

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية .

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي.

جامعة قسنطينة -3-

كلية علوم الإعلام و الاتصال والسمعي البصري.

قسم : الصحافة .

مقروئية الصحف الجزائرية  
في ظل انفتاحها على القطاع السمعي البصري

- دراسة حالة جريدة الشروق اليومي وقناة الشروق TV -

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر تخصص صحافة.

تحت إشراف:

مفيدة طاير.

إعداد الطلبة:

زينب بوفريت

سهيلة دهماني

لجنة المناقشة:

رئيسا	جامعة قسنطينة -3-	أستاذ محاضر	أ. حميد بوشوشة
مشرفا و مقرا	جامعة قسنطينة -3-	أستاذة محاضرة	أ. مفيدة طاير.
عضوا	جامعة قسنطينة -3-	أستاذ مساعد	أ.د نصر الدين بوزيان

السنة الجامعية: 2014/2013.

## شكر وعرفان

عن علي بن أبي طالب قال:

إن النعمة موصولة بالشكر، والشكر متعلق بالمزيد وهما مقرونان في قرن ولن ينقطع المزيد من الله حتى ينقطع الشكر من العبد.

أتوجه بجزيل الشكر والعرفان إلى المادنة، المتفهمة، المتفانية والامعة في عملها وتأطيرها منذ سنوات التدرج الأستاذة " مفيدة طاهر".

كما أتوجه بجزيل الشكر إلى الأستاذ حسان حجاج الذي لم يبخل علينا بنصائحه، تشكراتنا الخاصة إلى الأساتذة طاهر أجيم، عبد المجيد بوشوشة، مريم زحتر، نجاة بوثلجة وحسين خريف، نور الدين ضروري، عبد المجيد مرداسي، سكيمة العابد.

خالص تقديرنا وامتناننا للصحفي حسام الدين عواطي الذي كان نعم السند في انجاز هذا العمل.

فخالص تشكراتنا إلى كل العاملات بالمكتبة بجامعة قسنطينة 3 ( كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري) واللواتي لم يبخلن علينا أبدا فجازاهن الله ألفه خير.

وشكر خاص وألفه خاص إلى الدكتور أهال بودهان التي أفادتنا كثيرا جازاها الله عنا ألفه خير.

وإلى كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد.

## إهداء

إلى من أضى أمثالها معدودات على الأصابع في يومنا هذا، إلى الشمعة التي  
اخرقت حتى تضىء لنا الدروب، إلى أحن قلب ضىء بالغالي والنفيس إلى ( وريدة  
الغالية).

إلى من كد وجد وتحمل أعبائي ومشقات وصعوبات حياتي والذي كان سندا ومثابرا  
أكثر مني لإنجاز هذا العمل " أبي الغالي".

إلى أجمل هدية من أبي وأمي أخي الغالي "محمد لمين" وأختي الجميلة "هاجر".  
إلى من قضيت برفقتها أحلى الأيام بفرحها وحزنها بعصيتي واحتمالها لي إلى أختي  
وصديقتي " زينب بوفريت".

إلى أزعم صديقي وزميل "حسام الدين عواطي" إلى صديقات الروح سارة، زينب، أميرة،  
نوال، أمال بودهان، منى، حفيظة، سامية شلي، إلى جميع زملائي وزميلاتي وكل طلبة  
قسم الصحافة.

"إلى من لم أوفى حقه في ألف سطر"

"إليكم جميعا أهدي ثمرة جهدي"

## إهداء

إلى التي غزلت من خيط الشمس أحلامي وأمالي.....

إلى التي ما فتئت لسانها يلهم بالدعاء لي.....أمي

إلى من أعطى الكثير دون مقابل

إلى من علمني أن الوفاء هو سر النجاح.....إلى والدي الغالي

إلى من رضاها غابتي أدموا لما بطول العمر كي أوفيهما حقما

جدتي الغالية.

إلى شقائق روحي وعمري، إلى الأزهار التي لا تذبل والنجوم التي لا تافل

"إخوتي حسن وحسين وأخواتي كوثر ورجاء"

إلى صديقة دربي وزميلة عملي "دعماني سميلة"

إلى من عطروا الميدان بعلمهم، فرفقت على النور أطيابا..... أستاذة كلية علوم الإعلام والاتصال

والسمعي بصري.

إلى من ساروا معي طيلة مشواري الدراسي وكانوا بمثابة العائلة الثانية لي إلى صديقاتي زينب،

إيمان، يسرى، نبيهة، أمينة، نوال، أميرة، دلولة، حليلة وسارة، نصيرة ومريم، وزملائي إسلام، أيوب،

لطفي، شهاب الدين.

إلى كل من كانوا معي ووقفوا إلى جانبي ولم أذكرهم

إليهم كلهم تحية تسموا إلى عنان السماء.

ملخص الدراسة باللّغة العربية.

ملخص الدراسة باللّغة الفرنسية.

ملخص الدراسة باللّغة الإنجليزية.

مقدمة.....أ، ب

الفصل الاول: موضوع الدراسة وإطارها النظري.....(15-42)

1.1. اشكالية الدراسة.....16

2.1. أهمية الموضوع.....21

3.1. أسباب اختيار الموضوع.....22

4.1. أهداف الدراسة.....23

5.1. الدراسات السابقة.....24

6.1. الاطار المفاهيمي للدراسة.....31

7.1. فروض الدراسة.....40

8.1. الاطار النظري للدراسة.....42

الفصل الثاني: المشهد الإعلامي الجزائري بين الصحافة المكتوبة والسمعي البصري.....(51-75)

مدخل.....52

1.2. الفضاء الإعلامي المكتوب في الجزائر.....(53-64)

1.1.2. الصحافة المكتوبة في ظل الحزب الواحد.....54

2.1.2. قانون إعلام 1990 ووجه الصحافة الجزائرية الجديد.....56

3.1.2. الصحافة الخاصة في ظل السياسة الإعلامية.....60

4.1.2. قراءة في وضع الصحافة المكتوبة من خلال قانون الإعلام لسنة 2012.....64

2.2. الفضاء الإعلامي السمعي البصري في الجزائر.....(68-75)	
1.2.2. السمعي البصري الجزائري تحت وطأة الحكومة.....68	
2.2.2. ظهور بؤادر عهد جديد نحو إعلام سمعي بصري خاص.....70	
3.2.2. قنوات خاصة جزائرية ناشطة برخصة وخاضعة لقوانين أجنبية.....74	
4.2.2. قانون السمعي البصري لـ2014 يخول النشاط الفعلي للقنوات الخاصة.....75	
الفصل الثالث: مجال البحث وإجراءاته الميدانية.....(84-111)	
1.3. مجال الدراسة.....85	
2.3. منهج الدراسة.....103	
3.3. أدوات جمع البيانات.....105	
4.3. عينة البحث.....111	
الفصل الرابع: المعالجة الكمية والكيفية للبيانات الميدانية ونتائج الدراسة.....(124-235)	
1.4. المعالجة الكمية والكيفية للبيانات الميدانية.....125	
2.4. نتائج الدراسة.....223	
3.4. نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات.....227	
4.4. الاستنتاجات.....232	
5.4. التوصيات.....234	
خاتمة.	
دراسات مقترحة.	
قائمة المراجع.	
ملاحق.	

## فهرس الجداول:

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
1	المساعدات المالية المباشرة المقدمة من طرف الدولة	58
2	توزيع الصحافة في الجزائر فترة 1962-1997	61
3	تطور العناوين من سنة 1990 إلى 1997	87
4	السحب اليومي المتوسط لليوميات سنة 1989	88
5	السحب المتوسط للجرائد سنة 1989	89
6	تطور عناوين وسحب الصحف الوطنية 1988-2008	89
7	العدد الكامل لليوميات وعدد السحب الخاص بها	91
8	السحب اليومي لليوميات الستة الكبرى خلال 2008	93
9	معدل السحب لجرائد 2011 حسب احصائيات OJD	94
10	ترتيب الصحف حسب التقرير الرسمي 2012 / OJD	94
11	ترتيب أكثر 10 قنوات مشاهدة في الجزائر خلال 2012	96
12	ترتيب القنوات الفضائية سنة 2013	97
13	التوزيع النسبي لوحدات العينة	113
14	توزيع العينة حسب الجنس	114
15	توزيع العينة حسب السن	115
16	توزيع العينة حسب مكان السكن	117

118	توزيع العينة حسب المستوى التعليمي	17
119	وسائل الإعلام المفضلة لدى العينة	18
121	الصحف المفضلة لدى أفراد العينة	19
122	القنوات المفضلة لدى افراد العينة	20
125	بدايات قراءة جريدة الشروق اليومي	21
126	كثافة التعرض لجريدة الشروق اليومي	22
127	الفترات المفضلة لقراءة جريدة الشروق اليومي	23
128	الوقت المخصص لقراءة جريدة الشروق اليومي	24
129	المكان المفضل لقراءة جريدة الشروق اليومي	25
130	كيفية شراء جريدة الشروق اليومي	26
131	كيفية قراءة جريدة الشروق اليومي	27
133	الهدف من قراءة جريدة الشروق اليومي	28
136-134	المواضيع المفضلة في جريدة الشروق اليومي (أ، ب، ج)	29
137	الصفحات المفضلة في جريدة الشروق اليومي	30
139	امكانية تحقيق جريدة الشروق اليومي لحاجات جمهورها	31
140	القنوات الاكثر مشاهدة من طرف جمهور جريدة الشروق اليومي والتي لم تشبع احتياجاتهم	32
142	الاحتياجات التي تحققها جريدة الشروق اليومي لجمهورها	33
143	الحاجات الترفيهية المحققة من قراءة جريدة الشروق اليومي	34

144	الحاجات الاجتماعية المحققة من قراءة جريدة الشروق اليومي.	35
145	الحاجات السياسية المحققة من قراءة جريدة الشروق اليومي.	36
146	الحاجات الاقتصادية المحققة من قراءة جريدة الشروق اليومي.	37
147	الحاجات الثقافية المحققة من قراءة جريدة الشروق اليومي.	38
148	الحاجات العلمية المحققة من قراءة جريدة الشروق اليومي.	39
149	أسباب عدم مشاهدة جمهور الجريدة لقناة الشروق TV.	40
150	بدايات مشاهدة قناة الشروق TV.	41
151	كثافة التعرض لقناة الشروق TV.	42
152	الفترات المفضلة لمشاهدة قناة الشروق TV.	43
153	عدد ساعات مشاهدة قناة الشروق TV.	44
155	المكان المفضل لمشاهدة قناة الشروق TV.	45
156	كيفية التوجه لمشاهدة قناة الشروق TV.	46
157	كيفية مشاهدة قناة الشروق TV.	47
158	الهدف من مشاهدة قناة الشروق TV	48
161-159	اهتمامات الجمهور بالمواضيع التي يشاهدها في قناة الشروق TV ( أ، ب، ج )	49
162	البرامج المفضلة لدى مشاهدي قناة الشروق TV	50
164	امكانية قناة الشروق TV من تحقيق احتياجات جمهورها	51
165	الجرائد الأكثر قراءة من طرف جمهور قناة الشروق TV والتي لم تشبع احتياجاتهم.	52

166	الحاجات المحققة من قناة الشروق .TV	53
168	الحاجات الترفيهية المشبعة من مشاهدة قناة الشروق .TV	54
169	الحاجات الاجتماعية المشبعة من مشاهدة قناة الشروق .TV	55
170	الحاجات السياسية المحققة من مشاهدة قناة الشروق .TV	56
172	الحاجات الاقتصادية المشبعة من مشاهدة قناة الشروق .TV	57
173	الحاجات الثقافية المحققة من مشاهدة قناة الشروق .TV	58
174	الحاجات العلمية المشبعة من مشاهدة قناة الشروق .TV	59
175	سبب عدم قراءة جمهور القناة لجريدة الشروق اليومي.	60
176	بدايات قراءة جريدة الشروق اليومي ومشاهدة قناة الشروق .TV	61
177	طريقة التعرض لجريدة الشروق اليومي وقناة الشروق .TV	62
179	الفترات المفضلة لقراءة جريدة الشروق اليومي ومشاهدة قناة الشروق .TV	63
180	الوقت المخصص لقراءة جريدة الشروق اليومي ومشاهدة قناة الشروق .TV	64
182	المكان المفضل لقراءة جريدة الشروق اليومي ومشاهدة قناة الشروق .TV	65
183	كيفية شراء جريدة الشروق اليومي وكيفية التوجه إلى قناة الشروق .TV	66
184	كيفية التعرض لجريدة الشروق اليومي وقناة الشروق .TV	67
185	الهدف من قراءة جريدة الشروق اليومي ومشاهدة قناة الشروق .TV	68
187-186	المواضيع التي تهتم جمهور القراء المشاهدين.(أ، ب،ج)	69
188	الصفحات المفضلة في جريدة الشروق اليومي والبرامج المفضلة في قناة الشروق .TV	70

190	امكانية جريدة الشروق اليومي وقناة الشروق TV من تحقيق احتياجات جمهورها.	71
191	الجرائد والقنوات الأخرى التي تحقق احتياجات القراء المشاهدين الذين لا تحقق جريدة الشروق اليومي وقناة الشروق TV احتياجاتهم.	72
200-193	الاحتياجات المحققة من قراءة جريدة الشروق اليومي وقناة الشروق TV. ( أ، ب، ج، د، هـ، ك، ن، و، ي)	73
201	الحاجات الترفيهية المشبعة من قراءة جريدة الشروق اليومي ومشاهدة قناة الشروق TV.	74
202	الحاجات الاجتماعية المشبعة من قراءة جريدة الشروق اليومي ومشاهدة قناة الشروق TV.	75
203	الحاجات السياسية المشبعة من قراءة جريدة الشروق اليومي ومشاهدة قناة الشروق TV.	76
205	الحاجات الاقتصادية المحققة من قراءة جريدة الشروق اليومي ومشاهدة قناة الشروق TV.	77
206	الحاجات الثقافية المشبعة من قراءة جريدة الشروق اليومي ومشاهدة قناة الشروق TV.	78
207	الحاجات العلمية المشبعة من قراءة جريدة الشروق اليومي ومشاهدة قناة الشروق TV.	79
208	القوالب التي يفضلها الجمهور في جريدة الشروق اليومي وقناة الشروق TV.	80
210	ما يفضله الجمهور في شكل جريدة الشروق اليومي وقناة الشروق TV	81
211	رأي الجمهور حول عرض حرية المضامين بين الجريدة والقناة.	82

213	رؤية الجمهور نحو الصحفي ومهارته ما بين الجريدة والقناة	83
214	معرفة الجمهور بأقلام الجريدة ومنشطي القناة	84
216	توجه الجمهور نحو مضامين الوسيلة الاكثر مصداقية.	85
217	كيفية التعرض للوسيلتين من أجل الحصول على المعلومات.	86
218	امكانية تخلي الجمهور عن الجريدة لصالح القناة.	87
219	سبب عدم تخلي الجمهور عن قراءة جريد الشوق اليومي لصالح القناة.	88
220	سبب تخلي الجمهور عن جريدة الشروق اليومي لصالح القناة.	89
221	امكانية وجود تكامل بين الجريدة والقناة.	90
227	جداول اختبار مربع كاي للفرضية الفرعية الأولى.	91
229-228	جدول اختبار مربع كاي للفرضية الفرعية الثانية.(أ، ب)	92
230	جدول اختبار مربع كاي للفرضية الثالثة.	93

## فهرس الأشكال:

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
90	تطور عناوين و سحب الصحافة الوطنية 1988 - 2008.	1
100	نسبة الجمهور المشاهد لقناة الشروق TV مقارنة مع بعض القنوات الخاصة الجزائرية.	2
101	نسبة مشاهدة برامج قناة الشروق TV مع باقي القنوات الجزائرية.	3
102	سحب جريدة الشروق اليومي.	4
223	الاحتياجات المحققة من الجريدة لدى الجمهور.	5
224	الاحتياجات المحققة من القناة لدى الجمهور.	6

عرف الفضاء الإعلامي الجزائري منذ التعددية حرية قطاع الصحافة المكتوبة والتي تربعت على عرش الإعلام لمدة ربع قرن من الزمن، فكانت الوسيلة الإعلامية الوحيدة التي يلتف حولها الجمهور في ظل خلو الساحة الإعلامية الجزائرية من البديل الإعلامي، خاصة وأن أثقل وسائل الإعلام < التلفزيون > بقي محتكرا من قبل الدولة، لتتغير معالم المشهد الإعلامي الجزائري بمجرد دخول القنوات الخاصة الجزائرية الساحة الإعلامية كمنافس جديد، ولهذا قرر القطاع المكتوب خوض تجربة السمع البصري كأول تجربة في الجزائر على غرار باقي دول العالم، لتتوسع مؤسستها السمعية البصرية على أرضية قطاعها المكتوب.

لنأتي هذه الدراسة من أجل التعرف على تأثير مقروئية الصحف الجزائرية في ظل انفتاحها على القطاع السمعي البصري من خلال تجربة جريدة الشروق التي أطلقت قناة الشروق TV كمجال للدراسة، حيث طبقنا منظور الاستخدامات والإشباع لتحديد السياق العام للبحث وما يتلائم مع هذه الدراسة الوصفية، التي استخدمنا من خلالها أسلوب دراسة حالة، فاعتمدنا على استمارة الاستبيان والمقابلة لجمع البيانات.

لتلخص الدراسة في الأخير إلى جملة من النتائج مكنت من التعرف على الدور التكاملي للجريدة وقناتها المنطلقة منها، بحيث يجمع الجمهور في تحقيق احتياجاته بين الوسيطتين في غنى عن التخلي عن الجريدة لصالح القناة.

## B/ Résumé

L'Espace médiatique algérien a connu depuis l'apparition du pluralisme, une liberté du secteur de la presse écrite, qui a dominé l'espace médiatique algérien pendant un quart de siècle. C'était le seul média qui attirait la foule due à la vacuité de la scène médiatique algérienne et l'absence d'une alternative, surtout que le plus influents des médias « la Télévision » est resté accaparé par le gouvernement. L'entrée des chaînes de télévision privées algériennes en tant que nouveau concurrent dans la scène médiatique a bouleversé le monde des médias algériens. Le secteur de la presse écrite a donc décidé de faire l'expérience de l'audio-visuel pour la première fois en Algérie à l'instar des autres pays du monde, afin d'élargir ses entreprises audio-visuelles sur la base du secteur de la presse écrite. Cette étude vise à connaître les répercussions sur la presse écrite algérienne après son ouverture au secteur de l'audio-visuel en prenant comme domaine d'étude le journal Echorouk, qui a tenté l'expérience audiovisuelle en lançant la chaîne Echorouk TV. On a donc utilisé la théorie des « usages et gratifications » afin de déterminer le contexte général de notre recherche et ce qui correspond avec cette étude descriptive, dans laquelle nous avons eu recours au utilisé une étude de cas comme méthode de questionnaires et d'entrevues afin de collecter les informations nécessaires.

L'étude s'est donc conclue avec des résultats qui nous ont permis de découvrir le rôle complémentaire du journal et sa chaîne télévisée, le public peut satisfaire ses besoins entre les deux médias, sans pour autant délaisser du journal au profit du chaîne.

## C/ Abstract

Media in Algeria has known since the pluralism, a freedom within the written press sector, which dominated the media for a quarter century. It was the only media outlet that attracted the public due to the absence of an alternative in the Algerian media scene, especially as the most influential media outlet "the television" was still appropriated by the government. The Media in Algeria changed after the entry of Algerian private television channels in the media scene as a new concurrent; For this reason, the written press has decided to make the experiment of the audiovisual media for the first time in Algeria along the lines of the other countries, in order to expand its audiovisual institutions on the written press basis. The purpose of this study is to know the impact on the Algerian written press after its entry in the audiovisual sector, by taking as a field of study, the newspaper "Echorouk" who lunched the television channel Echorouk TV. We applied the theory of "Uses and Gratifications" to determine the overall context of our research and what corresponds to this descriptive study in which we used a case study method through questionnaires and interviews to collect the necessary information.

The conclusion of this study allowed us to discover the complementary role of the written newspaper and its television channel. The public can meet his needs between the two media, without neglecting of the newspaper for the benefit of the canal.

إن التقدم التكنولوجي الهائل الذي أحرزته وسائل الإعلام، كان له انعكاسات عميقة في اتساع رقعة استخدامها وانتشارها ووصولها إلى مختلف شرائح المجتمع لتزيد هذه الشرائح بمرور الزمن، لا سيما وأن هذه الوسائل تحمل معها متغيرات اجتماعية وثقافية متنوعة فأصبحت المعلومات في أي مكان، ليجد الانسان نفسه مطاردا بفيض كبير من المعلومات بغض النظر عن نوعيتها.

فالإعلام واقع لا يمكن للأفراد التخلي عنه فهو المحرك الأساسي للرأي العام والمرآة العاكسة للأحداث، فالنقلة الواسعة في مفهوم وأهمية الإعلام غيرت نمط أدواته فصار المواطن أكثر ارتباطا بوسائل الإعلام التي صارت تتنافس في نقل الأخبار والمعلومات، فلم يكتفي الجمهور بما قدمه المطبوع خاصة في بدايته، فكانت الحاجة إلى وسائل أخرى أسرع للوصول للأحداث وتلبية احتياجاتهم الإعلامية، منها ليقتمح الجمهور عالم السمعي الذي انتشر في أصقاع العالم والمرئي الذي أدى بشكل مباشر إلى تغير الكثير من المفاهيم والأسس، إلا أنه لم تقف تكنولوجيا الإعلام عند هذا الحد ولكن تخطته بمراحل كثيرة، فيتبادر إلى أذهان البعض العديد من التساؤلات حول مستقبل وسائل الإعلام المختلفة ونحن نرى التنافس الشديد بينها وتقلص دور بعضها ومحاولة إعادة الهيكلة أو التغيير في الأهداف للبعض الآخر، وانطلاقا من هذا سيتم تناول هذه الدراسة في أربعة فصول:

الفصل الأول: موضوع الدراسة وإطارها النظري والذي خصص ل طرح الإشكالية بمختلف جوانبها

وتوضيح أهمية الموضوع وأسباب اختياره والهدف من الدراسة وعرض أهم الدراسات المشابهة لتحديد المفاهيم وفروض هذه الدراسة.

الفصل الثاني: والذي يتعلق بالمشهد الإعلامي الجزائري بين المطبوع والسمعي البصري في الجزائر

من منطلق صورة الصحافة المكتوبة بعد الاستقلال وتطورها ودخولها إلى مرحلة التعددية وبصورة التلفزيون بعد الاستقلال وتطوره وصولا إلى انفتاح السمعي البصري في الجزائر .

الفصل الثالث: مجال البحث الميداني وإجراءاته المنهجية اشتمل هذا الفصل على مجال الدراسة والمنهج المستخدم، وأدوات جمع البيانات.

أما الفصل الرابع: والذي يشمل الجانب الميداني للدراسة والذي خصص لعرض وتحليل بيانات المبحوثين، نتائج الدراسة، النتائج على ضوء الفرضيات، الاستنتاجات وفي الأخير توصيات الدراسة ودراسات مقترحة في مجال الصحافة.

# الفصل الأول

## موضوع الدراسة واطارها النظري

1. اشكالية الدراسة.
2. أهمية الموضوع.
3. أسباب اختيار الموضوع.
4. أهداف الدراسة.
5. الدراسات السابقة.
6. الاطار المفاهيمي للدراسة.
7. فروض الدراسة.
8. الاطار النظري للدراسة.

## 1.1. اشكالية الدراسة

إن المنتبغ لتاريخ وسائل الاتصال وتطورها يجد أن العالم قد خطى خطوة كبيرة ونقلات نوعية نحو التقدم التكنولوجي الذي لم يلبث وأن ظهرت وسيلة إلا أن تأتي وسيلة عقبها بخصائص وميزات أخرى حتى تحقق حاجات أكثر وتسهل ظروف الحياة، فالمطبوعة امتدت العالم الحديث بالصحف التي حركت عقول النخبة ليصبح المطبوع أمرا ضروريا للثقافة والحصول على الأخبار وللاقتراب من حياة الفرد، فمثلت آنذاك أقوى وسائل الإعلام أين عرفت انتعاشا كبيرا مع التطورات التكنولوجية الحاصلة، فجدت الكلمة المطبوعة أنماطا ثقافية وتنوعا للرسائل والمحتويات.

لتجد نفسها أمام منافس جديد ظهر بظهور المخترعات السمعية البصرية الحديثة، والتي شكلت معالمها الأولى الإذاعة التي انتشرت وحاولت الصحيفة أن تكيف نفسها بوجودها، ولقد أوضحت " **جيهان رشتي** " أن الاستماع للراديو لا ينافس بالضرورة عادة قراءة الصحيفة لكنه يعتبر مكملا لها.<sup>(1)</sup> وبعد قرن ونصف من ظهور التجربة المكتوبة ظهر التلفزيون فأحدث نقلة نوعية وأصبح وسيلة مهيمنة والناطق الرسمي باسم الشعوب، فاعتمد على نفس أساليب الصحافة المكتوبة ولكن بمرونة أكثر وسرعة أضف إلى ذلك اغراءات الصوت والصورة، كما اعتمد على الأرضية التي هيئها له الراديو والذي دلل أمامه كل الصعوبات التقنية والمالية.

وبالرغم من أن كل وسيلة استفادة من خلفيات الوسيلة السابقة لها إلا أنها كانت تعمل وما يتماشى وخصائصها وبمعزل عن الوسائل الأخرى، فلعبت هذه الوسائل أدوارا تكاملية فيما يخص تعاملها مع الرسائل الإعلامية، خاصة وأن الحراك الإعلامي يتطلب منافسة وسيلة لأخرى حتى تجذب الجمهور وتحقق سبق، فالمؤسسات الإعلامية لم يعد هدفها كسب جمهور وسيلة واحدة وإنما جمهور وسائل الإعلام عن طريق مجمعات اعلامية تضم أكثر من وسيلة.

فلم تكن الجزائر بمعزل عن هذا التطور التكنولوجي الهائل الذي شهده العالم في مجال الاعلام والاتصال ولكنها ولعدة اعتبارات سياسية بحثه تأخرت عن هذا التقدم كيف لا وتاريخ الجزائريين مع

(1): نصير بوعلي - التلفزيون الفضائي وأثره على الشباب في الجزائر - دراسة ميدانية، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، 2005،

الإعلام يعود إلى الفترة الاستعمارية مروراً بالثورة التحريرية ووصولاً إلى ما بعد الاستقلال، و يعود أول ظهور للصحافة المكتوبة في الجزائر إلى مرحلة الغزو الفرنسي لها، إذ أن أول ما قام به الغزاة وقادة الحملة الفرنسية هو إصدارهم لأول جريدة ظهرت في الجزائر بعنوان L'estafette d'alger قام الفرنسيون كذلك بإدخال نوع آخر من الإعلام إلى الجزائر المتمثل في الإذاعة والتلفزيون.

لتعرف الجزائر بعد الاستقلال إصلاحات للموروث الفرنسي الذي خلفه الاستعمار لكن ليس على كل المستويات حيث أن الإعلام الجزائري بقي يطبق قانون الإعلام الفرنسي الذي كان سائداً في فترة الاحتلال. فإن الجزائر كدولة بعد الاستقلال كانت تدرك بمكانة الصحافة نظراً للدور الذي تستطيع أن تقوم به هذه الوسيلة في تشييد وتنظيم المجتمع وكذلك في التوعية ودفع عجلة التنمية بالتأثير على الجماهير وتجنيدهم، لذلك عملت الجزائر المستقلة على رسم الأهداف التي ترمي إلى تحقيقها وتغيير اتجاهه من إعلام حربي إلى إعلام في خدمة التنمية.

فعملت الجزائر المستقلة على بناء مؤسسات إعلامية تخدم مشروعها ومؤسساتها الحضارية، حيث قامت بتأميم ومصادرة هذا القطاع انطلاقاً من مصادرة الصحف التي كانت موجودة في الجزائر، لتبقى الأوضاع على حالها إلى أن عرفت البلاد نوعاً من الضغط الاقتصادي والسياسي أواخر الثمانينيات، والذي تمخضت عنه أحداث 08 أكتوبر 1988 التي تعتبر منعطفاً حاسماً في تاريخ الجزائر السياسي، وفي جميع الميادين بما فيها الإعلام المكتوب، ومن أثر هذه الحوادث دستور فبراير 1989 الذي فتح المجال أمام الحريات الديمقراطية وعلى رأسها حرية الرأي والتعبير وتأسيس الأحزاب والجمعيات ذات الطابع السياسي بعدما كانت ممنوعة طوال أكثر من ربع قرن، لتصبح الأرضية جاهزة لإضفاء التغييرات الحقيقية على الصحافة المكتوبة التي عانت منذ الاستقلال احتكاراً من السلطة والحزب الواحد، فكانت الانطلاقة مع "تعليمية حمروش" والتي شجعت ودفعت بالصحفيين إلى دخول مجال الصحافة المكتوبة الخاصة، فتبعت الدولة هذه التعليمية بقانون ينظم سير هذا القطاع وهو قانون 1990، فتزاحمت العناوين بين عمومية، خاصة وحزبية دخلت مضمار المنافسة في الساحة الإعلامية، ولكن ورغم هذا الانفتاح بقيت كل من الإذاعة والتلفزيون محتكرة من طرف الدولة، فلم يتناول قانون الإعلام 1990 أي مادة تخول فتح وخصوصة القطاع السمعي البصري معتبراً أنه قطاع حساس يعبر عن صورة الدولة، لتصبح الساحة الإعلامية هنا تسير بمنطلق صحافة عمومية وخاصة أمام تلفزيون عمومي ليرفع الجمهور ثقته عن الجرائد والقنوات التلفزيونية العمومية، ويجعل من الجرائد الخاصة الجزائرية والفرنسية

من جهة والقنوات الأجنبية والعربية من جهة أخرى وسائله الإعلامية الأساسية للحصول على المعلومات، خاصة وأن الساحة الإعلامية الجزائرية لم تعرف البث الفضائي إلا سنة 1994 حيث خطى التلفزيون أول خطواته بإطلاق أول قناة فضائية Canal Algérie ثم تلتها الفضائية الثالثة A3، وفي سنة 2009 أضاف إلى باقته كل من قناة الأمازيغية والقرآن الكريم، ليصبح للتلفزيون الجزائري خمس قنوات بطابع عمومي.

فضلت الصحافة المكتوبة تتربع على عرش الجمهور الجزائري، خاصة وأنها استطاعت أن تجلب إليها أنظاره لأنها كانت ولا تزال قريبة منه من السلطة وتملك ذلك الجانب من الحرية للتعبير عن الانشغالات، لتصبح هي المنافس الأقوى وبامتياز للتلفزيون الجزائري وهذا لخلو الساحة الإعلامية من المنافسين لها.

لكن وبمجيء القانون العضوي للإعلام 2012 الذي فتح المجال أمام القنوات الخاصة الجزائرية لتملأ ذلك الفراغ الإعلامي وفي وقت قياسي العديد من القنوات الخاصة العامة والمتخصصة باشرت نشاطها الفعلي وبدون قانون مسير للسمعي البصري، لهذا فقد اعتبرت الحكومة نشاطها كنشاط إعلامي يبيث من خارج الوطن أي قنوات أجنبية، بالرغم من تواجد استوديوهات داخل الوطن وأن ملاكها كذلك جزائريين.

وترجع خلفيات هذه القنوات التي دخلت المجال الإعلامي الفارغ لسنوات إلى الثورات العربية التي كانت تنادي بالحرية والتحرير من سلطة الحاكم فكانت القنوات الخارجية محرك ثقيل دفع بالحكومة إلى التخوف من مصير بلدها وتترك القطاع الخاص يزاول نشاطه على أرض الواقع حتى يواجه أنظار الجمهور الجزائري صوبها وبيتعد عن القنوات الأخرى هذا من جهة، ومن جهة أخرى الأزمة المالية لدول المشرق التي سهلت على القنوات الجزائرية دفع حقوق بثها بتكلفة أقل على قمر النايل سات.<sup>(1)</sup> ورغم التجربة الفتية لهذه القنوات إلا أنها استطاعت أن تجذب أنصار المشاهد الجزائري فتخلى من ورائها عن القنوات الأخرى التي لطالما اختار مشاهدتها لسنوات، فأصبحت هذه القنوات الخاصة منافسا جديدا للجراند.

(1): سليمان بخيلي - مداخلة بعنوان معايير المنافسة المهنية- الملتقى الوطني حول التجربة الإعلامية للقنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة، بجامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، 15 ماي 2014.

وبعد أن فتحت الحكومة الجزائرية أبوابها أمام النشاط السمعي البصري الخاص، خاض الإعلام الجزائري تجربة فريدة من نوعها كان منطلقها الأساسي هو دخول الصحافة المكتوبة الخاصة هذا المجال لتكون الجزائر أول بلد يعيش تجربة كهذه بعد صحيفة الراي الكويتية التي عرفت توسعا في قطاعها المكتوبة إلى السمعي البصري سنة 2000.

وتأتي هذه الفكرة من أجل إنشاء قناة تلفزيونية، توسعا وتمديدا للجريدة \* لتصبح الساحة الإعلامية الجزائرية تنتهج في إعلامها إعلاما مزدوجا يجمع بين الصحافة المكتوبة والسمعي البصري، حتى تركز سياستها التحريرية التي باشرت مع الجريدة لتجد المؤسسة الإعلامية نفسها أمام مؤسسة واحدة بشقيها المكتوب والسمعي البصري، وتشارك في نفس طاقمها الاعلامي لتتفصل صحف اخرى عن قنواتها، من جهة طاقمها فقط وبالرغم من هذا فالقناة تعتبر الوجه الثاني للجريدة انطلاقا من سياستها التحريرية التي يظهرها توجهها في طرحها للمضامين اصف إلى ذلك الصوت والصورة متبينة نفس الاتجاه الذي تتوجهه الجريدة، فالقنوات التابعة للجرائد تتعامل مع كل المواد والمضامين وكأنها مضامين إخبارية، ومن التجارب التي عرفت الساحة الإعلامية والتي حاولنا أن نقوم من خلالها بإسقاط تجربتها الفتية داخل هذا المجال الجديد من خلال جمهورها والذي يعتبر الحكم الأساسي على نجاح أو فشل هذه التجربة هي جريدة الشروق، التي عرفت مجال الصحافة المكتوبة لسنوات طويلة والتي مرت على كل المحطات التي توقفت عندها مراحل الساحة الإعلامية في الجزائر وعبر هذه المراحل استطاعت أن تستقطب إليها جمهورا متنوعا من خلال تغطيتها البارزة والتي حققت من خلالها سبقا يعتبر قياسيا منذ ظهورها، فالجريدة حققت ولا تزال تحقق مطالب جمهورها المختلفة والتي ترمي للأخبار الوطنية، المحلية، الرياضية والاجتماعية وحتى تعكس صورة سياستها التحريرية صوتا وصورة وتكسب جمهورا أوسع ليتعدى من قراء جريدتها إلى مشاهدي قنواتها الشروق TV التي تعتبر امتدادا لها.

وبالرغم من ان تجربة القناة لا تزال في بدايتها إلا أنها استطاعت أن تستقطب جمهورا واسعا ساعدها في ذلك الدفع الذي احدثته الجريدة لدى جمهور قراءها إلى متابعة قنواتها، بالإضافة إلى

\* مقابلة مع مدير تحرير قناة الشروق زلاقي هشام، بمقر المؤسسة، يوم 2014/05/25، على الساعة 14:00.

المواضيع الاخبارية التي تبثها والتي التف حولها المشاهد الجزائري " خاصة وأنه كان متعطشا إلى هذه القنوات الخاصة وما تقدمه برغم خبرتها المتواضعة وبساطتها. "\*

ومن هنا فدراستنا سنتناول إحدى زوايا تجربة انفتاح القطاع السمعي البصري في الجزائر من خلال التساؤل الرئيسي الذي سنحاول الإجابة عنه عبر محطات مختلفة من خلال دراستنا والذي كان مفاده هو:

"هل تتأثر مقروئية جريدة الشروق اليومي في ظل انفتاحها على القطاع السمعي البصري بإنشائها قناة الشروق TV؟".

---

\*: مقابلة مع زلاقي هشام: مرجع سابق.

## 2.1. أهمية الموضوع:

تعتبر القنوات الخاصة الجزائرية متنفسا جديدا دخل الساحة الإعلامية بقوة مع مطلع سنة 2012 حيث فتحت العديد من القنوات في ظرف وجيز، ولفنتت من خلالها اهتمام الشعب الجزائري الذي كان في وقت من الأوقات قد رفع ثقته عن مشاهدة القنوات الأرضية والفضائية الجزائرية، وجعل من الجرائد الجزائرية والقنوات الاجنبية منفذا له للترفيه والحصول على المعلومات، وعلى ضوء الانفتاح على مجال السمعي البصري الذي ظهرت بوادره من توسع قطاع الصحافة المكتوبة إلى هذا المجال أصبح قراء الأوفياء لها جمهورا للقناة ذاتها، لهذا فتعتبر هذه الدراسة في منتهى الأهمية بالنسبة لنا، فهي من الدراسات الحديثة على المستوى الأكاديمي في الجزائر التي تعمل على دراسة نموذج من المؤسسات الصحفية التي توسعت إلى قناة ودفعت بجمهور قرائها إلى أن يكون هو نفسه جمهور مشاهديها.

فمن المؤكد أن هذه الدراسة ستتكامل مع الكثير من الدراسات الأخرى خاصة وأن مجال السمعي البصري الخاص حديث النشأة في الجزائر، وهذا خدمة للعلم والمعرفة وتطويرا للفكر الانساني باعتبار العلم تواسلي.

فالدراسة تعنى بمقروئية الصحف في ظل توسع مجالها الإعلامي إلى سمعي بصري، خاصة وكما ذكرنا سابقا أن الصحافة التي تربعت على عرش الجمهور الجزائري لسنوات طويلة هي بدورها وجهت أنظار جمهورها إلى قطاعها الجديد.

حيث بالنظر لهذه الدراسة الذي يعتبر الجمهور المحدد الأول والأخير لمدى قدرة المؤسسة بشقيها المكتوب والسمعي البصري على جذب انتباهه في ذات الوقت مدى تلبية احتياجاته الإخبارية والترفيهية هذا في ظل اعتبار أن جمهور القراء انتقل إلى جمهور مشاهد، خاصة وأن المؤسسة المختارة للدراسة تمثل أحد أكبر المؤسسات الإعلامية من حيث الاقبال ليس في الجزائر فقط بل في شمال إفريقيا وحتى الوطن العربي.

وما يزيد من أهمية الدراسة هو التوقيت الذي جاءت فيه والمليء بالتساؤلات والاستفهامات حول الدور الحالي لانفتاح السمعي البصري الذي توسع من أرضية المكتوب.

وهذا ما يستدعي من الدراسة الإجابة عن جملة من التساؤلات والوقوف على الوضعية الراهنة للصحافة المكتوبة في كنف توسعها للقطاع السمعي البصري وكذا نقل صورة واقعية على أحد المؤسسات الناشطة في هذا الحقل. ومن شأن الدراسة أيضا أن تساهم في فهم طبيعة الخدمة المزدوجة للمؤسسات الإعلامية.

### 3.1. أسباب اختيار الموضوع:

إن اختيار الموضوع في حد ذاته هو محور تساؤل من طرفنا الذي نعتقد أن البحث العلمي لا بد أن يكون مبررا علميا ومفيدا وإلا ما الحاجة منه، لهذا حاولنا أن نحدد أسباب اختيار الموضوع للوصول إلى اجابات تفاوتت بين ما هو شخصي وآخر موضوعي.

#### ○ أسباب شخصية:

- 1) اهتمامنا بمجال الإعلام والتغيرات والتطورات الحاصلة في الساحة الإعلامية.
- 2) كما دفعنا هذا الموضوع لمعرفة أدق وأشمل لقطاع الصحافة والسمعي البصري والرغبة في التعرف على الميكانيزمات التي تتحكم في سيرورتها لتعميق المعارف والمدرجات.
- 3) الاحتكاك بالواقع الإعلامي ومجرباته ومنغبراته وأسواره المهنية ومتطلباته استعدادا للالتحاق بمهنة الصحافة مستقبلا.
- 4) هاجس البحث لدينا عن موضوع الدراسة، فكثيرة هي التساؤلات التي طرحت لكن الإجابات عنها كانت بسيطة (ملاحظات عابرة) ولم تكن كافية لإشباع حاجاتنا المعرفية، خصوصا وأن العديد من المتناقضات مع بداية الدراسة كانت واضحة وهذا قبل أن تترسخ لدينا قناعة
- 5) للانطلاق في بحث علمي سيقدم في النهاية نتائج علمية.
- 6) كمتابعين للقنوات الخاصة الجزائرية الجديدة لاحظنا أنها أصبحت متنفسا للجمهور الجزائري للتعبير عن مشاكله وانشغالاته اليومية.

○ الأسباب العلمية: وتتلخص فيما يلي:

- 1) إجراء دراسة عن القطاع الإعلامي بشقيه ( المكتوب والسمعي البصري) في الجزائر، والذي يفترض أنه أصبح يحض بهامش أكبر من الحرية التي تعبر عن منطلق انشغالات الجمهور وتزويدهم بالمعلومات والمستجدات.
- 2) إجراء دراسة علمية تشمل جوانب حديثة في الساحة الإعلامية من شأنها تقديم فهم واضح لواقع إحدى المؤسسات الإعلامية التي كانت أول تجربة في الجزائر.
- 3) دراسة مدى نجاعة المؤسسة المختارة للدراسة، وهي جريدة وقناة الشروق التي تعتبر من أكبر الصحف الجزائرية وأكثر القنوات الخاصة متابعة. كما أكدته عدة تقارير وإحصاءات خصوصا وأنها استطاعت أن تفرض نفسها وتخلق جمهورا لها بفضل حسن تعاملها مع الصورة وإبراز جمالياتها في فترة وجيزة فقط.
- 4) مدى قدرة الجريدة على الحفاظ على مستوى مقروئيتها بالموازاة لترويجها لقناتها.
- 5) التعود على استخدام أدوات البحث العلمية وطرقها المنهجية.

#### 4.1. أهداف الدراسة:

تعتبر مرحلة تحديد الأهداف مرحلة حاسمة في أي دراسة علمية، ووفقا للأهداف المسطرة يتم التخطيط لباقي الخطوات والحرص على خدمتها لهذه الأهداف بالشكل الأمثل وحسب Florence le Bras "أن أهداف الدراسة تساعد على التخطيط الجيد الذي يجعل من خلاله الطالب أو الباحث أن يحظى بفرصة الرفع من مستوى مهنيته"<sup>(1)</sup>

ومنه قمنا بتحديد أهدافنا التالية:

- 1) التعرف على واقع مقروئية صحيفة الشروق في ظل انفتاح قناتها التلفزيونية الخاصة.

(1) : Florence le Bras- **les règles d'or pour rédiger un rapport, un mémoire, une thèse-** marabout Allier Belgique, 1993- p 21.

- (2) الحاجات التي تدفع بالجمهور الجزائري لقراءة الجريدة.
- (3) العادات الجديدة التي اكتسبها الجمهور بظهور القناة.
- (4) معرفة كيف أصبح يتعامل قراء جريدة الشروق مع القناة.
- (5) التعرف على الاحتياجات التي تشبعها كل من الصحافة المكتوبة والقناة للجمهور.
- (6) الحاجات الجديدة التي تقدمها القناة للجمهور والتي لم يجدها في الجريدة.
- (7) معرفة دوافع ورغبات الجمهور نحو متابعة وسيلتين مختلفتين.
- (8) كيف يشبع الجمهور احتياجاته (الثقافية، النفسية والاجتماعية) من خلال ازدواجية وسيلتين مختلفتين (مكتوبة وسمعية بصرية).
- (9) التعرف على الخدمة التكاملية التي تقدمها الوسيلتين للجمهور.

### 5.1. الدراسات السابقة:

تكتسي الدراسات السابقة كما هو معروف أهمية كبيرة في أي دراسة علمية، حيث تلعب دورا أساسيا في مختلف مراحل البحث، فهي تختصر على الباحث الكثير من الوقت والجهود ولا تجعله يضطر في الغالب إلى إعداد بحوث ومنهجية من الصفر وإنما يقوم بتنقيح وتعديل الخطوات المنهجية المعتمدة في الدراسات السابقة وفق الحاجة والأهداف التي سطرها لجعلها تتماشى وتتأقلم مع متطلبات بحثه والمتغيرات التي يتضمنها. (1)

وقد حاول الأستاذ عبد الغفار رشاد القصي تعداد مزايا هذه المرحلة من البحث في النقاط التالية:

- التعرف على نتائج الدراسات السابقة للباحثين الآخرين حتى يبدأ الآخرون من حيث انتهى.
- الوقوف على أحدث الدراسات وتحديد الباحث موقعه والمساهمة التي يمكنه تقديمها من خلال بحثه مهما تكن محدودة أو ضئيلة.

(1) : [www.tilibaert.info/document/Domains.doc](http://www.tilibaert.info/document/Domains.doc)

• اكتساب الباحث نوع من الخبرة وإدراكه للطرق التي من خلالها قام الباحثون الآخرون بمعالجة بحوثهم المشابهة لموضوع الدراسة.

• اكتساب معلومات جديدة حول الموضوع المراد دراسته والمتغيرات والعوامل التي تتوفر فيه.<sup>(1)</sup>

وقد يحدث أن لا يوفق الباحث في الحصول على الدراسات السابقة فيلجئ للبحث عن الدراسات المشابهة لما تكتسبه هذه الخطوة من أهمية فمن شأنها أن تثير طريق البحث وتكسبه الوقت والجهد.

