

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الاعلام والاتصال



إقبال الطلبة على القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة

- الشروق Tv أنموذجا -

دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة المسيلة

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذة:

أوطيب عقيلة

إعداد الطالبة:

سليمة بن أم هاني

الصفة	الجامعة	الأستاذ
مشرفا ومقرر	جامعة المسيلة	أوطيب عقيلة
رئيسا	جامعة المسيلة	تيميزار فاطمة
ممتحننا ومناقشا	جامعة المسيلة	لعزيزي سعاد

السنة الجامعية: 2018 / 2019

مقدمة

مقدمة:

يعتبر الإعلام من أهم وسائل التواصل بين المجتمعات المختلفة وبين الناس في جميع أنحاء الأرض، كما أن الإعلام يتناول وظائف ومهام متنوعة، حيث تعدت موضوع نقل الأخبار فقط، خاصة بعد اختراع التلفزيون وهذا لا متلاكه عدة ميزات فهو يجمع بين الصورة والصوت أي مخاطبته لحاستي السمع والبصر التي تساهم في جذب الانتباه والتركيز، فالإعلام التلفزيوني أصبح يغزو المجتمعات ويؤثر فيها من ناحية السلوكيات والأفكار بسبب انتشاره الواسع وقدرته على الإبهار والتأثير والامتداد وسيطرته على وقت الناس ومن خلال هذا يساهم في بناء مواقفه واتجاهاته وميولاته.

هذا وقد شكل ظهور القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة منعطفا حاسما في مسيرة الإعلام الجزائري، وبالأخص القطاع السمعي البصري، وأحدث نقلة نوعية على مستوى المعالجة الإعلامية لكثير من القضايا، فقد فتحت المجال للرأي الآخر الذي يختلف عن رأي القطاع العمومي، وغيرها من المعطيات التي جعلت هذه القنوات موضوعا جاذبا للكثير من الباحثين والمختصين، خاصة فيما يتعلق بمدى احترافية هذه القنوات وخدمتها للجمهور وتقديمها لخدمة إعلامية حقيقية ترقى لمستوى تطلعات جمهورها.

حيث ستركز دراستنا على دوافع إقبال الطلبة على القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة الشروق TV.

وفي إطار هذه الأبعاد تتبلور إشكالية هذه الدراسة وأهدافها في ثلاث فصول، يعرض الفصل الأول منها الاطار المنهجي للدراسة، بدءا بتحديد الإشكالية، أهمية الدراسة، أهداف الدراسة، أسباب اختيار الموضوع كما ضمناه أيضا المدخل النظري للدراسة، مرورا بتحديد المفاهيم، منهج الدراسة، أدوات جمع البيانات، والتعريف بمجتمع البحث والعينة، وختاما بالدراسات السابقة محاولين الاستفادة منها وتقييمها.

مقدمة

أما الفصل الثاني فنظرتنا إلى القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة من خلال مبحثين، تناولنا في المبحث الأول ماهية البث الفضائي التلفزيوني من خلال لمحة تاريخية عن النشأة وتطور البث الفضائي إضافة إلى تعريفه وأهميته وأهدافه وإيجابيات وسلبيات البث الفضائي أما المبحث الثاني الذي كان تحت عنوان القنوات الفضائية الخاصة بالجزائر حيث تناولنا فيه كل من لمحة تاريخية عن القطاع السمعي البصري بالجزائر وتعريف القنوات الفضائية الخاصة ونشأتها، إضافة إلى أهميتها وأسباب ودوافع ظهور هذه الفضائيات وإيجابيات وسلبيات القنوات هذه.

أما الفصل الثالث والأخير فقد تناولنا فيه الجانب الميداني للدراسة من خلال عرض البيانات وتحليلها ومناقشة النتائج العامة للدراسة، حيث حاولنا من خلال الاستمارة أن نجيب على الأسئلة ونعلق على النتائج.

الفصل الأول:

الإطار المنهجي للدراسة

1- الإشكالية:

كان للإعلام الجديد والاستعمالات الفضائية بكافة أشكالها قفزة نوعية و متميزة في قطاع السمعى البصرى فى مختلف أنحاء دول العالم بشكل عام وفى دول العالم الثالث بشكل خاص والى من بينها الدول العربية هذه الأخيرة اللى تسعى إلى مواكبة التطور الذى تشهده التكنولوجيات الحديثة فى قطاع الإعلام والاتصال بما فى ذلك السمعى البصرى الذى كان بدوره غائبا نسبيا و جاء متأخرا عن شكله ومضمونه المفترض لدى الدول العربية لاسيما الجزائر، والى عرفت بتأخرها عن سائر الدول الأجنبية والعربية فى فتح قطاع السمعى البصرى للخصائص، إذ ظل محتكرا من قبل المؤسسات العمومية منذ الاستقلال، فتميز الوضع الإعلامى آنذاك باختلاط المفاهيم وتراجع معايير المهنية وتزعزع الثقة بين الجمهور والقنوات التلفزيونية العامة لذا كل على الدولة أخذ المبادرة بفتح السمعى البصرى وإعادة تصحيح المعادلة بكسر شوكة الوصاية الاحترافية على الأقل، فى سياق متصل برز فى الساحة الإعلامية الوطنية موضوع حاد النقاش، الذى جعل مستقبل الإعلام السمعى البصرى حديث الإعلاميين والمختصين وكذا الفاعلين، جاء هذا أثناء خطاب الرئيس عبد العزيز بوتفليقة عندما سئل فى الحملة الانتخابية لرئاسيات 2004 عن فتح السمعى البصرى فى الجزائر أمام الخصائص حيث قال: " هذا تلفزيون الدولة ومن أراد أن يقول ما يشاء فعليه أن يمتلك تلفزيونا خاصا به"، وبعدها ظهر القانون المنظم لهذا القطاع لينهى بذلك سنوات احتكار الدولة له ويفتح آفاق نحو تعددية إعلامية فعلية، وشكل ظهور القنوات الخاصة انعطافا حاسما فى مسيرة الإعلام الجزائرى ونقله نوعية فى مستوى الإقبال من خلال المعالجة الإعلامية لكثير من القضايا المحلية الإقليمية والعالمية، وبات مؤكدا أنها تشكل واحدة من أهم معالم الخريطة الإعلامية فى الجزائر فى ظرف زمنى قصير، وأصبحت فى هذه المدة من أهم الوسائل متابعة من قبل الجزائريين وأكثرهم تأثيرا فىهم، وتعتبر فئة الطلبة جزءا من هذه الشرائح اللى تستهدفها القنوات الفضائية الخاصة من خلال برامجها، فقناة الشروق الخاصة فى تناولها لمختلف القضايا المتعلقة بالجانب الاجتماعى والاقتصادى والسياسى تسعى إلى التواصل مع جمهورها، وتتمثل إشكالية الدراسة فى:

ما هى دوافع إقبال الطلبة نحو القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة و بالخصوص الشروق Tv؟

2- تساؤلات الدراسة:

- ماهي عادات وأنماط إقبال الطلبة على قناة الشروق TV؟
- ماهي دوافع إقبال الطلبة على القناة؟
- ماهي الإشباعات التي يحققها الطلبة من خلال إقبالهم على قناة الشروق TV؟
- ماهي وجهة نظر الطلبة حول نوعية البرامج وأسلوب عرضها؟

3- أهمية الدراسة:

تتحلى أهمية الدراسة في أهمية الموضوع في حد ذاته حيث يطرح نفسه من خلال بروزه بشكل واضح، فالحاجة الماسة اليوم إلى توفر المعلومات وكذا التفاعل بين المرسل والمتلقي والدور المهم للقنوات الفضائية الخاصة لاسيما الشروق، التي بالرغم من كونها حديثة النشأة إلا أنها حركت المياه الراكدة في الإعلام التلفزيوني الجزائري كما يستمد الموضوع كونه أيضا، من الدراسات السابقة، إلى تناول موضوع الإعلام السمعي البصري الخاص في الجزائر في محاولة لمعرفة إرهاباته الأولى وبوادر تأثيراته على الجمهور الجزائري عامة والطلبة خاصة.

4- أهداف الدراسة:

نصبو من خلال هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف هي:

- التعرف على إقبال الطلبة على القناة الفضائية الخاصة الشروق TV.
- معرفة دوافع الإقبال والعادات والاشباعات المحققة.
- مدى تفاعل الطلبة مع القناة ونظرتهم للقائمين على تقديمها من مديعين.
- محاولة التحكم في كيفية القيام ببحوث إعلامية ميدانية خاصة.
- محاولة معرف ما إذا قدمت قناة الشروق TV الإضافة المرجوة للإعلام الجزائري أم مجرد ملأ فراغ.

5- أسباب اختيار الموضوع:

تكمن أسباب ومبررات القيام بها للاعتبارات التالية:

- الازدياد الكبير والملاحظ والمفاجئ بعدد المحطات الفضائية الجزائرية الخاصة.
- فضول الباحثة في معرفة نوع الإضافة التي قدمها الانفتاح على السمي البصري الجزائري للساحة الإعلامية الجزائرية.
- الموقع الذي أصبحت تحتله القنوات الخاصة في حياة المواطن الجزائري.
- رغبة الباحثة في معرفة مدى التوافق الحاصل بين شبكة برامج قناة الشروق Tv ومطالب جمهور الطلبة المتعطش لقنوات جزائرية محترمة تلي رغبته الإعلامية.
- إثراء المكتبة الجامعية بدراسة حول موضوع إقبال الطلبة نحو القناة الفضائية الخاصة الشروق Tv.

6- المدخل النظري للدراسة:

■ **نظرية الاستخدامات والاشباعات:** قدم هذا المدخل للمرة الأولى في عام 1959م حينما تحدث عالم الاتصال المعروف "إليهوكاتز-KATZ ELIHU" عن ضرورة تغيير الخط الذي تسير فيه بحوث الاتصال والتركيز على كيفية تعامل الناس مع وسائل الإعلام بدلا من الحديث عن تأثيرها على الجمهور، واقترح على الباحثين ضرورة التحول إلى دراسة المتغيرات التي تلعب دورا وسيطا في هذا التأثير من خلال البحث عن إجابة للسؤال: ماذا يفعل الجمهور مع وسائل الإعلام؟ فدراستي تستهدف معرفة دوافع إقبال الطلبة الذين هم جزء من جمهور وسائل الإعلام نحو القنوات الفضائية الخاصة الشروق الجزائرية.

وتقوم هذه النظرية على عدد من الفروض يمكن تلخيصها فيما يلي:

■ السلوك الاتصالي سلوك هادف وذو دوافع، حيث يسعى جمهور وسائل الإعلام بإيجابية لتحقيق أهداف محددة من خلال استخدام هذه الوسائل (مكاوي، والسيد 2003، ص 239).

فجمهور المتلقين هو جمهور نشط واستخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة، وبالتالي فإنها تتناسب مع دراستي لأنها تدرس علاقة الجمهور بوسائل الإعلام (عبد الحميد، 2000، ص

- إضافة إلى أن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون بعملية الاتصال الجماهيري ويستخدمون وسائل الإعلام لتحقيق أهداف مقصودة تلي توقعاتهم.
- استخدام وسائل الاتصال عند الحاجة التي يدركها أعضاء الجمهور ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعي وتنوع حاجات الجمهور.
- يستطيع الأفراد دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم بالتالي يختارون الوسائل التي تشبع ذلك الحاجات.

مفهوم نظرية الاستخدامات والاشباع:

1) المفهوم اللغوي:

الاستخدام: لغة: مصدر يفني عن الجمع إلا أنه عندما يدل على التنوع فإنه يجوز جمعه بالألف والتاء ليكون استخداما.

الاشباع: مأخوذة من يشبعه بمعنى أكل ما يكفيه فهو شبعان كما أنه يقال شبع عقله، فهو شبيع ومشبع ضد الجوع، كما جاء في قاموس الأداء بمعنى ممتلئ بطنه من الطعام والمكتفي والذي ملئ الأمر (بن فارس، 1402هـ، ص 241).

2) المفهوم الاصطلاحي:

أما الاستخدامات والاشباع في الاصطلاح الإعلامي فإن الباحثين لم يتمكنوا من الوصول إلى المفهوم المحدد والدقيق للنظرية بحيث يكون تعريفا جامعاً، ومع هذا فقد أورد الدكتور مساعدين عبد الله المحيا تعريفا اصطلاحيا فقال: " ما تحققه المادة المقدمة عبر وسيلة معينة من استجابة جزئية أو كلية لمتطلبات وحاجات ودوافع الفرد الذي يستخدم هذه المادة" (بن عبد الله، 1994، ص 100)

وقد جاء في الموسوعة الإعلامية لمحمد منير حجاب في تعريف الاستخدامات والاشباع، إن الاستخدامات كما يتضح من اسمها معروفة، أما الاشباع فهو إرضاء رغبة أو بلوغ هدف أو خفض دافع وتدل الكلمة أيضا على الحالة التي يتم فيها ذلك تشكل فكرة الاستخدام والاشباع إحدى الركائز الأساسية التي تركز عليها المدخل الوظيفي، فنظرية الاستخدامات والاشباع إحدى الركائز الأساسية أن تشرح كيف

يستعمل الناس وسائل الإعلام وكيف يشبعون رغباتهم من خلال هذا الاستعمال (حجاب، 2003، ص

(.214،215)

وتسعى نظرية الاستخدامات والاشباع من خلال تساؤلات الدراسة إلى:

1. الكشف عن عادات وكيفية التعرض للطلبة لقناة الشروق TV.
2. إضافة إلى دوافع إقبال الطلبة على القناة.
3. الاشباع التي تحققها والتي يسعى الطلبة لاشباعها من خلال إقبالهم على القناة.
4. الكشف عن العلاقات المتبادلة بين دوافع الاستخدام وأنماط التعرض للقنوات الفضائية الخاصة عبر قناة الشروق TV.

7- تحديد المفاهيم:

يعتبر تحديد المفاهيم من بين الخطوات الأساسية في البحث العلمي، لكونها تضع مفاهيم الدراسة تحت المجهر لمعرفة تفاصيلها ومدلولاتها خالية من الغموض والارتباك بحيث تكون محددة المعالم من أجل وضوح رؤية الباحث ووجهته؟ وإلى ما يريد الوصول إليه؟ تبنى الدراسات عادة على العديد من المفاهيم التي حددت مدلولاتها في القواميس والمعاجم وكذا في بعض الكتابات ذات الصلة، والتي سنقف عندها من حيث استعمالاتها العلمية والمنهجية وهي كالآتي:

1) الدوافع:

اصطلاحاً: يشار إلى مفهوم الدافع في اللغة الإنجليزية بكلمة Motive ومعناها يحرك، فالدافع عبارة عن أي شيء دفع أي حرك الشيء من مكان إلى مكان آخر وفي اتجاه معين (بن يونس، 2008، ص 31).

إجرائي: تظهر الدوافع في سلوكياتنا المعرفية والانفعالية وهي جملة الحاجات والرغبات والاهتمامات التي تعمل على استثارتنا وتنشيط سلوكنا نحو تحقيق أهداف معينة.

2) الاقبال:

لغة: أَقْبَلَ، إقبالا وَقَبْلًا والإقبال المصدر، وَقَبَلَ على الشيء وأقبل لزمه وَأَخَذَ فيه وَأَقْبَلَتِ الأرض بالنبات: جاءت به (ابن منظور، 2005، ص 14)

3) الطالب الجامعي: نستطيع القول أن الطالب الجامعي ينطبق عليه ما ينطبق على فئة الشباب عموماً من خصائص، إلا أن ثمة خصائص قد يتفرد بها الطالب الجامعي باعتباره ينتمي لنسق بيئي تعليمي معين، بحيث يزاول دراسته بالمعاهد والجامعات بعد الحصول على شهادة البكالوريا مع انتهاء سنوات الدراسة الثانوية، ويتم التحاقه بإحدى الجامعات أو المراكز الجامعية أو المعاهد الوطنية، مع الأخذ بعين الاعتبار عامل السن لأن كثيراً ممن هم مسجلون في الجامعة أعمارهم متقدمة، وبخاصة طلبة الدكتوراه على الخصوص أو غيرهم من الطلبة الذين أعادوا التسجيل والدراسة لمبررات تخصهم بالذات، وبالاعتماد على كثير من الدراسات ارتأينا أن نحدد عامل السن بخصوص الطالب الجامعي ما بين 18 سنة إلى 35 سنة، لاعتبارات تتعلق بهذه الفترة من السنوات، إذ هي عادة ما تكون بالدخول القانوني للجامعة، وقد تكون نهاية سنة التخرج إذ أكمل الطالب دراسته العليا، أو قد يكون أعاد السنة أو غيرها من المبررات الواقعية.

4) القنوات الفضائية:

أ- القناة:

لغة: قناة (اسم) الجمع (قنوات وقني) القناة: الرمح الأجوف أو (القناة) المحفورة، ويجمع الكل على (قنا) مثل حصا وحصي وعلى (قناء) مثل حبال و(قنوات) و(قنو) على فعول وكل خشبة عند العرب قناة كالعصا والرمح وجمعها قني وقنا (ابن منظور، 2008، ص 207).

اصطلاحاً: القناة هي حيز ذبذبي ذو نطاق معين يمثل ممراً الكترونياً أو الكترومغناطيسي مثل (قناة سنتيمترية أو سلكية) وتستخدم للإرسال لنقل برامج التلفزيون وعادة يشار إليها برقم معين على جهاز الاستقبال، حتى يتسنى للمشاهد معرفة رقم القناة التي تذيع البرنامج الذي يراه.

هذا التعريف عرف القناة من الجانب التقني حيث اعتبرها بمثابة ممر أو ناقل الكتروني أو الكترومغناطيسي وظيفته هي الإرسال ونقل برامج التلفزيون، حيث تعرف هذه القناة برقم معين على جهاز الاستقبال حتى يتمكن المشاهد من متابعتها، أي أن هذا التعريف خاص بالقناة التلفزيونية (حجاب، مرجع سبق ذكره، ص 191)

الإجرائي: يمكن تعريف القناة على أنها الوسيلة التي يتم من خلالها نقل الذبذبات والإشارات الالكترونية من محطات الإرسال إلى أجهزة الاستقبال، ليتم استقبالها من طرف الجمهور المستقبل في شكل مضامين وبرامج متنوعة.

ب- الفضائية:

لغة: فضاء والفضاء هو المكان الواسع من الأرض، والفعل فضا يفضو فضوا، والفضاء: الخالي الفارغ الواسع من الأرض (ابن منظور، 2008، ص 195)

ج- القنوات الفضائية:

اصطلاحيا: القنوات الفضائية هي قنوات تبث عبر شبكة الأقمار الصناعية التي تدور حول الأرض في مسارات محددة ومعروفة، وتحدد مجموعة من القنوات الفضائية التي يتم بثها على قمر من الأقمار (عبد النبي، 2010، ص 25)

التعريف الإجرائي: يمكن تعريف القنوات الفضائية بأنها قنوات تلفزيونية بثت إشاراتها بطريقة رقمية عبر الأقمار الصناعية من محطات الإرسال، ليتم استقبالها بواسطة أجهزة خاصة للاستقبال، ويتجاوز الإرسال لهذه القنوات الحدود الجغرافية للمكان أو الدولة التي يتم فيها الإرسال إلى دول ومناطق جغرافية أخرى، من خلال الأقمار الصناعية.

5) القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة:

التعريف الإجرائي: يمكن تعريف القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة، بأنها قنوات تلفزيونية ذات ملكية خاصة بثت إرسالها من خلال محطات خارج الحدود الجغرافية للجزائر تقدم مضامين وبرامج متنوعة موجهة للجمهور الجزائري بالدرجة الأولى بمختلف شرائحه وفتاته.

6) قناة الشروق:

قناة جزائرية مستقلة تابعة لمؤسسة الشروق انطلق البث التجريبي في عيد الثورة وذكرى تأسيس جريدة الشروق اليومي (الجزائر) حيث اتخذت مكتبا بالجزائر بينما يبدأ البث من عمان وبيروت ويتوسع إلى دبي والدوحة على نايل سات أطلقت مؤسسة الشروق بداية من الساعة الصفر ليوم الأول نوفمبر وجاءت هذه الانطلاقة في الذكرى 57 لاندلاع الثورة 2011 قناة الشروق بثت بمرحلة أولى من العاصمة الأردنية عمان

بيروت على أن يتوسع البث انطلاقاً من المدينة الإعلامية بدبي في الإمارات العربية المتحدة والعاصمة القطرية الدوحة في انتظار فتح مكتب للقناة بالجزائر العاصمة وعدد من ولايات الوطن بعد انطلاق البث الرسمي وترددات القناة (<https://www.altkia.com/echourouk-Tv>, 10:15 Date 15/04/2019)

8- منهج البحث:

إن البحث العلمي هو جهود ينظمها الباحث مستخدماً الأسلوب العلمي المعتمد على قواعد علمية، يهدف من خلالها كشف الظاهرة قيد الدراسة وتحديد العلاقات المتحكمة فيها، ومن بين القواعد العلمية المعتمدة في البحث العلمي، هو تحديد المنهج الذي يعرف بأنه "الوعي بالموضوع من خلال الوعي بفلسفته وبالخطوات المتبعة ومن أجل اكتماله وتبينه، وهو ذلك الطريق الذي يسلكه الباحث في جمع المعلومات المتعلقة بالدراسة" (عقيل، 1999، ص 47).

ويعرف أيضاً "على أنه المنهج الذي يعتمد التحليل من خلال معلومات كافية ودقيقة عن الظاهرة أو موضوع محدد، ومن خلال فترات زمنية معلومة وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية يتم تفسيرها بطريقة موضوعية وبما ينجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة" (الذنيبات وآخرون، 1999، ص 46)

دراستنا تهدف إلى معرفة دوافع إقبال طلبة جامعة محمد بوضياف بالمسيلة نحو القنوات الفضائية الخاصة التي ظهرت بالجزائر وبرامج قناة الشروق Tv، وكذلك معرفة الاشباعات التي تحققها للطلبة وما هي وجهة نظرهم اتجاهها، فالمنهج الذي تتطلبه دراستنا هذه هو المنهج المسحي الذي يمكننا من الإجابة على جزء هام من تساؤلات الدراسة التي طرحناها فيما سبق ومن ذلك الوصول إلى النتائج التي نتوخاها في الأهداف.

يعتبر المنهج المسحي من أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الوصفية بصفة عامة (حسين،

1976، ص 31)

ذلك أن المنهج يستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وظروف الحصول عليها (شرام، 1988، ص 81)

كما أن المسح يعتبر من أفضل المناهج التي تبحث في اتجاهات الجمهور وخصائصه وكذا احتياجاته في بحوث الاعلام، ويكتسب منهج المسح أهمية كبيرة في مثل الدراسات المتعلقة بالجمهور، كما ترتبط دراسات المسح وهي إحدى أسماؤه الهامة بتسجيل وتحليل الوضع الراهن لنظام اجتماعي أو بيئة اجتماعية معينة أي التركيز على ما هو موجود في الوقت ذاته وهو الحاضر(صالح، 2001، ص 49).

