال من المرحلة إلى مرحلة إلى الجامعة تبعا لتخصصه الفرعي بواسطة شهادة تؤهله² . و يعتبر أيضا أنه كل طالب مسجل بقوائم أحد التخصصات الدراسية المدرجة في التعليم الجامعي³ .

➤ **تعريف الطالب الجامعي إجرائيا :** في دراستنا هي تلك الفئة من المجتمع الذين تتراوح أعمارهم من 19 إلى 35 وما فوق . وهو طالب مسجل بقوائم احد التخصصات الدراسية المدرجة في التعليم الجامعي.

➤ **القنوات الفضائية :** القنوات الفضائية هي قنوات تبث عبر شبكة الأقمار الصناعية التي تدور حول الأرض في مسارات محددة معروفة ، تحدد عموما بالزاوية و الاتجاه على البوصلة ؛ لتحديد اتجاه نقاط كل مجموعة من القنوات الفضائية التي يتم بثها على قمر الأقمار⁴ .

➤ **تعريف القنوات الفضائية إجرائيا :** في دراستنا هي القنوات السمعية و البصرية التي تبث عن طريق الأقمار الصناعية المتواجدة في الفضاء الخارجي عبر جهاز تلفزيون ، والتي تعمل على نقل الرسائل عبر برامج تلفزيونية من جميع دول .

¹ .محمد بن عبد الله الكيش الزهراني، دوافع تعرض الجمهور للقنوات الفضائية المتخصصة ، جامعة الامام بن سعود الاسلامية السعودية 2009 ، ص29

² .إبراهيم نيتوني و صابر زيتوني ، مرجع سابق ، ص 21

³ . صايم الحاج جعفر الصادق ، اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو البرامج الإخبارية لقناة الشروق الجزائرية الخاصة ، جامعة الدكتور مولاي الطاهر بسعيدة 2016 – 2017 ، ص 20

⁴ . ربيعة قراح و نور هدى غراف ، دور القنوات الجزائرية الخاصة في تقديم الخدمة العمومية ، جامعة أم البواقي 2015 – 2016 ، ص 23

➤ **القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة** : هي أبرز المحطات التلفزيونية المحلية الخاصة في الجزائر ، وهي القنوات التلفزيونية حديثة النشأة أطلقت معظمها البث في الجزائر بعد فتح المجال أمام الإعلام الخاص للسمعي البصري و التعددية الإعلامية بداية من سنة 2011.¹

➤ **تعريف القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة إجرائيا**: تقوم على الملكية الخاصة ويكون رأسمالها القطاع الخاص ، حيث تكون هناك الحرية و الاستقلالية في التعبير من خلالها ، وتعتبر القنوات الفضائية الخاصة حديثة النشأة في الجزائر.

➤ **قناة الشروق tv** : هي قناة جزائرية تأسست سنة 2011 مقرها بالجزائر العاصمة ، ملكها "علي فضيل" بثها حاليا من الأردن .²

➤ **تعريف قناة الشروق tv إجرائيا** : تعتبر حديثة النشأة كما تعتبر أن لها أكبر نسبة مشاهدة .

➤ **الإشباع** : هو إرضاء رغبة أو بلوغ هدف ما أو خفض دافع ما ، فالإشباع في النظرية التحليل النفساني تعني التنبيه و التخلص من التوتر، ووفق نظرية الاستخدامات و الإشباع فإن الأفراد يصفون بأنهم مدفوعين بمؤثرات نفسية و الاجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام بغية الحصول على نتائج خاصة ، يطلق عليها الإشباعات .³

➤ **تعريف الإشباعات إجرائيا** : إشباع رغبة أو تحقيق هدف و يقصد بها في دارستنا تحقيق هدف من تعرض لقناة الشروق tv و إشباع رغبته

اثنا عشر . الدراسات السابقة :

أ- **الدراسة الأولى** : قاسي علاء الدين و آخرون ، 2016/ 2017، صورة القنوات الجزائرية الخاصة لدى جمهورها- قناة نهار نموذجا - مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر علوم

¹ . رزيق سامية ، البرامج الاجتماعية في الفضائيات الجزائرية الخاصة برنامج "وراء جدران" ، جامعة العربي التبسي - تبسة - 2015 - 2016 ، ص 18

² . https://ar.wikipedia.org/wiki/17.05.2019_الشروق_تي_في

³ . مريم حاجي ، استخدام الشباب الجزائري لقناة الشروق TV و الإشباعات المحققة منها ، جامعة العربي بن مهدي ، ام بواقي 2015 - 2016 ، ص- ص ، 12 - 13

الإعلام و الاتصال تخصص اتصال و علاقات عامة ، دراسة ميدانية بجامعة 8 ماي 1945 بقالمة ¹.

تقوم هذه الدراسة بتناول موضوع حول الصورة الذهنية للإعلام التلفزيوني الخاص باعتبار إن القنوات الخاصة الجزائرية التي ظهرت في الساحة تلعب دورا هاما في حياة الفرد الجزائري ، بل أصبحت تشكل محورا من محاور حياته تساهم في تغيير آرائه و توعيته ، كما أخذت القنوات الخاصة الجزائرية معنى جديد تعكسه من خلال البرامج التي تبثها والتي أصبح لها اثر واضح على المجتمع الجزائري . حيث قام الباحث بطرح سؤال رئيسي لإشكاليه : ماهية صورة قناة النهار تي في لدى المشاهد الجزائري ؟

وكما اعتمد الباحث في دراسته على العينة القصدية التي تدخل ضمن العينات غير الاحتمالية و التي تتمثل في مجتمع من طلبة علوم الاعلام و الاتصال بجامعة قالمة . حيث تعرف بانها الاختيار الشخصي للباحث لمفرداتها ، اي ان الباحث يقدر عدد وحدات العينة بطريقة اختيارها بشكل تحكمي وفقا لشروط هو الذي يضعها مع التأكيد ان هذا الاجراء لا يكون اعتباطيا ، بل بناء الى ما ترمي اليه الاشكالية واهداف الدراسة.

تهدف الى معرفة اراء جمهور طلبة علوم الاعلام و الاتصال بجامعة قالمة نحو البرامج القنوات التلفزيونية الخاصة التي ظهرت بالجزائر و قناة نهار تي في وكذا معرفة ما تقدمه من خدمة اعلامية عن طريق استطلاع الراي و النزول الى الميدان ولهذا اعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي الذي يمكنه الإجابة على جزء هام من التساؤلات الدراسة للوصول الى النتائج ، وذلك ان المنهج يستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها .

اعتمدت هذه الدراسة على اداة الاستبيان وهي شائعة في مجال العلوم الانسانية فهي تهدف الى الحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه .

¹ . قاسي علاء الدين و آخرون ، صورة القنوات الجزائرية الخاصة لدى جمهورها ، قناة النهار نموذجا ، جامعة 08 ماي 1945 بقالمة .

وكما انها توزع هذه الاستمارة على عينة من طلبة الاعلام و الاتصال من بينها ذكور و اناث بجامعة 8 ماي 1945 بقالمة والتي تتمثل في 36 سؤال حيث توصلت هذه الدراسة الى مجموعة من نتائج وهي :

نتائج الجزئية لتساؤل الفرعي الاول :

✓ من خلال ان نسبة 80 % احيانا ما يشاهدون قناة النهار "تي في"
 ✓ يتضح من خلال النتائج ان نسبة 57.5 % يقضون اقل من ساعة يوميا في مشاهدة القنوات الجزائرية الخاصة .

النتائج الجزئية لتساؤل الفرعي الثاني :

✓ يتضح من خلال النتائج ان نسبة 72.5 % يفضلون اقل من ساعة يوميا في قناة النهار .
 TV .

✓ اثبتت نسبة 75% ان الدافع الذي يجعله يشاهد قناة النهار TV هي الاطلاع على الاخبار.

✓ اتضح من خلال النتائج ان نسبة 52 % يشاهدون قناة النهار TV من سنة الى 03 سنوات .

✓ تبين من خلال النتائج ان نسبة 65 % من المبحوثين يرون ان قناة النهار TV تلبي حاجاتهم كمتلقين الى حد ما .

النتائج الجزئية للتساؤل الفرعي الثالث :

✓ اكدت ان نسبة 52.5 % من المبحوثين انه الى حد ما تتشكل لديهم صورة حول القنوات الجزائري الخاصة .

✓ اتضح لنا من خلال النتائج ان نسبة 52.5 % محايدون حول طبيعة الصورة المشكلة لديهم

✓ اكدت لنا النتائج ان نسبة 55 % من المبحوثين تشكل لديهم صورة حول القنوات الجزائرية الخاصة من خلال طبيعة المضامين .

ب- الدراسة الثانية : حمادي كنزة 2015/ 2016 ، البرامج الموجهة للمرأة في الفضائيات العربية برنامج " كلام نواعم " نموذجا ، مذكرة لنيل شهادة الماستر ، جامعة العربي التبسي - تبسة¹ .

احدثت هذه الدراسة تغيرا نسبيا في الفئة النسوية التي تحتوي نصيبا هاما من هذه القنوات و كذا البرامج المعدة خصيصا لهذه ، و هذا راجع الى ارتفاع نسبة المشاهدين للبرامج التلفزيونية كما ان بعض البرامج موجهة للمرأة العربية أصبحت علامة مسجلة بامتياز لبعض القنوات الفضائية مثل برنامج " كلام نواعم " ، حيث تناولت تساؤل الرئيس : ماهي دوافع إقبال المرأة الباتنية على برامج كلام نواعم و ماهي الاشباعات المحققة ؟ اعتمدت هذه الدراسة على العينة القصدية ، التي يمكن الاطلاع عليها باسم العينة غير الاحتمالية و هو نوع المعاينة فيها احتمال انتقاء عنصر من العناصر المجتمع البحث ضمن العينة المعروفة و الذي لا يسمح بتقديرها .

حيث استعملت هذه الدراسة على المنهج الوصفي ، حيث يهدف الى الوصول الى وصف و تحديد العلاقة بين القنوات الفضائية بواقع المرأة العربية ، والتحليل و التفسير العلمي المنظم للمعلومات حتى تصل الى نتيجة معلومة .

واستخدمت تقنية استمارة الاستبيان كأداة لجميع البيانات لتحقيق الهدف الذي يسعى اليه الباحث من خلال المشكلة التي يطرحها بحثه .

كما انها استعملت اداة الملاحظة البسيطة التي تعتمد على الحواس وهذا في مشاهدة البرامج او عند توزيع الاستمارة على المبحوثين .

وقد توصلت هذه الدراسة الى مجموعة من النتائج منها :

✓ عند تحليل النتائج توصلوا الى برنامج كلام نواعم الذي يعتبره برنامج انتفاضة وجدية.

¹ . حمادي كنزة ، البرامج الموجهة للمرأة في الفضائيات العربية " كلام نواعم " نموذجا ، بجامعة العربي التبسي - تبسة - 2015/2016 .

✓ أغلبية العينة أقتدت بالنصائح المقدمة على مستوى البرنامج و خاصة المتعلقة بالجمال و الصحة .

✓ أهم دوافع مشاهدة المرأة لبرنامج كلام نواعم هي الدوافع للحصول على المعلومات جديدة و أيضا تمضية وقت الفراغ .

✓ ان ما يلفت الانتباه المرأة في برنامج كلام نواعم هو طريقة معالجة القضايا و الديكور .

✓ اغلبية عينة الدراسة ترى أن هناك ضرورة في انتاج برنامج جزائري بنفس الصيغة .

✓ اتفقت أغلبية العينة على ان اللغة العربية هي الاكثر استخداما في البرنامج .

ج- الدراسة الثالثة : محمد بن عبد الله الكبش الزهراني 2009 ، دوافع تعرض الجمهور للقنوات التلفزيونية الفضائية المتخصصة ، دراسة ميدانية لعينة من افراد المجتمع السعودي ،رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الاعلام ، جامعة الامام محمد بن سعود الاسلامية ، مملكة العربية السعودية .¹

قامت هذه الدراسة على تقديم تلك القنوات لمادة مركزة و متخصصة في مجال معين كون مستوى البرامج التي تقدمها القنوات المتخصصة افضل من حيث الشكل و المضمون مقارنة بالقنوات العامة ولان القنوات المتخصصة تشبع حاجات لدى المشاهد .

اعتمدت هذه الدراسة على العينة الوصفية وفق اسلوب المسح بالعينة العشوائية حيث تمثل مجتمع الدراسة من سكان مدينة الرياض وذلك بهدف الوصول الى وصف الدوافع التعرض للقنوات المتخصصة .

وكما انها اعتمدت على المنهج الكمي مما ساعدة في الاجابة على معظم الاسئلة حيث قام الباحث من خلال تحديد المنهج الي تحديد اداة المستخدمة في الدراسة وهي الاستبانة والتي تهدف الى الحصول على المعلومات الدقيقة .

¹ . محمد بن عبد الله الكبش الزهراني ، دوافع تعرض الجمهور للقنوات التلفزيونية الفضائية المتخصصة ، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية مملكة العربية السعودية 2009 .

وقد توصلت هذه الدراسة ال مجموعة من النتائج اهمها هي :

✓ يتمثل في تقديم تلك القنوات لمادة مركزة و متخصصة في مجال معين , ثم في كون مستوى البرامج التي تقدمها القنوات المتخصصة افضل من حيث الشكل و المضمون مقارنة بالقنوات العامة .

✓ كشفت النتائج ان اهم دوافع استخدام القنوات المتخصصة في المجال الديني تتمثل في الرغبة في معرفة الدينية وفهم الاحكام الشرعية كما تمثلت اهم دوافع مشاهدة القنوات المتخصصة في المجال الاخباري في رغبة الجمهور بالإحاطة العاجلة و المستمرة .

✓ تركزت مشاهدة افراد عينة الدراسة للقنوات المتخصصة في الفترة المسائية حيث بلغت نسبتها 54.6 % في فترة السهرة و بنسبة 41.5 % في حين بلغت نسبة المشاهدة في فترة الظهيرة 9.6 % و الفترة الصباحية 2.9 % .

✓ اوضحت الدراسة ان نسبة الذين يشاهدون القنوات المتخصصة بدرجة متوسطة 33.2 % و كثير 24,1 % و كثيرا جدا 11.2 % و قليلا 26.5 % .

✓ بلغت الذين يشاهدون القنوات المتخصصة بمعدل 1 ساعة الى 3 ساعات يوميا 58.0 % ونسبة الذين يشاهدون 4 ساعات الى 6 ساعات يوميا 16.7 % اما الذين يشاهدون بمعدل اقل من ساعة يوميا فقد بلغت نسبتهم 18.3 % .

✓ اظهر افراد العينة درجة من الرضا عما تقدم في القنوات المتخصصة من حيث الشكل الفني الذي تقدم به البرامج كالإخراج ، و المؤشرات الفنية ... الخ وجاء هذا التغيير اولا ثم متغير مضمون البرامج التي تقدمها القنوات المتخصصة ، فمتغير التنوع في استخدام القوالب والاشكال البرمجية ثالثا .

د- الدراسة الرابعة : المنصف المعياري و آخرون 2006 ، القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة ، سلسلة بحوث و الدراسات الإذاعية اتحاد الإذاعات الدول العربية (56) تونس¹.

قامت هذه الدراسة على عدد من القنوات الفضائية العربية المتخصصة و هدفت الى الوقوف على التجربة تلك القنوات ، و معرفة دوافع انشاءها في الوطن العربي وتحديد مدى قيامها بمهمها وتحقيق اهدافها وسبل توسيع افاق التجربة المتخصصة في الوطن العربي . كما اعتمدت هذه الدراسة على المنهج التحقيق السوسولوجي عبر اداة الاستبيان والتي تهدف للإجابة على الاسئلة المشفرة ومن شئنا تثير السبل امام التعمق في النقاط الرئيسية لهذه الدراسة .

وكما توصلت هذه الدراسة الى مجموعة من النتائج اهمها :

✓تزايدت بشكل ملحوظ عدد القنوات الفضائية التلفزيونية ، كما تزايدت معها ساعات البث وصولا الى البث على مدار الساعة .

✓سمحت القنوات الاخبارية المتخصصة بتناول مواضيع لم يكن بالإمكان تناولها في القنوات العامة وذلك في شكل برامج حوارية و حلقات نقاش .

✓طغت المواد الترفيهية على برامج القنوات المتخصصة ولجأت عدد من القنوات الدراما الى بث اعمال اجنبية مترجمة و اهملت الاعمال العربية التي تخضع لرؤية عربية تخدم الجمهور العربي ثقافيا و معرفيا .

✓يلاحظ تأثير بعض القنوات التلفزيونية الفضائية العامة و المتخصصة وتأثر الخارطة البرمجية تبعا لذلك .

¹ . المنصف المعياري و آخرون ، القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة ، سلسلة بحوث الإذاعية اتحاد الإذاعات الدول العربية (56) تونس 2006 .

✓ لم تلتزم بعض القنوات العربية المخصصة بالمواصفات الحرفية لصناعة التلفزيون من حيث الشكل و المضمون .

علاقة دراستنا بالدراسات السابقة:

من خلال العرض الموجز لهذه الدراسات التي تعد متشابهة لدراستنا والتي ساعدتنا في الاستفادة منها و إعطائنا صورة واضحة حول دراستنا :

أ-دراسة الأولى : قاسي علاء الدين و آخرون , صورة القنوات الفضائية الجزائرية لدى جمهورها - قناة النهار نموذجاً-دراسة ميدانية بجامعة 08 ماي بقالمة .

من خلال العرض الموجز لهذه الدراسة التي تعد متشابهة و لها علاقة مع دراستنا التي تقوم على تحديد القنوات الفضائية و برامجها و الكشف عن صورة الفضائيات الجزائرية الخاصة لدى المشاهد الجزائري¹.

أوجه الاستفادة :

✓ معرفة ما تقدمه القنوات الفضائية الجزائرية خاصة .

✓ معرفة آراء الطلبة الجامعيين حول ما تبثه القنوات لفضائية الجزائرية الخاصة .

✓ التعرف على أكثر القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة تعرضا عن غيرها من القنوات .

ب- دراسة الثانية : حمادي كنزة ، البرامج الموجهة للمرأة في الفضائيات العربية برنامج "

كلام نواعم " نموذجاً - جامعة العربي تبسي - 2015 \ 2016².

تعتبر هذه الدراسة متشابهة لدراستنا و لها علاقة كبيرة مما ساعدتنا في تحديد و

كشف عن مفهوم القنوات الجزائرية الخاصة و كما ساعدتنا في تحديد اوجه

التشابه .

اوجه الاستفادة :

¹ . قاسي علاء الدين و آخرون ، مرجع سابق

² . . حمادي كنزة ، مرجع سابق

✓ معرفة مفهوم القنوات الفضائية .

✓ معرفة مشاكل التي يعاني منها المجتمع من خلال برامج القنوات الفضائية .

✓ الاعتماد على بعض الخطوات التي اتبعت في الدراسة الوصفية التحليلية التي قامت بها الباحثة .

ج-دراسة الثالثة : محمد بن عبد الله الكبش الزهراني , دوافع تعرض الجمهور للقنوات التلفزيونية الفضائية المتخصصة , دراسة ميدانية لعينة من أفراد المجتمع السعودي , جامعة الامام محمد بن سعود الإسلامية, مملكة العربية السعودية 2009 .¹

تعد هذه الدراسة متشابهة لدراستنا مما ساعدتنا على ابراز اهم النتائج و دوافع استخدام برامج القنوات الفضائية الخاصة في اشباع حاجات لدى الجمهور .
اوجه الاستفادة :

✓ التعرف على مفهوم القنوات الفضائية الخاصة .

✓ تعرف على دوافع و حاجات التي تشبع الجمهور لقنوات الفضائية الخاصة .

✓ الاعتماد على بعض الخطوات التي اتبعت في دراسة المفاهيم التي قام بها الباحث .

د- دراسة الرابعة : منصف العياري و آخر , القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة , سلسلة بحوث و دراسات الاذاعية (56) تونس 1427هـ \ 2006 م.²

¹ . محمد بن عبد الله كبش الزهراني ، مرجع سابق

² . منصف العياري و آخرون ، مرجع سابق

قامت هذه الدراسة على تحديد من القنوات الفضائية المتخصصة مما ساعدتنا على تحديد اوجه التشابه في الاستخدام و الاشباع و التركيز على مدى رضا الجمهور عن القنوات الفضائية الخاصة .

اوجه الاستفادة :

- ✓ التعرف على ايجابيات و سلبيات القنوات الفضائية الخاصة .
- ✓ التعرف على البرنامج الاكثر تعرضا له من خلال القنوات الفضائية العربية .
- ✓ التعرف على اسباب التي تجعل المشاهد يفضل القنوات الفضائية الخاصة عن غيرها من القنوات .

المقارنة النظرية

ثلاث عشر . المقاربة النظرية

1.13 . مدخل الاستخدامات و الاشباعات :

لقد اختلفت النظريات التي تناولت تأثير وسائل الاتصال على سلوكيات و اتجاهات و الأفراد و تعددت النماذج التي درست التأثير التقليدي لوسائل الاتصال الجماهيرية ، والتي كان أهمها المدخل الوظيفي الذي حاول تحديد ماذا يفعل الناس بوسائل الاتصال ؟ والذي يقوم كذلك على أن الجمهور يطلب ما يحتاج إليه من مواد إعلامية ، من اجل خدمة أهدافه واشباع رغباته ، وفي نفس الوقت ظهر مدخل الاستخدامات و الاشباعات الذي ركز على كيفية استجابة وسائل الاتصال لدوافع و احتياجات الجمهور من منظور دراسة وظيفية منتظمة.¹

ويري مدخل الاستخدامات و الاشباعات أن الجمهور بإمكانه اختيار الوسيلة الإعلامية التي يستخدمها ، إضافة على المحتويات التي تتضمنها هذه الوسيلة وفي نفس السياق ينطلق المدخل من دوافع استخدام الأفراد لوسائل الاتصال بناء على الدور الايجابي الذي يلعبونه في عملية الاتصال ، بفضل الخصائص التي يتميز بها هذا الجمهور و المتمثلة في الايجابية ، النشاط ، الاختيار الواعي ، التفكير الجيد.²

ومع ظهور تكنولوجيات الاتصال و الإعلام ، ارتفعت نسبة تأثير هذه المواد خاصة على مستوى الاستخدام ، وكذا عملية الاتصال لم تعد مضامين وسائل الإعلام مفروضة على الجمهور مثلما كان عليه الحال في السابق ، بل أصبح الافراد يلعبون دورا فعالا على مستويات التفكير و المشاركة في صياغة هذه المضامين و يبقى طرح كاتز ELIHUKATZ عام 1959 يمثل التصور الجديد لمدخل الاستخدامات و الاشباعات ، و الذي جاء في مقال رد فيه على رؤية برنارد برلسون Bernard Berelson التي أكدت موت حقل بحوث الإعلام،

¹ . نور الدين هادف، التكنولوجيا الحديثة للإعلام و الاتصال و الاستخدامات و الاشباعات، شهادة ماجستير بالجزائر

2007 . 2008 ص 17،18

² . حسن عماد مكايي ، ليلي حسين السيد ، الاتصال ونظرياته المعاصرة، دار المصرية اللبنانية للنشر 1998، ص 240

واشار كاتزالي أن أبحاث الإعلام أصبحت فعلا تبدو و كأنها كذلك ، خاصة الأبحاث المتعلقة بالإقناع والتي استهدفت اغلبها اختيار تأثير الحملات الإقناعية على الجماهير بمعرفة ماذا تفعل الوسيلة الإعلامية بالناس ولا بد إن ندرس لماذا يستخدم الناس وسائل الاتصال، وهو الاقتراح الذي يرتبط بوجود استعمال مدخل الاستخدامات و الاشباعات الذي يدرس الحاجات التي يحققها الناس من استخدامهم لوسائل الاتصال و الدوافع التي تجعلهم يقبلون عليها .

13. 2. مفهوم نظرية الاستخدامات و الاشباعات :

1. المفهوم اللغوي : عندما نتطرق إلى مفهوم هذه النظرية لابد من معرفة معاني كل من الاستخدامات و الاشباعات و الاستخدام في اللغة : هو مصدر يغني عن الجمع إلا انه عندما يدل على التنوع فإنه يجوز جمعه بالألف و التاء ليكون استخداما .

أما الاشباعات فأنها مأخوذة من شبعة بمعنى أكل ما يكفيه فهو شبعان كما انه يقال شبع عقله متني و قوي , فهو شبييع و مشبع العقل و الشبع ضد الجوع ، كما جاء في قاموس الأداء بمعنى ممتلئ بطنه من الطعام و المكتفي و الذي ملئ الأمر¹.

2. المفهوم الاصطلاحي : أما الاستخدامات و الاشباعات في الاصطلاح الإعلامي فان الباحثين لم يتمكنوا من الوصول الى المفهوم المحدد و الدقيق للنظرية بحيث يكون تعريفا جامعا , ومع هذا فقد أورد الدكتور مساعد بن عبد الله المحيا تعريفا و اصطلاحيا فقال " ما تحققه المادة المقدمة عبر وسيلة معينة من استجابة جزئية او كلية لمتطلبات و حاجات و دوافع الفرد الذي يستخدم هذه المادة .