ومن هذا المنطلق سعينا للحصول على دراسات مشابهة من داخل جامعة منتوري ومن خارجها والتي طالت في الواقع العديد من ولايات الوطن ومختلف جامعاتها كجامعة قالم، باتنة، سكيكدة، عنابة والجزائر العاصمة.

إلا أن هناك غياب تام لها على اعتبار أن القنوات الخاصة الجزائرية ظهرت حديثا وكان لظهور بعضها انطلاقة على ارضية جرائدها وحتى نتمكن من اتباع منهجية صحيحة بالقدر الذي يخدمنا فقد قسمنا الدراسات المشابهة التي استطعنا جمعها وتقريبها لدراستنا وذلك على أساس: دراسة تخص جمهور وسيلة إعلامية ودراسة تخص جمهور وسيلتين إعلاميتين.

### 1.5.1. الدراسات المشابهة التي اهتمت بدراسة جمهور وسيلة إعلامية:

دراسة بعنوان واقع الصحافة في الجزائر للباحث نصر الدين بوزيان.<sup>(2)</sup>

#### مشكلة الدراسة وأهدافها:

هي دراسة عن واقع الصحافة المكتوبة في الجزائر انطلاقا مما افرزته المعطيات والتحولت في المجال الإعلامي الذي اعتبره الباحث مشهدا وواقعا يستحق الرصد والاهتمام والدراسة خصوصا وأن التجربة الجزائرية تعد تجربة مختلفة وفريدة من نوعها نظرا لخصوصيتها التاريخية والاجتماعية.

(1) : D. Durafour – **Marketing et action commercial** –Dunod. Paris ,2006 ,p198.

(2): نصر الدين بوزيان- واقع الصحافة المكتوبة في الجزائر- دراسة مونوغرافية لنيل شهادة الدكتوراه، 2013-2014.

### أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الصحافة المكتوبة في الجزائر على اعتبار أنها المعنية الأولى بالانفتاح الإعلامي الذي شهدته الجزائر بداية تسعينات القرن الماضي، حيث رأى الباحث أنه بصدد تقديم نموذج حي عن واقع أحد المؤسسات الصحفية الجزائرية المعروفة على الساحة الوطنية وحتى الدولية وتقديم رؤية متكاملة عن كيفية سير هذا النوع من المؤسسات.

### التساؤل الرئيسي للدراسة:

ما هو واقع الصحافة المكتوبة في الجزائر في بدايات الألفية الثالثة؟

### نوع ومنهج الدراسة:

تندرج هذه الدراسة ضمن البحوث المونوغرافية التي تهدف إلى دراسة شاملة ومفصلة حول موضوع معين، كما استخدم الباحث المنهج الاستقرائي كمنهج للدراسة على اعتباره امتداد لسيرورة التجريبية.

### أدوات جمع البيانات:

جمع الباحث في دراسته العديد من أدوات جمع البيانات وهي:

- أ. الملاحظة.
- ب. الاستمارة.
- ج. المقابلة.
- د. تحليل المحتوى.

### فصول الدراسة:

لقد سعى الباحث عبر الفصل الأول والثاني والثالث من خلال استخدام الاداتين (الاستمارة وتحليل المضمون) للوصول إلى مجمل منتجي الرسالة الإعلامية والهيكلية الادارية للجريدة وهيكلية التحرير والهيكل التنظيمي والقانون الداخلي، وتحليل فئات المضمون (فئات الموضوع، المصدر، اتجاه المضمون والمساحة.) و فئات الشكل (تبويبها، عدد صفحاتها...) لجريدة الشروق.

الفصل الرابع: (والذي يعتبر قريبا من دراستنا)

والذي عني من خلاله بدراسة جمهور جريدة الشروق اليومي من خلال بناء استمارة تتركز فيها على ثلاث محاور متكاملة في المقام الأول حاول الباحث تحديد خصائص جمهور الجريدة بالاستناد على ما يعرف بمدخل السمات العامة ثانيا تحديد عادات وانماط وظروف القراءة، تم تحديد اسباب ودوافع الاقبال على الجريدة.

النتائج العامة للدراسة:

النتائج الخاصة بجمهور الجريدة:

توصلت الدراسة فيما يتعلق بالجمهور إلى أن جمهور جريدة الشروق، هو جمهور عام ومتنوع يشمل مختلف فئات أو شرائح مكونات المجتمع الجزائري الاجتماعية، الاقتصادية، الثقافية والسياسية ولهذا للجمهور عادات وانماط قراءة واسباب ودوافع للإقبال على الجريدة فهي جريدة يقرأها الشباب والكهول والشيوخ ويقرأها الرجال والنساء ويقرأها أفراد من مستويات علمية مختلفة فالجمهور متشكل من أفراد يزيد سنهم عن 20 سنة.

- جمهور ينتمي ويقطن في مجمله بالمناطق الحضرية ما يمثل نسبة 93,85%.
- جمهور ذكوري في مجمله، بحيث يمثل الذكور نسبة 84 بالمائة.
- جمهور ينتمي إلى الطبقات الاقتصادية والاجتماعية المتوسطة في الغالبية المطلقة، بحيث يتراوح الدخل الفردي ما يفوق نسبة 84% من 20 - 60 ألف دينار ومنهم 42% إذ يتراوح دخلهم 20 و 40 ألف دينار.
- جمهور الجريدة في غالبيتهم المطلقة يشغلون وظائف بالقطاع العام بنسبة 69%.
- قراء الصحف في الغالب هم قراء أوفياء للعناوين التي يقرؤونها وغالبا ما يتسمون بالانتظام في قراءة الصحف فهم يقرؤون بمعدل يومي.
- الصحافة المكتوبة الورقية لا تزال تملك مستقبلا على الأقل على المدى المتوسط أمام الصحافة الإلكترونية.

سبب اختيار الدراسة، كدراسة مشابهة ونقاط الاستفادة منها:

لقد كان لهذه الدراسة دور في لفت انتباهنا نحو العديد من النقاط والعناصر التي تخدم موضوع دراستنا فواقع الصحافة المكتوبة في الجزائر كان بمثابة جزء كبير من دراستنا التي سنسقط من خلالها واقع الصحافة المكتوبة في ظل انفتاح قطاعها السمعي البصري الخاص في الجزائر.

فدراسة الباحث نصر الدين بوزيان تعتبر انطلاقة لفهم واقع الصحافة من خلال جريدة الشروق اليومي وهذا ما ساعدنا على بناء ارضية متينة لبحثنا خاصة وأن الباحث لفت انتباهنا من خلال معالجته الواسعة والمعمقة للجريدة التي قدمت لمحة واسعة وشاملة عن كل كبيرة وصغيرة عن جريدة الشروق. التي نحن أيضا بصدد دراسة واقعها من منطلق توسعها إلى قناة الشروق، أما من الناحية المنهجية وعلى الرغم من استخدامه للطريقة المونوغرافية إلا أن أدوات جمع البيانات المستخدمة في هذه الدراسة وخاصة الاستمارة مع جمهور جريدة الشروق قدمت لنا فكرة عن خصوصية جمهور الجريدة وعاداته وأنماطه وسهل لنا بناء استمارتنا.

#### 2.5.1. الدراسة المشابهة حسب جمهور وسيلتين إعلاميتين:

دراسة بعنوان أثر القنوات الفضائية على المعرفة الرياضية للباحث رفيق الزنكاوي.<sup>(1)</sup>

#### مشكلة الدراسة:

حاول الباحث أن يدرس مدى المعرفة الرياضية التي يكتسبها الجمهور من خلال تعرض لهذه البرامج والعلاقة بين حجم تعرض الجمهور للبرامج الرياضية ومستوى المعرفة الرياضية لديهم من خلال وسيلتين وهما الراديو والتلفزيون.

#### أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسة في التعرف على حجم تعرض الجمهور المصري للبرامج الرياضية ونوع الاستفادة الحاصلة لدى الجمهور من البرامج المعروضة عبر الراديو والتلفزيون.

(1): رفيق الزنكاوي- الأسس العلمية لنظريات الإعلام في مجال الإعلام، أثر القنوات الفضائية على معرفة الرياضة- القاهرة 2010، منشورة على شكل كتاب.

### منهج الدراسة:

يعتبر هذا البحث من البحوث الوصفية والتي تستعمل التقنيات الكمية في معالجة المعلومات والبيانات.

### أدوات جمع البيانات:

استخدم الباحث استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات من المبحوثين، كما استخدم المقابلة الشخصية في تطبيق استمارة الاستبيان لضمان إجابة المبحوثين بنفسه على الأسئلة.

### التساؤل الرئيسي للدراسة:

ما هي العلاقة بين حجم تعرض الجمهور للبرامج الرياضية ومستوى المعرفة الرياضية لديهم؟

### الاطار النظري للدراسة:

جمع الباحث بين نظريتين متقاربتين اللتان تتطويان تحت نظريات علاقة الجمهور بالوسيلة وهما نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام ونظرية الاستخدامات والإشباع، هذا وقد وضح الباحث سبب اختياره لهذين النظريتين على اعتبار أنهما ملائمتين للدراسة نظرا على قدرتهما على تتبع المراحل الدقيقة لتعرض الجمهور وتفاعله مع وسائل الإعلام.

### عينة الدراسة:

اعتمد الباحث على عينة عشوائية بسيطة تم اختيارها بواقع 200 مفردة من نسبة أحياء بمحافظة القاهرة راعا في اختيارها تمثيل مختلف المستويات الاقتصادية.

### نتائج الدراسة:

النتائج الخاصة بالتعرض للبرامج الرياضية في الراديو:

- إن نسبة المنتظمين في التعرض للبرامج الرياضية بالراديو مرتفعة.
- جاءت إذاعة الشباب والرياضية في المركز الأول من حيث التفضيل.

- تبين أن المبحوثين يهتمون بالمباريات الرياضية في الأول وأنهم يستفيدون منها.  
- إن أغلبية المبحوثين يرون أن اعتمادهم على الراديو هو للحصول على المعرفة الرياضية ولكن  
باعتماد متوسط.

- جاءت دوافع الاستماع للراديو للتعرف على الاخبار الرياضية والحصول على المعلومات،  
التسلية، ملئ وقت الفراغ.

النتائج الخاصة بالتعرض للبرامج الرياضية في التلفزيون:

- تبين أن نسبة التعرض في التلفزيون كبيرة.  
- تمثلت أهم البرامج التي يفضلها المشاهدون هي الكاميرا في الملعب واستاد نيل في المرتبة  
الثانية.

- بين أن ما يفوق 90% يستفيد من البرامج الرياضية.

- تبين أن الجماهير معارفها الرياضية تزداد.

أسباب اختيار الدراسة المشابهة ونقاط الاستفادة منها:

هذه الدراسة شبيهة إلى حد كبير بموضوع دراستنا فيما يتعلق بجانبها الميداني الذي سلط الضوء على  
جمهور واحد لوسيلتين مختلفتين وهما الراديو والتلفزيون، وهو نفس الأمر فيما يتعلق بدراستنا بدورنا  
كذلك سنعالج جمهور وسيلتين مختلفتين (مكتوبة وسمعية بصرية).

أما عن منظور الدراسة فقد استخدم نظرية الاستخدامات والإشباعات وحدد نقاط التي وظفها من  
خلالها والتي قدمت لنا فكرة كوننا سنعتمد على نفس النظرية في بناء محاور الاستمارة، أما عن الأداة  
الأساسية لجمع البيانات التي استخدمها الباحث فقد كانت استمارة جمهور والتي أعطت لنا فكرة عن  
كيفية بناء استمارة والنقاط الأساسية التي يجب أن تتوفر فيها على اعتبار مراعاة أسئلة وسيلتين  
مختلفتين، فضلا عن كوننا أخذنا فكرة عن كيفية عرض النتائج واستقرائها.

## 6.1. الاطار المفاهيمي للدراسة:

عندما يقرر الباحث دراسة موضوع أو ظاهرة معينة فإنه ينبغي عليه الاستعانة ببعض الخطوات والأدوات التي تستعمل في البحث العلمي ومن بين أهم العناصر التي يجب أن يقوم بها الباحث هي معرفته الجيدة بمختلف المفاهيم المتعلقة بموضوع بحثه<sup>(1)</sup> حيث أشار "كابلان" في هذا الشأن "أن المفاهيم هي مجموعة من المترادفات التي تحل محل الشيء المراد تعريفه، هذه المترادفات كفيلة بأن تعطي الفهم اللازم لما نحن بصدد تعريفه، وإن دقة تحديد المفهوم من شروط البحث العلمي الجيد والذي يجمع فيه بين الدقة والموضوع مما يسهل للباحث والقارئ إدراك المعاني والأفكار التي تضمنتها الدراسة."<sup>(2)</sup>

تحديد المفاهيم والمصطلحات الواردة في المذكرة:

أ - المفاهيم:

## - المقروئية (Readability):

هي اهتمام جمهور القراء بالأداء الصحفي للجريدة والمجلة من خلال المثابرة المستمرة على القراءة.<sup>(3)</sup>

## - الجمهور العام (Public):

جاء في (لسان العرب) أن "جمهور كل شيء معظمه، وقد جَمَهَرَهُ، وجُمُهور الناس: جُلُهم، وجماهير القوم: أي أشرفهم، واحدها جمهور، وجَمَهَرْتُ القوم إذا جَمَعْتُهُم، وجَمَهَرْتُ الشيء إذا جَمَعْتُهُ، وعدد مُجَمَهَر: مكثُر، والجمهرة: مجتمع..."<sup>(4)</sup>.

(1): صحر محمد وهبي- بحوث جامعية في الاعلام و الاتصال- دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 1996، ص 72.

(2): كامل محمد المغربي- أساليب البحث العلمي في العلوم الانسانية و الاجتماعية- دار الثقافة للنشر، الأردن، 2006، ص 124.

(3): جمال العيفة- مؤسسات الإعلام و الاتصال- ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، ص 105.

(4): ابن منظور - لسان العرب- جزء 1، بيروت، 1990، ص 22.

وهو عدد غير محدود من الناس يوجدون ضمن السكان ويختلفون عن عامة الناس تبعاً لاهتماماتهم ومستوى تربيتهم وتعليمهم وتطلعاتهم الدينية أو السياسية أو الفكرية، أي بداية الظهور إلى الملاء طبقة مستنيرة هدفها تكوين رأي عام حول القضايا المشتركة التي يحملونها ويحملون بتجسيدها على أرض الواقع<sup>(1)</sup>. والجماهير ليست تنظيم اجتماعي، أو عادات، أو تقاليد، أو طقوس، أو قواعد، أو مشاعر، وليس لها بناء للأدوار التي تحدد من يشغلونها، وليس لها قيادة، وسلوك الجماهير سلوك تلقائي لأنه لا يقوم على أساس قواعد وتوقعات موضوعة سلفاً. ولأن أفراد الجمهور لا يتعاملون مع بعضهم بعضاً، نجد أنهم يستجيبون إلى الأمور التي تحظى بانتباههم على أساس الدوافع التي تثيرها تلك الأمور، ويعمل هؤلاء الأفراد على إشباع احتياجاتهم الخاصة كأفراد. وإذا حدث أن تم تنظيم السلوك الفردي في شكل حركة اجتماعية أو سياسية، فإن ذلك السلوك لا يصبح جماهيرياً، ولكن يصبح ذا طبيعة اجتماعية.<sup>(2)</sup>

ومفهوم الجمهور من المفاهيم التي صيغت بشأنها الكثير من التعريفات ومن عدة منظورات وتطور بالتطور السريع الذي شهدته المجتمعات الحديثة في مجالات الإعلام والاتصال الجماهيري خاصة انعكاسات الاستعمال المكثف لتكنولوجيات الاتصال التي أدت إلى التفكير في إعادة صياغة العديد من المفاهيم، فظهرت أنواع جديدة من مفاهيم الجمهور وهي:

#### - جمهور وسائل الإعلام (Mass Media) :

ظهر جمهور وسائل الإعلام بسبب الانتشار المتنامي لوسائل الإعلام، على رغم اختلاف الثقافات والديانات والأعراف، إلا أنه دائم الاستمرار والتزايد نتيجة التطور السريع للمبتكرات التكنولوجية الحديثة، وانطلاقاً من هذه الوتيرة المتسارعة أصبح لهذا الجمهور سمات معينة وهي: غياب التنظيم الاجتماعي، عدم التعارف، عدم التجانس، التشتت، الحجم الواسع وعدم الاستقرار الزمكاني.<sup>(3)</sup>

(1): حسن عماد المكاوي ووليلي حسين السيد- الاتصال و نظرياته المعاصرة- عربية للطبع والنشر، 2006، ص 217.

(2): نفس المرجع، ص 218.

(3): علي قسايسية- دراسات جمهور وسائل الإعلام- الوسيط في الدراسات الجامعية، الجزء 2، دار هومه، الجزائر، 2003،

- جمهور القراء (readership):

مجموعة القراء الذين يقبلون على قراءة جريدة أو مجلة معينة، أو قراءة زاوية أو مقال معين لأحد الكتاب، وعدد القراء يكون عادة أكبر من عدد أرقام التوزيع للجريدة والمجلة، إذ أن أرقام التوزيع للجريدة والمجلة تشير فقط إلى عدد النسخ المباعة وعدد القراء يكون أكثر من هذا نظراً لأن أسرة كاملة يمكن أن تقرأ نسخة واحدة من صحيفة ما.<sup>(1)</sup> وللجمهور القراء عدة خصائص منها:

- يسعى دائماً للحصول على المعلومات سواء الاقتصادية، السياسية أو الثقافية والمتنوعة.
- القراء هم مثقفون يحسنون القراءة على خلاف جماهير الوسائل الأخرى التي لا يشترط أن يكون متابعها من فئة المثقفين أو المتعلمين.
- جمهور القراء هو جمهور له الخيال ينطلق من الأحداث التي ترونها الجريدة لهذا فالقارئ دائماً له شغف قراءتها.
- تهتم الصحيفة في دفع جمهورها إلى التحليل والمتابعة والنقد حول مسألة من المسائل لكشف الحقائق.
- جمهور الجريدة هو وفي دائماً لسهولة حملها والتنقل بها.
- يسعى القارئ أن يحدد وقتاً للتفكير في المعلومات التي تقرأها لبلورة وجهة نظره.
- جمهور القراء هو دائم الاتصال بجريدته بغرض الحصول على الأخبار.
- يتجه جمهور القراء إلى الوسيلة المكتوبة لأنها تعبر عن انشغالاته وتنقل مشاكله للسلطة.
- جمهور القراء هو جمهور دائم الحصول على الرصيد اللغوي والثقافي ويسعى إلى تحقيق هذا النوع من الأهداف.<sup>(2)</sup>

(1): طه أحمد الزبيدي- معجم مصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامي- عربي- إنجليزي- ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن ودار الفجر للطباعة والنشر، العراق، 2010، ص 192.

(2): جمال العيفة، مرجع سبق ذكره، ص 123.

## - جمهور المشاهدين (audience):

في معجم Dictionnaire Critique de la communication جاء موضوع جمهور المشاهدين تحت مصطلح L'audience وهو جمهور محدد تجمعه رابطة محددة في وقت محدد قصد حضور عرض معين، هذا المفهوم امتد لاحقاً إلى وسائل الإعلام كالصحافة، السينما والتلفزيون. (1)

جمهور التلفزيون هم الذي يشاهدون التلفزيون ويختلف مدى اقبالهم على المشاهدة تبعاً لأحوالهم وأنواع البرامج التلفزيونية، خاصة وأن التلفزيون يخاطب أعداداً ضخمة من الناس متباينة غير متجانسة من حيث الثقافة والمستوى التعليمي والأعمار والديانة والمكانة الاجتماعية والاقتصادية والجنس والتوزيع الجغرافي، فضلاً عن الخصائص النفسية والاجتماعية التي لها دلالاتها والتي تؤثر على مدى الاستجابة للتلفزيون مثل القيم الاجتماعية والاتجاهات لدى جمهور المشاهدين. إضافة إلى عوامل أخرى خاصة بالفرد كالاحتياجات والأهداف والقدرات والاستخدام والخبرة والعادات الاقتصادية وعوامل تخص الرسالة والوسيلة، تؤثر هذه العوامل في تعامل الفرد مع المعلومات التي يستقبلها من المصادر وإقباله على مشاهدة مضمون معين وعدم مشاهدة مضمون آخر. (2)

أما فيما يتعلق بالمشاهدين أو جمهور البرامج التلفزيونية نجد تعريف "Caroline Mauriat" هو عدد المستقبلين لبرامج معينة في وقت محدد. (3)

(1) : Voir Lycien Sfez – **Dictionnaire Critique de la communication** – édit P.U.F, Paris, 1993, P 198.

(2): محمد عاطف غيث- قاموس علم الاجتماع - دار المعرفة الجامعية الإسكندرية، مصر، 1995، ص 392.

(3) : Caroline Mauriat – **La press audiovisuelle**- 1989- 1990, édit/ C.F.P.J, Paris, 1989, P 87.

- الحاجة (Need):

هي "افتقار الفرد أو شعوره بنقص في شيء ما"<sup>(1)</sup> كما يرى البعض الآخر أن الحاجة النفسية هي "رغبة طبيعية يهدف الكائن الحي إلى تحقيقها بما يؤدي إلى التوازن النفسي والانتظام في الحياة" ويرى علماء النفس أن محرك الحاجة هو الدافع.<sup>(2)</sup>

- الدافع (Motives):

يشار إلى مفهوم الدافع في اللغة الانجليزية بكلمة (Motives) ومعناها (يحرك). فالدافع عبارة عن أي شيء مادي أو معنوي، يعمل على تحفيز وتوجيه الأداء والتصرفات. أي أن كلمة دافع مأخوذة من الفعل الثلاثي (دفع) أي حرك الشيء من مكانه إلى مكان آخر وفي اتجاه معين.<sup>(3)</sup>

ويعرف الدافع على أنه "المحرك على بلوغ غاية أو هدف، وقد تكون الدوافع داخلية كالغرائز، وقد تكون خارجية كالبواعث، وقد تكون بنائية تعبر عن نفسها في دوافع الأنا أو تدميرية تعبر عن نفسها في دفاعات العداة الموجهة نحو الذات والآخرين.<sup>(4)</sup>

كما يعرف الدافع على أنه " مفهوم افتراضي وإجرائي يمكن أن تلمس آثاره في سلوكياتنا المعرفية والانفعالية والاجتماعية والفسولوجية أيضا. ويتضمن جملة من الحاجات والرغبات والاهتمامات التي تعمل على استثارة الكائن الحي وتنشيط سلوكه وتوجيهه نحو تحقيق أهداف معنية.<sup>(5)</sup>

فالعلاقة بين الحاجة والدافع تكمن إذن في أن الحاجة سبب لتولد الدافع كما أن الدافع يؤدي إلى إشباع تلك الحاجة، وبمجرد حدوث ذلك ينتهي دور الدافع ويختفي.

(1) - E Deutsch – les techniques psychosociologiques au service De L'Etude de Marché –

Cahier de l'institut de science économiques appliquée N 71 Paris 1951 P 07.

(2): محمد فرغلي وآخرون- السلوك الإنساني- نظرة علمية- القاهرة، دار الكتب الجامعية، 1977، ص 116.

(3): محمد محمود بن يونس- سيكولوجية الدافعية والانفعالات- ط1، دار الميسرة، عمان، الأردن، 2007، ص 17-18.

(4): عبد المنعم الحسن- موسوعة عالم علم النفس- ج15، دار توليس، لبنان، 2005، مج3، ص 296.

(5): محمد محمود بن يونس، مرجع سابق، ص 15.

- الاستخدام (taking):

الاستخدام في اللغة العربية مأخوذة من استخدام ( الرجل لغيره) استخدمه استخداما فهو والآخر مستخدم أي اتخذه خادما طلب منه أن يخدمه.(1)

والاستخدام في اللغة الفرنسية Sons option, usage ,conditidature<sup>(2)</sup> و يأتي الاستخدام في اللغة الانجليزية بمعنى الاستعمال والتوظيف والاستخدام بمعنى استعمال ,to hire, taking, use.

هو استعمال شيء ما أو أداة أو وسيلة أو عدة أشياء واستغلالها لتلبية حاجات معينة لدى الأفراد في حياتهم.

الاستخدام كسلوك اتصالي: لم يعد الفرد في الزمن المعاصر في ظل تكنولوجيات الاتصال مجرد متلقي سلبي بل أضحي الفرد مستخدما نشيطا يتميز بالانتقاء والاختيار والمشاركة خاصة أثناء استخدامه لوسائل الاعلام والاتصال المتعددة حتى يحقق:

السيطرة والتحكم: وتعني سيطرة المستقبل على العملية الاتصالية.

الاختيار: يعني أن الفرد يجد حرية تامة في الاختيار بين الوسائل الاعلامية ومختلف مضامينها

الارتباط: يعني الارتباط بمضامين الوسيلة التي تقدم له احتياجاته الثقافية والسياسية والترفيهية وكل ما يدور داخل بيئته.

الوقت: وهو احد محددات سلوك المستقبل وعاداته في متابعة الوسيلة الاعلامية .(3)

- الإشباع (Gratification):

هو ارضاء رغبة أو بلوغ هدف أو تحقيق دافع وتدل الكلمة أيضا على الحال الذي تم فيه ذلك ويعني الاشباع في نظرية التحليل النفسي خفض التنبيه والتخلص من التوتر، فالتراكم والتنبيه يولد

(1): جميل أبو نصري وآخرون- معجم المتقن- دار الراتب الجامعية، بيروت، لبنان، 2006، ص 34.

(2) : Louay Khateed – Dictionnaire français- arabe/ arabe- français- 2009, P 21.

(3): حسن عماد المكاوي وليلى حسين السيد- الاتصال و نظرياته المعاصرة- عربية للطبع والنشر، 2006، ص 228.

أساسا بالألم، ويدفع الجهاز إلى العمل لكي يحدث مرة أخرى حالة اشباع يدرك فيها خفضا للتنبية كأنه لذة. ويرتبط الاشباع بمفاهيم الرغبة والحاجة والدوافع.<sup>(1)</sup>

### - التلقي (Receive):

هو استقبال الجمهور للرسالة الاتصالية من خلال الوسيلة الجماهيرية وهو يرتبط بمعايير وخصائص متعددة منها ما يتعلق بالشكل ومضمون الرسالة، ومنها ما يتعلق بالوسيلة وصيغتها كأداة مادية ناقلة للمعلومات، ويصاحبه في ذلك عنصر اتاحة وتوفر هذه الوسيلة وتوافقها مع الجمهور.<sup>(2)</sup>

### ب- المصطلحات:

### - الصحف الجزائرية ( Algerian Newspaper ):

جاء في لسان العرب أن الصحيفة هي التي يكتب، وفي القاموس المحيط للفيروز بادي يقصد بالصحيفة الكتاب وجمعها صحائف، وفي المصباح المنير تعني الصحيفة قطعة جلد أو قرطاس كتب.<sup>(3)</sup>

أما المعجم الوسيط فقد ورد فيه تعريف الصحيفة على أنها: "إضمامة من الصفحات تصدر يوميا أو في مواعيد منتظمة، وجمعها صحف وصحائف"<sup>(4)</sup>

هي نشرات دورية تشكل مصدرا للإعلام بشأن الأحداث الوطنية أو الدولية والموجهة إلى الجمهورية.<sup>(5)</sup>

(1): محمد منير حجاب- المعجم الإعلامي- دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2004، ص 48.

(2): طارق سيد أحمد الخلفي- معجم مصطلحات الإعلام- انجليزي-فرنسي- ط1، دار المعرفة الجامعية، 2008، ص، ص 44،45.

(3): محمد منير حجاب- وسائل الاتصال، نشأتها و تطورها- دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، المجلد الرابع.

(4): فاروق أبو زيد- مدخل الى عالم الصحافة- عالم الكتب، القاهرة، 1998، ص 37.

(5): الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، قانون رقم 82-01 مؤرخ في 12 ربيع الثاني 1402 الموافق ل6 فبراير 1982 الذي يتضمن قانون الإعلام. ص 6.

مطبوع دوري، يصدر بانتظام في أوقات متقاربة أو متباعدة في عدة نسخ، يعنى بجمع الأخبار والظواهر والقضايا التي تهتم القراء، في جميع المجالات يحللها ويعلق عليها، وهي إما يوميات أو مجلات، ولكننا نقتصر مصطلح الصحافة في دراستنا على اليوميات أي الصحافة اليومية (الجرائد).

### - القطاع السمعي البصري (Audiovisual Sector):

هو كل ما يقدم للجمهور من خدمات إذاعية أو تلفزيونية مهما كانت كفاءات بثها بواسطة الهيرتز أو الكابل أو الساتل.<sup>(1)</sup>

### - القنوات الفضائية (Satellite TV):

هي محطات تبث إرسالها عبر الأقمار الصناعية لكي يتجاوز هذا الإرسال نطاق الحدود الجغرافية لدولة الإرسال حيث يمكن استقباله في دول ومناطق أخرى عبر أجهزة خاصة لاستقبال والتقاط الإشارات الوافدة من القمر الصناعي "عربسات"، "نيل سات"، "هوت بيرد"، "أساسيات"، يوتل سات وبنام سات وغيرها من الأقمار التي تشمل قنوات عربية واجنبية، حكومية وخاصة.<sup>(2)</sup>

### - القنوات الأرضية (Terrestrial channels):

هي وسيلة تبث مواد تلفزيونية من محطة الإرسال الأرضية الموجودة في محطة البث التلفزيوني الخاص بالبلد إلى جهاز التلفزيون مباشرة بدون أقمار صناعية أو كابلات، ويكون عادة باستخدام موجات الراديو في النطاقين (VHF, VHF) أي في حيز ترددي من 3 ميغاهرتز إلى 300 ميغاهرتز، ويتم استقبال هذا الإرسال عن طريق الأريال المركب فوق سطح البيوت والذي يغذي التلفزيون بالإشارة المستقبلية.<sup>(3)</sup>

(1): الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية، 14-04 مؤرخ في 24 ربيع الثاني عام 1435 الموافق لـ 24 فبراير 2014، يتعلق بالنشاط السمعي البصري، ص 8.

(2): هناء السيد-الفنائيات و قادة الرأي - دراسة أثرها على السلوك الاتصالي - ط1، العربي للنشر والتوزيع، 2005، ص 204.

(3): محمد منير حجاب، مرجع سبق ذكره، ص 212.

- المؤسسة الإعلامية (Press Foundation):

هي مؤسسة تقدم خدمات لمختلف الجماهير وفي عدة مجالات اجتماعية واقتصادية وسياسية وثقافية وهي نظام اجتماعي يقوم على عمل مشترك بغرض تحقيق أهداف محددة سابقا، فالمؤسسة الإعلامية تتفرع لتشمل وسائل الإعلام (الإذاعة، الصحيفة والتلفزيون)<sup>(1)</sup>، وللمؤسسة الإعلامية خصائصها:<sup>(2)</sup>

- بها فريق عمل يتفاعل مع بعضه البعض لتحقيق أهداف معينة.
- تحقيق هدف المؤسسة لا يكون عشوائيا إنما بناء على تخطيط دقيق.
- تمارس فيها الاعمال بشكل مستمر.
- هناك اختلاف بين المؤسسات الإعلامية من حيث النشاط ( مكتوبة، سمعية بصرية وسمعية ودور النشر).
- وتتقسم المؤسسة الإعلامية وفق العاملين فيها إلى مؤسسات صغيرة الحجم عددهم من 10 إلى 100 عاملا، أما متوسطة الحجم فمن 100 إلى 500 عاملا وكبيرة الحجم أكثر من 500 عاملا. وحسب طبيعة النشاط سمعية، سمعية بصرية، مكتوبة والنشر الالكتروني.
- حسب الشكل القانوني: مشروعات فردية، شركات الاشخاص وهي تضامنية، شركات الأموال.

تاريخ الزيارة [http://etudiantdz.net/vb/newthread.php?do=newthread&f=41#\\_ftn2](http://etudiantdz.net/vb/newthread.php?do=newthread&f=41#_ftn2) : (1)

2014/05/16، على 16:42.

(2): علي عبد الفتاح كنعان- إدارة المؤسسات الإعلامية- دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 51.

## 7.1. فروض الدراسة:

على ضوء الإجابات المحتملة لمشكلة الدراسة وتفسيرها مؤقتاً لحين إيجاد نتيجة، عن طريق اختبار الفرضيات التالية وهذا قصد التحقق من صحتها لغرض قبولها أو رفضها.

### 1.7.1. الفرضية الرئيسية:

تراجع مقروئية جريدة الشروق اليومي بسبب قناة الشروق TV التي تغطي الإشباعات المحققة من طرف الجريدة.

### 2.7.1. الفرضيات الفرعية:

#### ➤ الفرضية الفرعية الأولى:

جمهور جريدة الشروق اليومي له عادات وأنماط وإشباعات محققة من قراءة الجريدة.

#### ✓ مؤشرات الفرضية الفرعية الأولى:

- كيفية التعرض.
- مكان التعرض.
- وقت وحجم التعرض.
- أهداف التعرض.
- الإشباعات الاجتماعية المحققة.
- الإشباعات النفسية المحققة.
- الإشباعات الثقافية المحققة.

#### ➤ الفرضية الفرعية الثانية:

جمهور قناة الشروق TV له عادات وأنماط وإشباعات محققة من مشاهدة القناة.

✓ مؤشرات الفرضية الفرعية الثانية:

- كيفية التعرض.
- مكان التعرض.
- وقت وحجم التعرض.
- أهداف التعرض.
- الإشباعات الاجتماعية المحققة.
- الإشباعات النفسية المحققة.
- الإشباعات الثقافية المحققة.

➤ الفرضية الفرعية الثالثة:

تتطابق إشباعات جمهور القراء المشاهدين بين الوسيطتين. (المكتوبة والسمعية بصرية).

✓ مؤشرات الفرضية الثالثة:

- من ناحية الشكل.
- من ناحية الأنواع الصحفية.
- من حيث حرية ومصداقية المضامين.
- من حيث المهارات الصحفية.

**3.7.1. الفرضيات الرئيسية البديلة:**

\* مقروئية جريدة الشروق اليومي لم تتراجع بظهور قناة الشروق TV على اعتبار أن الوسيطتين مكملتين لبعضهما في تحقيق إشباعات جمهور القراء المشاهدين.

➤ الفرضيات الفرعية البديلة:

\* هناك تكامل في الإشباعات المحققة لجمهور الوسيطتين. ( المكتوبة والسمعية البصرية)

\* عناصر الجذب في القناة لا تأثر على مقروئية جريدة الشروق اليومي.

### 8.1. الإطار النظري للدراسة: ( نظرية الاستخدامات و الإشباعات Use and Gratification ):

يستعين الباحث عند دراسة موضوع معين ببعض الاتجاهات والمدارس النظرية، والتي تكون بمثابة نموذج له في محاولة ربط الجانب الميداني للدراسة ببعض الظواهر والمفاهيم النظرية المتعلقة بموضوع الدراسة، فالنموذج النظري يساعد على الإطلاع على مختلف التصورات والممارسات التي تكون سبباً للباحثين في دراستهم لموضوع معين حسب تخصصاتهم، كما أن الباحثين لا يستعملون نفس النموذج النظري، أو نفس الإطار على الرغم من دراسة نفس الظواهر الخاصة بميدان معرفي معين.<sup>(1)</sup>

والفرد في جمهور وسائل الإعلام يقبل أو يرفض، يتقرب أو يتجنب، يتعرض أو لا يتعرض إلى وسائل الإعلام بناء على قرار اختياره وتفضيله ومستوى هذا التفضيل أو شدته وبناء على ذلك يتم صياغة عدد من المداخل أو الفروض أو النظريات التي تهتم بالإجابة على الأسئلة الخاصة بقوة الفرد من جمهور وسائل الإعلام في مواجهة هذه الوسائل ومفرداتها ومحتواها فالفرد يتعرض إلى هذه الوسائل ويختار من بينها بناء على قرار ذاتي عبارة عن محصلة لتفاعل العديد من القوى الداخلية والخارجية التي تؤثر في هذا القرار.<sup>(2)</sup>

لهذا فقد جاءت دراستنا للبحث عن أسباب التفضيل و الاهتمام وكثافته من قبل الأفراد لوسيلتين إعلاميتين مختلفتين ( سمعية بصرية ومكتوبة). من خلال إحدى نظريات التأثير الانتقائي والتي تنصب ضمن مدخل الفئات الاجتماعية وهي نظرية الاستخدامات والإشباعات.

(1): موريس انجرس، ترجمة بوزيد صحراوي، كمال بوشرف- منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية- دار القصبية للنشر، الجزائر، ص، ص 99، 100.

(2): رفيق الزنكاوي- الاسس العلمية للإعلام في المجال الرياضي- اثر القنوات الفضائية على المعرفة الرياضية- دار الكتاب الحديث، 2010، ص 62،

### 1.8.1. التعريف بمدخل الاستخدامات والإشباعات:

هو محاولة نظرية لتفسير الأساليب التي من خلالها يوظف الفرد عملية الاتصال لخدمة حاجاته وتحقيق أهدافه، كما يقوم هذا النموذج على تصنيف متناسق للأساليب التي يتبعها الأفراد لإشباع حاجاتهم على أساس أن سلوك الفرد الاتصالي يكون مدفوعا دائما بأهداف معينة ولا يحدث بشكل عشوائي، على اعتبار أن للفرد المبادرة لتحديد نوعية الوسيلة الإعلامية التي تعتبر واحدة من عدة بدائل لإشباع رغبته بصورة واعية.<sup>(1)</sup>

### 2.8.1. عناصر النظرية: (2)

1. افتراض الجمهور النشط: يزعم " هويت" أن النظريات القديمة كانت تنظر إلى الجمهور باعتباره متلقيا سلبيا أمام قوة الرسالة و تأثيرها الفعال حتى ظهر مفهوم الجمهور " العنيد" الذي يبحث عما يريد أن يتعرض إليه، ويتحكم في اختيار الوسائل التي تقدم هذا المحتوى.(بهذه النظرة قد تم القضاء على الفكر التقليدي السابق للتأثير المباشر على الجماهير.)<sup>(3)</sup>
- وربما يرجع الفضل إلى "اليهو كاتز" في تحويل أبحاث الاتصال إلى تقليل الاهتمام بما تفعله وسائل الإعلام بالناس، فمنذ ذلك الحين تم إدراك جماهير وسائل الاتصال الجماهيرية باعتبارهم نشطين، ويختارون التعرض للوسائل التي تلبى حاجاتهم، والمضمون الذي يتفق مع توقعاتهم.
2. الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدامات وسائل الإعلام: انتهى " جون جونستون" في دراسته حول استخدام المراهقين لوسائل الإعلام والدمج الاجتماعي، إلى أن أعضاء الجمهور لا يتعاملون مع وسائل الاتصال باعتبارهم أفرادا معزولين عن واقعهم الاجتماعي، وإنما باعتبارهم في جماعات اجتماعية منظمة، و شركاء في بيئة ثقافية واحدة.

(1): طارق سيد أحمد الخليفي - معجم مصطلحات الإعلام - انجليزي - فرنسي - ط1، دار المعرفة الجامعية، 2008، ص، ص 307.

(2): حسن عماد المكاوي و ليلي حسين سيد - الاتصال و نظرياته المعاصرة - عربية للطبع والنشر، 2006، ص 242.

(3): جمال بن زروق - استخدام النظريات في دراسة الإعلام الجديد - بين التطور والقصور -، نظرية الاستخدامات والإشباعات نموذجاً - الملتقى الوطني حول الإعلام الوطني والأزمات، بجامعة قسنطينة 3، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري، 2014/03/29.

3. دوافع تعرض الجمهور لوسائل الإعلام: توجد وجهات نظر متباينة لدراسة دوافع تعرض

الجمهور لوسائل الإعلام، ويمكن تلخيص هذه الآراء على النحو التالي:

أ. ينظر بعض الناس إلى الدوافع باعتبارها حالات داخلية Inner States يمكن إدراكها

وفهمها مباشرة من جانب أفراد الجمهور، وترتبط هذه الرؤية بنظرية القيمة المتوقعة.

ب. ترى وجهة النظر الثانية أن دوافع الجمهور لا يمكن إدراكها وفهمها بشكل مباشر، ولكن

يمكن إدراكها بشكل غير مباشر من خلال أنماط السلوك والتفكير.

ج. ترى وجهة النظر الثالثة أن دوافع التعرض لوسائل الإعلام لا يمكن الوصول إليها عن

طريق ما يقرره الجمهور بشكل ذو معنى، فالحاجات الأساسية مثلا قد تؤثر على تعرض

الجمهور لوسائل الإعلام بشكل مباشر، ولكن الجمهور قد لا يدرك هذه الحاجات.

د. أما الوجهة الرابعة فنقول أنه عندما يحدد أفراد الجمهور "دافع" التعرض، فإنه يعبر عن

تفسيره للتعرض بدلا من كونه ناتجا عن حاجات داخلية تدفع لسلوك التعرض.

ويتم تقسيم دوافع التعرض إلى فئتين حسب معظم دراسات الاتصال (1)

#### أ. دوافع منفعية: Instrumental Motives

وتستهدف اكتساب المعرفة و المعلومات، الخبرات، وجميع الأشكال بوجه عام والتي تعكسها نشرات

الأخبار والبرامج التعليمية والثقافية.

#### ب. دوافع طقوسية: Ritualized Motives

وتستهدف تضيئة الوقت، الاسترخاء، الصداقة، الألفة مع الوسيلة، الهروب من المشكلات، وتتبعكس

هذه الفئة في البرامج الخيالية...مثل: المسلسلات، الأفلام، المنوعات وبرامج الترفيه المختلفة.

4. التوقعات من وسائل الإعلام: تنتج التوقعات عن دوافع الجمهور للتعرض لوسائل الإعلام

حسب الأصول النفسية والاجتماعية للأفراد، وتعد التوقعات سببا في عملية التعرض لوسائل

الإعلام.

(1): حسن عماد المكاوي وليلى حسين سيد، مرجع سبق ذكره، ص 246.

5. **التعرض لوسائل الإعلام:** أشارت دراسات عديدة إلى وجود علاقات ارتباط بين البحث عن الإشباع، والتعرض لوسائل الإعلام، ويعبر تعرض الجمهور بوجه عام لوسائل الإعلام عن نشاط هذا الجمهور، وقدرته على اختيار المعلومات التي تلبي احتياجاته.
6. **إشباع وسائل الإعلام:** يرى " سوانسون " إمكانية ربط محتوى الرسالة بالإشباع المحققة، فبرامج الترفيه والدراما يمكن أن تحقق إشباع " التنفيس " الذي يتمثل في التخلص من التوتر والقلق والهروب من المشكلات اليومية. أما برامج الأخبار والمعلومات والشؤون الجارية، فيمكن أن تحقق إشباع مراقبة البيئة الذي يتمثل في الحصول على المعلومات والخبرات والمهارات.

### 3.8.1. أساسيات مدخل الاستخدامات والإشباع (فروض النموذج):<sup>(1)</sup>

1. إن أعضاء الجمهور مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري، ويستخدمون وسائل الاتصال لتحقيق أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.
2. يعبر استخدام وسائل الاتصال عن الحاجات التي يدركها أعضاء الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية، وعوامل التفاعل الاجتماعي، وتتنوع الحاجات باختلاف الأفراد.
3. التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاته، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال، وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.
4. يستطيع أفراد الجمهور دائما تحديد حاجاتهم ودوافعهم، و بالتالي يختارون الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.
5. يمكن الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال، وليس من خلال محتوى الرسائل فقط.

(1): حسن عماد المكاوي: ليلي حسين سيد، مرجع سبق ذكره، ص 241.

ويحقق منظور الاستخدامات والإشباعات ثلاثة أهداف رئيسية هي: (1)

1. السعي إلى اكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته وتوقعاته.

2. شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال، والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض.

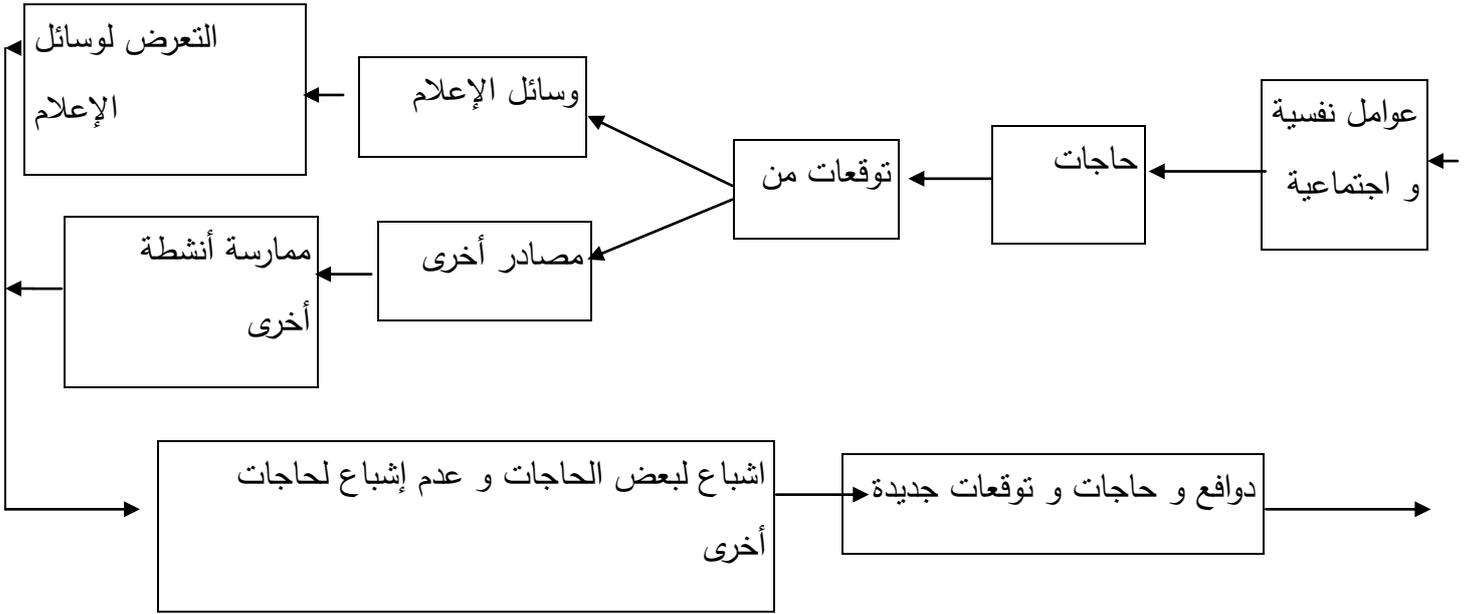
3. التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.