حيث استعنا في بحثنا هذا بالمسح عن طريق العينة الذي يكتفي بدراسة عدد محدد من الحالات أو المفردات في حدود الوقت والجهد والإمكانيات المتوفرة.

9- أداة جمع البيانات:

الاستبيان: يعتبر الاستبيان من أدوات البحث الأساسية الشائعة للاستعمال في العلوم الإنسانية خاصة في علوم الإعلام والاتصال حيث يستخدم في الحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه في المجال المبحوث كونها معلومات لا يملكها إلا صاحبها المؤهل قبل غيره على البوح بها(لارامي، وفالي، 2004، ص 48)

وتعرف أيضا استمارة الاستبيان على أنها "جمع البيانات في نموذج من الأسئلة التي توجه إلى الأفراد المبحوثين بغية الحصول على معطيات وبيانات معينة، فهو نظام يتضمن مجموعة من الأسئلة والتساؤلات والاستفهامات حول الموضوع" (بوحوش والذنيبات، 2001، ص 82).

والجدير بالذكر أن الاستبيان في تصميمه أقرب إلى الدليل المرشد المتضمن لسلسلة من الأسئلة التي تقدم إلى المبحوث وفق تصور معين ومحدد الموضوعات قصد الحصول على معلومات خاصة بالبحث في شكل بيانات كمية تفيد الباحث في إجراء مقارنات رقمية كالحصول على ما هو بصدد البحث عنه أو في شكل معلومات كيفية تعتبر عن مواقف وآراء المبحوثين من قضية معينة وعليه، فإن الأسئلة توزع في شكل استمارة على المبحوثين وترسل إليهم بالبريد أو يجري تسليمها باليد تمهيدا للحصول على أجوبة للأسئلة الواردة فيها، وبواسطتها يمكن التوصل إلى حقائق جديدة عن الموضوع أو التأكد من معلومات متعارف عليها لكنها غير مدعمة بحقائق فالاستبيان اذن أداة مهمة وأساسية وجزء لا يتجزأ من هذا البحث (الوفائي، 1989، ص 73)

حيث تحتوي استمارة الاستبيان على البيانات الشخصية و04 محاور رئيسية:

المحور الأول: عادات وأنماط إقبال الطلبة على قناة الشروق.

المحور الثاني: دوافع إقبال الطلبة على قناة الشروق.

المحور الثالث: الاشباع التي يحققها الطلبة من خلال إقبالهم عليها.

المحور الرابع: وجهة نظر الطلبة على القنوات الفضائية الخاصة بالشروق تجعل من الاستثمار أداة أساسية

وهامة في بحثنا وذلك لإمكانية استخدامها في جمع المعلومات من أكبر عدد ممكن من الطلبة المقبلين على قناة

الشروق ولسهولة استخدامها وسهولة الاتصال بأكبر عدد ممكن من المبحوثين في وقت وجيز.

مجالات الدراسة: أي دراسة ميدانية تتطلب تحديد مجالاتها المكانية والزمانية وذلك نظرا لأهمية هذه الأخرتين

في البحث العلمي.

◀ المجال المكاني: أجريت هذه الدراسة في جامعة محمد بوضياف بالمسيلة وبالضبط كلية العلوم

الاجتماعية والإنسانية قسم علوم الإعلام والاتصال.

◀ المجال الزمني: أنجزت هذه الدراسة خلال الموسم الجامعي 2018-2019 حيث شرعت الباحثة

في الإطار المنهجي والنظري ابتداء من ديسمبر 2018 إلى غاية مارس 2019 أما الإطار التطبيقي فقد

شرعت فيه، في شهر أبريل إلى غاية بداية شهر ماي بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم علوم الإعلام

والاتصال.

اختيار الصدق :

تم إعداد أسئلة الاستثمار في شكلها الأولي القابل للتعديل بعد ضبط الأسئلة في صورتها المبدئية

وعرضها على المشرف الذي قام بتصحيحها وإضفاء التعديلات عليها، ليتم بعدها -بعد موافقة المشرف عليها

-اختبار صدق أسئلة الاستثمار بـ :

1) توزيع الاستثمار على عينة اختيارية، وقد تم توزيع خمسة عشر استمارة على عينة من الطلبة المبحوثين

للقوف على جوانب القصور والغموض في أسئلة الاستثمار

2) عرض الاستثمار على المحكمين: وذلك لتحكيمها وإبداء رأيهم حول مضمونها على أساس خبرتهم

ووزعت على كل من الاستاذ بلعباس عبد الحميد والاستاذة براردي نعيمة .

وبناء على ملاحظاتهم قمنا بالتعديلات المناسبة تحت توجيه المشرف

الفقرة قبل التعديل	الفقرة بعد التعديل
هل تشاهد القناة الفضائية الجزائرية الشروق Tv	ما مدى مشاهدتك للقناة الفضائية الجزائرية الخاصة الشروق Tv
ما هي المدة التي تقضيها في المشاهدة يوميا	ما هي المدة التي تقضيها في المشاهدة أسبوعيا
هل تلبي قناة الشروق Tv حاجياتك كمتلقي	ما مدى تلبية قناة الشروق Tv لحاجياتك كمتلقي
هل متابعتك لقناة الشروق Tv ساعدتك على	إضافة عبارة أخرى أذكرها

الإعداد النهائي للاستمارة :

بعد جمع مختلف الملاحظات تم إعادة ترتيب وصياغة بعض الأسئلة وتم إخراج الاستمارة في شكلها النهائي القابل للتوزيع، وقمنا بتوزيع الاستمارة.

10- التعريف بمجتمع البحث والعينة:

ترتبط بحوث المسح عادة بنظام العينات، نظرا لاستحالة تطبيق المسح الشامل في البحوث العلمية والأكاديمية، خاصة إذا تعلق الأمر بدراسة جمهور وسائل الإعلام فإنه يستحيل إجراء المسح الشامل لكونه يتميز بضخامة العدد والتشتت، ولذلك يلجأ الباحث إلى اختبار عدد أصغر من أفراد مجتمع البحث يكون ممثلا في خصائصه للمجموع، ويسمح في نفس الوقت بتحقيق أهداف الدراسة في حدود الوقت والإمكانات المتاحة وهذا العدد الأصغر يسمى العينة حيث يسمح نظام العينات للباحث باستنتاج خصائص عدد كبير جدا من المفردات من خلال الاتصال المباشر مع عدد صغير مختار منها (ذوقان وآخرون، 1989، ص 23)

فمجتمع البحث في هذه الدراسة يتمثل في الطلبة الجامعيين الجزائريين أما العينة فتتمثل في طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسيلة وعليه فإن نوع العينة التي اعتمدنا عليها هي العينة القصدية التي تدخل ضمن العينات غير احتمالية وقدرت بـ 80 مفرد حيث تعرف بأنها "الاختبار الشخصي للباحث لمفرداتها، أي أن الباحث يقدر عدد وحدات العينة وطريقة اختبارها بشكل تحكيمي وفقا لشروط هو الذي يضعها مع التأكيد أن هذا الإجراء لا يكون اعتباطيا بل بناء إلى ما ترمي إليه إشكالية وأهداف الدراسة" (بيفروج، 1963، ص 45)

فالعينة القصدية هي التي "يتعمد الباحث فيها أن تكون من وحدات معينة اعتقاداً منه أنها تمثل المجتمع الأصلي خير تمثيل" (عوض، وخفاجة، 2002، ص 196)

11- الدراسات السابقة:

إن اطلاع الباحث على معظم أو مجمل الدراسات التي تناولت نفس الموضوع أو جانباً منه، يعد أمراً هاماً في توسيع مجال معرفة المعرفة أو استكمال جانب لم تتناوله الدراسات من قبل، لهذا فإنه من المهم أن يقوم الباحث بالكشف عن الدراسات السابقة لتفادي عملية تكرار دراسة الموضوع نفسه ويكون بذلك لم يقدم أية فائدة علمية للحقل العلمي، وقد قمنا في هذا الجانب بالبحث عن مجمل الدراسات التي تناولت القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة، وإمكانية اكتشاف هذا الفرق بين الدراسات، سنتطرق إلى تقديم ملخص لكل دراسة بذكر أهم النتائج المتوصل إليها.

الدراسة الأولى: علاقة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة بواقع الشباب الجزائري: دراسة ميدانية لعينة من طلبة جامعة مولود معمري بتييزي وزو، تناولت الباحثة القنوات الفضائية الخاصة ومدى انعكاسها لواقع الشباب الجزائري سواء كان الواقع الاجتماعي، السياسي، الاقتصادي والثقافي، أما الإشكالية فركزت على نشأة القنوات الفضائية الخاصة وعلاقتها بواقع الشباب الجزائري، وتوجهه إلى ما ينسجم مع ميوله واتجاهه وأذواقه ورغباته وخرجت بعدة تساؤلات أهمها:

- ماهي السمات الديموغرافية للشباب الجزائري؟
- ماهي عادات وأنماط مشاهدة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة لدى الشباب الجزائري؟
- ماهي علاقة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة بواقع الشباب الجزائري؟

وهدفت الدراسة إلى التعرف على عادات المشاهدة كالفترات والأوقات المتخصصة لهذه المشاهدة وكيف تتم، والكشف على أنماط المشاهدة كالقنوات والمحتويات المفضلة، ومدى تعرض الشباب الجزائري لهذا النوع من القنوات الخاصة، إضافة إلى التعرف على القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة الأكثر مشاهدة من طرف الشباب الجزائري، والكشف عن علاقة الشباب الجزائري وواقعه المعاش بهذه القنوات.

أما فيما يخص الإجراءات المنهجية المعتمدة فتمثل مجتمع البحث في مجموعة من الشباب الجامعي المتمثلة في طلبة جامعة مولود معمري بتييزي وزو والعينة كانت قصدية ووحداتها قدرت بـ 100 مبحوث

50 طالب و 50 طالبة، كما استخدمت تقنية استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات، وقد توصلت إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- نسبة 49% من المبحوثين يشاهدون القنوات الفضائية الخاصة بصفة دائمة.
- قيم 88% من مبحوثي الدراسة مستوى احترافية هذه القنوات بمستوى متوسط.
- أقر 64% من المبحوثين أن القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة أحدثت تغييرا في المعالجة الإعلامية مقارنة مع التلفزيون العمومي.
- البطالة من المواضيع الأكثر تداولاً في القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة عند عكسها للواقع الاجتماعي.
- 57% من المبحوثين يرون أن القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة تمثل منبر صوت الشباب الجزائري.
- 40.65% من المبحوثين يرون أن هذه القنوات تكثفي بعرض الوقائع فقط عند عكسها لواقع الشباب الجزائري، وقد يعود ذلك إلى أن تغيير واقع شباب الجزائري يتطلب مجهوداً جباراً.

التعقيب على الدراسة:

وبصفة عامة يمكن القول أن الباحثة وفقت إلى حد كبير في الإجابة تقريبا على كل تساؤلات دراستها إضافة إلى الاستعانة بها في توفير المراجع إضافة إلى الاستعانة بها في توفير المراجع إضافة إلى إجراءاتها المنهجية كالمنهج المستخدم في إعداد الاستمارة.

الدراسة الثانية:

القنوات الفضائية الخاصة ودورها في تشكيل المجال العمومي: لكل من الباحثين بوحزام نوال ونعيمي مليكة، دراسة ميدانية على تمثلات شباب مدينة معسكر، حيث تناولتا القنوات الفضائية الخاصة (الشروق والجزائرية) في تشكيل المجال العمومي للشباب الجزائري أما الإشكالية فكانت حول: المجال العام وعلاقته بالقنوات الخاصة وخرجت بعدة تساؤلات أهمها:

- ما دور الخطاب الإعلامي لقناتي الشروق والجزائرية في تشكيل المجال العمومي؟
- ما مدى اعتماد الشباب الجزائري على الفضائيات الخاصة في جلب الأخبار والمعلومات؟
- فيما تتمثل أهم البرامج التي تنتهج هذا الهدف؟

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

وهدفت الدراسة إلى تفسير وربط بتحليل أعمق تمثلات الشباب الجزائري للإعلام الخاص، ودوره في معالجة قضايا المجال العام، أما فيما يخص الإجراءات المنهجية المعتمدة فتمثل في توظيف تقنيتين هما الاستمارة لرصد مدى اعتمادية الشباب للقنوات الخاصة، وما هي البرامج المشاهدة من طرف المواطن الجزائري التي تعمل على مناقشة قضاياها، إضافة إلى المقابلة لتدعيم الدراسة البحثية وتحويل المعطيات الكمية إلى معطيات كيفية، وتمثل مجتمع البحث في الشباب الجزائري من ولاية معسكر والعينة كانت عشوائية وشملت 60 شابا، أما المقابلات فقد اعتمدت على 12 شاب من المدينة نفسها، وقد توصلنا إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- هذين القناتين وقفت موقف الوسيط بين السلطة والمجتمع.
- التحول الديمقراطي في الجزائر هو الذي عمل على كسر الطابوهات في الممارسة الإعلامية، على الرغم من أن تجربة الإعلام الخاص في الجزائر تشهد قصور حاد، إضافة إلى مبدأ الاعتمادية أكثر على قناة الشروق في تشكيل الفضاء العمومي ومعرفة السياسة التداولية من طرف الفاعلين السياسيين، مقارنة مع قناة الجزائرية خاصة وقت الأزمات، وبهذا تبرز كمحرك إعلامي جد هام داخل المجتمع الجزائري خاصة في نشره وتأكيده على العمليات السياسية مع إشراك بعض رجال السياسة في الحصص المدرجة.

التعقيب على الدراسة:

بصفة عامة يمكن القول أن الباحثان استطاعا أن يجيبان على تساؤلات الدراسة من خلال قدرتهم على تحديد القناة التي لها علاقة بتشكيل المجال العمومي، وبالرغم من الاختلاف الموجود بين هذه الدراسة ودراستنا، إلا أنه يوجد نقاط مشتركة بينهما فكلاهما تناولا القنوات الفضائية الخاصة، وبالتالي أفادتنا في صياغة التساؤلات إضافة إلى الإطار النظري بتوفير جهد مكثبي بالحصول على مراجع حول الفضائيات الخاصة الجزائرية.

الفصل الثاني

الإطار النظري للدراسة

المبحث الأول: ماهية البث الفضائي التلفزيوني.

يعد التلفزيون أحد أهم الوسائل الإعلامية الجماهيرية التي استطاعت أن تصنع لنفسها مكانة بين باقي الوسائل، بفضل امتلاكه لمجموعة من الخصائص التي تميزه عن باقي الوسائل الإعلامية، ومع ظهور وتطور التكنولوجيات الحديثة والتطور الرقمي الذي شهده اليوم، زادت أهمية التلفزيون حيث ساهم هذا التطور في ظهور العديد من القنوات الفضائية التي تتنوع بين العمومية والخاصة ومتخصصة وهو ما زاد من حدة التنافس بين هذه القنوات.

وللتعرف أكثر على خصوصية البث الفضائي والقنوات الفضائية كان إلزاما علينا أن نتوقف في هذا المبحث عند نشأة البث الفضائي وتعريفه وأهميته وصولا إلى إيجابياته وسلبياته.

المطلب الأول: نشأة البث الفضائي.

تعد الإذاعة المرئية أهم وسائل الاتصال في الوقت الحاضر ومن أخطر الوسائل الإخبارية والتربوية والإعلامية لما تتمتع به من خصائص وإمكانات لا تتوفر في وسائل أخرى ويمكن إرجاع بداية التطوير بالإذاعة المرئية لعام 1839 على يد العالم الفيزيائي "ألكسندر آدمومنديكييل"، وفي عام 1884 اخترع الألماني "بول نيكو" عملية المسح الصوري الأسطوري والمرئي والميكانيكي وطورها فدخل التلفزيون عصور تجريبية جديدة، كما واصلت شركات مثل شركة "R.C.A" أبحاثها الخاصة بالتلفزيون في مدينة نيويورك عام 1930، وفي عام 1936 كان في استطاعة أجهزة الاستقبال المرئي التقاط الإشارة عن بعد ميل واحد، لقد طور استخدام التلفزيون بعد ذلك حيث أدخلت عليه تحسينات كبيرة وسارعت الدول في انتقائه كوسيلة إعلامية ذات أهمية كبرى للتأثير على الجماهير (عواد، 2009، ص 86).

لقد أخذت الإذاعة المرئية في النص الثاني من القرن العشرين حيث بدأت التأثير على المشاهد بشكل واضح مؤثرة على تفكيره وعلى ثقافته على سلوكه مشكلة لشخصيته من خلال ما يمنحه المسيطرون على شركات الإعلام من ثقافات يريدون للمتلقي التشبع بها، ويقول "بروشين" أن الإذاعة المرئية تعد أروع عدسة لها هذه الزاوية المشعة التي اخترعها الإنسان (دليو، 2003، ص 34).

والتلفزيون التربوي له تأثير ساحق في نطاق مفهوم الإنسان المعاصر، وفي المنطقة العربية كان النظام الإعلامي العربي يستقبل الوسائل المرئية كوسيلة اتصال حديثة ومن الضروري الإشارة إلى نقطتين لعبتا دورا كبيرا في نشأة التلفزيون العربي هما:

- التلفزيون أصبح ضرورة إعلامية لعالمنا.
- تفهم القادة والحكام العرب بالدور الكبير الذي يلعبه التلفزيون كوسيلة مهمة لإدارة: الشعوب سياسيا واجتماعيا(دليو، 2003، ص 34).

وقد ظهر في لبنان عام 1949 وفي الجزائر والعراق عام 1956 وفي مصر وسوريا عام 1960 وفي الكويت عام 1961 وفي الجماهيرية العظمى والأردن عام 1968، حي أن أول بث تلفزيوني في الوطن العربي بدأ في عام 1947 في المملكة العربية السعودية عندما قامت شركة أرامكو ببناء محطة تلفزيونية، أما بما يتعلق بتطور الفضائيات عبر الأقمار فقد ظهر في كل من الاتحاد السوفياتي والولايات المتحدة كملاحق بهذا الركب العديد من الدول الأخرى مثل فرنسا والصين واليابان، ومع مرور الوقت وإطلاق الصواريخ الحاملة للأقمار الصناعية وتم التغلب على العديد من المشاكل الفنية المتعلقة بإيصال الأقمار الصناعية إلى مداراتها وعند الانتهاء من هذه المرحلة ستكون عملية الإرسال والاستقبال كالاتي:

محطة الإرسال الفضائية إلى القمر الصناعي إلى المشاهدين وبذلك يتم اختصارها عامل الزمن، وتتم عمليات التحكم في الإشارة وكذلك في المواد الإذاعية المرسله إلى المتلقي (الدليبي، 2012، ص 47)

نشأة القنوات الفضائية العربية:

قامت الدول العربية في 1990 بإطلاق قمرها الصناعي الرائد عربسات(1) ثم أتبعه بعربسات(2) وكانا يغطيان بثهما دول المنطقة والعديد من الدول المجاورة، وبعض البلدان الأوربية (الزيدي وآخرون، 2002، ص 21).

وكان لهذين القمرين دورهما في توفير البديل الملائم نسبيا للمواطن العربي والمسلم لمشاهدة قنوات هذين القمرين والابتعاد عن ما يعرض في الأقمار الأخرى، وأطلقت مصر في أواخر التسعينات القمر نايلسات 101 لأغراض البث التلفزيوني التجاري والاتصالات وكان هذا داعما لغرض القمرين السابقين، وبعدها دخل عدد من دول المنطقة النادي الفضائي ومنها إيران وتركيا وباكستان والهند.

لقد بدأت مصر بإنشاء أول قناة فضائية عربية سنة 1990 عبر القمر العربي عربسات بهدف ربط المغتربين المصريين بدولتهم الأم عن طريق التأثير الإعلامي فيهم، واطلاعهم على جوانب التغيير الايجابي في بلدهم ثم مخاطبة بقية المنطقة العربية والإفريقية ثم اتسع الخطاب المصري الفضائي حتى بلغ حاليا 63 دولة، وقد بلغ عدد القنوات المصرية الموجهة للأمريكيين والغرب نحو ثلاث قنوات وهي "النيل الدولية، والنيل للدراما، إضافة إلى الفضائية المصرية" وفي أواخر العام نفسه بدأت السعودية بإرسالها الفضائي إلى العالم مركزة على البرامج الثقافية والعربية - في بادئ الأمر - بسبب مكانة هذه الدولة دينيا وثقافيا في المنطقة والعالم، وقد بدأ ذلك بنقل الصلوات اليومية مباشرة من الحرم المكي أو النبوي، وكذلك لمتابعة شعائر المناسبات الإسلامية مثل شهر رمضان وموسم الحج وخطب الجمعة والأعياد.

ثم تتابعت الدول العربية في إنشاء قنواتها الفضائية حتى أصبح لها جميعا قنوات ارتبط معظمها بوزارات الإعلام أو جهات رسمية أخرى، فالكويتية بدأت بثها عام 1992 وقناة دبي الفضائية وتونس وأبو ظبي في العام نفسه أيضا، وشهد عام 1993 إطلاق القنوات الفضائية اللبنانية والأردنية والمغربية ثم ست قنوات مصرية أخرى على القمر الفضائي نيل سات وفي عام 1994 ظهرت إلى النور قنوات عربية أخرى هي "السودانية، الجزائرية، الموريتانية"، وشهد عام 1996 انطلاق القناة الفضائية السورية وفي العام الذي أعقبه انطلقت قناة "أل بي سي" اللبنانية والقناة الليبية ثم اليمنية وقناة الشارقة الفضائية، ثم كانت قناة عجمان الفضائية سنة 1998 أما القناة الفضائية العراقية فقد تأخرت حتى تاريخ 18 جويلية 1998 (الزبيدي وآخرون، 2002، مرجع نفسه، ص 22)

المطلب الثاني: تعريف البث الفضائي.

المفهوم اللغوي: كلمة البث مأخوذة من كلمة بثا.

وبالبحث عن معنى بثا في المعاجم اللغوية نجد أن بثا الشيء أي فرقه ونشره ويقال بث ما في نفسه، وفي التنزيل الحكيم "وَبَثَّ مِنْهُمَا رِجَالًا كَثِيرًا وَنِسَاءً".

والبث أشد الحزن الذي لا يصبر عليه صاحبه فيبثه، انبث تفرق وانتشر فهو مبثوث، وجاء في القرآن الكريم "فَكَانَتْ هَبَاءً مُنْبَثًا"، بث الرجل الحديث: أذاعه ونشره (عبد الفتاح، 2009، ص 18)

وجاء في معجم المنجد: البث هو الشتات، البث: أشد الحزن وبثت الشيء أبته بثا نشرته (بن الحسين الهناني، 1988، ص 14)

المفهوم الاصطلاحي: يعرف عبد الملك الدناني البث الفضائي على أنه "إمكانية حصول الأفراد على البث من إشارات ذات قوة متوسطة مستعملين أطباق لا يتجاوز قطرها مترا واحدا" (الدناني، 2006، ص 6)

ركز هذا التعريف على عنصرين أساسيين من عناصر البث هما مصدر الرسالة والرسالة ذاتها.