الاستخدامات كما يتضح من اسمها معروفة ، أما الاشباع فهو إرضاء رغبة أو بلوغ هدف أو خفض دافع و تدل الكلمة أيضا على الحالة التي يتم فيها ذلك تشكل فكرة الاستخدام و

¹ . مراد دلال ، استخدام المرأة للفتنات الفضائية و الاشباعات المحففة منها ، جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي

الاشباعات إحدى الركائز الأساسية التي تركز عليها المدخل الوظيفي، فنظرية الاستخدامات و اشباعات تحاول بكل بساطة إن تشرح كيف يستعمل الناس وسائل الإعلام وكيف يشبعون رغباتهم من خلال هذا الاستعمال .

➤ **تعرف نظرية الاستخدامات و الاشباعات :** بأنها " دراسة جمهور وسائل الإعلام الذين يتعرضون بدوافع معينة لإشباع حاجات فردية معينة .

وبحكم هذا التعريف يتضح أن الجمهور يتعرض لوسائل الإعلام ليس بحكم أنها متاحة فقط ، وإنما لأنه يهدف إلى اشباع حاجات معينة ، ويشعر أنه في حاجة إليها ، ويمكن تحقيقها عن طريق التعرض لهذه الوسائل .

وتعتمد نظرية الاستخدامات و الاشباعات على فكرة اختلاف استخدام الأشخاص المختلفين لنفس محتوى الرسالة وفقاً لأغراضهم ، كما أن تأثير وسائل الإعلام يختلف تبعاً لاستخدام الناس ، و احتياجاتهم ورغباتهم ، وتوقعاتهم . حيث تعد هذه الاستخدامات والاحتياجات متغيراً بسيطاً يتدخل بشكل مؤثر بين وسائل الإعلام ورسائلها ويقوم الفرد طبقاً لأسلوب الاستخدامات والإشباعات باختيار مضمون الوسيلة الإعلامية وفقاً لاحتياجات خاصة يرغب في إشباعها، وبذلك تختلف نظرية الاستخدامات والإشباعات عن نموذج تأثيرها في الأفراد من خلال وجهة نظر المرسل¹.

13.3. نشأة و تطور الاستخدامات و الاشباعات :

أدى متغير الفروق الفردية و التباين الاجتماعي بين الجمهور ووسائل الاعلام في ادراك لسلوك المرتبط بوسائل الاعلام ، وذلك خلال عقد الأربعينيات من القرن الماضي وكان ذلك بمثابة تحول من رؤية الجمهور على انه عنصر سلبي و غير فعال من خلال النظريات التي ظهرت مبكراً مثل نظرية الطفلة السحرية التي نظرت الى الجمهور على انه عنصر

¹. مرزوق عبد الحكم العادلي، الاعلانات الصحفية دراسة في الاستخدامات و الاشباعات ، دار الفجر للنشر و التوزيع

سلبى و منفصل يتصرف بناء على شق واحد الى رؤيته على انه جمهور فاعل في انتقائه لمضامين الرسائل الاعلامية دون اخرى.¹

ساهمت الدراسة التي قامت بها هيرتا هيرزوج Herta herzog في عام 1944 التي استهدفت معرفة أسباب الاستماع إلي مسلسلات " سوبابويرا Soapoperas" والإشاعات المحققة من جراء هذا الاستماع في ظهور البوادر الأولى لمدخل الاستخدامات و الإشباعات، حيث توصلت إلي تصنيف هذه الاشباعات لإشباعات عاطفية تتعلق بالتعويض عن النواقص الاجتماعية والنفسية واشباعات تهتم بتحقيق المتعة ، وأخري تخص تحقيق النصيحة من وراء هذا الاستماع ، كما توصلت إلي أن الرضا و الإشباع عند السيدات يختلف باختلاف الظروف الفردية ومشاكلها .

وقد ركزت الدراسات التي تلت دراسة هيرزوج علي استخدامات الجمهور لمضامين وسائل الاتصال الجماهيرية ،علي غرار دراسة ستشمان Suchman حول دوافع استماع الأفراد للموسيقى الكلاسيكية سنة 1945 التي أجراها بعد إضراب عمال التوزيع في نيويورك . واستهدفت الدراسة الكشف عن مواقع الصحف لدي القراء ، وماذا تعني الصحيفة عند القارئ وبالتالي الإشباع المحققة لديه من جراء قراءة الصحف وتوصل إلي أن الصحف تحقق مجموعة من الإشباعات وهي الحصول علي المعلومات بمختلف أنواعها خاصة المتعلقة بالأوضاع العامة، ومعلومات تخص المالية ولطقس، والحصول علي المكانة الاجتماعية والهروب من مشاكل اليومية فضلا عن كون القراءة هي أداة للتفاعل الاجتماعية.

وفي دراسة اخرى لولف وفيسك عام 1949 حول أسباب اهتمام الأطفال بالبرامج الهزلية لاحظنا ان هناك مجموعة من الوظائف تفق وراء اهتمام هذه الشريحة بهذا النوع من البرامج وهي التعمق في العوالم الخيالية و تصور البطل الذي لا يقهر ، و تمثل العالم الحقيقي من

¹. نور الدين الهادف ، التكنولوجيا الحديثة للإعلام و الاتصال والاستخدامات و الاشباعات ، شهادة الماجستير جامعة

خلال متابعة كوميديا الأطفال و الملاحظ في هذه الدراسات هو التركيز على وسيلة إعلامية معينة , و دراسة احتياجات جمهور محدد.¹ ومثلت دراسة ريلي وريلي Riley.and.Riley سنة 1951 بداية الدراسات التي تبحث في الجانب الميداني لاستخدامات وسائل الاتصال , وذلك من خلال الدراسة التي تناولت فيها استخدام الأطفال القصص المغامرات التي تعرضها وسائل الإعلام , و توصلنا إلى أن الأطفال الأكثر اندماجا في البيئة الاجتماعية يستخدمون هذه القصص , بهدف اللعب بصفة جماعية مع أقرانهم , أما الأطفال المنطويين على أنفسهم , وغير المندمجين مع أقرانهم يستغلونها من أجل التخيل فقط . واستمر الاهتمام بهذه الدراسات في بداية الستينيات , حيث توصل كل من لايل وباكرو و شرام Lyleandparker ,schramm , إلى أن القدرة الذهنية للأطفال تؤثر في استخدام الأطفال للتلفزيون , كما تؤثر في علاقتهم مع المحيط الذي يعيشون فيه فضلا عن رغباتهم الخاصة المتعلقة بالترفيه و التقليد .

و تطور مفهوم الاستخدامات و الاشباعات في الدراسة التي قدمها كاتز و بلومر katzandblunler عام 1969 حول لانتخابات العامة البريطانية , و التعرف على أسباب مشاهدة الحملات الانتخابية من عدمها و في عام 1974 ربط كل من قورمننتيش و كاتز و بلومر اختصاصات مدخل الاستخدامات و الاشباعات بالأصول النفسية و الاجتماعية للاحتياجات و التوقعات من وسائل الاتصال والتي تؤدي إلى نماذج مختلفة للتعرض لنوع الوسيلة و الاندماج في أنشطة تنتج عن الاحتياجات و الاشباعات .

و تطورت هذه الأبحاث في فترة الثمانينات , بعد أن قدم لورانس وينز عام 1985 نموذجا للاشباعات يضم اشباعات ناتجة عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام , و أخرى ناتجة عن عملية الاتصال ونوع الوسيلة التي يتعرض لها الفرد .² إما وقد اتضح الدور القوي للمتغيرات في المعرفة و الإدراك و الثقافات الفرعية Subcultur, فلم يعد ممكنا فهم الجماهير بهذه الطريقة ديفليرووروكيتش 1993 .

¹ . حسن عماد المكاوي و عاطف عدلي العبد , مرجع سابق , ص 363

² . مرجع نفسه , ص 364

ويذهب ادلستين و زملاؤه Edelsteinetal. إلى أن تأسيس نموذج الاستخدامات و الاشباكات جاء كرد فعل لمفهوم : القوة وسائل الإعلام الطاغية , و يضيف هذا النموذج صفة الايجابية على الجمهور وسائل الإعلام , فمن خلال منظور الاستخدامات لا تعد الجماهير مجرد مستقبلين سلبيين لرسائل الاتصال الجماهيري , وإنما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض اليها , ونوعالمضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية و لاجتماعية من خلال قنوات المعلومات و الترفيه المتاحة .¹

13. 4. أهداف نظرية الاستخدامات و الاشباكات:

- و تسعى نظرية الاستخدامات و الاشباكات إلى تحقيق ثلاث أهداف رئيسية هي :
3. التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام , وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستخدم الوسيلة التي تشبع حاجاته و أهدافه .
 4. توضيح دوافع استخدام وسيلة بعينها من وسائل الاعلام و التفاعل مع نتيجة هذا الاستخدام .
 5. التركيز على ان فهم عملية الاتصال الجماهيري يأتي نتيجة لاستخدام وسائل الاتصال الجماهيري .²

13. 5. فروض نظرية الاستخدامات و الاشباكات :

يقوم مدخل الاستخدامات و الإشباعات علي ربط حاجات الفرد بوسائل الاتصال التي تنشأ في ظل بيئة اجتماعية ونفسية معنية , ولهذا يسعى المدخل إلي تفسير استخدام الأفراد لوسائل الاتصال , ومعرفة الاحتياجات التي يسعون لتحقيقها من خلال تعرضهم لهذه

¹ . حسن عماد المكاوي و عاطف عدلي العيد ، ص 363

² . محمود حسن اسماعيل ، مبادئ علم الاتصال و نظريات التأثير ، دار عالمية للنشر و التوزيع 2003 ص 255

الوسائل ، أو وسائل أخرى غير وسائل الاتصال حيث يفترض المدخل أن هناك دوافع معنية تجعل الفرد يتعرض لوسائل الاتصال ، ويتوقع أن تحقق له مجموعة من الإشباعات.¹ ويقوم هذا المدخل علي عدد من الافتراضات التي استنتجها كل من ليند برج وهيولتن عام 1968 ، من الدراسات التي تناولت جمهور وسائل الاتصال ويمكن تلخيص الفروض الأساسية لمدخل الاستخدامات والإشباعات فيما يلي.²

1- يهدف جمهور وسائل الاتصال إلي تحقيق أهداف محددة من خلال استخدامه لهذه الوسائل بصفة إيجابية ، لأن أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال واستخدامهم لوسائل الاتصال يحقق لهم أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم ، وبالتالي فالسلوك الاتصالي هو سلوك هادف وذو دوافع معنية

2- الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معنية واختيار وسيلة إعلام محددة يرجع إلي الجمهور نفسه ،الذي يكون استخدامه لهذه الوسائل من اجل تحقيق احتياجاته الأساسية وتلبية رغباته .

3- استجابة الفرد السلوكية لوسائل الاتصال ، تمليها مجموعة من العوامل النفسية والاجتماعية كالأسرة ، والأصدقاء ، والعلاقات الاجتماعية ، والبيئة التي يعيش فيها حيث تمثل هذه المتغيرات وسيطا بين وسائل الاتصال والجمهور

4- تؤثر وسائل الاتصال في سمات الفرد ، وفي جميع مناحي حياته وحتى في بنية الاجتماعية والثقافية والاقتصادية للمجتمع ، حيث يمكن الحكم علي هذه المعايير انطلاقا من استخدام أفراد المجتمع لوسائل الاتصال ، وليس من خلاله محتوى الرسائل التي تقدمها هذه الوسائل .

5- تتنافس وسائل الإعلام مع مصادر الاتصال الأخرى ، الموجودة في محيط الفرد علي عمليات الانتقاء و الاستخدام التي يقوم بها الجمهور من اجل إشباع رغباته وحاجاته

1 . محمود حسن اسماعيل ، مرجع سابق ، ص 254

2. نور الدين الهادف، مرجع سابق ، ص - ص ، 88 - 89

، باعتبار أن تلبية وسائل الإعلام لهذه الاحتياجات تختلف من فرد لآخر باختلاف البيئة الاجتماعية .

13. 6. عناصر نظرية الاستخدامات و الإشباعات :

ويعرض "روزنجرين" Rosengren .K .E1974 مجموعة العناصر التي تشكل منظور الاستخدامات و الإشباعات ، والتي تبدأ من تولد حاجات بيولوجية ونفسية واجتماعية لدى الإنسان ، وتتفاعل هذه الحاجات مع الخصائص الفردية والإطار الاجتماعي المحيط بالفرد ، وينتج عن ذلك مشكلات فردية تختلف في حداثتها ، وحلول محتملة لتلك المشكلات وبالتالي تتولد الدوافع لحل المشكلات أو إشباع الحاجات ، ويتم ذلك من خلال التعرض لوسائل الإعلام او ممارسة أنشطة أخرى ، ويؤدي ذلك من خلال التعرض لوسائل الإعلام أو ممارسة أنشطة أخرى ، ويؤدي ذلك إلي إشباع أو عدم إشباع ، ثم تتولد حاجات إضافية تمر بنفس المراحل السابقة .: ¹

✓ افتراض الجمهور النشط .

✓ الاصول الاجتماعية والنفسية لاستخدام وسائل الاعلام .

✓ دوافع الجمهور وحاجاته من وسائل الاعلام .

✓ التوقعات من وسائل الاعلام .

✓ التعرض لوسائل الاعلام .

✓ اشباعات وسائل الإعلام .

ولشرح أبعاد "روزنجرين" لنظرية الاستخدامات والإشباعات تعرض لعناصر التالية :

¹ . حسن عماد مكاي و عاطف العدلي العبد ، مرجع سابق ، ص 365

➤ افتراض الجمهور النشط :

يعتبر مدخل الاستخدامات و الاشباعات إن استخدام الجمهور لوسائل الاتصال يرتبط باحتياجاته و اهدافه , بالإضافة الى ان الاسباب التي تدفعه لاستخدام هذه الوسائل تتبع من الوعي الذي يتمتع به اختيار أي وسيلة من وسائل الإعلام .

تؤكد معظم الدراسات التي تناولت مدخل الاستخدامات و الاشباعات إن مفهوم الجمهور النشط لا يتعلق باختيار الوسيلة التي تشبع رغباته فحسب , اي ان هذا المفهوم يقتصر على الرسالة الاعلامية فقط , بل يخص المعاني التي تفسر هذه الرسائل , و بالتالي فتفسير الرسالة الاعلامية يتحدد على ضوء الاستعداد الذهني لأفراد الجمهور الذي تحققه الاستعدادات النفسية و العلاقات الاجتماعية و المحيط الذي يعيش فيه الفرد , فضلا عن نوعية الرسائل الاعلامية و مدى توافقها او تعارضها مع اتجاهات الجمهور ¹.

يزعم " هوريت " Howitt.D.198 ان النظريات القديمة كانت تنظر إلى الجمهور "العنيد" الذي يبحث عما يريد ان يتعرض إليه , ويتحكم في اختيار الوسائل التي تقدم هذا المحتوى .

ويتعارض هذا المفهوم مع النظريات القديمة التي كانت تنظر للجمهور على انه متلقيا سلبيًا بفعل التأثير الفعال للرسالة الاعلامية , إضافة إلى "اليهوكاتز " الذي قلل من اهمية النظرة لتي تقول ما يفعله الناس بتلك الوسائل ومن ثم التأكيد على ان الجمهور نشط في اختيار الرسائل التي يتعرض لها , كما انه نشط في تفسير كل المعاني الرسالة بالطريقة التي تلبي حاجاته , والتي قد تتعارض مع الاهداف التي يرمي القائم بالاتصال الى تحقيقها ².

وتزداد ايجابية هذا الجمهور من خلال الدراسات التي تتناول استخدام التكنولوجيات الحديثة للإعلام و الاتصال, حيث تشير الى ان التطور التكنولوجي يرفع من درجات نشاط الجمهور بفضل الإمكانيات التي تتيحها هذه التكنولوجيات , خاصة كسر احتكار الدول لوسائل

¹ . نور الدين هادف ، مرجع سابق ، ص 90

² . حسن عماد مكاي و عاطف عدلي العبد ، مرجع سابق ، ص 368

الإعلام و القضاء على مفهوم الحدود و تنوع الرسائل الاعلامية , الغاء السيطرة على مصادر المعلومات .

لقد مكنت مصادر المعلومات الالكترونية من الانترنت و بريد الكتروني و صحافة الكترونية , الملايين من الناس من الحصول على كثير من المعلومات و من المصادر مختلفة , وبهذا المعنى يمثل مفهوم الجمهور النشط جوهر هذا المدخل والذي يستطيع بواسطة الايجابية التي اصبح يتمتع بها في هذا العصر ان يشارك في تطوير التكنولوجيات الحديثة للإعلام و الاتصال , و تتشكل ايجابية الجمهور في استخدامه لهذه الوسائل من ثلاثة مستويات¹.

✓ **الانتقائية** : حيث ان افراد الجمهور يختارون نوع الوسيلة قبل تعرضهم لها و التي قد تكون انترنت , المحادثة و الدردشة بواسطة البريد الالكتروني , البحث عن معلومات محددة عن طريق استخدام القرص المضغوط او وسيلة اخرى .

✓ **الاستغراق** : او الاندماج فتعرض افراد الجمهور لا يكون بصفة اعتباطية لان التكنولوجيات الحديثة أتاحت للمستخدمين امكانية الحصول على ملايين المعلومات في ظرف زمني قياسي وهو ما يتطلب الاندماج مع الوسيلة .

✓ **الاجابية** : تتحدد الايجابية بعد تعرض الفرد لوسائل الاتصال و الاحساسات التي تلي هذا التعرض و تشمل كذلك استجابة افراد الجمهور للرسالة الاعلامية .

➤ **الاصول النفسية و الاجتماعية لاستخدامات وسائل الاعلام :**

انتهى "جون جونستون" Johnstone .J.W.1974 في دراسته حول استخدام المراهقين لوسائل الإعلام و الدمج الاجتماعي , إلباناً أعضاء الجمهور لا يتعاملون مع وسائل الاتصال باعتبارهم أفراداً معزولين عن واقعهم الاجتماعي , وإنما باعتبارهم أعضاء في جماعات اجتماعية منظمة , وشركاء في بيئة ثقافية واحدة .

¹ نور الدين الهادف ، مرجع سابق ، ص 91

و تتفق هذه الرؤية مع العديد من باحثي الاستخدامات و الاشباعات الذين يعارضون دوما مصطلح "الحشد" لتمييز جمهور وسائل الاعلام , و طبقا لهذه الرؤية فان العديد من الاحتياجات المرتبطة باستخدام وسائل الاتصال ترتبط بوجود الفرد في بيئة اجتماعية , و تفاعله مع هذه بيئة¹. و قدمت العديد من الدراسات الدليل الامبيرقي على دور العوامل الديموغرافية و الاجتماعية في التعرض لوسائل الاعلام , مثل : ارتباط هذا التعرض بالنوع , العمر , المهنة , والمستوى التعليمي و الاجتماعي و الاقتصادي . (ليلي حسين السيد 1993 : 77)²

أ) **الاصول الاجتماعية** : يتميز جمهور وسائل الاعلام بوجوده داخل بيئة اجتماعية معينة , ومن خلال تفاعله مع هذه البيئة تتولد لديه مجموعة من الحاجات تساهم وسائل الاعلام في اشباع جزء منها , كما ان انتماء جمهور وسائل الاعلام الى المحيط الاجتماعي يؤثر في جميع سلوكياته الاتصالية , والطرق التي يستخدمها لتفسير معاني الرسائل³.

واشار بريسوتا Prisuta إلى أن الوضع الاجتماعي يؤثر بشكل مباشر على حاجات الأفراد , بحيث يسعى الفرد إلى تحقيق مجموعة في الحاجات من وسائل الإعلام بناء على مكانته الاجتماعية و الهيئة التي تنتمي إليها و تتضاءل هذه الحاجات كلما تعلق الأمر بالأفراد في المنتمين إلى هذه الهيئات⁴.

ب) **الاصول النفسية** : الى جانب العوامل الاجتماعية التي تؤدي الى وجود حوافز لدى الفرد من أجل التعرض الى وسائل الاعلام ، نجد أن هناك عوامل نفسية تحدد استخدام الفرد لوسائل الاعلام .

¹ . حسن عماد مكاوي و عاطف عدلي العبيد ، مرجع سابق ، ص - ص ، 368 - 369

² . حسن عماد مكاوي و ليلي حسين السيد ، مرجع سابق ، ص 243

³ . نور الدين الهادف ، مرجع سابق ، ص 93

⁴ . عماد المكاوي و ليلي حسين السيد ، مرجع سابق ، ص 244

وتؤكد الدراسات التي تناولت مدخل الاستخدامات و الاشباعات ، أن افتقار الفرد الى احدى الحاجات النفسية الأساسية أو الثانوية تدفعه بطريقة حتمية الى تبني سلوك ايجابي مع وسائل الاعلام التي يتعرض اليها بهدف اكتساب المعلومات و المعارف التي تسهم في اشباع هذه الحاجات ، وهو ما يجعل فرد يشعر بالراحة و الاتزان النفسي .¹

➤دوافع تعرض الجمهور لوسائل الاعلام :

توجد وجهات نظر متباينة لدراسة دوافع تعرض الجمهور لوسائل الاعلام ، ويمكن تلخيص هذه الآراء على النحو التالي :

✓ينظر بعض الناس الى الدوافع باعتبارها حالات داخلية InnerStater ويمكن إدراكها إدراكها وفهمها مباشرة من جانب أفراد الجمهور ، و ترتبط هذه الرؤية بنظرية القيمة المتوقعة Expectancy-Value وتفترض هذه النظرية أن دوافع تعرض الفرد لوسائل يعكس سلوكا ايجابيا ذا قيمة ، او اتجاهات ايجابية نحو وسائل الإعلام ، وان المتلقي لديه الوعي و القدرة² على التعبير عن اتجاهاته بشكل مباشر ، ويسعى إلى اشباع دوافعه من خلال التعرض لوسائل الإعلام ، وتقدم هذه النظرة الأساس للبحوث التي تقيس التماس الاشباعات GratificationSought من خلال دوافع الجمهور AudienceMotives ، وهي تقارن بين دوافع الفرد ، واستخدام هذه الدوافع للتنبؤ بسلوك التعرض لوسائل الإعلام

(Kippax,&Murrey ,1980 :335-360)(Palmgree,&rayburn, 1985 :61-72)

ترى وجهة النظر الثانية أن دوافع الجمهور لا يمكن ادراكها و فهمها بشكل مباشر ، ولكن يمكن ادراكها بشكل غير مباشر من خلال أنماط السلوك و التفكير . A .M . Rubin .1985 :241-258.

¹ . نور الدين الهادف ، مرجع سابق ، ص 94

² . حسن عماد المكاوي و ليلى حسين السيد ، مرجع سابق ، ص 245

✓ ترى وجهة النظر الثالثة ان دوافع التعرض لوسائل الاعلام لا يمكن الوصول اليها عن طريق ما يقرره الجمهور بشكل ذي معنى ، فالحاجات الاساسية مثلا قد تؤثر على تعرض الجمهور لوسائل الاعلام بشكل مباشر ، ولكن الجمهور قد لا يدرك هذه الحاجات باعتبارها دوافع للتعرض ، فالدوافع قد تكون نتاج اللاوعي للصراعات غير المحسومة ، وهذا ما يؤكد " ماكجواير " (Mcguire .1974 :167-196) ، عند مناقشته لمفهوم الدفاع عن الذات باعتباره أحد دوافع التعرض لوسائل الاعلام .

"دافع" التعرض ، فإنه يعبر عن تفسيره للتعرض بدلاً من كونه ناتجا عن حاجات داخلية تدفع لسلوك التعرض .

و باختصار : فإن الأفكار السابقة يمكن أن تؤدي إلي نظرة شاملة لفهم دوافع التعرض لوسائل الإعلام ، وربط ذلك بخبرات الجمهور

وبشكل عام يرى "بابرو" Babrow,1988 :474 -477 ضرورة ربط دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام بالأطر التفسيرية imperativeframeworks ، وذلك علي أساس أن خبرات الجمهورية مع وسائل الإعلام خبرات فعالة وتفسيرية ، ويفترض الإطار التفسيري ارتباط الجمهور بهدف أو بشيء يسعي إليه من التعرض لوسائل الإعلام مثل : الرسالة - الوسيلة - القائم بالإيصال ، مما يحدوه للسعي للتعرض لتحقيق هذا الهدف ، ويمكن أن يكون التعرض بدون دافع في حالة واحدة فقط هي حين يحكمه السلوك الاعتيادي أي بحكم التعود .

ويوجه عام فإن معظم دراسات الإيصال تقسم دوافع التعرض الي فئتين هما :¹

- دوافع منفعية :instrumentel Motives: وتستهدف التعرف علي الذات ، واكتساب المعرفة والمعلومات ،والخبرات وجميع أشكال التعلم بوجه عام والتي تعكسها نشرات الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية

¹. حسن عماد المكاوي و ليلي حسين السيد ، مرجع سابق ، ص 247

➤ اشباعات وسائل الاعلام:

وفق نظرية الاستخدامات و الاشباعات ، يتم وصف أفراد الجمهور باعتبارهم مدفوعين بمؤثرات نفسية واجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام بغية الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها : "الاشباعات " Gratifications .