ويربط "آلان روبن" الأهداف الثلاثة السابقة بمنظور التحليل الوظيفي من خلال التأكيد على نمط السلوك الفردي، حيث يكون الفرد هو وحدة تحليل Unit، وتكون علاقات الفرد بمحيطه الاجتماعي هي البناء Structure، ويمكن ملاحظة سلوك الأفراد عند استخدامهم لوسائل الاتصال هو الأنشطة Activities، وتكون نتائج نمط السلوك الفردي في علاقته مع كل من: وسائل الاتصال، والمحتوى، والاهتمامات العامة للجماهير هي الوظائف Functions.

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

(1): حسن عماد المكاوي وليلى حسين سيد، مرجع سبق ذكره، ص 241.

ويعبر " كاتز و زملاؤه" عن نموذج الاستخدامات و الإشباعات في شكل التالي:



نموذج " كاتز" للاستخدامات و الإشباعات (1)

#### 4.8.1. نقد نظرية الاستخدامات والإشباعات:

تطورت البحوث الخاصة بالاستخدامات والإشباعات خلال السبعينات وما بعدها، وبعد أن قدمت النظرية استراتيجية جديدة لدراسة وتفسير استخدامات الجمهور وإشباعاته وازداد ادراك الباحثين بعد ذلك بأهمية الاستخدام النشط لجمهور المتلقين باعتباره عاملا وسيطا في احداث الأثر سواء كان كبيرا أو محدودا وعلى الرغم من تطور أساليب البحث والاستقصاءات المنهجية والموضوعية في هذا المجال إلا أن صورا من النقد وجهت إلى هذه النظرية وتطبيقاتها ومن أمثلتها ما يلي:

1. ركز "دينس ماكويل"، أن نتائج هذه البحوث ربما تتخذ ذريعة لإنتاج المحتوى الهابط، خصوصا عندما يرى البعض أنه يلبي حاجات أعضاء المتلقين في مجالات التسلية والترفيه والهروب... إلى آخره.
2. في تطبيق هذه النظرية يرى "بلوملر" أن عدم التحديد الواضح لفهم النشاط الذي يتصف به جمهور المتلقين في علاقتهم بالاستخدام و الإشباع، فهناك عديد من المعاني التي تشرح هذا

(1): حسن عماد المكاوي وليلى حسين سيد، مرجع سبق ذكره، ص 242.

المفهوم منها المنفعة، فوسائل الإعلام لها استخدامات محددة للجمهور، والأفراد يضعون هذه الوسائل في إطار هذه الاستخدامات وهذا يعني أن وسائل الإعلام هي التي تحدد وظائفها ثم يحدد الفرد استخدامه لأي من هذه الوظائف.

3. يرى عدد من الباحثين أنها تزيد عن كونها استراتيجية لجمع المعلومات من خلال التقارير الذاتية للحالة العقلية التي يكون عليها الفرد وقت التعامل مع الاستقصاءات. وفي هذا تسطيح للأمور خاصة أن هناك خلافاً حول تحديد المصطلحات والمفاهيم مثل مفهوم الحاجات.<sup>(1)</sup>

4. بالإضافة إلى البحوث - كما يرى بلومر - ركزت جميعها على الاختبار الكلي للوسائل والمحتوى ولم تحدد ماذا يفعل الجمهور بالمحتوى، عندما يختاره.

ويرى أن البحوث بدأت تركز على نشاط الجمهور كحالة يسقط فيها الجمهور النشاط المعاني على المحتوى لبناء معنى جديد يخدم أهدافه أكثر من أي معاني أخرى قدمت في الرسالة المنتجة أو الموزعة. لذلك فإنه يفرق بين النشاط والفاعلية، الصفة النشطة والفعالة. والمفهوم الأخير هو الذي يحدد أكثر ما يفعله الجمهور وما يعنيه الاستخدام والشباع في ذهنه خصوصاً عندما يتوفر للمتلقي حرية الحركة في الموقف الاتصالي.

5. و من جانب آخر فإن تطبيق هذه النظرية يطرح تساؤلاً حول قياس الاستخدام فهل يكفي الوقت الذي يقضيه الفرد في التعرض إلى وسائل الإعلام أو محتواها في قياس كثافة التعرض أو الاستخدام؟ وهل يشير ذلك وحده إلى الاستغراق في المحتوى و الاحساس بالرضا طوال فترة التعرض؟ وهل تشير كثافة التعرض أو الاستخدام إلى قوة الدافع و ضغط الحاجات على الفرد المتلقي؟ مما يتطلب عزلاً كاملاً لكافة العوامل المؤثرة على كثافة التعرض عند بحث العلاقة بين التعرض و تلبية الحاجات، والفصل تماماً بين تأثيرات الحاجات باعتبارها قوة دافعة و التعرض لأسباب أخرى غير تأثير الحاجات.

ومن هذه الأسباب ما يرتبط بتأثير العادة، أو وجود وقت فراغ كبير، أو التأثيرات البيئية مثل تأثير نظام التعليم على توفير الوقت للتعرض من عدمه أو تأثير خصائص وسائل الإعلام ذاتها... وغيرها من

(1): محمد عبد الحميد - نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير - عالم الكتب للنشر، القاهرة، 2004، ص 291.

العوامل التي تؤثر على كثافة التعرض سلباً أو إيجاباً بجانب تأثير الدوافع و ضغط الحاجة الفردية. لا يتيح منظور الاستخدامات و الإشباعات إمكانية الشرح و التنبؤ كما هو أبعد من وحدة الفرد.<sup>(1)</sup>

6. يمكن أن تختلف نتائج بحوث الاستخدامات و الإشباعات باختلاف الثقافات و اختلاف الخصائص الديموغرافية، بالتالي فإن نتائج هذه البحوث لا تصلح للتعميم في أغلب الأحوال.

7. تفتقر بحوث الاستخدامات والإشباعات إلى نظرية مناسبة للحاجات النفسية و الاجتماعية، و كيف تسهم العوامل الثقافية والبيئية في اختيار مصادر الاتصال أو الحاجات التي يمكن إشباعها.

8. هناك تساؤلات حول افتراض فعالية الجمهور و ايجابية عملية الاتصال الجماهيري، ونادراً ما يؤدي إلى دراسة الجمهور باعتباره مستهلكاً فعالاً للرسالة.

كانت هذه هي أهم الانتقادات الموجهة لمدخل الاستخدامات والإشباعات، غير أن مؤيدي هذا المنظور يدافعون عنها بأنها ليست وظيفة بطبيعتها، وأن مصادر التغيير قائمة سواء في سلوك الجمهور تجاه وسائل الاتصال الجماهيري أو في تنظيم و محتوى هذه الرسائل، فالتناقض بين الإشباعات التي يبحث عنها الجمهور و التي تتحقق بالفعل يمكن أن يؤدي إلى تغيير و تنظيم في محتوى وسائل الاتصال في أي نظام إعلامي حريص على الواقع الذي يعمل فيه كذلك يمكن أن ينتج التغيير من تنوع الظروف الاجتماعية التي يتم خلالها استخدام وسائل الاتصال، و بناء على ذلك فإن صلاحية مدخل الاستخدامات و الإشباعات ما تزال قائمة حيث يتيح هذا المدخل مجالاً لدراسة العلاقة بين وسائل الاتصال، من حيث علاقتها بالعمليات الاجتماعية و البناء الاجتماعي، كما يربط هذا المدخل بين النظريات التي تحكم عمل مؤسسات الاتصال الجماهيري، من واقع ممارسة هذه المؤسسات.<sup>(2)</sup>

(1): رفيق الزنكاوي- الاسس العلمية للإعلام في المجال الرياضي- اثر القنوات الفضائية على المعرفة الرياضية- دار الكتاب الحديث، 2010، ص 79.

(2): نفس المرجع، ص 80.

## 5.8.1. أسباب اختيار نظرية الاستخدامات والإشباعات كمنظور للدراسة:

- ✓ إن طبيعة الموضوع والأهداف المسطرة والتي تعنى بدراسة جمهور قراء مشاهدي جريدة وقناة الشروق، تتفق مع النظرية المختارة كونها تنظر إلى جمهور وسائل الإعلام كجمهور نشط وفعال، ويختار من وسائل الإعلام ما يريده، وبالتالي له دوافع تجعله يتوجه إلى وسائل معينة من وسائل الإعلام المختلفة والقصد من هذا هو تلبية حاجاته ( سواء معرفية، إخبارية أو نفسية).
- ✓ على أساس فروض النظرية فالغاية منها هو الوصول لأسسها التي تعنى بأن الجمهور (القراء المشاهدين ) مشاركون فعالون في عملية الاتصال الجماهيري يستخدمون وسائل الإعلام ( مكتوبة وسمعية بصرية) لتحقيق احتياجاتهم المقصودة.
- ✓ باعتبار دراستنا اعتمدت على المنهج الوصفي (الذي يعتبر من البحوث الكمية) توجهنا إلى اختيار هذه النظرية باعتبارها من النظريات الإحصائية التي تسمح بالمقارنات الإحصائية لسلوك البشر.
- ✓ حسب النظرية فللجمهور فروق مختلفة، وبالتالي تختلف الحاجات التي يدركها الأفراد على اختلاف توقعاتهم، وهذا ما نربو إلى الوصول إليه من خلال عينة دراستنا (يقرأ فقط، يشاهد فقط، ويقرأ ويشاهد).
- ✓ تقدم النظرية تفسيراً منطقياً للتغيرات التي تحدث في استخدام الأفراد لوسائل الإعلام ( من خلال العادات والإشباعات في ظل وجود وسيلتين).

# الفصل الثاني

## المشهد الإعلامي الجزائري بين الصحافة المكتوبة والسمعي البصري

### • مدخل.

#### 1.2. الفضاء الإعلامي المكتوب في الجزائر.

##### 1.1.2. الصحافة المكتوبة في ظل الحزب الواحد.

##### 2.1.2. قانون إعلام 1990 ووجه الصحافة الجزائرية الجديد.

##### 3.1.2. الصحافة الخاصة في ظل السياسة الإعلامية.

##### 4.1.2. قراءة في وضع الصحافة المكتوبة من خلال قانون الإعلام لسنة 2012.

#### 2.2. الفضاء الإعلامي السمعي البصري في الجزائر.

##### 1.2.2. السمعي البصري الجزائري تحت وطأة الحكومة.

##### 2.2.2. ظهور بوابر عهد جديد نحو إعلام سمعي بصري خاص.

##### 3.2.2. قنوات خاصة جزائرية ناشطة برخصة وخاضعة لقوانين أجنبية.

##### 4.2.2. قانون السمعي البصري لـ 2014 يخول النشاط الفعلي للقنوات الخاصة.

## • مدخل

لقد تسلسل ظهور وسائل الإعلام المختلفة في دول أوروبا ولكن هذا لم يمنع وصولها إلى الدول العربية والتي عرفت هذه الوسائل متأخرة نوعا ما، فالجزائر كذلك عرفت هذه الوسائل لكن على يد الاستعمار والذي ادخل معه سنة 1830 الصحافة المكتوبة فتعتبر "Estafette d' Algérie" و "Le Moniteur Algérien" من أول الصحف التي عرفت الجزائر لتتبعها صحف أخرى بصبغات مختلفة منها النخبوية والجمهورية، الحكومية والخاصة الفرنسية وغيرها لتتبعها بعض المحاولات من الجزائريين لإنشاء جرائد مقاومة، لتدخل الجزائر بعدها مرحلة الثورة والجهاد وسنة 1955 ظهرت صحيفة الوطن كأول صحيفة ثورية، لتتبعها عدة صحف مقاومة للاستعمار تعددت لغاتها ومقراتها وعليه، فالصحافة الثورية في الجزائر كانت مزيجا بين المناشير والأوراق الموزعة من قبل المناضلين وتأسيس صحافة ناطقة باسم جبهة التحرير الوطني كجهاز يشرح مواقف الثورة في الحصول على الاستقلال ولكن لم تكن الصحافة المكتوبة الوسيلة الوحيدة التي استغلها الاستعمار لتهديم أهداف الثورة بل استخدم كذلك أثقل الوسائل وهو التلفزيون والذي عرفت الجزائر سنة 1956 إبان فترة الاستعمار، أين أقيمت مصلحة بث محدودة الإرسال، وكانت تعمل ضمن المقاييس الفرنسية، وقد استحدثت من أجل الجالية الفرنسية في الجزائر آنذاك، وقد اقتصر البث على المدن الكبرى في الجزائر أي قسنطينة، العاصمة ووهران. وقد اعتمد المحتل على بث برامج فرنسية تبين الجانب الإيجابي للاستعمار بمختلف المشاهد الثقافية وبهدف القضاء على الثورة الجزائرية وترسيخ السياسة الاستعمارية.<sup>(1)</sup>

(1): فضيل دليو - الاتصال - مفاهيمه - نظرياته - وسائله - دار الفجر للنشر و التوزيع، 2003 ، ص104.

## 1.2. الفضاء الإعلامي المكتوب في الجزائر:

إن تناولنا للصحافة المكتوبة في الجزائر، تتطلب منا أولاً تحديد جملة من الظروف التي تزامن ظهورها مع استرجاع البلاد لاستقلالها.

حيث أن الجزائر بعد تحقيقها للاستقلال سنة 1962، عرفت نقلات نوعية فرضها الواقع السياسي، الاجتماعي، الثقافي والإعلامي والذي تطلب منها في المقابل القيام بمهام جديدة لتسوية وضعيتها بدأ باتخاذ خطوات عملية قائمة على تحقيق نهضة شاملة للبلاد و على جميع الأصعدة خاصة الإعلامية منها. وذلك جراء المخلفات الاستعمارية الفرنسية التي شهدت الجزائر على إثرها نموا متسارعا في نسبة الأمية بشكل أدى إلى:

" انعدام الخبرة في مجال الإعلام اليومي، وبروز بعض المثقفين الاندماجين المتفرنسين الذين كانوا متواجدين في بعض مراكز القرار ومعظم وسائل الاتصال المكتوبة والسمعية البصرية." (1) مع اهمال دور الإعلام العربي والتركيز على الصحف الناطقة بالفرنسية، بالإضافة إلى طبيعة النظام السياسي للجزائر، و الذي مهد بشكل كبير لظهور صحافة مكتوبة في الجزائر خاضعة إلى سياسات فرضها هذا النظام الذي أول ما حققه الانتقال من نضال يومي إلى صحافة يومية إعلامية. فكان من الضروري اعتماد الجزائر على قدراتها الذاتية في التعبير عن مواقفها من منطلق استرجاعها لسيادتها الوطنية.

وعلى إثر ما تقدم قمنا بتقسيم مراحل الصحافة المكتوبة في الجزائر بعد الاستقلال إلى المراحل التالية وذلك بناء على جملة من التطورات والتحولت السياسية وكذا الإعلامية إلى جانب التشريعات التي عرفتتها شتى هذه المجالات خلال هذه الفترة.

(1): نفس المرجع، ص104. ( بتصرف)

## 1.1.2. الصحافة المكتوبة في ظل الحزب الواحد:

تميزت هذه المرحلة بسيطرة الحزب الواحد على الصحافة المكتوبة كوسيلة إعلامية وأصبحت تحت السيطرة المباشرة للممثل السياسي للجماعة الحاكمة وأعوانها.

فبعد الاستقلال، كانت السياسة الجزائرية اتجاه الصحافة المكتوبة في طور التكوين وكانت في حقيقة الأمر رهن الظروف، ولا تخضع لحظة معينة إلا بعد سنة 1967 أين اتخذت قوانين خاصة لتنظيم المؤسسات الصحفية والتي انصبت اهتماماتها الأولى على تحقيق جملة من الأهداف تتلخص في:

- إلغاء صورة الصحافة الصادرة قبل الاستقلال.
- فرض سيطرة السياسة الوطنية الممثلة في الحكومة والحزب على نشاط الصحافة المكتوبة.
- اعتماد نظام اشتراكي في تسيير المؤسسات الصحفية الجزائرية.

والملاحظ أنه لم يكن هناك صدور لصحافة جزائرية إلا بعد سنة 1963، أين تمت عملية تأميم الصحافة وهو ما يسمح بإصدار صحف ناطقة باللغة الفرنسية في مقابل ضآلة الأعداد الصادرة باللغة العربية، ولقد انقسمت هذه المرحلة إلى:<sup>(1)</sup>

✓ الفترة الممتدة من 1962 إلى 1965:

لقد اتسمت هذه الفترة بقصرها، حيث امتدت من 5 جويلية 1962 إلى غاية 19 جوان 1965 وشهدت الانتقال من الصحافة الاستعمارية إلى الصحافة الوطنية ولكن وفقا للقوانين الفرنسية خاصة قانون حرية الصحافة 1881 وذلك طبقا للقرار الصادر عن المجلس الوطني التأسيسي في 1962/12/31 ما لم تمس هذه القوانين بالسيادة الوطنية. فظهرت بذلك صحف يومية تابعة للدولة وكرست شكلها ومضمونها للحزب الواحد مثل صحيفة " الشعب " الصادرة في 19 سبتمبر 1962 باللغة الفرنسية، وبعدها باللغة العربية في 11 ديسمبر 1962 أيضا صحيفة الجمهورية في مدينة وهران 1963، إلى جانب " النصر " بمدينة قسنطينة واليومية المسائية " الجزائر هذا المساء " الصادرة بالفرنسية. إلى جانب بعض الصحف الخاصة " كصحيفة الجماهير " للطاهر وطار، و يومية الحزب الشيوعي الجزائري.

(1): المجلة الجزائرية للاتصال، معهد علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، ص 115. (بتصرف)

✓ الفترة الممتدة من 1965 إلى غاية 1979:

وفيها سجل تاريخ وفاة الرئيس الأسبق " هواري بومدين " واستلام الرئيس " الشاذلي بن جديد " منصب الرئاسة، وهو الامر الذي على إثره وضعت لائحة لتصنيف الصحافة المكتوبة وتوجيه دورها نحو مصالح الخدمة العمومية، وفي مقابل ذلك تم توقيف الصحافة الخاصة الناطقة باللغة الفرنسية وتعويضها " بصحيفة المجاهد " وتعريب كل من " صحيفة النصر " (1971- 1972) " و "الجمهورية" (1976- 1977) وحتى عام 1966 تم توقيف الشركة الفرنسية " هاشت " من التوزيع في الجزائر، وانفراد جهات مختصة بعملية الطبع وبمطابع حكومية أين تأسست الشركة الوطنية للنشر والتوزيع " سنيد " إلى جانب ظهور مجلات وزارية ناطقة باللغة العربية مثل " مجلة الثقافة " و "مجلة الأصالة" ففي هذه الفترة انصب اهتمام الدولة على تعريب الصحف الناطقة بالفرنسية، وإخضاعها للتسيير الاشتراكي تحت وصاية وزارة الإعلام مع محاولة الحكومة وضع قوانين خاصة بحرية الرأي والتعبير والمنظمة للمؤسسات الإعلامية.<sup>(1)</sup>

✓ الفترة الممتدة من 1979 إلى غاية 1989:

لقد تميزت هذه المرحلة بإعلام حزبي موجه على اثر التحولات السياسية الفكرية التي مست النظام السياسي الذي رأى ضرورة انتهاج خطة عمل ناجحة خاصة في المجال الإعلامي، وكانت انطلاقة تطبيقها بإعلان لائحة إعلامية سنة 1982 سمحت بظهور صحف ومجلات جهوية ومختصة فظهرت " صحيفة المساء " باللغة العربية و " صحيفة آفاق " باللغة الفرنسية، و "الأضواء" و " المسار المغربي ". ولقد تميزت هذه الصحف بصبغتها الثقافية الإعلامية عوض الطابع السياسي ودعمها بتجهيزات عصرية مساعدة على ممارسة النشاط الصحفي في ضوء " الملكية الخاصة للوسائل الإعلامية وتحقيق وواجبات الصحافيين أدق من ذي قبل".

وتميز إلى جانب المناخ الإعلامي في كون " وسائل إعلامه عموما والمكتوبة خصوصا في يد الطبقة المثقفة المستقلة عن السلطة في تفكيرها من خلال تركها حيزا للانتقاد ومناقشة القضايا الساخنة. وهذه الاستقلالية النسبية قامت على أساس الشرعية التاريخية لمعظم أفرادها المنتمين لحزب التحرير.

(1): نفس المرجع، ص 115. (بتصرف)

ولكن بمجيء نظام الرئيس " الشاذلي بن جديد"، تم الاعتماد على التقنوقراطية\* في تسيير الإدارة الإعلامية التي تخضع للسلطة في كثير من الحالات كما أنه بالرغم من الانفتاح الذي حصل في مجال الصحافة إلا أن كافة وسائل الإعلام والاتصال بقيت تحت سيطرة الدولة والحزب.

كما عرفت هذه الفترة أيضا انعقاد المؤتمر الرابع لجبهة التحرير الوطني الذي أصدر أول قانون للإعلام في الجزائر عام 1982، وقد تناول وحدد هذا الأخير الإطار العام لموضوع الإعلام في الجزائر، إذ جاء في مادته الأولى: "الإعلام قطاع من قطاعات السيادة الوطنية، يعبر الإعلام بقيادة حزب جبهة التحرير الوطني، وفي إطار الامتيازات الاشتراكية المحددة في الميثاق عن إرادة الثورة."<sup>(1)</sup> وفي إطار هذا حددت مهام الصحافة في قيامها بإبراز جهود الدولة في جميع المجالات التنموية وأثارها على المواطن.

### 2.1.2. قانون إعلام 1990 ووجه الصحافة الجزائرية الجديد:

عقب أحداث أكتوبر 1988 أصبح ظاهرا أن المطبوع في الجزائر يعيش على الهامش، بعيدا تماما عن الواقع، فتدفقت الخطابات الصحفية حول موضوع حرية التعبير وكثرة الانتقادات عن المؤسسات النثرية والإعلامية الجزائرية وحتى بعض السياسيين وكذا المواطنين تدخلوا في هذا النقد.

فكانت البداية بمصادقة الشعب الجزائري على دستور 23 فيفري 1989 الذي فتح المجال أمام الحريات الديمقراطية، كحرية الرأي والتعبير، وتأسيس الأحزاب أو الجمعيات ذات الطابع السياسي، بعد ما كانت ممنوعة طوال أكثر من ربع قرن.

فالدستور الجزائري الأخير (1989) هو المرجع الأساسي، حيث صرح في مادته 31 "الحريات الأساسية وحقوق الإنسان والمواطن مضمونة"، وقد خصصت المادة 35 لحرية وحماية الصحفي من التعسف الإداري، "بحيث لا يمكن إطلاق تهمة بصحفي والصحيفة إلا من أجهزة القضاء، مع حق الدفاع للمتهم"، وبموجب هذا الدستور أقر عن حرية قطاع النشر وزوال الاحتكار من طرف المؤسسات التابعة

\*: تعني النظام السياسي الذي تتركز السلطة فيه بيد شخص أو هيئة واحدة، ويقوم هذا الشخص أو الهيئة بحكم البلاد، عن طريق قوانين يخضعون لها.

(1): محمد المداني - الصحافة المستقلة في الجزائر التجربة من الداخل - منشورات الحبر، متيجة للطباعة والنشر، ص 26. (بتصرف)

للدولة، مما يسمح بظهور دور للنشر جديدة بالإضافة إلى التي كانت موجودة رغم قلتها وتتبعها المادة 36 التي منعت كل المؤسسات (ما عدا المؤسسة القضائية) من حجز أي مطبوع وأية وسيلة من وسائل الإعلام: "حرية المؤلف يحميها القانون، لا يجوز حجز أي مطبوع أو أية وسيلة أخرى من وسائل التبليغ والإعلام إلا بمقتضى أمر قضائي". وتضيف المادة 39 من الدستور ما يلي: "حريات التعبير وإنشاء الجمعيات، والاجتماع مضمونة للمواطن" خطوة أولى سمحت أو فتحت المجال للصحفيين بتأسيس جرائد وكذا حرية التعبير.<sup>(1)</sup>

كما كانت نقطة الانطلاقة التي جاءت مع "مولود حمروش" رئيس الحكومة الأسبق، والذي أعطى الإشارة الخضراء للصحفيين ليحربوا حظهم مع الصحافة المستقلة حيث تم تحفيز أكبر عدد من المهنيين على اختيار طريق الصحافة الخاصة، وذلك بدفع مرتبات سنتين مسبقا، حيث خصصت الحكومة مبلغ 100.000.00 دج طبقا للمرسوم التنفيذي الصادر عن رئيس الحكومة في 20 مارس 1990، والذي صادق عليه مجلس الوزراء في 13 فيفري 1990، وحسب نص المادة 4 منه:

"الأجور ومجموع التكاليف الاجتماعية والجبائية بما فيها حصص العمال وأرباب العمل والصحافيين ومن يمثلهم الذين يزاولون وظائفهم في 15 أبريل 1990، وفي الصحافة المكتوبة والمسموعة والمرئية، التابعة للقطاع العام وكذا الضمانات للترقية في المهنة والامتيازات المرتبطة بها، الواردة في القانون الأساسي....."<sup>(2)</sup>، وذلك لتكوين رأسمال وتقديم مساعدات شتى للتأسيس (منها الحصول على المقر مجانا لمدة خمس سنوات والاستفادة من السحب في مطابع الدولة)، وقروض بنكية خاصة لأجل التجهيز مع الاحتفاظ بحق العودة إلى المؤسسات الإعلامية الأصلية في حالة فشل المشروع.<sup>(3)</sup>

(1): الدستور الجزائري لسنة 1989.

(2): نور الدين تواتي - الصحافة المكتوبة والسمعية بصرية في الجزائر - ط2، دار الخلدونية، 2008، ص 42. (بتصرف)

(3): نفس المرجع، ص 41. (بتصرف)

وأضيفت هذه الإجراءات إلى المساعدات المالية المباشرة التي قدمتها الدولة والتي أعطت بعض الإمتيازات للصحف مثلما يوضحه الجدول التالي:

**جدول رقم (01) يبين المساعدات المالية المباشرة المقدمة من طرف الدولة<sup>(1)</sup>**

الصحيفة	ثمن المساعدات (دج)
Alger républicain	6.508950,96
El watan	6.284947,60
الخبر	5.216608,08
Le soir d'Algérie	2.565213,93

المصدر: المجلة الجزائرية للاتصال، العددان 7/6، 1991، ص 120.

وعقب هذه الدعوة صدر قانون الإعلام الثاني في تاريخ الجزائر المؤرخ في 03 أفريل 1990 المعدل لقانون الإعلام (1982) والذي نص على زيادة أجور الصحفيين وزيادة المنتج، وتضمن (106) مادة موزعة على تسعة أبواب ومن أهم المواد الدالة على حرية التعبير التي وردت في هذا القانون نذكر:<sup>(2)</sup>

**المادة 02:** " الحق في الإعلام يجسده حق المواطن في الاطلاع بصفة كاملة وموضوعية على الوقائع، والآراء التي تهتم المجتمع على الصعيدين الوطني والدولي، وحق مشاركته في الإعلام بممارسة الحريات الأساسية في التفكير والرأي والتعبير طبقا للمواد 35، 36، 39، 40 من الدستور."

(1): نفس المرجع، ص 41 (بتصرف)

(2): الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية- الجريدة الرسمية، نص قانون الإعلام 1990- العدد 14 ، الموافق ل 04 أفريل 1990.

**المادة 03:** " يمارس حق الإعلام بحرية مع احترام كرامة الشخصية الإنسانية، ومقتضيات السياسة الخارجية والدفاع الوطني."

**المادة 14:** " إصدار نشرية دورية حر، غير أنه يشترط لتسجيله ورقابة صحته تقديم تصريح في ظرف لا يقل عن ثلاثين يوما من صدور العدد الأول. يسجل التصريح لدى وكيل الجمهورية المختص إقليميا بمكان صدور النشرة، ويقدم تصريحا في ورق مختوم يوقعه مدير النشرة، ويسلم له وصل بذلك في الحين... " (1)

وبدأت التعددية الصحفية تتجسد بشكل واضح في الساحة الإعلامية، فبرزت العديد من العناوين سواء منها الحزبية أو المستقلة، حيث أنشأت جرائد تابعة للقطاع الخاص يسيرها مجموعة من الصحفيين، استفادت من التسهيلات التي منحها إياها صندوق ترقية الصحافة المكتوبة والسمعية بصرية، ومع قرار منح قروض مالية معتبرة لكل صحيفة جديدة تصدر ضمن إنشاء لجنة متابعة ( Commission de Suivi) متكونة من ممثلي السلطات العمومية ومن مسؤولي الأجهزة المستقلة ومن ممثلي الموظفين الصحفيين.

تضمن المنشور كذلك ضمانات لناشري العناوين الجديدة بتسهيل الحصول على عناصر الإنتاج، كما تقرر دعم وتطوير إمكانيات القطاع العمومي خصوصا من حيث آلات الطبع لسد حاجيات كل الصحف، ومن أجل تحقيق هذا الغرض تم إنشاء لجنة خلال فترة لا تتعدى الثلاثة أشهر، وقد نص المنشور أيضا بدعم أو تقديم مساعدات خاصة من طرف الدولة للدوريات ذات الطابع الثقافي والعلمي، على رأسها توفير المقرات للعناوين الجديدة التي كانت من العناصر الأولى في قائمة المساعدات التي وعد بها منشور رئيس الحكومة، وقد تجسد ذلك بإصدار قرار رئاسي يحمل رقم 243 - 90 المؤرخ في 04 أوت 1990، وينص على إنشاء "دار الصحافة" في الجزائر العاصمة، وهران وقسنطينة، وتسهر إدارة الصحافة على تسيير مقرات العناوين الجديدة، وعلى ضمان عدم استعمالها لأغراض أخرى.(2)

(1): قانون الإعلام 1990، مرجع سابق.

(2): نور الدين تواتي، مرجع سبق ذكره، ص 33. (بتصرف)

## 3.1.2. الصحافة الخاصة في ظل السياسة الإعلامية:

فبصدور قانون الإعلام لـ 1990 إلى غاية نهاية 1991، تم إنشاء أكثر من 160 عنوانا بعد أن كانت 49 عنوانا فقط قبل سنة 1988م، و تنقسم هذه العناوين إلى 18 يومية، 60 أسبوعية، 21 نصف شهرية، 31 شهرية، 08 دوريات فصلية، 21 دورية غير منتظمة و سنوية واحدة، وكانت أول صحيفة يومية خاصة ظهرت في الجزائر هي يومية "le soir d'Algérie" في ماي 1990. ثم تلتها يومية الخبر الناطقة باللغة العربية في شهر نوفمبر من نفس السنة.<sup>(1)</sup>

وهذا الانفتاح النشرى والصحفي أدى إلى ظهور ثلاث أنواع من الدوريات وهي:

الصحافة العمومية: وهي المؤسسات الاعلامية التي تعرفها الجزائر وبقية تابعة لوزارة الإعلام والثقافة والجهات الحكومية الرسمية الأخرى.

الصحافة الخاصة: وهي الصحف التي خول لها قانون 1990 امتلاكها من طرف أهل المهنة.

الصحافة الحزبية: وهي الصحف التي انشأتها أحزاب ولكنها تعتبر الحلقة الأضعف من بين الصحف، فظهرت عناوين قليلة بدأت تندثر وتتهار تدريجيا ما يعكس ضعف العمل السياسي لافئقار الأحزاب السياسية للثقافة الحزبية.

إضافة على هذا فإن القانون وضع حدا لاحتكار المؤسسة الوطنية للتوزيع بفروعها الثلاث لنشاط التوزيع، كما وضع حدا لاحتكار السلطة للإعلام المكتوب، ووفقا للمادة "53" من القانون التي تنص أنه " يجب أن تضمن مؤسسات النشر والتوزيع المساواة والتغطية في مجال نشر جميع النشريات الدورية المكلفة بتوزيعها"<sup>(2)</sup>

(1): الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية: وزارة الثقافة و الاتصال، موجز حول قطاع الإعلام، الندوة الوطنية الأولى للاتصال، الجزائر، جانفي 1992 م، ص 03. (بتصرف)

(2): نور الدين تواتي، مرجع سبق ذكره، ص 63. (بتصرف)

ولقد عرفت الصحافة الخاصة نجاحا سريعا إضافة إلى الصحافة الحزبية رغم قصر فترة تجربتها، وحسب الكثير من النقاد والباحثين فإنه هناك دوافع كثيرة أدت إلى ازدهار الصحافة المكتوبة بالجزائر في فترة ميلادها ومراحلها الأولى، ومن هذه الأسباب نذكر ما يلي: (1)

01. الطريقة التي تتم بها معالجة الأخبار، والتي تتميز بالجرأة والنقد مما أكسبها مصداقية الجمهور، وجعل القراء يبتعدون عن مطالعة جرائد القطاع العام، والتي ميزتها المعالجة السطحية للأحداث مع الإطراء والمدح.

02. تعطش القارئ الجزائري إلى الأخبار ذات الرأي المخالف- الرأي والرأي الآخر- ونقد المسؤولين وكشف عيوبهم وأخطائهم التي كانت تنتشر عنها صحف القطاع العام.

03. تناول هذه الصحف للقضايا الشائكة والتي كانت قبل 1990 تعتبر من المحظورات.

### جدول رقم (02) توزيع الصحافة في الجزائر فترة 1962-1997<sup>(2)</sup>

السنة	1990-1962	1993-1990	1994	1995	1997
القطاع العام	30 عنوان	24 عنوان			
القطاع الخاص		170 عنوان	120 عنوان	100 عنوان	32 عنوان
الصحافة الحزبية	37 عنوان				

1- محمد شبري: مرجع سبق ذكره، ص 19

(1): نور الدين تواتي- الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر- طبعة منقحة، الجزائر، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، 2009، ص 31. (بتصرف)

(2): محمد منير حجاب- الإعلام السياحي- دار الفجر للنشر والتوزيع، 2002، ص 21. (بتصرف)

وبدخول الجزائر فترة عصيبة وغير مستقرة في تاريخها المعاصر، تم في هذه الفترة إلغاء نتائج الدور الأول من انتخابات تشريعية تعددية وإقرار حالة الطوارئ في 09 فيفري 1992، وجمد العمل بدستور 1989 وكذا قانون الإعلام الذي كرس حرية الصحافة في فيفري 1990 عرفت الصحافة الخاصة عدة صعوبات وعراقيل، اعترضت طريقها وعكرت صفو حياتها لتدخل الصحافة مرحلة الصراع والمساومات وكانت بداية الصراع بين السلطة والصحافة الخاصة، وهي محاولة من السلطة لتكميم الأفواه والضغط على الصحف الخاصة ومساومتها لجعلها تؤيد برامج الحكومة، إضافة إلى ذلك فقد شهدت هذه الفترة ظهور عدد قليل من الصحف إلى الوجود واحتجاب البعض الآخر عن الصدور لأسباب سياسية أو اقتصادية. وبعد استقالة الرئيس الأسبق "الشاذلي بن جديد" وتولي المجلس الأعلى للدولة "بليعيد عبد السلام" تعليمته المتعلقة بالإشهار والتي جاءت خصيصا لشد الخناق على الصحافة الخاصة، وتحقيق مصالح وأغراض سياسية واضحة بالإضافة إلى المصادرات والتوقيفات المفاجئة للكثير منها، زيادة على المتابعات القضائية نتيجة الصراع الذي شاهده الصحافة الخاصة مع السلطة السياسية كما سبق ذكره، وهذا لكثرة التنديدات من طرف الكثير من الصحافيين ضد ممارسة النظام في مجال الحياة الإعلامية، تحت ذريعة استرجاع هيبة الدولة الذي استعملت من أجله أسلوب الردع المباشر من خلال اقتحام عناصر الأمن لمقرات الصحف واعتقال الصحفيين وتعليقها ومنعها من الصدور بقرارات وزارة الداخلية مثلما حدث لجرائد "الجزائر اليوم" و "الصباح آفة"، "La Nation"، أو بقرارات وزارة الاتصال مثل Liberté، Le Matin وهذا يعد تناقضا مع المادة 36 من الدستور التي تنص على عدم السماح بحجز أي مطبوع أو أي منشور إلا بأمر قضائي فقط.<sup>(1)</sup>

وفي أبريل 1999 وتعرف هذه الفترة بمرحلة الاستقرار النسبي بالنسبة للصحافة الخاصة، إذ استطاعت الكثير من العناوين أن تحقق استقرارا نسبيا بعد أن شهدت نوعا من الاضطرابات في الصدور لأسباب اقتصادية تجارية أو سياسية، كما زادت من نسبة انتشارها على حساب صحافة القطاع العام التي عرفت تراجعا واضحا والسبب في ذلك راجع إلى بقائها تحت رحمة السلطة وعدم تمكنها من التعليمات الفوقية.

(1): نور الدين تواتي، مرجع سبق ذكره، ص 43. (بتصرف)

كما عرفت الصحافة الوطنية خلال سنة 1997 زيادة في السحب ليتداعف بست مرات لتحل جريدتي الخبر و Liberté الريادة في نسبة السحب، بما يعادل 130 ألف نسخة يوميا.<sup>(1)</sup>

وفي سنة 1998، مثلت الصحافة الخاصة حصة الأسد في السوق الإعلامية من خلال حجم السحب أو من خلال الكم ما أدى بالصحف العمومية بالتراجع، وهذا لأسباب عدة تكمن في الانقلابات الحاصلة في السياسة الإعلامية بسبب التغيرات السياسية، وهو الأمر الذي جعل هذه الصحف العمومية تعيش مرحلة غير مستقرة وغير منسجمة في جانب التحرير، ما أدى إلى فقدان مصداقيتها لدى الجمهور ومنه فقدان الثقة، مما جعل الجمهور يحجم على شراء الجرائد اليومية العمومية إضافة إلى هذا فإن هناك عامل آخر ساهم في تراجع الصحف العمومية وهو هجرة الصحفيين اللامعين إلى القطاع الخاص مما جعل الصحافة العمومية تنفقد إلى المواهب التي تملك تجربة وخبرة طويلتين في ميدان الصحافة.

وعرفت سنة 2001 قانونا خاص بالعقوبات المعدل والذي كرس توجهات السلطة بموجب أحكامه الرامية إلى حماية المؤسسات والهيئات النظامية من الإهانة والإساءة والسب والقذف في عهد رئيس الحكومة الأسبق "أحمد أويحيي"، وهو ما جعل الصحفيين يعتبرونه قانونا مشددا للخنق على حرية الصحافة، نظرا للعقوبات الثقيلة والغرامات المالية الباهظة المفروضة على كل صحفي أو مؤسسة إعلامية تهين أو تسيء إلى هيئة نظامية، كل هذا يوضح تأثر العلاقة بين السلطة السياسية والصحافة الخاصة مما جعل العديد من الصحفيين يرون أن السلطة في هذه الفترة أرادت من خلال هذه الإجراءات المتخذة العودة إلى ما قبل 1998 ، عهد وحدة الفكر والتصور وأحادية التسيير.<sup>(2)</sup>

ولقد بلغ الخلاف بين الصحافة المستقلة والسلطة ذروته في صيف 2003 وهذا بتوقيف ست عناوين منها "الرأي، L'Expression ، Le Matin ، Le Soir d'Algérie،Liberté" ، وهذا لأسباب تجارية وسياسية غير أن بعض المسؤولين يؤكدون أن هذه الأسباب واهية وهدفها النيل من هذه الصحف جراء معارضتها السياسية للرئيس.

(1): Le Ministre de la communication et de la culture- **Annuaire de la presse nationale** – Alger,

1998, page 03. (بتصرف)

(2): الفدرالية الدولية للصحفيين- تقرير حول وضعية وسائل الإعلام و حرية الصحافة في الجزائر- الجزائر 1999، ص 07. )

(بتصرف)

**4.1.2. قراءة في وضع الصحافة المكتوبة من خلال قانون الإعلام لسنة 2012 :**

بعد إعلان الرئيس " عبد العزيز بوتفليقة " يوم 15 أبريل 2011 عن حزمة إصلاحات، من بينها قانون الإعلام<sup>(1)</sup>. فقد صدر القانون العضوي رقم 12-05 المتعلق بالإعلام، بالجريدة الرسمية الجزائرية في صفر عام 1433 الموافق لـ 12 جانفي 2012 بعد المصادقة عليه من طرف الغرفة العليا للبرلمان، تحول مشروع القانون إلى قانون رسمي للإعلام ينظم و يحدد القطاع، بحيث يتضمن 132 مادة، 63 مادة منها " جديدة" و 51 مادة " معدلة"، مع الإبقاء على 18 مادة كما وردت في قانون 1990.

وقد جاء نص القانون تحت 12 بابا معنونا كالاتي:

( أحكام عامة، نشاط الإعلام عن طريق الصحافة المكتوبة، سلطة ضبط الصحافة المكتوبة، النشاط السمعي البصري، وسائل الإعلام الإلكترونية، مهنة الصحفي وآداب أخلاقيات المهنة، حق الرد وحق التصحيح، المسؤولية المرتكبة في إطار ممارسة النشاط الإعلامي، دعم الصحافة وترقيتها، نشاط وكالات الاستشارة في الاتصال).

**- إيجابيات القانون العضوي للإعلام:**

1. إلغاء جميع العقوبات الخاصة بالسجن المنصوص عليها في المواد من 77 إلى 99 من قانون 07-90.

2. إنشاء سلطة ضبط مستقلة للصحافة.

فتنص المادة 11 من القانون الجديد " أن إصدار كل نشرة دورية يتم بكل حرية، أن يخضع لأغراض التسجيل ومراقبة صحة المعلومات إلى إيداع تصريح مسبق موقع من طرف المدير مسؤول النشرة لدى سلطة ضبط الصحافة المكتوبة المنصوص عليها في هذا القانون العضوي، ويسلم له فوراً وصل بذلك". وفي المادة 12 أوجب القانون " أن يتضمن التصريح المذكور في المادة السابقة حيث يأتي فيها "عنوان النشرة وتوقيت صدورها، موضوع النشرة، مكان صدورها، لغة صدورها، لغة أو لغات

(1): تصريح الرئيس عبد العزيز بوتفليقة في 15 أبريل 2011، متحصل عليه من youtube، تاريخ الزيارة 2013/11/15،

النشرية، اسم ولقب وعنوان المدير المسؤول عن النشرية، أسماء وعناوين الملاك، مكونات رأسمال الشركة أو المؤسسة المالكة لعنوان النشرية، المقاس والسعر.<sup>(1)</sup>

أما المادة 13 فجاءت كالتالي: " بعد ايداع التصريح المذكور في المادتين 11 و 12 أعلاه وتسليم الوصل، تمنح سلطة ضبط الصحافة المكتوبة الاعتماد في أجل ستين يوما ابتداء من تاريخ إيداع التصريح، يمنح الاعتماد إلى المؤسسة الناشئة، يعتبر الاعتماد بمثابة الموافقة على الصدور".

أقر القانون بضرورة امتلاك الصحفي المحترف بطاقة وطنية، كما جاء في المادة 76 " تثبت صفة الصحفي المحترف بموجب بطاقة وطنية للصحافي المحترف، تصدرها لجنة تحدد تشكيلها وتنظيمها وسيرها عن طريق التنظيم."<sup>(2)</sup>

إنشاء مجلس أعلى لآداب وأخلاقيات المهنة، أقر القانون بإنشاء مجلس أعلى لآداب وأخلاقيات الصحافة ينتخب أعضاؤه من قبل الصحفيين المحترفين، حسب المادة 74: " يعد صحافيا محترفا كذلك كل مراسل دائم له علاقة تعاقدية مع جهاز الإعلام..."<sup>(3)</sup>

تمويل تكوين الصحفيين بمبلغ يقدر بأربعة مائة مليون دينار، حسب قرار الحكومة فيما يخص قانون المالية سنة 2012، ما يساهم بشكل مباشر في تطوير القدرات المهنية والاحترافية لكل الصحفيين الجزائريين، سواء كان ذلك في القطاع العام أو الخاص. حسب المادة 129.

تخصيص 1/3 من مساحات الجريدة للإشهار، حتى لا تطغى الإشهارات على مضامين الإعلامية، وحتى لا تفقد الصحافة وظيفتها الرئيسية، وتكون أكثر تنظيما فنصت المادة 28 " لا يمكن لأية نشرية دورية للإعلام العام أن تخصص أكثر من ثلث مساحتها الإجمالية للإشهار والاستطلاعات الإشهارية."<sup>(4)</sup>

(1): قانون الإعلام 2012، ص 3.

(2): نفس المرجع، ص 3.

(3): نفس المرجع، ص 9.