يعرفه محمد منير حجاب "الإرسال التلفزيوني يتم من محطة الإرسال الأرضية الموجودة في محطة البث الفضائي الخاص بالبلد وذلك عن طريق استخدام هوائي طبقي ذو قطر كبير، ومنه إلى محطة الاستقبال الموجودة في أماكن مختلفة في حيز "Footpriwt" الخاص بالقمر الصناعي والتردد المستخدم في حيز نطاق الميكروويف (bond(ku,c,ors) ، كما أن هناك ترددات أخرى تقاس بالميجاهرتز، وهي أعلى من التردد المستخدم في البث الأرضي" (حجاب، 2008، ص 212)

يشير هذا التعريف إلى طريقة عمل القمر الصناعي في الحيز الفضائي، كما يعرف أيضا على أنه "مجموع المحطات التلفزيونية التي تبث إرسالها عبر الأقمار الصناعية لكي يتجاوز هذا الإرسال، حيث يمكن استقباله في مناطق أخرى عبر أجهزة خاصة باستقبال والتقاط الإشارات الوافدة من القمر الصناعي هذه الأجهزة تقوم بمعالجة تلك البيانات وعرضها على شاشة التلفزيون" (حجاب، المرجع نفسه، ص 212)

المطلب الثالث: أهمية القنوات الفضائية

يمثل البث الفضائي ثورة في ميدان الاتصال البشري ومنذ ظهور التلفزيون أعيد تصميم غرف الجلوس، وظهرت في الأسواق كراسي خاصة به، وموائد صغيرة للأكل أثناء مشاهدته وأطعمة جيدة سريعة التحضير، وقد استطاع أن يشد إليه اهتمام الناس بدرجة هائلة عندما نقل إليهم سلسلة من العروض الحية والفورية التي حولت هذا الجهاز من لعبة غالية الثمن إلى ضرورة حقيقية (عبد ربه، وعكاشة، 2009، ص 104، 103)

إن التلفزيون أصبح يتميز بقدرة خارقة على الإقناع والتأثير والسيطرة لقد أصبحت رموز السلطة وعصر الاتصال... فالثورات والانقلابات تقوم اليوم بالاستيلاء على مقرات التلفزيون بدلا من القصور التلفزيونية فلا

توجد سلطة سياسية أو اقتصادية أو دينية لا تحلم بالسيطرة عليها إنما تكمن ببساطة من هيكله خيال الفرد والجماعة والتحكم في الرأي العام (دليو، 2013، ص 141)

ويختصر المفكر الفرنسي المعروف بيير بورديو (Pierre Bourdieu) في كتابه "التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول" أهمية هذه الوسيلة الإعلامية بقوله "يمارس التلفزيون تأثيره في الصحف حتى تلك الأكثر نقاء وكذلك في الصحفيين الذين يستسلمون لموضوعات التلفزيون وقضاياه وباستطاعته أن يجمع حول نشرة أخبار الثامنة مساءً عدد من المشاهدين أكثر من هؤلاء الذين يطلعون على صحف الصباح والمساء مجتمعين".

وفي محاضرة في معهد الإعداد الإعلامي في دمشق يشير الإعلامي اللبناني د.عدنان ياسين إلى دراسة أجرتها شبكة "سي بي سي" الإخبارية ولخصت فيها إلى أن 65% يشاهدون الأخبار في T.V، 30% في الصحف، 3% في الراديو و2% في مجلات (المحمود، 2007، ص 545-546).

ويعد التلفزيون اليوم الاختراع الوحيد من بين وسائل الاتصال الجماهيرية المتنوعة الذي حقق رغبة إنسانية لم يسبق أن تحققت من قبل إذ استطاع أن يجعل الإنسان يتعايش في مكانين بآن واحد ويدرك أن ما يشاهده أو يسمعه وهو في الحقيقة واقع بالحال وأن ما يشاهده الناس الذين يشتركون في البرنامج موجودين معه وأن أبصارهم عالقة ببصره بل حتى يخيل إليه أو يكاد يعرفهم (الدليمي، 2013، ص 28)

وهكذا أصبح التلفزيون نافذة واسعة على العالم كما وصفه "موريس ويجن" ناقد جريدة "سانداي تايمز" الذي قال: "التلفزيون بديل للرحلة والصحة بينما نحن منكمشين في مخابئنا نستخدمه كمنظار تستبين به الناس والعالم"، وقال "نيوتن مينو" رئيس لجنة الاتصالات الفيدرالية: "إذا لم تعرف ما يجري على شاشة التلفزيون فأنت تفتقد العالم كله" وببساطة أعطى المتفرج الإحساس بأنه ينظر إلى الحياة من منظور جديد عليه وغريب وهام، وأنه يلتقي بالناس ويرى الأشياء التي لولا هذه الوسيلة لحرمت من رؤيتها (عبد ربه وعكاشة، مرجع سابق، ص 104)

المطلب الرابع: أنواع القنوات الفضائية وبرامجها

من حيث الملكية:

أ- قنوات فضائية عمومية: القناة العمومية هي القناة التي تعود كامل ملكيتها إلى حكومة هذه الدولة أو تلك، ويأتي أغلب تمويل هذه القناة من ميزانية الدولة المالكة للقناة بغض النظر عن التمويل الذاتي وعن رسوم الاستهلاك على الأجهزة، فالقناة العمومية هي القناة الحكومية.

ب- قنوات فضائية خاصة: يقابل القناة العمومية من حيث الملكية والتمويل القناة الخاصة أي القناة التي يأتي رأس مالها كله أو معظمه من القطاع الخاص وتكون ملكيتها لرأس المال الغالب.

من حيث المضمون:

أ- قنوات عامة أو شمولية: القناة الجامعة أو القناة الشمولية هي القناة التي تبث برامج بين أكثر من مجال اهتمام، وتشمل برمجتها على مواد مختلفة الأعراس والأهداف من إعلام وتثقيف وترفيه.

ب- قنوات فضائية متخصصة: القناة المتخصصة هي التي تركز اهتماما على فرع واحد من فروع التخصصات التي يهتم بها نوع من الجمهور وقد تتولد على جزئيات في التخصص عن هذه الفروع كأن نقول إن قناة ما تهتم بالقطاع الثقافي كفرع من فروع التخصصات، وقد تخصص قناة أخرى اهتمامها على جزء من هذا الفرع مثل صناعة الكتاب أو المطالعة.

وفي القناة المتخصصة قد يتسع مجال التخصص أو يضيق، وفق الاختيار الذي يراد لحدود التخصص ويمكن تقسيم القنوات المتخصصة إلى ما يلي:

- قنوات الموسيقى والمنوعات: هي القنوات التي تبث مواد موسيقية تركز أساسا على الأغاني المصورة العربية والأجنبية ونقل الحفلات مباشرة أو مسجلة (العيادي وعبد الكافي، 2006، ص ص 11-13).
- قنوات الدراما العربية والأجنبية: هي القنوات التي تبث مسلسلات ومسرحيات وأشرطة سينمائية.
- قنوات الرياضة: وتهتم بنقل التظاهرات الرياضية العربية والعالمية مع التركيز على مباريات كرة القدم.
- قنوات التعليم والبحث العلمي: وتعرض برامج تعليمية موجهة إلى الطلبة والتلاميذ من مختلف المستويات، باعتماد طرق بيداغوجية متعددة ووسائل تقنية متطورة.

- قنوات الأسرة والطفل والمرأة: وهي القنوات التي يكون توجهها إلى الأسرة والتي تعنى بالمرأة والطفل.
- القنوات الإخبارية: وهي القنوات المتخصصة في الأخبار، من خلال مواعيد قارة للنشرات والمواجيز والبرامج الإخبارية.
- القنوات الإيديولوجية أو الدينية: وهي قنوات ملتزمة بنهج عقائدي لا تخرج عنه في كل ما تقدمه إلى مشاهديها من متبوعي العقيدة أو المذهب أو الخط الإيديولوجي وتعتمد هذه القنوات على معالجة القضايا المطروحة بطرق شتى قد تكون سردية أو حوارية أو درامية أو وثائقية ولكنها في كل الأحوال لا تحيد عن التخصص العقائدي ولا تنظر إلى المسائل إلا من منظار ما تدعو إليه.
- قنوات الخدمات: تصنف ضمن هذا المجال القنوات المهتمة بالموارد البشرية وتنمية القدرات الفردية (Smart Way) وبشؤون العقار والسياحة.
- قنوات تفاعلية: هي قنوات تبث الإرساليات القصيرة للمشاهدين وهو ما يوفر فرصة للتخاطب بين المشاهدين.
- تلفزيون الواقع: هي قنوات تفاعلية تنقل تفاصيل الحياة اليومية لمجموعة من الأشخاص يتسابقون للفوز بلقب مجال المسابقة.
- قنوات الاقتصاد: وتنقل الأحداث الاقتصادية والمالية على الساحتين العربية والعالمية.
- قنوات علمية وطنية: هي قنوات تخدم كافة أفراد الأسرة وتتوجه إلى مختلف الأعمار من خلال عرض برامج صحية وتربوية وعرض لأبرز المشاكل الصحية التي يواجهها الإنسان (العيادي وعبد الكافي، مرجع سبق ذكره، ص 19، 13)

المطلب الخامس: أهداف البث الفضائي.

يتبادر إلى الأذهان لدى الحديث عن إعلام فضائي هادف جملة من الأسئلة المشرعة وأول ذلك الأسئلة هو: هل هناك حاجة ماسة إلى إعلام فضائي هادف؟ وهل يتحمل الفن التلفزيوني الميال بطبيعته إلى النزعة الترفيهية والتسويقية لكي يكون هادفاً؟ وإذا سلمنا جدلاً بذلك فما مواصفات ذلك الإعلام الفضائي الهادف؟ وهل يمكن أن ينجح في إثارة اهتمام المشاهدين وجذب انتباههم؟ وهل يستطيع أن يحقق المعادلة الصعبة في الجمع بين الجدية والمضمون ومتعة العرض؟

وهناك أسئلة أخرى تتعلق بـ"صناعة الإعلام الفضائي الهادف" فمن الذي سيصنع هذا الإعلام، ومن الذي سيموله، وهل سيكون إعلاما موجهها تموله الحكومات أم إعلاما تجاريا تحكمه قوانين العرض والطلب؟ إنها أسئلة كبيرة حقا تصعب الإجابة عنها جميعا في مثل هذه العجالة، ونكون مخادعين أنفسنا والقراء إن زعمنا أننا نملك الإجابات الشافية لتلك الأسئلة الكبيرة ولكن لا بأس من محاولة الاجتهاد لعل فيها ما يفتح الآفاق لحلول مثمرة بناءة.

وبادئ ذي بدء لا بد من القول أن حاجة مجتمعاتنا إلى إعلام فضائي هادف حاجة ماسة من عدة وجوه منها:

1- أن التلفزيون اليوم أصبح وسيلة إعلامية رئيسة في حياة الناس فمشاهدوه بالملايين وهو في ازدياد مطرد وسوق القنوات الفضائية تشهد ازدهارا لا مثيل له.

2- أن التلفزيون يمتلك عناصر عديدة للجذب والاستقطاب مما يجعله أحد أخطر الوسائل الإعلامية تأثيرا في مجتمعاتنا(عواد، مرجع سابق، ص 102)

3- أن سوق الفضائيات العربية بالتحديد تفتقر إلى القنوات الجادة والمتخصصة كما هو الحال في المجتمعات الغربية التي استعرتنا منها هذه الوسيلة الإعلامية.

إن النجاح النسبي الذي تحقق لبعض القنوات الفضائية موقعا مرفوعا في اهتمامات المشاهدين العرب، وفضلا عن ذلك كله فإن النظرة الموضوعية لطبيعة مجتمعاتنا العربية ومواقعها تدل على أن هذه المجتمعات متدينة ومحافضة وهي لذلك لا تنظر إلى وسائل الإعلام باعتبارها وسائل للترفيه والتسويق فحسب بل تطمح أن تؤدي هذه الوسائل أدوار ذات طبيعة تثقيفية وتعليمية وتربوية (عواد، مرجع نفسه، ص 102)

إن الإعلام الفضائي الهادف الذي نشهده ليس كذلك، بل هو على العكس من ذلك تماما، فهو:

1- إعلام عصري في مضمونه وأسلوب عرضه، يمنح من تراث الأمة ويستوعب معطيات العصر فيمزج بينهما بذكاء وحكمة ليقدم للجمهور مادة إعلامية تنطلق من ثوابتهم الركيزة وتمس متغيرات حياتهم في أسلوب مشرق لا تكلف فيه ولا جهود(فتحي، والمعماري، 2013، ص 28)

2- إعلام مهني راق يرتكز على خصائص الوسيلة التلفزيونية التي يخاطب من خلالها الناس ويوظف التقنيات الحديثة لخدمة الرسالة والوصول إلى الهدف.

3- إعلام منفتح فكريا وحضاريا فلا ينغلق في "جيتوا لادجة" بل ينفتح على الحياة والناس والعالم لأنه ينتمي إلى دين العالمين كافة، وحضارة تفاعله مع الخيارات الأخرى على مر العصور، ولأنه يدرك أن العالم اليوم تحول إلى قرية كونية لا مجال فيها للعزلة أو ادعاء طهارة ذاتية ونحسب أن اجتماع هذه المعالم الثلاثة الرئيسية العصرية المهنية الانفتاح الفكري والحضاري هو أكبر نجاح إعلام فضائي هادف في زمننا هذا (فتحي، والمعماري، مرجع سبق ذكره، ص 28)

المطلب السادس: ايجابيات القنوات الفضائية.

لابد من التقرير بادئ ذي بدء أن القنوات الفضائية ما هي إلا وسيلة وأن الحكم عليها مرتبطة بطبيعة الاستخدام، وأن مكانتها فيما تتعلق بالإيجابيات إنما هي في إمكاناتها الواسعة في الانتشار والجذب باعتبارها أنها اليوم أداة الاتصال الكونية الأولى فبعد مضي أكثر من ثلث قرن على انطلاقة أول قمر صناعي من الفضاء عام 1958م، تكون القنوات الفضائية لما حازته من اهتمام متزايد على مستوى العالم قد تبوأَت الصدارة من وسائل الإعلام المعاصر.

ونحن عندما نتناول القنوات الفضائية بالدراسة بحثنا عن أفضل السبل للانتفاع بمزاياها الاتصالية إنما تفعل ذلك إدراكا منا باختلاف واقعنا عن واقع أجدادنا فيما يتعلق بعالم الاتصال الذي مر بمراحل مختلفة، فمن طريق الاتصال الشفاهي والشخصي إلى طريق الاتصال الإلكتروني السريع، ومن طريق أنظمة الاتصال الموجهة إلى طريق الرسائل الفتوية المتخصصة، ومن طريق الاتصال الهاتفية الشخصي إلى طريق الاتصال الحاسوبي المشارك والمصحوب بالصوت والصورة وأخيرا من طريق الاستقبال السلي للرسائل الاتصالية إلى طريق الاستقبال المتفاعل والمتراسل بين المرسلين والمتلقين، فالتقنية المتقدمة أو العالية قد مهدت الطريق أمام الإنسان ليسير نحو الفضاء البعيد وسيطر على الوقت وليحصل على المعلومات ويتبادلها مع الآخرين أينما كانوا (عواد، مرجع سابق، ص 94)

ومن ثم فالقنوات الفضائية بما توصلت إليه هي وسيلة الاتصال الأكثر استثمارا، والأوسع مدى، والأكثر جذبا وإغراء لجمعها بين الصوت والصورة والضوء واللون والحركة واستخدامها مما يحقق الظهور لدين الله وهذه أبرز إيجابياتها، ذلك أن سطوة الإعلام الفاجر، وطوفان المعلومات غير السوية، وأثره على بصائر البشر وبصيرتهم، قد أوجب نار الحيرة والقلق في النفوس ووجهها نحو التطلع إلى طريق الهداية والنور، وكل ذلك مما يعمق الإحساس بأهمية استثمار طاقات القنوات الفضائية في الدعوة إلى الله، حيث أن كل الناس في أمس

الحاجة إلى جهد إعلامي يجعل التدين ثقافة للناس، والقنوات الفضائية وسيلة العنصر المناسبة بحكم تطورها، وشدة جذبها للناس، على مختلف طبقاتهم، واستخدامها في بث معان تحارب الرذيلة وتركي حذوة الإيمان في النفوس وتؤكد الترابط الاجتماعي وتسهم في بناء المجتمع الفاضل، والأمة الملتزمة، وهذا يجعل تلك القنوات من ضروريات العصر (عواد، مرجع سابق، ص 95)

- الحصول على معلومات مفيدة عن دول العالم من مختلف القارات خاصة تلك البعيدة.
- الإسهام في تطوير التبادل العلمي والثقافي.
- إتاحة فرص غير محدودة لجميع الفئات وفي مختلف الأوقات.
- تداول المزيد من الأنباء وتوسيع رقعة التغطية الحية والمهمة للأحداث.
- التوسع في إمكانيات المواصلات السلوكية واللاسلكية ومن نطاقها (لعرج، 2006-2007، ص 29)

المطلب السابع: سلبيات القنوات الفضائية.

بالمقابل إذا أردنا أن نستعرض السلبيات الموجودة في الفضائيات فإنها تشترك مع السلبيات الموجودة في التلفاز ولكن هناك سلبيات موجودة في الفضائيات لا توجد في البث التلفزيوني العادي منها:

- 1- وجود القنوات الماجنة والفنية التي تجعل من العري والخلاعة بصناعة لها.
- 2- وجود القنوات التي تعمل على التبشير والتنصير في المجتمعات الإسلامية.
- 3- جعلها وسيلة لنشر المذهبية والطائفية مما يلقي بظلاله على تمزيق نسج المجتمع العربي والإسلامي.
- 4- استخدام الفضائيات في مجال الحرب النفسية على الإسلام والمسلمين وكان ذلك جليا واضحا في حربي أفغانستان والعراق وترويجها للأكاذيب.
- 5- الترويج لمفاهيم سطحية عملت على صرف الناس عن قضاياهم المصيرية والمفصلية والجوهرية وشخصيات يتم من خلالها تدمير الأكاذيب والافتراءات على الإسلام أو توظيف شخصيات باعت دينها أو قيمها للهدف نفسه.
- 6- صرف المسلمين عن بعض عباداتهم وشعائرهم أو التهاون بها بسبب إقبالهم الكبير على متابعة القنوات الفضائية (الزبيدي وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 37)
- 7- نشره لبعض المفاهيم والمصطلحات والتي تتعارض مع العقيدة والأخلاق والقيم والعادات.

- 8- يغفل الأفراد عن القراءة والمطالعة، كما يشغلهم عن إنجاز أعمالهم وأداء واجباتهم.
- 9- يعرض برامج تدعو إلى العنف والقسوة، وتؤدي إلى شيوع الرذيلة والجنس والاحتيال والجريمة.
- 10- يعتاد المشاهد من خلاله على الانطواء والوحدة (شرف، 1989، ص 469)

من خلال كل ما سبق تتضح لنا أهمية البث الفضائي وتأثيره الكبير في انتشار التلفزيون كوسيلة إعلامية، فقد حاولنا في هذا المبحث الإلمام قدر الإمكان بكل ما يتعلق بالبث الفضائي انطلاقاً من نشأته وأهميته وأهدافه ومزاياه، وما نتج عنه من انتشار كبير لمختلف القنوات الخاصة التي تحاول أن تنافس القنوات العمومية في تقديم خدمات متنوعة تحقق من خلالها اشباعاً جمهورها وتلبي حاجياتهم.

المبحث الثاني: القنوات الفضائية الخاصة بالجزائر.

شهدت الجزائر في الآونة الأخيرة وخاصة بعد الخطاب الذي ألقاه رئيس الجمهورية عبد العزيز بوتفليقة في أبريل 2011 سابقا تغييرات كثيرة في مختلف المجالات خاصة الإعلامية منها وهذا في سياق الاحتكار الذي مارسته السلطة الجزائرية للقنوات الإعلامية والإذاعية لمدة قاربت الخمسين عاما لتعطي الضوء الأخضر إلى فتح مجال السمعي البصري الذي جاء متأخرا مقارنة بدول أخرى، فقد شرعت بعض القنوات الجزائرية الخاصة عملها ببث فضائي تجريبي يأتي من دول عربية أو غربية في انتظار تكريس الانفتاح الموعود قانونيا خاصة مع ما تعيشه الجزائر حاليا، ومن أهم القنوات الخاصة نجد: الشروق TV، النهار TV، المغربية، سميرة TV... الخ.

المطلب الأول: لمحة تاريخية عن قطاع السمعي البصري في الجزائر.

تعود الملامح الأولى للقطاع السمعي البصري في الجزائر إلى تاريخ ظهور الإذاعة والتلفزيون خلال الحقبة الاستعمارية، حيث أدخل الفرنسيون الإذاعة لأول مرة عام 1924، وكانت موجهة في بادئ الأمر إلى الأقلية الأوروبية من المعمرين في البلد، لتغيير وجهتها فيما بعد، خاصة مع اندلاع الثورة، أين سارعت السلطات الاستعمارية لإنشاء أول محطة تلفزيونية بالعاصمة الجزائرية في 24 ديسمبر 1956، وذلك دعما لمحطة الراديو التي أنشأته لتعبئة الشعب الجزائري ضمن مخطط هدفه الأساسي استمالة الجزائريين وعزلهم عن الالتحاق بالثوار في الجبال (صبان، 2014-2015، ص 52)

سعت البرامج الفرنسية لانتزاع القيم الوطنية من الجزائريين وتجريدتهم من هويتهم الأصلية، كما كرس اتفاقيات إيفيان الممضاة بين السلطات الجزائرية والفرنسية، تبعية القطاع الإذاعي والتلفزيوني للسلطات المستدمرة رغم مغادرتها التراب الوطني مجبرة عام 1962.

نصت هذه الاتفاقيات الممضاة بين الجانبين على تأجيل مسألة الفصل في موضوع هذه المؤسسة الإعلامية إلى مرحلة لاحقة، والتي لم تحدد بتاريخ مضبوط، فلم يتمكن الإعلام الجزائري من التخلص بشكل فعلي من هذه السيطرة الفرنسية على قطاع الإعلام، إلا بتاريخ 28 أكتوبر 1962، أين استرجعت الجزائر السيادة على محطتي الإذاعة والتلفزيون (شيباني، 2016، ص 26).

استكملت الجزائر مظاهر الاستقلال في شقه الثقافي والإعلامي باسترجاع محطتي الإذاعة والتلفزيون، فمن غير المعقول حسبها الإبقاء على العمل بنود اتفاقية أيفيان سارية، في ظل التمتع بالسيادة الوطنية وانتزاع الاستقلال من المستعمر الفرنسي، حيث حددت السلطات الجزائرية دوافعها لهذا الاسترجاع، مؤكدة أنه إجراء طالما ترقب الشعب وقوعه بفارغ الصبر، مبررة أن العملية تندرج ضمن الإدارة الساعية إلى تصفية كل ما من شأنه أن يذكر من قريب أو من بعيد بالوجود الاستعماري في البلد، مضيغة "أنه ليس من قبيل المنطق، وقد استرجعت البلاد سيادتها الوطنية، أن تسمح بوجود أجهزة إعلامية تعرف المواقف التي تبنتها إبان الاحتلال" (بن خدة، 1987، ص 111).