وقد اهتمت دراسات الاستخدامات و الاشباعات منذ السبعينات بضرورة التمييز بين الاشباعات التي يبحث عنها الجمهور GratificationSought من خلال التعرض لوسائل الإعلام ، و الاشباعات التي تتحقق بالفعل .¹ Gratification Obtained

ويفرق " لورانس وينر " (Wenner .L.A.1985 :171-193) بين نوعين من الاشباعات هما :²

• اشباعات المحتوى : **GontentGratiflcations** وتنتج عن التعرض لمحتوى وسائل الأعلام ، و تنقسم إلى نوعين : النوع الأول : اشباعات توجيهية Orientational : تتمثل في مراقبة البيئة و الحصول على المعلومات . النوع الثاني : اشباعات اجتماعية Social: ويقصد بها ربط المعلومات التي يحصل عليها الفرد بشبكة علاقاته الاجتماعية .

• اشباعات العملية : **ProcessGratiflcation** وتنتج عن عملية الاتصال و الارتباط بوسيلة محددة ولا ترتبط مباشرة بخصائص الرسائل ، و تنقسم إلى نوعين :

النوع الاول : اشباعات شبه توجيهية Para-Orientational: وتتحقق من خلال تخفيف الإحساس بالتوتر ، و الدفاع عن الذات ، وتنعكس في برامج التسلية و الترفيه و الإثارة . إما النوع الثاني : اشباعات شبه اجتماعية Para-Social : وتتحقق من خلال التوحد مع

¹ حسن عماد مكاوي و ليلى حسين السيد ، ص 248

² . مرجع نفسه ، ص 249

شخصيات وسائل الإعلام ، وتزيد هذه الاشباعات مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية و زيادة إحساسه بالعزلة .

13.7. الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات و الاشباعات :

✓ أن هذه النظرية تتبنى مفاهيم تتسم بشيء من المرونة ، مثل الدافع ، الاشباع ، الهدف ، الوظيفة ، وهذه المفاهيم ليس لها تعريفات محددة ، و بالتالي فمن الممكن أن تختلف النتائج التي تحصل عليها من تطبيق النظرية تبعا لاختلاف التعريفات .

✓ أن الحاجات الخاصة بالفرد متعددة ما بين فسيولوجية و نفسية و اجتماعية ، و تختلف أهميتها من فرد لآخر ، ولتحقيق تلك الحاجات تتعدد أنماط التعرض لوسائل الإعلام و اختيار المحتوى¹.

✓ تقوم النظرية على افتراض ان استخدام الفرد لوسائل الإعلام استخدام متعمد و مقصود و هادف ، و الواقع يختلف في أحيان كثيرة عن ذلك ، فهناك أيضا استخدامات غير هادفة .

✓ تنظر البحوث التي تستند إلى نظرية الاستخدامات و الاشباعات إلى وظائف وسائل الاتصال من منظور فرد يستخدم الرسائل الاتصالية ، في حين أن الرسالة الاتصالية قد تحقق وظائف لبعض الأفراد و تحقق اختلالا وظيفيا للبعض الآخر .

¹ . محمود حسن اسماعيل ، مرجع سابق ، ص 257

13. 8. تكمن حدود الاستفادة من المقاربة النظرية:

نتيجة للتطور التكنولوجي الذي شهده مجال وسائل الإعلام و الاتصال في إستخدام و سيلة التلفزيون و القنوات الفضائية و الإشباع الذي تحققه لمشاهدي برامجها. ركزت هذه النظرية في أنها تتدرج ضمن البحوث التي تهتم بالوسائل الإعلامية و مرتبطة بدوافع تعرض الطلبة الجامعين لبرامج قناة الشروق tv والإشباع المحققة، و ذلك من خلال تطبيق مدخل نظرية الاستخدامات و الإشباعات ، تتدرج دراستنا من تساؤلات و أهداف والتي تحقق تطابق الكبير بين فروض و عناصر المقاربة النظرية ، كإقبال الطلبة على قناة الشروق tv و إشباع رغباتهم الاجتماعية و النفسية من خلال البرامج التي تبث و دوافع تعرضهم لها . كما استفدنا من نظرية المقاربة في تحديد منهج الدراسة و تحديد محاور الاستبيان التي من الجانب التطبيقي .

الإطار النظري

الفصل الثاني : ماهية القنوات الفضائية

❖ تمهيد

❖ المبحث الأول :نشأة البث الفضائي -في الدول المتقدمة

- في الدول العربية

❖ المبحث الثاني : مفهوم القنوات الفضائية

❖ المبحث الثالث : أهداف القنوات الفضائية

❖ المبحث الرابع : أهمية القنوات الفضائية

❖ المبحث الخامس : إيجابيات و سلبيات القنوات الفضائية

❖ خلاصة

تمهيد :

تأثر التلفزيون بتطور وسائل الاتصال الحديثة المتمثلة في شبكات أقمار الاتصال الفضائية حتى أصبح كل منها جزءا من الآخر ، و استطاعت القنوات الفضائية الوافدة في مدة قصيرة إن تغزو العالم و تنبؤا مكانة مميزة بين مثيلاتها من وسائل الاتصال الجماهيرية ، و على الرغم من تشابه هذه القنوات في كثير من خصائصها مع وسائل الإعلامية الأخرى ، إلا أنها أتت و انفردت بها عن غيرها من وسائل الإعلام من أهمها إمكانية متابعة الأحداث في أماكن و أوقات حدوثها في تقديم المضامين الإعلامية ، والتي ساعدت على الإقبال في ظهور القنوات الفضائية التي تميزت بنقل الأحداث .

المبحث الأول : تاريخ و نشأة الفضائيات

1. 1. نشأة البث الفضائي في الدول المتقدمة :

بدأت الآمال في تحقيق البث الفضائي للتلفزيون بتنبؤات تتلخص انه اذا أمكن البث التلفزيوني من محطة إرسال فضائية تدور على التوافق مع الأرض ، فان ذلك البث يمكن ان يغطي رقعة كبيرة من سطح الأرض ، و بذلك تنتقل الخدمة التلفزيونية من إطار الحدود المحلية الى المجال الدولي .¹

وقد نشأت فكرة البث التلفزيوني عبر الاقمار الصناعية - بعد انتهاء الحرب العالمية الثانية بعد شهور- الى أجهزة التلفزيون المنزلي دون تدخل المحطات الارضية بمقالة من خيال مهندس الاتصالات البريطاني (ارثر كلارك) نشرت في مجلة عالم اللاسلكي في عام 1945 ، حيث اقترح في هذه المقالة العلمية إطلاق قمر صناعي يدور حول الارض يمكنه نقل الإشارات من أي مكان في الأرض على ارتفاع (36) الف كيلو متر فوق خط استواء .²

وتحولت التنبؤات و الآمال الى رغبة حقيقية حينما أطلق السوفيت في (4 تشرين الأول 1957) القمر (سبوتنيك -1) الذي يعد أول قمر صناعي يدور في الفضاء ، وفي العام التالي أطلق الأمريكان أول أقمارهم (إكسبلورر-1) ولم يكن مخصصا للاتصالات ، ثم أطلقت خمسة أقمار أخرى حتى جاء القمر الأمريكي الثامن (سكور) في عام 1958 مخصصا للاتصالات .

ويرجع تاريخ استخدام الأقمار الصناعية لأغراض الاتصالات إلى (10 تموز 1962) ففي مساء هذا اليوم تم مشاهدة برنامج تلفزيوني في كل من الولايات المتحدة الأمريكية و بريطانيا و فرنسا في نفس الوقت ، وذلك بعد بث أول قمر صناعي يستقر في الفضاء باسم

¹ . عبد الله فتحي الظاهر و علي احمد خضر المعماري، اثر القنوات الفضائية دار غيداء للنشر و التوزيع 2014 ، ص

75

² . جلال عبد الفتاح ، البث الإذاعي و التلفزيوني المباشر ، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة 1994 ، ص 9

(تليستار Telesat) ، وتم الاتصال بالقمر الصناعي (تليستار) عن طريق إقامة هوائيات ضخمة في شمال الولايات المتحدة الأمريكية ، وتم تكبير هذه الإشارات عشرة ملايين مرة من جانب القمر الصناعي - قبل إعادة بثها إلى الأرض - حيث تستقبلها هوائيات استقبال في كل من انكلترا أو فرنسا ، واستمرت هذه الخدمة التلفزيونية لأقل من ساعة واحدة ، ليس بسبب انتهاء البرامج ، وإنما بسبب تحرك القمر الصناعي بعيدا عن خط النظر الوهمي الذي ترسل له الإشارات من الأرض.¹

وفي عام 1964 تأسست المنظمة الدولية لأقمار الاتصال (ITSO) والتي كانت تعرف ب (INTELSAT) بعضوية (148) دولة على رأسهم الولايات المتحدة الأمريكية ، و تتخذ المنظمة من واشنطن مقرا لها ، و تعتبر هذه المنظمة اكبر مزود لخدمات النقل الفضائي في العالم بجودة عالية ودون تمييز بين الدول ، حيث توفر تغطية عالمية كاملة وخدمات تفاعلية لمجالات الإعلام و الاتصالات و الخدمات الحكومية لحوالي (220) دولة حول العالم ، وقد أطلقت هذه المنظمة أول أقمارها عام (1965) تحت اسم (الطائر المبكر EarlyBird) ، أما أحدث سلسلة أقمارها فهو (Intelsat11) و الذي أطلق في (5 تشرين الاول 2007) .

وقد استشعر السوفييت أهمية السبق الفضائي في مجال الاتصالات فأطلقوا منظمة أقمار اتصال الكتلة الشرقية (Intersputnick) في عام (1968) حيث أطلقت العديد من الأقمار الصناعية المخصصة للبث التلفزيوني المباشر و تبادل المعلومات و الاتصالات بين دول أوروبا الشرقية .

وكانت الطفرة التكنولوجية الأكثر تأثيرا ، تلك التي حدثت في مطلع الثمانينات عندما استخدمت الأقمار للبث تلفزيوني المباشر (DirectBroadcasting) ، ويعرف هذا النوع من الأقمار (Satellite) التي تمتلك القدرة على توزيع الإشارات المرسلة

¹ . عبد الله فتحي الظاهر و علي احمد خضر المعماري ، مرجع سابق ، ص 76

إليها من محطة أرضية تدعى (الوصلة الصاعدة Up-Link) بشكل مباشر لجميع اجهزة الاستقبال المنزلية المنتشرة في جميع الأرجاء التي يغطيها من الكرة الأرضية ، وذلك عن طريق استقبال الإشارة المرسله إليه من المحطة الأرضية على شكل موجة لاسلكية يتردد محدد و تحميلها على احد المحاولات الأربع و العشرين التي تحملها لتستطيع بذلك تحميل أربعة وعشرين إشارة تلفزيونية في وقت واحد .¹

تعتمد تقنية البث المباشر على استلام الإشارات التلفزيونية و اللاسلكية بتردد محدد وتحميلها على احد المحاولات الأربع و العشرين التي تحملها لتستطيع بذلك تحميل اربع و عشرين إشارة تلفزيونية في وقت واحد .

وتعتمد تقنية البث المباشر على استلام الإشارات التلفزيونية و اللاسلكية بشكل مباشر من القمر الصناعي إلى جهاز الاستقبال في المنزل ، أو عبر الكابل المرتبط بمحطة استقبال وتوزيع ترددات القمر الصناعي ، اما ميكانيكية البث المباشر فتعمل على قيام محطة ببث برنامج أو مادة تحجز على .²

قمر صناعي تتعامل معه بحيث يقوم القمر ببث المادة في نفس الوقت بثها إلى الدول المستقبلية و بالتالي سوف يؤدي إلى زيادة أعداد من يمتلكون أطباق الاستقبال الفضائي نتيجة لزيادة الطلب على المواد الإعلامية الأجنبية .

وبدأ عصر الأقمار الصناعية المباشرة التي تبث البرامج التلفزيونية الى بيوت المشاهدين مباشرة (إذا زدوا أجهزتهم بمعدات بسيطة) مع إطلاق (1986) ، وفي عام نفسه استطاعت شركة الاقمار التلفزيون الأمريكي (STC) إطلاق أول قمرين للبث الإذاعي و التلفزيوني المباشر في الولايات المتحدة الأمريكية ، إضافة الى بعض الدول الأوروبية

¹ . حسن عماد مكاي ، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات ، الدار المصرية اللبنانية 2003 ، ص- ص ،

² . عبد الله فتحي الظاهر و على احمد الخضر المعماري، مرجع سابق ، ص 77

الغربية التي سارت على المنهج نفسه في إطلاق الأقمار الصناعية الخاصة بالاتصالات و البث التلفزيوني المباشر .

فعلى صعيد الدول الأوروبية ، أطلقت المنظمة الأوروبية (Utelsat) للاتصالات الفضائية أول قمر صناعي الاتصال على نطاق القارة الأوروبية شمل النقل التلفزيوني وخدمات الهاتف ونقل المعلومات . كما استطاعت ألمانيا وفرنسا إطلاق القمر الصناعي (SAT-TV) في عام (1984) الذي يعد أول قمر للبث التلفزيوني المباشر في أوروبا الغربية . و في عام (1988) تم إطلاق القمر الفرنسي (T.D.F) للبث التلفزيوني المباشر و يعمل فيها أربع قنوات تلفزيونية . كذلك قامت المجموعة الأوروبية للأقمار الصناعية (SES) بتطوير قطاعها الفضائي بحيث أطلقت أول الأقمار من لوكسمبورغ عام (1988) بإسم (Astra-1) ويغطي إرساله معظم أوروبا و يحمل (16) قناة تلفزيونية . و أطلقت خلال مدة ما بين (198 - 1996) ستة أقمار من أبرزها مجموعة أقمار (HotBird) التي أطلقت على متن صاروخ الفضاء الروسي (بروتون) ، وعملت هذه الأقمار على إقامة قطاع فضائي أوروبي و انتشار البث التلفزيوني الفضائي في جميع أنحاء أوروبا .

أما بريطانيا فقد أطلقت عام (1993) القمر (British-SatelliteBroadcasting) للبث التلفزيوني المباشر . وفي عام (1993) أطلق أول قمر أمريكي للبث المباشر لغرض الاتصالات سمي (تايكوم - 1) ، وأطلق القمر الثاني منه عام (1994) ، وكان لهذين القمرين دور كبير للمشاهدين الأمريكيين في التقاط (150) محطة تلفزيونية خارجية بواسطة هوائيات صغيرة الحجم .¹

أما الدول الآسيوية فنجد أن مجموعة من الدول الآسيوية أصبحت تهتم بشكل كبير بالبث بالأقمار

¹ . عبد الله فتحي الظاهر و علي احمد خضر المعماري ، مرجع سابق ، ص 79

الصناعية، حيث نجد أن اليابان قد قامت بتجربة للأقمار الصناعية المباشرة انتهت بإطلاقها القمر (BSE) ، ويمكن حالياً مشاهدة تسع قنوات تتحدث بلغات عديدة على القمر الياباني (J.C.Sat.1)¹.

كذلك نجد أن اندونيسيا لها دور كبير في استخدام الأقمار الصناعية لأغراض الاتصالات ، ففي عام (1976) أطلقت أول جيل من الأقمار الصناعية لتغطي بلادها وسميت (Palapa.A) ويحتوي على (12 قناة قمرية) تستخدم كل واحدة منها كقناة تلفزيونية ، وفي نهاية عام (1983) أطلق الجيل الثاني الذي سمي (Palapa-B) ويتكون من قمرين ، وضم (24) قناة قمرية .

كذلك يمكن اعتبار الهند واحدة من الدول القليلة التي دخلت عصر الأقمار الصناعية ، حيث تعد الهند أو التجربة الهندية في مجال استخدام الأقمار من التجارب الرائدة في العالم ، ففي أواخر عام (1975) أطلقت الهند قمراً صناعياً للقيام بتجربة استخدام الأقمار الصناعية لأهداف التعليم و التنمية حيث يقوم القمر المذكور بالبث إلى (24) ألف قرية ثم اختيارها لتمثل مختلف مناطق الهند . إضافة إلى ذلك أطلقت الهند مجموعة من الأقمار الصناعية مخصصة للبث المباشر بمساعدة الدول الأوروبية و الاتحاد السوفيتي السابق ، ابتدأت من عام (1982) بإطلاق أول قمار الجيل الأول (Insat-1) الذي استخدم في الاتصالات و البث المباشر ، تبعه عام (1983) بإطلاق القمر الثاني من الجيل الأول (Insat-1-B) بينما أطلقت القمر الثالث من الجيل نفسه (Insat-1-C) عام (1988) ، وبواسطة الصاروخ الأوروبي (أريان -4) . وقامت الهند في عام (1990) بإطلاق أول قمر أقمار الجيل الثاني (Insat-2-A) . ثم قامت

¹. عبد الله فتحي الظاهر و علي احمد خضر المعماري، مرجع سابق، ص 79

بإطلاق قمرين من الجيل نفسه (Insat-2-B) و (Insat-é-C) وهو ما جعل الهند تحتل مكانة متقدمة في مجال القنوات الفضائية.¹

وقد شهد أواخر القرن العشرين تطورات كبيرة في مجال تكنولوجيا الإذاعة ، و تكنولوجيا الأقمار الصناعية و اتصالات الفضاء ، وقد أدى المزج بين هاتين القناتين إلى نقلة نوعية في البث التلفزيوني في العالم - حيث ظهرت أنظمة الكيل التلفزيونية ، و البث التلفزيوني المباشر عبر الأقمار الصناعية ، وظهرت أيضاً القنوات الفضائية الدولية المتعددة التي يمكن استقبالها مباشرة باستخدام أطباق استقبال صغيرة الحجم ، والتي قد يصل قطرها لأقل من متر - كما شهد القرن الماضي محاولات عدد من الدول والشركات بناء أنظمة البث التلفزيوني المباشر عبر الأقمار الصناعية .

وفي ظل هذه التكنولوجيا الجيدة أصبح من الممكن للفرد العادي محدود الدخل ان يمتلك مستقبلاً صغيراً للغاية يمكنه من التقاط إرسالاً تلفزيونياً ملوناً صادراً من مكان يبعد عنه آلاف الأميال بدون الحاجة إلي محطات التغذية ، وقد بدأت أقمار البث المباشر منذ عام 1989 أول عملها باعتبارها أقماراً للاتصالات و البث التلفزيوني.²

وقد شهد عقد التسعينات من القرن العشرين تطوراً في مجال البث التلفزيوني الفضائي المباشر مع ظهور النظام الرقمي (الديجيتال) و ظهور أقمار صناعية متقدمة ذات إرسال رقمي متميز في الصوت والصورة ، حيث يتيح استخدام نظام الاتصال الرقمي العديد من المزايا مثل مقاومة التشويش والتدخل بين الموجات والحفاظ علي قوة الإشارة طول مسافة الاتصال ، كما تتسم الشبكة الرقمية بالذكاء والنشاط والمرونة والشمول في نقل أنواع مختلفة من الاتصال ، وكذلك الحفاظ علي سرية الاتصال ، كما تحققت من خلالها فكرة الأساسية للتلفزيون التفاعلي التي تتخلص في توفير الإمكانيات التالية :

¹ . عبد الله فتحي الظاهر و علي احمد خضر المعماري ، مرجع سابق ، ص 80

² . عبد الفتاح عبد النبي ، تكنولوجيا الاتصال و الثقافة ، بين النظرية و التطبيق ، دار العربي للنشر القاهرة 1990 ،

➤ توفير التفاعلية مع البرامج والقنوات التليفزيونية أثناء المشاهدة . بحيث يتحول المشاهد إلي مشارك بصورة أو بأخرى أثناء المشاهدة والتلقي ، وتنتهي تماماً فكرة المشاهد السلبي .

➤ إلغاء التزامن بين العرض والمشاهدة الذي كان يقيد المشاهد بخريطة العرض ويكون أمام خيار واحد فقط هو أن يشاهد ما يرغب مشاهدته في وقت العرض حسب خريطة العرض وزمنه أولاً يشاهده ، خصوصاً إذا لم تتح له إمكانية التسجيل لإعادة المشاهدة في وقت لاحق .¹

وأخيراً وليس آخراً وفي ظل التطورات التكنولوجية الهائلة هناك مشروع جديد يحمل اسم (2001 أوديسا الفضاء) يقوم علي وضع (840) قمراً صناعياً في مدار فضائي علي ارتفاع (400) ميلاً ولي (22347) ميلاً مثل الأقمار الموجودة حالياً ، وبالتالي إذا أقوي (3600) مرة من الإشارات الفضائية الحالية .

ورصد صاحب المشروع (بيل جيتس) صاحب شركة (Microsoft) اكبر شركة لبرمجيات الحاسوب في العالم و(كريج ماكاو) رئيس شركة مكاو للتلفون الفضائي الكثير من الأموال لهذا المشروع المستقبلي .

وهذا المشروع يعني إن الإشارة التي تصل من القمر الصناعي سوف تستقبل بأجهزة التلفزيون العادية دون الحاجة للأطباق اللاقطة (Dish) وسيكون حجم القمر الواحد في هذا المشروع بحجم التلفزيون، وسوف يشكل (380) قمر حلقة تطوف بها الكرة الأرضية في شكل عنقود يتناقل الإشارة لبيئها ارضياً لجميع دول العالم .²

1. 2. نشأة البث الفضائي في الدول العربية:

ان دخول البث التلفزيوني المباشر إلى الوطن العربي وصل على مراحل ، فقد عرفت منطقة المغرب العربي هذا البث في المرحلة الأولى ، حيث غطاها البث التلفزيوني

¹ . حسن عماد مكاوي ، مرجع سابق ، ص 154

² . عبد الله فتحي الظاهر و علي احمد خضر المعماري ، مرجع سابق ، ص 82

الاوروبي في أوائل عقد الستينات من القرن العشرين ، و نقلت كل من المغرب و الجزائر إرسال قنوات تلفزيونية فرنسية ، كما سمحت تونس باستقبال الاستقبال الإرسال الأجنبي وسمحت هيئة التلفزيون الايطالية (rai) بإقامة محطة تقوية في تونس العاصمة . أما عن الانخراط المباشر و استخدام الفضاء في الوطن العربي فهو يعود الى وقت مبكر من عمر شبكات الفضاء الدولية ، إذ شاركت اثنتا عشر دولة عربية في تأسيس المنظمة الدولية للاتصالات المعروفة باسم (انتلسات Intelsat) منذ إنشائها عام (1964) ، وشرعت - منذ ذلك الحين - في الاستفادة من هذه المنظمة بإقامة المحطات الأرضية التي تصلح لاستخدام الشبكة الفضائية (انتلسات Intelsat) .

وظهر الاهتمام العربي بامتلاك تقنية البث التلفزيوني المباشر لأول مرة عام (1967) عندما اوصى مؤتمر وزراء الإعلام العرب المنعقد في تونس ، بضرورة استخدام التكنولوجيا الحديثة التي توفرها الأقمار الصناعية في تطوير وسائل الإعلام العربية.¹

وفي عام (1969) دعا اتحاد الإذاعات العربية إلى إطلاق قمر صناعي عربي لخدمة الأهداف العربية ، وقام الاتحاد العربي للمواصلات السلكية و اللاسلكية بتشكيل لجنة فنية مشتركة مع اتحاد إذاعات الدول العربية ، و أوصت في عام (1974) بتبني مشروع القمر الصناعي العربي و بقيام مؤسسة عربية .

متخصصة تقوم على تنفيذه ، وهي المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية التي أقرت من قبل وزراء المواصلات العرب في عام (1976) كمنظمة ذات شخصية قانونية مستقلة في اطار جامعة الدول العربية .

وفي ذلك الحين ، توالى الاجتماعات و رفعت التوصيات في هذا الصدد الى ان أطلق القمر الصناعي (عربسات A1) في شباط من عام (1985) معلناً دخول العرب في نادي الأقمار الصناعية كعضو يرتاد عصر الفضاء لأول مرة .

¹ . عبد الله فتحي الظاهر ، علي احمد خضر المعماري ، مرجع سابق ، ص 83

كما أطلقت المحطة العربية للاتصالات الفضائية قمرها الثاني (عريسات B1) في حزيران (1985) وهو يرتبط بمحطتين أرضيتين إحداهما في المملكة العربية السعودية و الأخرى بتونس .

وبدا العمل الرسمي للأقمار عريسات ببث شعائر الحج من مكة المكرمة في (22) آب (1985) وهو الموعد الرسمي للتشغيل ، وفي (27. 2. 1992) تم إطلاق القمر الصناعي الثالث من الجيل الأول وهو (عريسات C1) .¹

وفي عام (1996) انعقد مؤتمر لمجلس إدارة المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية في القاهرة حيث اتخذوا قراراً لتحديد مواعيد الجيل الثاني للأقمار الصناعية العربية وتم إطلاق الأول في (9 تموز 1996) و الثاني في عام (1997) و الثالث في سنة (1998) ولقد ساهمت الأقمار الصناعية العربية في الدفع بالدول العربية إلى تأسيس قنوات فضائية خاصة بهم ، كما تقوم عريسات بمجهود متميز يتجلى في تقديم خدمات البث المباشر للبرامج التلفزيونية العربية ومنها (مصر و دبي و الأردن ومركز تلفزيون الشرق الأوسط والسعودية)، بالإضافة إلى تقديم خدمات في هذا الإطار إلى الفضائيتين الأجنبيةتين (CNN الأمريكية و CFI الفرنسية) .²

ويعد تأسيس القمر (عريسات) حاولت الدول العربية تحديث وسائلها الإعلامية ولا سيما في مجال إنشاء القنوات التلفزيونية الفضائية ، حيث توالى إطلاق القنوات الفضائية العربية حتى أصبح لكل دولة عربية عدة القنوات فضائية تابعة لوزارة الإعلام مباشرة أو للهيئة التلفزيونية الرسمية . إضافة إلى ذلك تم إطلاق القمر الصناعي المصري الأول (نايل سات 101) إلى الفضاء الأوروبي (أريان سبيس 4) في (28 نيسان 1998) ، و في (31 أيار) من نفس السنة بدأ تشغيل القمر في مقر منطقة القمر الصناعي المصري بمدينة السادس من أكتوبر في ضواحي القاهرة .