(4): قانون الإعلام الجزائري الجديد يخلق حرية التعبير، comittce to protect journalists، 25 جانفي، 2012. (بتصرف)

## - سلبيات قانون الإعلام 2012:

بعد أن روجت الحكومة الجزائرية لقانون الإعلام الذي دخل حيز التنفيذ في 12 جانفي 2012 بوصفه خطوة كبيرة للنهوض بحرية الصحافة في البلاد.

إلا أن جملة من الصحفيين ونشطاء المجتمع المدني وعلى رأسهم لجنة حماية الصحفيين الذين أعرّبوا عن قناعتهم بأن القانون لا يزال يقيد الحريات الصحفية التي وعد بها الرئيس " بوتفليقة " أثناء الإصلاح، فبعد الأبحاث التي قامت بها لجنة حماية الصحفيين خلصت أن القانون الذي يحتوي على 133 مادة منها 32 مادة تقيد حرية التعبير.

كما أن أغلب المواد تتسم بمصطلحات غامضة وتفرض قيودا للوصول إلى المعلومات بالإضافة إلى غرامة باهظة ضد من ينتهك القانون فتصل الغرامة إلى 500.000 دج وامكانية غلق الصحيفة في حالة جريمة التشهير ونشر تحقيقات جنائية، هذا وقد أعرّب كمال عمران، الأمين العام للنقابة الوطنية للصحفيين الجزائريين أنه على الرغم من احتواء القانون على بعض المواد الايجابية إلا أنه يظل يقيد بصفة عامة ولا ينهض بحرية الصحافة بالجزائر بل يقيدها<sup>(1)</sup>.

كما يضع القانون الجديد قيود لا ضرورة لها على ملكية وسائل الإعلام وادارتها إذ ينص على وجوب أن تتوفر لمدير أي مطبوعة دورية خبرة لا تقل 10 سنوات في العمل المطبوع.

لا يحمي هذا القانون الصحفي أثناء مهنته وهذا ما أشار إليه الصحفي أحمد قويد رابح (صحفي بجريدة صدى الشرق للجزيرة نت) أن مدير النشر يستطيع الاستغناء بسهولة عن الصحفي ولا يهتم به في المتابعة القضائية.

اهتمام هذا القانون الزائد بالصحافة المكتوبة وغضى بصره على ضرورة وحتمية فتح القطاع السمعي البصري أمام الخواص واكتفى بذكر سلطة ضبط السمعي البصري وترك التفصيل إلى صدور قوانين تنظيمية.

(1): سامية عواج- مداخلة بعنوان: الصحفي في التشريع الإسلامي الجزائري ما بين قانون 1990 وقانون الإعلام الجديد 2012- الطبعة الأولى للملتقى الوطني، تجربة التعددية الإعلامية في الجزائر وآفاق الإصلاحات، قسم العلوم الانسانية، جامعة 8 ماي 1945، 11-12 ديسمبر 2012، ص، ص 13. (بتصرف)

تطويق الابداع الصحفي في وظيفة واردة وهي معتمدة كالإعلامي، ومنعه من أقل واجبات العمل الإعلامي، ليبقى على احتكار المؤسسة الإعلامية ويعتبر الصحفي سلعة، حيث يجب إن تبقى المؤسسة تابعة اسميا وماديا إلى الشركة الأم. (1)

ومع المصادقة على القانون العضوي للإعلام 2012 ظهرت العديد من بوادر الحرية خاصة وأن مسار الصحافة المكتوبة في الجزائر أخذ منحى جديدا علاوة على استخدامه للإنترنت والتكنولوجيات، ومنح الصحفي جملة من الحقوق فالصحيفة كمؤسسة فكت قيود الصحافة المكتوبة لتتوسع في مجال الإعلام أكثر وأكثر. وهذا في خوض مجال السمي البصري فالساحة السمعية البصرية بعد أن كانت فارغة من القنوات الخاصة تمكنت معظم الصحف من كسر قيود الاستحواذ الدائم<sup>(2)</sup> على القطاع السمي البصري فدخلت في مجال الصوت والصورة فكانت جريدة الشروق المستقلة أول جريدة حافظت على طبيعتها المكتوبة ودخلت إلى مجال السمي البصري في 2011 لتلحق بها جريدة النهار وتتوسع عن ذات الجريدة قناة النهار في 2012 وجريدة المؤشر باللغة العربية والفرنسية التي توسعت منها قناة L'index الجزائرية، فالصحف أو بالأحرى المؤسسات الصحفية هي التي دفعت بالقنوات الخاصة إلى دخول مضمار المنافسة.

ويعتبر هذا المنعرج الذي اتخذته الصحف نحو قطاع السمي البصري هو امتداد لسياستها التحريرية، حيث أن خوض تجربة كهذه قد استفاد من تجربة الصحافة المكتوبة التي عانت في بدايتها مع التعددية وعرفت ازدهارا وتراجعا في أوقات عدة، وهذا ما مكن الجزائرية من الوقوف على أرجلها لتخلص بتجربة تستطيع من ورائها أن تتوسع في مجال السمي البصري بأخف الأضرار. (3)

(1): مرجع سابق، ص14. (بتصرف)

(2): مقابلة مع كاتب العمود بجريدة المؤشر حسام الدين عواطي، اتصال هاتفي، 2013/12/12، على الساعة 15:30.

(3): علي جري- مداخلة بعنوان: مصادر تمويل القنوات الخاصة- الملتقى الوطني حول التجربة الإعلامية للقنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة، بجامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، يوم 2014/05/15.

## 2.2. الفضاء الإعلامي السمعي البصري في الجزائر:

### 1.2.2. السمعي البصري الجزائري تحت وطأة الحكومة:

إن الحديث على الإعلام كقطاع استراتيجي وخاصة التلفزيون بعد الاستقلال، هو جزء لا يتجزأ من الحديث عن التنمية الشاملة لكافة القطاعات الأخرى، التي كان للجزائر لا بد أن تنهض بها عملا بمقتضى أليات التعمير بعد انتهاء الحرب التحريرية.

بعد 28 أكتوبر 1962 أصبح التلفزيون مؤسسة عمومية تابعة للحكومة الجزائرية المؤقتة، وكان أغلب العاملين به أمام تحد كبير بسبب نقص خبرتهم أولا ولاعتباره تجربة فنية بالجزائر ثانيا.

وقد جاء بعد الاستقلال المرسوم المؤرخ في 11 أوت 1963 الخاص بتنظيم الإذاعة والتلفزيون واعتبارها مؤسسة عمومية تابعة للدولة ذات طابع تجاري وصناعي، أعطت لها صلاحية الاحتكار والنشر. ثم جاء الأمر رقم 67-234 الصادر بتاريخ 09 نوفمبر 1967، ليلغي المرسوم السابق ويجعل التلفزيون والإذاعة تحت وصاية وزارة الإعلام والثقافة.

ولأهمية التلفزيون في الجزائر، فقد تواصل الاهتمام به في مجمل المخططات التنموية التي عرفتها الجزائر، حيث جاء الميثاق المحدد بالأمر 75-76 الصادر بتاريخ 5 جويلية 1976 والذي حدد دور وسائل الإعلام على اختلاف أشكالها نحو تحقيق هدف واحد هو " تنمية المجتمع الجزائري وتلبية حاجات المواطن في إعلام كامل،<sup>(1)</sup> بعدها جاء قانون الإعلام رقم 01 / 1982 ليكرس احتكار حزب جبهة التحرير الوطني وبالتالي الدولة لقطاع الإعلام بما في ذلك التلفزيون حيث جاء في المادة الأولى منه:<sup>(2)</sup>

- إن الإعلام قطاع من قطاعات السيادة الوطنية يبشر بقيادة الحزب وكذا القانون على ضرورة إعلام الجماهير لأنه حق من حقوق المواطن.

- الحق في الإعلام هو حق أساسي لجميع المواطنين، تعمل الدولة لتوفير إعلام كامل وموضوعي.

(1): موقع التلفزيون الجزائري [Www.Entv.Dz](http://Www.Entv.Dz)، تاريخ الزيارة 2013/09/03، 16:38.

(2): قانون الإعلام: المؤرخ في ربيع الثاني عام 1402 الموافق ل 06 فبراير 1989.

فالقانون جاء لينظم قطاع المطبوعات والصحافة المكتوبة، ولا يتعرض إلى الوسائل السمعية البصرية سوى ضمن إطار عام وفضفاض، وكان المشروع يطلق مصطلح "السمعي بصري" كلما كان الحديث عن الممارسة الاعلامية والوسائل، جليا أن حساسية المؤسسات السمعية البصرية وخاصة التلفزيون وضع المشروع في وضع لا يسمح له بالخوض فيه.

وعليه فإن القطاع السمعي البصري ومنه التلفزيون ظل يسترشد في الممارسة ببعض التوجيهات فيما يتعلق بطبيعة المهنة وفي الجانب الجزائري ببعض مواد القانون، أما المجالات الأخرى مثل التوسع في الشبكات والقنوات فظلت خاضعة للقانون الخاص بالوسيلة ( لكونها تابعة للدولة ).

بحلول عام 1986 ومن أجل إنعاش الإعلام الجزائري وإثر قرار إعادة الهيكلة حدث انفصال في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون (RTA) إثر قرار إعادة هيكلة السمعي البصري من خلال المرسوم الصادر بتاريخ 01 جويلية 1986، هذا الإجراء انبثقت عنه أربع مؤسسات إعلامية هي: (1)

- المؤسسة الوطنية للتلفزيون.

- المؤسسة الوطنية للإذاعة.

- المؤسسة الوطنية للبحث الإذاعي والتلفزيوني.

- المؤسسة الوطنية للإنتاج السمعي البصري.

وبدخول الجزائر العهد الديمقراطي والتعددية بعد أحداث أكتوبر 1988 جاء دستور 1989 ليقر التعددية السياسية والإعلامية و هو الذي فتح أفقا جديدة للإعلام الجزائري من خلال قانون 1990 والذي نص على (2) " الحق في الإعلام يجسده المواطن في الاطلاع بكيفية كاملة وموضوعية على الوقائع والآراء التي تهم المجتمع على الصعيد الوطني والدولي، وحق المشاركة في الإعلام بممارسة الحريات الأساسية في التفكير والتعبير والرأي"، فالجديد في هذا القانون هو تأكيده على حرية المطبوعات، لكنه استثنى في ذلك القطاع السمعي البصري، إذ في الوقت الذي تؤكد المادة 14 أن " اصدار النشرات حر...." فإن المادة 56 من نفس القانون تكاد تستثنى القطاع السمعي البصري وتنص على أن " يخضع توزيع الحصص الإذاعية الصوتية والتلفازية واستخدام الترددات الإذاعية الكهربائية لرخص ودفتر عام

(1): موقع التلفزيون الجزائري: مرجع سابق.

(2): قانون الإعلام: مؤرخ في 08 رمضان عام 1410 الموافق ل 03 أبريل 1990.

للشروط تعدد الادارة بعد استشارة المجلس الأعلى للإعلام"، وهذا يفسر عدم الإقبال على انشاء قناة ثانية، رغم الاتصالات بين القناة الفرنسية « canal + » وقنوات أخرى<sup>(1)</sup>.

إن قانون 1990 شأنه في ذلك شأن قانون 1982 تعامل بحذر مع القطاع السمعي البصري رغم أهميته، ورغم تأثيره في حشد مختلف الطاقات الوطنية لتحقيق أهداف الأمة والمجتمع. فهناك تأثير أحدثه هذا القانون على قطاع السمعي البصري إذ أنه أصبح مطالباً بتغطية كل النشاطات السياسية لكل الهيئات الناشطة وليس حزب جبهة التحرير فقط، كما هو في القانون السابق بحكم التعددية السياسية وهذا ما حدث فعلاً فقد شهد التلفزيون والإذاعة انفتاحاً إعلامياً.

وفي 20 أوت 1994 خطى التلفزيون خطوة مهمة، بإرسال برامج تلفزيون عبر الساتل<sup>(2)</sup> حيث تم إطلاق القناة الفضائية الجزائرية Canal Algérie وهي قناة ناطقة باللغة الفرنسية موجهة للجالية الجزائرية في أوروبا وأمريكا الشمالية والجنوبية، لتطلق الجزائر قنواتها الثالثة A3 من نفس السنة والموجهة إلى الفضاء العربي، وضمن توسع مؤسسة التلفزيون العمومي الوطني تم اطلاق فضائيتين يوم 18 مارس 2009 هما القناة الأمازيغية والقناة الخامسة للقرآن الكريم.

## 2.2.2. ظهور بوابر عهد جديد نحو إعلام سمعي بصري خاص:

### 1.2.2.2. بدايات القنوات الخاصة الجزائرية ( انطلاق البث ):

بعد إعلان رئيس الجمهورية " عبد العزيز بوتفليقة " عن اصلاحات سياسية وإعلامية في 15 أبريل 2011 "و الذي خص القطاع السمعي البصري الخاص" بمزاولة نشاطه في انتظار القانون الرامي إلى رفع احتكار الدولة لهذا القطاع، معرباً في تصريحه " أن الوسائل الإعلامية الثقيلة المتمثلة في التلفزيون والإذاعة هي صوت الجزائر المسموع في العالم، وذلك يلزمها الاسهام في ترسيخ الهوية والوحدة الوطنية وفي الآن ذاته تعم الثقافة والترفيه، لكنها مطالبة فوق ذلك بالانفتاح على مختلف تيارات الفكر، ومن اجل

(1): نصير بوعلـي- التلفزيون الفضائي وأثره على الشباب في الجزائر- دراسة ميدانية، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، ص 162. (بتصرف)

(2): عبد الحميد حيفري - التلفزيون الجزائري واقع و آفاق - المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985، ص 51. (بتصرف)

توسيع هذا الانفتاح على المواطنين والاحزاب دعم الفضاء العمومي بقنوات موضوعاتية متخصصة لجميع الآراء المتعددة والمتنوعة، هذا وسيوافي قانون الإعلام بمعالم مدونة ورفع التجريم عن الجرح الصحفية.<sup>(1)</sup> هذا وقد عرفت القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة انطلاقة رسمية بعد عدة أشهر فقط من تصريح الرئيس وهذا راجع لعدة أسباب داخلية وخارجية:

السبب الأول: كان الأزمة الاقتصادية العالمية والتي مست قمر النايل سات ففتح الباب أمام القنوات بتسهيل الحصول على الترددات بأسعار منخفضة، حيث كانت هنا وساطة بين جزائريين ومنتجين بالأردن وعمان والبحرين وهذه الوساطة كانت لها الفضل في ظهور هذه القنوات على أرض الواقع.<sup>(2)</sup>

السبب الثاني: ثورات الربيع العربي وبفعل الضغط الذي نتج عن مطالبة الشعوب بالحرية، دفع هذا السبب إلى أن يشاهدها الجمهور الجزائري فصارت الدولة متخوفة من حدوث انقلاب على السلطة فعززت نشاط هذه القنوات حتى تجذب إليها الجمهور الجزائري عبر مواضيعها وتخفف من مشاهدة الجمهور الجزائري للقنوات الخارجية، وهذا ما يوحي أن الدولة تعتبرها بديل ولا تشكل المعارضة فهي تحت المراقبة.<sup>(3)</sup>

السبب الثالث: وجد المستثمرين أن الأزمة التي مست النايل سات هي فرصة جيدة لتوسيع نطاق استثمارهم خاصة منهم مستثمري الجرائد أصحاب الخبرة الطويلة الذين قرروا توسيع نشاطهم بالانفتاح على القطاع السمعي البصري.<sup>(4)</sup>

ولكن هذا الظهور كان بدون قانون يضمن المهنة الإعلامية أو اعتماد خاص لممارسة العمل داخل الجزائر، في حين أجلت نية فتح بعض القنوات ترددا من قبل أصحابها لعدم مصادقة المجلس الشعبي الوطني على قانون الاعلام الجديد الذي يحدد كيفية العمل الإعلامي السمعي البصري والذي يضمن حرية التعبير، هذا وقد لاحظ بعض المهنيين والصحفيين أن انطلاق هذا البث له خلفية سياسية بحثة، أبعاد

(1): تصريح الرئيس عبد العزيز بوتفليقة، مرجع سبق ذكره. (بتصرف)

(2): سليمان بخليلى - مداخلة بعنوان معايير المنافسة المهنية- الملتقى الوطني حول التجربة الإعلامية للقنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة، بجامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، 15 ماي 2014.

(3): نفس المرجع.

(4): مقابلة مع مساعد رئيس التحرير خالد فاتح، بمقر جريدة الخبر، يوم 18 ماي 2014، على الساعة 10:00.

تقدير أن معظم القنوات تساند جهات سياسية معينة خاصة وأن مصادر تمويلها مجهولة يحوم حولها الالتباس.<sup>(1)</sup>

ومع أن المجال السمعي البصري جد حساس، فإن هذا الانفتاح يبدو وكأنه محاط بعدد من الحواجز على غرار سلطة الضبط التي من مهامها الحرص على احترام القواعد المسيرة للقطاع، كما أشار الصحفي والمؤرخ "عبد المجيد مرداسي" "أن انطلاق هذه القنوات الجزائرية الخاصة جاء كبث تجريبي فقط لتسجيل حضورها وتواجدها بين القنوات العربية الأخرى وتشير المعطيات أن هناك فرقا بين القنوات فهناك العمومي الحكومي مثل قنوات التلفزيون الجزائري التي تسعى الدولة إلى تطويرها بقنوات موضوعاتية ستبدأ في العمل مستقبلا وهناك قنوات خاصة التي انطلقت في البث دون اعتماد مصادر تمويلها من جهات حكومية".<sup>(2)</sup>

#### 2.2.2.2. قنوات خاصة جزائرية في ظرف قياسي:

بعد أن خول تصريح الرئيس "عبد العزيز بوتفليقة" فتح القطاع السمعي البصري الخاص باشرت القنوات البث في ظرف قياسي، ومن القنوات التي شددت إليها انتباه المشاهد الجزائري أول قناة خاصة "قناة المغاربية" التي انطلقت في 16 من ديسمبر 2011 وهي قناة حوارية وإخبارية تعمل على تسليط الضوء على القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية للعالم المغربي، وتهدف إلى إبراز الرأي والرأي الآخر، لتظهر قناة الشروق الجزائرية المستقلة والتابعة لمؤسسة الشروق والتي بدأت بثها في نوفمبر 2011، وفي شهر أكتوبر من نفس السنة ظهرت قناة دزايير shop وهي قناة خاصة مختصة في الاعلانات، أما قناة الجزائرية فقد تم إطلاقها في شهر فيفري من نفس العام وتهدف القناة من خلال برامجها إلى إيصال صورة أكثر إشراقا عن الجزائر، لتظهر في مارس 2012 قناة النهار وهي قناة جزائرية إخبارية مستقلة تابعة لجريدة النهار الجديد الجزائرية تهتم القناة بالشأن الإخباري والسياسي في الجزائر، لتفتح قناة الهقار في شهر ماي 2012 كقناة عامة ناطقة بالعربية<sup>(3)</sup>، لتبرز كذلك القناة

(1): مقابلة مع المؤرخ و الصحفي والدكتور عبد المجيد مرداسي والمخرج والصحفي بجريدة الخبر أحمد بيجاوي. داخل الحرم الجامعي، 14 ديسمبر 2013. على الساعة 10:30.

(2): نفس المرجع.

(3): www. Elayem. Com : (3) ، 15:39، تاريخ الزيارة 2014/02/14 . انطلاق 5 قنوات فضائية خاصة بالجزائر عن قريب

(بتصرف)

الجزائرية الاخبارية الدولية نوميديا نيوز والتي انطلق بثها في أكتوبر من نفس السنة وهي تتناول مختلف القضايا الراهنة ، لتظهر سنة 2013 كل من قناة وفاق سطيف وهي تهتم بالأخبار الرياضية، قناة سميرة الموجهة للمرأة وكذلك قناة الأجواء والبلاد وكواليس وجرجرة كقناة للأطفال والأطلس، فهذه القنوات الخاصة تبث إما من تونس، الأردن، البحرين، فرنسا أو لندن لعدم تحرير السلطات الجزائرية مجال البث التلفزيوني.<sup>(1)</sup>

فحسب الصحفي "عبد المجيد مرداسي" أن البث خارج البلاد هي حالة استثنائية تستجيب لظروف سياسية دقيقة حتى يتحرك الوسط الإعلامي لخلق قنوات أخرى جديدة قصد المنافسة وهذا فعلا ما حصل، فقد ظهرت العديد من القنوات فكل واحدة منها شبكتها البرمجية، ولكن هذه الشاشات الجديدة التي غزت الساحة الإعلامية تتطلب جهود وقدرات بشرية ومالية على وجه الخصوص، لأن مجال السمي البصري هو مجال ثقيل بتقنياته ووحداته وصحافيه ومراسليه، لاعتباره مادة حساسة تعتمد على السمع والبصر".<sup>(2)</sup>

### 3.2.2.2. قنوات خاصة تعلق بثها أمام العجز المالي:

بعد أن عرف القطاع الخاص نقلة نوعية في عدد القنوات التي لم يحدث لسابقتها في الجزائر فأكثر من 12 قناة زولت نشاطها في البداية كبث تجريبي، إلا أن بعض من هذه القنوات علق بثه التجريبي أمام العجز المالي، حيث نلاحظ في تلك الفترة غياب كل من قناة الأطلس، كواليس و L'Index من الساحة الإعلامية، فحسب المؤرخ والصحفي "عبد المجيد مرداسي" أن هذه القنوات والتي اختارت دخول مضمار القطاع السمي البصري الخاص والتي اعتبرها قد دخلت مغامرة تستحق التفكير ماليا قبل خوضها والتفكير أكثر في مصادر تمويلها، خاصة وأن هذا القطاع بتقنياته ومعداته الثقيلة يحتاج إلى رأسمال قصد الانطلاق أولا أما للمواصلة فإن العمود الفقري الداعم لنجاح أي مؤسسة إعلامية كانت وعلى وجه الخصوص هذا القطاع الحديث الظهور بحاجة إلى الإشهارات ثانيا"<sup>(3)</sup>، إلا أنه من جهة أخرى اختارت قنوات جديدة دخول الساحة نذكر منها الخبر والوطن اللتان كانتا تعدان لمزاولة النشاط الإعلامي في مطلع 2014.

(1): مقابلة مع رئيس تحرير جريدة النهار فاتح علواني، بالمكتب الجهوي بقالمة، يوم 2014/01/05، على 14:20.

(2): مقابلة مع المؤرخ و الصحفي والدكتور عبد المجيد مرداسي، مرجع سبق ذكره.

(3): عبد المجيد مرداسي، مرجع سبق ذكره.

### 3.2. قنوات خاصة جزائرية ناشطة برخصة وخاضعة لقوانين أجنبية:

فالحكومة سمحت لهذه القنوات بممارسة نشاطها على أنها أجنبية تنتشط داخل الجزائر وكانت أول قناتين حصلتا على الاعتماد كقنوات جزائرية خاصة هي قناة الشروق TV والنهار TV<sup>(1)</sup>، كما استفادت القنوات التلفزيونية الخاصة التي تبث من الخارج من تمديد تراخيص البث حيث استدعيت من قبل وزارة الاتصال لاستلام هذه التراخيص التي انتهت صلاحيتها في 31 ديسمبر 2013، وتم استدعاء مدراء القنوات إلى وزارة الاتصال لتجديد هذه التراخيص التي تمكنها من مواصلة نشاطها في انتظار اصدار قانون السمعي البصري حسبما صرح به وزير الاتصال عبد القادر مساهل. و كان مساهل قد أكد في تصريح له على هامش اليوم الوطني حول بطاقة الصحفي المحترف أنه في "انتظار دخول قانون السمعي البصري حيز التنفيذ ووضع سلطة ضبط للقطاع ستستفيد هذه القنوات من تمديد لتراخيصها كمراسلين أجنب". فأصحاب هذه القنوات لن يقدموا طلبا بل يتعلق الأمر باتفاق غير معلن عنه بين مسؤولي هذه القنوات والوزارة".<sup>(2)</sup>

ويرى المخرج والمكلف بالمجلس الأعلى للثقافة والإعلام " محمد فؤاد حازرلي"، "أنه لا معنى من وجود قنوات خاصة لا تتوفر على البث المباشر وهي لا تنتشط في الجزائر إلا بسجل تجاري اجنبي وبرخصة من وزارة الاتصال على أنها مكاتب لقنوات أجنبية باستوديوهات داخل الوطن فهذا حسب رأيه غير معقول".<sup>(3)</sup>

(1): روبرتاج بعنوان قناة النهار تحصل على الاعتماد في النشرة الرئيسية لقناة النهار. (بتصرف)

(2): النهار أون لاين- تمديد تراخيص البث للقنوات الخاصة- تاريخ النشر 2014/01/06، تاريخ لزيارة 2014/04/27، على الساعة 17:41. (بتصرف)

(3): مقابلة مع المخرج والمكلف بالمجلس الأعلى للثقافة والإعلام محمد فؤاد حازرلي، اتصال هاتفي، يوم 2013/12/25، على الساعة 11:00.

## 4.2. قانون السمعى البصرى لـ 2014 يخلو النشاط الفعلى للقنوات الخاصة:

### 1.4.2. مشروع القانون السمعى البصرى بقنوات موضوعاتية:

أكد وزير الاتصال "عبد القادر مساهل"<sup>(1)</sup> أن قانون السمعى البصرى شرع انطلاق مجال فتح قنوات جزائرية موضوعاتية وهو الأمر الذى يتعلق بتحديد المفاهيم والمصطلحات بما يسمح بفتح المجال أمام القنوات الناشطة لتقديم برامج متنوعة، فقد أوضح الوزير أن القانون الذى يتكون من 107 مواد منها خمسة متعلقة بالأحكام الجزائرية ضد من يبث بدون الحصول على رخصة أو يبث أعمالاً فنية دون الحصول على ترخيص فى إطار عدم المساس بحقوق التأليف، والعقوبات عبارة عن غرامات مالية تصل إلى الملايين بحسب المواد 101 إلى 105، هذا وقد قدم الوزير نصوص القانون على طاولة اللجنة المختصة القانونية حتى تضمن تعديل البند السادس فى المادة السابعة والمتعلق بمفهوم القناة الموضوعاتية. يخص تحديد تعريف القنوات الموضوعاتية على أنها قنوات تبث برامج تتشكل من موضوع واحد أو عدد من المواضيع فى إطار إيجاد تناغم بين ما تضمنه القانون العضوي للإعلام وقانون السمعى البصرى بعد الجدل الذى حدث فى الشق المتعلق بعدم تضمين القانون الجديد مادة تخص القنوات العامة لفتح المجال السمعى البصرى.<sup>(2)</sup>

وعن تصنيف القنوات الخاصة الناشطة فى المجال تدخل القنوات الاخبارية ضمن القنوات الموضوعاتية والمرخص لبتها عبر المتابع الوحيد هى المؤسسة العمومية للبحث الإذاعي والتلفزيوني فالترددات ملك خاص للدولة ولها الحق بأن تقرر وبكل استقلالية استغلالها ومنحها وسيسمح لسلطة الضبط بالتحكم فى عملية ضبط سوق السمعى البصرى،<sup>(3)</sup> حيث ظهرت عدة قنوات بمجرد إطلاق قانون السمعى البصرى مع مطلع 2014 هى قناة الخبر، الوطن، طاسيلي و Le président.

(1): روبرتاج بعنوان قانون السمعى البصرى فى نشرة الأخبار الرئيسية للقناة الجزائرية الثالثة. (بتصرف)

(2): السمعى البصرى الخاص بين الأمل المنتظر والمسيح الدجال فى برنامج بولي week على قناة الشروق. (بتصرف)

(3): سميرة بلعمري ودليلة بلخير - الموضوعاتية لا تعنى التخصص .. وأصحاب القنوات أحرار - جريدة الشروق، نشر فى 04 جانفي

2014 العدد 4214. (بتصرف)

## 2.4.2. لجنة الثقافة والاتصال أمام تعديل مشروع السمعى البصرى 2014:

بعد مفاوضات اقترحت لجنة الثقافة والاتصال تعديل المادة 17 والتي تعنى بمقتضى اضافة امكانية تعديل ما تنص عليه حتى تتمكن القنوات المستقلة من تقديم خدمة عامة وحتى تسد فراغا قانونيا، متعمدا لإبقاء احتكار الدولة لقطاع السمعى البصرى.

وقد نص التعديل الذي اقترحه نواب من جبهة التحرير الوطنى ودعمه ممثلو الأقلية: " تعد خدمة للاتصال السمعى البصرى المرخص لها، كل خدمة عامة أو موضوعاتية للبث التلفزيونى أو للبث الاذاعى تنشأ بمرسوم وفق الشروط المنصوص عليها فى أحكام هذا القانون". فى حين نص مشروع الحكومة على "خدمة موضوعاتية" فقط. ولقى التعديل معارضة خلال جلسة المصادقة على التعديلات بحجة أن التعديل الجديد يتناقض مع أحكام المادة 63 من القانون العضوى للإعلام التى تتحدث عن قنوات موضوعاتية. ويرفض المبادرون بالتعديل وجود تناقض بين المادة 17 بصياغتها الجديدة، والمادة 63 من القانون الاطار للإعلام الصادر قبل سنتين.<sup>(1)</sup>

إضافة إلى أن المشروع منح سلطة الضبط صلاحيات واسعة، بما يجعلها تحل محل السلطات القضائية فى معظم الحالات، على غرار سحب الرخصة بدون اللجوء للجهات القضائية المختصة، وكذا إمكانية التعليق الفورى للرخصة دون إنذار مسبق.<sup>(2)</sup>

وزيادة على عدم تحديد أجال واضحة لتنصيب سلطة الضبط وإسناد مهامها وصلاحياتها إلى السلطة التنفيذية، سجلت المجموعة البرلمانية لنواب حمس والنهضة والإصلاح أن هناك " تضييقا للخناق على النشاط السمعى البصرى من خلال سن عقوبات رادعة لا تتكافأ مع المخالفات الواردة فى نص المشروع، ولا تتسجم مع مبادئ حرية الرأى والتعبير والإعلام وبعدها أشارت إلى رفض كل مقترحاتها وتعديلاتها على المشروع.

من جانبها وصفت المجموعة البرلمانية لجبهة العدالة والتنمية بأن المشروع " هو قانون قريب من قانون العقوبات ويكرس الشنق الإعلامى الذى تريده السلطة، وأشارت إلى أنه كرس احتكار القطاع العام

(1): ف. جمال - مناورات لإجهاض حق القطاع الخاص فى إنشاء قنوات تلفزيونية عامة - جريدة الخبر، ص 2. (بتصرف)

(2): ريبورتاج حول مشروع قانون السمعى البصرى قبل صدوره على قناة L'Index يوم 26 ديسمبر 2013. (بتصرف)

لخدمة القنوات العامة، وهو ما "يتناقض مع التحول الديمقراطي التعددي المشوه". وموازاة مع مطالبتها بضرورة "تعديل قانون الإعلام".

هذا وقد أصرت اللجنة على رفض المبررات التي تتيح للقطاع الخاص إنشاء قنوات عامة مستندة إلى أحكام القانون العضوي للإعلام الذي يعزل القطاع الخاص عن مجال القنوات الموضوعاتية، ورافع نواب المعارضة لأجل تعديل القانون الإطار أي قانون الإعلام لإتاحة الفرصة للخواص لإنشاء قنوات عامة، كما رفضت اللجنة مقترحات لتعديل تركيبة سلطة ضبط السمع البصري. وعرف المشروع الحكومي إدراج 8 مواد جديدة وتعديلا جزئيا مس 30 مادة، بينما تم الإبقاء على 50 مادة على حالها. هذا وقد تم اصدار النصوص التنظيمية مباشرة بعد الانتهاء من مسار المصادقة على النص، أي بعد مصادقة مجلس الأمة والتوقيع عليه من قبل رئيس الجمهورية، وكون أن النص "سيستجيب لتطلعات أصحاب المهنة ولانشغال حماية مؤسسات الدولة".<sup>(1)</sup>

### 3.4.2. قراءة في وضع القنوات الخاصة من خلال قانون السمع البصري 2014:

بموجب قانون رقم 14 - 04 المؤرخ في 24 ربيع الثاني عام 1435 الموافق لـ 24 فيفري 2014 صدر القانون الخاص بالنشاط السمع البصري في الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية ( في مارس 2014).

حيث يحتوي القانون الذي يمثل الإطار التشريعي المسير لنشاط السمع البصري في الجزائر على 113 مادة تم إعدادها بالتشاور مع خبراء في السمع البصري ورجال قانون وفقا للمعايير المعمول بها دوليا، ويندرج القانون في إطار الإصلاحات التي باشرها رئيس الجمهورية "عبد العزيز بوتفليقة" لتكريس وتوسيع دولة الحق والقانون والحريات وهو يهتم بالأحكام العامة للموضوع ومجال التطبيق والتعاريف وخدمات الاتصال السمع البصري التابعة للقطاع العمومي والمرخصة وكذا مهام وصلاحيات سلطة ضبط السمع البصري.

كما يتطرق القانون إلى الإيداع القانوني والأرشفة السمعية البصرية لكل منتج سمعي بصري يبيث للجمهور والعقوبات الإدارية والأحكام الجزائية، ويحدد القانون القواعد المتعلقة بممارسة النشاط السمع

(1):ف. جمال - مساهل يفرض مشروع الحكومة للسمع البصري - جريدة الخبر، الجزائر، ص 2. (بتصرف)

البصري وتنظيمه وكذا مهام وصلاحيات وتشكيلة سلطة ضبط السمعي البصري التي تستند وفقا للمادة 112 إلى الوزير المكلف بالاتصال في انتظار تنصيبها، وكانت المصادقة على هذا القانون ثمرة سلسلة من النقاشات تمت على مستوى غرفتي البرلمان).

وأثارت "المادة 7" الخاصة بالتعريفات الكثير من الجدل لا سيما فيما يتعلق بتعريف القنوات الموضوعاتية حيث أعيدت صياغتها لتحدد هذه القنوات " كبرامج تلفزيونية أو سمعية تتمحور حول موضوع أو عدة مواضيع" (1)

حيث تنص "المادة 2" على أنه " يمارس النشاط السمعي البصري بكل حرية في ظل احترام المبادئ المنصوص عليها في أحكام المادة 2 من القانون العضوي 05-12 المؤرخ في 18 صفر 1433 الموافق لـ 12 يناير سنة 2012 وأحكام هذا القانون وكذا التشريع والتنظيم ساري المفعول."

كما نص في "مادته 04" على " تنظم خدمات الاتصال السمعي البصري التابعة للقطاع العمومي في شكل قنوات عامة وقنوات موضوعاتية"، أما "المادة 09" من القانون فكان نصها كالتالي " يمكن الأشخاص المعنويين الذين يستغلون خدمات الاتصال السمعي البصري، المساهمة في الرأسمال الاجتماعي للأشخاص المعنويين الذين يستغلون خدمات الاتصال السمعي البصري المرخص لها. كليات تطبيق هذه المادة عن طريق التنظيم."

أما "مادته 10" فقد تحدثت عن خدمات قطاع السمعي البصري فجاء فيها " يجب على الأشخاص المعنويين الذين يستغلون خدمات الاتصال السمعي البصري التابعة للقطاع العمومي في إطار مهامهم للخدمة العمومية، إعداد برامج موجهة للمجتمع بجميع مكوناته للمساهمة في تلبية احتياجاته في مجال الإعلام والتربية والثقافة والترفيه." (2)

أما فيما يخص خدمات الاتصال السمعي البصري المرخصة فقد جاءت "المادة 18" التي تنص على " يمكن خدمات الاتصال السمعي البصري المرخص المذكور في المادة 17 أعلاه، أن تتدرج

(1): وكالة الأنباء الجزائرية- صدور القانون الخاص بالنشاط السمعي بصري- تاريخ الزيارة 2014/14/07. (بتصرف).

(2): قانون رقم 04 - 14 مؤرخ في 24 ربيع الثاني عام 1435 الموافق لـ 24 فبراير سنة 2014، يتعلق بالنشاط السمعي البصري في الجزائر. نشر في الجريدة الرسمية ليوم 23 مارس 2014.

حصص وبرامج اخبارية وفق حجم ساعي يحدد رخصة الاستغلال. تحدد كفاءات تطبيق هذه المادة عن طريق التنظيم."

### - قانون السمي البصري العقبات والفرص: (1)

#### الملاحظة الأولى:

أولاً: يطرح المهنيون والمهتمون بالسمعي البصري إشكالية هامة تتمثل في تقييد المؤسسات والشركات الخاصة بإنشاء قنوات موضوعاتية (متخصصة) فقط، دون إمكانية إنشاء قنوات عامة، حيث يجعل نص مشروع القانون إنشاء القنوات العامة حكراً على الهيئات والمؤسسات وأجهزة القطاع العمومي، استناداً للمادة 63 من القانون العضوي المتعلق بالإعلام، وهو في الحقيقة أمر غير مفهوم وغير مبرر، بالنظر إلى أن المادة 8 من مشروع قانون السمي البصري تتحدث عن اضطلاع القطاع العام بمهام الخدمة العمومية في إطار المنفعة العامة، وفي هذه الحالة فإن إنشاء القنوات الموضوعاتية المتخصصة هو من صميم الخدمة العمومية ويقع على عاتق القطاع العام وحده، وهو ما يندرج في باب إرضاء مختلف الشرائح الاجتماعية وتقديم خدمة عمومية لها بإنشاء قنوات موضوعاتية متخصصة<sup>(2)</sup>: للطفل، والمرأة، وللشباب، وللرياضة، وللثقافة، وللتنمية البشرية، وللبيئة، وبالتالي فإن القطاع الخاص غير ملزم بحبسه في قفص القنوات المتخصصة التي تحد من الحرية التي ينص عليها قانون الإعلام وقانون السمي البصري، كما أن هذا النوع من القنوات لا يمكن أن يضمن التنوع الذي يتحدث عنه مشروع القانون في ديباجته المسماة "عرض الأسباب"، بالإضافة إلى أنه يتناقض مع مبدأ "فتح مجال السمي البصري للاستثمار الوطني" الوارد أيضاً في الديباجة، لأنه لا يمكن - من الناحية الاقتصادية - الاستثمار<sup>(3)</sup> في الرياضة وحدها أو الطفل وحده أو المرأة وحدها، طالما أن القنوات تستمد حياتها من الإشهار، والمعلنون لن يتجهوا لتمويل قنوات متخصصة محدودة الجمهور، وبالتالي سيسقط مبدأ تكافؤ الفرص بين القطاعين العام والخاص.

(1): سليمان بخليلي - قراءة في قانون 2014 - جريدة الخبر، تاريخ النشر 2014/02/11. (بتصرف)

(2): مقابلة مع رئيس تحرير جريدة الخبر الرياضي عدلان حميتشي، بداخل جامعة قسنطينة 03، يوم 2014/05/04، على

12:00.

(3): سليمان بخليلي، قراءة في قانون 2014، مرجع سابق. (بتصرف)

ثانياً: عندما وجد معدّو مشروع القانون أنفسهم محصورين في خانة القنوات الموضوعاتية بالنسبة

للقطاع الخاص، تبعاً لقراءتهم لنص المادة 63 من قانون الإعلام، اضطروا لتحرير المادة 17 من مشروع قانون السمع البصري على النحو التالي: المادة 17: تعدّ خدمة للاتصال السمع البصري مرخص لها، كل خدمة موضوعاتية تنشأ بموجب مرسوم وفق الشروط المنصوص عليها في أحكام هذا القانون. ثم وضعوا نقطة على السطر، وانتقلوا للسطر الأسفل فأضافوا العبارة التالية: "يمكن السماح بإدراج حصص وبرامج إخبارية وفق حجم ساعي يحدد في رخصة الاستغلال". وهنا تطرح التساؤلات والاستفهامات التالية:

هل تمّ حصر القطاع الخاص في القنوات الموضوعاتية أثناء إعداد قانون الإعلام بغرض استبعاد القنوات الإخبارية التي تتخصص عادة في تناول الشأن السياسي، وما يمكن أن تثيره من تخوفات في صناعة الرأي العام أو توجيهه، ثم وقع التراجع بعد ذلك في تعريف القنوات الموضوعاتية بإضافة هذه الجملة، بعدما برزت تجارب القنوات الإخبارية الخاصة- عقب صدور قانون الإعلام-؟

ذلك أنه من غير الطبيعي ومن غير المنطقي أن يتم تحديد (السماح بإدراج الحصص الإخبارية) دون سواها من الحصص الدينية أو الفكرية أو الرياضية، ألا تندرج القنوات الإخبارية في القنوات الموضوعاتية مثلها مثل كل الموضوعات التي أشرنا إليها (الطفل، المرأة، الدين، والرياضة.. الخ)؟

والخلاصة أن المخرج المناسب لهذه الإشكالية هو إعادة "قراءة قانونية" معمقة في الفصل المتعلق بممارسة النشاط السمع البصري الوارد في القانون العضوي للإعلام، وتكييف مشروع قانون السمع البصري بما يجعل من الترخيص (الذي يمنح بموجب مرسوم) ترخيصاً يشمل كل أنواع القنوات (عامة وموضوعاتية)، وذلك بالاستناد للمادة 61 التي تنص على أن النشاط السمع البصري يمارس من قبل الهيئات العموميات والشركات الخاصة دون أي تحديد مشروط، وبالتالي حذف المادة 5 من مشروع قانون السمع البصري التي تنصّ على أن (خدمات الاتصال السمع البصري التي ينشؤها الخواص تحدد في القنوات الموضوعاتية فقط.

## الملاحظة الثانية:

يقدم الفصل الثاني من مشروع القانون، بدءا من المادة 7 تعاريف ومفاهيم للمصطلحات التي يتضمنها مشروع القانون، بعضها ورد في صميم النص، وبعضها تم إقحامه دون أن ترد أي إشارة إليه، فمصطلح (السلطة المانحة) التي تعرفها المادة 7 ب: "هي السلطة التنفيذية الموقعة على المرسوم المتضمن رخصة لإنشاء قناة لصالح شركة جزائرية خاصة"، والتساؤلات التي يطرحها هذا المصطلح هي (1):

أ- من هي هذه السلطة المانحة؟ هل هي الحكومة مثلا؟ وبالتالي فإن الأمر يتعلق برخصة تمنح بموجب مرسوم تنفيذي، لأن طبيعة المرسوم غير محددة، ما إن كان مرسوما تنفيذيا أو رئاسيا، ما يطرح تساؤلات حول مدى استقلالية سلطة الضبط التي يصفها القانون في ديباجته أنها سلطة مستقلة، مثلما ينص عليه قانون الإعلام في المادة 64.

ب- ألا يمكن اعتبار هذه السلطة المانحة هي سلطة موازية لسلطة الضبط وتحد من استقلاليتها؟ لأن مهمة سلطة الضبط في نص القانون تتمثل في كونها تستقبل طلبات الترشح لإنشاء قنوات وتبث فيها، لكن وجود سلطة مانحة يعني أن هذه السلطة هي التي تبث في الطلبات بالقبول أو الرفض وليست سلطة الضبط.

ولا بد من الإشارة إلى أن هذا الفصل الذي يقدم التعريفات والمفاهيم لا يقدم تعريفا لسلطة الضبط ولا يشير إليها، وكان من الواجب أن يعرفها، لأن الباب الثالث الذي يتحدث لاحقا عن سلطة الضبط لا يقدم أي تعريف لها، بل يتحدث فقط عن مهامها وصلاحياتها. (2)

وحتى لا نبتعد عن مهام سلطة الضبط، فإنه يجب التوقف عند صلاحياتها في مجال الضبط، حيث نلاحظ أنها تمنح مهلة 6 أشهر للشروع في بث القناة بعد الحصول على الرخصة، بينما لا يتحدث عن تحديد آجال للفصل في طلبات الترشح بالقبول أو الرفض أو حتى بالإلزامية الردّ على الطلبات، وعليه

(1): سليمان بخليلي - قراءة في قانون 2014 - مرجع سبق ذكره.

(2): دليلة بلخير - دراجي وبخليلي ينتقدان القوات الموضوعاتية - غلق مقنع للمجال السمعي البصري - جريدة الشروق، نشر يوم 2014/01/05، العدد 4247. (بتصرف)

ينبغي تدارك هذه النقطة بتحديد أجل للبت في الطلب مع تعليل الرفض في حال وجوده، طالما أنها في المادة 28 تتحدث عن تعليل الرفض في حال طلب تجديد الرخصة بعد انقضاء 10 سنوات من الحصول على الترخيص بالنسبة للقنوات التلفزيونية.

والخلاصة في هذا المحور أن قراءة في مهام سلطة الضبط- في مختلف المجالات التي يحددها المشروع- تعطي الانطباع بأنها تؤدي دور المراقب على حساب دور المرافق.