ومن هذا السياق مر قطاع الإعلام الجزائري بشكل عام والسمعي البصري بشكل خاص بعدة مراحل وحقب زمنية، يمكن تصنيفها إلى خمسة مراحل أساسية، وهي على النحو التالي:

1- المرحلة الأولى: 1962-1965

تميزت المرحلة الأولى التي جاءت مباشرة عقب استقلال الجزائر من المستعمر الفرنسي عام 1962، في اتخاذ السلطات الجزائرية قرارا سياديا شجاعا، تمثل في إقدام الجيش الشعبي الوطني على احتلال محطتي الإذاعة والتلفزيون في 28 أكتوبر 1962، بالرغم من اتفاقيات أيفيان الممضاة بين الحكومة الوطنية والسلطات الفرنسية، واسترجعت هذا القطاع الحساس بالقوة، هذا المجال الذي يعد أهم قطاعات التنمية، وكان الإجراء المتخذ يعد استكمالاً للاستقلال الوطني في جانبه الإعلامي والثقافي (الشطاح، 2002، ص 85)

ما يمكن أن نستكشفه من هذه المرحلة التاريخية، التي أعقبت الاستقلال مباشرة في سنة 1962، هي أنها مرحلة لم تدم طويلا، حيث أنها لم تتعد ثلاث سنوات بداية من 1962 إلى غاية 1965، إلا أن الشيء الملفت للملاحظة هو إدراك السلطات الجزائرية مبكرا للدور الذي يلعبه الإعلام سواء كان سمعيا أو بصريا، حيث سعى صانعو القرار منذ الوهلة الأولى لإقامة إعلام وطني يستجيب لحاجيات الجزائريين والجزائريات، كون هذا القطاع الحساس يعد أهم قطاع للتنمية في البلد الفتى، فلا يمكن أن نمي بلد أخرج من لتوه من حرب ضروس واستدمار دام أكثر من 132 سنة، ووسائل إعلامه خاضعة للسيطرة الفرنسية من حيث الملكية والإدارة والإشراف.

القرار الذي اتخذته السلطة الجزائرية الفتية شهورا فقط بعد تحرير البلد من احتلال دام أكثر من قرن ونصف من الزمن، والقاضي باسترجاع محطتي الإذاعة والتلفزيون، كان قرارا سياديا بامتياز، وهو قرار تابع من هذه الأخيرة، وحرصا منها على لعب هذا القطاع الاستراتيجي دورا في التنمية، ومحاولة فك الارتباط الثقافي مع المستدمر الفرنسي، لكن الإشكال الذي ترتب عن هذا الاسترجاع هو الفراغ القانوني الرهيب الذي وقع في تسيير المؤسسات الإعلامية في البلد، هذا ما دفع بمتخذي القرار آنذاك لإبقاء العمل بالنصوص الفرنسية في هذا المجال الإعلامي إلى وقت لاحق.

2- المرحلة الثانية: 1965-1976

أهم نقطة ميزت هذه الحقبة الزمنية التي امتدت 11 سنة، هو إلغاء العمل بالنصوص الفرنسية في مجال الإعلام سنة 1967، حيث سبقت الإشارة إلى تمديد سريان مفعول القوانين الاستعمارية التي تنظم النشاطات الإعلامية في الجزائر لأسباب ظرفية، نظرا لكون القطاع الإعلامي عانى من فراغ قانوني رهيب غداة الاستقلال.

برر رئيس مجلس الثورة آنذاك "هواري بومدين" قرار إلغاء العمل بالقوانين الفرنسية، أنه من غير المعقول أن تواصل الثورة مسيرتها بقوانين غير ثورية، فالسياسة الإعلامية التي أتبعث خلال هذه المرحلة تميزت بالكثير من الغموض على الصعيد القانوني أو على الصعيد الميداني (منشورات وزارة الإعلام الجزائرية، 1981، ص ص 11-15)

النقطة الثانية التي يمكن ملاحظتها في هذه المرحلة هو انعدام قانون خاص ينظم ممارسة الأنشطة الإعلامية بشكل عام في الجزائر، وبشكل خاص قطاع السمع البصري، هذا الفراغ القانوني كانت له انعكاسات سلبية على نشاط وسائل الإعلام في الجزائر، فكانت المؤسسات الإعلامية الحكومية عبارة عن لسان حال الحزب الواحد "الافلان"، ومنبرا من المنابر التي يتخذها للترويج لأفكاره ومشاريعه في ظل أحادية حزبية في البلد.

3- المرحلة الثالثة: 1976-1988

شكلت هذه المرحلة نقطة تحول حقيقة في قطاع الإعلام في الجزائر، بداية بصدور الميثاق الوطني عام 1976، أين بدأت معالم السياسة الإعلامية تتضح أكثر فأكثر، ووحدت الجزائر مفهومها للإعلام كبلد

اشتراكي ينتمي إلى العالم الثالث، يقوم أساسا على الملكية الاجتماعية لوسائل الإعلام، وأكدت أن الإعلام جزء لا يتجزأ من السلطة المتمثلة في حزب جبهة التحرير الوطني، وأداة من أدواتها، يكمن دورها في أداء مهام التوجيه والرقابة والتنشيط (قاسي وآخرون، 2016-2017، ص 66)

اختزلت السلطات الجزائرية دور الإعلام في هذه المرحلة، في خدمة أهداف التنمية، كما دعا ميثاق 1976 لاستصدار تشريعات تحدد دور الإذاعة والتلفزيون في مختلف المشاريع الوطنية، وكذا إشباع مختلف حاجيات الجمهور في إعلام موضوعي.

النقطة الثانية التي ميزت هذه المرحلة الثالثة من مراحل المشهد الإعلامي الجزائري، هو صدور أول قانون للإعلام في الجزائر عام 1982، إلا أن ما يؤخذ على هذا القانون، أنه صدر في ظل الحزب الواحد، وضمن الخط العام للميثاق الوطني والدستور لسنة 1976 (Ihddaden, 1989, p 12.)

يعتبر قانون 1982 الأول من نوعه الذي يصدر بعد 20 سنة بالتمام والكمال على استرجاع محطتي الإذاعة والتلفزيون من المستعمر الفرنسي، وسعى هذا القانون لتنظيم الممارسة الإعلامية في الجزائر، إلا أنه لم يكن في مستوى التطلعات، نظرا للواقع السياسي الذي كان يعيشه البلد، والذي تمثل أساسا في أحادية حزبية لا رأي ولا صوت يعلى عليها.

لم يتعدى قانون 1982 عن خدمة الحزب الواحد وإيديولوجياته حيث بقيت الصحافة الجزائرية تعاني من مشاكل عديدة نتيجة الثغرات القانونية وغموض الكثير من المواد الإعلامية فيه (جدي، 2011، ص ص 52-56)

4- المرحلة الرابعة: 1990-2012

الجديد الذي جاءت به هذه المرحلة، هو ظهور التعددية السياسية والإعلامية التي أقرها دستور 1989، حيث أجاز حرية إنشاء الجمعيات ذات الطابع السياسي، وذلك بعد الأحداث التي عاشها البلد في الخامس من أكتوبر 1988، هذا ما دفع بالسلطة الحاكمة إلى مراجعة قانون الإعلام لسنة 1982، واستصدار قانون جديد للإعلام 1990، الذي فتح مجال التعددية للصحافة المكتوبة، إلا أن قطاع السمعي البصري بقي تحت ملكية ووصاية الدولة.

اعتبر قانون 1990 بمثابة مكسب كبير للإعلام الجزائري بشكل عام، إلا أن ما يعاب عليه، أنه مس الصحافة المكتوبة فقط دون الوسائل الأخرى، ل يبقى بذلك قطاع السمعى البصرى محتكرا من طرف الدولة الجزائرية (قاسى وآخرون، مرجع سابق، 67).

لم يمنع هذا الواقع من التحرك لفك احتكار الدولة للقطاع، حيث يمكن أن نستدل ببعض المحاولات المحتشمة لفتح مجال السمعى البصرى فى هذه الحقبة الزمنية، كانت أهمها جهود مولود حمروش فى الفترة الممتدة بين 1998 والـ 1991، والذي سمح بإنتاج حصص سياسية، مثل حصّة "ملتقى الصحافة"، مجسدة أسس حرية التعبير لكن الأمر لم يدم طويلا، حيث جاءت الأحداث الدامية التي عرفتها الجزائر فى فترة التسعينات. وذلك أمام حالة الانسداد السياسى وبداية التدهور الأمنى فى البلد، وأمام تزايد المراقبة الوقائية للأخبار الأمنية، كانت حرية التعبير وحق المواطن فى الإعلام فى تراجع متواصل.

ما يمكن الإشارة إليه، هو أنه خلال فترة التسعينات المرحجة التي عصفت بالبلاد والعباد، لم تخلو هذه الفترة من بعض الانجازات التي تحققت فى قطاع السمعى البصرى، وهو إنشاء المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائرى لقناة فضائية جديدة، كانت أداة تواصل مع الجالية الجزائرية المقيمة فى الخارج، حيث شاهدنا ميلاد قناة "كنال ألبيرى" فى أكتوبر 1994، حيث بدأت القناة ببث نشرة أخبار واحدة على الساعة مساءً عددها اليوم ثلاث نشرات، وأصبح بثها يتم عبر النظام التماثلى فى 28 أوت 2001.

عرفت الساحة الإعلامية الجزائرية ميلاد القناة التلفزيونية الثالثة عبر القمر الصناعى "عربسات"، وهو مشروع يعود إلى نوفمبر 1998، تم تنفيذه فى ديسمبر 1999 لتعرف القناة ميلادها الفعلى فى 05 جويلية 2001 (شيبانى، مرجع سابق، ص 33) بعد ذلك شهدنا قدوم القناة الرابعة باللغة الأمازيغية إلى جانب القناة الخامسة وهي قناة القرآن الكريم.

ففى هذه المرحلة هو غياب نية حقيقية لفتح قطاع السمعى البصرى فى الجزائر، إلا أن هذا لم يمنع من ظهور العديد من المحاولات المحتشمة لإنشاء قنوات تلفزيونية خاصة، حيث قام "عبد المؤمن خليفة" بتأسيس قناة تلفزيونية سنة 2002، وكان مقر بثها من العاصمة الفرنسية باريس، ولكن لم تقف المحاولات عند الفتى الذهبى "عبد المؤمن خليفة"، بل حاول "ناصر كنان" كسب جمهور فضائية kTv بإنشاء قناة Beur Tv،

بمساعدة مجموعة من المؤسسات الجزائرية والأجنبية في 2004 تزامنا مع الانتخابات الرئاسية حاولت Beur Tv الاستقرار في سوق السمعى البصرى الجزائرى.

هذه السوق كانت محتكرة من قبل القنوات الفرنسية والفضائيات العربية والتلفزيون العمومى الجزائرى، لمشاكل مادية أغلقت القناة توقفت (كبور وبخارى، ص 217)

ما يمكن استنتاجه من هذه المرحلة الزمنية، هو أن إعلام الجزائر عاش مرحلة مخاض حقيقية في الفترة الممتدة من 1990 إلى غاية 2011، فبعد أن تفتح القطاع شكليا وعدديا بمقتضى دستور 1989، وتجسدت ملامح تحرره في ظهور صحافة مكتوبة خاصة غير تابعة للحزب الحاكم.

رغم كل الجهود الحديثة التي سعت لتحرير القطاع السمعى البصرى الجزائرى، حيث تم عرض مشروعين تمهيديين لتنظيم الممارسة الإعلامية في البلد، أولهما كان مشروع قانون 1998، والثاني كان خلال عام 2002، تناولت هاتين الوثيقتين بشيء من التركيز للإعلام المرئى في الجزائر، إلا أنه الدولة أصرت على عدم تغيير الخريطة الإعلامية حيث رفضت الفكرة جملة وتفصيلا وتشبثت أكثر من مرة بعدم فتحه أمام الخواص لحساسية القطاع في نظرها.

5- المرحلة الخامسة: 2012-2015

تميزت هذه المرحلة بقفزة نوعية في المشهد الإعلامى الجزائرى بشكل عام، وبشكل خاص في قطاع السمعى البصرى، حيث ساهمت في هذه النقلة الظروف الخارجية المحيطة بالبلد أكثر من نظيرتها الداخلية، نظرا لما عانتها البلدان العربية تحت ما اصطلح على تسمية ربيعاً عربياً، وما لعبه الإعلام من دور في تأجيج هذا الحراك الشعبوى، وتمكنه من إسقاط إمبراطوريات عمرت لأكثر من 40 سنة من الزمن، حيث سارعت السلطات الجزائرية إلى احتواء الوضع آنذاك، وأقرت قانونيا عضويا للإعلام سنة 2012، أزالته فيه التخوفات التي كثيرا ما توجست منها طيلة نصف قرن من الزمن، وبدأت نية محتشمة في فتح السمعى البصرى أمام الملكية الخاصة.

لكن النقطة التي لا يختلف اثنان من شأنها، أن انفتاح قطاع السمعى البصرى في الجزائرى لم يصرح به علنا، إلا من خلال الخطاب الذي ألقاه رئيس الجمهورية "عبد العزيز بوتفليقة" في نوفمبر عام 2011، الذي عبر فيه عن قرار فتح هذا القطاع أمام الملكية الخاصة.

كان مشروع القانون العضوي (12-05) الخطوة الفاصلة بين المكتوب والبصري بالرغم أنه لم يأتي بالكثير مقارنة مما جاء به قانون 1990 الذي جمد بقرار حالة الطوارئ، إلا فيما يخص انفتاح قطاع السمعى البصري على الخواص (كبور، بوخاري، مرجع سابق، ص 216).

لم يقف المشروع عند قانون عضوي للإعلام فحسب، بل تعززت الساحة الإعلامية خلال سنة 2014، بقانون يعنى بالنشاط السمعى البصري، وهو القانون الذي وضع لأول مرة إطارا قانونيا للفاعلين في القطاعين سواء كان عاما أو خاصا، الأمر الذي من شأنه أن يحدث تغيير ملموسا في وظيفة الإعلام السمعى البصري في البلد.

ما يمكن استنتاجه من هذه المرحلة، هو أن سنة 2014 حملت معها جديدا طالما انتظره كل الجزائريين، واستحدثت لأول مرة في تاريخ البلد قانونا يعنى بنشاط السمعى البصري، هذا القانون غير جذريا الخريطة الإعلامية الجزائرية، وتفتح على الملكية الخاصة، وأنهى بذلك حقبة احتكار دامت أكثر من نصف من الزمن.

يعد صدور أول قانون سمعي بصري في الجزائر خطوة مهمة في المشهد الإعلامي الجزائري، رغم التأخر الكبير الذي عرفه إلا أنه يبقى مكسبا ثمينا لا يستهان به، لكنه للأسف يعتبر خطوة غير كافية مادام القانون معطوب بمعوقات تحول دون تنفيذ بنوده بدقة، فالإجراءات المرافقة و المكتملة له لم يتم استحداثها بعد، لذا هذا المولود الجديد حبرا على ورق، فلم تفعل بنوده على أرض الواقع، وذلك رغم تأسيس سلطة الضبط السمعية البصرية، إلا أنها خارج مجال التغطية، بفعل عدم تعيين أعضائها في حين أن الرئيس معين من قبل رئيس الجمهورية.

المطلب الثاني: تعريف القنوات الجزائرية الخاصة

هي أبرز المحطات التلفزيونية المحلية الخاصة في الجزائر، وهي قنوات جزائرية حديثة النشأة أطلقت معظمها البث في الجزائر بعد فتح المجال أمام القطاع الإعلامي الخاص للسمعى البصري، والتعددية الإعلامية بداية من سنة 2011.

ولقد كانت أولى التجارب لجريدة النهار الجديدة التي أطلقت قناتها "النهار Tv" في بدايات 2012 لتتبعها صحف أخرى كالشروق، البلاد ووقت الجزائر (دزاير Tv) والخبر KBC وغيرها من الصحف التي

تسعى للتحويل إلى قنوات فضائية، حيث تضمن المدن العربية البث الفضائي على كل من الأقمار الصناعية ArabsatBadr والقمر Nilesat بمعدل نقل بيانات عال (رزيق، 2016، ص 66)

المطلب الثالث: نشأة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة

1. ظهور القنوات الفضائية في الجزائر:

ظهرت القنوات الفضائية في الجزائر ابتداءً من سنة 1985 حيث قامت الجزائر باستيراد 33000 هوائي مقعر، وقد انتشر فقط في أوساط الطبقات الاجتماعية من طرف ذوي الدخل العالي كالتجار الكبار وأصحاب المناصب العالية، وما يلاحظه في الفترة الأخيرة إقبالاً واسعاً على الهوائيات المقعرة خصوصاً مع الانفتاح الذي شهده العالم في الفترة الأخيرة وهي الآن ترى في جميع الأحياء الراقية والقصديرية، وأصبح امتلاكها لا يتوقف على المستوى الاقتصادي للأسرة (بويدي، 1998، ص 85)

وإذا أخذنا بعين الاعتبار نظرة القانون إلى الهوائيات المقعرة فإن الدولة هي المحتكر الأول للإعلام، وذلك بامتلاكها لمؤسسة التلفزة الوطنية (ENTV) والقناة الفضائية الجزائرية (Canal Algérie) ولكن امتدت هذه العملية ليتبناها الخواص وليس هناك رقابة قانونية لمثل هذه العمليات، حيث توصلت لجنة حول ظاهرة استيراد الهوائيات المقعرة، فخرجت بقرار تنظيم عملية الاستيراد ثم حلت.

وفي سنة 1987 صدر قرار يمنع استيرادها ليصدر قرار سنة 1988 أنفى القرار الأول وبالتالي لا يوجد أي قانون يمنع دخولها إلى الجزائر، ومنذ ذلك الوقت اتسعت شبكة الاستيراد حيث تم إدخال حوالي 600 هوائي بين سنتي 1989-1990 إلى البلاد وازداد هذا العدد إلى أن بلغ حجم امتلاك الهوائيات إلى نصف سكان الجزائر أي ما يعادل 13 مليون (جريدة الشروق العربي، العدد 412، ص 11، 14)

2. بعض القنوات الجزائرية الخاصة:

الشروق TV:

تردد قناة الشروق الجزائرية "Frequency Channel Echourouk TV HD" على القمر الصناعي نايل سات بجودة HD فائقة الوضوح، هي قناة فضائية جزائرية خاصة تابعة لمؤسسة الشروق، تبث القناة برامجها التلفزيونية على مدار الساعة بدون تقطيع أو تشفير للبث تعمل بشكل مجاني

بدون اشتراك شهري لها، تضم القناة باقة كبيرة من البرامج ذات المجالات المختلفة من الإخبارية والمنوعات والفنية والدينية وبعض المسلسلات العربية والتركية المدبلجة.

محتويات:

- نبذة عن قناة الشروق.
- برامج قناة الشروق الجزائرية.
- مسلسلات قناة الشروق Tv.
- قناة الشروق الجزائر بث مباشر.
- تردد قناة الشروق الجزائرية 2019.

نبذة عن قناة الشروق:

تم البث التجريبي للقناة على الأقمار الصناعية في العيد الثوري الجزائري الذي يصادف ذكر تأسيس جريدة الشروق في عام 2011، حتى أصبحت القناة من أهم القنوات الجزائرية التابعة لمؤسسة الشروق الكبرى، حرصت قناة الشروق الجزائرية على التنوع فيما تقدمه طوال اليوم على شاشتها من برامج رياضية وترفيهية ومنوعات ولا تنسى المسلسلات التي يهتم بها الكثير من المشاهدين كما أنها تعرض برامج دينية مع عملاقة الدين، ولا تنسى الأطفال في فقراتها فهي تقدم فقرات الأطفال من برامج وأفلام كرتونية.

برامج قناة الشروق الجزائرية:

- **Coke studio**: برنامج غنائي يجمع بين كل مطربين العرب والعالم يعرض الخميس من كل أسبوع.
- **جرين مج**: برنامج يعرض نص شهرياً وهدفه تحسين رؤية الجمهور والمسؤولين حول القضايا البيئية من تقديم حسبية إبلعيدان.
- **بلانيت فوت**: برنامج لمناقشة وتحليل الساحة الرياضية من تقديم رضوان بن دالي.
- **تكنو فون**: هو برنامج أسبوعي يعرض كل ماهو جديد في عالم الهواتف الذكية والتكنولوجيا الحديثة من تقديم هبة الله جوادي.
- **أحكي حكايتك**: برنامج أسبوعي يسلط الضوء حول الجرائم برواية أصحابها من تقديم يوسف نكاع.

- أولادنا تحت جناحنا: برنامج أسبوعي يعلم الآباء والأمهات كيف يعاملون أطفالهم من إعداد وتقديم عمو يزيد.
- الماهر: برنامج ديني لتعلم أحكام القرآن الكريم وتلاوته يقدمه المقرئ ياسين الجزائري.
- بعيداً عن السياسة: برنامج ترفيهي أسبوعي من تقديم بن عمر رياض.
- خط أحمر: برنامج أسبوعي يتناول القضايا الاجتماعية من تقديم فضيلة المختاري.
- خيرات بلادي: برنامج يسلط الضوء على الفلاحة الجزائرية تقديم مصطفى تدريست.
- زدني: برنامج مسابقات ثقافية من تقديم سليمان بخليلي.

مسلسلات قناة الشروق TV:

في عام 2016 بدأت قناة الشروق Tv في دبلجة المسلسلات التركية إلى اللغة الجزائرية بدلاً من اللهجة السورية، كان ذلك سبق للقناة بعدما حققت المسلسلات التركية نجاح باهر في الوطن العربي من عام 2010 إلى وقتنا هذا ومن ضمن المسلسلات المدبلجة التي تعرض على القناة الجزائرية قناة الشروق مدبلج بالدارجة الجزائرية مسلسل أليف، زهرة القصر، وادي الذئاب 9، وغيرها من المسلسلات كما أنها تعرض المسلسل الأسطوري التاريخي قيامة أرطغرل، أما عن المسلسلات الكوميدية فلا حصر لها على القناة فهي تعرض المسلسلات الكوميدية المضحكة مثل: بمت ولد، السلطان عاشور 10، دقيوس ومقيوس، فقر مونتال والكثير من باقة رائعة من المسلسلات الفكاهية المميزة.

كما أنها تعرض برامج الأطفال الترفيهية والأفلام الكارتونية المحببة لقلب الطفل باللكنة الجزائرية، ولم تنسى الفكاهة والمرح مع برامج الكاميرا الخفية من البرامج المميزة والشيقة للمشاهد كما أنها تعرض برامج التوك شو الحوارية باستضافة الفنانين والحديث عن أهم أعمالهم وحياتهم الشخصية.