¹ . عبد الله فتحي الظاهر ، علي احمد خضر المعماري مرجع سابق ، ص 84

² . مرجع نفسه ، ص 85

كما تم توقيع عقد تصنيع القمر الصناعي المصري الثاني (نايل سات 102) مع شركة ماترامار كوني الفرنسية (28 شباط 1999) ، بينما تم إطلاقه إلى الفضاء من قاعدة كورو بجيانا الفرنسية في أمريكا الجنوبية بواسطة صاروخ الفضاء الأوروبي (أريان سبيس 4) في (17 أب 2000) ، وبدأ تشغيل القمر في محطة القمر الصناعي المصري بمدينة الحمام بالإسكندرية في (12 أيلول 2000) . و بذلك يتكون نظام نايلسات من قمرين ، يتكون كل قمر من 12 قناة قمرية تتحول تكنولوجيا بالضغط الرقمي إلى 84 قناة تليفزيونية و 400 قناة إذاعية ويغطي القمرين كل دول الشرق الأوسط وجنوب أوروبا وجزء كبير من شمال إفريقيا .¹

أن المتتبع لخريطة القنوات الفضائية العربية المتخصصة يلمس تواجداً متزايداً للقنوات الموسيقية والغنائية ، وقنوات الأفلام ، والقنوات الترفيهية ، في حين لا يلمس هذا التواجد بالقدر نفسه للمضامين الجادة كالثقافة والتعليم ويرتبط بذلك سيطرة الإعلان علي عدد من القنوات المتخصصة ، ولقد كان ذلك ضمن أهم الأسباب التي أدت إلي ارتفاع نسبة المواد الترفيهية وطغيانها علي خريطة الكثير من القنوات المتخصصة . ولقد أحدثت القنوات الفضائية المتخصصة في الموسيقى والغناء علي كثرتها خللاً وظيفياً وقيماً في أفكار المشاهدين حيث كانت ورائها شركات إنتاجية ضخمة وملتزمة إضافة إلي شركات إنتاجية صغيرة تحاول أن تجد لها نصيباً من كعكة هذا السوق.²

أما فيما يخص قنوات الدراما والأفلام فهناك رؤوس أموال تم استثمارها في إنشاء قنوات فضائية متخصصة في السينما مثل (روتانا سينما ، وروتانا زمان و ART أفلام) لتسويق أفلام العربية ، لكن الملاحظ علي هذه القنوات المتخصصة أن وتيرة الإنتاج السينمائي لا يساعدها علي ملء كل ساعات ، البث وبالتالي تكتفي بإعادة بث أعمال درامية سبق

¹ . راسم محمد الجمال ، الاتصال و الاعلام في العالم العربي في عصر العولمة ، الدار المصرية اللبنانية القاهرة ، 2006

ص126

² . عبد الله فتحي الظاهر و علي احمد خضر المعماري ، مرجع سابق ، ص 86

للجمهور أن شاهدها علي مستوى اكبر من قناة إلي درجة يحدث معها إن يتم تكرار نفس الفيلم العربي في أكثر من قناة فضائية عربية خلال فترة قصيرة.¹

أما بالنسبة للقنوات الإعلامية المتخصصة فتكمن خطورتها فيما تقدمه من سلع وخدمات غير مناسبة لقيم المجتمع العربي ، مما يخلق نوعاً من تخلخل القيم والشعور بالدونية والفوارق المادية ، ولكن تعتبر القنوات الدينية المتخصصة من الإيجابيات التي حققتها الفضائيات الخاصة بدءاً من اطلاق شبكة (ART) قناة اقرأ عام (1998) لتكون أول قناة إسلامية تبث عبر اقمار الصناعية تحمل الرؤى والمفاهيم الإسلامية للعرب والمسلمين في كافة ارجاء العالم .

وكذلك حققت القنوات الإخبارية المتخصصة نجاحات متلاحقة اعتماداً علي التقنية العالية التي تمتلكها إلي جانب تحررها من سيطرة الحكومية مم أتاح لها معالجة العديد من القضايا والموضوعات بعيداً عن المواقف المتحفظة للحكومات العربية وإعلامها الرسمي مثل قناة جزيرة الفضائية وقناة العربية وقناة الشرقية .

وعموماً فإن الفضائيات العربية العامة والمتخصصة معاً قدمت للمشاهد العربي ما يعرف بظاهرة (الانفتاح الإعلامي) بمعنى الاطلاع و التعرف علي ثقافات و أنماط تفكير ودرجة تقدم ورقي شعوب أخرى في مختلف المجالات السياسية و الاقتصادية و الاجتماعية التقنية للشعوب المتقدمة فكريباً و حضارياً ، الأمر الذي يؤدي إلي زيادة التحفيز لتطوير المجتمع بوجه عام وحياد المشاهد بوجه خاص.²

¹ . عبد الله فتحي الظاهر و علي احمد خضر المعماري ، مرجع سابق ، ص 87

² . مرجع نفسه ، ص 87

المبحث الثاني : مفهوم القنوات الفضائية

يرتبط هذا المصطلح بالقمر الصناعي (Satellite) وهو عبارة عن جهاز يطلق من الأرض إلى الفضاء ، و تلحق به محطة أرضية البرامج التي يتم استقبالها بواسطة الهوائيات الفضائية.¹

إما التعريف الاصطلاحي للقناة الفضائية فهي مظاهر الاتصال الحديثة التي اعتمدت أقمار البث الصناعية وسيلة في إيصال رسائلها الإعلامية بشكل مباشر وأني ، وهي أكثر وسائل البث سرعة و دقة لكونها تعتمد على تقنيات الأقمار الصناعية و التكنولوجيا الحديثة في إيصال المعلومات إلى المشاهدين بشكل متنوع و مستمر على مدار الساعة.²

وتتقسم الفضائيات المذكورة ما بين فضائيات متخصصة في الإعلان ، و أخرى في الأغاني و الموسيقى ، و أخرى دينية ، و أخرى إخبارية إعلامية ، وأخرى محايدة .. و هلم جرا ، ولكل واحد منها أهداف محددة ، سياسات مرسومة .

والقناة الفضائية (وسيلة الإعلام التلفزيونية "TVChannel" التي تبث برامجها عبر الأقمار الصناعية . قد كانت في السابق محطة تلفزيونية أرضية ، و مساحة بثها لا تتعدى حدود الدولة التي تبث منها ، ويتطلب لانتقاط بثها نوعا خاصا من الأجهزة يعرف بالهوائي "Antenna" ثم ظهرت هذه القنوات الفضائية التلفزيونية التي تستقبل برامجها بالصحون اللاقطة "Dishes" من القمر الصناعي مباشرة ، وتميز هذا النظام

¹ . عبد الله شقرون، الاعلام السموع ومجالات تطويره بالاستفادة من انجازات تكنولوجيا الاتصال الحديثة، دار النهضة

العربية القاهرة 2004 ، ص - ص ، 4 - 5

² . سامي الشريف ، الفضائيات العربية ، رؤية نقدية دار النهضة العربية ، القاهرة 2004 ، ص - ص ، 4 - 5

بسرعته ، و نقاء صورته ، ومساحة بثه الواسعة ، فبعض القنوات الفضائية كـ " CNN " تغطي الكرة الأرضية تقريباً¹ .

ويعرف البكري الفضائيات التلفزيونية بأنها الأقمار التي تقوم بإرسال إشارات قوية يمكن استقبالها مباشرة بواسطة أجهزة استقبال التلفزيون العادية موصلة بهوائي خاص ، بمعنى أن الإشارة المرسله من القمر الصناعي لا تمر بمحطات أرضية تتولى إعادة بثها على الشبكات التلفزيونية كونها عالية التردد ، أي إمكانية الاتصال بين القطاع الفضائي و أجهزة الاستقبال مباشرة دون المرور بالمحطات الارضية أو أي محطات ترحيل أخرى .²

ويشمل التعريف العلمي للقنوات الفضائية على انه استقبال البرامج التلفزيونية التي تصل الى المشاهد عن طريق تركيب أجهزة استقبال القنوات الفضائية ، و متابعة برامجها في بيته أو عن طريق الاشتراك في محطات إعادة البث ، أو عن طريق بث هذه القنوات بصورة غير مباشرة من الآخرين .³ ويعرفها بعض الأخر من العلماء في إنها القنوات التلفزيونية الفضائية المقترحة المتاحة للجميع عبر الأقمار الصناعية و تستقبل من الأطباق اللاقطة دون اشتراكات .⁴

وتعرف القنوات الفضائية الوافدة بأنها كل البرامج التلفزيونية و الأفلام الأجنبية و العربية التي تصل إلى المشاهدة مباشرة عبر طبق الالتقاط الذي يقنيه فوق منزله بحيث لا يمر على رقابة ولا يقدم ضمن الخدمات التلفزيونية المختلفة للدولة .

¹ . جيزنو احمد جالو ، الفضائيات المتخصصة و الصورة الذهنية ، دار اسامة للنشر و التوزيع الاردن . عمان 2016 ، ص 8

² . البكري ، اياد شاكر ، تقنيات الاتصال بين زمنين ، دار الشروق عمان 2003 ، ص 101

³ . عبد الله فتحي الظاهر و علي احمد خضر المعماري ، مرجع سابق ، ص 30

⁴ . مرجع نفسه ، ص 30

مبحث الثالث : أهداف الفضائيات

للفضائيات أهداف عديدة ، تختلف نظرا لاختلاف مناهجها ، و سياستها و لكن مع ذلك هناك قاسم مشترك من الأهداف بينها ، و يمكن إجمالها في الآتي ¹:

الأهداف إستراتيجية :

(1) المساهمة في نهضة المجتمعات من خلال تنمية الهوية الوطنية و الثقافية و العمل على تنمية المجتمع ، و توعية فئاته ؛ بما يساهم في تحقيق رؤية الوطن الإستراتيجية .

(2) الترويج لقيم الفضيلة و الإيجابية ، و أصالة تراث البلد ، و تنميته و دعم التواصل الاجتماعي ، و إذكاء روح التنافس ، و التفكير الإبداعي بين فئة الشباب بشكل خاص ، وعموم شرائح المجتمع بشكل عام .

(3) تقديم كل ما هو مفيد ، و نافع ضمن إطار عام يوازن و يجمع بين الترفيه ، و الفائدة .

(4) استخدام أحدث تقنيات الإنتاج و البث ؛ لتكون القناة الأكثر شعبية لدى أهل البلد ، و الشريك المحلي للمجتمع في دعم التنمية المستدامة .

(5) المساهمة في رفع الوعي ، و زيادة التواصل ، و الألفة المجتمعية .

(6) تسليط الضوء على المواهب ، و إبرازها من خلال شاشة القناة ؛ استناداً الى المعايير العلمية ، و الفنية ، و القيمة الإبداعية .

(7) العمل على ترسيخ مفهوم الهوية الوطنية و الاعتزاز بالماضي و بالأصالة و الانتماء ، و مواكبة العصر ، و سباق الشعوب نحو الرقي ، و التحديث في كل ما لا يتعارض مع قيم المجتمع ، و هويته .

¹. جيرنو احمد جالو ، مرجع سابق ، ص 18

8) المساهمة في خلق مجتمع يؤمن بالتنمية المستدامة ، وروح المبادرة ، و يعضد الدولة في سبيل تحقيق النهضة .

9) العمل دائماً على تحقيق رؤية البلد الإستراتيجية ، و مواكبة تحقيقها المرحلي ، وأن تدفع دائماً باتجاه تحقيقها ؛ باستقراء و متابعة المنجزات ، و المستجدات ، و أفاق الواقع التنموي ، و تكييفها ضمن معالجات ، و قوالب تلفزيونية ، تظهر قيمة الإنجاز ، و تنتقد بإيجابية كل ما يعترض ، أو يؤخر أو يعيق تحقيق الرؤية نقداً إيجابياً من منطلق التفاؤل ، و الحث على الإنجاز .

لتحقيق الأهداف الإستراتيجية يمكن للفضائيات تبني الآتي¹:

1) اعتماد المبادرات الإبداعية منطلقاً و أساسياً و منهجاً : التفكير ، التخطيط ، و عرض الأفكار .

2) خلق بيئة عمل إبداعية يسودها احترام الآراء و تكامل الخبرات ، كأساس لتحقيق مفهوم العمل بروح الفريق الواحد .

3) السعي لبناء شراكة دائمة ، و إلهام المشاهدين أساليب التفكير الإيجابي في النظرة للحياة و التخطيط و العمل للمستقبل .

المبحث الرابع : أهمية القنوات الفضائية

تتبع أهمية القنوات الفضائية من قدرتها على احتواء أفراد المجتمع بجميع طبقاته و أطرافه فهي تقدم ما يريده الصغير و ما يرغبه الكبير من الجنسين ، في أي مكان و زمان وهي تلبي أهداف النسق الاجتماعي السياسية و الاجتماعية و التربوية و التعليمية و الصحية

¹ . جيرنو احمد جالو ، مرجع سابق ، ص- ص ، 19 - 20

وللقنوات الفضائية أهمية بالغة في حياة الإنسان المعاصر ؛ فقد صارت لدى معظم المتلقين ضرورة ملحة لا يمكن الاستغناء عنها ، ويمكن بيان تلك الأهمية للمتلقى في كونها:¹

(1) مصدراً مهماً يستقي منه الأخبار اليومية ، والتي تتدخل في اتخاذه لقراراته المتعلقة بجوانب حياته كافة .

(2) وعاء ثقافياً ثرياً ينهل منه ، وذلك في شتى ضروب العلم والمعرفة ، وقد تزايدت هذه الأهمية في ظل ثورة التكنولوجيا ، وإفرازاتها المتلاحقة . وقد صار التلفاز والفضائيات مصدراً مهماً من مصادر التربية والتعليم ، وقد استعانت به المؤسسات التعليمية المختلفة ومراكز التعليم سواء بانتظام ، أو بالانتساب - أو عن بعد في تحقيق أهدافها المرسومة .

(3) أداة سياسية مهمة ، فمن خلالها يطرح السياسيون آراءهم السياسية المتباينة ، وتعليقاتهم ، ومناقشتهم ، ونظرياتهم المختلفة ، وسوى ذلك مما درج به أهل السياسة بممارسته من خلال الفضائيات .

(4) أداة إعلامية غاية في الأهمية ، فعبرها يمارس الإعلاميون مختلف الوظائف الإعلامية ، من إخبار ، وتعليق وتفسير ، ونحو ذلك - وقد تقدم - ، ترفيه ، وإعلان ، وسوى ذلك من القضايا ذات الصلة بمجال الإعلام والاتصال.²

(5) إن القنوات الفضائية تجمع بين الكلمة المسموعة والصورة المرئية مما يزيد من قوة تأثيرها إن القنوات الفضائية تتميز بقدرتها علي جذب المشاهد وخاصة المراهقين وتحقيق درجة عالية من المشاركة من خلال ما تقدمه من مواد تعليمية وترفيهية إضافة إلي التأثير الاجتماعي الذي تقوم به .

¹ . مراد دلال ، استخدام المرأة للقنوات الفضائية الإعلامية و الاشباع المحققة منها ، جامعة الشهيد حمة لخضر

الوادي 2014- 2015 ، ص 29

² . محمد زكريا ، القنوات الفضائية و القيم الاجتماعية ، مركز الاسكندرية للكتاب 2002 ، ص 22

6) تتعامل مع المشاهد مباشرة ، فالمرسل في هذه الوسيلة يخاطب المستقبل وجها لوجه حيث يخزن الوقائع والصورة ويختصر الزمن بين وقوع الأحداث وعرضها علي المشاهدين مباشرة أو بعد حين .

7) إمكانية نقل الأحداث الاجتماعية علي الهواء ساعة وقوعها ونقل الكثير من الجوانب الثقافية والمعنوية والمادية للمشاهد ونقل خيرات الأشخاص ذوي المواهب والتخصصات النادرة واللقاء المحاضرات وعرض برامج والندوات و الأفلام العلمية والوثائقية والتاريخية ونقل حياة الشعوب وأساليب حياتها .¹

8) الصورة المتحركة الناطقة التي تقدمها القنوات الفضائية تجعل المشاهد يتابع الأحداث في مكانه دون أن يكلف نفسه عناء السفر أو الخروج من منزله للبحث عنها ، مما يوفر الوقت والجهد والمال

9) تتميز القنوات الفضائية بقدرتها على تحويل المجردات إلي محسوسات ، وتعد وسيلة جذابة للكبار والصغار ، فهي تمتلك القدرة الفنية التي تمكنه من تحويل الخيال إلي صورة واقعية والواقع إلي خيال فهو وسيلة ناجحة للدعاية والإعلان .²

المبحث الخامس : إيجابيات و سلبيات القنوات الفضائية :

أولا : إيجابيات القنوات الفضائية :

للحديث عن الفضائيات ، لابد من التطرق إلي وجهين متناقضين لها ، الوجه المتعلق بالسلبيات و الآخر المتعلق بالإيجابيات ، فقد فتحت أفقا رحبة زادت من رصيد المعرفة الإنسانية الواسعة و الاطلاع عن كتب العالم ، لمن تجاوزوا الوقوع في مخطرها وفهم كيفية التعامل معها لجني الأرباح منها دون تكبد الخسائر . و من الايجابيات :³

¹ . جيرنو احمد جالو ، مرجع سابق ، ص 21

² .مرجع نفسه ، ص 22

³ مازن مرسول ، محمد الحطاب ، الفضائيات و التغيير الاجتماعي ، مجلة الجندول العدد (24) 2005 ، ص 81

(1) المساعدة في تحقيق التنمية و التعليم و سرعة إيصال المعلومات إلى المناطق النائية و المعزولة عن طريق التلقي المباشر من الأقمار الصناعية التي تسبح في فلك السماء ، و التي تجاوزت جميع الحدود ، و دخلت المنازل دون استئذان ناقله العالم بين يدي المستخدم بكل ما فيه و الاطلاع المباشر عليه .

(2) إنها تحمل مواد إعلامية ذات فائدة كبيرة للمشاهد ، منها القنوات التعليمية التي توفر حصصا مجانية في مختلف العلوم ، و القنوات الثقافية التي تعرض الندوات و الحلقات النقاشية المثمرة إضافة إلى مواقع نقل الأخبار الهامة السياسة ، و الاجتماعية و الثقافية و الاقتصادية و من قلب الحدث ، بأقصى سرعة و ما تعرضه بعض القنوات من البرامج الهادفة .

(3) ساهمت القنوات الفضائية العربية في ربط المغتربين العرب عموما بوطنهم الكبير.¹

(4) أنها تحمل مواد إعلامية ذات فائدة كبيرة للمشاهد ، منها القنوات التعليمية التي توفر حصصا مجانية في مختلف العلوم ، و القنوات الثقافية التي تعرض الندوات و الحلقات النقاشية المثمرة إضافة إلى مواقع نقل الأخبار الهامة السياسية و الاجتماعية و الثقافية و الاقتصادية و من قلب الحدث ، و بأقصى سرعة ، و ما تعرضه بعض القنوات من الدراما الهادفة للمواطن والتي تساهم في تماسك الأسرة.

(5) تساعد على التعرف على المعتقدات السائدة في المجتمع المحلي .

(6) تساعد الإنسان على التعرف الأحداث الجارية من حوله .

ثانيا : سلبيات القنوات الفضائية :²

(1) تؤثر على علاقات الناس فيما بينهم وفقا لسياسات مرسومة .

(2) تحارب المعتقدات السائدة في المجتمعات المحلية .

¹ . طه أحمد الزبيدي و آخرون ، دراسات في تأثير القنوات الفضائية على المجتمع و فئاته ، دار النفائس 2014 ، ص

35

² ..مرجع نفسه ، ص 37

- (3) إن الفضائيات تعد أيديولوجياتها إلى إسقاط الروابط العائلية و الوطنية و الدينية و القومية و الثقافية و الطبقية للإنسان بغية ربطه بالتكنولوجيا و الحياة الجديدة التي تصنعها الأجيال المتعاقبة في في تطويرها المختلفة .
- (4) إن كثرة برامج الوافدة في الفضاء سترغم أفراد الأسرة على الجلوس ساعات طويلة لمشاهدتها ، مما يؤدي إلى تقليل التفاعل الاجتماعي بين الأفراد الأسرة .

خلاصة :

حاولنا من خلال هذا الفصل الإلمام بموضوع البث الفضائي والقنوات الفضائية من مختلف جوانبها ، انطلاقا من نشأتها و تطورها و مزايا التي تميزها ، حيث اتضح لنا أهمية البث الفضائي و تأثيره الكبير في انتشار التلفزيون كوسيلة إعلامية ذات أهمية كبرى للتأثير على الجماهير باعتبارها أهم وسائل الاتصال في الوقت الراهن .

الإطار النظري

❖ الفصل الثالث : ماهية القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة

❖ تمهيد

❖ المبحث الأول : الإعلام الفضائي الجزائري الخاص

❖ المبحث الثاني : تعريف القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة

❖ المبحث الثالث : تطور القنوات الجزائرية الخاصة

❖ المبحث الرابع : أسباب و دوافع ظهور القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة

❖ المبحث الخامس : أنواع الفضائيات و البرامج التي تبث في القنوات الجزائرية الخاصة

❖ الخلاصة

تمهيد :

إن الحديث عن الفضائيات التلفزيونية يقودنا بالضرورة إلى الحديث عن القنوات أو البرامج التي تقدمها ، حيث تستخدم كوسيلة إعلامية ذات أهمية كبرى للتأثير على الجماهير باعتبارها أهم وسائل الاتصال في الوقت الراهن .

و تبعا لهذا التغيير و التأثير يأتي الموضوع الذي يتناول برامج القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة و التي ظهرت في الساحة اثر قانون الإعلام الجديد و قانون السمعي و البصري ، والتي أصبحت تلعب دور هاما في حياة الفرد الجزائري بل أصبحت تشكل محور هاما في تغيير آرائه و توعيته في عملية التنمية الشاملة .