وصحيح أن قانون السمع البصري هو خطوة أولى تخطوها البلاد باتجاه فتح فضاء واسع- مشوب بكل الاحتمالات- تتطلب آلية تتولى مهمة ضبط الأمور كما هو معمول به، إلا أنه كان ينبغي أن تضع في صدارة مهامها: مهمة مرافقة القنوات التي سيتم إنشاؤها، مرافقة قانونية ومعنوية وحتى مادية، ضماناً لإنشاء قنوات ذات مصداقية تضيف قيمة أخرى للجزائر من جهة، وتكريساً لأداء مهمة الضبط بما ينسجم مع روح المادة 2 من قانون الإعلام، والمادة نفسها من مشروع قانون السمع البصري من جهة أخرى، بحيث تؤدي سلطة ضبط السمع البصري ما يماثل الدور الذي تؤديه سلطة ضبط الاتصالات السلكية واللاسلكية.<sup>(1)</sup>

### الملاحظة الثالثة:

يتحدث المهنيون والمعنيون بقطاع السمع البصري عن تشكيلة سلطة الضبط التي يتم تعيين أعضائها من جهات مختلفة في الدولة دون أن يكون في صفوفها منتخبون من الأوساط المهنية، والواقع أنه من المستحيل إدراج هذه الرغبة المشروعة في نص القانون، ذلك أن الوسط المهني في السمع البصري وحتى في الصحافة المكتوبة غير محدد المعالم وغير منظم الصفوف، رغم وجود العديد من المنتجين الخواص، وبعضهم لا علاقة له أصلاً بالمهنة، فتأخر تشكيل سلطة ضبط الصحافة المكتوبة بعد قرابة عامين من صدور قانون الإعلام سببه هو عدم التمكن من انتخاب ممثلين من الإعلاميين، بالنظر لعدم وجود نقابات تمثيلية شاملة أو واضحة الأسس القانونية، ولذلك فإن الاقتراح الموضوعي لتجسيد هذه "الرغبة المشروعة" هو أن يتم انتخاب رئيس سلطة الضبط من بين مجموع الأعضاء التسعة

(1): دليلة بلخير، المرجع سبق ذكره. (بتصرف)

المعينين، بعد إيجاد آلية لذلك بالتنسيق مع وزارة الاتصال، حتى يتمتع رئيس سلطة الضبط بالاستقلالية اللازمة- ولو شكليا- تجسيدا لاستقلالية سلطة الضبط التي يتزأسها.

#### الملاحظة الرابعة:

إن المادة الأخيرة في مشروع القانون هي أخطر من كل المواد التي أشرنا إليها، حيث تتحدث المادة 106 في الباب المتعلق بالأحكام الانتقالية والنهائية عن إسناد مهام وصلاحيات سلطة الضبط لوزير الاتصال إلى حين تنصيبها، دون تحديد أي تاريخ للتنصيب، رغم عدم وجود عوائق تؤخر تشكيلها مادام أعضاؤها كلهم معيّنون، وهو ما يتناقض تماما مع حرص القانون على الشفافية في منح التراخيص، ويتناقض أيضا مع مبدأ استقلالية سلطة الضبط، حيث يُمكن- مثلا- أن يقع تعمد تأخير تنصيب سلطة الضبط، ويتم بموجب هذه المادة منح التراخيص للقنوات الجديدة، ثم يُغلق الباب بعد ذلك بتنصيب سلطة الضبط التي تجد نفسها عندئذ تؤدي دور المراقب المنقرج فقط، بل يجب أن تنص المادة بشكل صريح على تنصيب سلطة الضبط في أجل أقصاه شهرين من نشر قانون السمعى البصرى فى الجريدة الرسمية. إن مشروع قانون السمعى البصرى هو خطوة إيجابية نحو تحرير هذا الفضاء فى بلادنا، ومنح حرية أكبر وأشمل وأوسع للشعب الجزائرى الذى أصبح يعدّ قرابة 40 مليون نسمة، متعددى الأفكار.

# الفصل الثالث

## مجال البحث الميداني واجراءاته المنهجية

1.3. مجال الدراسة.

2.3. منهج الدراسة.

3.3. أدوات جمع البيانات.

4.3. عينة البحث.

بعدما رصدنا صورة المشهد الإعلامي الجزائري بتفاصيله وبشقيه المكتوب والسمعي البصري، والذي يعتبر من المحددات الإعلامية حديثة الظهور بعد تحرير القطاع السمعي البصري في الجزائر، وهذا من أجل أن نعطي فكرة عن هذه التجربة التي تعيشها الساحة الإعلامية من خلال المؤسسات الصحفية التي اختارت التوسع في هذا المجال وهذا من خلال تشخيص نموذج وهو مؤسسة الشروق من خلال جمهورها، فقمنا باختيار منهج وأدوات تتماشى وموضوع الدراسة، وهذا ما سنتطرق إليه من خلال هذا الفصل.

### 1.3. مجال الدراسة:

#### 1.1.3. استطلاع ميداني:

وقبل الانطلاق في جمع المعلومات وحتى لا نقع في تضارب خاصة وأن هناك العديد من الصحف المعروفة في الجزائر والتي اطلقت قنوات خاصة، فقد نزلنا وسط الجمهور القسنطيني بمختلف أماكنه العمومية من أحياء جامعية ومكتبات ومواصلات... وغيرها، (مع 25 مفردة) وحاولنا استطلاع رأيهم حول أهم القنوات التي تشد انتباههم من القنوات الخاصة الجزائرية الجديدة، فقد وجدنا استقطاب واسعاً نحو قناة الشروق العامة من جهة، ومن جهة أخرى إلى جريدة الشروق التي اعتبرها البعض منبرا إلى متابعة قناة الشروق العامة، إلا أن النهار TV في بعض الاحصائيات تتفوق على قناة الشروق TV في بعض البرامج، غير أن هذه الأخيرة أكثر رسوخاً لدى الجمهور.

#### 2.1.3. بيانات احصائية:

ينصب مجال بحثنا حول تطور المشهد الإعلامي فيما يخص مقروئية الصحف ومشاهدة التلفزيون في الجزائر عموماً، لتكون مقروئية جريدة الشروق ومشاهدة قناة الشروق الجزائرية مجالاً أعمق للبحث على وجه الخصوص.

ومن أجل إعطاء فكرة واضحة عن المقروئية لا بد من التطرق إلى عدد العناوين والسحب اليومي لهذه العناوين، مع مقارنة النشر والسحب في فترة التعددية بالنشر والسحب قبل التعددية الإعلامية، وكذا نصيب الصحافة الخاصة من النشر والسحب، ومكانتها في السوق الإعلامية.

ومن أجل إعطاء فكرة واضحة فيما يخص المشاهدة لا بد من التعرف إلى القنوات المفضلة سواء الأجنبية أو العربية أو الجزائرية وكذا نصيب القنوات الخاصة الجزائرية لدى المشاهد الجزائري.

## ➤ الصحافة المكتوبة واحصائيات المقروئية في الجزائر:

✓ من حيث عدد العناوين:

قبل صدور قانون الإعلام 1990 كانت الساحة الإعلامية في الجزائر تعد 49 عنوانا تابعة للقطاع العام، منها ستة (06) يوميات هي الشعب، المساء، النصر، الجمهورية، المجاهد و L'Horizon و ستة أسبوعيات هي أضواء، الهدف، المنتخب، المجاهد الأسبوعي، الثورة الإفريقية و **Algérie Actualités** إضافة إلى الدوريات الأخرى مثل الأحداث الاقتصادية بالعربية والفرنسية، والمسار المغربي بالعربية و الفرنسية<sup>(1)</sup>.

ومع إصدار قانون الإعلام لسنة 1990، بلغ عدد العناوين ذروته حيث وصل عدد اليوميات إلى 35 يومية، و الأسبوعيات 100 أسبوعية و الدوريات الأخرى 86 دورية، تشكل الصحافة الخاصة بما فيها الحزبية نسبة 95% من عدد العناوين، لكن ابتداء من سنة 1991 عرف قطاع الإعلام المكتوب تراجعاً رهيباً في عدد العناوين إذ وصل 74 عنواناً بينها 17 يومية و 11 يومية تابعة للقطاع الخاص، ثم عرفت سنة 1994 عودة في ارتفاع عدد العناوين إذ وصل إلى 119 عنواناً من بينها 27 يومية، لكن ابتداء من سنة 1995 عاد التراجع في عدد العناوين حيث وصل سنة 1997 إلى 75 عنواناً من بينها 18 يومية، ويطالعهما حوالي 3000000 قارئاً.

(1): نور الدين تواتي - الصحافة المكتوبة والسمعية بصرية في الجزائر - ط2، دار الخلدونية، 2008، ص 77.

جدول رقم (03): يبين تطور العناوين من سنة 1990 إلى 1997.

السنة / الدورية	1990	1991	1994	1995	1996	1997
يومية	35	17	27	23	19	18
أسبوعية	100	45	59	47	41	42
دورية أخرى	86	12	33	24	25	15
المجموع	221	74	119	94	85	75

هذا وقد عرفت الساحة الإعلامية ابتداء من سنة 1996 تراجع صحف القطاع العام من حيث القراء الذين فضلوا صحف القطاع الخاص و التي عرفت استقرارا و تمكنت من المحافظة على قاعدة من القراء و ضمنت الانتشار لدى المواطنين. وتعود أسباب هذا التراجع في عدد العناوين إلى توقيف المسار الانتخابي و ما تبعه من أحداث بعد تدهور الأوضاع الأمنية و السياسية في الجزائر، و المضايقات التي مورست على الصحافة من طرف السلطة السياسية تحت حجة حالة الطوارئ، إضافة إلى أن الكثير من العناوين التي أنشئت من طرف مجموعات تحرير تكونت فقط للاستفادة من المساعدة التي قدمتها الحكومة بمقتضى مرسوم رئيس الحكومة الأسبق "مولود حمروش"، ثم توقفت العناوين مباشرة بعد صدور أعدادها الأولى.<sup>(1)</sup>

إن تراجع القطاع العام مقابل استقرار القطاع الخاص خاصة جرائد، الخبر، الوطن، Le Soir d'Algérie، Liberté، Le Matin، جعل الصحافة الخاصة تشكل أهم مميزات المشهد الإعلامي في الجزائر في قطاع الإعلام المكتوب.

كما أن الارتفاع الذي عرف في عدد العناوين خلال سنوات 1990، 1994، 1999 نتيجة انشاء مؤسسات خاصة وليس مؤسسات عمومية تنشط في مجال الصحافة المكتوبة، نسبته 95% من العناوين الموجودة في السوق تابعة للقطاع الخاص.<sup>(2)</sup>

وعرفت سنة 2002 ميلاد 7 عناوين، 2003 وصل إلى 10 عناوين، 2004 ظهرت 7 عناوين أخرى، 2005 حملت معها ما يقارب 12 عنوان<sup>(3)</sup>، فيما عرف 17 عنوان النور سنة 2006، أما سنة 2007 هي

(1) : نفس المرجع، ص 80.

(2): الملتقى الوطني الأول للإعلام والقضايا الراهنة، جامعة 8 ماي 1945، بقالة، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية.

(3): عشرين سنة من تجربة إعلامية متعددة بأفاق واضحة المعالم، المنشور السياسي، 2010/04/07.

سنة الانفتاح الأوسع ب 45 عنوان منها "النهار الجديد" و "الهداف"، أما في 2008 فظهرت 21 عنوان من يهتم بالأمية العربية و في 2009 أوجدت 9 عناوين منها " وقت الجزائر"، "أصداء الشرق"، وهي وفق الاحصائيات الصادرة عن الوزارة المكلفة بالاتصال. حيث سجلت الصحافة المكتوبة الخاصة كذلك ما بين 2002 و 2004 اندثار 5 عناوين جديدة و 6 بالفرنسية و 7 بالعربية.<sup>(1)</sup>

#### ✓ قراءة إحصائية للسحب بين التراجع والاستقرار:

قبل فتح المجال للتعددية الإعلامية بلغ السحب اليومي المتوسط 745847 نسخة يوميا، و هو معدل ضعيف جدا بالنظر لعدد السكان، حيث كانت اليوميات الست '06' تسحب مجتمعة 668273 نسخة يوميا، تتقدمها يومية المجاهد بالفرنسية بسحب يومي متوسط يصل إلى 3440640 نسخة يوميا، أما بالنسبة للدوريات الأخرى فبلغ سحبها اليومي المتوسط 55293 نسخة يوميا.<sup>(2)</sup>

**جدول رقم (04): يبين السحب اليومي المتوسط لليوميات سنة 1989**

العنوان	عدد السحب اليومي
الشعب	67444
المجاهد	340640
النصر	58640
الجمهورية	42431
المساء	50214
Horizon	109465
المجموع	666804

(1): نفس المرجع، ص 81.

(2):

نور الدين تواتي، مرجع سبق ذكره، ص 83.

**الجدول رقم (05): يبين السحب المتوسط للجرائد سنة 1989.**

العناوين	العدد	السحب اليومي المتوسط
اليوميات	06	668273
أسبوعيات	04	72281
الشهريات	04	5293
المجموع	14	745847

لكن بعد إصدار قانون الإعلام لعام 1990 تغيرت خارطة الإعلامية بظهور الصحافة الخاصة، حيث بدأ السحب اليومي المتوسط لصحف القطاع العام في الانخفاض و قابله ارتفاع السحب اليومي المتوسط لصحف القطاع الخاص، و أصبح القطاع العام في مجال الصحافة المكتوبة لا يمثل إلا جزءا يسيرا من المشهد الإعلامي الجزائري، و في الجدول رقم 15 يبين تطور السحب اليومي ابتداء من سنة 1988 إلى غاية 2008. (1)

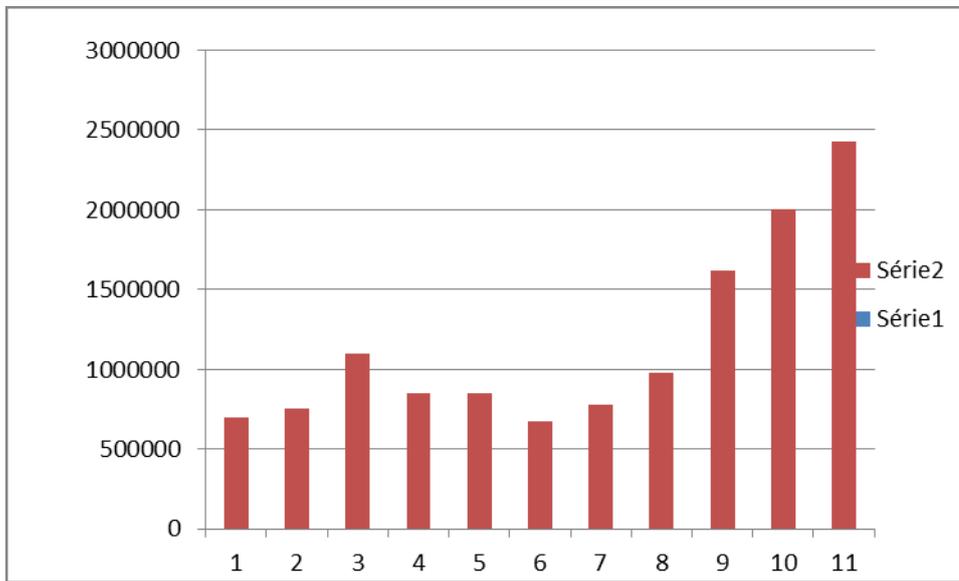
**جدول رقم (06): يبين تطور عناوين و سحب الصحف الوطنية 1988 - 2008**

السنة	عدد العناوين	معدل السحب اليومي
1988	30	700000
1990	50	750000
1992	103	1100000
1994	119	850000

(1): نور الدين تواتي، مرجع سبق ذكره، ص 84.

1995	94	850000
1996	85	674000
1997	82	773000
1998	95	974000
1999	103	1620000
2004	250	2000000
2008	291	2428507

شكل رقم (01): تطور عناوين و سحب الصحافة الوطنية 1988 - 2008.



ثم استمر تطور السحب في الجزائر حيث أن عدد الجرائد التي فاق سحبها 100 ألف نسخة، هي أربعة جرائد: الخبر، الوطن، Liberté، Le Quotidien d'Oran، بسحب فاق 825500 نسخة يوميا بالنسبة لليوميات و هو ما يعادل 59,95% من مجموع السحب اليومي الاجمالي لليوميات، أما النسبة الباقية، 41,05% فتنقسمها اليوميات الأخرى و المقدرة بـ 41 يومية.

ونشرت وزارة الاتصال في ماي 2006 عدد سحب اليوميات الوطنية التي وصلت إلى 1,376,950 نسخة كما هو موضح في الجدول.

**جدول رقم (07):** <sup>(1)</sup> وفيما يلي الجدول الكامل لليوميات وعدد السحب.

العنوان	السحب	العنوان	السحب
آخر ساعة	18200	L'expression	26500
النصر	15600	Liberté	114500
الشعب	8500	صوت الأحرار	9500
الشروق اليومي	82750	الجمهورية	8500
الأصيل	8000	La voie de l'oranie	13500
الخبر	434300	L'écho d'oran	15000
المساء	9050	Le corrier	9500
المجاهد	17500	Ouest tribune	6000
الوطن	126300	منبر الغرب	3000
اليوم	13500	الجزائر نيوز	9500
الأحداث	7800	الوسط	6000
الأيام الجزائرية	13200	Le jour	8700
البلاد	13900	أوري زون	10300
الفجر	8200	La dépêche de Kabylie	10000
صوت الغرب	17500	Le citoyen	2000

(1): نور الدين تواتي - الصحافة المكتوبة والسمعية بصرية في الجزائر - ط2، دار الخلدونية، 2008، ص 87.

8000	Info soir	15450	La tribune
3000	صدى وهران	11400	L'authentique
5000	المستقبل	14600	Le jeune Indépendant
3500	الأخبار	149900	Le quotidien d'oran
4600	المغرب	70800	Le soir d'Algérie
16600	La Nouvelle république	13100	L'est républicain

المصدر: وزارة الاتصال نشرت في يومية آخر ساعة في 11 ماي 2006، العدد 1692.

وأعلن وزير الاتصال عبد الرشيد بوكرزازة يوم 22 سبتمبر 2008، أن عدد العناوين الصحفية بلغ إلى غاية 15 سبتمبر 2008: 291 عنوانا بمعدل سحب يومي قدر بـ 2,430,000 نسخة يوميا، كما أن عدد العناوين المذكورة يتضمن 65 يومية من بينها 57 يومية وطنية شاملة و 3 اقتصادية و 5 رياضية بمعدل سحب بلغ 2,160,000 نسخة، و من بين الـ 65 يومية هناك 32 عنوان باللغة العربية تسحب يوميا حوالي 1,225,000 نسخة و 33 عنوانا باللغة الفرنسية يسحب 900,000 نسخة يومية، و من بين 291 عنوانا هناك 89 أسبوعية و 76 عنوانا متخصصا و 137 دورية غير منتظمة.<sup>(1)</sup>

(1): نفس المرجع، ص، ص 88، 82.

جدول رقم (08): يبين السحب اليومي لليوميات الستة الكبرى خلال 2008.

اليومية	السحب اليومي	النسبة المئوية*
الخبر	434300	31.54%
Liberté	114500	8.31%
Le Quotidien	149900	10.88%
الوطن	126300	9.17%
الشروق	82750	6%
Le soir d'Algérie	70800	5.14%
المجموع	979050	71.10%

\* النسبة الموضحة هي سحب اليومية من مجموع السحب اليومي لكافة اليوميات و ليس اليوميات الستة المشاركة إليها في الجدول.

ومع بداية سنة 2009 عرفت الساحة الإعلامية حراكا معتبرا لعدد من الصحف الوطنية والمحلية، كما ارتفع السحب ما بين سنتي 2009 و 2010، حيث سجلت "الشروق اليومي" أعلى سحب قدر بمليون نسخة يوميا، بالإضافة إلى ارتفاع سحب باقي العناوين وهذا نتيجة " ظروف عابرة" لتتخفص مجددا سنة 2011 مع تنامي جمهور الصحافة الإلكترونية.

ومن خلال الاحصائيات التي قام بها التنظيم المهني الفرنسي المستقل OJD، حيث ركز على أربع جرائد احتلت المرتبة الأولى وطنيا، وهذا وقد تعلق الأمر بالشروق، النهار، الخبر والوطن<sup>(1)</sup>، وهذا ما يظهره الجدول التالي:

(1): الشروق أون لاين - الشروق جريدة الجزائريين الأولى 2011 - نشرت بتاريخ 2012/04/18.

جدول رقم (09): يبين معدل السحب لجرائد 2011 حسب احصائيات OJD.

Année 2011				
	Tirage	Diffusion payée	Diffusion totale	Variation (diffusion totale) 2010/2011
Echorouk	531 984	423 480	424 790	-17,19%
EL Khabar	465 227	397 474	398 597	+5,05%
Ennahar El Djadid	365 005	325 240	325 699	+17,71%
El Watan	163 517	134 312	134 932	+4,41%
El Watan WE	133 619	108 953	109 248	+9,89%

معدل سحب الجرائد في 2011

Moyenne en exemplaires par parution en 2011

جدول رقم (10): ترتيب الصحف حسب التقرير الرسمي OJD / 2012. (1)

نسبة النمو بين -2011 20012	الانتشار الاجمالي	الانتشار المدفوع	السحب	2012
%5,51	401399	399987	485066	الشروق
/	248266	248013	304477	الشروق نهاية الأسبوع
%6,66	372068	371011	439096	الخبر
%2,78	316655	316066	365736	النهار
%18,58	109848	109082	136939	الوطن
%16,30	91446	91117	115024	الوطن نهاية الأسبوع

(1): OJD Book 2012 presse payante Grand public 12- 4- 2014.

## ➤ السمعي البصري وإحصائيات المشاهدة في الجزائر:

لقد عرفت الجزائر البث التلفزيوني الفضائي المباشر عبر الأقمار الصناعية منذ سنة 1986، وقد

اقتصرت في بدايتها على مشاهدة اربع قنوات تلفزيونية فضائية وهي **راي الايطالية، Music Box** الالمانية، **TV5 الفرنسية وقناة أوروبا**، وقد عرفت هذه القنوات لأول مرة بدور السينما وقاعات الحفلات، وعلى رأسها قاعة رياض الفتح بالجزائر العاصمة والذي كان السباق في عرضها عبر هوائي كبير مكنه من التقاطها لأن الهوائيات المقعرة في بدايتها كانت مرتفعة التكلفة وليست في متناول الجميع.

ومع الثورة الرقمية الجديدة والتكنولوجيا الهائلة والتي عمت المعمورة بوجه خاص والجزائر بوجه عام،

أصبحت الجزائر من أولى دول العالم الثالث من حيث اقتناء الهوائيات المقعرة واتسع نطاق سوقها في هذا المجال فاصبح المواطن الجزائري بإمكانه التقاط العديد من القنوات الفضائية على أكثر من قمر صناعي، لأن كل قمر يرتبط ارساله بمنطقة جغرافية محددة وهو الشأن الذي جعل من القنوات الفرنسية تعبر ببرامجها من خلال تردداتها الى الجزائر، لهذا كانت بدايات المشاهد الجزائري مع **القنوات الفرنسية** لأنه من جهة لا يشكل لديه عامل اللغة الفرنسية عائقا ومن جهة أخرى كانت القنوات الفرنسية حاضرة وبقوة عبر ما تغطيه من خلال قمرها الصناعيين وعبر قنواتها **TF1، CNN، canal+، RT2، TV5**.

وبقي هذا الإقبال مستمرا نحو الفضائيات الفرنسية على عكس القناة المحلية **ENTV** التي تضاءلت

نسبة مشاهدتها تدريجيا، إلى أن دخلت **القنوات العربية** معترك الساحة الفضائية سنة 1996 وعلى رأسها

**MBC، قناة الجزيرة، المنار، إقرأ، Art للمتنوعات و A3\***.

وبقي المشاهد الجزائري موجهها أنظاره نحو القنوات الأجنبية وأكثر منها العربية وكذلك المحلية، إلى أن

ارتفع عدد القنوات الجزائرية في 2009 إلى خمس قنوات (فضائيتين و ثلاث ارضيات ) فأصبح للمشاهد

الجزائري حرية الاختيار بين قنواته الفضائية وباقته المحلية، ويظهر الجدول رقم 20 أكثر القنوات المشاهدة لدى الجمهور الجزائري.

\*: نصير بوعلي: توصل إلى عرض هذه النتائج من خلال بحثه على عينة من 250 شخص للتعرف على أثر التلفزيون على الشباب، وفي دراسته على عينة أخرى حول البارابول والجمهور في الجزائر وحجمها 200 مبحوث سنة 1994.

جدول رقم (11): يبين ترتيب أكثر 10 قنوات مشاهدة في الجزائر خلال 2012.\*

النسبة	القناة	الترتيب
11,9%	القناة الثالثة A3	المرتبة 1
/	MBC4	المرتبة 2
/	MBC	المرتبة 3
/	قناة أبو ظبي	المرتبة 4
5,4%	قناة الجزيرة الإخبارية	المرتبة 5
4,6%	القناة الأرضية الجزائرية	المرتبة 6
4,4%	قناة MBC Drama	المرتبة 7
/	قناة أبو ظبي دراما	المرتبة 8
/	MBC2	المرتبة 9
/	MBC Action	المرتبة 10

ومع انفتاح القطاع السمعي البصري ودخول القنوات الخاصة الجزائرية والتي دخلت بقوة وغيرت معالم المشاهدة لدى الجمهور الجزائري على غرار القنوات الفرنسية التي كانت في وقت من الأوقات المفضلة لديه، حيث دخلت ترتيب المشاهدة وأصبحت من أكثر القنوات اقبالا هذا ما تظهره احصائيات المشاهدة للفضائيات لدى الجمهور الجزائري لعام 2013.

\*: حسب احصائيات سيغما، وكالة تونسية مختصة بإحصاء نسب المشاهدة في المغرب الكبير لمعرفة أكثر القنوات مشاهدة في المنطقة خلال سنة 2012.

جدول رقم (12): يبين ترتيب القنوات الفضائية سنة 2013.\*

القناة	الترتيب
MBC4	01
A3 TV	02
الجزيرة الرياضية	03
النهار تي في	04
أبوظبي	05
MBC1	06
CBM2	07
FR2	08
National géographe	09
الشروق تي في	10
TF1	11
الأمازيغية جزائرية	12
نسمة تي في	13
Canal Algérie	14
TV الجزائرية	15

\*: إحصاء أعدته ميديا سيرفي، وكالة متخصصة في الدراسات الإعلامية وسبر الرأي في الجزائر وهي متخصصة في الإشهار والتصميم الإشهار.

## 3.1.3. تعريف مجال الدراسة:

## 1.3.1.3. جريدة الشروق:

هي جريدة جزائرية يومية تصدر باللغة العربية، لها نسخة إلكترونية بالعربية والإنجليزية والفرنسية إضافة إلى الشروق الرياضي، أسواق الشروق ومنتديات الشروق والتي تنشر على موقعها الإلكتروني، تأسست عام 1990<sup>(1)</sup> وكانت تسمى مجلة "الشروق العربي"، حيث بلغ أول سحب لها في بدايتها 350 نسخة وهو أول رقم قياسي أفريقي. ولكنها لم تصمد طويلا أمام التحديات التي اضطرتها إلى التوقف في نوفمبر سنة 1997 لتعاود الظهور في شكل مجلة سنة 1998، وقد جاء صدورها بوجه جديد كجريدة يومية في 02 نوفمبر 2000<sup>(2)</sup>، تصدر عن دار الاستقلال وهي شركة ذات مسؤولية محدودة، برأس مال يقدر بـ : 24.000.000 دج، مقرها الرئيسي بالجزائر العاصمة، وهي أول جريدة جزائرية من حيث المقرئية بسحب يومي قدر بأكثر من مليوني نسخة في نوفمبر 2009.

بطاقة تقنية لجريدة الشروق:

العنوان: دار الصحافة 2 شارع فريد زيتوني القبة، الجزائر.

موقع الشروق أون لاين (online) Com (online) Echouroukonline. www.

موقع جريدة الشروق اليومي Com Echourouk online. www.

مدير التحرير: علي فضيل.<sup>(3)</sup>

عدد النسخ الصادرة 511000 نسخة يوميا.

(1): 19:28. تاريخ الزيارة 2014/03/04. موقع الشروق الرسمي على الانترنت Alegria press. Com

(2): فضيل دليو - تاريخ وسائل الاتصال - ط 2، دار الفجر للنشر و التوزيع، 2003، ص 223.

(3): موقع الشروق أون لاين (online)، تاريخ الزيارة 2014/03/04، 10:46.

**2.3.1.3. قناة الشروق:**

هي قناة جزائرية مستقلة عامة تابعة لمؤسسة الشروق، منفصلة عنها من حيث طاقمها ومقرها انطلق البث التجريبي لها في أول نوفمبر 2011 والذي كان مصادفاً للذكرى الـ 11 لتأسيس يومية الشروق، حيث تتخذ القناة مكتبها بالجزائر العاصمة وتبث برامجها من العاصمة الأردنية "عمان" عبر قمر النيل سات وقد انطلق البث الرسمي للقناة في 15 مارس 2012 بعد حصولها على الاعتماد.

**3.3.1.3. أسباب ومبررات اختيار جريدة وقناة الشروق:**

بعد قيامنا بالدراسة الاستطلاعية التي توصلنا من خلالها أن قناة وجريدة الشروق الأكثر رسوخا لدى الجمهور إلا أن هناك اعتبارات أخرى إضافة على ذلك دفعت بنا لاختيار قناة وجريدة الشروق وهي:

**أولاً: القناة.**

**✓ من حيث ظهور القناة:**

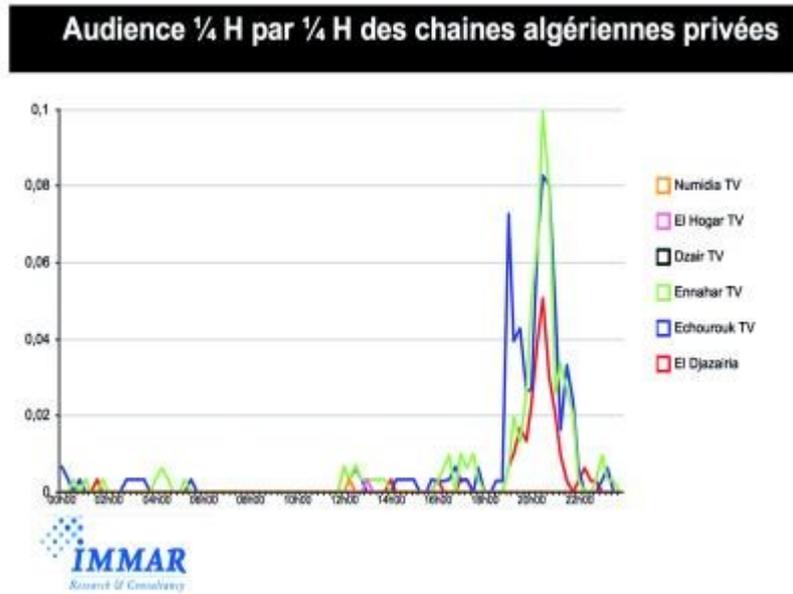
تعد قناة الشروق TV أول قناة انطلقت على أرضية جريدة فهي أول تجربة جزائرية لقناة حملت نفس اسم منشورها الورقي وهذا ما جعل للقناة رواجاً خاصة وأن جريدة الشروق معروفة ولها صدى واسع من بين الجرائد الجزائرية والتي حققت ولا تزال تحقق مقروئية لدى جمهورها.

**✓ من حيث استقطاب الجمهور:**

في سبر آراء نشرته وكالة الأشهار MMR الذي أجري في سبتمبر 2013 الفارط وشمل عينة تقدر بـ 1100 شخص يتوزعون على ولايات الجزائر العاصمة، وهران، قسنطينة وسطيف حيث وصلت نسبة مشاهدة قناة الشروق في المرتبة الثانية بنسبة 19,2% (1).

(1): بدر الدين ع- تلفزيون النهار يتفوق على كل القنوات وقت الذروة- جريدة النهار، نشر يوم 19 جويلية 2013.

شكل رقم (02): يبين نسبة الجمهور المشاهد لقناة الشروق مقارنة مع بعض القنوات الخاصة الجزائرية.

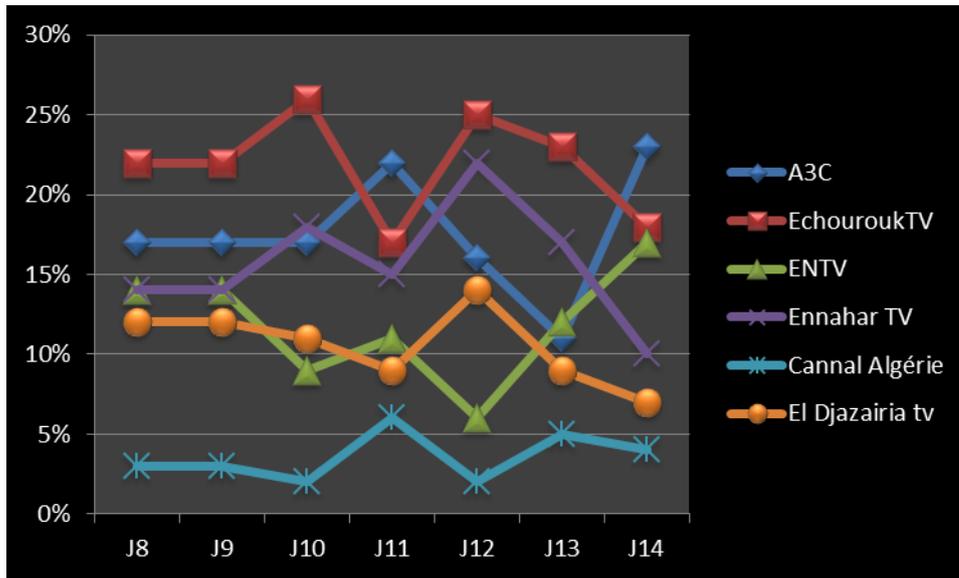


✓ من حيث برامجها:

حققت قناة الشروق TV نسبة مشاهدة عالية خاصة وقت الذروة ومن خلال الاستفتاء الذي طرحته صفحة المرسلون الجزائريون عبر مواقع التواصل الاجتماعي الذي جمع أكثر من 270 ألف معجب جاءت قناة الشروق في المرتبة الأولى وقد حظيت القناة بهذه المرتبة بفضل برامجها الفكاهية "الزهر مكانش" و"كاميرا انتربول" وبرنامج "قول الصح"، "خاتم سليمان" و"كلمة حق"<sup>(1)</sup> وشكلت هذه النتائج مدى اقتراب القناة بأذواق شريحة الشباب وتلبية أذواقهم.

(1): الشروق أون لاين- الشروق تي في القناة الأكثر مشاهدة في رمضان - 2012/08/01، تاريخ الزيارة 2014/03/04، 20:46.

شكل رقم (03): يبين نسبة مشاهدة برامج قناة الشروق مع باقي القنوات الجزائرية.



ثانيا: الجريدة.

قناة الشروق التي لم تكن لها شعبية وانتشار لو لا جريدة الشروق ذات المسار الاعلامي البارز داخل الساحة الاعلامية الجزائرية<sup>(1)</sup> والمحطات المهمة التي عبرت عليها ومن اهمها:

✓ حجم السحب:

مشهود للجريدة حجم سحبها الهائل خاصة في الثلاث السنوات الأخيرة التي عرفت فيها جريدة الشروق

السقف بـ 500 ألف نسخة يوميا و من خلال آخر احصائيات التي قامت بها "OJD" Office de Justification de la Diffusion. "جمعية مراقبة توزيع وانتشار الصحافة" الصادرة بتاريخ جوان 2013 أن جريدة الشروق قد تقدمت على جرائد أخرى أهمها الخبر والنهار والوطن، وحسب "OJD" فإن يومية الشروق قد سحبت خلال شهر جانفي 2013 ما يقدر بـ 517820 نسخة يوميا، كما استطاعت الجريدة المحافظة على استقرار سحبها. (2)

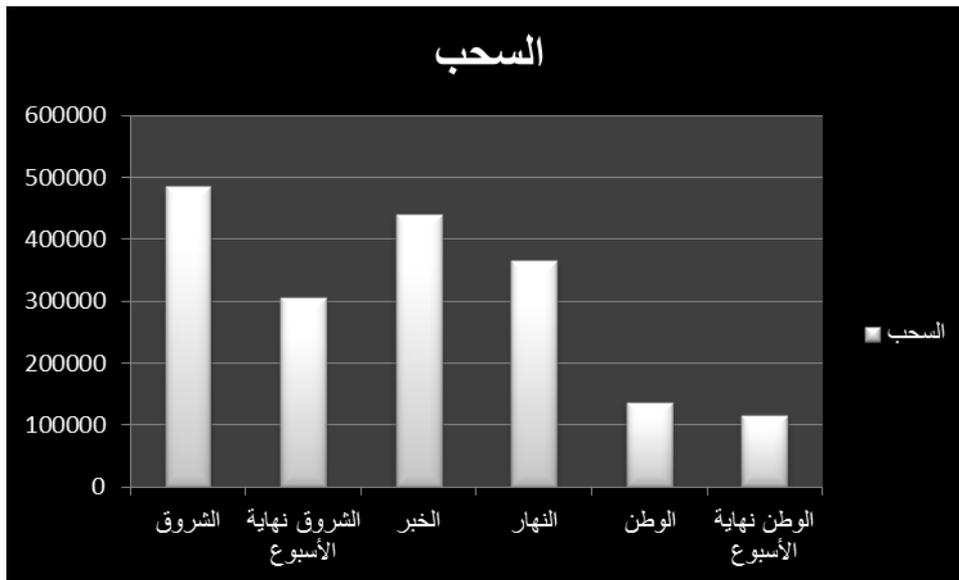
(1): سفيان ع- الشروق الأولى مغاربيا سحبا وانتشارا بـ 165 مليون نسخة- جريدة الشروق اليومي، نشر يوم 2013/04/14.

(2): مرجع سابق.

## ✓ المكانة الوطنية والمغربية للجريدة:

استطاعت الجريدة أن تحتل مكانة متقدمة في الساحة الإعلامية الجزائرية فعلى غرار المسح الذي أجرته الهيئة العريقة والتي يعود تاريخ إنشائها إلى 1922 أن الشروق تواصل تحقيق أعلى معدلات النشر والاستقرار والتوسع الذي وضع الشروق الأولى وطنيا ومغاربيا بـ 165 مليون نسخة.<sup>(1)</sup>

## شكل رقم (04): يبين سحب جريدة الشروق.



## ✓ من حيث انتشار الجريدة:

أكدت دراسة "ايمار ماغريب" الفرنسية سنة 2010 أن جريدة الشروق تتغلغل في مناطق شرق البلاد بنسبة لا تقل عن 49,8% مقابل 30,3% على مستوى مناطق وسط البلاد، و 37,4% على مستوى مناطق غرب البلاد، ثم 26,1% على مستوى الجنوب ما يؤكد توسعها وطنيا ومحليا.<sup>(2)</sup>

(1): سفيان ع، مرجع سبق ذكره.

(2): تاريخ الزيارة 2014/03/08، 21:00. الشروق الأولى انتشارا والاكثر تأثيرا. [www.echourouk.com](http://www.echourouk.com): (2)

## ✓ من حيث المواضيع:

تهتم جريدة الشروق بالاقتراب من الأحداث والحوادث المرتبطة مباشرة بالمعيشة والمشاكل اليومية للجزائريين في مختلف الولايات، كما لم تتخلف الجريدة عن الاهتمام بمختلف التطورات السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية والنقابية في البلاد وكانت الشروق خلال الفترة التي ركزت "OJD" عام 2013 ارقامها عليها مهتمة أيضا بالتطورات على مستوى الاقليمي والدولي خاصة ما تعلق بالمتغيرات والأحداث الدولية العاصفة التي عرفتها بعض البلدان العربية وأيضاً الوضع على الحدود.<sup>(1)</sup>

## 2.3. منهج الدراسة:

إن الطريقة التي يستعملها الانسان في بلوغ أهدافه ما هي في حقيقة الأمر إلا طريقة تفكير ممنهجة لاختيار الوسائل المناسبة، فالمنهج حسب "موريس انجر" "هو مجموع الإجراءات والخطوات الدقيقة المتبناة، من أجل الوصول إلى نتيجة"، أما الباحث "محمد زيان عمر" فعرف المنهج بأنه "فن، التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة، إما من أجل الكشف عن حقيقة مجهولة أو من أجل البرهنة على حقيقة لا يعرفها الآخرون."<sup>(2)</sup>

ولكن طبيعة الدراسة هي التي تفرض على الباحث اتباع منهج دون آخر يتلاءم وطبيعة دراسته.

ويعد **المنهج الوصفي** أكثر مناهج البحث ملائمة للواقع الاجتماعي فهو يستخدم لدراسة **الأوضاع الراهنة** من حيث خصائصها، أشكالها وعلاقاتها<sup>(3)</sup>، بحيث يعطي البحث صورة **للواقع الحياتي** ووضع مؤشرات وبناء **تنبؤات مستقبلية** وهو بحث يعتمد **طريقة الاستقراء والوصف للظاهرة** باختلاف أنواعها، ولا يقف عند هذا فقط بل يذهب إلى أبعد من هذا **فيحلل ويفسر ويقارن** ويقيم بقصد الوصول إلى تقييمات ذات معنى، أي جمع البيانات والمعلومات **الإحصائية** بقصد التنبؤ بتلك الظاهرة. حيث تتعدد أشكال البحوث الوصفية ولا يوجد اتفاق

(1): سفيان ع، مرجع سبق ذكره.

(2) : أحمد بن مرسل - مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال - ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر، ص 282.

(3): رجي مصطفى عليان وآخرون - أساليب البحث العلمي - الأسس النظرية والتطبيق العلمي - ط4، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان،

2010، ص 66.

بين الباحثين حول تصنيفها، وتستند البحوث الوصفية إلى أسس منهجية يأتي في مقدمتها التجريد\* وهو سمة أساسية لأي بحث، ثم التعميم\*\* يمكن من استخلاص حكم أو أحكام. (1)

ومن اساليب البحوث الوصفية دراسة حالة " يُعرف منهج دراسة الحالة على أنه طريقة لدراسة وحدة معينة مثل مجتمع محلي أو أسرة أو قبيلة أو منشأة صناعية أو خدمة دراسة تفصيلية عميقة بغرض استيفاء جميع جوانبها والخروج بتعميمات تنطبق على الحالات المماثلة لها. (2)، أما عن استخدام منهج دراسة الحالة في البحوث الاجتماعية فيقوم البحث بجمع بيانات تفصيلية عن ظاهرة ما في مجتمع معين وذلك بدراسة وحدات تمثل المجتمع. ثم تصنيفها وتحليلها للوصول إلى تعميمات يمكن تطبيقها على مجتمع البحث الذي سحبت منه العينة. وفي هذه الدراسات يجب على الباحث تحديد المشكلة والفروض ومجتمع الدراسة تحديداً دقيقاً. (3)

ومن الاعتبارات التي دفعت بنا إلى استخدام المنهج الوصفي وأسلوبه دراسة حالة في دراستنا ما يلي:

- ✓ تلائم المنهج الذي يستخدم لدراسة الأوضاع الراهنة للظواهر، وطبيعة موضوعنا.
- ✓ ما يقدمه المنهج الوصفي كإطار لمسار موضوعنا من متابعة كمية من أجل الوصول إلى نتائج وتعميمات تساعدنا على فهم واقع مقروئية جريدة الشروق في ظل قنواتها الشروق TV.
- ✓ يعتبر المنهج الوصفي من أكثر أنواع البحوث التي يلجأ إليها الباحثون لسهولة إجراء هذا النوع من الدراسات ويشتمل على العديد من أدوات جمع البيانات أهمها استمارة الاستبيان.
- ✓ لكونه من البحوث الكمية والتي تستخدم الأرقام في تحليل بياناته إحصائياً وتخضع لشروط الصدق والثبات ويمكن تعميم نتائجها على المجتمع الأصلي.
- ✓ يسهل الأسلوب الإحصائي الذي يحول البيانات والمعطيات من الشكل الكيفي إلى نتائج ومعطيات كمية وتحليلها من خلال تفرغ البيانات وعرضها في شكل جداول ورسوم بيانية توضيحية تساعدنا في فهم وشرح الظاهرة المدروسة.
- ✓ يشتمل المنهج الوصفي على أسلوب دراسة حالة والذي يعتبر الأسلوب الأنسب لدراستنا لأنه:

(1): وجيه محبوب- البحث العلمي ومناهجه- دار المناهج، عمان، 2014، ص 248.

\*: هو عملية عزل وانتقاء مظاهر معينة من كل عينة كجزء من عملية تقييمية أو توصيلية إلى الآخرين.

\*\* : عملية تصنيف الوقائع على أساس عامل مميز .

(2): عدنان الجادري وآخرون- مناهج البحث العلمي- أساسيات البحث العلمي، ط1، عمان، ص 110.

(3): خالد أحمد فرحان المشهداني ورائد عبد الخالق عبد الله العبيدي- مناهج البحث العلمي- طبعة عربية، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان،

الأردن، 2013، ص 78.

- ✓ يقوم هذا الأسلوب على جمع بيانات ومعلومات كثيرة وشاملة عن حالة فريدة واحدة أو عدد محدود من الحالات.
- ✓ ويتم جمع البيانات في هذا الأسلوب بوسائل وأدوات متعددة منها استمارة الاستبيان والمقابلة والتي نحن كذلك بصدد تطبيقها.
- ✓ وقد استخدمناه لاستحالة دراسة كل القنوات المنطلقة من جرائد لما يتطلبه ذلك من وقت وجهد لهذا فقد وقع اختيارنا على حالة جريدة الشروق التي توسعت إلى قناة الشروق TV كنموذج لهذه التجربة الاعلامية.