قناة الشروق الجزائرية بث مباشر:

لمشاهدة قناة الشروق الجزائرية بث مباشر مجاناً على الإنترنت أونلاين بكل سهولة على موقعها الرسمي من خلال الضغط هنا والتمتع بمشاهدة القناة بدون تقطيع يعمل على مدار اليوم 24 ساعة بدون تشفير، كما يمكنكم متابعة أهم الأحداث ومتابعة مواعيد البرامج المعروضة عبر شاشة قناة الشروق الجزائرية من خلال مواقع التواصل الاجتماعي الخاص بالقناة فيس بوك، تويتر، يوتيوب.

تردد قناة الشروق الجزائرية 2019:

القمر	التردد	FEC/SR	الجودة
نايل سات	10992 (V)	27500 – 5/6	HD
" Echourouk TV HD اسم القناة على قائمة القنوات "			

تردد قناة الشروق الجزائرية تم تحديثه طبقاً لأخر تغيير على القمر الصناعي نايل سات، كما يمكنكم مشاهدة قناة الشروق الإخبارية – قناة بنة Tv وهم قنوات تابعة لشبكة قنوات الشروق أيضاً، يتم متابعة أحر المستجدات والإضافات الجديدة على الأقمار الصناعية وتوفير المعلومات اللازمة لاستقبال أفضل إشارة ممكنة. (<https://www.altkia.com/echourouk-Tv, 10:15 Date 15/04/2019>)

قناة النهار:

هي قناة جزائرية مستقلة، انطلق البث التجريبي يوم 6 مارس 2012 بأول نشرة إخبارية قدمت من طرف الشائعي الإعلامي رياض بن عمر ونور اليقين مغريش، اتخذت القناة مقرها الرئيسي بالعاصمة الجزائرية الجزائر لبيدأ البث من هناك على قمر نايلسات.

قناة النهار



شعار القناة منذ 2013

معلومات عامة	
التنوع	إخبارية
تاريخ التأسيس	6 مارس 2012
البلد	الجزائر
المقر الرسمي	سعيد حمدين ، بئر مراد رايس، الجزائر
الموقع الرسمي	الموقع الرسمي لقناة النهار
صفحة فيسبوك	ennaharjournal
صفحة تويتر	ennaharonline
عبر الساتل	نايل سات: 12360 عمودي 27500 عرب سات: 12303 أفقي 27500 ياه سات: 12130 أفقي 27500

تهتم القناة بالشأن السياسي والرياضي والثقافي في الجزائر، حيث أن برامجها كانت مزيجاً بين نشرات الأخبار والرياضة وأخبار الاقتصاد في الجزائر وكذا أخبار الصحف الوطنية وهذا من خلال برنامج قهوة وجرنان، عرفت القناة حيادها في الطرح، خاصة أثناء الحملة الانتخابية للانتخابات

الرئاسية الجزائرية. (<https://fr.wikipedia.org/wiki,10:15> Date 15/04/2019)

الجزائرية وان:

(الجزائرية وان) الجزائرية Tv حتى تاريخ 17 مايو 2017، قناة تلفزيونية جزائرية خاصة تم إطلاقها على القمر الصناعي أتلانتيك بيرد 7، انطلق بثها الرسمي ابتداء من يوم 05 جويلية 2012 بشبكة برمجية متنوعة.

هدف القناة: تهدف القناة من خلال برامجها إلى إيصال صورة الجزائر الحالية، هناك نقاشات دارت حول هدف القناة ومموليها.

برامج القناة:

1) برامج سابقة:

- **قهوة القوسطو:** برنامج أسبوعي يتنافس فيه مجموعة من الشباب على عرض أعمال كوميدية تقيم من طرف لجنة مكونة من ثلاثة أفراد، وتقيم من طرف الجمهور من خلال رسائل SMS .
- **جزائريات:** برنامج أسبوعي يتطرق إلى حياة المرأة الجزائرية وحياتها اليومية من مختلف الجوانب.
- **دزايرنا:** برنامج يومي يتعرض في كل حلقة إلى بطل من أبطال الثورة الجزائرية.
- **بدل اللوك يحبوك:** برنامج أسبوعي يتطرق إلى عالم التجميل.
- **مع زهرة:** برنامج يستضيف في كل مرة شخصية جزائرية بارزة للتداول معها.
- **كونك عاقل:** برنامج نصف شهري من تقديم جلال شندالي يفصل في القضايا العائلية العالقة بنوع من العقلانية.
- **قهوة حليب:** برنامج فني أسبوعي يعرض أهم الفيديو كليبات والأغاني المطلوبة من الجمهور.

- فنانون لايف: برنامج أسبوعي من تقديم حكيم صالح يستضيف في كل مرة فنانا في الأستوديو لعرض ما لديه من أغاني.
- فن الطياب: برنامج نسائي يهدف إلى التعريف بالأطباق الجزائرية القديمة والحديثة.
- الفهرس: برنامج أسبوعي يتصفح أهم ما جادت به المكتبة الجزائرية من كتب ومؤلفين في مختلف ميادين الكتابة والتأليف.

البرامج الحالية:

- الجزائرية نيوز: هو موعد يومي مع نشرة لأهم الأحداث الوطنية والدولية.
- هاشتاج.
- ناس وحكايات.

إضافة إلى المسلسلات والأغاني والاشهارات. (<https://ar.wikipedia.org/wiki,10:30> Date

(15/04/2019

سميرة Tv:

(سميرة) Tv بالفرنسية: (Samira TV) قناة تلفزيونية جزائرية على قمر نايلسات وهي موجهة للمرأة الجزائرية والعربية، وتهتم بالطبخ الجزائري، إضافة إلى أنها تبث حصص خاصة بالخياطة والتفصيل والتدبير المنزلي وكل ما يخص شؤون البيت، كما أنها تحافظ على عادات وتقاليد المجتمع الجزائري. يقع مقر القناة بالجزائر العاصمة، وتعد أول قناة متخصصة في الطبخ في الجزائر، كما تعد مالكها أول امرأة تطلق قناة في الجزائر بهذا الحجم.

ترددات القناة:

تبث القناة على مدار نايلسات. التردد: 12360 الترميز: 27500. الاستقطاب: عمودي V .

أهم الطباخين:

سليمة يعلى، فارس جيدي، لطفي حيمر، خديجة جكنون، عبد النور بن حنيش، نعيمة درويش... إلخ.

البرامج: حاليا تبث القناة برامج طهي مأكولات جزائرية

- كل يوم طبخة، زين وهمة، جنان لالة، الخياطة، الطاقة الذهبية، استراحة قهوة، خفيف ظريف، صلصة ومعكرونة، خبايا بن بريم، حوريتكم، لمسة شهرزاد، سافر مع رشيد، توأم الطبخ.

(<https://ar.wikipedia.org/wiki,10:30> Date 15/04/2019)

قناة المغاربية:

المغاربية قناة حوارية وإخبارية تعمل على تسليط الضوء القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية تهتم بالمواطنين في جميع الدول المغاربية.

تاريخ القناة:

تأسست قناة المغاربية في نوفمبر 2011، وبدأت في بث برامجها يوم 16 ديسمبر 2011.

هدف القناة:

أعلنت قناة المغاربية والتي تبث مباشرة من المملكة المتحدة- بريطانيا- أنها قناة موجهة بنسبة 50 إلى 60 في المئة من شبكتها البرمجية للمشاهد الجزائري مع برمجة متنوعة وإخبارية وأسئلة موضوعاتية ومختلف الآراء أعلن سليم صالحى أن أحد مؤسسيها هو نجل عباسي مدي رئيس الجبهة الإسلامية للإنقاذ المحظورة والذي هو حاليا يعيش في قطر حسب الصفحة الرمزية للقناة: "المغاربية قناة تلفزيونية فضائية مستقلة تعمل على تسليط الضوء على القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تهتم المواطنين في المنطقة المغاربية. تهدف قناة "المغاربية" من خلال مختلف موادها الإعلامية إلى مدّ جسور التواصل بين شعوب المنطقة والمساهمة في تكريس حق المواطنين في الوصول إلى المعلومة الصحيحة ومتابعة خدمة إعلامية تعتمد الرصانة والموضوعية وترتكز على المهنية والحرفية وتضمن حرية التعبير وتبرز الرأي والرأي الآخر.

قناة "المغاربية" وهي تقدم خدماتها الإعلامية للجمهور المغاربي تسعى لأن تكون فضاءً لتواصل الشعوب المغاربية، يطلعون من خلاله على واقعهم دون تعميم أو تزييف ويطلون منه على العالم وتجارب شعوبه، كما

تفتح المجال أمام جمهورها للمساهمة في نصرته القيم الإنسانية وتعزيزها، وعلى رأسها قيم الحرية والمساواة وحقوق الإنسان".

ترددات القناة:

نايلسات: 10815 أفقي 27500. هوتبيرد: 11642 أفقي 27500.

برامج القناة:

دينا، صدى الشارع، قالت الصحف، الحدث المغربي، العالم اليوم، صحتك لابس، مواطنين مع وقف التنفيذ.

المطلب الرابع: أهمية القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة

تبدو استقلالية هذه القنوات من خلال عدم قدرة الدولة على مراقبة النشاط الفضائي الخاص بهذه القنوات، فظهرت أهمية هذه القنوات الخاصة في أنها مؤشر فعال و مستقل نسبيا تجاه الكثير من القضايا والمواقف، كما أنها قادرة على تشكيل رأي عام مستقل وداعم لما تطرحه من أفكار ومواقف. تجذب القنوات الخاصة قطاعات معينة من جمهور المشاهدين على نفس النحو الذي تجذب به المحطات الإذاعية للمستمعين، وذلك بتوجيه الجهود نحو سوق من المستهلكين. إن كل من القنوات التلفزيونية الخاصة والمذيع يشتركان في كثير من أوجه الشبه ويتمثل ذلك في أنهما أيضا يوجهان الجهود نحو نوعية محددة من الجمهور (وايت، 2001، ص 336-337).

المطلب الخامس: أسباب ودوافع ظهور القنوات الفضائية الخاصة.

سمحت الدولة بتجربة التعددية الحزبية السياسية أي عدة أحزاب تتنافس من أجل الوصول إلى الحكم من خلال تعديل الدستور الذي تم عام 1991، خاصة بعد تراجع حزب جبهة التحرير الوطني كحزب طليعي فشل في تحقيق التعبئة الشاملة كذلك ما شهدته الجزائر من أزمات قوية عام 1988، مما ولد الوعي السياسي والوطني وبهذا أصبح التوجه نحو التعددية الحزبية أمر فرضه الواقع المعاش آنذاك، وهناك 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 والعامية مع التضيق إلى درجة حرية إلقاء التعبير وفرض قوالب جاهزة، وتأكيد أحادية متعسفة في كل شيء يضاف إلى ذلك التعسف في استعمال السلطة واحتكار الامتيازات وتصلب الجهاز البيروقراطي وفشله في أداء مهامه كأداة اتصال هذا ما أدى إلى توسيع الفجوة بين الحكام والمحكومين وفقدان مؤسسات الدولة لمصداقيتها، وبهذا انفجرت أزمة 1988 بالرغم من أن معظم التحليلات التي قدمت لأبعاد تلك الفترة أرجعت للبعد الاقتصادي في حين أن النظام السياسي هو الحاضر بقوة.

ويمكن القول هنا أن الجزائر كانت سابقة عهدها في التحول الديمقراطي وعرفت ثورة عفيفة وكما شهدت غياب ثقافة الديمقراطية في الجزائر، بفعل ميلاد عنيف للديمقراطية والذي لم يكن عن قناعة سياسية (رزيق، مرجع سبق ذكره، ص 74-75).

وانطلاقاً من هذه التحليلات يمكن القول أن الجزائر من الدول الأولى التي شهدت ثورة الربيع العربي التي تنشر في خطابها التحول الديمقراطي والسياسي فالجزائر بعد مرور خمسين سنة من تبني سياسة الإعلام المسيس والمؤدلج (إعلام الدول) الذي فقد مصداقيته لدى مختلف فئات المجتمع خاصة فئة الشباب التي تعتبر هامة ذلك أنه تبنى وتعمل على تطويره، فقد فتحت باب الحوار مع الأفراد من خلال مبدأ حرية الإعلام والصحافة، واستدعى إنشاء مجموعة من الفضائيات التي يأمل من خلال جملة البرامج التي تبثها على نشرة الأخبار والحل الرمزي للصراعات بنوعيتها الداخلية والخارجية وذلك من منطلق الفضاء العام الذي يسمح بالحوار العقلاني والنقدي (العايشي، 1999، ص 25).

وبهذا فقد بدأت لعبة الديمقراطية في المجتمع الجزائري لأسباب متعددة بعضها داخلي والمتمثل في حاجة النظام إلى فاعلين سياسيين جدد لهم مصداقية وامتداد داخل الأوساط الشعبية حيث كانت البداية في عام 1989 الذي أعطى إشارة الانطلاق نحو التحول الديمقراطي بالاعتماد على التعددية الحزبية مع التأكيد على حرية الرأي والتعبير للجمعيات الأمر الذي ولد مع مرور عدة سنوات حرية الإعلام وهذا عام 2012.

ولعل أحداث الربيع العربي وما سنته من قوانين ومبادئ تحويلية في سياسة الدولة الجزائرية وللوصول إلى الديمقراطية الشعبية التي يطمح إليها أفرادها كانت على نصوصها فتح قنوات فضائية خاصة تبرز السلطة الفضائية الخاصة، وهكذا فإن الاتصال الجماهيري وأدواته جعلته مسرحا تدور من خلاله أحداث الحياة السياسية هذه الأخيرة التي اعتبرت شكلا من أشكال الطابو السياسي (بوضيف، 2010، ص 6).

المطلب السادس: إيجابيات القنوات الخاصة

- 1) الحرية في التعبير عن الرأي فالقنوات الخاصة لا تكون مملوكة للدولة ولا تعبر عن النظام أو الحكومة، فيستطيع الإعلامي التعبير عن رأيه بكل حرية وشفافية في القضايا المطروحة أمامه فيشعر المشاهد بالحياد ويتشجع على متابعة تلك القناة بل والاشتراك عن طريق المداخلات الهاتفية فلا يشعر بأن القناة تمثل النظام.
- 2) دعم صاحب القناة لها: فقد يقوم مالك القناة وعادة ما يكون من رجال الأعمال بدعم قنواته الخاصة وشراء المسلسلات والبرامج المميزة وهذا يؤدي لتقدم القناة وتدرجها لتصبح من القنوات الكبيرة التي يتابعها المواطن.
- 3) كثرة الإعلاميين المميزين: فتواجه الأموال الوفيرة يستطيع مالك القناة أن يضم لها الإعلاميين المميزين والذين يدعمون أي قناة يذهبون إليها باسمهم الكبير والمحفور في قلب المتابعين ويكون ذلك عامل كبير لدى المشاهد المتابع لتلك القناة.
- 4) الحصول على معلومات مفيدة عن دول العالم في مختلف القارات.
- 5) الإسهام في تطوير التبادل العلمي والثقافي.
- 6) إتاحة فرص غير محدودة لجميع الفئات، وفي مختلف الأوقات.

7) يمكن للدول أن تقدم الخدمات التعليمية في جميع مدارسها من خلال التلفاز (فاكية، 2016، ص 36-37).

المطلب السابع: سلبيات القنوات الخاصة.

أبدى الدكتور "أديب حضور" وجهة نظره اتجاه هذه القنوات الخاصة مبرزاً بعض السلبيات التي حصرها في:

1) افتقارها إلى امتلاك شخصية مميزة تستجيب للخصوصية المحلية ولاهتمامات الجمهور، فقد ولدت هذه القنوات حاملة في ذهنها صورة النموذج الأصل (بعض القنوات الفضائية الأجنبية) وتبذل جل جهدها في تقليدها (فاكية، 2016، ص 37).

2) المبالغة في التركيز على اللوائح والقوانين والبيروقراطية وعدم المرونة وتلك الأمور هي الأسباب الحقيقية في تخلف القنوات وعدم جماهيريتها.

3) تبالغ القنوات الفضائية الخاصة في التركيز على الترفيه والتسلية وابتعادها عن القضايا التي تمم المواطن بحجة أن وظائفها للترفيه والتسلية بدرجة أساس.

نستخلص مما تم عرضه في هذا الفصل أن الجزائر خطت خطوة إيجابية نحو تجربة فتح قطاع السمعي البصري الخاص، وأن تواجد مثل هذه القنوات في الساحة الإعلامية الجزائرية نقطة مهمة للغاية ويعد مطلباً ضرورياً للتحويل الديمقراطي في الجزائر على الرغم من أن ظروف بروز هذه القنوات الخاصة جاءت في بيئة غير متوازنة، لكونها تقدم برامجها من الجزائر وتخضع لقوانين دول أجنبية لأنها مقر البث من هناك لذا وجب على الدولة تبني خطة إعلامية جديدة منفتحة لصناعة الرأي العام وبذلك تواجد قنوات جزائرية المحتوى والفكر.

الفصل الثالث:

الإطار التطبيقي للدراسة

بعد الانتهاء من عملية جمع البيانات عن طريق الاستمارة انصب جهدنا على تفرغها في جداول بسيطة وجداول مزدوجة ومركبة والتعليق عليها وكذا تحليل النتائج والإحصاءات المتوصل إليها، وهي عملية تم فيها نقل المعلومات الكيفية الى أخرى كمية مقابلة لها، ومعبرة عنها بالعدد والنسب .

وتهدف هذه المرحلة عموماً، بما تتضمنه من تحليل وتنظيم ترتيب وتصنيف البيانات بصورة علمية وعملية الى الكشف عن العلاقات والارتباطات بين الظواهر حتى نتمكن من التوصل الى تفسير دوافع إقبال الطلبة على القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة لاسيما قناة الشروق TV.

وقد اعتمدنا في دراستنا على الطريقة اليدوية في تفرغ الاستمارة وتمت عملية التفرغ اعتماداً على نفس ترتيب تساؤلات الدراسة والتي تم تحويلها إلى محاور في الاستمارة، فكل محور يغطي الأهداف المسطرة حيث تمت العملية على النحو التالي

- 1- تحليل البيانات المتعلقة بتعرض الطلبة لقناة الشروق TV
- 2- تحليل البيانات المتعلقة بدوافع إقبال الطلبة على قناة الشروق TV واشباعات المحققة لهم
- 3- تحليل البيانات المتعلقة بوجهة نظر الطلبة حول نوعية البرامج وأسلوب عرضها

هذا وقد تضمنت هذه الدراسة الميدانية جداول بسيطة، مزدوجة ومركبة وقد استعملنا طرق إحصائية هي : المتغيرات، التكررات، النسب المئوية أما التعليق فقد انطلقنا من الأسلوب الكمي (إحصاءات ونسب) إلى الأسلوب الكيفي (ملاحظات واستنتاجات) من خلال النسب المئوية

التحليل الكمي: محور البيانات الشخصية .

جدول رقم (01): يبين توزيع العينة حسب متغير جنس المبحوثين

السنة	التكرارات	
54%	43	ذكر
46%	37	أنثى
100%	80	المجموع

من خلال الجدول رقم (01) الذكر يمكن الوصول إلى التحليل الكيفي التالي ثم تمديد عينة البحث بـ 80 مفردة، ثم الحصول فيها على 43 ذكر و 37 أنثى أي بنسبة 54 % و 46% على التوالي.

جدول رقم (02) يبين توزيع العينة حسب متغير سن المبحوثين

النسبة	التكرارات	
8.8%	35	من 18 إلى 20 سنة
47.4%	7	من 21 إلى 24 سنة
43.8%	38	من 24 سنة فما فوق
100%	80	المجموع

من الجدول رقم (02) نرى أن أغلبية هؤلاء المبحوثين تبلغ أعمارهم من 24 سنة فما فوق بـ 35 مفردة وبنسبة 43.8% فيحين نجد المرحلة العمرية من 18 إلى 20 سنة بلغت 07 مفردة بنسبة 8.8% أما المرحلة من 21 إلى 24 سنة فقد بلغت 38 مفردة بنسبة 47.8%.

جدول رقم (03): يبين توزيع العينة حسب متغير المستوى الجامعي

النسبة	التكرارات	
18.8%	15	سنة ثانية اعلام واتصال
17.2%	13	سنة ثالثة اعلام
2%	2	سنة ثالثة اتصال
15%	12	سنة أولى ماستر اتصال وعلاقات عامة
26.2%	21	سنة ثانية ماستر اتصال وعلاقات عامة
7%	5	سنة أولى ماستر صحافة مطبوعة
3%	3	سنة ثانية ماستر صحافة مطبوعة
2%	2	سنة أولى ماستر سمعي بصري
8.8%	7	سنة ثانية ماستر سمعي بصري
100%	80	المجموع

من الجدول رقم (03) : الذي يوضح المستوى الجامعي للمبحوثين نجد 21 مفردة يدرسون سنة ثانية ماستر اتصال وعلاقات عامة أي بنسبة 26.2% لتليها سنة ثانية إعلام واتصال بـ15 مفردة بنسبة 18.8% وسنة ثالثة إعلام 13 مفردة بنسبة 17.2% في حين نجد 7 مفردات تخصص سنة ثانية ماستر سمعي بصري بنسبة 8.8% وسنة أولى ماستر صحافة مطبوعة والكثرونية بـ5 مفردات بنسبة 7% وسنة ثانية ماستر صحافة مطبوعة والكثرونية بـ3 مفردات بنسبة 3% وسنة أولى ماستر سمعي بصري بـ2 مفردة بنسبة 2%.

التحليل الكيفي: محور تعرض الطلبة للقناة الفضائية الجزائرية الخاصة بالشروق TV:

جدول رقم (04) يبين مساهمة الانفتاح الإعلامي في الجزائر في زيادة المتابعة والإقبال

النسبة	التكرارات	
50%	40	كبيرة
48.8%	39	متوسطة
1.2%	1	ضعيفة
100%	80	المجموع

من خلال الجدول رقم (04) يتبين أن مساهمة الانفتاح الإعلامي في الجزائر في زيادة المتابعة والإقبال بدرجة كبيرة حسب المبحوثين بنسبة 50% في حين نجد بدرجة متوسطة بنسبة 48.8% في حين نجد بدرجة ضعيف بنسبة 1.2% إذ الإجابة بدرجة كبيرة ودرجة متوسطة تفوق نسبتها معا 98% مما يعني هجران المشاهد لمشاهدة التلفزيون بصفة عامة لاسيما القنوات العمومية كان سببه انغلاق المجال وغياب المنافسة والبديل .

جدول رقم (05) يبين مدى مشاهدة المبحوثين للقناة الشروق TV

النسبة	التكرارات	
30%	24	دائمة
49%	39	متوسطة
21%	17	نادرة
100%	80	المجموع

قدرت مشاهدة المبحوثين من خلال الجدول رقم (05) لقناة الشروق بصفة متوسطة بنسبة 49% وبصفة دائمة بنسبة 30% أما بصفة نادرة قدرت بـ 21%. بحيث ان الفرد لا يقضي جل وقته في متابعة قناة واحدة في ظل تعدد القنوات الخاصة الجزائرية ويعد هذا منطقيا في ظل الزخم الكبير الذي وجد المشاهد نفسه أمامه بعد ما كان هناك شح كبير في القنوات الوطنية نوعا وكما .