المبحث الأول : الإعلام الفضائي الجزائري الخاص

1.1. الإعلام الفضائي الخاص :

تدار هذه المحطات و تمويل من قبل ضعه مؤسسات و منظمات شركات خاصة ، و تعتمد غالبا على الإعلانات لتغطية نفقاتها ، و تحقيق الأرباح للجهات التي تديرها و تشرف عليها و هناك التلفزيون الكلي وهو خدمة تلفزيونية يدفع المشاهد اشتراكا للحصول عليها بينما ترسل محطات التلفزيون العامة و التجارية إشارتها عبر موجات هوائية نجد أن الإشارات التلفزيونية الكيبلية تصل إلى منازل المشتركين عبر الكيبلات ، و تحميل بعض نظم هذه الكيبلات أكثر من مئة قناة ، تكرر العديد من البرامج المتخصصة من هذه القنوات المتنوعة و المتعددة مثل الأفلام و الأخبار السياسية البرامج و غيرها .¹

1.2. الإعلام الفضائي الجزائري الخاص :

تعد القنوات الجزائرية الخاصة التي تمتلكها و تديرها رؤوس الأموال الجزائرية إحدى معالم الحديثة للإعلام الجزائري ، حيث برزت هذه القنوات كنتيجة للتغيرات السياسية في الوطن العربي ، وكذا لثورة الاتصالات بعد عقود طويلة من احتكار الحكومات العربية للإعلام المرئي و المسموع ، وقد شهدت السنوات القليلة الماضية تدفقا هائلا لرأس المال الجزائري الخاص في مجال إطلاق القنوات الفضائية الجزائرية ، سواء من خارج الوطن أو من داخله ، و استطاعت العديد من هذه القنوات الفضائية جذب اهتمام المشاهد الجزائري و حقق بعضها رغم قصر المدة فكرة الاستقلال التام لبعض المحطات الخاصة ، مع ذلك فإن القنوات الفضائية الخاصة قد استطاعت تحريك المياه الراكدة في مجال الإعلام التلفزيوني الفضائي العربي و تمثل القنوات الفضائية الخاصة إحدى خطوات تطور الخدمات الاتصالية العالمية ، والتي بدأت بمرحلة الصفوة التي تستهدف الوصول إلى صفوة المجتمع و تطورت إلى مرحلة الحشد التي تستهدف ملاقات اهتمامات جميع أفراد المجتمع ، إلى مرحلة

¹. رزيق سامية ، مرجع سابق ، ص 56

التخصص التي تستهدف خدمة احتياجات جماهير محددة و أخيرا مرحلة التفاعل التي تهدف إلى التبادل و التفاعل بين الجمهور و قنوات الاتصال و يتزايد خلالها التحكم الانتقائي للجمهور في المعلومات التي يتم اختيارها ، و تسعى القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة لمخاطبة جمهور محدد بتقديم مواد إعلامية بعينها ، و تختلف ما بين القنوات المتخصصة من حيث النوعية الجمهور و التلقي للخدمة.¹

المبحث الثاني : تعريف القنوات الفضائية الخاصة :

بما أن القنوات الفضائية هي محطات تلفزيونية ثبت إرسالها عبر الأقمار الصناعية و هذا الإرسال يتجاوز الدولة المرسلة إلى دول أخرى عبر الأقمار الصناعية من خلال أجهزة خاصة للاستقبال و أطباق لاقطة . فإن ظهور ما كان سمة من سمات مواكبة العصر و قد تميزت هذه القنوات بكونها شمولية و جامعة ، حيث امتازت شبكة برامجها بالتوجه نحو جمهور عريض من مختلف الأعمار و مختلف الأذواق كما أنه من مختلف الأذواق الاجتماعية و الفكرية و الثقافية و بتقديم تكنولوجيا وسائل الإعلام و تطورها و التي مرت بعدة مراحل ابتداء بمرحلة الصفوة حيث تميز جمهورها بصغر حجمه و ارتفاع مستواه المادي و التعليمي ، ثم جاء مرحلة الحشد أين واصل الإعلام إلى جميع الفئات العمرية و كل قطاعات المجتمع أما مرحلة التخصص فهي المرحلة التي نعيشه والتي تتميز بظهور جماعات مفككة من لجمهور العريض والذي تسعى وسائل الإعلام لمخاطبته . فظهرت القنوات المتخصصة وهي عبارة عن تلك القنوات الفضائية التي تخلت عن شمولية المضمون و المقصد ، لتعطي كامل اهتمامها في فرع واحد و تتولد منه جزئيات ، كما في القنوات الرياضية المختصة في الرياضة كرة القدم ، إذن هذه القنوات المتخصصة أصبحت أكثر استيعابا لميولات المشاهد و رغباته في عصر تميز بالتخصص في أكثرية المجالات ،

¹ . صايم الحاج جعفر الصادق ، مرجع سابق ، ص - ص ، 67 - 68

وأصبح التلفاز أشبه بمعرض يتجول في الشخص ليختار ما يتناسب و منظومته القيمة ، وهويته الفكرية ، أيضا هوياته و اهتماماته .¹

1.1. تعريف القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة :

هي أبرز المحطات التلفزيونية المحلية الخاصة في الجزائر ، وهي قنوات الجزائرية حديثة النشأة أطلقت معظمها البث في الجزائر بعد فتح المجال أمام القطاع الإعلامي الخاص للسمعي البصري و التعددية الإعلامية بداية من سنة 2011 .²

المبحث الثالث : تطور القنوات الجزائرية الخاصة

في إطار الإصلاحات التي وعد بها الرئيس بوتفليقة ، بعد فترت انتظار و جدل طويلين صدر قانون الإعلام المنظم " للقطاع السمعي البصري " ، لكن صدوره لم يمه حالة الجدل بقدر ما عززها بشكل اكبر ، حيث أن القانون يحصر النشاط الإعلامي المرئي و المسموع في القنوات موضوعيته " وفقا للمادة 14 التي تنصص على " إنشاء قنوات موضوعيته و متخصصة فقط " ، ولا يسمح لها بإدراج برامج إلا وفق حجم يحدد في رخصة الاستغلال ، وهوما يعتبره البعض تقييدا لحرية التعبير و يتنافى مع روح الإصلاحات الموعودة .

كما تنصص مواد أخرى على أمور يعتبرها المتابعون أنها مطاطة كضرورة ان تراعي المؤسسات الإعلامية في عملها المصالح العليا و السياسة الخارجية و النظام العام و الآداب العامة ، دون إن يكون هناك تعريف حقيقي لهذه المحددات . ما يفتح الباب أمام تفسيرات قد لا تخضع لضوابط محددة كما يقول منتقدو القانون ، فالمادة 49 مثلا تنصص على احترام متطلبات الوحدة الوطنية و الأمن و الدفاع و المصالح الاقتصادية .. و احترام سرية التحقيق القضائي و الالتزام بالمرجعية الدينية الوطنية و احترام المرجعيات الدينية الأخرى ... و بعيدا عن الأحكام العامة المتعلقة بالقانون الجديد ، خاصة ما يتعلق منه بالجانب المادي و القانوني

¹ . صايم الحاج جعفر ، مرجع سابق ، ص - ص ، 68-69

² . عبد اللطيف شريف و عبد الغني حاج مبارك ، اتجاهات الجمهور ازاء مصداقية الاخبار في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة ، جامعة محمد بوضياف - المسيلة - 2016.2017 ، ص 16

و البرنامجي بتحول هذه القنوات إلى " القانون الجزائري " و التكييف معه فعليا دون عوارض معينة ، الإجابة على السؤال تحتمل التأكيد و النفي في أن واحد ، حيث ينص دفتري الشروط الذي تشرف عليه سلطة الضبط المنظمة للقطاع ، ضرورة التأكد من احترام حصص البرامج المحدد على أن تكون نسبة % 61 على الأقل من البرامج التي تبث لبرامج وطنية منتجة في الجزائر .

كما يحظر القانون إن يمتلك شخص واحد لقناة فضائية ، بل مجموعة من المساهمين بل انه يحظر أن يمتلك شخص واحد أكثر من % 41 من رأسمال الشركة المؤسسة ، وهذا الشرط قد يتنافى أن لا يتوفر مع بعض القنوات القائمة الآن .

و المادة 15 من ذات القانون ، تضع تعريفات محددة للمساهمين من بينهما شرط أن يكون بينهم صحفيون " ولم تحدد العدد ، ما يعني شرط وجود صحفي واحد على الأقل بين المساهمين . وان يثبتوا جميعا حيازتهم للجنسية الجزائرية . وان يكونوا متمتعين بحقوقهم المدنية كاملة وان لا يكون حكم عليهم بعقوبة مخلة بالشرف أو النظام العام .¹

المبحث الرابع : أسباب ودوافع ظهور القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة :

سمحت الدولة بتجربة التعددية السياسية اي عدة أحزاب تتنافس من أجل الوصول الى الحكم من خلال تعديل الدستور التي تم عام 1991 خاصة بعد تراجع حزب جبهة التحرير الوطني كحزب طليعي فشل في تحقيق التعبئة الشاملة كذلك ما شاهده الجزائر من أزمات قوية عام 1988 ، مما ولد الوعي السياسي الوطني ، و بهذا أصبح التوجه نحو التعددية الحزبية أمر فرضه الواقع المعاش آنذاك ، من المفكرين من يرى أن هذا التحول أمر لا بد منه فهو عبارة عن ديناميكية مرت بها جميع المجتمعات البشرية .

وهكذا فإن خنق الحريات الفردية و العامة مع التضيق إلى درجة حرية إلغاء التعبير و فرض قوالب جاهزة و تأكيد أحادية متعسفة في كل شيء يضاف إلى ذلك التعسف في استعمال

¹ . خلود شريط ، صورة الذهنية للإعلام التلفزيوني الخاص قناة النهار - نموذج - ، جامعة تبسة 2016 ، ص 53

السلطة و احتكار الامتيازات و تصلب الجهاز البيروقراطي و فشله في أداء مهامه كأداة اتصال هذا ما أدبالي توسيع الفجوة بين الحكام و المحكومين و فقدان مؤسسات الدولة لمصداقيتها .

وبهذا انفجرت أزمة 1989 بالرغم أن معظم التحليلات التي قدمت لإبعاد تلك الفترة أرجعت للبعد الاقتصادي في حين أن النظام السياسي هو الحاضر بقوة .

ويمكن القول هنا أن الجزائر كانت سابقة عهدا في التحول الديمقراطي و عرفت ثورة عنيفة وكما شهدت غياب ثقافة الديمقراطية في الجزائر بفعل ميلاد عنيف للديمقراطية والذي لم يكن عن قناعة سياسية ، وانطلاقا من هذه التحليلات يمكن القول أن : الجزائر من الدول الأولى التي شهدت ثورة الربيع العربي التي تنشر عنها في خطابها التحول الديمقراطي و السياسي .

فالجزائر بعد مرور خمسين سنة من تبني سياسة الإعلام المسيس و المؤدلج (إعلام الدول) الذي فقد مصداقيته لدى مختلف فئات المجتمع خاصة فئة الشباب التي تعتبر هامة ذلك أنه تبنيه و تعمل على تطويره ، فقد فتحت باب الحوار مع الأفراد من خلال جملة البرامج التي تبثها على نشرة الأخبار و الحل الرمزي للصراعات بنوعها الداخلية و الخارجية وذلك من منطلق الفضاء العام الذي يسمح بالحوار العقلاني و النقدي .

المبحث الخامس : أنواع الفضائيات و البرامج التي تنشط في الساحة الإعلامية بالجزائر

1.1. أنواع الفضائيات الخاصة :

أولا : القنوات المتخصصة في المضمون : و هي تلك التي تقدم نوعية معينة من المواد و البرامج المتخصصة ، و تتوجه نحو جمهور عام ، كما في قنوات الدراما ، قنوات الموسيقى و قنوات الدينية .

ثانيا : قنوات مخصصة في الجمهور الذي تخاطبه : وهي تلك التي تخاطب جمهور محدد يشترك في صفات معينة ، و تتميز برامجها و موادها بما يلاءم هذه النوعية من الجمهور كقنوات الأطفال ¹.

1 . 2 . من أبرز القنوات التي تنشط في الساحة الإعلامية في الجزائر :

قناة الشروق tv : هي قناة الجزائرية مستقلة تابعة لمؤسسة الشروق ، انطلق بثها التجريبي لها في عيد الثورة 1 نوفمبر تأسيس جريدة الشروق اليومي (الجزائر) ، حيث اتخذت مكتبا لها هناك بدأ البث من عمان و بيروت ثم توسع إلى دبي و الدوحة على "نايلسات" ألفت مؤسسة الشروق بداية من الساعة الصفر ليوم الأول نوفمبر 2011 البث التجريبي لقناتها "الشروق tv" ، على القمر الصناعي "نايلسات" ، وجاءت هذه الانطلاقة في الذكرى 57 لاندلاع ثورة التحرير الجزائرية ، و الذكرى 11 لتأسيس يومية الشروق . أما الانطلاق الرسمي للقناة فقد كان مع بداية عام 2012 ، بعد نحو 3 أشهر من البث التجريبي ، حيث انطلقت القناة بباقة من الأشرطة الوثائقية و التثقيفية و الفور مات المنعقدة بالجريدة في أوقات سابقة ، بالإضافة إلى أناشيد وطنية و آراء المشاهدين الكرام و القراء و الأوفياء وما ينتظرونه من هذه القناة الجديدة ².

قناة النهار tv : قناة جزائرية إخبارية مستقلة تابعة لجريدة " النهار الجديدة " الجزائرية ، انطلق البث التجريبي لها يوم 06 مارس 2012 ، حيث اتخذت القناة مقرها بالعاصمة الأردنية عمان ليبدأ البث من هناك على قمر "نايلسات" . تهتم القناة بالشأن الإخباري و السياسي في الجزائر ، حيث أن برامجها هي مزيج بين نشرات الأخبار و الرياضة و الأخبار الاقتصار في الجزائر و كذا أخبار الصحف الوطنية و العديد من البرامج الأخرى (وثائقيات ، أحوال جوية وغيرها) ³.

¹ . صايم الحاج جعفر الصادق ، مرجع سابق ، ص 69

² . ربيعة قراح و نور الهدى غراف ، مرجع سابق ، ص 78

³ . مرجع نفسه ، ص 78

قناة نوميديا نيوز : هي قناة جزائرية إخبارية دولية انطلق بثها في أكتوبر من عام 2012 ،تتناول مختلف القضايا الراهنة في العالم و تتمتع بقدر من الاحترافية و الموضوعية ، لها مراسلين و مكاتب في مختلف دول العالم (فلسطين ، أمريكا ، البرازيل ، مصر ، سوريا ، المغرب ، الصحراء الغربية ، تونس ، ليبيا ، الأردن ، اليمن ، بلجيكا ، تركيا ، فرنسا ، بريطانيا ، اسبانيا ، الصين ، كندا ، الإمارات ، لبنان ،العراق ، الجزائر ، سويسرا) .

قناة الجزائرية : هي قناة جزائرية خاصة تم إطلاقها على القمر الصناعي " أتلانتيك" ببرد 7 " ، انطلق بثها التجريبي شهر فيفري من عام 2012 و بعدها انطلق بثها الرسمي ابتداء من 05 جويلية 2012 بشبكة برنامجية ثرية متنوعة . تهدف القناة من خلال برامجها إلى إيصال صورة أكثر إشراقا عن الجزائر غير أن خروجها نوعا ما عن التقاليد الجزائرية المحافظة خلق جدلا و طرح أكثر من تساؤل حول أهداف القناة و مصادر تمويلها .¹

قناة دزايير tv : انطلق أول بث لها في 15 ماي من عام 2013 ، بجملة من البرامج المتنوعة (رياضة أخبار المجتمع الجزائري) حيث تستعمل اللغات الثلاث : العربية ، الفرنسية ، الامازيغية .²

تهتم بمشاكل المشاهد الجزائري اليومية ، إضافة إلى مناقشة المواضيع السياسية . موقعها الالكتروني تم إنشاؤه في فيفري 2014 .

قناة الخبر KBC : تعتبر جريدة الخبر الوطنية مصدرا للقناة حيث كان البث الأول لها في 23 ديسمبر 2013 على "Eutelsat" ، وفي 09 سبتمبر 2014 على " نايلسات " 101 . تركز على الأخبار المحلية و الوطنية بالإضافة إلى العالمية منها ، تبث كذلك البرامج الثقافية و الاجتماعية ، و باقة من البرامج المختلفة في الميادين الأخرى .

¹ . رزيق سامية ، مرجع سابق ، ص 69

² . https://ar.wikipedia.org/wiki/دزايير_نيوز 17.05.2019

- بالإضافة إلى العديد من القنوات الأخرى : (الشروق نيوز ، و بنة tv ، التابعة لمجمع "الشروق" "الهداف" "البلاد" " أجواء " سميرة tv ") وغيرها من القنوات الجزائرية الخاصة التي تنشط في الساحة الإعلامية .¹

خلاصة :

من خلال ما سبق اتضح لنا أهمية القنوات الفضائية الخاصة التي تزداد المنافسة من خلال ما تبثه من مضامين و برامج التي تحاول أن تنافس القنوات العمومية ، من خلال تقديم خدمات متنوعة تحقق من خلالها إشباعات جمهورها و تلبي احتياجاتهم .

¹ . https://ar.wikipedia.org/wiki/قناة_جزائرية 17.05.2019 كا_بي_سي_(قناة_جزائرية)

الإطار التطبيقي

الفصل الرابع : تحليل البيانات الميدانية

تمهيد

المبحث الأول : تعريف قناة الشروق tv

المبحث الثاني : عرض البيانات و تحليلها كميًا و كيفيًا

المبحث الثالث : النتائج العامة للدراسة

الخلاصة

الخاتمة

تمهيد :

يعتبر الجانب الميداني من أهم جوانب البحث في العلوم الإنسانية والعلوم الإعلام والاتصال لأنه يقوم بربط الجانب النظري بالواقع الفعلي للدراسة، فبعد ان قمنا بعملية جمع المعلومات، وجدنا أنفسنا أمام معطيات تمثلت هذه المعطيات في الاستثمارات التي تم ملؤها من قبل المبحوثين، وغير أن تفرغها في شكل الأولى لا يجعلها قابلة للتحليل، وبمجرد ان قمنا بترتيبها على شكل جداول بسيطة ومركبة .

والجانب الميداني هو التحقيق والكشف ومحاولة التعرف عن دوافع تعرض الطلبة الجامعين لبرامج قناة الشروق tv وما تحققه لهم من اشباعات متنوعة من اجل الوصول إلى نتائج التي يمكن توضيح والشرح للوصول إلى إجابات للتساؤلات التي تم صياغتها في الإشكالية، وهذا التحليل البيانات للوصول إلى نتائج علمية ودقيقة وهذا ما سنتقدمه في الفصل

1. بطاقة تقنية عن قناة الشروق tv: ¹

الاسم : قناة الشروق tv

الاختصاص : كل انواع البرامج

الشعار : قناة كل العائلة

التأسيس :سنة 2011

المالك : السيد علي فضيل (مجمع الشروق للإعلام والنشر)

المقر : الجزائر

القطاع : الخاص

المقر الاجتماعي : عمان، الاردن

عبر النايلسات Eutelsat 7wa الدرجة 7 غربا بصيغة عالية الوضوح 10992 عمودي
2.5000

معدل الرمز	التردد	القمر الصناعي	اهم فروعها
5000	10992	نايل سات HD	الشروق العامة (tv)
27500	10922	نايل سات SD	
27500	10922	نايل سات SD	الشروق الاخبارية
27500	10922	نايل سات 12,5°	الشروق بنة

¹ .<https://ar.m.wikipedia.org/wiki/> 17.05.2019 الشروق تي في

² .<https://tv.echoroukonline.com> 17.05.2019

2. التعرف بقناة الشروق:

الشروق tv اول قناة تلفزيونية فضائية جزائرية خاصة تابعة لجريدة الشروق اليومي، انطلق بثها التجريبي تزامنا مع عيد وذكرى تأسيس جريدة الشروق اليومي في الفاتح من نوفمبر 2011 على الساعة 00:00 المصادفة للذكرى 57 لاندلاع الثورة التحريرية الكبرى والذكرى 01 لتأسيس الجريدة، انطلق بثها التجريبي من العاصمة الاردنية عمان، على ان يتوسع البث انطلاقا من مدينة الاعلامية بدبي في الامارات العربية المتحدة والعاصمة القطرية الدوحة، مع العلم ان مقر قناة الشروق tv بالجزائر العاصمة الكائن بحيدرة بالإضافة الى ذلك لها 36 مكتب بعدد ولايات الوطن، مالك القناة هو الصحفي " علي فضيل " وهو ايضا المدير العام لها، وكانت انطلاقتها كبث تجريبي وحولت العمل الى انطلاقة رسمية دون امتلاك أي ترخيص او اعتماد .

ومع بداية العام الجديد 2012 انطلق البث الرسمي للقناة يوم 19 مارس 2012، تعتبر قناة الشروق tv قناة عامة " متنوعة " مستقلة، تجمع بين الاخبار والبرامج السياسية والاقتصادية والدينية والعلمية والحصص¹.

2-1- مبادئ تلفزيون الشروق :

يعرف العمل الاعلامي حسب القائمين على قناة الشروق tv خدمة اعلامية موضوعية، شعارها "قناة كل عائلة " تسعى الى نشر الوعي العام بالقضايا التي تهم الجمهور الجزائري وتعزز قيم التسامح والوطنية .

واهم المبادئ التي جاء بها ميثاق الشرف المهني لقناة " الشروق tv " ما يلي :

(1) التمسك بالقيم الاخلاقية والمهنية الصحفية من توازن واستقلالية ومصداقية .

¹ .https://ar.m.wikipedia.org/wiki/ الشروق تي في 17.05.2019

- (2) الحيادية والموضوعية ونقل الخبر او المعلومة للمشاهد الجزائري بكل شفافية ومصداقية .
- (3) يجب أن تكون القناة المرآة العاكسة للجمهور الجزائري بكل ما يدور حوله في العالم .
- (4) السعي للوصول إلى الحقيقة وإعلانها في برامجنا ونشراتنا الإخبارية بشكل لا غموض فيه ولا تحريف ولا تزيف .
- (5) ترسيخ الهوية والوحدة الوطنية وكذلك إسماع صوت الجزائر في العالم .¹

2-2- أهداف القناة :

الدفاع عن مصلحة الوطن ونقل الحقيقة كما هي خدمة للجزائر وحرية التعبير .

- (1) إن تكون القناة منبرا مفتوحا للمواطن وانشغالاته ومشاكله .
- (2) نقل الأحداث والمستجدات الوطنية والدولية برؤية موضوعية وحيادية .
- (3) تغطية الأحداث الوطنية والدولية بكل مهنية واحترافية بعيدا عن التزيف او التحريف .²

2-3- الإطار القانوني :

ترجع الانطلاقة الرسمية لقناة الشروق tv إلى مصادقة البرلمان من المجلس الدستوري على القانون العضوي رقم 05\12 المؤرخ في جانفي 2012، نظم القانون العضوي المتعلق بالإعلام حرية الإعلام في 133 مادة مقسمة في إطار 12 باب تناولت مختلف الجوانب المتعلقة بتنظيم حرية الإعلام حيث جاء في المادة " 51 " « أن يمارس النشاط السمعي البصري من قبل " هيئات عمومية، ومؤسسات وأجهزة القطاع العمومي والمؤسسات والشركات " التي تخضع للقانون الجزائري » ومن خلال هذه المادة نلاحظ ان مجال الممارسة للإعلام السمعي والبصري قد أصبح مفتوحا ومتفتحا لكل الجزائريين وبهذا فتح

¹ . مريم حاجي، مرجع سابق، ص 114

² . قاسي علاء الدين واخرون، مرجع سابق ص 72

قطاع السمعي البصري للخواص بعد 50 سنة من احتكار الحكومة الجزائرية للتلفزيون ومن هنا أصبحت قناة الشروق tv قناة تلفزيونية خاصة، ذات شخصية قانونية مستقلة .

وعرفت الانطلاقة الرسمية لقناة الشروق tv إقبالا واهتماما بالغين من المشاهدين الجزائريين، وهو ما عبر عنه المواطنون ولايات الوطن وكذا المغتربون ومنتبعو القنوات العربية خارج الوطن . حيث نقل الآلاف من الرواد الانترنت ومواقع التواصل الاجتماعي عبر الفيس بوك، التويتر، اليوتوب، برامج وحصص و ريبورتاجات كانت القناة لمشاهديها خلال ساعاتها الأولى من البث الرسمي .

الشروق tv لتخلق قناة أخرى باسم الشروق الإخبارية " الشروق نيوز " التي انطلق بثها بتاريخ 19 مارس 2014 وقناة الشروق بنة التي انطلق بثها الرسمي في حفل رسمي يوم 10 جوان 2015.¹

2. المبحث الثاني : عرض البيانات وتحليلها كميًا و كيفيًا

➤ المحور الأول : البيانات الشخصية لأفراد العينة

جدول رقم (1) : توزيع أفراد العينة حسب الجنس

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

قراءة الجدول :

¹ . مريم حاجي، مرجع سابق، ص-ص، 114 - 115

من خلال الجدول أعلاه بين لنا بنسبة المبحوثين 100% بالتكرار 100 مفردة مقسمة بالتساوي بين الذكور بنسبة 50% ونسبة الإناث 50% .

ومنه نفسر أن عملية توزيع الاستمارة داخل كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة وخصصنا فيها طلبة الإعلام والاتصال وبالتالي فإننا راعينا عامل الجنس بأخذنا النسب المتساوية بين الذكور والإناث .

جدول رقم (2) : توزيع أفراد العينة حسب السن

السن	التكرار	النسبة
من 19 إلى 24	47	47 %
من 25 إلى 29	27	27 %
من 30 إلى 34	19	19 %
أكثر من 34	07	07 %
المجموع	100	100 %

قراءة الجدول :

من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل الفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم [من 19 إلى 24] بنسبة 47% ، وقد كانت اكبر نسبة، بينما توزعت باقي النسب كالتالي [من 25 إلى 29] بنسبة 27 % وتليها [من 30 إلى 34] بنسبة 19 % وتليها [أكثر من 34] بنسبة 7 % . ونفسر هذا على أنها نتيجة حتمية و منطقية من هذا العمر قد يكون الطالب في هذه المرحلة الجامعية.

الجدول رقم (3) : توزيع أفراد العينة حسب الطور الدراسة الجامعية

النسبة	التكرار	طور الدراسة الجامعية
44 %	44	ليسانس
52 %	52	ماستر
04 %	04	دكتوراه
100 %	100	المجموع

قراءة الجدول :

من خلال الجدول أعلاه اتضح لنا في المرتبة الأولى طلبة الماستر بنسبة 52 % وتليها طلبة ليسانس بنسبة 44 % التي توضح لنا إن الشهادة التي يحملها معظم المبحوثين كونها تمكننا من التوظيف ، على ماهر منصوص في قوانين ، وتليها نسبة شهادة الدكتوراه 04% كون هذه الشهادة لا يحملها إلا ذو مستوى وخبرة في هذا مما يسمح التوظيف في التعليم العالي .

نفسر هذا على أن نسبة التعليم في الجزائر ارتفعت وهذا راجع إلأن الشباب الجزائري اليوم يهتم بدراسة على المستوى الذي تحصلنا عليه في دراستنا .