### 3.3. أدوات جمع البيانات:

تعتبر أدوات جمع البيانات من الوسائل والطرق التي يستطيع الباحث حل مشكلة من خلالها.<sup>(1)</sup> وقد استخدمنا مجموعة من أدوات جمع البيانات وما يتماشى مع طبيعة موضوعنا ومنهجه والتي كانت:

#### 1.3.3. المقابلة

هي عبارة عن أداة لجمع البيانات، يقوم بها الباحث من خلال طرح تساؤلات تحتاج إلى إجابات من قبل المبحوث خاصة إذا كان يملك معلومات غير موثقة، وتكون على شكل حوار لفظي وجها لوجه بين شخصين أو أكثر ويمكن اعتبار وسيلة المقابلة الشخصية من أفضل وسائل الحصول على المعلومات كون أن هناك بعض البيانات التي لا يمكن الحصول عليها إلا بالمقابلة الشخصية<sup>(2)</sup>، وتشتت المقابلة على الباحث أن يبدأ الحوار بخلق عالية حتى يضمن تعاون المستجيب، وبعد أن يشعر الباحث بأن المستجيب على استعداد يبدأ بطرح الأسئلة التي يحددها مسبقا، ثم يسجل الإجابة بكلمات المستجيب ذاتها. وهناك عدة تصنيفات للمقابلة، حيث توجد المقابلات غير المقننة، المقابلات نصف مقننة والمقابلات المقننة. وقد استخدمنا في دراستنا المقابلات غير المقننة وفيها لا تكون الأسئلة موضوعة مسبقا بل يطرح الباحث سوئالا عاما حول مشكلة البحث، من خلال إجابة المبحوث يتسلسل في طرح الأسئلة الأخرى ويستخدم هذا النوع في المقابلات الاستطلاعية عندما يكون الباحث غير ملم بالمشكلة أو الظاهرة وليست لديه خلفية كاملة حولها. وهذا لتميزها بغزارة المعلومات من أجل التعرف أكثر على موضوع دراستنا ولاختيار الزاوية الأنسب للمعالجة،

(1) : وجيه محجوب، مرجع سبق ذكره، ص 252.

(2): إسماعيل أحمد المعاني وآخرون- أساليب البحث العلمي والاحصاء، كيف تكتب بحثا علميا؟- ط 1، أثار للنشر والتوزيع، الأردن،

حيث تعددت المقابلات الفردية ذات الاسئلة المفتوحة مع صحفيين من مختلف الجرائد الجزائرية، كذلك بعض الإعلاميين التابعين لقطاع السمعي البصري (العمومي والخاص) وأكاديميين مختصين في مجال الإعلام والاتصال، مدراء مؤسسات إعلامية، رئيس ومساعد تحرير، مخرجين ونائب المجلس الأعلى للثقافة والإعلام وكتاب عمود، الذين قدموا لنا معلومات بخصوص واقع انفتاح القطاع السمعي البصري الخاص مؤخرًا في الجزائر حتى تتضح صورة موضوعنا وتكون انطلاقاتنا مبنية على أسس متينة، ما فرض ديمومة التواصل بهم وجها لوجه أو الاتصال بهم هاتفيا.

كما استعنا بإجاباتهم من أجل ضبط بعض المباحث في الجانب النظري لموضوعنا في ظل غياب للمراجع. وكانت محاور المقابلة كالتالي: المحور الأول: أسباب ظهور القنوات الخاصة في الجزائر.

المحور الثاني: بداية التجربة واطلاق بث القنوات الخاصة الجزائرية.

المحور الثالث: انطلاق قنوات خاصة قبل صدور قانون للسمعي البصري في الجزائر.

المحور الرابع: القطاع السمعي البصري في الجزائر بين قنوات ذات ملك خاص وقنوات اطلقتها جرائد خاصة.

المحور الخامس: أهمية تجربة الصحافة المكتوبة في تحديد معالم قطاع السمعي البصري الخاص في الجزائر.

المحور السادس: أسباب توسع الصحافة المكتوبة إلى السمعي البصري.

المحور السابع: الفرص والعقبات لقانون السمعي البصري 2014. ( أنظر دليل المقابلة ملحق 01)

كما استخدمنا المقابلة المقننة وهي التي تكون أسئلتها محددة ومتسلسلة من قبل الباحث وبالتالي تطرح نفس الأسئلة في كل مقابلة وبنفس التسلسل حيث يكون لدى الباحث استمارة مقابلة بالأسئلة التي يتم طرحها أو مناقشتها، ويحاول الباحث عادة التقيد بهذه الأسئلة، ويمتاز هذا النوع من المقابلات بسرعة إجراءاتها وبسهولة تصنيف وتحليل إجاباتها، وقد أجرينا هذه المقابلة مع المبحوثين الذي اتيح لنا التحدث معهم وهما مدير تحرير قناة الشروق لأنه المسؤول عن السياسة التحرير للقناة وله علم بما يتم عرضه ونشره وما هي المواضيع التي ترفض ولا يسمح بنشرها، ومدير الادارة والمالية لجريدة الشروق، فهو المسؤول عن الأمور المالية للجريدة منها مرتجعاتها وعدد السحب اليومي لها، وكانت المقابلة بطريقة مباشرة (وجها لوجه) وعن طريق الاتصالات الهاتفية، وتم تسجيل المقابلة عبر الهاتف، والغاية من استخدام المقابلة المقننة هو تأكيد صدق نتائج الاستمارة. ( أنظر دليل المقابلة ملحق رقم 02)

## 2.3.3. استمارة الاستبيان:

تعتبر استمارة الاستبيان من أدوات البحث الأساسية الشائعة الاستعمال في العلوم الإنسانية، خاصة في علوم الإعلام و الاتصال فهي تستخدم للحصول على معلومات وثيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه في المجال المبحوث، كونها معلومات لا يملكها إلا صاحبها المؤهل قبل غيره على البوح بها. وفي البحث العلمي: فإن استمارة الاستبيان هي تلك القائمة من الأسئلة التي يحضرها الباحث بعناية في تعبيرها عن الموضوع المبحوث في إطار الخطة الموضوعية، لتقدم إلى المبحوث من أجل الحصول على إجابة تتضمن المعلومات والبيانات المطلوبة، لتوضيح الظاهرة المدروسة وتعريفها من جوانبها المختلفة.<sup>(1)</sup> فمن الأمور الواجب مراعاتها عند صياغة الاستمارة:

- \* استخدام المصطلحات الواضحة البسيطة وشرح المصطلحات غير الواضحة.
  - \* الابتعاد عن الأسئلة الإيحائية الهادفة إلى إثبات صحة فرضيات الدراسة.
  - \* تجنب الأسئلة التي تستدعي تفكيراً عميقاً من المبحوثين أو المتعاونين مع الباحث.
  - \* تزويد الاستبانة بتعليمات وإرشادات عن كيفية الإجابة.
  - \* وعد المبحوثين بسرية اجاباتهم وأنها لن تستخدم إلا لغرض البحث المشار إليه.
  - \* إعطاء للمبحوث مساحة حرة في نهاية الاستبانة لكتابة ما يراه من إضافة أو تعليق.
- ❖ وقد اعتمدنا على استمارة الاستبيان لأنها:

من أكثر أدوات جمع البيانات ملائمة لموضوعنا فيما يخص دراسة جمهور القراء والمشاهدين لجريدة وقناة الشروق، فهي توفر لنا الوقت والجهد في عملية جمع المعلومات وإمكانيتها من تغطية أماكن شاسعة من خلال عينة تكون معبرة وإجاباتها لا نتدخل فيها فهي بالتالي تقلل من فرص التحيز لدينا، وتسمح لنا بالحصول على كم هائل من المعلومات بمجرد أن يملئ المبحوث استمارة الاستبيان.

**مراحل بناء استمارة الدراسة:** مرت الاستمارة بعدة مراحل كانت على النحو التالي:

➤ **النظر في التراث النظري للدراسة** للاستفادة منه ثم صياغة المحاور والأسئلة بطريقة علمية.

➤ تم تقسيم الاستمارة إلى سبع محاور معنونة على الشكل التالي:

\* **المحور الأول السمات العامة:** يعنى هذا المحور بمعرفة خصائص جمهور جريدة الشروق ومشاهدي قناة الشروق الجزائرية، لأن مدخل السمات العامة من أهم المداخل لدراسة الجماهير ويحتوي على أسئلة

(1): أحمد بن مرسل، مرجع سبق ذكره، ص 160.

خاصة بغرض الحصول على بيانات متعلقة بالشخص الذي سيجيب على أسئلة الاستبانة والتي تمحورت حول (الجنس، العمر، مكان السكن والمستوى التعليمي).

\* **المحور الثاني العادات العامة للجمهور:** ويحتوي هذا المحور على عدد من الأسئلة التي تهدف إلى معرفة الوسيلة المفضلة لدى الجمهور الجزائري. باعتباره جمهورا نشط يتحكم في الوسيلة التي يتعرض لها بناء على المحتوى الذي يرغبه انطلاقا من منظور الدراسة.

\* **المحور الثالث عادات وأنماط وظروف القراءة:** جاء هذا المحور من خلال نظرية الاستخدامات والإشباع التي تفترض أن دوافع الجمهور لا يمكن إدراكها وفهمها بشكل مباشر ولكن يمكن إدراكها بشكل غير مباشر من خلال أنماط السلوك والتفكير، لهذا صغنا في هذا المحور مجموعة من الأسئلة تسمح لنا بالتعرف على أنماط تعرض الجمهور لجريدة الشروق ( بدايات القراءة، وقت القراءة، مكان القراءة، طريقة الشراء، كيفية القراءة).

\* **المحور الرابع دوافع قراءة جريدة الشروق والإشباع المحققة:** بناء على منظور الدراسة هناك علاقة ارتباط بين التعرض والإشباع، لهذا جاء هذا المحور والذي يحتوي على أسئلة تجيب عن الاحتياجات التي تشبعها الجريدة للجمهور (وذلك عبر المواضيع التي تنشرها ويتعرض لها بكثرة والصفحات المفضلة والإشباع المحققة).

\* **المحور الخامس عادات وأنماط وظروف المشاهدة:** صغنا في هذا المحور مجموعة من الأسئلة تسمح لنا بالتعرف على أنماط تعرض الجمهور لقناة الشروق الجزائرية ( بدايات المشاهدة، وقت المشاهدة، مكان المشاهدة، طريقة التوجه نحو القناة، كيفية المشاهدة).

\* **المحور السادس دوافع مشاهدة قناة الشروق والإشباع المحققة:** احتوى هذا المحور على أسئلة تجيب عن الاحتياجات التي تشبعها القناة للجمهور وذلك عبر المواضيع التي تبثها ويتعرض لها بكثرة والبرامج المفضلة.

\* المحور السابع مقارنة بين جريدة الشروق وقناة الشروق الجزائرية: صيغت مجموعة من الأسئلة للمقارنة بين الجريدة والقناة والتي تسمح لنا بمعرفة ما يفضله الجمهور الجزائري في كل من الوسيلتين، بالإضافة إلى معرفة امكانية تخلي الجمهور على الجريدة لصالح القناة أم لا ومواضع التكامل بين الوسيلتين.

\* وقد صيغت اسئلة الاستمارة على شكل اسئلة مفتوحة ومغلقة ونصف مغلقة.

➤ توزيع الاستمارة في شكلها الأولي والتي تم توزيعها على عينة تجريبية (15 مفردات) مشابهة للعينة الأصلية للبحث بهدف اكتشاف الصعوبات التي تواجه المستجوبين أثناء توزيع الاستبانة. وتدارك بعض النقائص قبل النزول بها بشكلها النهائي إلى الميدان.

➤ الإعداد النهائي للاستمارة: بعد جمع مختلف الملاحظات تم صياغة بعض الأسئلة و حذف بعض منها، وتم توزيع الاستمارة في فترة ما بين 29 مارس و 03 أفريل 2014، وتم توزيع (216) استمارة على عينة من قراء جريدة الشروق، مشاهدي قناة الشروق الجزائرية و قراء ومشاهدي الجريدة والقناة. ➤ تم توزيع الاستمارة باليد مباشرة إلى المبحوثين لضمان استردادها وتوضيح بعض الأسئلة التي قد لا يفهمها المبحوث.

➤ ترميز الاستمارة: بعد استرجاع الاستمارات من المبحوثين تم ترميز الأسئلة و إعطاء كل سؤال رمز خاص به لتسهيل عملية تفریغه فيما بعد.

➤ تفریغ البيانات حيث صممنا جداولاً بسيطة واخرى مركبة قمنا فيها بتفریغ الاستمارات على أساس طبيعة العينة ( يقرأ فقط، يشاهد فقط ويقرأ ويشاهد معا).

➤ أساليب تحليل البيانات :

بعد الانتهاء من عملية تفريغ البيانات لا بد لنا من أساليب وآليات لشرح وتحليل بيانات الظاهرة وتفسيرها تفسيراً مفصلاً ومن هذه الأساليب:

**الجدول الإحصائية:** وهي ضرورية لأي دراسة ميدانية لأنها الحاملة للأرقام والرموز. **النسبة المئوية:** واستخدمناها لاستخراج الدلالة الإحصائية.

**المتوسط الحسابي:** وقد استخدمناه في حساب النزعة المركزية لحجم القراءة والمشاهدة لدى عينة الدراسة.

$$x = \frac{\sum x}{n}$$

**معامل الارتباط 'سبيرمان':** يستخدم معامل الارتباط الرتب سبيرمان لقياس درجة الارتباط بين متغيرين وصفيين.

$$R = \frac{\sigma^2 x - \sigma^2 y - \sigma^2 d}{2 * (\sigma x * \sigma y)}$$

**اختبار كاي<sup>2</sup>:** إن الهدف من الاختبار هو قياس الاختلاف بين التكرار الفعلي مع التكرار المتوقع المبني على صحة الافتراض الصفري، وهذا بغرض التأكد من صدق وثبات فرضيات الدراسة. و يكون ذلك وفق القانون التالي:

$$x^2 = \frac{(\text{التكرار المتوقع} - \text{التكرار المشاهد})^2}{\text{تكرار المتوقع}}$$

## 4.3. عينة البحث:

من طبيعة الدراسات الميدانية في البحوث الوصفية وجود مجال بحث تدور أو تتمحور حوله الدراسة ولكن غالبا ما يكون تمثيل الأعداد الكبيرة لمجتمع الدراسة يخضع لمبدأ العينة، أي يختار الباحث مجموعة من الأفراد من مجتمع البحث لإجراء الدراسة عليهم، ثم يتم بعد ذلك تعميم هذه النتائج على المجتمع بشرط أن تمثل العينة مجتمع البحث.<sup>(1)</sup>

ويوجد نوعين من العينة:

أ. العينات الاحتمالية: وهي العينات التي تعتمد على الاحتمال ( الفرصة)، وتمتاز بكونها غير متحيزة وهي:<sup>(2)</sup>

- العينة العشوائية البسيطة.

- العينة الطبقية العشوائية.

- العينة المنتظمة أو الأسلوبية.

- العينة متعددة المراحل أو العنقودية.

ب. العينات غير الاحتمالية: لا تعتمد هذه العينات على الخطوات الحسابية لاختيار مفرداتها وتتصف بالتحيز حيث يتم انتقاء أفراد العينة من أفراد مجتمع البحث دون تقدير درجة تمثيل العينة المعدة وتنقسم إلى:

- العينة الحصصية.

- العينة المتاحة.

- العينة القصدية أو العمدية.

وقد اعتمدنا على نوعين من العينة في دراستنا وهي:

## 1.4.3. التوزيع المكاني للعينة: عن طريق العينة العنقودية أو العينة متعددة المراحل (Cluster Sample)،

والتي تستخدم في حالة مجتمع البحث الكبير وغير المتجانس، ففي موضوعنا وعلى اعتبار أن الجزائر هي مجتمع الدراسة قمنا باختيار ولاية قسنطينة من بين 48 ولاية.

(1): أحمد اسماعيل المعاني وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص 92.

(2): عبد الله محمد الشريف - مناهج البحث العلمي - دليل الطالب في كتابة الابحاث و الرسائل العلمية - ط 1، مكتبة الشعاع للنشر والتوزيع، 1996، ص 113.

ومن ولاية قسنطينة التي تحتوي على ستة دوائر هي: قسنطينة، الخروب، عين عبيد، زيغود يوسف، حامة بوزيان وابن زياد قمنا باختيار دائرة قسنطينة، والتي تنطوي تحتها 12 بلدية هي: قسنطينة، الخروب، عين السمارة، أولاد رحمون، عين عبيد، ابن باديس، زيغود يوسف، بني حميدان، حامة بوزيان، ديدوش مراد، ابن زياد ومسعود بوجريو. ومن هذه البلديات اخترنا أكبر بلدية وهي بلدية قسنطينة والتي يتواجد تحتها عدد كبير من الأحياء فتوجهنا إلى أربعة أحياء كبيرة حيين شعبيين هما (حي القصة وحي السوق)، وحيين راقيين آخرين هما (حي سان جون وحي سيدي مبروك). ( جدول رقم 06).

**2.4.3. على أساس مفردات البحث:** اعتمدنا على العينة القصدية Purposive Sample وهي العينة التي يعتمد أو يتقصد الباحث اختيار مفرداتها لأنه يعتقد أنها تملك بيانات مفيدة للبحث، " (1) حيث توجهنا إلى الأشخاص الذين نعتقد أنهم هم الذين يمتلكون البيانات المفيدة لبحثنا وهؤلاء الأشخاص هم: قراء جريدة الشروق ( من أجل التعرف على الإشباع التي تحققها الجريدة لهم)، مشاهدي قناة الشروق ( من أجل التعرف على الإشباع التي تحققها القناة لهم)، و قراء ومشاهدي الجريدة والقناة في آن واحد (من أجل التعرف على امكانية وجود تكامل أو تطابق في الاشباع التي تحققها الوسيلتين للفرد). حيث كان التقسيم كالتالي:

(1): نفس المرجع، ص 96.

جدول رقم (13): يبين التوزيع النسبي لوحدات العينة.

النسبة %	العدد	التكرارات الفئة
33,33	72	يقرأ فقط
33,33	72	يشاهد فقط
33,33	72	يقرأ ويشاهد
100	216	المجموع

لقد تم اختيار مجتمع الدراسة قصديا للحصول على معلومات حول المبحوثين فيما يخص موضوعنا، غير أنه لا توجد أي إحصاءات تبرر عدد القراء وعدد المشاهدين وعدد قراء المشاهدين لجريدة وقناة الشروق ولكي لا نغلب فئة على حساب فئة، وحتى نصل ميدانيا إلى نتائج صادقة اخترنا عينة كلية بنسبة 100% وقسمناها متساوية بين فئات الدراسة بنسبة 33,33% على كل من يقرأ فقط ويشاهد فقط ويقرأ ويشاهد. مع معرفة البيانات الأولية للمبحوثين فيما يخص خصائصهم والتمثلة في الجنس، السن، المستوى التعليمي ومكان السكن، والوسائل الإعلامية المفضلة لديهم والتي سنتضح من خلال ما يلي:

المحور الأول: السمات العامة.

1. الجنس:

جدول رقم (14): يبين توزيع العينة حسب الجنس:

يقراً ويشاهد		يشاهد فقط		يقراً فقط		العينة جنس
%	K	%	K	%	K	
50	36	50	36	52,78	38	ذكر
50	36	50	36	47,22	34	أنثى
100	72	100	72	100	72	المجموع

يظهر الجدول أن 52,78% من قراء جريدة الشروق ذكور مقابل الإناث اللواتي يقرأنها بنسبة 47,22%. وإذا حاولنا أن نستقرأ هذه النسبة فهذا التفاوت لا نعتبره تفاوتاً كبيراً أو واسعاً بين من يقرؤون ومن يقرآن.

أما عينة يشاهد فقط فقد تساوى الجنسين من ناحية نسبة مشاهدة قناة الشروق الجزائرية بنسبة 50%. وتعليقنا على هذا التساوي بين الذكور والإناث من حيث المشاهدة هو دليل على إقبال الجنسين لمشاهدة قناة الشروق وهذا ما يؤكد أن طرحها للمواضيع يتناسب مع ذوق الجنسين.

وهو الأمر ذاته بالنسبة لعينة من يقرأ ويشاهد جريدة وقناة الشروق حيث تساوى الجنسين بنسبة 50% في تعرضهما للوسيلتين.

ومنه نستنتج أن كل من الجريدة والقناة لم تتحيز في مواضيعها اتجاه جنس معين لكن وكما يبدو أن مؤسسة الشروق تهدف إلى الوصول لكلا الجنسين.

2. السن:\*

جدول رقم (15): يبين توزيع العينة حسب السن.

يقراً ويشاهد		يشاهد فقط		يقراً فقط		العينة السن
%	K	%	K	%	K	
8,33	6	13,89	10	9,72	7	اقل من 20 سنة
62,50	45	48,61	35	51,39	37	[39 - 20]
22,22	16	25	18	27,78	20	[59 - 40]
6,95	5	12,50	9	11,11	8	من 60 فما فوق
100	72	100	72	100	72	المجموع

تعتبر فئة الشباب التي تتراوح أعمارهم ما بين [ 20 - 39 ] وهذا بنسبة 51,39% الأكثر اقبالا لقراءة جريدة الشروق على غيرها من فئة الكهول والتي بلغت نسبتهم 27,78%، أما من تفوق أعمارهم 60 سنة فبلغت نسبتهم 11,11% لتصل نسبة المراهقون إلى 9,72%.

فإن اقبال الشباب على قراءة الشروق مؤشر ايجابي يدل على أن هذه الفئة التي تملك طاقة وحيوية في المجتمع هي الفئة التي اختارت القراءة (إذا جريدة الشروق هي جريدة شبابية)، وإن حاولنا أن نفسر هذا الإقبال الواسع للشباب فإن الفئة الأكثر انتشارا في الجزائر هي الفئة الشابة\*\*.

\*: تم تقسيم الأعمار على أساس دراسات Age related Psychology.

على الساعة، تاريخ الزيارة 2014/04/30، رسم بياني يوضح مثلث الأعمار في الجزائر 2005، ، ar.wikipedia. org \*\*:

كما أثبتت النسب أن فئة الشباب والكهول (73,61%) هي الأكثر إقبالا على مشاهدة قناة الشروق، فيما تتعرض فئة المراهقين إلى القناة بنسبة 13,61%، أما من تفوق أعمارهم 60 سنة فهم يشاهدون القناة بنسبة 12,50%.

بالتالي فإن فئة الشباب والكهول هي الفئة العمرية الممثلة لمشاهدي قناة الشروق، هذا يدل على أن القناة استطاعت أن تجلبهم واستطاعت أن تحقق احتياجاتهم المختلفة، خاصة وأن لهذه الفئة طبيعة معينة في المشاهدة وقد تختلف كذلك حسب الجنسين، أما من تفوق أعمارهم 60 سنة فهي آخر فئة تشاهد القناة فعلى أغلب ترجيح لنا سبب هذا الإقبال المتواضع راجع إلى تفضيلهم للقنوات الناطقة بالفرنسية.

أما فئة يقرأ ويشاهد فإن الفئة الأكثر قراءة ومشاهدة لجريدة وقناة الشروق هي الفئة العمرية التي تتفاوت أعمارهم بين [ 20 - 39 ] وهذا بنسبة 62,50%، لتأتي فئة الكهول ممن يقرؤون ويشاهدون بنسبة 22,22%، أما فئة المراهقين والتي تقل عن 20 سنة بلغت نسبتهم 8,33%، أما من تفوق أعمارهم 60 سنة فهم يقرؤون ويشاهدون بنسبة 6,95%.

ومنه نستنتج ان جمهور الوسيلتين هم شباب أكثر منهم من أي فئة عمرية أخرى أي أن الوسيلتين المكتوبة والسمعية بصرية تستهدف هذه الفئة.

## 3. مكان السكن:

جدول رقم (16): يبين مكان سكن المبحوثين.

يقراً ويشاهد		يشاهد فقط		يقراً فقط		العينة الأحياء
%	K	%	K	%	K	
25	18	25	18	25	18	حي القصبه
25	18	25	18	25	18	حي سان جون
25	18	25	18	25	18	حي السوقه
25	18	25	18	25	18	حي سيدي مبروك
100	72	100	72	100	72	المجموع

على أساس العينة العنقودية قمنا باختيار بلدية قسنطينة والتي تتميز بسماها السوسيو - ديمغرافية لاحتوائها على أحياء راقية وأحياء شعبية، لذلك ركزت دراستنا على أربعة أحياء ممثلة لمجتمع الدراسة وهي: حيين راقيين (حي سان جون وحي سيدي مبروك) وحيين شعبيين (حي القصبه وحي السوقه) ولكل حي مميزاته الخاصة.

فخلال نزولنا للميدان تأكدنا حقا من وجود هذه الخصائص على خلاف ما كنا مخططين له سابقا فطبيعة الأحياء لم تأثر على المقرئية، وهذا راجع أن الحيين الراقيين يملكان العديد من نقاط بيع للجرائد ورغم أن الحيين الشعبيين يعانون من ندرة في نقاط البيع، إلا أن هذه الندرة لم تؤثر على مقرئية الجريدة هذا من جهة، أما المشاهدة فوجدنا الأحياء بطابعها الراقى والشعبى تشاهد القناة بصفة عادية من جهة أخرى.

## 4. المستوى التعليمي:

جدول رقم (17): يبين توزيع العينة حسب المستوى التعليمي:

يقراً ويشاهد		يشاهد فقط		يقراً فقط		العينة المستوى التعليمي
%	K	%	K	%	K	
11,11	8	11,11	8	13,89	10	مستوى ضعيف
51,39	37	58,33	42	37,5	27	مستوى متوسط
37,5	27	30,56	22	48,61	35	مستوى عالي
100	72	100	72	100	72	المجموع

يظهر الجدول الخاص بالمستوى التعليمي لفئة يقرأ أن من مستواهم عالي ومتوسط وصلت نسبتهم 86,11% ، أما من مستواهم ضعيفة فبلغت نسبتهم 13,89%، وهي نفس النتيجة التي توصل إليها "معهد إيمار ماغريب"\*.

أما من يشاهدون قناة الشروق فهم ذو مستوى متوسط بنسبة 58,33% أما نسبة 30,56% فهم أصحاب المستويات العالية لتبقى نسبة من مستواهم ضعيف هي 11,11% .

أما فئة يقرأ ويشاهد فهم ذو مستوى متوسط بنسبة تفوق 50% على غرار من يملكون مستوى عالي والذين قدرت نسبتهم بـ 37,05% ومن يقرؤون ويشاهدون ذو مستوى ضعيف كانت 11,11% وهي أصغر نسبة. وحسب تقديرنا أنه من الطبيعي أن تكون الطبقة ذات المستوى العالي والمتوسط هي التي تقرأ بنسبة كبيرة فهم دائموا الاحتكاك بالصحيفة الورقية، وهذا ناتج لدرجة الوعي بأهمية الصحيفة وما تقدمه من أخبار ومعلومات من جهة ومن جهة أخرى يؤكد أن الصحيفة استطاعت أن تصل إلى احتياجات أصحاب هذه المستويات وتجذب انتباههم سواء من ناحية الأسلوب أو المستجدات أو اللغة البسيطة المفهومة.

أما من يشاهدون قناة الشروق فهم ذو المستوى المتوسط والتي وصلت نسبتهم 58,33% بالرغم من كونها أعلى نسبة يبقى هناك إقبال من قبل أصحاب المستوى العالي والضعيف على مشاهدة القناة، هذا ما يؤكد

\*: توصلت الدراسة إلى أن 63,80% من قراء الشروق هم أصحاب مستوى عالي، مقابل 55 من أصحاب المستوى الثانوي، 51,29% من أصحاب المستوى المتوسط، 39,20% مستوى ابتدائي، 11,30% بدون مستوى.

أن قناة الشروق تخاطب كل فئات المجتمع، وإذا رجحنا هذا الإقبال نحو القناة من طرف هذه الفئات، يؤكد أن القناة استطاعت أن تكسب رهان اختلاف خصائص مستويات مجتمعا التعليمية لصالحها. ومنه نستنتج أن جريدة وقناة الشروق تخاطب أصحاب المستوى العالي والمتوسط بنسب متقاربة فهذا يعكس مستوى القناة والجريدة وصحافيتها وطريقة تعاملهم مع المادة الإعلامية وايصال الرسالة.

**المحور الثاني: العادات العامة للجمهور.**

**جدول رقم (18) : يبين وسائل الإعلام المفضلة.**

المجموع		يقرأ ويشاهد		يشاهد فقط		يقرأ فقط		العينة وسائل الإعلام
%	K	%	K	%	K	%	K	
20,38	44	22,22	16	16,67	12	22,22	16	الصحف والمجلات
6,94	15	6,94	5	6,94	5	6,95	5	الإذاعة
48,15	104	50	36	55,56	40	38,89	28	التلفزيون
24,53	53	20,84	15	20,83	15	31,94	23	الانترنت
100	216	100	72	100	72	100	72	المجموع

الجدول يبين مدى تفضيل العينة لوسائل الإعلام المتنوعة فالفئة التي تقرأ بالرغم من أنهم قراء إلا أن التلفزيون والانترنت تبقى من الوسائل المفضلة لديهم بنسبة 70,83%، أما فئة من يشاهد فهي كذلك تفضل التلفزيون بنسبة 55,55% وهي الفئة التي نلتبس منها الصدق لأنها تشاهد كونها تملك خصوصية جمهور المشاهدين، في حين جاءت نسبة تفضيل التلفزيون في فئة يقرأ ويشاهد بنسبة 50% تليها مباشرة الجريدة بنسبة 22,22% فهي فئة تتميز بخصوصية المشاهدة (جمهور المشاهدين) وخاصية القراءة (جمهور القراء) وهذه الخصائص التي ستساعدنا لاحقا في الوصول إلى نتائج حقيقية.

في حين اتجه تفضيل كل من يقرأ، يشاهد ويقراً ويشاهد إلى التلفزيون والإنترنت بنسبة 72,68% ، أما من يفضلون قراءة الصحف والمجلات وصلت نسبتهم إلى 20,38% حيث جاءت الإذاعة من حيث تفضيلها بنسبة 6,94%.

فالتلفزيون من الآلات الحديثة الأكثر انتشار والذي عرفه الجمهور الجزائري منذ فترة الاستعمار فصار واحداً من أهم الضروريات المنزلية، ولا يكاد يخلوا بيت منه لما له من دور مميز في التعامل مع الحدث بالصوت والصورة وحسب "هنريكو فلكونيوني" تعيش البشرية حالياً حضارة الصورة علاوة على أنه يخاطب كل طبقات المجتمع على اختلاف مستويات تعليمها، كما أن له تلك السمة من الصدق لأنه يتعامل مع الحدث بمعطياته وينقل الوقائع حتى يشاهدها كل الجمهور"، فالتلفزيون يستقطب الآلاف من الفضائيات (عربية، أجنبية، عمومية، خاصة، عامة ومتخصصة) ويختار منها الجمهور ما يفضله بمجرد كبسة زر، كما أن العينة لا تهتم إلا بالتلفزيون فقد اختارت في تفضيلها الثاني الإنترنت فهو الوسيلة التي عرفها الجمهور الجزائري مطلع سنة 1993 وهذا التفصيل راجع إلى أن الإنترنت وسيلة معلوماتية تفاعلية توفر سهولة الإبحار عبر العديد من المواقع (التعليمية، الإخبارية، الترفيهية...)، كما أنه يتيح التواصل بين الأفراد ويقرب المسافات على اختلاف الأديان واللغات والثقافات، وكانت الفئة التي اختارت الإنترنت هي من فئة الشباب التي تراه اليوم متنفساً لها.

جدول رقم (19): يبين الصحف المفضلة لدى أفراد العينة.

المجموع		يقرأ ويشاهد		يشاهد فقط		يقرأ فقط		العينة الصحف
%	K	%	K	%	K	%	K	
57,87	125	50	36	59,72	43	63,89	46	جرائد وطنية ناطقة بالعربية
17,13	37	19,44	14	16,67	12	15,28	11	جرائد وطنية ناطقة بالفرنسية
12,04	26	19,50	9	11,11	8	12,50	9	صحف محلية
12,96	28	18,06	13	19,50	9	8,33	6	صحف متخصصة
100	216	100	72	100	72	100	72	المجموع

وضح الجدول أعلاه أن العينة تفضل مطالعة الصحف الوطنية التي تصدر باللّغة العربية بنسبة 58%، بحيث كانت هذه الصحف: النهار، الشروق والخبر وهي نفس النتائج التي توصلت إليها سابقا دراسة معهد "إيمار ماغريب"\*. ولكون هذه الجرائد هي جرائد خاصة مستقلة يومية وهي من كبريات الجرائد من حيث السحب بالإضافة إلى امتلاكهم للنسخ الإلكترونية، وهي تعنى من خلال معالجة مواضيعها بمشاكل الشعب الجزائري وترصد مختلف الأحداث عبر مختلف بقاع الوطن.

أما الجرائد التي يفضلها الجمهور على غرار الاختيارات المذكورة تفاوتت بين جرائد محلية "النصر، المؤشر و'L'Index"، وهذا لقربها جغرافيا من أفراد العينة القاطنين ببلدية قسنطينة، أما الجرائد المتخصصة والتي كانت "الهداف والخبر الرياضي" فهي تستهوي فئة الشباب وتعالج أخبار الرياضة بطريقة يغلب عليها الطابع الحيوي خاصة وأنها لا تكتفي بالأخبار عن فرق الكرة المستديرة ولكن تتناول مختلف أنواع الرياضات الوطنية والعالمية، أما "جريدة بانوراما" فهي تستهوي فئة الشباب لطبيعة المواضيع الأثوية التي تهتم بالجمال والموضة والمطبخ وأخبار المشاهير...

\*: الخبر 37,70% ، الشروق 47,70% ، النهار 10,40%.

في حين أثبتت النسبة 17,13 % أن الصحف الوطنية الناطقة باللغة الفرنسية بعيدة نوعا ما عن اهتمامات عينة الدراسة وهذا ما أكدته نتائج إيمار\*، فعلى أغلب ترجيح وبالمقارنة مع الصحف الوطنية الناطقة باللغة العربية والمحلية والمتخصصة فإن عامل اللغة هو سبب تراجع مقروئية الصحف الوطنية الناطقة باللغة الفرنسية\*\*\*.

جدول رقم (20): يبين القنوات المفضلة لدى الجمهور\*\*\*.

المجموع		يقرأ ويشاهد		يشاهد فقط		يقرأ فقط		العينة القنوات
%	K	%	K	%	K	%	K	
66,66	144/216	69,44	50/72	58,33	42/72	72,22	52/72	القنوات الجزائرية العمومية
75,92	164/216	80,55	58/72	77,77	56/72	69,44	50/72	القنوات العربية
86,57	187/216	97,22	70/72	97,22	70/72	65,27	47/72	القنوات الجزائرية الخاصة
40,27	87/216	45,83	33/72	38,88	28/72	36,11	26/72	القنوات الأجنبية

\*: Liberté 8.80%, Le Quotidien 8,20%, Le Soir d'Alger 4,20%

\*\* Liberté: 18,60% مستوى عالي، 14,50% مستوى ثانوي، 7% مستوى متوسط، 5,30% مستوى ابتدائي، 6,70% دون المستوى.

Le Quotidien: 26,80% مستوى عالي، 18% مستوى ثانوي، 6% مستوى متوسط، 3,10% مستوى ابتدائي، 2,80% دون المستوى.

\*\*\*: تم وضع هذه الكسور لأن مجموع التكرارات يفوق عدد مفردات العينة على اعتبار أن الأسئلة تتيح اختيار أكثر من خيار، ولهذا تم الإشارة إلى أن تكرار كل خيار هو من مجموع عدد مفردات كل فئة لوحدها ( يقرأ 72 مفردة، يشاهد 72 مفردة، ويقرأ ويشاهد 72 مفردة) والمجموع الكلي هو مجموع كل العينة (216) للخيار الواحد.

كانت اجابات المبحوثين حول القنوات التي يفضلونها هي القنوات الخاصة الجزائرية بنسبة 86,57% من أصل 100% حيث كانت الاقتراحات ما بين الشروق الجزائرية والنهار تي في والجزائرية تي في، ولقد أبدى الجمهور اهتمامه بالقنوات الخاصة والتي أصبحت متنفسا جديدا له خاصة وأن الدولة احتكرت القطاع السمعي البصري لمدة 50 سنة\*، وكما يقول "Floyd" "أن الجمهور يولي اهتماما معتبرا للقنوات الفضائية التي تدعم آراءه ومحتواها يتناسب وأذواقه." (1)

كما تعتبر القنوات العربية MBC، أبو ظبي ونسمة من القنوات التي يستهويها كذلك المبحوثين بنسبة 75,92% وذلك لخصوصية الأفلام والبرامج التي تعرضها.

وبالرغم من أن الجمهور فضل القنوات الجزائرية الخاصة من خلال اختياراته، إلا أنه لم يستغني عن القنوات العمومية الجزائرية، حيث كانت من بين اختياراته والتي احتلت المرتبة الثالثة بنسبة 33,33% فالقناة الأرضية والفضائية الثالثة و Canal Algeria هي القنوات التي يتابعها المبحوثين.

في حين احتلت القنوات الفرنسية الأجنبية المرتبة الأخيرة بنسبة 40,27% ( France ) CBM2. TF1. 2)، فهذه القنوات سابقا كانت من بين القنوات التي تحتل الصدارة لدى المشاهد الجزائري، إلا أنها حاليا ومع ظهور القنوات العربية وظهر القنوات الخاصة تقلصت نسبة مشاهدتها، وذلك ما أثبتته دراسة ميدانية سارفي (أنظر الصفحة رقم 97).

\*: للإثراء أكثر أنظر الجانب النظري.

(1): نصير بوعلي- التلفزيون الفضائي وأثره على الشباب في الجزائر، دراسة ميدانية- دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، 2005، ص

# الفصل الرابع:

## المعالجة الكمية والكيفية للبيانات الميدانية ونتائج الدراسة

1. المعالجة الكمية والكيفية للبيانات الميدانية.

2. نتائج الدراسة.

3. نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات .

4. الاستنتاجات.

5. التوصيات.

بعد أن حددنا المعالم الأساسية التي قام عليها موضوع دراستنا في الفصول السابقة وأدواته الأساسية فيما يتعلق بدراسة الجمهور، ومن خلال بحثنا الميداني توصلنا إلى بيانات كمية طرحت في شكل جداول بسيطة ومركبة جاءت في 70 جدول، واستخدمنا في تحليلها مجموعة من المعادلات الاحصائية بهدف الوصول إلى نتائج كمية وكيفية هذا ما يتطابق ومنهج الدراسة، لنخلص في الأخير إلى نتائج عامة عبر عنها بأشكال توضيحية ونتائج هي اجابات عن الفرضيات بهدف إثباتها أو نفيها واستنتاجات استخلصناها من عمق الميدان، لنختم بدراسات مقترحة حتى تكون انطلاقة لأبحاث أكاديمية أخرى قادمة لتعزيز فكرة البحث العلمي، ودراسة الظواهر الإعلامية الجديدة.

#### 1.4. المعالجة الكمية والكيفية للبيانات الميدانية.

المحور الثالث: عادات وأنماط وظروف القراءة.

جدول رقم (21): يبين بدايات قراءة جريدة الشروق اليومي.

المجموع		الفترة
%	K	
75	54	منذ أكثر من سنة
18,06	13	منذ ظهورها
9,94	5	أقل من سنة
100	72	المجموع

أظهرت نتائج الجدول أن أغلبية عينة الدراسة بدأت قراءة جريدة الشروق منذ أكثر من سنة بنسبة 75%، أما من باشروا قراءتها منذ ظهورها فوصلت نسبتهم إلى 18,06%، لتكون النسبة الأخيرة 9,94% بدؤوا قراءة الجريدة منذ أقل من سنة.

بالنظر إلى أرقام الجدول تظهر النسب أن قراء جريدة الشروق بدؤوا قراءتها منذ أكثر من سنة حيث بلغت نسبة من يوافقون هذا الرأي 75% وهذا دليل على أن جريدة الشروق قد كسبت جمهورها بعد سنوات من ظهورها خاصة وأنها قد عبرت بهم بمحطات خلقت لنفسها نقاط بارزة داخل الساحة الإعلامية الجزائرية والمغربية، واستطاعت أن تحقق سبقا غير مألوف لدى سابقتها من الجرائد المستقلة الجزائرية فنستذكر الغزو الأمريكي على العراق (2003)، الغزو الاسرائيلي على لبنان 2006، وقد بلغت نسبة تفضيلها للأحداث ما يعادل الثلاث صفحات، ولا يمكن أن ننسى النجاح المحقق من خلال أحداث أم درمان 2009 حيث جلبت إليها جمهورا رياضيا ساحقا من خلال ما حققته من سحب قياسي بلغ مليوني نسخة يوميا.

**جدول رقم (22): يبين كثافة التعرض لجريدة الشروق اليومي.**

المجموع		طريقة التعرض
%	K	
54,17	39	بانتظام
44,44	32	أحيانا
1,39	1	نادرا
100	72	المجموع

بينت نتائج الجدول أن قراء جريدة الشروق منتظمون في قراءتها وهذا ما أثبتته نسبة 54,17%، بينما 44,44% يتعرضون لها أحيانا، أما من يقرؤونها نادرا فكانت نسبتهم 1,39%.

ومنه نستنتج أن الانتظام في التعرض لجريدة الشروق مثل أعلى نسبة وصلت إلى 54,17% ما يظهره هذا الرقم، أن أكثر من نصف قراء الجريدة هم قراء دائمون لها بالتالي نحن نعتبرهم أوفياء لأن الانتظام في القراءة يبرر تلك العادة التي ترسخت لدى الجمهور بفضل ما تقدمه الجريدة من خدمات وارشادات وأخبار تساعد على مجابهة أعباء الحياة اليومية والحصول على خدمات علمية، وتوفر لهم معلومات يدفعهم اهتمامهم إلى البحث عنها فكلما وجدوها فهذا يؤكد مدى تمسك القراء بهذه الجريدة وهذا حقا ما أثبتته دراسة بيرلسون\* في أن الصحف تقوم بعدة أدوار تجعل القراء يرتبطون بها باعتبارها ضرورية في حياتهم.

**جدول رقم (23): يبين الفترات المفضلة لقراءة جريدة الشروق اليومي.**

المجموع		فترات التعرض
%	K	
69,44	50	صباحا
19,45	14	مساء
11,11	8	ليلا
100	72	المجموع

\*: والتي أجراها سنة 1945 عندما توقفت ثماني صحف عن الصدور لمدة تزيد عن أسبوعين بسبب اضراب عمال التوزيع في نيويورك كان السؤال " عما افتقده القراء في هذه الفترة وما يعنيه اختفاء الصحف بالنسبة للقراء.

من خلال الجدول نستنتج أن هناك ميلا حادا إلى تفضيل القراءة صباحا بنسبة 69,44% على غرار من يقرؤونها مساء بنسبة 19,45% ومن يقرؤونها ليلا 11,11%.

فالتفاوت بين الصباح والمساء والليل واضح وإن حاولنا أن نقول أن الصحيفة تسمح للقارئ بالسيطرة على أوقات تعرضه إليها فهذا حقا أمر موجود واثبتناها من خلال النسب المحققة وإن حاولنا أن نعلل هذا الإقبال الواسع صباحا فإن الفرد يحب الاطلاع على الجديد الذي تأتي به الجريدة خاصة وأنها توزع صباحا وتكون أخبارها جاهزة للاستهلاك لهذا نجد القراء يتهافتون عليها صباحا لمتابعة الأحداث الجديدة، وحتى يستفيد كذلك منها في مطلع يومه حتى تصبح كدليل عملي يرشده ويبدله للعديد من القرارات المتعلقة بتحركاته وهذا حقا ما تقدمه جريدة الشروق من معلومات فيما يتعلق بالحياة اليومية للأفراد مثل الأحوال الجوية، مواقيت الصلاة، إعلان عن توظيف إضافة إلى خدمات إرشادية تسهل على القارئ أن يبدأ نهاره بمعلومات يمكن أن يوظفها طوال اليوم.

لتنحدر ذروة القراءة وتبدأ بالنزول خاصة وإذا اقتربت فترة المساء لأن كل أخبار الجريدة قد استهلكت وإن مستجداتها قد علم بها الجميع خاصة وأن وقت الخبر جد قصير بمجرد أن ينشر يصبح مستهلكا.

**جدول رقم (24): يبين الوقت المخصص لقراءة جريدة الشروق اليومي.**

المجموع		الوقت المخصص
%	K	
56,94	41	من 10د إلى 30د
31,95	23	أكثر من 30د
11,11	8	أقل من 10 د
100	72	المجموع

فيما يتعلق بمدة قراءة جريدة الشروق فتبين من خلال البيانات أن 56.94% من القراء يقضون بمتوسط 10 د إلى 30 د، وأن 31.95% من العينة يقرؤون الجريدة في أكثر من نصف ساعة، بينما تدل النتائج 11.11% على الأشخاص اللذين يقرؤون جريدة الشروق في أقل من 10 دقائق، وعند دراسة المتوسط الحسابي Arithmetic Mean للتعرف على حجم القراءة في اليوم لدى عينة الدراسة وجدنا أن هذا المتوسط يساوي 22 د\* وبتعميم هذا المتوسط على عينة الدراسة يمكن القول أن المتوسط الحقيقي لعدد دقائق القراءة يتراوح ما بين 10 د و 30 د، وهذا مؤشر حقيقي يدل على أن الجريدة تتناول مواضيع قريبة من اهتمامات الجمهور، لهذا فهو يستغرق وقته لقراءتها.

ومنه نستنتج أن الجمهور على اختلاف الوقت المستغرق في قراءة جريدة الشروق ورغم قصر أو طول الوقت فالجمهور يقرأ الجريدة.

**جدول رقم (25): يبين المكان المفضل لقراءة جريدة الشروق اليومي.**

المجموع		مكان القراءة
%	K	
44,44	32	في العمل
29,17	21	في المنزل
12,50	9	في المقهى
8,33	6	في المواصلات
5,56	4	في الجامعات
100	72	المجموع

$$x = \frac{(20 * 41) + (30 * 23)}{64} = \frac{600 + 690}{64} = 20,15$$

\*:

تبين نتائج الجدول أن نسبة 44,44% تفضل قراءة جريدة الشروق في العمل، أما من يفضلون قراءتها في المنزل فقد مثلت نسبتهم 29,17%، لتكون نسبة 12,50% للذين يقرؤونها في المقهى، أما كل من 8,33% و 5,56% فهم يقرؤونها في المواصلات وفي الجامعات على التوالي.