جدول رقم (06): يبين المدة الزمنية التي يقضيها المبحوثين في المشاهدة أسبوعيا

النسبة	التكرارات	
33.8%	27	أقل من ساعة
38.8%	32	من ساعة إلى ساعتين
13.8%	10	من 3 إلى 4 ساعات
13.6%	11	أكثر من 4 ساعات
100%	80	المجموع

بخصوص المدة الزمنية التي يقضيها المبحوثين في المشاهدة أسبوعيا بين الجدول أعلاه أن الفترة التي يقضيها المبحوثين بمعدل من ساعة إلى ساعتين بنسبة 38.8% ولعل ذلك بسبب ارتباط المبحوثين بانشغالات والتزامات أخرى ، أما أقل من ساعة أسبوعيا بنسبة 33.8% ومن 3 إلى 4 ساعات أسبوعيا بنسبة 13.8% وأكثر من 4 ساعات بنسبة 13.6% وهي نسبة وإذ كانت الأضعف بين غيرها إلا انها نسبة معتبرة عموما ،بالنظر الى إجمالي وقت الفراغ المتاح للطلاب الجامعي،فقضاء ما يعادل أو يفوق 04 ساعات في مشاهدة قناة واحدة يكون مؤشرا إيجابيا لأهمية وجدارة هذه القناة.

جدول رقم (07): يبين مع من يفضل المبحوثين مشاهدة قناة الشروق TV

النسبة	التكرارات	
35%	28	بمفردك
63.7%	51	مع العائلة
1.3%	01	مع الأصدقاء
100%	80	المجموع

من الجدول أعلاه بمن يفضل المبحوثين مشاهدة قناة الشروق Tv فنجد نسبة 63.7% يفضلون المشاهدة مع العائلة وهذا ما يدل على نوعية البرامج التي تعرضها قناة الشروق TV فهي برامج عائلية أما بمفرده بنسبة 35% وبنسبة 1.3% مع الأصدقاء وهو ما يعكسه شعار القناة :قناة كل العائلة .

جدول رقم (08): يبين الفترة المفضلة لدى المبحوثين للمشاهدة

النسبة	التكرارات	
1.2%	1	الصباحية
5%	4	الظهرية
25%	20	المسائية
68.8%	55	حسب الوقت المتاح
100%	80	المجموع

من خلال الجدول رقم (08) الذي يبين الفترة المفضلة لدى المبحوثين للمشاهدة فنجد حسب الوقت المتاح بنسبة 68.8 % باعتبار أن اغلب المبحوثين هم طلبة وموظفين وبالتالي يستغلون أوقاتهم في النهار لمزاولة الدراسة والعمل في حين نجد الفترة المسائية بنسبة 25% أما فترة الظهرية بنسبة 5% وفي الفترة الصباحية بنسبة 1.2% وذلك لانشغالهم .

جدول رقم (09) يبين مدى اكتفاء المبحوثين بمشاهدة قناة الشروق أم أنهم يشاهدون قنوات اخرى

النسبة	التكرارات	
38.8%	31	أكتفي بالشروق
61.2%	49	أشاهد قنوات أخرى
100%	80	المجموع

من الجدول السابق نجد أن المبحوثين يكتفون بمشاهدة قناة الشروق بنسبة 38.8% ويرجع ذلك إلى أن فئة من المبحوثين يتابعون نوع محدد من البرامج على هذه القناة والذين يشاهدون قنوات أخرى بنسبة 61.2 % ومن بين القنوات التي يشاهدونها نجد قناة البلاد، النهار، الهداف، الجزائرية... الخ حيث نلاحظ ان هذه القنوات الأخرى هي كلها قنوات خاصة مما يلوح بأن أهم أسباب أو دوافع متابعة القنوات الخاصة بصفة عامة هو عدم كفاية ورضا المشاهد عما تعرضه القنوات العمومية من مضامين.

جدول رقم (10) يبين الوسيلة المفضلة للمبحوثين في المشاهدة

النسبة	التكرارات	
76.3%	61	T.V
22.5%	18	الهاتف
1.2%	01	اللوحة الالكترونية
100%	80	المجموع

من الجدول أعلاه نجد أن الوسيلة المفضلة لمشاهدة قناة الشروق TV هي التلفاز بنسبة 76.3% والهاتف 22.5% واللوحة الالكترونية 1.2% ولعل السبب في الاعتماد على التلفزيون وبهذه النسبة العالية يعود لكون برامجها عائلية ولا حرج ولا مانع من متابعتها مع افراد العائلة التي يجمعها جهاز التلفزيون .

جدول رقم (11) يبين سنوات مشاهدة قناة الشروق

النسبة	التكرارات	
12.5%	10	أقل من سنة
57.5%	46	من سنة إلى 03 سنوات
30%	24	أكثر من 04 سنوات
100%	80	المجموع

من الجدول أعلاه يظهر لنا أن مدة مشاهدة قناة الشروق TV للمبحوثين من سنة إلى 3 سنوات بنسبة 57.5% على اعتبار أن ظهورها حديث ففي هذه السنوات الأخيرة أصبحت محل اهتمام إضافة إلى تلبية رغباتهم وتوفر لهم معلومات وأكثر من 3 سنوات 30% وأقل من سنة 12.5% وهي نتائج تدعم التنبؤات بحلول هذه القناة في غضون سنوات قليلة في مقدمة وصدارة القنوات الفضائية الجزائرية من حيث الإقبال والاهتمام .

التحليل الكيفي: محور دوافع إقبال الطلبة على قناة الشروق Tv والاشباع التي تحققها لهم.

جدول رقم (12) يبين البرامج التي يفضلون مشاهدتها عبر قناة الشروق Tv

النسبة	التكرارات	
53.8%	43	الأخبار
13.8%	11	المسلسلات والأفلام
12.5%	10	البرامج الثقافية
16.2%	13	البرامج الترفيهية
0%	0	البرامج الدينية
3.7%	03	البرامج الرياضية
100%	80	المجموع

من الجدول السابق تبين لنا أن من بين البرامج التي يفضلون مشاهدتها عبر قناة الشروق Tv نجد الأخبار بنسبة 53.8% فالمعلومات التي تقدمها القناة تعتبر دافع فهي تثيري وتزيد من معلوماتهم أما البرامج الترفيهية 16.2% أما بالنسبة للمسلسلات والأفلام 13.8% والبرامج الثقافية بنسبة 12.5% والبرامج الرياضية 3.7% ومن هنا نستنتج ان واحدا من أسباب الإقبال على القنوات الخاصة هو الفراغ والتظليل والتعقيم الممارس على الأخبار في القنوات العمومية .

جدول رقم (13) يبين السبب الذي يجعل المبحوثين يشاهدون قناة الشروق Tv

النسبة	التكرارات	
40%	32	المواضيع
6.2%	05	أداء وكفاءة الإعلاميين
32.5%	26	المصداقية والموضوعية في نقل الحدث
11.3%	09	كسرها للطبوهات
7%	6	تحقيق السبق الصحفي
3%	2	أخرى
100%	80	المجموع

بناء على مخرجات الجدول رقم (13) تبين لنا أن السبب الذي يجعل المبحوثين يشاهدون قناة الشروق TV نجد المواضيع بنسبة 40% فهي تطرح برامج تتلائم وفئة المبحوثين والمصداقية والموضوعية في نقل الأحداث بنسبة 32.5 % وهي نسبة تؤكد النتيجة المتوصل إليها في الجدول السابق وكسرها للطبوهات بنسبة 11.3% وتحقيقها للسبق الصحفي 7 % وأداء وكفاءة الإعلاميين 6.2% وهاتين النسبتين (تحقيقها للسبق الصحفي 7% وأداء وكفاءة الإعلاميين 6.2%) هما نسبتان منخفضتان مقارنة بسابقتهما مما يعني أن إقلاع المشاهد عن مشاهدة القنوات العمومية لا تعود إلى أسباب متعلقة بالقائم بالاتصال بقدر ما تعود إلى أسباب ذات علاقة بالسياسة الإعلامية المنتهجة وأخرى 3% تضمنت قضاء وقت الفراغ .

جدول رقم (14) يبين مدى حصول المبحوثين على معلومات جديدة من خلال قناة الشروق Tv

النسبة	التكرارات	
85%	68	نعم
15%	12	لا
100%	80	المجموع

من خلال الجدول السابق وبالنسبة لمدى حصول المبحوثين على معلومات جديدة من خلال قناة الشروق TV نجد 85% من المبحوثين أجابوا بنعم فهي تقدم مواضيع هامة وثرية لا يعلمها اغلب المبحوثين وجديدة

بالنسبة لهم في حين 15% فقط أجابوا بلا فالقنوات الخاصة قامت على أساس ملاءة الفراغ والقصور الذي سجلته القنوات العمومية وهي تراهن على ذلك في انتزاع مكانتها من القنوات العمومية ..

جدول رقم (15) يبين مناسبة وقت بث البرامج المفضلة لدى المبحوثين

النسبة	التكرارات	
67.5%	54	نعم
32.5%	26	لا
100%	80	المجموع

من خلال الجدول السابق يظهر لنا أن وقت بث البرامج المفضلة لدى المبحوثين نجد 67.5% أجابوا بنعم لأنه غالبا ما يكون وقت البث في الفترة المسائية بحيث يكون أغلبهم غير مشغول و 32.5% أجابوا بلا مما يدعو القناة إلى ضرورة إعادة النظر في التوزيع الزمني لبرامجها مع ما يتلائم مع مشاهديها .

جدول رقم (16) يبين إعادة مشاهدة البرامج المفضلة لدى المبحوثين التي تبثها قناة الشروق Tv

النسبة	التكرارات	
15%	12	نعم
76.3%	61	لا
8.7%	07	تعلييل نعم
100%	80	المجموع

من الجدول أعلاه وفيما يخص إعادة مشاهدة البرامج المفضلة لدى المبحوثين التي تبثها قناة الشروق TV نجد 76.3% أجابوا بلا على اعتبار ان وقت بث برامجهم المفضلة مناسب و 15% أجابوا بنعم و من بينهم 07 أفراد فقط بنسبة 8.7% فقط ذكروا البرامج التي يعيدون مشاهدتها وهي خط أحمر، احكي حكايتك، صحتك هي الصح... الخ.

جدول رقم (17) يبين المساعدة التي قدمتها قناة الشروق Tv للمبحوثين

النسبة	التكرارات	
31.3%	25	الحصول على معلومات صادقة
17.5%	14	جعلتك أكثر انفتاح على العالم
47.5%	38	أصبحت أكثر قدرة على تحليل الأحداث
3.7%	03	أخرى
100%	80	المجموع

من الجدول السابق: ساعدت قناة الشروق TV المبحوثين وأصبحوا أكثر قدرة على تحليل الأحداث الأخبار 47.5% وساعدتهم على التوعية والتوجيه في ظل ما تعيشه الجزائر حاليا والحصول على معلومات صادقة بنسبة 31.5% وجعلتهم أكثر انفتاح على العالم بنسبة 17.5% وأخرى بـ 3.7% توزعت بين لم تساعدني وإثارة فتن وتحقيق أغراض خاصة.

جدول رقم (18) يبين مدى تلبية قناة الشروق Tv لحاجيات المبحوثين

النسبة	التكرارات	
12.5%	10	إلى حد بعيد
61.3%	49	إلى حد مقبول
26.2%	21	إلى حد ما
100%	80	المجموع

من خلال نتائج الجدول رقم (18) يرى المبحوثين أن قناة الشروق TV تلبي حاجياتهم إلى حد مقبول بنسبة 61.3% فهي تسعى من خلال ما تعرضه من برامج متنوعة وثرية إلى تلبية رغباتهم واشباعاتهم وإلى حد ما بنسبة 26.2% وإلى حد بعيد 12.5% ومن هنا فإن القناة أمامها مشوار طويل من اجل قلب هذه النسب وتلبية حاجات المشاهد إلى حد بعيد وبأعلى نسبة .

التحليل الكيفي: وجهة نظر المبحوثين حول نوعية البرامج وأسلوب عرضها.

جدول رقم (19) يبين موضوعية قناة الشروق Tv حسب رأي المبحوثين

النسبة	التكرارات	
15%	12	إلى حد بعيد
58.8%	48	إلى حد مقبول
26.2%	20	إلى حد ما
100%	80	المجموع

من خلال الجدول الذي يبين مدى موضوعية قناة الشروق TV حسب رأي المبحوثين نجد إلى حد مقبول بنسبة 58.8% خاصة مع مواكبتها للحراك الشعبي الذي تعيشه الجزائر حاليا إلى حد ما بنسبة 26.2% إلى حد بعيد 15%.

جدول رقم (20) يبين اعتقاد المبحوثين في المعلومات التي تقدمها قناة الشروق Tv تغنيه عن قنوات أخرى

النسبة	التكرارات	
36.3%	29	نعم
63.7%	51	لا
100%	80	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن اعتقاد المبحوثين في المعلومات التي تقدمها قناة الشروق TV تغنيه عن قنوات أخرى نجد 63.7% أجابوا بلا وذلك بسبب كثرة القنوات الخاصة وميل المبحوثين لتنويع مصادر المعلومات و36.3% أجابوا بنعم وعلى العموم فإن هذه النتائج تتناقض نوعا ما نتائج الجدول رقم (09) الخاص بإكتفاء المبحوث بمشاهدة الشروق TV.

جدول رقم (21) يبين اعتماد قناة الشروق TV على كوادرات إعلامية ذات كفاءة حسب رأي المبحوثين

النسبة	التكرارات	
32.5%	26	نعم
11.2%	09	لا
56.3%	45	إلى حد ما
100%	80	المجموع

من الجدول السابق نجد مدى اعتماد قناة الشروق TV على كوادرات إعلامية ذات كفاءة حسب رأي المبحوثين أجابوا 56.3% إلى حد ما لذا وجب تكوين الإطارات في هذا المجال في حين 32.5% أجابوا بنعم و11.2% بلا.

جدول رقم (22) يبين اعتقاد المبحوثين في أن قناة الشروق TV تحقق سبق الصحفي في نقل

الأخبار

النسبة	التكرارات	
35.4%	28	نعم
8.9%	07	لا
55.7%	45	إلى حد ما
100%	80	المجموع

من الجدول السابق يعتقد المبحوثين في أن قناة الشروق TV تحقق سبق الصحفي في نقل الأخبار أجابوا إلى حد ما 55.7% وهذا ما يدل على ان هؤلاء المبحوثين حققت لهم قناة الشروق TV نقل المعلومات التي تمهم ونعم بنسبة 35.4% ولا بنسبة 8.9%.

جدول رقم (23) يبين قدرة البرامج المقدمة في قناة الشروق Tv عكس الواقع الذي يعيشه المواطن الجزائري

النسبة	التكرارات	
20%	16	دائما
71.3%	57	أحيانا
8.7%	7	نادرا
100%	80	المجموع

من خلال نتائج الجدول أعلاه يرى الباحثين أن قناة الشروق تعكس الواقع الذي يعيشه المواطن الجزائري بنسبة 71.3% أحيانا فهي تتحفظ أحيانا على حسب طبيعة الموضوع ودائما بنسبة 20% ونادرا بنسبة 8.7%.

جدول رقم (24) يبين قدرة الشروق Tv على تغطية العجز الذي تسجله القنوات العمومية

النسبة	التكرارات	
28.7%	23	نعم
17.5%	14	لا
53.8%	43	إلى حد ما

من نتائج الجدول رقم (24) نجد قدرة قناة الشروق على تغطية العجز الذي تسجله القنوات العمومية بنسبة 53.8% إلى حد ما فهي تسعى إلى تلبية طموحاتهم وسد العجز الذي تسجله القنوات العمومية لسنوات في حين أجابوا بنعم بنسبة 28.7% أما الذين أجابوا بلا بنسبة 17.5%.

جدول رقم (25) يبين ما الذي ينتظره المبحوثين من قناة الشروق TV

النسبة	التكرارات	
69.8%	56	الموضوعية في نشر الأخبار والمصادقية
30.2%	24	أن تكون الأولى وطنيا
100%	80	المجموع

من نتائج الجدول (25) الذي يبين ما ينتظره المبحوثين من قناة الشروق فأجابوا تقريبا جل المبحوثين بالموضوعية في نشر الأخبار والمصادقية بنسبة 69.8% وبالباقي تنبأ أن تكون الأولى وطنيا بنسبة 30.2% وهي إجابات تعكس عدم جدية وعدم اهتمام المبحوث في التعامل مع هذا السؤال.

جدول رقم (26): يبين توزيع أفراد العينة حول مدى مشاهدة القناة الفضائية الخاصة الشروق TV حسب متغير الجنس.

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	متغير المشاهدة
29.98%	24	16.16%	13	13.82%	11	دائما
48.75%	39	21.13%	17	27.62%	22	أحيانا
21.25%	17	8.7%	07	12.55%	10	نادرا
100%	80	46%	37	54%	43	المجموع

التحليل الكيفي:

يبين لنا الجدول الذي يظهر العلاقة بين متعلق الجنس ومتغير مشاهدة المبحوثين لقناة الشروق TV حيث نجد أن نسبة 27.62% ممن يشاهدون القناة أحيانا من الذكور بينما الإناث بنسبة 21.13% فهم يشاهدونها في أوقات فراغهم مع ما يتماشى واهتماماتهم بينما نجد أن نسبة 16.16% ممن يشاهدون القناة من الإناث بصفة دائمة والذكور بنسبة 13.82% لما تتوفر عليه القناة من مسلسلات وحصص تتلائم مع اهتمامات الإناث أما بصفة نادرة فنجد الذكور بنسبة 12.55% بينما الإناث بنسبة 8.7% وهذا يعود تقريبا لفترة النشرات والمواجيز القارة في القناة.

جدول رقم (27): يبين توزيع أفراد العينة حول المدة التي تقضيها المبحوثين في المشاهدة أسبوعيا حسب متغير الجنس.

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المدة
%32.98	27	%14.9	12	%18.08	15	أقل من ساعة
%40.01	32	%14.9	12	%25.11	20	من ساعة إلى ساعتين
%12.59	10	%3.8	03	%8.79	07	من 3 إلى 4 ساعات
%13.65	11	%12.4	10	%1.25	01	أكثر من 4 ساعات
%100	80	%46	37	%54	43	المجموع

التحليل الكيفي:

يبين لنا الجدول الذي يظهر العلاقة بين المدة التي يقضيها المبحوثين في المشاهدة أسبوعيا حسب متغير الجنس حيث أن أعلى نسبة سجلتها مدة من ساعة إلى أسبوعيا بـ 25.11% بالنسبة للذكور وهي نسبة ضئيلة بسبب تنامي استعمال خدمات الانترنت وبالنسبة للإناث نسبة 14.9%، في حين نجد نسبة 18.08% لمدة أقل من ساعة للذكور و 14.09% بالنسبة للإناث، على اعتبار أنهم طلبة منهم مقيمون بالإقامة الجامعية فهي غير متوفرة لمشاهدتها، ونجد معدل المشاهدة أكثر من 4 ساعات أسبوعيا بنسبة 12.4% للإناث من 3 إلى 4 ساعات أسبوعيا بنسبة 8.79% للذكور، وهو ما يفسره تنوع استعمال المصادر في الاطلاع على الأخبار والحصص خاصة مع تزايد القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة .

جدول رقم (28): يبين توزيع أفراد العينة حول البرامج المقدمة في قناة الشروق TV تعكس الواقع الذي يعيشه المواطن الجزائري حسب متغير السن.

المجموع		24 فما فوق		24-21		20-18		السن
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	متغير البرامج المقدمة
%19.22	16	%13.72	11	%2.5	02	%3.7	03	دائما
%71.18	57	%31.18	25	%2.5	02	%37.5	30	أحيانا
%8.6	07	%2.4	02	%3.7	03	%2.5	02	نادرا
%100	80	%47.4	38	%8.8	07	%43.8	35	المجموع

التحليل الكيفي:

يبين لنا الجدول الذي يظهر العلاقة بين البرامج المقدمة في قناة الشروق TV تعكس الواقع الذي يعيشه المواطن الجزائري حسب متغير السن حيث نرى أن نسبة 37.5% ممن تتراوح أعمارهم بين 20-18 سنة أحيانا القناة تعكس الواقع الذي يعيشه المواطن الجزائري وبنسبة 31.18% تتراوح أعمارهم ما بين 24 سنة فما فوق ويرجع سبب الإجابة بأحيانا هو التعرض المكثف والمستمر لقنوات أخرى والتطلع للأحسن وسجلت نسبة الإجابة بدائما بـ 13.72% للذين تتراوح أعمارهم 24 فما فوق فهم يرون أن البرامج المقدمة دائما تعكس الواقع الذي نعيشه ويرجع تفسير هذا إلى القناة تقدم برامج تعالج حياة المواطن الجزائري مثل خط أحمر، والحصص التي تفتح الاتصال مع المحيط الخارجي وإجراء مقابلات مع العالم الخارجي حول قضية ما، أما الذين أجابوا بنادرا وبنسبة 3.7% وتتراوح أعمارهم ما بين 24-21 سنة فقد يكون تفسير هذا هو عدم متابعة القناة بصفة مستمرة.

جدول رقم (29): يبين العلاقة بين المبحوثين والاكتفاء بالمعلومات التي تقدمها قناة الشروق TV.

الاكتفاء بالمعلومات التي تقدمها قناة الشروق TV دون اللجوء لقنوات أخرى							
المجموع		لا		نعم			
النسبة %	العدد	النسبة %	العدد	النسبة %	العدد		
%54	43	%30	24	%23.7	19	ذكر	الجنس
%46	37	%33.7	27	%12.6	10	أنثى	
%100	80	%63.7	51	%36.3	29	المجموع	
%8.8	07	%2.4	02	%6.2	05	20-18	السن
%47.4	38	%46.2	37	%1.25	01	24-21	
%43.8	35	%15	12	%28.7	23	24 فما فوق	
%100	80	%63.7	51	%36.6	29	المجموع	
%18.8	15	%9	07	%10	08	س2 إعلام واتصال	المستوى الجامعي
%17.2	13	%12	10	%3.75	03	س3 إعلام	
%02	02	%2.4	02	%00	00	س3 اتصال	
%15	12	%11	09	3.75%	03	س1 ماستر اتصال وعلاقات عامة	
%26.2	21	%19	15	%7	06	س2 ماستر اتصال وعلاقات عامة	
%7	05	%1.24	01	%5	04	س1 ماستر صحافة مطبوعة	
%3	03	%1.24	01	%2.5	02	س2 ماستر مطبوعة	
%2	02	%2.4	02	%00	00	س1 ماستر سمعي بصري	
%8.8	07	%5	04	%3.7	03	س2 ماستر سمعي بصري	
%100	80	%63.7	51	%36.3	29	المجموع	

التحليل الكيفي:

يبين لنا الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين والذي تقدر نسبتهم 63.7 تمثل نسبة 30٪ إناث و33.7٪ ذكور يتفقون على أن المعلومات والأخبار التي تقدمها قناة الشروق TV لا تغنيهم عن اللجوء إلى قنوات أخرى لاستقاء مختلف الأخبار والاطلاع على مستجدات أكثر، فهي لا تلم بطل الأخبار وإنما تنقل ما يتماشى مع الأجندة التي تحددها بناء على مصالح وأهداف معينة، ونجد أن أعمارهم تتراوح ما بين 21-24 سنة بنسبة 46.2٪ وهم يدرسون ماستر اتصال وعلاقات عامة بنسبة 19٪ ويدرسون سنة 03 إعلام بنسبة 12٪، وقد يرجع سبب عدم الاكتفاء إلى طريقة عرض وتقديم الأخبار، كذلك المعلومات التي تقدمها ليست شاملة وغير ملمة بكل الجوانب، فهي تبقى بعيدة نوعاً ما عن مستوى واحترافية باقي القنوات العربية، لذا فهم يعتمدون على مصادر وقنوات أخرى تلبي حاجياتهم وتحقق إشباعهم على اعتبار أنهم أكبر سناً وأكثر نضجاً، وهذا ما يعكس ارتباط عادات ومشاهدات الطلبة بقنوات أخرى.