الجدول رقم (4) : توزيع أفراد العينة حسب السكن

النسبة	التكرار	السكن الجامعي
09 %	09	نعم
91 %	91	لا
100 %	100	المجموع

قراءة الجدول:

يوضح الجدول أعلاه أكبر نسبة للطالب الغير مقيم في السكن الجامعي بنسبة 91 % بالتكرار 91 مفردة إما نسبة الطلبة المقيمين في السكن الجامعي هي 09 % بالتكرار 09 مفردة. و منه نفسر أنأغلبية المبحوثين التي أجريت عليهم الدراسة هم غير مقيمين بالمقر الجامعي وهذا دليل على توسع التخصصات في الجامعات .

الجدول رقم (5) : توزيع أفراد العينة حسب الحالة الاجتماعية

النسبة	التكرار	الحالة الاجتماعية
87 %	87	أعزب
13 %	13	متزوج
100 %	100	المجموع

قراءة الجدول :

يوضح الجدول أعلاه نتائج اغلب المبحوثين العزاب بنسبة 87 % بالتكرار 87 مفردة من المجموع الكلي للعينة وبهذا تكون في المرتبة الأولى، أما في المرتبة الثانية فكانت للمتزوجين بنسبة 13 % بالتكرار 13 مفردة. ومنه نفسر من خلال النتائج أن اغلب المبحوثين عزاب نتيجة للدراسة و بالتالي أنهم غير مستعدين للزواج .

➤ المحور الثاني : يمثل البيانات لعادات و أنماط مشاهدة الشباب للقنوات

الفضائية الجزائرية الخاصة حسب متغير الجنس

جدول رقم (6) : توزيع أفراد العينة حسب مدى مشاهدة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة حسب متغير الجنس

المجموع		الإناث		الذكور		الاجابات الجنس
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%30	30	%24	12	%36	18	دائما
%54	54	%62	31	%46	23	متقطع
%16	16	%14	07	%18	09	نادرا
%100	100	%100	50	%100	50	المجموع

قراءة الجدول :

من خلال الجدول أعلاه حيث أنهم يقبلون على القناة بفترة متقطعة بنسبة كبيرة 54 % بالتكرار 54 مفردة بين الذكور بنسبة 46 % ونسبة الإناث 62 %، إما الذين يقبلون على

القناة بفترة دائمة بنسبة 30 % بالتكرار بين الذكور بنسبة 46 % إما نسبة الإناث 24 %، وتليها الذين يقبلون على القناة نادرا بنسبة 16 % بالتكرار 16 بين الذكور 18 % أما نسبة الإناث 14 % .

ومنه نفسر على أنالأفراد المبحوثين يتابعون القناة ولكن بشكل متناوب و متقطع وهذا راجع إلى كون المبحوثين مرتبطين بالدراسة أو الانشغالات أخرى .

الجدول رقم (7) : توزيع أفراد العينة حسب تفضيلك لمشاهدة القنوات الفضائية الخاصة حسب متغير الجنس

المجموع		الإناث		الذكور		الجنس القنوات الخاصة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
% 88	88	% 88	44	% 88	44	قناة الشروق Tv
% 82	82	% 82	41	% 82	41	قناة الشروق نيوز
% 81	81	% 80	40	% 82	41	قناة الجزائرية
% 82	82	% 80	40	% 84	42	قناة النهار
% 79	79	% 76	38	% 82	41	قناة نوميديا
% 75	75	% 76	38	% 74	37	قناة الدزاير
% 75	75	% 70	35	% 80	40	قناة الخبر

قناة سميرة tv	00	% 00	08	% 16	08	% 08
قناة الهداف	06	% 12	02	% 04	08	% 08
قناة البلاد	03	% 06	03	% 06	06	% 06
قناة أخرى	15	% 30	14	% 28	29	% 29

قراءة الجدول :

من خلال الجدول أعلاه أن اكبر نسبة فكانتلقناة الشروق tv بنسبة 88 % بالتركرار 88 مفردة موزعة بين الذكورو الإناث بنسب متساوية 44 % وتليها قناة الشروق نيوز وقناة النهار بنسب متقاربة 82 % بين الذكوروالإناث بنسب متقاربة وتليها قناة الجزائرية بنسبة 81 % بالتركرار 81 مفردة بين الذكور بنسبة 41 %والإناث بنسبة 40 % ، و تليها قناة نوميديا بنسبة 79 % بالتركرار 79 مفردة بين الذكور بنسبة 41 % ونسبة الإناث 38 % ، في حين إن قناة الدزاير والخبر كانت بنسب متساوية 75 % بالتركرار 75 مفردة ، أما قناة سميرة tv كانت اغلب مشاهديها من الإناث بنسبة 08 % بالتركرار 8 مفردة ما قناة الهداف عكسها فكانت غلب مشاهديها من الذكور بنسبة 06 % أما نسبة الإناث 02 % في حين قناة البلاد فكانت نسبة مشاهديها 06 % بالتركرار 06 مفردة بين الذكور و الإناث بنسب متساوية 03 % .

ومنه نفسر هذا على أن قناة الشروق tv تصدرت على باقي القنوات الجزائرية الخاصة وتمكنت القناة من كسبهم كمشاهدين أوفياء يتابعون مختلف برامجها على مدار اليوم، وبالتالي فان قناة الشروق tv تسعى أن تأخذ مكانة الصدارة في مختلف المجالات وان تكسب الثقة مشاهديها .

الجدول رقم (8) : توزيع أفراد العينة حسب الوقت التي تقضيه في مشاهدة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة حسب متغير الجنس

المجموع		الاناث		الذكور		الجنس المدة الزمنية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
% 69	69	% 66	33	% 72	36	اقل من ساعة
% 31	31	% 34	17	% 28	14	من ساعة إلى ثلاث ساعات
% 00	00	% 00	00	% 00	00	أكثر من ثلاث ساعات
% 100	100	% 100	50	%100	50	المجموع

قراءة الجدول :

من خلال الجدول أعلاه نسبة المشاهدة في اقل من ساعة كانت 69 % بالتكرار 69 مفردة وتعتبر هذه بالنسبة المسجلة، قابلتها نسبة 72 % للذكور ونسبة الإناث 66 %، أما نسبة الطلبة الذين يخصصون وقتهم لمشاهدة القنوات الفضائية الخاصة من ساعة إلى ثلاث ساعات 31 % بالتكرار 31 مفردة من بينها للذكور بنسبة 28 % أما نسبة الإناث 34 %، لا يوافق الطلبة على مشاهدة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة اكثر من ثلاث ساعات .
و نفسر هذا على نوعية واختلاف في الوقت المشاهدة واختلاف نوعية وطبيعة البرامج التي تعرض على القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة بنسبة للجنسين .

الجدول رقم (9) : توزيع أفراد العينة حسب الوقت التي تقضيه في مشاهدة قناة الشروق tv حسب متغير الجنس

المجموع		الإناث		الذكور		الجنس	مدة الزمنية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
% 56	56	% 48	24	% 64	32		اقل من ساعة
% 39	39	% 48	24	% 30	15		من ساعة الى ثلاث ساعات
% 05	05	% 04	02	% 06	03		اكثر من ثلاث ساعات
% 100	100	% 100	50	%100	50		المجموع

قراءة الجدول :

من خلال الجدول أعلاه اتفق اغلب المبحوثين على أنهم يقبلون قناة الشروق tv اقل من ساعة بنسبة 56 % بالتكرار 56 مفردة وتعتبر من نسبة الذكور 64 % أما نسبة الإناث 48 %، أما مشاهدة قناة الشروق tv من ساعة إلى ثلاث ساعات بنسبة 39 % بالتكرار 39 مفردة بين الذكور بنسبة 30 % أما نسبة الإناث 48 %، وتليها أكثر من ثلاث ساعات لمشاهدة قناة الشروق tv بنسبة 05 % بالتكرار 05 مفردة بين الذكور 06 % أما نسبة الإناث 04 % .

ومنه نفسر النتائج بان المبحوثين مرتبطين بالتزامات عملية او دراسية بالتالي فهم يشاهدون قناة الشروق tv حسب ظروفهم، ويعود نسبة مشاهدة قناة الشروق tv إلى الشهرة الكبيرة التي اكتسبتها وتنوع برامجها وهذا ما أدت إليه نتائج التي تحصلنا عليها .

الجدول رقم (10) : توزيع أفراد العينة حسب الوسيلة المفضلة لمشاهدة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة حسب متغير الجنس

المجموع		الإناث		الذكور		الوسيلة
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
% 68	68	% 70	35	% 66	33	تلفزيون
% 17	17	% 16	08	% 18	09	عن طريق الانترنت بالحاسوب
% 15	15	% 14	07	% 16	08	عبر تطبيقات الهاتف المحمول
% 100	100	% 100	50	% 100	50	المجموع

قراءة الجدول :

من خلال الجدول أعلاه كانت شاشة التلفزيون في المرتبة الأولى بنسبة 68 % بالتكرار 68 مفردة بين الذكور بنسبة 33 % أما نسبة الإناث 35 %، أما في المرتبة الثانية مشاهدة القنوات الفضائية عن طريق الانترنت بالحاسوب بنسبة 17 % بالتكرار 17 مفردة بين نسبة الذكور 18 % أما نسبة الإناث 16 %، وتليها في المرتبة الثالثة مشاهدة عن طريق تطبيقات الهاتف المحمول بنسبة 15 % بالتكرار 15 مفردة في حين نسبة الذكور 16 % أما نسبة الإناث 14 % .

يمكن تفسير التوزيع الغير المتكافئ إلى مواصلة الطلبة المبحوثين واعتمادهم على جهاز التلفزيون كوسيط إعلامي رئيسي للحصول على المعلومات رغم ظهور وسائل إعلامية إلكترونية جديدة في قناة الشروق tv على الرغم من أنها تبث عبر شبكة الانترنت

إلأنها تحظى بمتابعة ضئيلة جدا ويعود ذلك ربما إلى كثرة انشغالاتهم خلال الفترة الصباحية ثم الرجوع إلى المنازل مساء أو التفرغ للمشاهدة عبر التلفزيون فهو غير مكلف ولا يتطلب الذهاب إلى مقاهي الانترنتوبالإضافةإلى ضعف تدفق الانترنت في الجزائر .

الجدول رقم (11) : توزيع أفراد العينة بالنسبة للفترة الزمنية حسب المتغير الجنس

الجنس	الذكور		الإناث		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الصباحية	12	% 24	12	% 24	24	% 24
المسائية	38	% 76	38	% 76	76	% 76
المجموع	50	% 100	50	% 100	100	% 100

قراءة الجدول :

من خلال الجدول أعلاه فقد اقر أغلبية المبحوثين بنسبة 76 % على الفترة المسائية بالتكرار 76 مفردة بين الذكور والإناث بنسب متساوية تقدر 76 %، وتليها الفترة الصباحية التي كانت بنسبة 24 % بالتكرار 24 مفردة بين الذكور والإناث بالتساوي 24 % .

ويمكن تفسير على تخصيص المبحوثين للفترة المسائية لمشاهدة هو أن القناة تبث مختلف البرامج في تلك الفترة وهذا أيضا يعود إلى كثرة انشغال الطلبة في الفترة الصباحية وهو التوقيت الذي يسبق في غالب الضن خروج الطلبة من البيت وذهابهم إلى الجامعة، والرجوع إلى المنزل والتفرغ في الفترة المسائية مما تساعدهم على مشاهدة قناة شروق tv وضرورة معرفة الأخبار .

الجدول رقم (12) : توزيع أفراد العينة حسب تفضيل المبحوثين للقنوات الفضائية على العمومية حسب المتغير الجنس

الجنس	الذكور		الإناث		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نعم	38	% 76	38	% 76	76	% 76
لا	12	% 24	12	% 24	24	% 24
المجموع	50	% 100	50	% 100	100	% 100

قراءة الجدول :

من خلال الجدول أعلاه يبين لنا الذين يفضلون القنوات الفضائية الخاصة على العمومية كانت بنسبة 76 % بالتكرار 76 مفردة بنسب متساوية بين الذكور والإناث 76 %، وهذا يدل على مدى مشاهدة الطالب للقنوات الفضائية الخاصة وهي تعتبر نسبة كبيرة بالنسبة للذين يشاهدون القنوات العمومية 24 % بالتكرار 24 مفردة بين الذكور والإناث بنسب متساوية 24 % .

ومنه نفسر هذا على أن معظم الطلبة الذين يشاهدون القنوات الفضائية الخاصة لأنه يعتبرها حرة في نشر محتواها وليست مقيدة وواضحة، عكس العمومية نسبة مشاهديها ضئيلة جدا بالنسبة للخواص فهي لا تنتشر ما يحتاجه المواطن والمشاهد ولكن هناك من يراها أكثر احتراما للعادات والتقاليد .

الجدول رقم (13) : توزيع أفراد العينة حسب توضيح لمشاهدة القنوات الخاصة والقنوات العمومية حسب متغير الجنس

المجموع		الاناث		الذكور		الجنس التوضيح
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
% 11	11	% 10	05	% 12	06	القنوات الفضائية الخاصة الحرة
% 07	07	% 08	04	% 06	03	القنوات الفضائية الخاصة تلبي الحاجات
% 10	10	% 12	06	% 08	04	القنوات العمومية أكثر مصداقية
% 11	11	% 08	04	% 14	07	القنوات الفضائية الخاصة تبث البرامج المشوقة
% 10	10	% 03	03	% 14	07	القنوات الخاصة أكثر تفاعل
% 33	33	% 18	18	% 30	15	إجابات أخرى

قراءة الجدول :

من خلال الجدول أعلاه اعتبرها الأغلبية المبحوثين أن قناة الشروق tv هي حرة وتبث البرامج المشوقة بنسبة 11 % بالتكرار 11 مفردة وتليها أنهم يعتبرونها أكثر تفاعل عن القنوات العمومية بنسبة 10 % بالتكرار 10 مفردات ، في حين هناك من يعتبر أن القنوات العمومية

أكثر مصداقية وأنها تحترم خصوصية المجتمع الجزائري بنسبة 10 % بال تكرار 10 مفردات، أما فيما يخص القنوات الفضائية الخاصة تلبي حاجات المشاهد بنسبة 07 % بال تكرار 07 مفردات .

و منه نفس على أن اهتمام المشاهدين وتحول من القنوات الجزائرية العمومية ليقبل على القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة التي أصبحت بديلا عنها، ويرجع ذلك إلأنها جاءت القنوات الفضائية الخاصة كبديل إعلامي جديد للساحة الإعلامية الجزائرية، وكذا طبيعة المادة الإعلامية التي تقدمها القنوات الخاصة في طرحها وتطرقها لمختلف البرامج والمواضيع الحاصلة وتهتم بالرأي العام، وهذا ما أدبالي تفضيل المبحوثين للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة على العمومية .

➤ المحور الثالث : لطبيعة البرامج التي يشاهدها الطلبة و دوافع تعرضهم لها

(قناة الشروق tv) حسب متغير الجنس

الجدول رقم (14) : توزيع أفراد العينة حسب نوع البرامج التي يفضلها المشاهد الجزائري

لقناة الشروق tv حسب متغير الجنس

المجموع		الإناث		الذكور		الجنس نوع البرامج
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
52 %	52	44 %	22	60 %	30	مواجيز والنشرات الإخبارية
31 %	31	26 %	13	36 %	18	البرامج الحوارية
15 %	15	12 %	06	18 %	09	البرامج التي تعني بشؤون الأحداث الآنية
07 %	07	04 %	02	10 %	05	المتغطيات الخاصة
48 %	48	58 %	29	38 %	19	البرامج الاجتماعية
10 %	10	06 %	03	08 %	04	برامج أخرى

قراءة الجدول :

من خلال الجدول أعلاه اتضح لنا في المرتبة الأولى نسبة المواجهات والنشرات الإخبارية 52 % بالتكرار 52 مفردة منها لذكور بنسبة 60 % أما نسبة الإناث 44 %، أما في المرتبة الثانية البرامج الاجتماعية بنسبة 48 % بالتكرار 48 مفردة منها نسبة الذكور 38 % أما نسبة الإناث 58%، أما في المرتبة الثالثة البرامج الحوارية بنسبة 31 % بالتكرار 31 مفردة منها لذكور 36 % أما نسبة الإناث 26 %، وتليها البرامج التي تعني بشؤون الأحداث الآتية بنسبة 15 % بالتكرار 15 مفردة في حين إنا نسبة المتغطيات الخاصة 07 % بالتكرار 07 مفردات .

ومنه نفسر هذا على أنفراد العينة يولون أهمية كبيرة للمواجهات والنشرات الإخبارية والبرامج الاجتماعية والحوارية التي تبثها قناة الشروق tv، وهذا لما تتوفر عليه البرامج من عوامل تزيد من المعرفة والدوافع الإثارة، قد أصبح التلفزيون من أهم وسائل الإعلامية التي تعمل على حل مشاكل المجتمعات من خلال برامجها .

الجدول رقم (15) : توزيع أفراد العينة حسب البرامج التي يفضل المشاهد متابعتها في قناة الشروق tv حسب متغير الجنس

المجموع		الإناث		الذكور		البرامج
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
% 27	27	% 30	15	% 44	22	مراسلون
% 42	42	% 54	27	% 30	15	افتح قلبك
% 14	14	% 18	09	% 10	05	الساعة الدولية
% 38	38	% 30	15	% 46	23	وافعلوا الخير

الصحة هي الصح	11	% 22	13	% 26	24	% 24
خط احمر	11	% 22	21	% 42	32	% 32
لغز الجريمة	14	% 28	20	% 40	34	% 34
نقاط على الحروف	06	% 12	04	% 08	10	% 10
بعيدا عن السياسة	13	% 26	07	% 14	20	% 20
برامج اخرى	15	% 30	14	% 28	29	% 29

قراءة الجدول :

من خلال الجدول أعلاه كانت في المرتبة الأولى نسبة برنامج افتح قلبك بنسبة 42 % بالتكرار 42 مفردة بين الذكور بنسبة 30 % أما نسبة الإناث 54 %، وأما المرتبة الثانية برنامج وافعلوا الخير بنسبة 38 % بالتكرار 38 مفردة منها لذكور بنسبة 46 % أما نسبة الإناث 30 %، وفي المرتبة الثالثة لغز الجريمة بنسبة 34 % بالتكرار 34 مفردة منها لذكور بنسبة 28 % أما نسبة الإناث 40 %، وتليها برنامج خط احمر بنسبة 32 % بالتكرار 32 مفردة بين الذكور بنسبة 22 % أما نسبة الإناث 42 %، أما برنامج المراسلون كانت نسبته 27 % بالتكرار 27 مفردة موزعة بين الذكور بنسبة 44 % أما نسبة الإناث 30 % في حين برنامج بعيدا عن سياسة كانت نسبته 20 % بالتكرار 20 مفردة منها لذكور 26 % أما نسبة 14 %، أما الساعة الدولية كانت نسبتها 14 % بالتكرار 14 مفردة على الذكور بنسبة 10 % أما نسبة الإناث 18 %، وجاءت في المرتبة الأخيرة برنامج نقاط على الحروف بنسبة 10 % بالتكرار 10 مفردات موزعة بين الذكور بنسبة 12 % أما نسبة الإناث 08%.

ومنه نفسر أن اختيار المبحوثين للبرامج الاجتماعية من اجل حل المشاكل وهذا ما كانت عليه حصة افتح قلبك واغلب البرامج الاجتماعية والحوارية فهو يعتبر برنامج جزائري له

طابع إنساني يفتح أبواب الحوار بين الأشخاص ويقوم على حل مشاكلهم فهي تقوم على إقامة الصلح بينهم ولهذا اعتبر أكثر مشاهدة من بين البرامج الاجتماعية .

الجدول رقم (16) : توزيع أفراد العينة حسب تميز قناة الشروق tv عن غيرها من القنوات حسب متغير الجنس

المجموع		الإناث		الذكور		الجنس	تميز البرامج
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
% 53	53	% 50	25	% 56	28		تمتاز بالتنوع والشمول
% 26	26	% 28	14	% 24	12		تتناول مواضيع جديدة وانية
% 27	27	% 24	12	% 30	15		تناقش معظم القضايا التي تخص شباب الجزائري
% 23	23	% 24	12	% 22	11		تتلاءم مع العادات والتقاليد المجتمع الجزائري
% 16	16	% 18	09	% 14	07		تتمثل بالمصادقية والموضوعية في معالجة مختلف القضايا والأحداث

قراءة الجدول :

من خلال الجدول أعلاه اتضح لنا اكبر نسبة تمتاز بالتنوع والشمول بنسبة 53 % بالتكرار 53 مفردة موزعة بين الذكور بنسبة 56 % أما نسبة الإناث 50 % وتعتبر اعلي نسبة وتحتل المرتبة الأولى، أما في المرتبة الثانية تناقش معظم القضايا التي تخص الشباب الجزائري بنسبة 27 % بالتكرار 27 مفردة بين الذكور 30 % أما نسبة الإناث 24 %، أما في المرتبة الثالثة فهي تتناول مواضيع جديوقانية بنسبة 26 % بالتكرار 26 مفردة موزعة

بين الذكور 24 % أما نسبة الإناث 28 %، وتليها تتلاءم مع العادات والتقاليد المجتمع الجزائري بنسبة 23 % بال تكرار 23 مفردة بين الذكور بنسبة 22 % ونسبة الإناث 24 %، في حين أنها تتمثل بالمصادقية والموضوعية في معالجة مختلف القضايا والإحداث كانت بنسبة 16 % بال تكرار 16 مفردة موزعة بين الذكور بنسبة 14 % أما نسبة الإناث 18 % .

ومنه تتميز على إقبال الطلبة على قناة الشروق tv لمتابعة برامجها المتعددة والمتنوعة، لأنها تمتاز بالتنوع والشمول وتناقش قضايا الشباب وكل ما يخصهم فهي خصصت لهم بنسبة كبيرة البرامج الشبابية التي تعالج قضاياهم المختلفة .

الجدول رقم (17) : توزيع أفراد العينة حسب مستوى البرامج المعروضة في قناة الشروق tv حسب متغير الجنس

المجموع		الإناث		الذكور		الجنس مستوى البرامج
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
11 %	11	14 %	07	08 %	04	جيد جدا
61 %	61	64 %	32	58 %	29	جيدة
23 %	23	16 %	08	30 %	15	متوسطة
05 %	05	06 %	03	04 %	02	ضعيفة
00 %	00	00 %	00	00 %	00	ضعيفة جدا
100 %	100	100 %	50	100 %	50	المجموع

قراءة الجدول :

من خلال الجدول أعلاه تبين لنا الذين يعتبرون أن مستوى البرامج التي تعرض عبر القناة بطريقة جيدة كانت بنسبة 61 % بالتكرار 61 مفردة موزعة بين الذكور بنسبة 58 % والإناث 64 % وقد احتلت المرتبة الأولى، ما في المرتبة الثانية كانت بطريقة متوسطة بنسبة 23 % بالتكرار 23 مفردة بين الذكور بنسبة 30 % والإناث بنسبة 16 %، وتليها في المرتبة الثالثة مستوى جيد جدا بنسبة 11 % بالتكرار 11 مفردة بين الذكور بنسبة 08 % والإناث بنسبة 14 % وفي المرتبة الأخيرة مستوى ضعيف بنسبة 05 % بالتكرار 05 مفردات بين الذكور بنسبة 04 % والإناث 06 % .

ومنه نفسر هذا على أن معظم الطلبة يرون أن مستوى البرامج التي تعرض في قناة الشروق tv بطريقة جيدة وبطريقة متوسطة هذا يدل على أن اغلب الطلبة يتابعون القناة ويهتمون بالبرامج التي تعرض التي توافق مع احتياجاتهم .

الجدول رقم (18) : توزيع أفراد العينة حسب تلبية قناة الشروق tv لرغباتك وطموحاتك حسب متغير الجنس

الجنس	الذكور		الإناث		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
تلبية الحاجات						
نعم	44	% 88	42	% 84	86	% 86
لا	06	% 12	08	% 16	14	% 14
المجموع	50	% 100	50	%100	100	% 100

قراءة الجدول :

من خلال الجدول أعلاه اتضح لنا إجابة اغلب المبحوثين على تأكيدهم أن قناة الشروق tv تلبي لرغباتهم وطموحاتهم بنسبة 86 % بال تكرار 86 مفردة موزعة بين الذكور بنسبة 88 % أما نسبة الإناث 84 %، في حين أن هناك من أجاب أن قناة الشروق tv لا تلبي رغباتهم وطموحاتهم بنسبة 14 % بال تكرار 14 مفردة بين الذكور بنسبة 12 % والإناث بنسبة 16 % .

ومنه نفسر المعطيات الجدول الموضحة أعلاه يظهر ميل الطلبة المبحوثين إلى الإجابة المؤكدة على أن قناة الشروق tv هي قناة تنشر كل ما يتوجب نشره لكي يلبي رغبات وطموحات المشاهد .

الجدول رقم (19) : توزيع افراد العينة حسب قبول بمتابعة قناة الشروق tv حسب متغير الجنس

الجنس	الذكور		الإناث		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
تحظى بالقبول	46	% 92	42	% 84	88	% 88
لا	04	% 08	08	% 16	12	% 12
المجموع	50	% 100	50	% 100	100	% 100

قراءة الجدول :

من خلال الجدول أعلاه كانت نسبة تأكيدهم لقبول قناة الشروق tv بنسبة 88 % بال تكرار 88 مفردة موزعة على الذكور بنسبة 92 % أما نسبة الإناث 84 %، وهذا راجع للمادة الإعلامية وإمكانية اكتساب الأفكار والمعارف، في حين الذين لم تحظى قناة الشروق tv

بالمتابعة لديهم كانت بنسبة 12 % بالتكرار 12 مفردة بين الذكور بنسبة 08 % أما نسبة الإناث 16 % .