وبهذا فإن قراء الشروق يتعرضون لجريدهم في مقرات عملهم والمنازل بنسبة 73,61% فتفضيلهم راجع إلى سهولة حملها وتميزها باللامكانية، كما تتيح للفرد امكانية التحكم في مكان التعرض لها، وهي الميزة التي تختلف فيها عن باقي الوسائل الإعلامية الأخرى، كما تسمح للقارئ الرجوع إليها وقراءة مضامينها في أي وقت وأي مكان.

وبالتالي فإن خصوصية الجريدة كوسيلة إعلامية في حد ذاتها تسمح للقارئ التنقل بها فهو غير مقترن بحيز مكاني معين، بل هو الذي يحدد المكان الأنسب لقراءتها، وهي الميزة التي تجعلها الوسيلة الأكثر تعرضاً من طرف الأفراد بشكل كبير وبطريقة سهلة أكثر من الوسائل الإعلامية الأخرى.

**جدول رقم (26): يبين كيفية شراء جريدة الشروق اليومي.**

المجموع		كيفية الشراء
%	K	
63,88	46	بشكل مباشر
29,17	21	تقرأ الواجهة أولاً
4,17	3	عند حدوث حدث هام
2,78	2	تقرأ النسخة الإلكترونية أولاً
100	72	المجموع

تظهر نتائج الجدول أن 63,88% يشتررون جريدة الشروق بشكل مباشر، بينما من يقرؤون الواجهة أولاً فهم بنسبة 29,17%، أما نسبة 4,17% و 2,78% فهم يشترونها عند حدوث حدث هام وبعد قراءة النسخة الإلكترونية أولاً على التوالي.

فالنتائج المتعلقة بكيفية شراء الجريدة تفاوتت بين الاختيارات الأربع، حيث تظهر النتائج الإجمالية أن 63,88% من العينة هي النسبة المعبرة للأوفياء لجريدة الشروق لأنهم يقتنونها بشكل مباشر، فهذه العادة شكلتها لهم الجريدة فأصبحت سلوك مرسخ لديهم في قراءتها خاصة وإن حاولنا الربط مع طريقة الشراء والتي تؤكد دافعية الجمهور إلى قراءة الجريدة بغض النظر عن المضامين التي تطرحها، وهذا ما يؤكد من ناحية أخرى سمعة الجريدة التي استطاعت أن تخلق جمهور لها وتحفزهم على قراءتها.

ومنه نستنتج أنه وبالرغم من وجود جمهور وفي للجريدة إلا أن هناك جمهور آخر اختلفت أساليب اقتنائه لها غير أنه يعبر عن مقروئيتها وهذا مؤشر إيجابي يدل على أن جريدة الشروق تقرأ على اختلاف طريقة اقتنائها.

**جدول رقم (27): يبين كيفية قراءة جريدة الشروق اليومي.**

المجموع		كيفة القراءة
%	K	
56,94	41	بعض الصفحات الواردة في الجريدة
33,33	24	كل الجريدة
8,34	6	العناوين فقط
1,39	1	الصفحة الأولى والأخيرة
100	72	المجموع

تبين نتائج الجدول أن نسبة 56,94% من عينة الدراسة يطالعون بعض الصفحات الواردة في الجريدة، أما 33,33% يقرؤون كل الجريدة بينما من يقرؤون العناوين فقط فبلغت نسبتهم 8,34%، لتكون آخر نسبة 1,39% يقرؤون الصفحة الأولى والأخيرة.

فبلغت أعلى نسبة 56,94% من الأشخاص الذين يطالعون بعض الصفحات الواردة في الجريدة، وهذا ما يظهر أن للجمهور اهتمامات معينة وواضحة من خلال هذه الصفحات لهذا فهو يتعرض إلى بعض صفحات الجريدة وليس كلها، وبالتالي فهو متلقي ايجابي وليس سلبي ينتقي ما يحتاجه أمام ترك المواضيع التي لا تهمة، وهذه نقطة ايجابية بالنسبة لجريدة الشروق باعتبارها استطاعت أن تحقق من خلال بعض الصفحات رغبات جمهورها غير المتجانس والمختلف في الأفكار والعادات والتقاليد وأن تكسبه كقارئ وفي لها، وعلى خلاف أن هناك جمهور ينتقي ما يحتاجه هناك جمهور أظهرته نسبة الدراسة بـ 33,33% فهو جمهور متعود على مطالعة كل مضامين الجريدة، قد يكون هذا التطلع إلى جميع محتويات الصفحات نابع من حب المطالعة في شتى المجالات (سياسية، اقتصادية، اجتماعية، دينية...) ونابع من ناحية أخرى بما تتميز به جريدة الشروق بمقدرتها على التعامل في عرض واسترسال الاخبار والاحداث على بساطة لغتها.

المحور الرابع: دوافع قراءة جريدة الشروق اليومي و الإشباعات المحققة.

**جدول رقم (28):** يبين الهدف من قراءة جريدة الشروق اليومي.

المجموع		هدف التعرض
%	K	
52,78	38	الحصول على الأخبار
34,72	25	متابعة المستجدات
12,50	9	تمضية الوقت
100	72	المجموع

بينت نتائج الجدول أن 52,78% يتعرضون للجريدة بدافع الحصول على الأخبار، بينما 34,72% يطالعون الجريدة بدافع متابعة المستجدات، أما نسبة 12,50% يطالعون الجريدة من أجل تمضية الوقت.

تختلف اهتمامات الأفراد نحو الوسيلة الإعلامية الواحدة التي يتعرضون لها من أجل إشباعات معينة. وهذا حقا ما توصلنا إليه فئة الذين يقبلون على جريدة الشروق من أجل الحصول على الأخبار تفوق 50%، من أصل كل العينة، فإذا أردنا أن نقول أن اختيار جريدة الشروق لقراءتها هو للحصول على الأخبار. فأصبحت الأخبار من **الدوافع النفعية** التي تحقق بشكل من الأشكال بالمعلومات التي تحيط ببيئة القارئ خاصة وأن جريدة الشروق قريبة من المواطن فهي تزوده بكل الأخبار ذات الطابع العام الذي يمس حياته اليومية وتطوراتها والتي تأهبه لمتغيراتها.

وجاءت عينة المبحوثين التي تتابع المستجبات من خلال الجريدة بنسبة 34,72%، فهناك صفحات دائمة في جريدة الشروق تختص بمتابعة القضايا وتطوراتها وعلى هذا الأساس بقيت جريدة الشروق من بين الجرائد ذات أكبر مقروئية وسحبا لأنها تحاول تحقيق سبق وجمع المستجبات لقراءها حتى يبقوا دائمي الوفاء لها.

جدول رقم (29): يبين المواضيع المفضلة في جريدة الشروق اليومي.

- أ -

المجموع		المواضيع
%	K	
38,89	28	وطنية
37,5	27	محلية
19,44	14	عالمية
4,17	3	إقليمية
100	72	المجموع

حسب النطاق الجغرافي بين الجدول أن أفراد العينة يهتمون بالمواضيع الوطنية والمحلية بنسبة 76,39%، بينما وصلت نسبة من يفضلون المواضيع العالمية 19,44%، لتبقى النسبة الأخيرة 4,17% ممن يفضلون المواضيع الإقليمية.

- ب -

المجموع		المواضيع
%	K	
47,22	34	اخبارية
29,17	21	ثقافية
12,5	9	ترفيهية
11,11	8	تعليمية
100	72	المجموع

أظهر الجدول أن أفراد العينة يفضلون المواضيع الإخبارية بنسبة 47,22%، أما نسبة 29,17% يفضلون المواضيع الثقافية، أما المواضيع الترفيهية فيفضلونها بنسبة 12,50% والتعليمية بنسبة 11,11%.

- ج -

المجموع		المواضيع
%	K	
43,06	31	اجتماعية
31,94	23	سياسية
15,28	11	دينية
9,72	7	اقتصادية
100	72	المجموع

اثبت الجدول أن المواضيع الاجتماعية تفضلها العينة بنسبة 43,06%، أما المواضيع السياسية فأفراد العينة يفضلونها بنسبة 31,94%، و 15,28% تمثل نسبة الذين يفضلون المواضيع الدينية، لتبقى آخر نسبة 9,72% للمواضيع الاقتصادية المفضلة.

وانطلاقاً من المواضيع المفضلة تعتبر المواضيع الوطنية المحلية من المواضيع التي يقرئها الجمهور بنسبة 76,39% فالإنسان ابن بيئته يريد دائماً أن يعرف وأن يطلع على كل ما يدور من حوله من أخبار وتطلعات فهو يهتم بها أكثر من الأحداث التي تكون خارج بلده، وهذا ما أبرزته نسبة اهتمامه الضئيلة أمام المواضيع العالمية والإقليمية. فجريدة الشروق بدورها تهتم بالشأن الوطني والمحلي في أغلب صفحاتها الأربعة والعشرين حتى يتمكن المجتمع من التكيف مع الظروف والمتغيرات ويستخدم بيئته كنظام لتوفير المعرفة اللازمة لاتخاذ القرارات، أكثر منه في المواضيع الإقليمية والعالمية.

فأمام صفحات جريدة الشروق الأربعة والعشرون الجمهور يفضل المواضيع الإخبارية والثقافية بنسبة 76,39% يؤكد أن العينة وجدت حقا في جريدة الشروق ما تفضله حول هذه المواضيع ، ولأن الجريدة هي ذات طابع اخباري أكثر منه ترفيهي وبالتالي يغلب عليها الطابع الجدي في التعامل مع المعلومة، كما هي وسيلة للإخبار هي وسيلة للتنقيف وهذا لتعاملها مع المواضيع الثقافية التي تخاطب

من خلالها الطبقة المهتمة بالثقافة هذا من جهة ومن جهة اخرى ليكون طابعها متكامل في تغطيتها لمختلف أنواع المواضيع حتى تضع جمهورها في الصورة.

كما ان المواضيع الاجتماعية والسياسية هي من المواضيع التي يفضلها الجمهور وهذا ما عبرت عنه النسبة 75% وهذا راجع أن الجريدة تهتم بالمواضيع الاجتماعية والسياسية لتجذب اليها الجمهور وتكون قريبة من واقع المواطن ،خاصة وأنها تتكلم عنه وتعبر عليه وتتحدث عن السلطة كما تعتبر همزة وصل بين المواطن والسلطة.

ومنه نستنتج أن اهتمام الجمهور بالمواضيع نابع من اهتمامات الجريدة بالمواضيع التي تتناولها وهي بالتالي استطاعت ان تؤثر عليهم وتجذبهم كقراء لها.

**جدول رقم (30): يبين الصفحات المفضلة في جريدة الشروق اليومي.**

المجموع		الصفحات
%	K	
25	18	رياضة
19,44	14	مجتمع
16,67	12	محليات
11,11	8	حوار
9,72	7	مراسلون
9,72	7	راحة نفوس
4,17	3	مراسد الشروق

العالم	3	4,17
متابعة	/	/
مجموع	72	100

يظهر الجدول أن أفراد العينة يفضلون صفحة رياضة بنسبة 25%، أما نسبة 19,44% يفضلون قراءة صفحة مجتمع، بينما صفحة محليات فتفضلها العينة بنسبة 16,67%، أما نسبة 11,11% فتمثل من يقرؤون صفحة حوار، أما صفحة مراسلون وراحة نفوس فجااء تفضيلهم بنسبة 9,72%، لتبقى أقل نسبة للذين يقرؤون صفحة مرصد الشروق والعالم، أما صفحة متابعة فلم تلقى أي اهتمام من افراد العينة.

فأبرز جمهور جريدة الشروق ميولهم نحو الصفحة الرياضية و مجتمع ومحليات عن باقي الصفحات الأخرى بنسبة 61,11%، فصفحة رياضة ركن قار ويختلف مكان نشرها من عدد إلى آخر، وتختص في متابعة كل الأحداث والمستجدات الرياضية يوميا، فأغلب مواضيعها تتناول (أخبار الأندية المحلية والفريق الوطني على وجه الخصوص إضافة إلى الأخبار العالمية وألمع نجوم الكرة المستديرة والحوارات مع المدربين واللاعبين)، كما أنها تمتاز بإخراج دائم التغير لكون مضامينها مفعمة بالحيوية خاصة وأن فئة الشباب هم المهتمون بالدرجة الأولى بها، فالصورة وإطارات المقالات موزعة بشكل ملفت ما يدفع بهم إلى قراءتها.

أما صفحة مجتمع هي كذلك ركن قار يعنى بالمواضيع الاجتماعية الصاخبة التي تمس في معظم الأحيان عمق الحياة الأسرية أو الزوجية وأغلب حالات الانتحار والجرائم في الجزائر، وتتميز هذه الصحف بعرضها لمجريات القصة الإخبارية فهي في بعض الأحيان تكفي بقصة واحد بمجرياتها أو قصتين فقط في صفحة واحدة مع تخصيص مقالات متنوعة تختلف من عدد إلى آخر في جهة الأذن\* اليسرى والتي تنتقي في بعض الأحيان مواضيع طبية وفي بعض الأحيان نكت.

\*: ذلك الاطاران الموجودان على جانبي اللافتة يمينا ويسارا، ويشيع استخدامهما في الصحف ذات الأسماء القصيرة التي تترك فراغا كبيرا على جانبي اللافتة.

كما حضرت صفحة محليات بالمتابعة لأنها قارة بصفحات متعددة وعلى أكبر تقدير يصل هذا الركن إلى 4 صفحات وأقل تقدير صفحتين بما يعادل 30 موضوع يوميا\* وحول أغلب ولايات الوطن، وهذا ما يؤكد أن جريدة الشروق دائمة القرب من جمهورها وتطلعه عما يجري حول بيئته. خاصة وأن بعض الاحصائيات أثبتت أن "سكان الشرق يطالعونها بنسبة 49,80% و سكان الغرب بنسبة 37,4% و سكان الجنوب بنسبة خاصة 26,1% في الوسط بنسبة 30,3%".\*\*

ومنه نستنتج أن الجمهور تختلف أذواقه واهتماماته وجريدة الشروق استطاعت أن تلبي هذه الاهتمامات على اختلافها.

**جدول رقم (31): يبين امكانية تحقيق جريدة الشروق اليومي لحاجات جمهورها.**

المجموع		الاحتياجات
%	K	
58,33	42	تحقق
41,67	30	لا تحقق
100	72	المجموع

من خلال محاولتنا للتعرف ما إذا كانت جريدة الشروق تشبع احتياجات قراءها أم لا أثبتت نسبة تفوق 50% من الجمهور اهتمامها بالجريدة لأنها تشبع احتياجاتهم اليومية مقابل 41% من يرون أن

\*: حسب ملاحظتنا وتقديرنا لأعداد من جريدة الشروق اليومي.

\*\*إيمار ماغريب: فرع مغربي لمعهد "إيمار" الفرنسي الذي تأسس سنة 1999م بباريس، وهو متخصص في دراسات الخبرة والاستشارة في مجال التسويق، أعدت دراسة حول قراءة جريدة الشروق اليومي على عينة 2500 عائلة جزائرية بمارس 2010 على مستوى 11 ولاية.

الجريدة لا تشبع احتياجاتهم، وتبقى هذه النسبة قريبة من نسبة الفئة التي تحقق الجريدة احتياجاتهم فهي مطالبة بإعادة النظر في الاحتياجات التي تحققها لجمهورها.

جدول رقم (32): يبين القنوات الأكثر مشاهدة من طرف جمهور جريدة الشروق اليومي والتي لم تشبع احتياجاتهم ( عدد المفردات التي لا تحقق الجريدة احتياجاتهم 30 مفردة).

المجموع	%	K	القنوات	
26,67%	26,67	8	القناة العمومية الجزائرية	الفضائية الجزائرية الثالثة
23,33%	13,33	6	قنوات خاصة جزائرية منطقتة من جرائد	النهار تي في
	10	4		l'index tv
20,01%	13,34	4	قنوات متخصصة	الجزيرة الرياضية
	6,67	2		ناشيونول جيوغرافيك
13,33%	3,33	1	قنوات خاصة جزائرية غير المنطقتة من جرائد	الجزائرية تي في
	10	3		دزاير تي في
6,66%	3,33	1	قنوات فرنسية	TF1
	3,33	1		France 24
100		30	المجموع	

أثبت الجدول أن أفراد العينة يتابعون القنوات العمومية الفضائية الجزائرية الثالثة بنسبة 26,67%، أما القنوات الجزائرية الخاصة غير المنطقتة من الجريدة (قناة النهار TV وقناة دزاير TV) بنسبة 13,33%، بينما القنوات الخاصة المنطقتة من جرائد ( النهار TV و L'Index TV) فالعينة تفضلها

بنسبة 23,33%، أما نسبة 20,01% فهي تمثل تفضيل العينة للقنوات المتخصصة ( الجزيرة الرياضية Be In sports حاليا و ناشيونال جيوغرافيك)، لتكون أصغر نسبة 3,33% للقنوات الفرنسية (TF1 و France 24).

أظهرت نسبة 41,67% من الذين يقرؤون جريدة الشروق ويرون أنها لا تحقق احتياجاتهم اليومية توجههم إلى مشاهدة القنوات التلفزيونية من أجل تحقيق هذه الاحتياجات حيث أثبتت نسبة 50% ميلها إلى مشاهدة القناة العمومية الجزائرية A3 والقنوات الخاصة الجزائرية المنطلقة من جرائد ( النهار TV و L'Index TV) لأنها تعنى بالواقع الجزائري وهي قنوات تلتف أمامها كل العائلة، خاصة وأن هذه القنوات الخاصة التي عرفت انطلاقها منذ مدة قصيرة لفتت إليها انتباه الجمهور الجزائري وجعلته يلتفت حولها وهذا لطبيعة المواضيع التي تبثها، والشائع أن الجمهور قد تخلى عن القنوات العمومية وتوجه إلى القنوات الخاصة التي وجدها كبديل، إلا أنه لا يزال يتابعها لاعتياده على مدى سنوات طويلة، كما أن القنوات الفرنسية والتي عرفت رواجاً لدى الجمهور الجزائري خصوصاً مع بداياتها فقد تخلى عنها لصالح قنواته الجزائرية. إلا أن الجمهور اختار كبديل عن الجريدة مختلف القنوات الوطنية والاجنبية منها إلا أنه لم يتوجه إلى قناة الشروق وهو ذات الامر الذي اوصلتنا إليه نتائجنا في (الجدول رقم 52).

جدول رقم (33): يبين الاحتياجات التي تحققها جريدة الشروق اليومي لجمهورها ( عدد المفردات الذين تحقق جريدة احتياجاتهم 42 مفردة):

المجموع		%			K			الاحتياجات
%	K	لا	احيانا	نعم	لا	احيانا	نعم	
100	42	2,38	9,52	88,10	1	4	37	اخبارية
100	42	14,29	21,43	64,28	6	9	27	ترفيهية
100	42	4,76	23,81	71,43	2	10	30	سياسية
100	42	4,76	23,81	71,43	2	10	30	ثقافية
100	42	21,43	23,81	54,76	9	10	23	علمية
100	42	16,67	35,71	47,62	7	15	20	دينية
100	42	/	7,14	92,86	/	3	39	اجتماعية
100	42	23,81	33,33	42,86	10	14	18	اقتصادية

استطاعت جريدة الشروق إشباع احتياجات جمهورها الاجتماعية بنسبة 92.86% على غرار الذين يروا أن الجريدة أحيانا ما تشبع احتياجاتهم الاجتماعية وهذا بنسبة 7.14% كما تحقق جريدة الشروق احتياجات جمهورها إخباريا مقابل من يقرؤونها ويرون أنها لا تحقق هذه الحاجة بنسبة 2.38%، أما الحاجات السياسية والثقافية التي تحققها الجريدة فقد وصلت نسبة العينة التي تشبعها 71.43% مقابل من يرونها أحيانا ما تشبعهم بنسبة 23.81%، أما الدينية في هي تحققها بنسبة 47.62% مقابل من لا تشبعهم بنسبة 16.7%.

أما الحاجات الترفيهية والعلمية فقد حققها الجمهور من قراءة الجريدة بنسبة 64.28% و 54.76% على التوالي مقابل من لا تشبعهم بنسبة 14.29% و 21.43%.

حيث يرى الجمهور أن احتياجاته الاقتصادية والتي تحققها الجريدة والتي جاءت ضمن آخر اختياراته بنسبة 42.89% مقابل من يراها تحقق أحيانا احتياجاته بنسبة 33.33%.

ومن هنا فإن جريدة الشروق تشبع احتياجات جمهورها الاجتماعية والإخبارية والسياسية والثقافية بنسبة متفاوتة عن الاحتياجات الترفيهية والعلمية والدينية وآخرها الاقتصادية.

ومنه نستنتج أن جمهور الشروق هو جمهور جدي تغلب عليه المواضيع الإخبارية والاجتماعية والتنشيطية والسياسية على وجه العموم وهذا ما ابرزته الحاجات التي دفعته لقراءة جريدة الشروق للحصول عليها قصد تلبية رغباته.

**جدول رقم (34):** يبين الحاجات الترفيهية المحققة من قراءة جريدة الشروق اليومي (عدد المفردات التي تحقق الجريدة احتياجاتهم الترفيهية 36 مفردة).

المجموع		الحاجات المحققة
%	K	
72	27	تسلية
22,22	8	تمضية الوقت
2,78	1	الهروب من الواقع
100	36	المجموع

ترى عينة الدراسة والتي تشبع الجريدة احتياجاتهم الترفيهية بنسبة 64.28% فالغاية هي تسليتهم بنسبة 72% وكذلك تدفعهم لتمضية الوقت بنسبة 22,22%، ومن تجعلهم يهربون من الواقع بنسبة 2,78%.

صفحة التسلية هي صفحة قارة في الجريدة تتكون من العديد من الأقسام منها ( الكلمات السهمية، سودوكو، نكت، حكم، حدث في مثل اليوم بالإضافة إلى معلومات متنوعة).

جدول رقم (35): يبين الحاجات الاجتماعية المحققة من قراءة جريدة الشروق اليومي (عدد المفردات التي تحقق الجريدة احتياجاتهم الاجتماعية 42 مفردة).

المجموع		الحاجات المحققة
%	K	
52,38	22	مشاكل الحياة
23,81	10	حوادث
23,81	10	الجرائم
100	42	المجموع

استطاعت جريدة الشروق من خلال معالجتها للمشاكل الحياتية اليومية من كسب جمهورها وهذا بنسبة 52.38% كما تعتبر قصص الحوادث والجرائم هي أيضا من المواضيع المحبذة لدى الجمهور بنسبة 23.81%.

فجريدة الشروق هي ذات طبيعة اجتماعية خاصة وأن 92.86% يرونها تحقق لهم ما يرغبونه من فضائهم الاجتماعي، لأن الجمهور يميل إلى هكذا نوع من المواضيع التي تجعله يشعر بالانتماء فالجريدة تسعى دائما إلى تقديمها له حتى يبقى متابعا لها ولأهم الأحداث والمتغيرات التي يتوقع أن تحقق له العائد الأقصى من المنفعة وتقلل العقاب المتوقع من البيئة الخارجية.

جدول رقم (36): يبين الحاجات السياسية المحققة من قراءة جريدة الشروق اليومي (عدد المفردات التي تحقق الجريدة احتياجاتهم السياسية 40 مفردة).

المجموع		الحاجات المحققة
%	K	
45	18	أحداث سياسية محلية وطنية
30	12	أحداث سياسية عربية
15	6	ثقافة عامة في مجال الحريات والديمقراطيات
10	4	أحداث سياسية عالمية
100	40	المجموع

ترى نسبة 71,43% أن جريدة الشروق تشبع حاجاتهم السياسية لاعتبارها تزودهم بالأحداث السياسية المحلية الوطنية بنسبة 45%، كما تزودهم بالأحداث السياسية العربية بنسبة 30% تلتها ثقافة عامة في (الحريات والديمقراطية) بنسبة 15%، أما 10% فهي نسبة ما تشبعه الصحيفة من أحداث سياسية عالمية.

إن طبيعة جريدة الشروق هي جريدة وطنية تعنى بالأحداث السياسية سواء على الصعيد المحلي أو الوطني فهي ترصد تحركات (الساحة السياسية الوطنية وأخبار الأحزاب وأهم ما يحدث في غرفة البرلمان ومختلف القوانين الصادرة)، كما أن الجريدة لم تتغاضى عن نقل الأحداث العربية ومجريات الأحداث السياسية داخل الدول العربية المجاورة، كما أن ثقافة الحريات والديمقراطيات التي دخلت حديثاً وغيرت معالم الساحة السياسية والتي تعرف بحروب الربيع العربي والمناداة بإسقاط النظام في أغلب البلدان من

العالم استطاعت جريدة الشروق ان تصل إلى هذه البؤر وترصد الأحداث لجمهور قراءها وهذا ما أثبتته نسبة 15%.

وإن عقبتنا على الانخفاض المحسوس للأحداث السياسية العالمية التي تعالجها الجريدة فهذا راجع أصلا إلى الطابع المحلي والوطني للجريدة والذي يشغل 90% من المساحة الكلية لصفحات جريدة الشروق اليومي فإذا قارنا بما تنشره هذه الأخيرة على مستوى صفحاتها من أحداث سياسية وطنية محلية وعربية وأخرى عالمية فالفرق جد واضح.

**جدول رقم (37):** يبين الحاجات الاقتصادية المحققة من قراءة جريدة الشروق اليومي (عدد المفردات التي تحقق الجريدة احتياجاتهم الاقتصادية 32 مفردة).

المجموع		الحاجات المحققة
%	K	
71,88	23	اقتصاد محلي وطني
15,63	5	تحديات التنمية الاقتصادية
6,25	2	اقتصاد عربي
6,25	2	اقتصاد عالمي
100	32	المجموع

بالرغم من أن الاقتصاد احتل المرتبة الأخيرة من ناحية الاحتياجات التي ترغبها العينة بنسبة 42.86%، إلا أن هذه الفئة القليلة التي تطالع مواضيع الاقتصاد الوطني ترى بأن جريدة الشروق تحقق في مواضيعها الاقتصادية المحلية الوطنية إشباعاتهم بنسبة 71,88%، كما أن المواضيع التي تنشر فيما

يخص تحديات التنمية الاقتصادية والتي تشبع نسبة 15.63%، مقابل الاقتصاد العربي والعالمي بنسبة 6.25%، وكما ذكرنا سابقا أن الجريدة لا تعنى كثيرا بالمواضيع الاقتصادية ولا تنشر يوميا أخبار عنها كما أن صفحتها غير قارة، ولكنها تنشر مواضيع من حين إلى آخر فهي لا تتغاضى في تلك الأحيان عن نشر أخبار الاقتصاد المحلي الوطني، لأن البيئة الاقتصادية الوطنية هي الأساس فترصد مجرياته وتعرض (أخبار السوق وتطوراتها وأخبار البورصة والبترو، والإنتاجات الزراعية).

**جدول رقم (38):** يبين الحاجات الثقافية المحققة من قراءة جريدة الشروق اليومي (عدد المفردات التي تحقق الجريدة احتياجاتهم الثقافية 40 مفردة).

المجموع		الحاجات المحققة
%	K	
60	24	ثقافات محلية وطنية
22,50	9	أدب وفنون
10	4	ثقافات عالمية
7,50	3	ثقافات عربية
100	40	المجموع

أظهرت نتائج الجدول أن أفراد العينة الذين يحققون احتياجاتهم الثقافية من خلال الثقافات المحلية الوطنية هم بنسبة 60%، أما من يحققونها عن طريق الأدب والفنون فهم بنسبة 22,50% بينما مثلت نسبة 10% الأفراد الذين تشبع الجريدة احتياجاتهم من خلال الثقافات العالمية، لتكون آخر نسبة 7,50% للذين يحققون حاجاتهم الثقافية عن طريق الثقافات العربية.

فأعربت العينة عن اهتمامها بالمجال الثقافي لأنها إحدى الحاجات التي تحققها الجريدة من خلال ما تقدمه لجمهورها من ثقافات محلية وطنية خاصة وأن العينة أثبتت إشباعها بنسبة 60% لأن الجريدة لا تقصر في نقل وقائع المهرجانات المحلية والمعارض الأدبية والمعارض وطنية حول الحرف اليدوية، لتعرف بعادات وتقاليد مختلف ولايات الوطن\* إضافة إلى هذا فإن جمهور الجريدة أكد أنها تحقق له ما يرغبه من مواضيع الأدب والفنون بنسبة 22.50% وهذا من خلال آخر الكتابات وأخبار المخرجين، السينمائيين وآخر إنتاجات الأفلام والروايات والمسرحيات المحلية منها والعالمية.

**جدول رقم (39):** يبين الحاجات العلمية المحققة من قراءة جريدة الشروق اليومي (عدد المفردات التي تحقق الجريدة احتياجاتهم العلمية 33 مفردة).

المجموع		الحاجات المحققة
%	K	
45,46	15	آخر التطورات التكنولوجية
27,27	9	آخر الاختراعات العلمية
27,27	9	احتياجاتك العلمية الخاصة
100	33	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن 45,46% من قراء الجريدة يحققون احتياجاتهم العلمية من خلال آخر التطورات التكنولوجية، بينما أظهرت نسبة 27,27% أن الجمهور يحقق احتياجاته عن طريق آخر الاختراعات العلمية وهي نفس النسبة للذين يحققون احتياجاتهم العلمية الخاصة.

\*: حسب ملاحظتنا لأحد أعداد جريدة الشروق.

تري عينة الدراسة والمهتمة بالمجال العلمي بنسبة 52.38% أن جريدة الشروق تحقق إشباعات متفاوتة بين آخر التطورات التكنولوجية وآخر الاختراعات العلمية وتحقق كذلك الاحتياجات الخاصة للأفراد، ما يبرز أن جريدة الشروق لا تخاطب فقط الفئات المهتمة بالسياسة والأخبار والترفيه، فهي أيضا تخاطب الجمهور الذي يميل إلا الأمور العلمية خاصة وأن الفئة التي تقرأها بقوة هي فئة الشباب إذ نجدهم مولعين بهكذا نوع من المجالات خصوصا ونحن في عالم تتغير معالمه سريعا وكل يوم تظهر تطورات واختراعات تأتي بالجديد على سابقتها لهذا فمن الضروري مواكبتها.

**جدول رقم (40):** يبين أسباب عدم مشاهدة جمهور الجريدة لقناة الشروق TV (لمفردات كل العينة 72).

المجموع		الأسباب
%	K	
33,33	24	بسبب ظروف العمل
27,78	20	متابعة القنوات الفرنسية
23,11	17	متابعة القنوات الرياضية
15,78	11	لا يثق بالقنوات الخاصة
100	72	المجموع

بين الجدول أن 33,33% لا يشاهدون قناة الشروق بسبب ظروف العمل، أما من يتتبعون القنوات الفرنسية فجاءت نسبتهم 27,78%، لتبعد القنوات الرياضية أفراد العينة عن مشاهدة قناة الشروق فهم بنسبة 23,11% لتكون آخر نسبة 15,78% والتي لا تثق أصلا بهذه القنوات الخاصة الجزائرية الجديدة.

تفاوتت الاسباب الشخصية لأفراد العينة لعدم تتبعهم قناة الشروق رغم قراءتهم لجريدة الشروق اليومي، فهي أمور مرتبطة بظروفهم ورغباتهم وقناعاتهم فاعتبر قراء الجريدة ان ظروف العمل من الاسباب التي تمنعهم عن مشاهدة قناة الشروق والتي تمتد إلى ساعات متأخرة من الليل فتصبح ضرورة الاسترخاء أهم من مشاهدة التلفزيون كما علل بعض افراد العينة أن القنوات الفرنسية خاصة منها tf1، tv5 من القنوات المحبذة لديهم وليس قناة الشروق، فعلى اغلب الظن فهي فئة تتقن اللغة الفرنسية وتميل إلى خصوصية الإعلام الفرنسي في حين يفضل افراد العينة القنوات الرياضية لاهتمامهم بالجانب الرياضي أكثر من الجوانب الأخرى (السياسية والاقتصادية...).

أما من يقرؤون الجريدة ولا يشاهدون قنواتها فهم لا يتقنون أبدا فيما تقدمه مجمل هذه القنوات الجزائرية الجديدة وهذه النظرة السلبية والتي اكتسبها الافراد نابعة في اصلها من القنوات العمومية فحسب تقديرنا فهم يرونها ظاهريا خاصة ولكن بطابع العمومية، لأنها تسير على خطى سابقتها وستقوم بتعتيم أخبار البلاد.

#### المحور الخامس: عادات وأنماط وظروف المشاهدة

جدول رقم (41): يبين بدايات مشاهدة قناة الشروق TV.

المجموع		الفترة
%	K	
77,78	56	منذ ظهورها
15,28	11	منذ أكثر من سنة
6,94	5	أقل من سنة
100	72	المجموع

يظهر الجدول أعلاه أن نسبة 77.78% من العينة باشرت مشاهدة قناة الشروق مند ظهورها في حين بلغت نسبة 15.28% من مشاهدي قناة الشروق الذين بدؤوا مشاهدة القناة منذ أكثر من سنة، أما الذين عرفوا القناة منذ أقل من سنة فهم أقل نسبة وهي 6.94%.

فقناة الشروق التي أطلقت بثها في مطلع نوفمبر 2011 ومر على تأسيسها ثلاث سنوات فما عبرت عليه النسبة أعلاه فدرجة استقطابها لجمهورها كانت جدّ كبيرة بالرغم من تجربتها المحتشمة في مجال السمعي البصري في بداياتها المتعثرة، إلا أن هذا الاستقطاب حسبنا راجع لانفتاح السمعي البصري الخاص في الجزائر، خاصة وأن الجمهور كان ينتظر مشاهدة قنوات خاصة جزائرية على غرار القنوات العمومية الخمس التي تعود عليها، فهي بالنسبة إليه قنوات جديدة عليه أن يتعرض إليها حتى يرى ما تقدمه من جديد بالخصوص وأنها خاصة غير تابعة للحكومة، فهي بالتالي ستعبر عن آراءهم وانشغالاتهم وتتقل واقعهم الحقيقي، وبعد أن اعترفت الحكومة بقناة الشروق وأعطتها الاعتماد ولكن ببث خارجي زاد انتشار القناة وارتفع استقطابها لجمهورها في السنتين الأخيرتين، كما أن القناة كانت لها محطات خلال مشوارها المهني جذبت إليها المشاهدين الذين لم يكونوا يتابعونها خاصة من خلال التشريعات الرئاسية 2014.

**جدول رقم (42): يبين كثافة التعرض لقناة الشروق TV.**

المجموع		طريقة التعرض
%	K	
48,61	35	بانتظام
48,61	35	أحيانا
2,78	2	نادرا
100	72	المجموع

يبين الجدول أعلاه أن أفراد العينة يشاهدون قناة الشروق بانتظام وهذا ما عبرت عليه نسبة 48,61%، بينما من يشاهدونها أحيانا فجاءت نسبتهم 2,78% لتكون نسبة 2,78% كأصغر نسبة معبرة عن الذين يشاهدونها نادرا.

فمن الضروري التعرف على كثافة التعرض لقناة الشروق باعتباره مؤشرا هاما يمكننا من معرفة على الأقل العادات والأنماط الجديدة التي رسختها هذه القناة الخاصة الجزائرية لدى مشاهديها، لهذا وبيدوا من خلال بحثنا الميداني أن مشاهدي قناة الشروق أصبحت لديهم تجربة منتظمة وغير منتظمة في نفس الوقت لمشاهدة القناة بنسبة 97,22%، وهنا يظهر جليا ان الفرد لا يزال في تردد أمام ان يجعل قناة الشروق قناة اساسية فالتردد بين الانتظام وعدمه يجعلنا نرجح هذا السبب ان القناة في منطلقها لاتزال فنية وتجربتها البسيطة في بدايتها لا تستطيع ان تجزم جزما قاطعا ان الافراد سيتتبعونها دائما فهي لا تزال في مرحلة التجربة وبناء سياسة تكسب من خلالها جمهورها، أي أنها مرجحة من أن تدفع بديمومة مشاهدتها أو أنها تتعثر في اختيار ما يلائم جمهورها فتخسر كمشاهد لها ، إلا أنه تبقى مشاهدة الجمهور سواء الدائمة أو المتقطعة أو حتى النادرة نقطة إيجابية للقناة لأنها وكما ذكرنا سابقا أن التجربة حديثة الظهور.

**جدول رقم (43): يبين الفترات المفضلة لمشاهدة قناة الشروق TV.**

المجموع		فترات التعرض
%	K	
66,67	48	ليلا
22,22	16	مساء
11,11	8	صباحا
100	72	المجموع

عند الكشف عن أكثر الفترات المفضلة لمشاهدة قناة الشروق اتضحت أن الفترة الليلية من (19 إلى 23 سا)\* تستقطب 66,67% من مشاهديها، أما 22,22% فهم من يشاهدونها مساءً، ومن يشاهد قناة الشروق صباحاً فهي فئة ضئيلة مقارنة بالفترات الأخرى بنسبة 11,11%.

وتبدوا هذه النتيجة منطقية إذ أن عينة الدراسة على أغلبهم عاملين وعاملات وكذلك طلاب فهم منشغلون في الفترة الصباحية بالدراسة والعمل خاصة وأن الفترة المسائية والفترة الليلية تكثر فيهما البرامج المتنوعة وهذا ما أثبتته دراسة "إيمار"\* عند دراستها للوقت المفضل لمشاهدي قناة الشروق حيث توصلت أن الوقت الذي تفضله العينة في المشاهدة هو وقت الذروة.

ويمكن أن نخلص في الأخير أن على قناة الشروق أن تكثف برامجها خصوصاً في وقت الذروة وفي المساء لزيادة نسبة مشاهديها ومن أجل استقطاب جماهير أكثر.

**جدول رقم (44): يبين الوقت المخصص لمشاهدة قناة الشروق TV .**

المجموع		الوقت المخصص
%	K	
52,78	38	من نصف ساعة إلى ساعة
37,50	27	من ساعة إلى ساعتين
9,72	7	ساعتين فأكثر
100	72	المجموع

\*: معهد إيمار ماغريب، دراسة حول الوقت المفضل لمشاهدة قناة الشروق.

يلعب الحجم الزمني للمشاهدة دورا هاما للتعرف على العادات التي يكون جمهور الشروق قد اكتسبها.

وقد أوضحت الدراسة فيما يتعلق بعدد ساعات المشاهدة التي يقضيها مشاهدو الشروق أمام شاشتها فثنين من خلال البيانات أن 52,78% يقضون من نصف ساعة إلى ساعة، وأن 37,50% من العينة الإجمالية تشاهد القناة بمتوسط من ساعة إلى ساعتين، كما تدل النتائج أيضا أن 9,72% يقضون أكثر من ساعتين أمام مشاهدة القناة، وعند دراسة المتوسط الحسابي Arithmetic Mean هو من مقاييس النزعة المركزية لحجم المشاهدة في اليوم لدى عينة الدراسة وجدنا أن هذا المتوسط يساوي 1 ساعة و 09 دقائق\* ويتعميم هذا المتوسط على عينة الدراسة يمكن القول أن المتوسط الحقيقي لعدد ساعات المشاهدة يتراوح ما بين ساعة وساعتين، وهذا المتوسط يعتبر في الحقيقة مؤشرا يدل على اقبال الجمهور على قناة الشروق خاصة وأن وقت المشاهدة مرتبط بوقت المضامين التي تعرضها القناة. ولهذا الغرض يمكن القول كاستنتاج أولي أن الانماط قد تسبق العادات في بعض الأحيان. فقناة الشروق تعرض برامجها من ساعة إلى ساعتين وهو الحجم الزمني الذي يقضيه المشاهد أمام القناة. وهي نقطة سلبية بالنسبة للشروق فهي تتعامل مع فترة زمنية ببرنامج واحد فالقناة في بدايتها، مطالبة بتكثيف أكثر من برامج في زمن محدد لتضمن مشاهدين وتلبي اذواقا أكثر.

$$*: x = \frac{(45*38) + (90*27) + (120*7)}{72} = 69,17 \text{ mn}$$

جدول رقم (45): يبين المكان المفضل لمشاهدة قناة الشروق TV.

المجموع		مكان القراءة
%	K	
97,22	70	في المنزل
/	/	في المقهى
2,78	2	في العمل
100	72	المجموع

أظهر الجدول أن 97,22% أنهم يشاهدون قناة الشروق في المنزل أما النسبة المتبقية 2,78% فهم يشاهدونها في العمل.

أثبتت العينة أن المكان المفضل لديها لمشاهدة القناة هو المنزل بنسبة 97,22% ويمكن تفسير هذا أن الماكثات في البيت بطبيعة الحال يشاهدون القناة في المنازل وكذلك العاملون والمتدربون يشاهدونها بعد العودة من العمل والدراسة في منازلهم، فهو بالنسبة لهم المكان الأمثل للمشاهدة لأن المنزل يحقق الراحة والاسترخاء، كما يسمح للفرد في التحكم في قرارات ما يريد مشاهدته.

فقناة الشروق لا تزال كأى قناة جزائرية أخرى محدودة بمكانية مشاهدتها ومرتبطة بمكان وجود التلفاز، فالقناة ومع ظهور الهاتف الذكي والجيل الثالث باستطاعتها أن تتحرر من المكانية المعتادة وتفكر في أن تكون مشاهدتها غير محدودة وهذا من خلال عقد شراكة مع شركات الاتصال الجزائرية حتى تصبح كتطبيق (application) متواجد في الهواتف النقالة ليتسنى لجمهورها مشاهدتها في أي وقت وفي أي مكان.

جدول رقم (46): يبين كيفية التوجه لمشاهدة قناة الشروق TV.

المجموع		كيفية التوجه للقناة
%	K	
36,11	26	عن طريق الأهل والاصدقاء
30,55	22	صدفة
29,17	21	البحث والتطلع على القنوات الخاصة
4,17	3	من خلال الأنترنت
/	/	الاشهار عنها في الجريدة
100	72	المجموع

يبين الجدول أن أفراد العينة توجهوا إلى مشاهدة قناة الشروق عن طريق الأهل والأصدقاء وهذا بنسبة 36,11%، أما من توجهوا نحوها صدفة فنسبتهم 30,55% أما نسبة 29,17% فهي للذين توجهوا عبر البحث والتطلع على القنوات الخاصة، لتكون أصغر نسبة 4,17% للذين توجهوا للقناة من خلال الأنترنت.

تعرفت نسبة 59,72% على قناة الشروق صدفة ومن خلال البحث والتطلع على القنوات الخاصة الجزائرية فبالرغم من أن المشاهدين وقعوا صدفة في قناة الشروق، إلا أنهم أصبحوا من جمهور القناة وهذا دليل على أنهم وجدوا ما يشغل اهتماماتهم ويلبي احتياجاتهم، كما أن هناك فئة من المشاهدين دائمو البحث عن هذه القنوات الخاصة الجديدة فأصبحت قناة الشروق من المحطات المفضلة لديهم، وللأهل والأصدقاء كذلك دور في توجه فئة من المشاهدين نحو القناة، ما يؤكد أن القناة استطاعت أن تؤثر عليهم وتجذبهم وتترسخ لديهم كقناة مفضلة، فإن التداول والحديث عنها ومناقشة ما تقدمه من برامج سهل انتشارها وتناقلها بين الأفراد.

جدول رقم (47): يبين كيفية مشاهدة قناة الشروق TV.

المجموع		كيفية المشاهدة
%	K	
69,44	50	بعض البرامج المعروضة
20,84	15	الأخبار فقط
9,72	7	كل برامج القناة
100	72	المجموع

أظهر الجدول أن من يشاهدون بعض البرامج المعروضة عبر القناة وصلت نسبتهم 69,44%، أما نسبة 20,84% فهم يشاهدون الأخبار فقط، بينما من يشاهدون كل برامج القناة فوصلت نسبتهم 9,72%.

أوضحت النتائج التي توصلنا إليها من خلال هذه الدراسة أن جمهور الشروق يشاهد بعض البرامج التي تعرضها وهذا ما يقارب 70% ، بالتالي هو جمهور يدرك تمام الإدراك نوع الرسالة التي يريد أن يتلقاها وبالنسبة للشروق فهذا مكسب لها، لأنها تملك برامج معينة دفعت بجمهورها إلى متابعتها، في حين تشاهد نسبة 20,84% الأخبار فقط وهذا راجع لكون قناة الشروق مهتمة كذلك بالجانب الإخباري في شبكتها البرمجية.

المحور السادس: دوافع مشاهدة قناة الشروق والإشباع المحققة.

جدول رقم (48): يبين الهدف من مشاهدة قناة الشروق TV.

المجموع		هدف التعرض
%	K	
45,84	33	متابعة المستجدات
44,44	32	الحصول على الأخبار
9,72	7	تمضية الوقت
100	72	المجموع

تبين أرقام الجدول أن الجمهور يتعرض لقناة الشروق بهدف متابعة المستجدات بنسبة 45,84%، أما من يشاهدون القناة بهدف الحصول على الأخبار فنسبتهم 44,44%، بينما تمثل نسبة 9,72% الأفراد الذين يتعرضون لها بهدف تمضية الوقت.