في حين نجد أن 36.3٪ من المبحوثين منهم 23.7٪ ذكور و12.6٪ إناث يكتفون بالمعلومات التي تقدمها قناة الشروق TV ويرون أنها تغنيهم عن اللجوء إلى قنوات أخرى، ونجد أن أعمارهم تتراوح ما بين 24 سنة فما فوق بنسبة 28.7٪ ويدرسون سنة ثانية إعلام واتصال بنسبة 10٪ وطور ماستر2 اتصال وعلاقات عامة بنسبة 7٪ فهم يرون أن القناة تقدم لهم ما يحتاجون خاصة تلك التي تتعلق بالشأن الوطني وكذا تقديمها لمختلف الجريات والأحداث الحاصلة.

جدول رقم (30): يبين العلاقة بين المبحوثين ومدى مشاهدة القناة الفضائية الخاصة الشروق TV.

مشاهدة القناة الفضائية الخاصة الشروق TV									
المجموع		نادرة		أحيانا		دائمة			
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد		
٪54	43	٪14	11	٪25	20	٪15	12	ذكر	الجنس
٪46	37	٪7	6	٪24	19	٪15	12	أنثى	
٪100	80	٪21	17	٪49	39	٪30	24	المجموع	
٪8.8	07	٪00	00	٪4	03	٪5	04	20-18	السن
٪47.8	38	٪12	10	٪12	10	22	18	24-21	
٪43.8	35	٪09	07	٪33	26	٪3	02	24 فما فوق	
٪100	80	٪21	17	٪49	39	30	24	المجموع	
٪18.8	15	٪5	04	٪8.79	7	٪5	04	س2 إعلام واتصال	المستوى الجامعي
٪17.2	13	6.1٪	05	٪05	04	٪05	04	س3 إعلام	
٪2	02	٪1.23	01	٪00	00	٪1.25	01	س3 اتصال	
٪15	12	٪2.4	02	٪7	06	٪5	04	س1 ماستر إ.ع.ع	
٪26.2	21	٪1.23	01	٪15.07	12	10٪	08	س2 ماستر إ.ع.ع	
٪7	05	٪1.23	01	٪3.76	03	٪1.25	01	س1 ماستر ص.م	
٪3	03	٪00	00	٪1.25	01	٪2.5	02	س2 ماستر ص.م	
٪2	02	٪00	00	٪2.5	02	٪00	00	س1 ماستر س.ب	
٪8.8	07	٪3.7	03	٪5	04	٪00	00	س2 ماستر س.ب	
٪100	80	٪21	17	٪49	39	٪30	24	المجموع	

التحليل الكيفي:

يبين لنا هذا الجدول مدى مشاهدة المبحوثين للقناة الفضائية الخاصة الشروق Tv، حيث أن معظم المبحوثين يشاهدون هذه القناة، ولكنهم يختلفون في درجة الإقبال على متابعتها إذ نجد نسبة 49 يشاهدون القناة أحيانا، وهذا يرجع إلى وجود وظهور العديد من القنوات الفضائية الخاصة في الساحة الإعلامية الجزائرية والتي تحظى باهتمام بعض المبحوثين، إضافة إلى انشغالهم وارتباط المبحوثين بدراساتهم ووظائفهم، مما يجعلهم

لا يشاهدون القناة بصفة منتظمة، ونجد أن أعمارهم تتراوح ما بين 24 سنة فما فوق بنسبة 33%. يدرسون سنة ثانية ماستر اتصال وعلاقات عامة بنسبة 15.07 % وسنة ثانية إعلام واتصال بنسبة 8.79.

في حين نجد أن نسبة 30 % يشاهدون قناة الشروق TV بصفة دائمة لأنها تقدم ما يتماشى مع ميولاتهم وتحظى باهتمامهم ونجد أن أعمارهم تتراوح ما بين 21-24 سنة بنسبة 22%. يدرسون بطور الماستر 2 اتصال وعلاقات عامة بنسبة 10 % و سنة ثالثة إعلام بنسبة 05%.

أما الذين يشاهدون قناة الشروق Tv نادرا وكانت بنسبة 21 % وهذا يرجع إلى اهتمامهم بقنوات أخرى فهم يتعرضون لها تعرضا عرضيا ونجد أن أعمارهم تتراوح ما بين 21-24 سنة بنسبة 12%. يدرسون في السنة ثالثة اعلام بنسبة 6.1 % وسنة ثانية إعلام واتصال بنسبة 5 %.

جدول رقم (31): يبين العلاقة بين المبحوثين وسنوات مشاهدة المبحوثين للقناة الفضائية الجزائرية الخاصة للشروق TV.

سنوات مشاهدة المبحوثين للقناة الفضائية الجزائرية الخاصة للشروق TV									
المجموع		أكثر من ثلاث سنوات		من سنة إلى 3 سنوات		أقل من سنة			
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد		
٪54	43	18.75٪	15	٪23.75	19	٪11.25	09	ذكر	الجنس
٪46	37	٪11.25	09	٪33.75	27	٪1.25	01	أنثى	
٪100	80	٪30	24	٪57.5	46	٪12.5	10	المجموع	
٪8.8	07	٪2.5	02	٪3.75	03	٪2.5	02	20-18	السن
٪47.4	38	٪13.75	11	٪32.5	26	٪1.25	01	24-21	
٪43.8	35	٪13.75	11	٪21.25	17	٪8.75	07	24 فما فوق	
٪100	80	٪12.5	24	٪57.5	46	٪30	10	المجموع	
٪18.8	15	٪11.25	09	٪7.5	6	٪00	00	س2 إلى 1	المستوى الجامعي
٪17.2	13	٪2.5	02	٪12.5	10	٪1.25	01	س3 اعلام	
٪2	02	٪00	00	٪00	00	٪2.5	02	س3 اتصال	
٪15	12	٪05	04	٪8.75	07	٪1.25	01	س1 ماستر.ع.ع	
٪26.2	21	٪05	04	٪18.75	15	٪2.5	02	س2 ماستر.ع.ع	
٪7	05	٪1.25	01	٪3.75	03	٪1.25	01	س1 ماستر ص.م	
٪3	03	٪2.5	02	٪1.25	01	٪00	00	س2 ماستر ص.م	
٪2	02	٪00	00	٪1.25	01	٪1.25	01	س1 ماستر.س.ب	
٪8.8	07	٪2.5	02	٪3.75	03	٪2.5	02	س2 ماستر.س.ب	
٪100	80	٪12.5	10	٪57.5	46	٪12.5	10	المجموع	

التحليل الكيفي:

يبين لنا هذا الجدول الخاص بسنوات مشاهدة الباحثين للقناة الفضائية الخاصة بالشروق TV أن نسبة 57.5 ممن يشاهدون القناة من سنة إلى 03 سنوات وهي أعلى نسبة ومن خلال هذه المعطيات نجد أن القناة برزت على الساحة الإعلامية الجزائرية أكثر خلال السنوات الثلاث الأخيرة ويرجع ذلك إلى تنوع البرامج التي تقدمها القناة التي غالبا ما تعكس الواقع الذي يعيشه الباحثين ونجد أنهم تتراوح أعمارهم ما بين 21-24 سنة بنسبة 32.5% إضافة إلى سن 24 فما فوق بنسبة 21.25% ويزاولون دراستهم في كل من سنة ثلاثة إعلام بنسبة 12.5% و طور الماستر 2 تخصص اتصال وعلاقات عامة بنسبة 18.75.

في حين نجد أن الباحثين يشاهدون القناة من أقل من سنة بنسبة 30% ويرجع سبب ذلك إلى الأوضاع التي تعيشها الجزائر حاليا وتغطية الشروق TV للمستجدات الأخيرة للأخبار ونجد أن أعمارهم تتراوح ما بين 21-24 سنة بنسبة 13.75% و 24 سنة فما فوق أيضا بنسبة 13.75 يدرسون سنة ثانية إعلام واتصال بنسبة 11.25% وطور الماستر اتصالات وعلاقات عامة بنسبة 10%.

في حين نجد أن الباحثين الذي يشاهدون القناة لأقل من سنة بنسبة 12.5% وهي السنة الأقل ويرجع ذلك إلى كثرة القنوات الجزائرية الخاصة إضافة إلى ضرورة تكوين الصحفيين فهي تلبي حاجياتهم بشكل نسبي وأن أعمارهم تتراوح ما بين 24 سنة فما فوق بنسبة 8.75% يدرسون سنة ثلاثة اتصال بنسبة 2.5% و طور الماستر اتصال وعلاقات عامة 2.5% وماستر 02 تخصص سمعي بصري .

جدول رقم (32): يبين العلاقة بين المبحوثين ومدى تغطية قناة الشروق TV للعجز الذي تسجله القنوات العامة.

تغطية قناة الشروق TV العجز الذي تسجله قنوات العامة									
المجموع		إلى حد ما		لا		نعم			
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد		
٪54	43	٪20	16	٪11.25	09	٪22.4	18	ذكر	
٪46	37	٪33.8	27	٪6.25	05	٪6	05	أنثى	
٪100	80	٪53.8	43	٪17.5	14	٪28.7	23	المجموع	
٪8.8	07	٪00	00	٪3.75	03	٪05	04	20-18	
٪47.4	38	37.5٪	30	٪5	04	٪05	04	24-21	
٪43.8	35	٪16.02	13	٪8.75	07	٪18.7	15	24 فما فوق	
٪100	80	53.8	43	٪17.5	14	٪28.7	23	المجموع	
٪18.8	15	٪8.75	07	٪05	04	٪05	04	س2 إ.إ	
٪17.2	13	٪8.75	07	٪1.5	01	٪6.23	05	س3 إعلام	
٪2	02	٪1.25	01	٪1.25	01	٪00	00	س3 اتصال	
٪15	12	٪8.75	07	٪3.75	03	٪3	02	س1 ماستر إ.ع.ع	
٪26.2	21	٪13.7	11	٪1.5	01	٪11.23	09	س2 ماستر إ.ع.ع	
٪7	05	٪3.75	03	٪1.25	01	٪1.24	01	س1 ماستر ص.م	
٪3	03	٪2.5	02	٪00	00	٪1.24	01	س2 ماستر ص.م	
٪2	02	٪2.5	02	٪00	00	٪00	00	س1 ماستر س.ب	
٪8.8	07	٪3.75	03	٪2.5	02	٪2.4	02	س2 ماستر س.ب	
٪100	80	٪53.8	43	٪17.5	14	٪28.7	23	المجموع	

التحليل الكيفي:

يبين لنا هذا الجدول الخاص بمدى تغطية قناة الشروق TV للعجز الذي تسجله القنوات العامة حيث نجد ذلك بنسبة 53.8 إلى حد ما حيث أنها تقدم ما لم يتمكن التلفزيون العمومي من تقديمه من حيث فتحها المجال للتعبير عن آرائه وتوجيهاته ونقل مختلف انشغالاته ومحاولة إيجاد الحلول لمختلف المشاكل الاجتماعية التي يعاني منها كذلك تحاول الاهتمام بمطالبه وتلبية احتياجاته في مختلف المجالات من خلال

مجموعة الخدمات التي تقدمها وتقديمها لمجموعة من البرامج والمضامين المتنوعة التي تمس قطاعات ومجالات متنوعة قصد كسب ثقة الجمهور ونجد أن أعمارهم تتراوح ما 21-24 سنة بنسبة 37.5٪. وهم يدرسون سنة ثانية إعلام واتصال بنسبة 8.75٪ وسنة ثالثة إعلام بنسبة 8.75٪ إضافة إلى طور ماستر اتصال وعلاقات عامة بنسبة 8.75٪.

ونجد أن نسبة 28.7٪ أجابوا بنعم عن تغطية قناة الشروق TV للعجز الذي تسجله القنوات العامة وأنها تهتم بخدمة مصالحها وتوجهاتها على حساب خدمة الجمهور، إلا إذا اشتركت هذه المصالح مع المصلحة العامة للجمهور ونجد أعمارهم تتراوح ما بين 24 سنة فما فوق بنسبة 18.7٪ يدرسون طور ماستر اتصال وعلاقات عامة بنسبة 11.23٪ و سنة ثالثة إعلام بنسبة 6.23٪ .

بينما باقي المبحوثين والذين بلغت نسبتهم 17.5٪ أجابوا بلا فهم يرون أن قناة الشروق TV أدائها مقبول مقارنة بالقنوات العمومية فهي تقدم مجموعة من الخدمات كانت معينة في السابق ونجد أن أعمارهم ما بين 24 سنة فما فوق بنسبة 8.75٪ ويحاولون دراستهم سنة ثانية إعلام واتصال بنسبة 3.75٪ و ماستر 1 اتصال وعلاقات عامة بنسبة 3.75٪.

جدول رقم (33): يبين العلاقة بين المبحوثين ووقت البرامج المفضلة لدى المبحوثين.

وقت بث البرامج المفضلة							
المجموع		لا		نعم			
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد		
%54	43	%10	08	%44	35	ذكر	الجنس
%46	37	%22.5	18	%23.5	19	أنثى	
%100	80	%32.5	26	%67.5	54	المجموع	
%8.8	07	%5	04	%3.75	03	20-18	السن
%47.4	38	%21.5	17	%26	21	24-21	
%43.8	35	%6	05	%37.5	30	24 فما فوق	
%100	80	%32.5	26	%67.5	54	المجموع	
%18.8	15	%2.5	02	%16.25	13	س2 إ.إ.	المستوى الجامعي
%17.2	13	%3.75	03	%12.5	10	س3 إعلام	
%02	02	%00	00	%2.5	02	س3 اتصال	
%15	12	%8.75	07	%6.25	05	س1 ماستر إ.ع.ع	
%26.2	21	%05	04	%21.25	17	س2 ماستر إ.ع.ع	
%7	05	%1.25	01	%05	04	س1 ماستر ص.م	
%3	03	%2.5	2	%1.25	01	س2 ماستر ص.م	
%2	02	%2.5	02	%00	00	س1 ماستر س.ب	
%8.8	07	%6.25	05	%2.5	02	س2 ماستر س.ب	
%100	80	%32.5	26	%67.5	54	المجموع	

التحليل الكيفي:

يوضح لنا الجدول أعلاه والمتعلق بوقت بث البرامج المفضلة للمبحوثين على قناة الشروق TV فنجد نسبة 67.5 أجابوا بنعم على اعتبار أن الوقت مناسب فجل البرامج التي تقدمها القناة تكون القناة في الفترة المسائية وتصل نسبة المشاهدة فيه إلى الذروة ويرجع ذلك إلى تزامنها مع أوقات فراغهم فهي تركز على بث البرامج الاجتماعية والدينية في تلك الفترة والتي غالبا ما تساعد في حياتهم اليومية ونجد أن أعمارهم تتراوح ما بين 24 سنة فما فوق بنسبة 37.5 % ويدرسون سنة ثانية ماستر اتصال وعلاقات عامة بنسبة 21.25 % وسنة ثانية إعلام واتصال بنسبة 16.25 % في نجد نسبة 32.5% أجابوا بلا ويرجع ذلك إلى عدم اعتمادهم على جهاز التلفزيون كوسيط إعلامي رئيسي لمشاهدة برامجهم المفضلة مع ظهور وسائل إعلامية جديدة على شبكة الانترنت وتتراوح أعمارهم ما بين 21-24 سنة بنسبة 21.5% ويدرسون في طور الماستر اتصال وعلاقات عامة وماستر 2 سمعي بصري بنسب 8.75% و6.25 %.

جدول رقم(34): يبين العلاقة بين المبحوثين ومدى حصولهم على معلومات جديدة من قناة الشروق.

الحصول على معلومات جديدة من قناة الشروق							
المجموع		لا		نعم			
النسبة	العدد	النسبة	العدد	النسبة	العدد		
%54	43	%13	10	%41	33	ذكر	الجنس
%46	37	%2	02	%44	35	أنثى	
%100	80	%15	12	%85	68	المجموع	
%8.8	07	%3.75	03	%5	04	20-18	السن
%47.8	38	%8.75	07	%38.75	31	24-21	
%43.8	35	%2.5	02	%41.2	33	24 فما فوق	
%100	80	%15	12	%85	68	المجموع	
%18.8	15	%6.25	05	%12.5	10	س2 إ.إ.	المستوى الجامعي
%17.2	13	%2.5	02	%13.75	11	س3 إعلام	
%02	02	%00	00	%2.5	02	س3 اتصال	
%15	12	%2.5	02	%12.5	10	س1 ماستر إ.ع.ع	
%26.2	21	1.25%	01	%25	20	س2 ماستر إ.ع.ع	
%7	05	%00	00	%6.25	05	س1 ماستر ص.م	
%3	03	%1.25	01	%2.5	02	س2 ماستر ص.م	
%2	02	%00	00	%2.5	02	س1 ماستر س.ب	
%8.8	07	%1.25	01	%7.5	%6	س2 ماستر س.ب	
%100	80	%15	12	%85	%68	المجموع	

التحليل الكيفي:

يتضح لنا من خلال هذا الجدول أن المبحوثين يحصلون على معلومات جديدة من قناة الشروق TV، إلا أنهم يختلفون في مدى ودرجة اعتمادهم على هذه القناة حيث نجد 85 من المبحوثين أجابوا بنعم بين 41% ذكر و44% أنثى وهي النسبة الأكبر فهم يحصلون على المعلومات الجديدة خاصة تلك التي تتعلق بالشأن الوطني والاطلاع من خلالها على ما يجري في الساحة الوطنية من أحداث ووقائع للوقوف على أبرز المستجدات التي تم الطلبة وتتراوح أعمارهم ما بين 24 سنة فما فوق بنسبة 41.2% إضافة إلى سن 21-24 سنة بنسبة

38.75٪ وأغلبهم يدرسون في طور ماستر2 اتصالات وعلاقات عامة بنسبة 25٪ ومستوى سنة ثالثة إعلام بنسبة 13.75٪.

في حين نجد أن 15٪ فقط بين 13 ذكور و 2٪ إناث لا يحصلون على معلومات جديدة من قناة الشروق ونادرا ما يلجئون إليها وذلك لاعتمادهم على مصادر أخرى تلبي احتياجاتهم وتواكب مختلف المجريات والمستجدات التي تحدث داخل الجزائر سواءً كانت قنوات عربية أو أجنبية ويبلغون من العمر 21-24 سنة بنسبة 8.75٪ ويدرسون سنة ثانية إعلام واتصال بنسبة 6.25٪.

نتائج الدراسة :

أولا :النتائج العامة للدراسة :

بعد تفريغنا التي جمعناها عن طريق الاستمارة ووضعها في جداول بسيطة ومزدوجة ومركبة ،خلصنا إلى النتائج التالية:

- 1- تبين من خلال هذه النتائج أن اغلب أفراد العينة ذكور تتراوح أعمارهم ما بين 21 إلى 24 سنة
- 2- الانفتاح الإعلامي في الجزائر ساهم في زيادة المتابعة والإقبال بدرجة كبيرة بنسبة 50٪
- 3- اغلب المبحوثين لا يقبلون على قناة الشروق TV بصفة منتظمة بل أحيانا بنسبة 49٪
- 4- اغلب المبحوثين يتابعون قناة الشروق TV أسبوعيا بمعدل ساعة إلى ساعتين أسبوعيا بنسبة 38.8٪
- 5- اغلب المبحوثين يفضلون مشاهدة قناة الشروق TV مع العائلة بنسبة 63.7٪
- 6- نجد أن اغلب المبحوثين لا يشاهدون قناة الشروق TV خلال فترة محددة وإنما حسب الوقت المتاح بنسبة 68.8٪
- 7- اغلب المبحوثين لا يكتفون بمشاهدة قناة الشروق TV بنسبة 61.2٪
- 8- يرى اغلب المبحوثين أن الوسيلة المفضلة لمشاهدة قناة الشروق TV هي التلفزيون بنسبة 76.3٪
- 9- اغلب المبحوثين يشاهدون قناة الشروق Tv من سنة إلى 3 سنوات بنسبة 57.5٪
- 10- يفضل اغلب المبحوثين مشاهدة البرامج الإخبارية على قناة الشروق TV بنسبة 53.8٪ على اعتبار أن اغلب المبحوثين ذكور
- 11- يتفق أغلبية المبحوثين أن مواضيع قناة الشروق TV هي الدافع الرئيسي للإقبال عليها بنسبة 40٪

- 12- لقد تبين أن اغلب المبحوثين يحصلون على معلومات جديدة من خلال إقبالهم على قناة الشروق TV بنسبة 85 %.
- 13- أثبتت النتائج أيضا أن اغلب المبحوثين يناسبهم بث برامجهم المفضلة على قناة الشروق TV بنسبة 67.5 %.
- 14- يرى اغلب المبحوثين أنهم لا يعيدون مشاهدة بعض البرامج التي تبثها قناة الشروق TV لان وقت بثها مناسب لهم بنسبة 76.3 %.
- 15- يرى اغلب المبحوثين أن بمشاهدتهم لقناة الشروق TV أصبحوا أكثر قدرة على تحليل الأحداث والأخبار بنسبة 47.5 %.
- 16- يرى اغلب المبحوثين أن قناة الشروق TV تلي حاجياتهم كمتلقين إلى حد مقبول بنسبة 61.3 %.
- 17- أما حسب رأي المبحوثين فإن قناة الشروق TV قناة موضوعية إلى حد مقبول بنسبة 85.8 %.
- 18- في حين يعتقد اغلب المبحوثين أن المعلومات التي تقدمها قناة الشروق TV تعتمد إلى حد ما على كوادرات إعلامية بنسبة 56.3 %.
- 19- يرى أغلبية المبحوثين أن قناة الشروق TV تحقق السبق الصحفي في نقل الأخبار إلى حد ما بنسبة 55.7 %.
- 20- يرى أغلبية المبحوثين أن قناة الشروق TV تعكس أحيانا الواقع الذي يعيشه المواطن الجزائري بنسبة 71.3 %.
- 21- أما عن تغطيتها للعجز الذي تسجله القنوات العامة حسب المبحوثين فهي إلى حد ما تغطي هذا العجز بنسبة 53.8 %.
- 22- أما عن الذي ينتظره المبحوثين من قناة الشروق TV فقد كانت أغلبية الإجابات حول أن تكون قناة موضوعية في نشر الأخبار إضافة إلى المصدقية بنسبة 69.8 %.