ومنه نفسر هذا على أن اغلب الطلبة يتلقون بشكل فعلي للمادة الإعلامية ويتفاعلون معها لذلك تحظى بالقبول لديهم بينما هناك الأقلية الذين لا يقبلون قناة الشروق tv .

الجدول رقم (20) : توزيع أفراد العينة حسب البرامج المقترحة التي تحظى بمتابعة على قناة الشروق tv حسب متغير الجنس

الجنس	الذكور		الإناث		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نعم	37	74 %	31	62 %	62	62 %
لا	13	26 %	19	38 %	32	32 %
المجموع	50	100 %	50	100 %	100	100 %

قراءة الجدول :

من خلال الجدول أعلاه تبين لنا أن اغلب المبحوثين أكدوا على أنهم يحضون بمتابعة بنسبة 68 % بالتكرار 68 مفردة موزعة بين الذكور بنسبة 74 % أما الإناث بنسبة 62 %، في حين نسبة الذين أكدوا على رفضهم لاقتراح البرامج التي تحظى بمتابعة 32 % بالتكرار 32 مفردة موزعة بين الذكور بنسبة 26 % أما الإناث بنسبة 38 % .

ومنه نفسر على أن قناة الشروق tv تحظى بمتابعة لدى اغلب المبحوثين وانها تحظى لاحترافية وانها تعكس الواقع الذي يعيشه المجتمع الجزائري وهذا من خلال برامجها الاجتماعية والحوارية الذي تعرضه عبر القناة .

جدول رقم (21) : توزيع أفراد العينة حسب البرامج المقترحة في قناة الشروق tv حسب متغير الجنس

المجموع		الإناث		الذكور		الجنس	اقترح البرامج
		النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
% 08	08	% 04	02	% 12	06		برامج رياضية
% 15	15	% 12	06	% 18	09		برامج تعالج واقع الشباب الجزائري
% 13	13	% 10	05	% 16	08		برامج تناقش قضايا الفساد في البلاد
% 10	10	% 20	10	% 00	00		برامج الطبخ
% 11	11	% 12	06	% 10	05		برامج أخرى

قراءة الجدول :

من خلال الجدول أعلاه كانت في المرتبة الأولى البرامج التي تعالج واقع الشباب الجزائري بنسبة 15 % بالتكرار 15 مفردة موزعة بين الذكور بنسبة 18 % والإناث بنسبة 12 %، أما في المرتبة الثانية البرامج التي تناقش قضايا الفساد في البلاد بنسبة 13 % بالتكرار 13 مفردة بين الذكور بنسبة 16 % والإناث بنسبة 10 %، أما في المرتبة الثالثة برامج الطبخ التي كانت نسبتها 10 % بالتكرار 10 مفردة من الإناث وتليها برامج الرياضة حيث كانت نسبتها 08 % بالتكرار 08 مفردات موزعة بين الذكور بنسبة 06 % أما نسبة الإناث 04 % أما باقي البرامج المقترحة كانت بنسبة 11 % بالتكرار 11 مفردة .

ومنه نفسر أن البرامج التي تعرض في قناة الشروق tv هي البرامج التي توفر مختلف المضامين التي تنال اهتمام المشاهد الجزائري، بالإضافة إلى تميزها بالمصداقية والشمولية في نقل الأخبار وإن تسعى للوصول إلى الاحترافية .

➤ المحور الرابع : الحاجات و الإشباعات المحققة من متابعة قناة الشروق tv

حسب متغير الجنس

جدول رقم (22) : توزيع أفراد العينة حسب الاشباعات التي تحققها لك قناة الشروق tv

حسب متغير الجنس

المجموع		الإناث		الذكور		الجنس الإشباعات المحققة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
% 47	47	% 42	21	% 52	26	الحصول على المعلومات
% 19	19	% 22	11	% 16	08	معرفة كل ما يخص قضايا الشباب
% 44	44	% 50	25	% 38	19	التعرف على الأحداث الجارية
% 33	33	% 16	08	% 22	11	معرفة جديد الساحة السياسية

قراءة الجدول :

من خلال الجدول أعلاه اتضح لنا أن اغلب المبحوثين اقرؤا على الحصول على المعلومات بنسبة 47 % بالتكرار 47 مفردة موزعة بين الذكور بنسبة 52 % والإناث بنسبة 42 %، وتليها التعرف على الأحداث الجارية بنسبة 44 % بالتكرار 44 مفردة بين الذكور بنسبة 38 % أما نسبة الإناث 50 %، في حين أن معرفة الساحة السياسية كانت بنسبة 33 % بالتكرار 33 مفردة موزعة بين الذكور بنسبة 22 % والإناث 16 % أما معرفة كل ما يخص الشباب كانت بنسبة 19 % بين الذكور بنسبة 16 % أما نسبة الإناث 22 %.

و منه نفسر من خلال النتائج المتحصل عليها أن المبحوثين يحصلون على المعلومات المختلفة من خلال مشاهدتهم لبرامج قناة الشروق tv فهي متنوعة ثقافية واجتماعية واقتصادية

... الخ، ما جعلهم يحصلون على المعلومات والاطلاع على كل ما يخص قضايا الشباب ومشاكلهم وكيف يوجهها .

جدول رقم (23) : توزيع أفراد العينة حسب البرامج الغير جديرة بالعرض على قناة الشروق tv حسب متغير الجنس

المجموع		الإناث		الذكور		الجنس
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	البرامج الغير جديرة بالعرض
% 09	09	% 10	05	% 08	04	البرامج الفكاهية (كميرا كاشي)
% 09	09	% 08	04	% 10	05	البرامج السياسية (بعيدا عن سياسة، الساعة الدولية)
% 05	05	% 06	03	% 04	02	برنامج ناس السطح
% 05	05	% 06	03	% 04	02	برنامج خط احمر
% 11	11	% 12	06	% 10	05	برامج أخرى

قراءة الجدول :

من خلال الجدول أعلاه اتضح لنا أن اغلب المبحوثين اقرروا على البرامج الفكاهة مثل كميرا كاشي بنسبة 09 % بالتكرار 09 مفردات التي يعتبرها أنها لا تروق للمشاهدونها لا تتماشى مع العادات والتقاليد الجزائرية، وتليها البرامج السياسية مثل البرنامج بعيدا عن السياسة والساعة الدولية بنسبة 09 % بالتكرار 09 مفردات هناك من يرى أنها غير جديرة بالعرض، وتليها برنامج ناس السطح وبرنامج خط احمر بنسبة 05 % بالتكرار 05 مفردات، كما أن هناك برامج أخرى .

و منه نفسر أن هناك بعض المبحوثين من يرى أن برامج في قناة الشروق tv غير جديرة بالعرض لأنها لا تتماشى مع العادات والتقاليد الجزائرية مثل برامج الفكاهة وهناك برامج تتدخل في خصوصيات الأفراد والعائلات وتفضح كل ما يحدث داخل البيوت الجزائرية

جدول رقم (24) : توزيع أفراد العينة حول تلبية قناة الشروق tv للحاجات الاجتماعية حسب متغير الجنس

المجموع		الإناث		الذكور		الجنس تلبية الحاجات الاجتماعية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
% 70	70	% 74	37	% 66	33	نعم
% 30	30	% 26	26	% 34	17	لا
%100	100	%100	50	%100	50	المجموع

قراءة الجدول :

من خلال الجدول أعلاه أن قناة الشروق tv تلي للمبحوثين الحاجات الاجتماعية بنسبة 70 % بالتكرار 70 مفردة موزعة بين الذكور بنسبة 66 % أما نسبة الإناث 74 %، في حين الذين رفضوا على تليتها للحاجات الاجتماعية بنسبة 30 % بالتكرار 30 مفردة موزعة بين الذكور بنسبة 34 % والإناث بنسبة 26 % .

و منه نفسر على أن اغلب المبحوثين أكدوا على أن قناة الشروق tv هي قناة تبث البرامج الاجتماعية حيث أنها توطد العلاقات الاجتماعية وتحل مشاكلهم عبر البرامج التي تبثها .

جدول رقم (25) : توزيع أفراد العينة حسب الحاجات الاجتماعية التي تلبّيها قناة الشروق
tv حسب متغير الجنس

المجموع		الإناث		الذكور		الجنس	الحاجات الاجتماعية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
% 11	11	% 08	04	% 14	07		التعرف على حياة المشاهير
% 43	43	% 44	22	% 42	21		الثقافة العامة والأخبار
% 19	19	% 16	08	% 22	11		توطيد العلاقات الاجتماعية
% 15	15	% 18	09	% 12	06		التوجيه والإرشاد
% 00	00	% 00	00	% 00	00		أسباب أخرى

قراءة الجدول :

من خلال الجدول أعلاه تبين لنا أن الثقافة العامة و الأخبار كانت بنسبة 43 % بالتكرار 43 مفردة موزعة بين الذكور بنسبة 42 % والإناث بنسبة 44 %، وتليها توطيد العلاقات الاجتماعية بنسبة 19 % بالتكرار 19 مفردة بين الذكور بنسبة 22 % أما الإناث بنسبة 16 %، في حين أن التوجيه و الإرشاد كان بنسبة 15 % بالتكرار 15 مفردة موزعة بين الذكور بنسبة 12 % والإناث بنسبة 18 %، أما التعرف على حياة المشاهير كانت بنسبة 11 % بالتكرار 11 مفردة منها لذكور بنسبة 14 % والإناث بنسبة 08 % .

ومنه نفسر هذا انه من خلال النتائج المبينة في الجدول أعلاه أن قناة الشروق tv استطاعت أن تنشر ثقافتها والأخبار وان توطد العلاقات الاجتماعية وتعززها عبر مختلف البرامج الاجتماعية التي تبثها، وتبين نوع البرامج التي يفضلها المشاهد عبر القناة، ووجدنا

أن البرامج الاجتماعية احتلت الصدارة وهذا ما تفسره إجابات المبحوثين وان نوع البرامج جعلتهم يتحكمون بواقعهم ويتعايشون مع مشاكلهم .

جدول رقم (26) : توزيع افراد حسب تلبية قناة الشروق tv مواضيع نقاش مع غيرك حسب متغير الجنس

المجموع		الإناث		الذكور		الجنس
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
% 87	87	% 92	46	% 82	41	نعم
% 13	13	% 08	04	% 18	09	لا
% 100	100	% 100	50	% 100	50	المجموع

قراءة الجدول :

من خلال الجدول أعلاه كانت الإجابة بنعم على مناقشتهم لمواضيع القناة بنسبة كبيرة 87% بالتكرار 87 مفردة موزعة بين الذكور بنسبة 82 % والإناث بنسبة 92 % في حين الذين لا يناقشون مواضيع القناة مع الغير كانت بنسبة 13 % بالتكرار 13 مفردة موزعة بين الذكور بنسبة 18 % والإناث بنسبة 08 % .

ومنه نفسر هذا على أن اغلب المبحوثين يناقشون مواضيع التي تبثها قناة الشروق tv عبر برامجها وخاصة المواضيع التي تهتم بالعائلات الجزائرية من مواضيع الاجتماعية ومواضيع التي تناقش شؤون البلاد في الآونة الأخيرة .

جدول رقم (27) : توزيع أفراد العينة حسب المواضيع التي تناقش عن قناة الشروق tv حسب متغير الجنس

الجنس	الذكور		الإناث		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الزملاء	12	% 24	09	% 18	21	% 21
أفراد العائلة	15	% 30	33	% 66	48	% 48
أصدقاء	22	% 44	06	% 12	28	% 28

قراءة الجدول :

من خلال الجدول أعلاه كانت مناقشة المبحوثين مع أفراد العائلة بنسبة 48 % بالتكرار 48 مفردة موزعة بين الذكور بنسبة 30 % أما الإناث بنسبة 66 %، وتليها مناقشة مع الأصدقاء بنسبة 28 % بالتكرار 28 مفردة بين الذكور بنسبة 44 % أما نسبة الإناث 12 %، في حين كانت مناقشة مع الزملاء بنسبة 21 % بالتكرار 21 مفردة موزعة بين الذكور بنسبة 24 % والإناث بنسبة 18 % .

ومنه نفسر أن اغلب المبحوثين قد اختاروا أفراد العائلة وهذا راجع لكونهم يلتقون مع بعضهم لمشاهدة برامج قناة الشروق tv، وهذا ما تبينه نتائج الجدول مما يؤدي الى دخول في مناقشات فيما بينهم حول مواضيع التي يتم بثها في البرامج عبر القناة خصوصا اذا كانت تهتم بالعائلات الجزائرية التي تعمل على حل المشاكل وفتح حوار ونقاش للوصول الى حلول، وهذا يؤكد أننا الإناث نفضل النقاش مع أفراد العائلة عكس الذكور فهم يفضلون نقاش مواضيع مع الأصدقاء والزملاء لكونهم يلتقون مع بعضهم .

جدول رقم (28) : توزيع أفراد العينة حسب الحاجات الثقافية التي تلبها قناة الشروق tv حسب متغير الجنسي

المجموع		الإناث		الذكور		الجنس تلبية الحاجات الاجتماعية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
% 80	80	% 84	42	% 76	38	نعم
% 20	20	% 16	08	% 24	12	لا
%100	100	%100	50	%100	50	المجموع

قراءة الجدول :

من خلال الجدول أعلاه أكدوا المبحوثين على تلبية القناة للحاجات الثقافية بنسبة 80 % بالتكرار 80 مفردة موزعة بين الذكور بنسبة 76 % والإناث بنسبة 84 % ، في حين الذين لم تلبها لهم قناة الشروق tv حاجات ثقافية بنسبة 20 % بين الذكور بنسبة 24 % والإناث 16 % .

ومنه نفسر أن اغلب المبحوثين يقرون على أن قناة الشروق tv تلبها الحاجات الثقافية من خلال برامجها والاستفادة من تجارب الآخرين للتوسيع المعلومات الثقافية .

جدول رقم (29) : توزيع أفراد العينة حسب الحاجات الثقافية التي تلبها قناة الشروق tv حسب متغير الجنس

المجموع		الإناث		الذكور		الجنس	الحاجات الثقافية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
% 37	37	% 34	17	% 40	20		معرفة الأخبار الثقافية
% 40	40	% 40	20	% 40	20		الاطلاع على التظاهرات والمناسبات الثقافية
% 21	21	% 22	11	% 20	10		اكتساب المعلومات متخصصة
% 11	11	% 14	07	% 08	04		تعلم مهارات جديدة
% 04	04	% 04	02	% 04	02		أسباب أخرى

قراءة الجدول:

من خلال الجدول أعلاه كانت نسبة الاطلاع على التظاهرات والمناسبات الثقافية 40% بالتكرار 40 مفردة موزعة بين الذكور بنسبة 40 % أما نسبة الإناث 40 %، وتليها معرفة الأخبار الثقافية بنسبة 37 % بالتكرار 37 مفردة بين الذكور بنسبة 40 % والإناث بنسبة 34 %، وتليها اكتساب المعلومات المتخصصة بنسبة 21 % بالتكرار 21 مفردة موزعة بين الذكور بنسبة 20 % والإناث بنسبة 11 %، في حين أن تعلم المهارات الجديدة كانت بنسبة 11 % بالتكرار 11 مفردة منها لذكور بنسبة 08 % والإناث 14 % .

ومنه نفسر انه من خلال متابعة المبحوثين لبرامج قناة الشروق tv فقد تحصل على مجموعة من الحاجات الثقافية كانت على رأسها بنسب متقاربة الاطلاع على التظاهرات والمناسبات الثقافية ومعرفة الأخبار الثقافية ما يدفعهم إلى مشاهدة البرامج الثقافية التي تمكنهم من

اختيار معلوماتهم الثقافية بالإضافة الى حصولهم على المعلومات جديدة توسع رصيدهم المعرفي والثقافي .

جدول رقم (30) : توزيع افراد العينة حسب الحاجات الدينية التي تلبها قناة الشروق tv حسب متغير الجنسي

المجموع		الإناث		الذكور		الجنس تلبية الحاجات الدينية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
% 64	64	% 74	37	% 54	27	نعم
% 36	36	% 26	13	% 46	23	لا
%100	100	%100	50	%100	50	المجموع

قراءة الجدول :

من خلال الجدول أعلاه كانت نسبة الذين أجابوا بنعم على تلبية القناة للحاجات الدينية 64% بالتكرار 64 مفردة موزعة بين الذكور بنسبة 54% والإناث بنسبة 74%، في حين الذين لم تلبها لهم قناة الشروق tv حاجات دينية بنسبة 36% بالتكرار 36 مفردة موزعة بين الذكور بنسبة 46% أما نسبة الإناث 26% .

ومنه نفسر من خلال نتائج الجدول أن اغلب المبحوثين يقرون على ان قناة الشروق tv تلبها لهم حاجات دينية من خلال برامجها التي تساعد أفراد العينة على فهم الدين الصحيح وتنمي لهم الوازع الديني .

جدول رقم (31) : توزيع أفراد العينة حسب الحاجات الدينية التي تليها قناة الشروق tv حسب متغير الجنس

المجموع		الإناث		الذكور		الجنس	الحاجات الدينية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
% 27	27	% 26	13	% 28	14		التمسك بالأخلاق
% 31	31	% 38	19	% 24	12		تنمية الوازع الديني
% 11	11	% 18	09	% 08	04		تساعد على فهم الدين الصحيح
% 19	19	% 18	09	% 20	10		معرفة التراث والثقافات الإسلامية
% 02	02	% 04	02	% 00	00		أسباب أخرى

قراءة الجدول :

من خلال الجدول أعلاه كانت نسبة تنمية الوازع الديني 31 % بالتكرار 31 مفردة موزعة بين الذكور بنسبة 24 % والإناث بنسبة 38 %، وتليها التمسك بالأخلاق كانت بنسبة 27 % بالتكرار 27 مفردة موزعة بين الذكور بنسبة 28 % أما الإناث بنسبة 26 %، و تليها معرفة التراث والثقافات الإسلامية بنسبة 19 % بالتكرار 19 مفردة منها لذكور بنسبة 20 % والإناث بنسبة 18 %، في حين أنها تساعد على فهم الدين الصحيح كانت بنسبة 11 % بالتكرار 11 مفردة منها لذكور بنسبة 08 % والإناث بنسبة 18 % .

ومنه نفسر هذا بان قناة الشروق tv استطاعت أن تلي الحاجات الدينية المختلفة والمتنوعة، فالمجتمع الجزائري ديانته الإسلام، و يبحث دائما عن من يساعده في ذلك فمكنته القناة من التمسك بأخلاقه وعلى فهم الدين الصحيح من خلال البرامج التي تعرضها القناة مثل برنامج

"وافعلوا الخير" والتي تمكن من الاستفسار عن أحكام الدين في مسأله اليومية من خلال طرح الأسئلة والأجوبة من طرف مختصين في الشريعة .

جدول رقم (32) : توزيع أفراد العينة حسب مدى نجاح قناة الشروق tv في تلبية الحاجات حسب متغير الجنسي

المجموع		الإناث		الذكور		الجنس مدى نجاح
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
% 14	14	% 20	10	% 08	04	بصورة كبيرة
% 72	72	% 72	36	% 72	36	بصورة مقبولة
% 14	14	% 08	04	% 20	10	لا تنجح في تلبية حاجاتك
%100	100	%100	50	%100	50	المجموع

قراءة الجدول:

من خلال الجدول أعلاه كانت أجوبة اغلب المبحوثين أنها نجحت بصورة مقبولة بنسبة 72% بالتكرار 72 مفردة موزعة بتساوي بين الذكور والإناث بنسبة 72 %، أما الذين نجحت عندهم بصورة كبيرة كانت بنسبة 14 % بالتكرار 14 مفردة موزعة بين الذكور بنسبة 08 % والإناث بنسبة 20 %، في حين الذين لم تنجح في تلبية الحاجات كانت بنسبة 14 % بالتكرار 14 مفردة موزعة بين الذكور بنسبة 20 % والإناث بنسبة 08 % .

ومنه نفسر على أن قناة الشروق tv نجحت بصورة مقبولة في تلبية الحاجات ورغبات الطلبة من خلال سعيها الدائم في عرض برامجها بأهم التقنيات الحديثة، حيث أصبحت تعرض برامجها بتقنية HD من اجل إيصال صورة أفضل للمشاهدين، كما أنها تحاول انتقاء ضيوف

برامجها بما يتناسب مع موضوع الحصة المقدمة وهذا ما جعل المبحوثين يجمعون على نجاحها بصورة مقبولة .

جدول رقم (33) : توزيع أفراد العينة حسب تطوير الأداء لقناة الشروق tv حسب متغير الجنس

المجموع		الإناث		الذكور		الجنس	دوافع لتطوير
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
% 40	40	% 42	21	% 38	19	من حيث توقيت البث	
% 36	36	% 34	17	% 38	19	من حيث المضمون	
% 24	24	% 24	12	% 24	12	من حيث اسلوب وشكل التقديم	
%100	100	%100	50	%100	50	المجموع	

قراءة الجدول :

من خلال الجدول أعلاه كانت حسب توقيت البث بنسبة 40 % بالتكرار 40 مفردة موزعة بين الذكور بنسبة 38 % والإناث بنسبة 42 %، وتليها تطوير الأداء حسب المضمون بنسبة 36 % بالتكرار 36 مفردة موزعة بين الذكور بنسبة 38 % والإناث بنسبة 34 %، في حين الذين أجابوا حسب تطويرها من حيث أسلوب والشكل بنسبة 24 % بالتكرار 24 مفردة موزعة بالتساوي بين الذكور و الإناث بنسبة 24 % .

ومنه نفسر أن اغلب المبحوثين أكدوا على تطوير الأداء في قناة الشروق tv من اجل تقديم الحلول وتوزيع البرامج في الأوقات المناسبة التي تمكن المشاهد من مشاهدتها وتقديم مواضيع جادة لمواكبة كل المستجدات .

جدول رقم (34) : توزيع أفراد العينة حسب المقترحات لتطوير أداء قناة الشروق tv حسب متغير الجنس

المجموع		الإناث		الذكور		الجنس	الاقتراحات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
%14	14	%16	08	%12	06	بث البرامج في الفترة المسائية	من حيث توقيتا لبث
%11	11	%12	06	%10	05	عدم بث البرامج ليلا	
%08	08	%06	03	%10	05	مواكبة أخبار الدولة	من حيث المضمون
%07	07	%08	04	%06	03	مناقشة مواضيع الشباب واحترام العائلة الجزائرية	
%13	13	%14	07	%12	06	تحسين انتقاء المواضيع الجادة	
%16	08	%08	04	%08	04	انتقاء صحافيين يتميزون بالكفاءة والمهنية	من حيث أسلوب وشكلا لتقديم
%12	06	%04	02	%08	04	استخدام التقنية في تطوير أسلوب الحديث	
%10	05	%04	02	%06	03	نقل الحوارات بشكل جيد	

قراءة الجدول :

من خلال الجدول أعلاه كانت إجابة المبحوثين بتطوير و تحسين بث من خلال عدم عرض البرامج ليلا بنسبة 11 % بالتكرار 11 مفردة وعرضها في الفترة المسائية بنسبة 14 % بالتكرار 14 مفردة

ومن حيث المضمون أجاب المبحوثين من اجل تطويرها من حيث حسن انتقاء المواضيع الجادة بنسبة 13% بالتكرار 13 مفردة، أما مواكبة إخبار الدولة كانت بنسبة 08 % بالتكرار 08 مفردة، ومناقشة مواضيع الشباب واحترام العائلة الجزائرية كانت بنسبة 07 % بالتكرار 07 مفردات .

ومن حيث أسلوب وشكل التقديم أجاب المبحوثين من اجل تطويرها وانتقاء صحافيين يتميزون بالكفاءة والمهنية بنسبة 08 % بالتكرار 08 مفردات، أما استخدام تقنية في تطوير أسلوب الحديث كانت بنسبة 06 % بالتكرار 06 مفردات، ونقل الحوارات بشكل جيد كانت بنسبة 05 % بالتكرار 05 مفردات .

و منه نفسر أن المبحوثين يرغبون في وضع البرامج في الفترة المسائية وعدم وضعها في الليل وهذا من اجل تقسيم أوقات بث البرامج التي تمكن المشاهد من مشاهدتها لكي لا تزدحم البرامج ويتم توزيعها حسب الأوقات التي تساعده، كما يفضل المبحوثين في تحسين انتقاء مواضيع تتناسب مع اهتماماتهم وتركيز في مواضيع الجادة التي تواكب أخبار الدولة وتناقش مواضيع الشباب باعتبارهم الفئة الأكثر حيوية ونشاط ويرتبط مستقبلهم بالوطن، كما إنهم يفضلون تقديم صحافيين ذو كفاءة وخبرة وذو مستوى إعلامي جيد من اجل عرض البرامج باستخدام تقنيات في تطوير أسلوب الحديث لنقل الحوارات بشكل جيد للتميز وإعطاء صورة أفضل لقناة الشروق tv .

جدول رقم (35) : توزيع أفراد العينة حسب الاقتراحات الأخرى حول قناة الشروق tv حسب متغير الجنس

المجموع		الإناث		الذكور		اقتراحات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
% 13	13	% 10	05	% 16	08	دراسة البرامج قبل عرضها
% 08	08	% 08	04	% 08	04	الحصول على صحفيين ذو خبرة وكفاءة
% 08	08	% 04	02	% 12	06	إدراج البرامج الرياضية
% 13	13	% 12	06	% 14	07	إدراج البرامج التوعوية للشباب حول القضايا المطروحة

قراءة الجدول :

من خلال الجدول أعلاه اقترح المبحوثين دراسة البرامج قبل عرضها وإدراج البرامج التوعوية للشباب حول القضايا المطروحة بنسبة 13 % بالتكرار 13 مفردة، كما اقترح المبحوثين للحصول على صحفيين ذو خبرة وكفاءة وإدراج برامج الرياضية بنسبة 08 % بالتكرار 08 مفردة .

ومنه نفسر ما تتميز به هذه الفئة من حيث التجديد والتغير كما أنها تبحث دائماً عن الحرية والجرأة في إدراج مواضيع تناسب البرامج التي تطرح في قناة الشروق tv، كما يجب إدراج برامج لتوعية الشباب من قضايا الفساد وخطر المخدرات التي تسبب في الإدمان التي تعتبر من القضايا المطروحة في الآونة الأخيرة ، وأيضاً إدراج برامج رياضية التي تخص فئة الشباب والحصول على صحفيين ذو خبرة وكفاءة ليتمكنوا من توصيل الأحداث والإخبار بدقة ومصداقية .

3. المبحث الثالث : النتائج العامة للدراسة

بعد انفتاح مجال السمي البصري وظهر ما يسمى بالتعددية الإعلامية في الجزائر وانتشار القنوات الفضائية الخاصة والتي أصبحت تشكل محورا مهما في حياة الفرد الجزائري، ومن خلال تفريغنا للبيانات التي جمعناها عن طريق الاستمارات ووضعها في جداول البسيطة والمركبة، قمنا بتلخيصها في النتائج التالية :

❖ يتضح لنا من خلال نتائج الجدول أن اغلب المبحوثين يشاهدون القنوات الفضائية الخاصة بفترات متقاطعة .

❖ تبين لنا من خلال نتائج الجدول أن معظم المبحوثين يفضلون مشاهدة قناة الشروق tv عن باقي القنوات الفضائية الخاصة .

❖ يتضح لنا من خلال نتائج أن اغلب المبحوثين يفضلون مشاهدة القنوات الفضائية الخاصة وقناة الشروق tv أيضا في اقل من ساعة .

❖ يتضح لنا من خلال نتائج الجدول أن معظم المبحوثين يرغبون بمشاهدة القنوات الفضائية الخاصة عبر جهاز التلفزيون .

❖ كما يبين لنا في نتائج الجدول أن معظم المبحوثين يفضلون مشاهدة القنوات الفضائية الخاصة وقناة الشروق tv في الفترة المسائية .

❖ يتضح لنا من خلال نتائج الجدول أن اغلب المبحوثين يفضلون مشاهدة القنوات الفضائية الخاصة على القنوات العمومية، كما يرى اغلب المبحوثين ان القنوات الفضائية الخاصة هي قناة حرة وتبث برامج مشوقة .

❖ تبين لنا نتائج الجدول أن اغلب المبحوثين يرغبون في مشاهدة المواجيز والنشرات الإخبارية كما أنهم يفضلون مشاهدة البرامج الاجتماعية عبر قناة الشروق tv .

❖ يتضح لنا من خلال نتائج الجدول أن معظم المبحوثين يفضلون مشاهدة البرنامج الاجتماعي " افتح قلبك " عبر قناة الشروق tv .

- ❖ يتضح لنا من خلال نتائج الجدول أن اغلب المبحوثين يؤكدون على ان قناة الشروق tv تمتاز بالتنوع والشمول كما أنها تناقش معظم القضايا التي تخص الشباب الجزائري .
- ❖ يتضح لنا من خلال نتائج الجدول أن معظم المبحوثين يؤكدوا أن مستوى قناة جيدة فهذا يدل على أن اغلب المبحوثين يشاهدون قناة الشروق tv .
- ❖ تبين لنا نتائج الجدول أن معظم المبحوثين أكدوا على أن قناة الشروق tv هي قناة تلبية لرغباتهم وطموحاتهم، كما أكدوا أنها تحظى بالقبول لدى المشاهدين .
- ❖ استطاعت قناة الشروق tv إلى حد كبير أن تلبية للمبحوثين حاجاتهم ورغباتهم من خلال الحصول على المعلومات والتعرف على الأحداث الجارية .
- ❖ اتضحت لنا من خلال نتائج الجدول أن قناة الشروق tv تلبية للمشاهدين الحاجات الاجتماعية من خلال البرامج التي يتم عرضها من الثقافة العامة والأخبار وتوطيد العلاقات الاجتماعية .
- ❖ يتضح لنا من خلال نتائج الجدول أن قناة الشروق tv تلبية مواضيع نقاش مع أفراد العائلة باعتبارها تبث البرامج الاجتماعية و المواجيز و الأخبار كما أنها تعتبر قناة العائلة .
- ❖ اتضحت لنا من خلال نتائج الجدول أن قناة الشروق tv تلبية للمشاهدين الحاجات الثقافية من خلال الاطلاع على التظاهرات والمناسبات الثقافية ومعرفة الأخبار الثقافية .
- ❖ يتضح لنا من خلال نتائج الجدول أن قناة الشروق tv تلبية للمشاهدين الحاجات الدينية تنمية الوازع الديني والتمسك بالأخلاق .
- ❖ يتضح لنا أن قناة الشروق tv نجحت بصورة مقبولة وهذا ما أكدت عليه النتائج التي تحصلنا عليها .

خلاصة :

شكل ظهور القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة انعطافا حاسما في مسيرة الإعلام الجزائري، ونقله نوعية ومستوى المعالجة الإعلامية من القضايا التي تمس مجتمعنا، لا رضاء مشاهديها حتى ترقى لمستوى تطلعات جمهورها .

ومن هنا قمنا بعرض وتحليل البيانات المتحصل عليها من خلال الجانب الميداني والتعليق على الجداول، توصلنا إلأن قناة الشروق tv هي القناة التي تحظى بتابعة من طرف المبحوثين، كما توصلنا إلأن هناك دوافع مختلفة تجعل من القناة محط اهتمام ومتابعة، كما توصلنا إلأن قناة الشروق tv تلبي احتياجات المشاهدين من طلبة الإعلام والاتصال بالأغواط .

لجنة تحكيم استمارة الاستبيان :

أساتذة التحكيم
أ. حجار خرفان خير الدين
أ. خويلد موسى
أ. د . بن الشين أحمد
د . طريف عطا الله

خاتمة

خاتمة:

يعد البث التلفزيوني الفضائي من أهم التطورات التقنية في مجال الاتصالات في أواخر القرن العشرين إلى يومنا هذا ، فقد أتاحت تقنيات الاتصال الحديثة إمكانات هائلة في تطوير وسائل التوزيع و البث ، مما سمح لدولة الجزائرية بالاتخاذ التدابير اللازمة بعد الاستقلال و استرجاع وتأسيس مبنى الإذاعة و التلفزيون و تبعيته للقطاع العام .

وفي الأخير حاولنا من خلال هذه الدراسة الكشف عن القنوات الفضائية و الإعلام التلفزيوني الخاص ، فكما لاحظنا من هذه الدراسة أنه لم يعد مقتصر على وظيفة الإعلام أو نقل الأحداث و المستجدات ، فمنذ خمسين سنة على فتح القطاع السمعي البصري و احتكار الحكومة الجزائرية للتلفزيون قامت الجزائر بحالة طوارئ و سمحت بالتعددية في مجال السمعي البصري وبعد فتح القطاع الإعلام الجزائري أمام الخواص ، تسارعت القنوات الفضائية الخاصة في الظهور واحدة تلو الأخرى و ذلك حسب قانون السمعي البصري الذي ظهر في 2012 ، وذلك بفتح نافذة الاستثمار التي ساهمت في انتشار القيم و الأفكار التي تمس الفرد الجزائري .

ومن بين القنوات التلفزيونية الخاصة أصبحت قناة الشروق tv قناة تلفزيونية خاصة ذات شخصية قانونية مستقلة انطلق بثها التجريبي في 2011 ، كما تمتلك القناة مكاتب عالمية و على المستوى الوطني ، و كما استطاعت أن تحتل المرتبة الأولى وكانت لها مكانة لدى الجمهور الجزائري ، كما استطاعت قناة الشروق tv من خلال باقة من برامجها ان تحظى بنسب عالية بين أوساط الجمهور من مختلف الفئات .

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

➤ الكتب :

1. البكري ، ايداد شاكر ، تقنيات الاتصال بين زمنين دار الشروق عمان ، 2003.
2. قباري محمد إسماعيل :علم الاجتماع الجماهيري وبناء الاتصال، منشأة المعارف الإسكندرية، 1984
3. جلال عبد الفتاح ، البث الاذاعي و التلفزيون المباشر، الهيئة المصرية العامة للكتاب ، القاهرة 1994 .
4. جيرنيو احمد جالو ، الفضائيات المتخصصة و الصورة الذهنية ، دار اسامة للنشر و التوزيع الاردن . عمان 2016 .
5. حسن عماد المكاوي ، تكنولوجيا الاتصال الحديثة في عصر المعلومات ، الدار المصرية اللبنانية ، 2003 .
6. حسن عماد المكاوي ، ليلي حسين السيد ، الاتصال و نظرياته المعاصرة ، دار المصرية اللبنانية . 1998 .
7. حسن عماد المكاوي ، وعاطف عدلي العبيد ، نظريات الاعلام ، جامعة القاهرة ، 2007 .
8. ذياب محمد بردي الديحاني ، ظاهرة القنوات التلفزيونية الفضائية ، مجلس الامة دولة الكويت ، 1997 .
9. رجاء وحيد دويدري ، بحث العلمي اساسياته النظرية و ممارسة العلمية ، دار الفكر المعاصر، بيروت - لبنان 2000 .
10. راسم محمد الجمال ، الاتصال و الاعلام في العالم العربي في عصر العولمة ، دار المصرية اللبنانية ، القاهرة 2006 .

11. سامي الشريف ، الفضائيات ، رؤية نقدية ، دار النهضة العربية ، القاهرة 2004 .
12. طه أحمد الزيدي ، سين عليوي الطائي ، يسري خالد ابراهيم ، دراسات في تأثير القنوات الفضائية على المجتمع و فئاته ، دار النفائس للنشر والتوزيع الاردن 2014 .
13. عبد الله شقروان ، الاعلام المسموع و مجالات تطويره و الاستفادة من انجازات تكنولوجيا الاتصال الحديثة ، دار النهضة العربية 2004 .
14. عبد الفتاح عبد النبي ، تكنولوجيا الاتصال و الثقافة بين النظرية و التطبيق ، دار العربي للنشر القاهرة 1990 .
15. عبد الله فتحي الظاهر و علي احمد خضر المعماري ، أثر القنوات الفضائية ، دار غيداء للنشر و التوزيع 2014 .
16. مازن مرسل ، محمد الحطاب ، الفضائيات و التغيير الاجتماعي ، مجلة الجندول العدد 24 . ص 2005 .
17. مرزوق عبد الحكم العادلي ، الاعلانات الصحفية دراسة في الاستخدامات و الاشباعات ، دار الفجر للنشر و التوزيع 2004 .
18. محمود حسن اسماعيل ، مبادئ علم الاتصال و نظريات التأثير ، دار علمية للنشر و التوزيع الاهرام مصر 2003 .
19. محمد صلاح الدين مصطفى و احمد رجاء عبد الحميد ، كتاب البحث العلمي و مناهجه ، قطاع الشؤون الاجتماعية 2010 .
20. محمد زكريا ، القنوات الفضائية و القيم الاجتماعية مركز الاسكندرية للكتاب 2002 .
21. محمد عبد النبي سيد غانم ، منهجية البحث العلمي ، دليل الباحث المبتدئ الى موضوعات البحث و رسائل الماجستير و الدكتوراه

➤ الأطروحات :

• الدكتوراه

1. ابراهيم يحياوي ، القنوات الفضائية وثقافة الشباب ، الطالب الجامعي الجزائري أنموذجا – أطروحة مقدمة ضمن متطلبات لنيل شهادة الدكتوراه في علوم فرع علم اجتماع ، جامعة محمد دباغين سطيف 2017 / 2018 .

• الماجستير

1. المنصف المعياري ، محمد عبد الكافي ، القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة سلسلة بحوث و الدراسات الاذاعية اتحاد الاذاعات الدول العربية (56) تونس 1427 هـ / 2006 م
2. الهادف نور الدين ، تكنولوجيا الحديثة للاعلام و الاتصال و الاستخدامات الاشباعات شاهدة ماجستير بالجزائر 2007 / 2008 .
3. الزهراني محمد بن عبد الله الكبش ، دوافع تعرض الجمهور للقنوات الفضائية المتخصصة ، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في جامعة الإمام بن سعود الاسلامية بالسعودية 2009 .

• الماستر

1. ابراهيم زيتوني ، صابر زيتوني ، دوافع تعرض طلبة جامعة المسيلة للبرامج الحوارية في قناة الشروق tv ، طلبة قسم الإعلام و الإتصال بجامعة مسيلة أنموذجا ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر بجامعة محمد بوضياف بمسيلة 2017 .
2. بقلبي فطوم ، مطبوعة لمحتوى مقياس منهجية البحث ، في علوم الاعلام و الاتصال ، مذكرة لنيل شهادة الماستر بجامعة محمد بوضياف مسيلة 2016.

3. بن يوسف هبة نسرين ، استخدامات المرأة الماكثة في البيت لقناة الشروق بنة الفضائية ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام و الاتصال ، دراسة ميدانية بولاية المسيلة 2016 / 2017 .
4. حمادي كنزة ، البرامج المرأة الموجهة للمرأة في الفضائيات العربية برنامج " كلام نواعم " - نموذجاً - مذكرة لنيل شهادة الماستر ، جامعة العربي التبسي 2015 / 2016 .
5. خلود شريط ، صورة الذهنية للإعلام التلفزيوني الخاص قناة النهار -نموذجاً- ، مذكرة لنيل شهادة الماستر بجامعة تبسة 2016
6. دلال فرحات حميدة ، سعيدية بن منصور ، فردوس تليلي مبروكة سعيدات ، مساهمة القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة في اشباع حاجات الجمهور ، دراسة ميدانية على طلبة كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية - قناة الشروق الجزائرية tv نموذجاً - جامعة قاصدي مرباح ورقلة 2013 / 2014 .
7. دروي منى ، اتجاهات الطلبة الجامعيين الجزائريين نحو الدراما التلفزيونية المدبلجة ، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة العربي بن مهدي ام بواقي مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر ، جامعة العربي بن مهدي ام بواقي 2016 / 2017 .
8. رزيق سامية ، البرامج الاجتماعية في الفضائيات الجزائرية الخاصة برنامج - وراء الجدران - قناة النهار - نموذجاً - مذكرة لنيل شهادة ماستر بجامعة العربي التبسي - تبسه - 2016 .
9. ربيعة قراح ، نور الهدى غراف ، دور القنوات الجزائرية الخاصة بتقديم الخدمة العمومية حسب رأي أساتذة الإعلام و الاتصال بجامعة ام بواقي، مذكرة لنيل شهادة الماستر بجامعة العربي بن مهدي أم بواقي 2015 / 2016.

10. شريف عبد اللطيف ، حاج مبارك عبد الغني ، اتجاهات الجمهور إزاء مصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة - قناة النهار -انموذجا- مذكرة لنيل شهادة الماستر جامعة محمد بوضياف - مسيلة 2016 / 2017 .
11. صايم الحاج جعفر الصادق ، اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو البرامج الإخبارية للقناة الشروق الجزائرية الخاصة ، دراسة ميدانية على عينة من جمهور الطلبة بجامعة الدكتور مولاي الطاهر سعيدة ، جامعة الدكتور مولاي الطاهر بسعيدة 2016 / 2017 .
12. فوال ايمان ، علاقة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة بواقع الشباب الجزائري ، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة مولود معمري بتييزي وزو ، جامعة محمد الصديق بن يحي / جيجل .
13. قاسي علاء الدين ، زويدي ايمان ، بوعاتي ادريس، صورة القنوات الجزائرية الخاصة لدى جمهورها ، قناة النهار نموذجا . دراسة ميدانية بجامعة 08 ماي 1945 بقالمة 2016 / 2017 .
14. مراد دلال ، استخدام المرأة للقنوات الفضائية و الاشباعات المحققة ، مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات للحصول على شهادة الماستر جامعة الشهيد حمة لخضر الوادي 2014 / 2015 .
15. مريم حاجي ، استخدام الشباب الجزائري لقناة الشروق tv و الاشباعات المحققة ، دراسة ميدانية على عينة من شباب مدينة ام بواقي ، جامعة العربي بن مهيدي ام بواقي 2015 / 2016 .

➤ الموقع الالكتروني :

1. <https://ar.wikipedia.org/wiki/17.05.2019> الشروق تي في
2. <https://ar.wikipedia.org/wiki/17.05.2019>

كا_بي_سي_(قناة_جزائرية)

3. <https://ar.wikipedia.org/wiki/> 17.05.2019 دزير نيوز
4. <https://ar.m.wikipedia.org/wiki/> 17.05.2019 الشروق تي في
5. <https://tv.echoroukonline.com> 17.05.2019

قائمة الملاحق

ملحق رقم : (1)

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عمار ثليجي - الاغواط -

كلية العلوم الانسانية والعلوم الاسلامية والحضارة

قسم: علوم الاعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

استمارة بحث موجهة لطلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بكلية العلوم الانسانية والعلوم الاسلامية والحضارة

بعنوان:

دوافع تعرّض الطلبة الجامعيين للبرامج التلفزيونية للقنوات الجزائرية الخاصة والإشباعات المحقّقة

دراسة ميدانية على عينة من مشاهدي قناة الشروق tv

من طلبة جامعة - عمار ثليجي - الاغواط

رسالة مقدمة لنيل شهادة الماستر في الاتصال والعلاقات العامة

إشراف الدكتور:

سليم معيزة

إعداد:

- نسرين شبيبي

- رباب قويدري

ملاحظة هامة:

1. ضع علامة (x) في الإجابة المناسبة.

2. المعلومات المحصل عليها تبقى سرية وتستخدم لأغراض البحث العلمي فقط.

✓ المحور الأول: البيانات العامة:

1. الجنس :

ذكر

انثى

2. العمر : من 19 إلى 24 من 25 إلى 29 من 30 إلى 34 أكثر من 34

3. طور الدراسة الجامعية :

- ليسانس

- ماجستير

- دكتوراه

4. هل انت مقيم بالحي الجامعي : نعم لا

5. الحالة الاجتماعية:

- أعزب

- متزوج

✓ المحور الثاني: عادات وأنماط مشاهدة الطلبة للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة.

6- ما مدى مشاهدتك للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة؟

دائم متقطع نادر

7- ماهي القنوات التي تفضل مشاهدتها مع ذكر الترتيب حسب تفضيلك لها (من 1 الى 7)؟

- قناة شروق tv
- قناة شروق نيوز
- قناة الجزائرية
- قناة النهار
- قناة نوميديا
- قناة دزاير
- قناة الخبر
- قناة اخرى : اذكرها

8 - كم تقضي من الوقت في مشاهدة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة؟

اقل من ساعة من ساعة إلى ثلاث ساعات اكثر من ثلاث ساعات

9- كم تقضي من الوقت في مشاهدة قناة الشروق tv؟

اقل من ساعة من ساعة إلى ثلاث ساعات أكثر من ثلاث ساعات

10- عن طريق ماذا تشاهد محتوى القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة؟

عن طريق التلفزيون عن طريق الانترنت بالحاسوب عن طريق تطبيقات الهاتف المحمول

11- هل أنت من مشاهدي قنوات الفضائية الجزائرية و قناة الشروق tv في الفترة؟

الصباحية المسائية

12- هل تفضّل متابعة القنوات الفضائية الخاصة على حساب القنوات العمومية (قنوات التلفزيون العمومي)؟

نعم لا

12-1 لماذا؟.....

✓ المحور الثالث: طبيعة البرامج التي يشاهدها الطلبة ودوافع التعرّض لها (قناة شروق TV)

- (ملاحظة: يمكنك اختيار أكثر من اجابة في الاسئلة التي تستوجب ذلك)

13- مانوع البرامج التي تفضّل متابعتها على قناة شروق tv؟

المواجيز والنشرات الإخبارية

البرامج الحوارية

البرامج التي تعني بشؤون الاحداث الآتية

التغطيات الخاصة

برامج اجتماعية

..... برامج اخرى:

14- ماهي البرامج التي تفضل مشاهدتها على قناة شروق tv ؟

مراسلون

افتح قلبك

الساعة الدولية

وافعلوا الخير

الصحة هي الصح

خط أحمر

لغز الجريمة

نقاط على الحروف

بعيدا عن السياسة

..... برامج اخرى،اذكرها:

15- بماذا تتميز برامج قناة الشروق tv عن غيرها من القنوات الخاصة الاخرى؟

- تمتاز بالتنوع و الشمول
- تتناول مواضيع جديدة وآنية
- تناقش معظم القضايا التي تخص الشباب الجزائري
- تتلاءم مع عادات وتقاليد المجتمع الجزائري
- تتمثل المصادقية والموضوعية في معالجة مختلف القضايا والاحداث
- مميزات أخرى اذكرها.....

16- هل ترى أن مستوى البرامج المعروضة في قناة شروق tv ؟

- جيّدة جدا جيّدة متوسّطة ضعيفة ضيفة جدا

17- البرامج التي تشاهدها على قناة شروق tv تلبّي رغباتك وطموحاتك؟

- نعم لا

18- هل ترى أن قناة شروق tv جديرة بالمتابعة، وتحظى بالقبول لدى اغلبية الجزائريين؟

- نعم لا

19- هل تقترح بث برامج معيّنة من شأنها ان تحظى بمتابعة كبيرة على قناة الشروق تي في؟

- نعم لا

19-1 اذا كانت الاجابة ب نعم ، اذكر إحدى البرامج المقترحة:.....

✓ **المحور الرابع: الحاجات و الإشباعات المحققة من متابعة قناة شروق TV.**

20 - ماذا تحقق لك مشاهدة قناة شروق tv من إشباعات؟ (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- الحصول على معلومات
- معرفة كل ما يخص قضايا الشباب
- التعرف على الاحداث الجارية في الوطن
- معرفة جديد الساحة السياسية
- أسباب أخرى:.....

21- اذكر بعض البرامج التي ترى انها غير جديرة بالبحث عبر قناة الشروق تي في مع التبرير؟

22- هل تلبي لك مشاهدة قناة شروق tv حاجات اجتماعية؟

نعم لا

22-1 اذا كانت الاجابة ب نعم ،فيما تتمثل:

- التعرف على حياة المشاهير
- الثقافة العامة والايخار
- توطيد العلاقات الاجتماعية
- التوجيه والإرشاد

..... اسباب اخرى :

23 - هل تشكّل البرامج التي تشاهدها على قناة شروق tv مواضيع نقاش مع غيرك ؟

نعم لا

23-1 اذا كانت الاجابة بنعم ، مع من تناقشها :

مع الزملاء مع أفراد العائلة مع أصدقائك

24- هل تلبي لك قناة شروق tv حاجات ثقافية :

نعم لا

24-1 إذا كانت الإجابة بنعم فيما تتمثل ؟ (يمكن اختيار اكثر من اجابة) :

- معرفة الاخبار الثقافية
- الاطلاع على التظاهرات والمناسبات الثقافية
- اكتساب معلومات متخصصة
- تعلم مهارات جديدة

..... أسباب أخرى:

25- هل تلبي لك قناة شروق tv حاجات دينية ؟

نعم لا

25-1- إذا كانت الإجابة بنعم فيما تتمثل (يمكن اختيار أكثر من إجابة)

- التمسك بالأخلاق
- تنمية الوازع الديني
- تساعد على فهم الدين الصحيح
- معرفة التراث والثقافات الإسلامية
- اسباب اخرى :

26- الى أيّ مدى نجحت برامج قناة شروق tv في تلبية حاجاتك ؟

- بصورة كبيرة بصورة مقبولة لا تتجح في تلبية حاجاتك

27- ماذا تقترح لتطوير أداء قناة شروق tv :

- من حيث توقيت البث
- الاقتراح:
- من حيث المضمون
- الاقتراح:
- من حيث اسلوب وشكل التقديم
- الاقتراح:

28- اقتراحات اخرى، اذكرها :

.....

شكرا لكم

ملحق رقم : (2)



معلومات عامة

النوع	كل أنواع برامج
الشعار التجاري	« قناة كل العائلة »
الشعار	(بالعربية: قناة كل العائلة) 
المالك	مجمع الشروق للإعلام و النشر
المدير	علي فضيل
تاريخ التأسيس	6 مارس 2011
تاريخ أول بث	6 مارس 2011
تاريخ آخر بث	حتى الان
صيغة الصورة	SD
	HD
البلد	الجزائر
اللغة	اللغة العربية ، اللغة الجزائرية





الشروق