ثانيا: النتائج المتوصل إليها في ضوء تساؤلات الدراسة :

* بالنسبة للتساؤل الأول والذي مفاده: ما هي عادات وأنماط إقبال الطلبة على قناة الشروق TV الجزائرية؟ فقد بينت نتائج الدراسة ان الانفتاح الإعلامي في الجزائر ساهم في زيادة المتابعة والإقبال بدرجة كبيرة على القنوات الخاصة ، وان معظم المبحوثين يشاهدون قناة الشروق TV نادرا وهذا راجع لظهور عديد الوسائط

التي يستقي منها الباحثون المعلومات، إضافة إلى أن معظم الطلبة يفضلون مشاهدتها مع العائلة وحسب الوقت المتاح لهم، على شاشة التلفزيون .

*بالنسبة للتساؤل الثاني: ما هي دوافع إقبال الطلبة على قناة الشروق Tv والاشباع التي تحققها لهم؟ بينت النتائج ان: مواضيع قناة الشروق Tv هي الدافع الرئيسي للإقبال عليها ويفضلون متابعة الأخبار الوطنية عبر هذه القناة فهي تحقق لهم اشباعا بالحصول على معلومات جديدة إضافة إلى بث برامجها في أوقات مناسبة حسب رأي الطلبة، وبمشاهدتهم لقناة الشروق Tv الجزائرية ساعدتهم على الحصول على معلومات صادقة، كما أنها تلبي حاجيات الطلبة الى حد ما .

*بالنسبة للتساؤل الثالث: ما هي وجهة نظر الطلبة حول نوعية البرامج وأسلوب عرضها؟ فحسب الطلبة فهم يرون أن القناة موضوعية في طرحها لمختلف البرامج إلا أنها لا تغنيهم باللجوء إلى قنوات أخرى، كما أنها تعتمد إلى حد ما على كوادرات إعلامية فهي تحقق السبق الصحفي إلى حد ما وبرامجها أحيانا تعكس الواقع الذي يعيشه المواطن الجزائري، فهي تغطي العجز الذي تسجله القنوات العمومية إلى حد ما إلا أن الطلبة ينتظرون من قناة الشروق Tv أن تنقل الواقع بكل صدق ومصداقية وان تكون الأولى وطنيا .

ثالثا: النتائج المتوصل إليها في ضوء أهداف الدراسة :

تم التوصل إلى مجموعة من النتائج من خلال هذه الدراسة والتي بينت أساسا على إجابات الباحثين من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال والTv ضوءها تحققت الأهداف التي تم تحديدها سابقا كالاتي :

- ◀ من خلال النتائج المتوصل إليها تم معرفة أن مضامين قناة الشروق Tv هي الدافع الرئيسي للإقبال عليها إضافة إلى الاشباع التي تحققها للباحثين من خلال تنوع برامجها وتزويدهم بأخبار .
- ◀ تفاعل الطلبة مع القناة واعتبارها مصدر معلومات غير أنها لا تغنيهم عن اللجوء إلى قنوات أخرى واعتمادها على مذييعين ذات كفاءة إلى حد ما .
- ◀ كذلك تم معرفة الإضافة التي قدمتها قناة الشروق Tv للإعلام الجزائري على اعتبار أنها غطت العجز الذي تسجله القنوات العمومية إلى حد ما .

الخاتمة

الخاتمة :

وفي الأخير يمكننا القول أن القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة أحدثت قفزة نوعية في مجال السمعى البصري في الجزائر، على الرغم من مشوارها القصير والتغيير الذي أحدثته على مستوى المعالجة الإعلامية الذي ساهم في إقبال الطلبة عليها، حيث اتفق معظم المبحوثين على أن المضامين تسعى لعكس واقع المواطن الجزائري وبهذا برزت هذه القنوات كمحرك إعلامي جد هام داخل المجتمع الجزائري، على خلاف ما كان يعرفه الإعلام الوطني وخاصة التلفزيون من ضعف على مستوى الخدمات المقدمة وحالة الركود، والتي لا تنسجم مع حجم التحديات التي تواجه المجتمع الديمقراطي في الجزائر، إلا أن القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة لم تصبو بعد إلى الاحترافية الإعلامية ولعل ذلك راجع إلى عوامة الإعلام وضعف تطبيق الديمقراطية فوصولها إلى المؤسسات الإعلامية مرهون بمدى تحقيقها.

قائمة المراجع

- 01- ابن منظور، (2005). لسان العرب. ط4. دار صادر للطباعة والنشر. بيروت. لبنان.
- 02- ابن منظور، (2008). لسان العرب. ط1. دار المعارف
- 03- الإعلام والثقافة في الجزائر 1962-1982، وثائق تشريعية، منشورات وزارة الإعلام الجزائرية، 1981.
- 04- بن الحسن الهنائي، أبي الحسن علي (1988). المنجد في اللغة. ط2. عالم الكيـث. مصر.
- 05- بن خدة، يوسف (1987). نهاية حرب التحرير في الجزائر، اتفاقيات إيفيان. ترجمة لحسن زغداد، محمد العين جبايلي. ديوان المطبوعات الجامعية. الجزائر.
- 06- بن فارس زكريا، أحمد. (1402هـ). معجم مقاييس اللغة. ط2. مكتبة الحانجي. مصر.
- 07- بن مسعود البشير، محمد. (2003). نظريات التأثير الإعلامي. ط1. العبيكان. الرياض.
- 08- بوحوش، عمار. الذنبيات، محمد محمود (2001). مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث. ط3. ديوان المطبوعات الجامعية. الجزائر.
- 09- بوضياف، محمد. (2010). الأحزاب السياسية ومنظمات المجتمع المدني في الجزائر. دراسة تحليلية نقدية. دار المجد للنشر والتوزيع. سطيف.
- 10- بيفردج، (1963). فن البحث العلمي. ترجمة زكريا فهمي. دار النهضة. القاهرة.
- 11- جريدة الشروق العربي، 06 أوت 2000، العدد 412.
- 12- حجاب، محمد منير. (2003). الموسوعة الإعلامية. ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.
- 13- حجاب، محمد منير. (2008). وسائل الإعلام نشأتها وتطورها. دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر.
- 14- حسين، سمير. (1976). بحوث الإعلام الأسس والمبادئ. مؤسسة دار الشعب. القاهرة.
- 15- حسين، عواد فاطمة. (2009). الإعلام الفضائي. ط1. دار أسامة للنشر والتوزيع. عمان.
- 16- الدليبي، عبد الرزاق محمد. (2012). مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد. ط1. دار المسيرة للنشر والتوزيع. عمان.

قائمة المراجع

- 17- دليو، فضيل (2003). الاتصال مفاهيمه نظرياته وسائله. ط1. دار الفجر للنشر والتوزيع. القاهرة.
- 18- الدنائي، عبد المالك. (2006). البث الفضائي العربي وتحديات العولمة الإعلامية. المكتب الجامعي الحديث. مصر.
- 19- الدليمي، عبد الرزاق محمد. (2013). عولمة التلفزيون. دار جوير للنشر والتوزيع. عمان. الأردن.
- 20- الذنيبات، ومحمد محمود وآخرون. (1999). منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات. ط2. دار وائل للنشر. بيروت.
- 21- ذوقان عبيدات، وآخرون. (1989). البحث العلمي: مفهومه أدواته أساليبه. دار الفكر. عمان الأردن.
- 22- الزيدي، طه أحمد. وآخرون. (2002). دراسات في تأثيرات القنوات القضاية على المجتمع وفتاته. ط1. دار التفائس للنشر والتوزيع. عمان.
- 23- شرامويلير. (1988). التحديات التي تواجه بحوث الاتصال. مدخل إلى بحوث الاتصال الجماهيري. لويزيانا الأمريكية. بغداد. ترجمة ونشر المركز العربي لبحوث المستمعين والمشاهدين.
- 24- شرف، عبد العزيز. (1989). المدخل إلى وسائل الإعلام: الصحافة. الإذاعة. التلفزيون. السينما. المسرح. أقمار الاتصالات. ط2. دار الكتاب اللبناني. بيروت.
- 25- الشطاح، محمد. (2002). الإعلام التلفزيوني نشرات الأخبار المحتوى والجمهور. دار الكتاب الحديث. الجزائر.
- 26- صالح، سليمان. (2001). مستقبل الصحافة المطبوعة في ضوء تطور تكنولوجيا الاتصال. المجلة المصرية بحوث الإعلام. العدد 13.
- 27- عبد البني، سليم. (2010). الإعلام التلفزيوني. دار أسامة للنشر والتوزيع. ط1. عمان. الأردن.
- 28- عبد الحميد، محمد. (2000). نظريات الاتصال واتجاهات التأثير. ط2. عالم الكي. مصر.
- 29- عبد الفتاح، جمال. (2009). المسؤولية الدولية عن عمليات البث المباشر العابر للحدود. دار الكتاب القانوني. عمان.
- 30- عبد ربه، رائد محمد. عكاشة، محمد صالح. (2009). مدخل إلى السينما والتلفزيون. دار الخبارية للنشر والتوزيع.

قائمة المراجع

- 31- حسين، عقيل. (1999). فلسفة مناهج البحث العلمي. القاهرة. مكتبة مديولي.
- 32- عوض صابر، فاطمة وخفاجة يرفت علي. (2002). أسس ومبادئ البحث العلمي. ط1. مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية. مصر.
- 33- العيادي، منصف وعبد الكافي، محمد. (2006). القنوات التلفزيونية المتخصصة. سلسلة بحوث ودراسات إذاعية (56). اتحاد إذاعات الدول العربية. تونس.
- 34- العياشي، عنصر. (1999). سوسيولوجيا الديمقراطية والتمرد بالجزائر. دار الأمين للطباعة والنشر والتوزيع. القاهرة.
- 35- فتحي الظاهر، عبد الله وخضر المعماري، علي أحمد. (2013). أثر القنوات الفضائية في القيم الاجتماعية والسياسية قناة الشرقية عين العالم على العراق نموذجا في النقد والتحليل. ط1. دار غيداء للنشر والتوزيع. عمان.
- 36- لارامي، آلان وفالي، برنار. (2004). منهجية البحث في الاتصال عناصر ترجمة سفاري ميلود وآخرون. مخبر علم اجتماع والاتصال للبحث والترجمة. الجزائر.
- 37- المحمود، جمال حاسم. (2007). التقرير الإخباري التلفزيوني. مجلة جامعة دمشق للعلوم الاقتصادية والقانونية 23. العدد الثاني. دمشق سوريا (1).
- 38- محمود، محمد بني يونس. (2007). سيكولوجية الدافعية والانفعالات. ط1. عمان. دار المسيرة.
- 39- مكاوي، حسن عماد وحسين السيد ليلي. (2003). الاتصال ونظرياته المعاصرة. ط3. الدار المصرية اللبنانية. بيروت.
- 40- وايت، سارة. أساسيات التسويق. ط1. دار الفاروق للنشر. مصر.
- 41- الوفائي، محمد. (1989). مناهج البحث في الدراسات الاجتماعية والإعلامية. القاهرة. مكتبة الانجلو المصرية. ط1.

- 42- بن عبد الله المحيا مساعد. 1994. دوافع استخدام وسائل الاتصال الالكتروني ومدى الاشباع الذي تحققه. رسالة دكتورا غير منشورة.
- 43- بويدي نجاه. 1998. عادات وأنماط مشاهدة الأولياء لبرامج التلفزيون. رسالة ماجستير تخصص علم الاجتماع جامعة منتوري. قسنطينة.
- 44- جدي رضوان. 2011. الأخلاقيات المهنية في الصحافة الرياضية الجزائرية. المفهوم والممارسة من خلال صحفيي الهذاف. رسالة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال. جامعة الجزائر3.
- 45- رزيق سامية. 2015-2016. البرامج الاجتماعية في الفضائيات الجزائرية الخاصة. جامعة العربي التبسي تبسة. رسالة ماجستير غير منشورة.
- 46- شيباني أيدير. 2016. رأي الصحفيين الجزائريين في تغطية القنوات الفضائية الخاصة لرئاسيات 17 أفريل 2014 دراسة مسحية لآراء الصحفيين بالقنوات الجزائرية. مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال. تخصص دراسات قانونية وإعلامية. جامعة الجزائر3. الجزائر.
- 47- صبان عيلة. 2014-2015. تجاوزات أخلاقيات مهنة الصحافة في برامج التحقيقات بالقنوات التلفزيونية الخاصة. قناة النهار والشروق شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال. المدرسة الوطنية للصحافة وعلوم الإعلام.
- 48- فاكية فتح الله. 2016. البرمجة التلفزيونية في القنوات الخاصة الجزائرية. دراسة مقارنة بين قناتي الشروق والنهار الجزائرية. دراسة مقارنة بين قناتي الشروق والنهار مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر. تخصص وسائل الاعلام والمجتمع. جامعة العربي التبسي تبسة.
- 49- قاسي، علاء الدين وآخرون. 2016-2017. صورة القنوات الجزائرية الخاصة لدى جمهورها. قناة النهار نموذجا. جامعة 8 ماي 1945 قلمة.
- 50- كبور فاطمة وبوخاري ملكية. النشرات الإخبارية في القنوات الخاصة دراسة وصفية تحليلية مقارنة لنشرات الجزائرية Tv والنهار Tv والتلفزيون العمومي.

قائمة المراجع

51- لعرج سمير. 2006-2007. دور القنوات الفضائية في تشكيل القيم الجمالية لدى الشباب الجامعي. أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال. جامعة يوسف بن خدة. الجزائر.

ثالثا : المراجع باللغة الأجنبية

52- IhddadenZahir, 1989, colloque sur la presse écrite 26 au Maghreb, Tunis 1-3 décembre, Edit Walfzughumburg .

رابعا: قائمة المواقع الالكترونية:

- 53- <https://www.altkia.com/echourouk-Tv>, 10:15 Date 15/04/2019.
54- <https://fr.wikipedia.org/wiki>,10:15 Date 15/04/2019.

الملاحق

الملحق رقم : 02



فهرس المحتويات

فهرس المحتويات	
	شكر وتقدير
أ-ب	مقدمة.
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة.	
04	1. الإشكالية.
05	2. تساؤلات الدراسة
05	3. أهمية البحث.
05	4. أهداف البحث.
06	5. أسباب اختيار الموضوع.
6	6. المدخل النظري للدراسة.
08	7. تحديد المفاهيم.
11	8. منهج البحث.
12	9. أداة جمع البيانات.
14	10. التعريف بمجتمع البحث والعينة
15	11. الدراسات السابقة.
الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة	
19	المبحث الأول: ماهية البث الفضائي التلفزيوني.
19	المطلب الأول: نشأة البث الفضائي.
21	المطلب الثاني: تعريف البث الفضائي.
22	المطلب الثالث: أهمية القنوات الفضائية.
24	المطلب الرابع: أنواع القنوات الفضائية وبرامجها.
25	المطلب الخامس: أهداف البث الفضائي.

27	المطلب السادس: ايجابيات القنوات الفضائية.
28	المطلب السابع: سلبيات القنوات الفضائية.
30	المبحث الثاني: القنوات الفضائية الخاصة بالجزائر.
30	المطلب الأول: لمحة تاريخية عن قطاع السمعي البصري بالجزائر.
36	المطلب الثاني: نشأة القنوات الجزائرية الخاصة.
37	المطلب الثالث: تعريف القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة.
44	المطلب الرابع: أهمية القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة.
45	المطلب الخامس: أسباب ودوافع ظهور القنوات الفضائية الخاصة.
46	المطلب السادس ايجابيات القنوات الخاصة.
47	المطلب السابع: سلبيات القنوات الخاصة.
الفصل الثالث: الإطار التطبيقي للدراسة	
79	تمهيد
50	التحليل الكيفي: محور البيانات الشخصية
52	التحليل الكيفي: محور تعرض الطلبة للقناة الفضائية الجزائرية الخاصة الشروق TV
60	التحليل الكيفي: محور دوافع إقبال الطلبة على قناة الشروق Tv والاشباع التي تحققها لهم.
66	التحليل الكيفي: محور دوافع إقبال الطلبة على قناة الشروق Tv والاشباع التي تحققها لهم.
77	نتائج الدراسة
81	الخاتمة
83	قائمة المراجع
	الملاحق
	فهرس المحتويات
	فرس الجداول
	ملخص الدراسة

فهرس الجداول

الصفحة	الجدول	الرقم
50	يبين توزيع العينة حسب متغير جنس المبحوثين	1
50	يبين توزيع العينة حسب متغير سن المبحوثين	2
51	يبين توزيع العينة حسب متغير المستوى الجامعي	3
52	يبين مساهمة الانفتاح الإعلامي في الجزائر في زيادة المتابعة والإقبال	4
52	يبين مدى مشاهدة المبحوثين للقناة الشروق TV	5
53	يبين المدة الزمنية التي يقضيها المبحوثين في المشاهدة أسبوعيا	6
53	يبين مع من يفضل المبحوثين مشاهدة قناة الشروق TV	7
54	يبين الفترة المفضلة لدى المبحوثين للمشاهدة	8
54	يبين مدى اكتفاء المبحوثين بمشاهدة قناة الشروق أم أنهم يشاهدون قنوات أخرى	9
55	يبين الوسيلة المفضلة للمبحوثين في المشاهدة	10
55	يبين سنوات مشاهدة قناة الشروق	11
56	يبين البرامج التي يفضلون مشاهدتها عبر قناة الشروق Tv	12
57	يبين السبب الذي يجعل المبحوثين يشاهدون قناة الشروق Tv	13
57	يبين مدى حصول المبحوثين على معلومات جديدة من خلال قناة الشروق Tv	14
58	يبين مناسبة وقت بث البرامج المفضلة لدى المبحوثين	15
58	يبين إعادة مشاهدة البرامج المفضلة لدى المبحوثين التي تبثها قناة الشروق Tv	16
59	يبين المساعدة التي قدمتها قناة الشروق Tv للمبحوثين	17
59	يبين مدى تلبية قناة الشروق Tv لحاجيات المبحوثين	18
60	يبين موضوعية قناة الشروق Tv حسب رأي المبحوثين	19
60	يبين اعتقاد المبحوثين في المعلومات التي تقدمها قناة الشروق Tv تغنيه عن قنوات أخرى	20
61	يبين اعتماد قناة الشروق TV على كوادر إعلامية ذات كفاءة حسب رأي المبحوثين	21
61	يبين اعتقاد المبحوثين في أن قناة الشروق TV تحقق سبق الصحفي في نقل الأخبار	22

62	يبين قدرة البرامج المقدمة في قناة الشروق Tv عكس الواقع الذي يعيشه المواطن الجزائري	23
62	يبين قدرة الشروق Tv على تغطية العجز الذي تسجله القنوات العمومية	24
63	يبين ما الذي ينتظره المبحوثين من قناة الشروق Tv	25
63	يبين توزيع أفراد العينة حول مدى مشاهدة القناة الفضائية الخاصة الشروق TV حسب متغير الجنس.	26
64	يبين توزيع أفراد العينة حول المدة التي تقضيها المبحوثين في المشاهدة أسبوعيا حسب متغير الجنس.	27
65	يبين توزيع أفراد العينة حول البرامج المقدمة في قناة الشروق TV تعكس الواقع الذي يعيشه المواطن الجزائري حسب متغير السن.	28
66	يبين العلاقة بين المبحوثين والاكتفاء بالمعلومات التي تقدمها قناة الشروق TV.	29
68	يبين العلاقة بين المبحوثين ومدى مشاهدة القناة الفضائية الخاصة الشروق TV.	30
70	يبين العلاقة بين المبحوثين وسنوات مشاهدة المبحوثين للقناة الفضائية الجزائرية الخاصة للشروق TV.	31
72	يبين العلاقة بين المبحوثين ومدى تغطية قناة الشروق Tv للعجز الذي تسجله القنوات العامة.	32
74	يبين العلاقة بين المبحوثين ووقت البرامج المفضلة لدى المبحوثين.	33
76	يبين العلاقة بين المبحوثين ومدى حصولهم على معلومات جديدة من قناة الشروق.	34

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة دوافع إقبال الطلبة على القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة وقد اخترنا قناة الشروق TV كنموذج، ومن خلال ما يراه طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة. ولقد انطلقت هذه الدراسة من التساؤل الرئيسي التالي : ماهي دوافع إقبال الطلبة على القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة لاسيما قناة الشروق TV ؟ ومجموعة من التساؤلات الفرعية والمتمثلة في : ما هي عادات وأنماط إقبال الطلبة على قناة الشروق TV؟ ما هي دوافع إقبال الطلبة على قناة الشروق TV والاشباعات التي تحققها لهم ؟ ما هي وجهة نظر الطلبة حول نوعية البرامج وأسلوب عرضها ؟

وللإجابة عن هذه التساؤلات تم الاعتماد على منهج المسح بالعينة ، حيث تم اختيار 80 مفردة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة وذلك بواسطة أداة الاستبيان وقد تم الاعتماد في هذه الدراسة على نظرية الاستخدامات والاشباعات، حيث تبرز العلاقة بينهما وبين موضوع هذه الدراسة من خلال محاولتنا دراسة دوافع إقبال الطلبة على القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة ، أي ماهي الاشباعات التي تحققها هذه القنوات للطلبة ودوافع الإقبال عليها وقد توصلت هذه الدراسة لمجموعة من النتائج أهمها :

-أن هناك اختلاف عادات وأنماط المشاهدة لدى الطلبة لقناة الشروق TV ، أن مواضيع قناة الشروق TV الجزائرية هي الدافع الرئيسي للإقبال كما أنها تحقق غايات واشباعات، أن قناة الشروق TV تحقق السبق الصحفي بأسلوب ونوعية جيدة .

الكلمات المفتاحية: دوافع، الشروق tv ، القنوات الفضائية، الطلبة.

Abstract :

This study aims to know turnout students on the Algerian satellite channels we have chosen the special channel El_choroukTV model, and through the media and communication it deems science students at the University of M'sila. This study was launched from the following main question: What are the motivations of the students on the Algerian private channels, especially El-choroukTV?

A set of sub-questions: What are the habits and patterns of student turnout on El- choroukTV, What are the motivations of the students on El-chorouq channel and the innovations they achieve? What is the students' view on the quality of the programs and their presentation? To answer these questions, a sample survey methodology was adopted. 80 students were selected from the Department of Media and Communication Sciences at the University of M'sila through the questionnaire tool.

The study is based on the theory of uses and innovations, where the relationship between them and the subject of this study is highlighted by our attempt to study the motivations of students' interest in the Algerian private channels, so what are the saturation of these channels for students and the motivation to turn them, and the results of this study the most important of which: There is a difference in the habits and patterns of watching the students of the channel Algerian TV channel. The contents of Al-ChoroukTV Algerian channel are the main motive for the turnout, as they achieve different goals and expectations The channel of the El_ChoroukTV check the press house and the style and quality are good.

key words: Motivations, Al-ChoroukTV, satellite channels, students.