اتجه الجمهور إلى مشاهدة قناة الشروق بغرض متابعة المستجدات والحصول على الأخبار بنسبة 90,28%، وهذا راجع لكون القناة تعرض على فترات متقاربة نشرات، محلية، وطنية، عالمية ورياضية إضافة إلى النشرة الرئيسية، ونشرات عاجلة عند حدوث أمر هام سواء على المستوى المحلي أو الوطني أو العالمي، إضافة إلى أن القناة متابعة للمستجدات وللأحداث التي تعرضها عبر شريط أخبار في أسفل الشاشة يعرض أغلب تطورات الأحداث والأخبار الجديدة حتى يعلم بها جمهورها المتابع لها.

فجمهور القناة من خلال هذه الميزة التي قدمتها له قد اتجه صوبها ليس بغرض تمضية الوقت (وهذا ما أكدته نتيجة بحثنا التي بلغت نسبتهم 9,72%)، وإنما للحصول على الأخبار التي تهمة ومتابعة المستجدات، ومن خلال أرقام الجدول نتأكد أن قناة الشروق يغلب عليها الطابع الإخباري أكثر منه الترفيهي، فهي تسير على نفس مسار جريدتها حيث تتبع نفس السياسة التحريرية الإخبارية للجريدة،

ونحن نعتبرها من ناحية إيجابية أنها تتابع المستجدات وتقدم الأخبار لكي تضع جمهورها في الصورة وتجعله يعلم ويدرك كل ما يدور حوله، فهي تتعامل معه على أساس أنه مشاهد واعي ويستحق ما يشاهده، أما من ناحية أخرى فهذه الميزة التي تغلب كثيرا على القناة ميزة سلبية لأنها لا تركز على الميزة الأساسية التي تقوم عليها المعايير الأساسية لأي تلفزيون في العالم وهي الترفيه حتى يمضي الجمهور وقته من خلال برامجها، فهذا الطابع الجدي والتعامل مع الأخبار يؤدي إلى ملل الجمهور خاصة وأن قناة الشروق التي وقعت عليها الدراسة هي قناة الشروق العامة وليس القناة الثانية " الشروق الاخبارية" لهذا عليها أن تضبط أحسن شبكتها البرمجية وترتكز أكثر على فكرة الترفيه.

**جدول رقم (49): يبين اهتمامات الجمهور بالمواضيع التي يشاهدها في قناة الشروق TV.**

- أ -

التكرارات		المواضيع
%	K	
45,83	33	وطنية
37,50	27	محلية
16,67	12	عالمية
/	/	إقليمية
100	72	المجموع

يظهر الجدول أن أفراد الفئة يفضلون المواضيع الوطنية بنسبة 45,83%، أما المواضيع المحلية فهم يفضلونها بنسبة 37,50%، أما نسبة 16,67% فهم يفضلون المواضيع العالمية.

- ب -

المجموع		المواضيع
%	K	
45,84	33	إخبارية
23,61	17	ترفيهية
23,61	17	ثقافية
6,94	5	تعليمية
100	72	المجموع

أظهرت نتائج الجدول أن المواضيع المفضلة في القناة هي الإخبارية وهذا بنسبة 45,84%، تليها المواضيع الترفيهية والثقافية 23,61%، أما النسبة 6,94% فهي تعبر عن تفضيل الجمهور للمواضيع التعليمية

المجموع		المواضيع
%	K	
45,83	33	اجتماعية
26,39	19	دينية
25	18	سياسية
2,78	2	اقتصادية
100	72	مجموع

يظهر الجدول أن المواضيع الاجتماعية هي المواضيع المفضلة لدى أفراد العينة بنسبة 45,83%، تليها المواضيع الدينية بنسبة 26,39%، ليعبر الأفراد عن تفضيلهم للمواضيع السياسية بنسبة 25%، لتكون النسبة الأصغر للذين يفضلون المواضيع الاقتصادية 2,78%.

يهتم المشاهد من خلال تعرضه لقناة الشروق في الدرجة الأولى بالمواضيع الإخبارية فيبحث المشاهد عن ما يربطه بمحيطه وطنيا وجواريا ثم عن أخبار ما يحدث عند الغير، ومن خلال هذه العلاقة التي يقيمها المشاهد مع قناة الشروق فهو يبحث عن أخبار لها علاقة بحياته اليومية ورموز سياسية تشكل جزءا من محيطه. في حين يعتبر عالم الأرقام والإحصائيات من المواضيع المستبعدة لدى مشاهدي الشروق، وكذا المواضيع التعليمية.

ومن خلال هذه المواضيع التي يهتم بها المشاهد فهي تعكس اهتمام القناة بالمواضيع التي تعرضها لجمهورها، فالاهتمام بالنطاق الجغرافي المحلي والوطني والأمور الاجتماعية والاخبارية والثقافية والسياسية والدينية من المواضيع التي تركز عليها القناة بشكل كبير على خلاف المواضيع الاقليمية والتعليمية

والاقتصادية. وهذا ما أكده لنا زلاقي هشام مدير تحرير قناة الشروق على هامش المقابلة حيث قال: " أن قناة الشروق هي قناة عامة ولكل الجزائريين تهتم بالمواضيع الاجتماعية والثقافية والدينية. "\*.

جدول رقم (50): يبين البرامج المفضلة لدى مشاهدي قناة الشروق TV.

المجموع		البرامج
%	K	
26,39	19	هنا الجزائر
25	18	الأخبار
20,83	15	وافعلوا الخير
11,11	8	جاوب تريج
6,94	5	مشيت عليك
4,17	3	خيرات بلادي
2,78	2	بولي WEEK
1,39	1	موعد للنساء
1,39	1	الصحة للجميع
100	72	مجموع

\*: مقابلة مع مدير تحرير قناة الشروق زلاقي هشام ، يوم 2014/05/25، على الساعة 14:00 بمقر المؤسسة.

تشغل البرامج الإعلامية ( الأخبار والحوارات ) اهتمام نسبة معتبرة من جمهور عينة الدراسة 51,39%، وتؤكد هذه النتيجة اهتمام المشاهد ببرنامج "هنا الجزائر" والذي احتل المرتبة الأولى فهو برنامج حوارى يتطرق لمواضيع تعتبر من الطابوهات التي لم يتعود الجمهور الجزائري على مشاهدتها من قبل. خاصة وأن مصادر المعلومات هم من جهات ثقيلة في الجهاز الحكومي للدولة، رؤساء أحزاب، معارضون ومحللون سياسيون. يليه مباشرة الأخبار في المرتبة الثانية، ثم برنامج وافعلوا الخير بالمرتبة الثالثة وهو برنامج يعنى بتقديم مساعدات إنسانية مختلفة، يليه في المرتبة الرابعة برنامج المسابقات جاوب تريح، فيما احتل البرنامج الفكاهي مشيت عليك المرتبة الخامسة.

ومنه نستنتج أن القناة تحاول أن تلبي احتياجات كل أنواع جمهورها ( المرأة، الصحة، الأمور الاجتماعية...)، ولكن الطابع الغالب هو القالب الإخباري خاصة وأن - حسب رأينا - الجمهور توجه نحو هذه البرامج لأن هذا النوع من المضامين كان مغيب ومعتم عليه سابقا في القنوات العمومية، وهذا يعني أن القناة استطاعت أن تجذب جمهورها من خلال تركيزها على هذه النقطة، ولكن ما تزال القناة تغيب الجانب الترفيهي الذي لا بد أن يكون حاضرا بطريقة دائمة وليس موسمي أو مناسباتي، كما أشار إليه زلاقي هشام " أن القناة تتعامل مع الترفيه إلا خلال شهر رمضان. فيرجع المدير هذا السبب إلى كون القناة فنية فهي تحاول أن تكسب جمهورها من خلال النزول إلى الشارع ورصد انشغالاته كما أضاف أنه وبمجرد استقرار القناة ستقوم بتعديلات على هذا المستوى.\*"

\*: زلاقي هشام، نفس المرجع.

جدول رقم (51): يبين امكانية قناة الشروق TV من تحقيق احتياجات جمهورها.

المجموع		الاحتياجات
%	K	
70,83	51	تحقق
29,17	21	لا تحقق
100	72	المجموع

من خلال محاولتنا للتعرف عن ما إذا كانت قناة الشروق تشبع احتياجات مشاهديها أم لا أثبتت نسبة كبيرة من الجمهور اهتمامها بالقناة لأنها تشبع احتياجاته اليومية (التي سنستعرضها لاحقاً) بنسبة تفوق 70% ، بالمقابل هناك من يرى أن القناة لا تشبع احتياجاته وهي نسبة قليلة مقابل من يرونها تحقق احتياجاتهم وهي 29,17%.

جدول رقم (52): يبين الجرائد الأكثر قراءة من طرف جمهور قناة الشروق TV والتي لم تشبع احتياجاتهم ( عدد المفردات التي لا تحقق القناة احتياجاتهم 21 مفردة).

المجموع			الجرائد	
%		K		
95,24	61,9	13	الخبر	جرائد ناطقة باللغة العربية
	28,58	6	النهار	
	4,76	1	النصر	
/	/	/	الوطن	جرائد ناطقة باللغة الفرنسية
4,76	4,76	1	الهداف الرياضي	جرائد متخصصة
100		21	المجموع	

أثبت الجدول أن أفراد العينة يقرؤون الجرائد الناطقة بالعربية (الخبر، النهار، النصر) بنسبة 95,24%، أما الجرائد المتخصصة (الهداف الرياضي) فالعينة تفضلها بنسبة 4,76%.

أثبتت نسبة 29,17% من الذين يشاهدون القناة ويرون أنها لا تحقق احتياجاتهم اليومية توجهها إلى قراءة الجرائد من أجل تحقيق هذه الاحتياجات، حيث أثبتت نسبة 95,24% ميلها إلى قراءة الجرائد الناطقة باللغة العربية بتوجههم إلى قراءة الجرائد المستقلة (الخبر والنهار) أكثر منها العمومية (النصر)، فهي جرائد شائع عنها أنها تتميز بالمعارضة لنظام الحكم، وتهتم بالمواضيع المحلية أكثر منها الوطنية بصفحات متنوعة المضامين (سياسيا، اجتماعيا، ثقافيا واقتصاديا)، ولا يخفى أن كل من جريدة الخبر والنهار لها قنوات خاصة وهذا ما يوحي أن الجمهور الذي يشاهد قناة الشروق لم يتوجه إلى جريدتها لإشباع احتياجاته بل اختار جرائد أخرى والتي يعتبرها بديل حقيقي لقناة الشروق في تحقيق احتياجاتهم ومنه فالجمهور الذي تخسر القناة لا تكسبه الجريدة أي أنه يذهب إلى الجرائد المنافسة وقنواتها.

وهو نفس الأمر الذي توصلنا إليه من خلال الجدول رقم (32) الذي يؤكد أن جمهور الجريدة لا يتوجه لإقناتها عندما لا تشبع احتياجاته بل يتوجه صوب القنوات المنطلقة من جرائد. ومنه فجريدة وقناة الشروق هي أمام المنافسة من أجل الحفاظ على جمهورها وهذا ما يفرض عليها تحقيق احتياجاتهم واشباع رغباتهم حتى لا يستغنوا عنها.

جدول رقم (53): يبين الحاجات المحققة من قناة الشروق TV (عدد الأفراد الذين تحقق القناة احتياجاتهم 51 مفردة).

المجموع		المجموع						الاحتياجات
		%			K			
%	K	لا	احيانا	نعم	لا	احيانا	نعم	
100	51	/	11,76	88,24	/	6	45	اخبارية
100	51	3,93	9,80	86,27	2	5	44	ثقافية
100	51	21,57	21,57	56,86	11	11	29	علمية
100	51	13,72	17,65	68,63	7	9	35	دينية
100	51	23,53	19,61	56,86	12	10	29	ترفيهية
100	51		15,69	84,31	/	8	43	اجتماعية
100	51	19,61	9,80	70,59	10	5	36	سياسية
100	51	49,02	17,65	33,33	25	9	17	اقتصادية

بما أن 70% من المشاهدين يرون أن قناة الشروق تحقق احتياجاتهم اليومية، فالمجال الإخباري من أهم هذه الاحتياجات التي يراها مشاهدو القناة مهمة ومحققة وهذا بنسبة 88,24%، وهذا راجع إلى الطابع الإخباري الذي تميل إليه القناة والذي يظهر جليا من خلال الأخبار التي لا تتقطع عبرها القناة وهذه النتيجة يؤكدها مدير التحرير **زلاقي هشام** قائلا " أن القناة تتعامل مع الأخبار على أنها أخبار معاصرة وتهتم بعرض مضامينها الإخبارية على شكل ريبورتاجات ووثائقيات ...".\*

وتبقى الاحتياجات التي تقدمها القناة لجمهورها متفاوتة حسب اهتماماتهم بين الثقافية والاجتماعية والسياسية حيث استطاعت قناة الشروق أن تشبع الحاجات الثقافية بنسبة 86,27% في المرتبة الثانية، ونجد في المرتبة الثالثة أنها تشبع المواضيع الاجتماعية وهذا بنسبة 84,31%.

أما المجالات العلمية والدينية والترفيهية من بين المجالات التي عبر عليها المشاهدون من خلال النسب القليلة- مقارنة بالنسب الأولى- أنها الحاجات إن صح التعبير الثانوية التي تحققها القناة فتفاوتت نسب من يرون أنها تحققها وأحيانا أخرى ما تحققها ولا تحققها مطلقا، أما الاقتصادية فهي من الحاجات التي اجمعت عليها العينة أن القناة لا تحقق هذه الحاجة حيث وصلت نسبتهم 49,04% من العينة بمقابل من يرون أن القناة تحقق حاجاتهم بنسبة أقل عن سابقتها وهي 33,33%. وهذه النتيجة تتنافى مع ما عبر عنه مدير التحرير لقناة الشروق أثناء مقابله قائلا " أن القناة تهتم بالمواضيع الترفيهية والدينية بشكل كبير"\*\*. وهذا الأمر الذي لم نلمسه من خلال اجابات المبحوثين.

\*: مقابلة مع مدير تحرير قناة الشروق زلاقي هشام ، يوم 2014/05/25، على الساعة 14:00 بمقر المؤسسة.

\*\* : زلاقي هشام، نفس المرجع.

جدول رقم (54): يبين الحاجات الترفيهية المشبعة من مشاهدة قناة الشروق TV (عدد المفردات التي تحقق القناة احتياجاتهم الترفيهية 39 مفردة).

المجموع		الحاجات المحققة
%	K	
58,97	23	تسلية
35,90	14	تمضية الوقت
5,13	2	الهروب من الواقع
100	39	المجموع

يظهر البحث أن الجمهور يحقق إشباعاته الترفيهية عن طريق التسلية بنسبة 58,97% يليه اشباع تمضية الوقت 35,90%، ويشغل اشباع الهروب من الواقع المرتبة الأخيرة بنسبة 5,13%.

بالرغم من ان 39 مفرد فقط وجدت ان قناة الشروق تشبع احتياجاتها الترفيهية فهذه الفئة تفهم وسيلتها وتعرف ما تريد منها، وهذا ما أكدته نسبة 17,11% التي توجهت إلى برنامج المسابقات جاوب تريح والبرنامج الفكاهي مشيت عليك بنسبة 6,94%.

وحسب ما يتوافق مع أبحاث كاتر\* فإن الشروق تقدم برامج تقوم بتحرير جمهورها عاطفيا من التوتر والتقليص من الضغوط والمشكلات التي تواجهه يوميا.

\*: من خلال تصنيف 35 حاجة مستقاة من أدبيات البحث في وظائف الاجتماعية والنفسية لوسائل الإعلام ووظف من خلالها الحاجة إلى التخلص من التوتر من خلال الهروب والتسلية...

جدول رقم (55): يبين الحاجات الاجتماعية المشبعة من مشاهدة قناة الشروق TV (عدد المفردات التي تحقق القناة احتياجاتهم الاجتماعية 51 مفردة).

المجموع		الحاجات المحققة
%	K	
66,67	34	مشاكل الحياة
17,64	9	الجرائم
15,69	8	حوادث
100	51	المجموع

يظهر الجدول أن 66,67% يحققون احتياجاتهم الاجتماعية من خلال مشاهدتهم لمشاكل الحياة اليومية، أما من يحققونها من خلال مشاهدة قصص الجرائم فنسبتهم 17,64%، لتكون نسبة 15,69% المعبرة عن الأفراد الذين يشبعون احتياجاتهم الاجتماعية من خلال مشاهدتهم لقصص الحوادث.

تشبع قناة الشروق احتياجات جمهورها الاجتماعية من خلال ما تعرضه من مشاكل للحياة اليومية وهذا ما عبرت عليه نسبة 66,67% خاصة وأن هذه المشاكل لا تنتهي (منها ما هو مرتبط بظروف المعيشة وما هو مقترن بالأحداث الأمنية وغيرها)، فالشروق من خلال برامجها فهي تحاول أن تعرضها والمشاهد ينظر إلى نفسه من خلال الصور المعروضة، وكلما كانت هذه الصورة صادقة في تعبيرها عن اهتماماته كلما زاد ذلك في كثافة المشاهدة، وهذا حقا ما عبر عنه البرنامج الاجتماعي وافعلوا الخير والذي استقطب 20,83% من مشاهدي القناة إليه لأنه برنامج يعنى بمواضيع اجتماعية في بعض الأحيان مؤلمة وواقع مر في أحيان أخرى تترك الفرد يتأثر بها فتضع مشاهديها في الصورة المعروضة حتى يرى نفسه من خلالها. وهذه المضامين الخاصة بمشاكل الحياة اليومية دائما حاضرة على شكل

روبورتاجات وأخبار وبرامج وتركز فيه على العاطفة بمشاهد حية وواقعية. فالمؤسسة تستهدف هذا الجانب كثيرا لأن الفرد يميل إلى التعرف عن القصص التي تحدث داخل مجتمعه خاصة إذا كانت قريبة منه.

وهذه النتيجة التي توصلنا إليها أكدها مدير التحرير زلاقي هشام مرة أخرى " حيث اعتبر ان قناة

الشروق تهتم اهتماما كبيرا بالجانب الاجتماعي وتعتبره من الاساسيات التي تقوم عليها اخبارها اليومية لأنها تهتم بأمور المواطن ومشاكله وليس بالأخبار الظاهرية فقط وانما ترصد مشاكل الجزائر العميقة لان القناة ليست غايتها تغطية بروتوكولات السياسية بقدر ما تعتبر نفسها صوت الشعب لدى المسؤولين".\*

**جدول رقم (56): يبين الحاجات السياسية المحققة من مشاهدة قناة الشروق TV (عدد المفردات التي تحقق احتياجاتها السياسية 41 مفردة).**

المجموع		الحاجات المحققة
%	K	
48,78	20	أحداث سياسية محلية وطنية
31,71	13	ثقافة عامة
14,63	6	احداث سياسية عالمية
4,88	2	احداث سياسية عربية
100	41	المجموع

\*: مقابلة مع مدير تحرير قناة الشروق زلاقي هشام ، يوم 2014/05/25، على الساعة 14:00 بمقر المؤسسة.

يظهر الجدول أن الجمهور يهتم بالأحداث السياسية المحلية الوطنية بنسبة 48,78% وثقافة عامة بنسبة 31,71%، على غرار الأحداث العالمية والعربية جاءت بنسبة 14,63% و 4,88% على الترتيب.

تشبع قناة الشروق احتياجات جمهورها السياسية من خلال الأحداث المحلية والوطنية والثقافة عامة في مجال الحريات والديمقراطيات المتمثلة في الثورات المنادية بالحرية بنسبة 80,49% وهذا من خلال رصدها المتواصل لكل الأخبار والأحداث التي تعنى بالواقع السياسي الجزائري ومتغيراته من جهة، ونقلها لأخر أحداث الربيع العربي. ومنه نستنتج أن قناة الشروق تهتم بالسياسة الوطنية والمحلية أكثر من السياسة العربية والمحلية لأن تجربتها الفتية لحد الساعة لا تزال بعيدة عن السياسات العربية والعالمية لهذا فهي تكتفي بتوجيه انظار جمهورها إلى كل ما هو محلي ووطني. هذا وكما أكد مدير القناة زلاقي هشام قائلاً "اننا بصدد الاهتمام حالياً بكل ما يجري داخل الوطن وبما يتعلق بسياساتها ولا نميل الى تغطية الاخبار الخاصة بسياسة الدول الأخرى، أما فيما يخص الربيع العربي فهي من القضايا الراهنة لذلك لا بد من تسليط الضوء عليها."\*

\*: زلاقي هشام، نفس المرجع.

جدول رقم (57): يبين الحاجات الاقتصادية المشبعة من مشاهدة قناة الشروق TV (عدد المفردات التي تحقق القناة احتياجاتهم الاقتصادية 26 مفردة).

المجموع		الحاجات المحققة
%	K	
61,54	16	اقتصاد محلي وطني
34,61	9	تحديات التنمية الاقتصادية
3,85	1	اقتصاد عالمي
/	/	اقتصاد عربي
100	26	المجموع

من خلال الجدول تبين أن قناة الشروق تشبع حاجات جمهورها من الناحية الاقتصادية المحلية الوطنية بنسبة 61,54% تليها مباشرة ما تشبعه من تحديات للتنمية الاقتصادية بنسبة 34,61%، أما 3,85% فهو ما تشبعه القناة من أخبار اقتصادية ذات طابع عالمي، في حين حسب الجمهور وما يظهره الجدول أعلاه أن القناة لا تشبعه من ناحية الاقتصاد العربي.

فالقناة تحقق إشباعات حول صورة الاقتصاد الوطني من خلال معلومات عن " تحديات البورصة الجزائرية، أسعار الذهب والبترو، الاستثمارات، التبادلات المالية، الإستيراد والتصدير وعلاقات الشراكة المبرمة".

أما الإشباعات والتي تحققها الشروق في مجال التنمية الاقتصادية فهي معلومات حول " الدعم المالي، بناء الشركات والإعمار، دعم الشركات المنتجة المصغرة"\*

جدول رقم (58): يبين الحاجات الثقافية المحققة من مشاهدة قناة الشروق TV (عدد المفردات التي تحقق القناة احتياجاتهم الثقافية 49 مفردة).

المجموع		الحاجات المحققة
%	K	
42,86	21	ثقافات محلية وطنية
22,44	11	أدب وفنون
20,41	10	ثقافات عالمية
14,29	7	ثقافات عربية
100	49	المجموع

بدراسة الحاجات الثقافية التي تشبعها قناة الشروق أظهرت النتائج أن ما يزيد عن 42% هي ثقافة محلية وطنية، تليها إشباعات محققة عن حاجات أدبية فنية وثقافات عالمية بنسبة 22,44% و 20,41% على التوالي أما ما تحققه القناة من إشباعات خاصة بالثقافات العربية فهي 14,29%.

فالحاجات الثقافية المحلية الوطنية التي تشبعها القناة هي عبارة عن ثقافات فيما يخص الفنون والتمثيل والعادات والتقاليد التي تبرز فيها عادات الطبخ الجزائري من خلال برنامج "كونك شاف"\*

\*: استنتاج من خلال متابعة نشرة أخبار قناة الشروق ليوم 2014/04/23، على الساعة 20:30.

وعادات المرأة الجزائرية من خلال لباسها عبر برنامج "موعد للنساء" وثقافات دينية من خلال "قسألوا أهل الذكر" وثقافة فنية تعنى بنجوم الرياضة والفنانين والأدباء الجزائريين وكل هذه الشخصيات تطل في برنامج هذه "حياتي" علاوة على هذا فإن القناة تعرض مختلف الروبورتاجات عبر "نشراتها الإخبارية" حول آخر اصدارات الكتاب، آخر انتاجات السينما والمسرح... وغيرها.

كما أن قناة الشروق تعرف جمهورها بالثقافات العربية وخاصة السورية من خلال مسلسل "دليلة والزييق والولادة من الخاصة" ، كما أن الثقافة العالمية حاضرة من خلال شبكتها البرمجية عبر "الأفلام الأمريكية" التي تعرضها ليلا.

**جدول رقم (59): يبين الحاجات العلمية المشبعة من مشاهدة قناة الشروق TV (عدد المفردات التي تحقق القناة احتياجاتهم العلمية 40 مفردة).**

المجموع		الحاجات المحققة
%	K	
47,50	19	احتياجاتك العلمية الخاصة
27,50	11	آخر الاختراعات العلمية
25	10	آخر التطورات التكنولوجية
100	40	المجموع

تحقق قناة الشروق لجمهورها احتياجاته العلمية الخاصة وهذا بنسبة 47,50% أما آخر الاختراعات العلمية فوصلت نسبتها إلى 27,50% في حين بلغت نسبة آخر التطورات التكنولوجية 25% وهي آخر الحاجات التي تشبعها القناة لجمهورها.

\*: احصائيات معهد ايمار حول البرامج المفضلة في قناة الشروق.

\*\* :الشبكة البرمجية لقناة الشروق الجزائرية ليوم الخميس 2014/04/24.

\*\*\* : الشبكة البرمجية ليوم الجمعة لقناة الشروق الجزائرية 2014/03/14.

فنحن هنا نقف أمام جمهور واع اختار من قنواته ما يهمله علمياً فالاحتياجات العلمية الخاصة هي كذلك تبين مدى اهتمام أي شخص بمجال معين. خاصة وإن حاولنا الربط مع ما تبثه القناة عبر شبكتها البرمجية، فالبرنامج العلمي ذو الطابع الصحي ( الصحة للجميع) هو برنامج لفئة معينة من الذين يهتمون بعالم الطب وتطوراته لأنه ملم بجوانب مختلفة حول الأمراض والعلاج والتقنيات الحديثة.

**جدول رقم (60): يبين سبب عدم قراءة جمهور القناة لجريدة الشروق اليومي.**

المجموع		أسباب عدم القراءة
%	K	
61,11	44	قراءة الصحف الرياضية
20,83	15	بسبب العمل
13,89	10	يقرأ صحف
4,17	3	عدم الميل للصحف
100	72	المجموع

قدم مشاهدي الشروق تبريراتهم لعدم ميولهم لقراءة الجريدة فحسب 61,11% عدم اهتمامهم بها راجع إلى اهتمامهم الواسع بالصحف الرياضية، في حين كان العمل بالنسبة لـ 20,83% هو العائق لعدم قراءتهم لجريدة الشروق.

بينما تفضل فئة أخرى قراءة جريدة النهار والخبر باعتبارها تملك مصداقية وحرية كبيرة في تعاملها مع المضامين، وهي نفس النتيجة المتوصل إليها في الجدول رقم (52) والذي يبين أن الجمهور يتوجه

إلى هذه الجرائد في حالة أن القناة لا تشبع احتياجاته. كما أن هناك فئة لا تتعرض إطلاقاً إلى الوسيلة المكتوبة بخلاف الوسيلة السمعية البصرية.

المحور السابع:

1-7 - عادات وانماط وظروف قراءة جريدة الشروق ومشاهدة قناة الشروق TV.

جدول رقم (61): يبين بدايات قراءة جريدة الشروق اليومي ومشاهدة قناة الشروق TV.

القناة		الجريدة		الفترة
%	K	%	K	
72,22	52	26,39	19	منذ ظهورها
16,67	12	72,22	52	منذ أكثر من سنة
11,11	8	1,39	1	أقل من سنة
72				المجموع

أظهرت نتيجة بحثنا فيما يخص جمهور قراء مشاهدي الشروق حول بداياتهم في التعرض لهذين الوسيلتين، حيث تبين أن من بدؤوا قراءة الجريدة منذ أكثر من سنة وصلت نسبتهم إلى 72,22%، أما نسبة 26,39% فهي لمن باشروا قراءتها منذ ظهورها لتصل أقل نسبة مقارنة بغيرها إلى 1,39% للقراء الذين زالوا قراءتها منذ أقل من سنة.

لتكون نسبة المشاهدين الذين بدؤوا مشاهدة قناة الشروق منذ ظهورها 72,22%، أما من يشاهدون منذ أكثر من سنة فوصلت نسبتهم إلى 16,67%، مقارنة بأقل من سنة بنسبة 11,11%.

فالجريدة قد عبرت بقرائها بمحطات متعددة علاوة عن انطلاقتها في 1990 وغلقها وعودتها في 1997 وبدايتها كجريدة في 2000، إلا أن ذلك الحراك الإعلامي بقي ما بين الاستمرار والتراجع، حتى وجدت الجريدة أحداثا صاخبة استطاعت من خلالها أن تحقق السبق الصحفي وتكسب جمهورها ( أحداث 2006 و 2009)، ومنذ ذلك الحين وإلى يومنا هذا وحسب احصائيات OJD\* فإن جريدة الشروق لاقت استقرارا من طرف جمهورها لتدخل بعدها مجال السمعى البصري بأول قناة تطلقها جريدة سنة 2011. وهذا يؤكد أن جمهور القراء قد توجهوا إلى القناة، خاصة وأن الجريدة التي عودتهم على تناول مختلف المواضيع ومواكبتها للأحداث ستدفعهم إلى التفكير في أن القناة ستحقق ما حققته الجريدة، وهذا ما تؤكدته نسبة اقبالهم نحو الجريدة والقناة فهي نسبة كبيرة على خلاف النسب المتبقية التي تؤكد حق التأكيد أنه الجمهور الحقيقي المراد دراسته، ومن جهة اخرى فإن هذا الإقبال له أهداف وغايات وحاجات وسنتعرف عن الإشباع التي تحققها الوصيلتين لاحقا.

**جدول رقم (62): يبين طريقة التعرض لجريدة الشروق اليومي وقناة الشروق TV.**

يظهر الجدول أن أفراد عينة القراء المشاهدين الذين يتعرضون بانتظام للجريدة والقناة هم بنسبة 55,55%، بينما من يتعرضون للجريدة بانتظام والقناة أحيانا هم 22,22%.

المجموع	يقرأ			طريقة التعرض	
	نادرا	أحيانا	بانتظام		
49	2	7	40	بانتظام	تاريخ
20	/	4	16	احيانا	
3	2	/	1	نادرا	
72	4	11	57	المجموع	

\*: شهادة تصديق OJD تثبت تصنيف فوربس الشروق جريدة الجزائريين الأولى 2011، نشرت في 2012/04/18، تاريخ الزيارة 2014/05/01.

أظهر جمهور قراء مشاهدي الشروق اهتمامهم للتعرض للوسيلتين من خلال ديمومة القراءة والمشاهدة، والتي وصلت إليها دراستنا حيث فاق عدد من يشاهدون ويقرؤون بانتظام 50%، وبالتالي أصبحت قراءة الجريدة ومشاهدة القناة عادة لدى الجمهور لان القراء أدخلوا قناة الشروق كأحدى القنوات الأكثر تفضيلاً بالنسبة إليهم خصوصاً وأنهم كانوا يستقبلون مئات القنوات، بالتالي فهي وجهة أنظار جمهورها إليها وأصبحت من الفضائيات المتابعة يومياً، حيث يبين الانتظام في القراءة لدى الجمهور أن الوسيلة السمعية البصرية لم تحدث ارتباكاً في العادات والأنماط التي كرسها المكتوب سابقاً لديهم و هذا ما يتوافق مع انتظام جمهور القراء لجريدتهم وهذا ما اثبتته جدول رقم(22)، وهو نفس الامر لدى المشاهدين الذين لم تترك الجريدة عادات مشاهدة قناتهم وهذا ما اثبتته جدول رقم(42) بل كرس أكثر الانتظام في القراءة والمشاهدة معا حيث أدخل القراء عادة المشاهدة لديهم وأدخل جمهور المشاهدين عادة القراءة لديهم لأن الجمهور حسبنا يرى أن قناة الشروق هي امتداد لجريدة الشروق، فعلاصة الشروق (logo) تعبر أصدق تعبير على أن الجمهور انتقل بطريقة مباشرة وسلسة لمشاهدة القناة لأنه من قبل كانت الجريدة مرسخة في ذهنه، وعلاوة على الانتظام في القراءة التي تكرست بسبب ما تقدمه الجريدة ذات الطابع الاخباري، الارشادي والمنتظمة في نشره والتي دئب القراء على متابعتها، فحتى يكون هذا الانتظام فلا بد من وجود سبب يؤكد، بالتالي الجريدة تعمل على تقديمه دوما لهذا أصبح من المترسخت لدى القراء للوصول إليها، وبما أنه كذلك نفس الجمهور الذي توجه إلى القناة وله كذلك الانتظام في المشاهدة وأن نقطة الالتقاء بين ديمومة القراءة والمشاهدة لدى جمهور واحد يتميز بخاصيتي القراءة والمشاهدة يثبت نجاعة الوسيلتين في تحقيق تطلعات جمهورها الذي كسبته وأصبح جمهور قراءها هو جمهور مشاهديها والذي يسعى دائماً لمتابعتها.

جدول رقم (63): يبين الفترات المفضلة لقراءة جريدة الشروق اليومي ومشاهدة قناة الشروق TV.

المجموع	يقرأ			الفترات المفضلة	
	ليلا	مساء	صباحا		
1	/	/	1	صباحا	مشاهدة
22	2	18	2	مساء	
49	2	3	44	ليلا	
72	4	21	47	المجموع	

يظهر الجدول أن معظم القراء المشاهدين يتعرضون للجريدة صباحا وللقناة ليلا نسبة 61,11%، ومن يتعرض للجريدة والقناة مساء فهم بنسبة 25%.

وعند التعرف على أكثر الفترات اليومية التي يستخدم خلالها الجمهور الوسيطتين اتضح أن ما يفوق 60% من استخداماتهم للمطبوع تكون خلال الفترة الصباحية، وبطبيعة الحال تبدو تلك الفترة الزمنية منطقية، خاصة أن ذلك العامل الزمني الذي يكون مقترنا بالخبر. وكما ذكرنا سابقا في الجدول رقم (23) أن جريدة الشروق تأدب على جمع معلوماتها المقترنة بوقت الطباعة المبكرة\* حتى توزع في الصباح الباكر كل ما جمعه من أخبار ليلا حولها جمهورها وتكون من أولى الجرائد التي تطلعهم بها، هذا فيما يخص طابع الوسيلة المكتوبة لأن وقت ذروتها مقترن بالفترة الصباحية، وطريقة إعدادها تفرض ذلك النوع من السرعة في اختيار المضامين الأنسب التي من خلالها تجذب جمهورها بسرعة لأن وسائل الإعلام متعددة، خاصة وأن جريدة الشروق لديها قنواتها التي يمكنها ان تقدم أي خبر مفاجئ في أي وقت، وهي الفرصة التي لا تملكها الجريدة ما يفرض عليها سابقا مع الزمن من أجل الحفاظ على جمهورها. أما هذا

\*: الشروق أولين- الشروق جريدة الجزائريون الأولى في 2011- نشر في 2012/04/18، تاريخ الزيارة 2014/05/01، على الساعة 10:30.

الجمهور والذي يقرأ الجريدة ويشاهد قنواتها ليلا فمن جهة نجد طبيعة الوسيلة التي تظهر أن فترة ذروتها تبدأ في الارتفاع من الفترة المسائية إلى ما بعد الهزيع (منتصف الليل)<sup>(175)</sup> وسنستعرض لاحقا أهم البرامج التي تعرض في هذه الفترة، فما وصلنا إليه من خلال دراستنا أن الوقت الصباحي يستغرق في العمل والدراسة لكل من الجنسين وبعد العودة فالوسيلة التي يتعرضون لها هي التلفزيون وبالأخص (مشاهدة قناة الشروق).

وبعدما تعرفنا على عادات فئة يقرأ وفئة يشاهد وفئة يقرأ ويشاهد وجدنا أن من يقرأ جريدة الشروق فقط (جدول رقم 23) له نفس عادة القراءة صباحا لدى فئة يقرأ ويشاهد، وهو ذات الأمر بالنسبة لفئة يشاهد قناة الشروق فقط (جدول رقم 43) له نفس عادة المشاهدة ليلا لفئة يقرأ ويشاهد، ومنه نستنتج أن الجمهور الذي يتعرض للوسيلتين معا اكتسب عادات جديدة للقراءة والمشاهدة.

**جدول رقم (64): يبين الوقت المخصص لقراءة جريدة الشروق اليومي ومشاهدة قناة الشروق TV.**

القناة		الوقت المخصص للمشاهدة	الجريدة		الوقت المخصص للقراءة
%	K		%	K	
52,78	38	من ساعة إلى ساعتين	54,17	39	من 10 دقائق إلى 30 د
29,16	21	من نصف ساعة إلى ساعة	27,77	20	أكثر من 30 د
18,06	13	ساعتين فأكثر	18,06	13	أقل من 10 دقائق
72					المجموع

أظهر الجدول أن نسبة 54,17% يقرؤون جريدة الشروق من 10 د إلى 30د، بالمقابل فمن يشاهدون قناة الشروق من ساعة إلى ساعتين فنسبتهم 52,78%.

(1): نصير بوعلوي - التلفزيون الفضائي وأثره على الشباب الجزائري -دراسة ميدانية، دار الهدى للنشر والتوزيع، 2005، ص 43.

يلعب الحجم الزمني للقراءة والمشاهدة دوراً هاماً في التأثير الثقافي والإعلامي على القراء المشاهدين وإذا سلمنا أن كل ما هو مكتوب يساهم في التراكم الثقافي والتاريخي والمعرفي للمجتمع فإن ذلك يتوقف على الحجم المعتبر الذي يخصصه الفرد لقراءة جريدة الشروق، حيث أوضحت دراستنا فيما يتعلق بمدة القراءة التي يقضيها الجمهور في قراءة الجريدة، حيث أن 54,17% يقضون من 10 دقائق إلى 30 دقيقة في القراءة وعند دراسة المتوسط الحسابي للقراءة لدى العينة وجدناه يساوي 23 دقيقة\* إذا فالمتوسط الحقيقي لما يقضيه الجمهور في القراءة هو من 10 دقائق إلى 30 دقيقة.

كما أن نسبة العينة التي بلغت 52,78% وما تكرسه من حجم للمشاهدة والذي بلغ ساعة إلى ساعتين، وعند حساب المتوسط الحسابي لحجم المشاهدة وجدنا أنه ساعة وربع ساعة (ساعة و15 دقيقة)\* وهو المتوسط الكلي لدى أفراد العينة للمشاهدة أي بتقديرنا من ساعة إلى ساعتين. وإن حاولنا أن نفسر سبب هذا الإقبال الزمني بالتحديد فهو مقترن ببعض البرامج التي تعرض في وقت زمني مقداره من ساعة إلى ساعتين، بهذا فإن وقت البرامج فرض على المشاهد وقت المشاهدة بالتالي أصبحت نمطية البرمجة من أنماط التعرض لدى جمهور قناة الشروق، وحتى لا نفع في المقارنة بين الحجم الزمني لقراءة جريدة الشروق ومشاهدة قناة الشروق من قبل جمهورها، فإن المقارنة لا يمكن أن تحدث هذا راجع إلى خاصية الوسيطتين من جهة، ومن جهة أخرى نوع المضامين التي تخول للجمهور البقاء امام الوسيلة لوقت طويل أو لا.

ومنه فئة يقرأ ويشاهد تستغرق نفس وقت القراءة لدى فئة يقرأ فقط والتي قدرت بـ 10د إلى 30د ( جدول رقم 24)، وهو نفس الأمر بالنسبة لفئة يشاهد فقط والتي تتعرض لقناة الشروق من ساعة إلى ساعتين ( جدول رقم 44) مثل فئة يقرأ ويشاهد. ومنه نستنتج أن وقت القراءة لم يتأثر بوجود القناة وهو ذات الأمر بالنسبة للوقت المخصص للمشاهدة.

$$*: x = \frac{(20*39)+(30*20)}{59} = \frac{1380}{59} = 23,39$$

$$*: x = \frac{(45*21)+(90*20)+(120*13)}{72} = \frac{4305}{72} = 59,79$$

جدول رقم (65): يبين المكان المفضل لقراءة جريدة الشروق اليومي ومشاهدة قناة الشروق TV.

القناة		الجريدة		مكان التعرض
%	K	%	K	
98,61	71	41,67	30	في المنزل
/	/	8,33	6	في المقهى
		2,78	2	المواصلات
		2,78	2	الجامعات
1,39	1	44,44	32	العمل
72				المجموع

أثبت الجمهور تفضيله لقراءة جريدته بمكانين هما العمل والمنزل وهذا بنسبة فاقت 80%، في حين يشاهدون قنواتهم داخل المنزل بنسبة 98,61%.

من خلال الأرقام التي توصلنا إليها يظهر جليا أن قراء جريدة الشروق يستطيعون قراءتها في أي مكان يفضلونه وهذا راجع لميزة اللامكانية للجريدة فالفرد يتحكم في المكان الذي يتعرض فيه وبطبيعة الحال فقد يختلف مكان التعرض لها حسب القارئ، إضافة إلى هذه الميزة فهي متوفرة ومتاحة دائما، على خلاف قناة الشروق التي ارتبطت بمكان محدد واحد وهو المنزل لأن المشاهدة مقترنة بالتلفزيون الذي لا يمنح أماكن متعددة للقيام بذلك، وهو كذلك محدد بالوقت والزمان.

جدول رقم (66): يبين كيفية شراء جريدة الشروق اليومي وكيفية التوجه إلى قناة الشروق TV.

القناة		كيفية التوجه للقناة	الجريدة		كيفية شراء الجريدة
%	K		%	K	
50	36	الاشهار عنها في الجريدة	79.17	57	بشكل مباشر
19,44	14	الأصدقاء والأهل	13.89	10	تقرأ الواجهة أولاً
13,89	10	صدفة	4.17	3	عند حدوث حدث هام
12,50	9	البحث والتطلع على القنوات الخاصة	2.77	2	تقرأ النسخة الالكترونية أولاً
4,17	3	من خلال الأنترنت			
100	72	المجموع	100	72	المجموع

تظهر نتائج بحثنا أن الطريقة المباشرة في شراء الجريدة من قبل قراءها والتي عبرت عنها نسبة 79,17% دليل حقيقي ويؤكد على مدى ارتباط الجمهور بجريدته ووفاءه لها فهذا الاتجاه يبرر وبغض النظر على أهمية الموضوع أو عدم أهميته فإن القارئ سيقتنيها. ليثبت القراء طريقة توجههم لمشاهدة القناة من خلال الإشهارات عنها الدائمة في الجريدة والتي بلغت نسبتهم 50%.

ومنه نستنتج أن جمهور القراء قد توجه إلى قناة الشروق من خلال الإشهارات عنها عبر الجريدة التي أطلعتهم بوجودها، من خلال ما تقدمه من معلومات عن جديد القناة و أوقات بث برامجها، وتقوم الجريدة بعرض ملخصات لبرنامج معين من القناة خاصة وان كان الحوار مع شخصية مشهورة وبالتالي

فان الجريدة تحاول كسب جمهور لها سواء من خلال الجريدة او من خلال توجيه الجمهور نحو قنواتها وهي هنا ستكسبه اما كمشاهد او كقارئ .

جدول رقم (67): يبين كيفية التعرض لجريدة الشروق اليومي وقناة الشروق TV.

القناة		كيفية المشاهدة	الجريدة		كيفية القراءة
%	K		%	K	
68,06	49	بعض البرامج المعروضة	56,94	41	بعض الصفحات الواردة في الجريدة
16,67	12	كل برامج القناة	31,94	23	كل الجريدة
15,27	11	الأخبار فقط	5,56	4	العناوين فقط
			5,56	4	الصفحة الأولى والأخيرة
72					المجموع

تتعرض نسبة 56,94% من القراء إلى بعض الصفحات الواردة في جريدة الشروق فقط، بالتالي فإن هذا الإقبال لبعض الصفحات على خلاف كل الجريدة راجع إلى أن الجمهور اتجه نحوها للحصول على ما يهمه فهو ينتقي منها ما يشاء، خاصة وأن الجريدة عودته على نشرها ودفعت به إلى أن يكون دائم الإقبال عليها، كما أن هؤلاء القراء يشاهدون القناة ولكن ببعض البرامج المعروضة فقط حيث وصلت نسبة من يوافقون هذا الرأي 63,06% بدليل أن القناة لها برامج أساسية دفعت بهم إلى مشاهدتها (والتي سنستعرضها لاحقاً)

ومنه نستنتج أن الإقبال نحو قراءة ومشاهدة بعض الصفحات وبعض البرامج فقط دليل على أن الجمهور إيجابي في انتقائه لما يهمه من وسيلته الإعلامية خاصة وان من يقرأ فقط يتعرض الى بعض

صفحات الجريدة ( جدول رقم 27) وهو ذات الامر بالنسبة للذي يشاهد القناة فقط فهو يشاهد الا بعض البرامج ( جدول رقم 47) وعلى هذا الاساس تكون الجريدة والقناة تعرض صفحات وبرامج محددة تلبى بعضا من اهتمامات جمهورها .

7-2- دوافع قراءة جريدة الشروق اليومي ومشاهدة قناة الشروق TV والإشباع المحققة.

جدول رقم (68): يبين الهدف من قراءة جريدة الشروق اليومي ومشاهدة قناة الشروق TV.

المجموع	يقرأ			هدف التعرض	
	متابعة المستجبات	الحصول على المعلومات	تمضية الوقت		
8	2	1	5	تمضية الوقت	يشاهد
22	4	16	2	الحصول على المعلومات	
42	5	36	1	متابعة المستجبات	
72	11	53	8	المجموع	

يبين الجدول أن الأفراد يتوجهون لقراءة الجريدة بهدف الحصول على المعلومات ومشاهدة القناة بهدف متابعة المستجبات بنسبة 50%.

من خلال التمعن في أرقام الجدول التي تظهر هدف الجمهور من توجيههم إلى الوصيلتين المطبوعة والسمعية البصرية، فقد اتضح أن الهدف من قراءة جريدة الشروق هو الحصول على الأخبار مقابل متابعة المستجبات من مشاهدة قناة الشروق الجزائرية، وهذا دليل على أن الجمهور يحصل على الأخبار أولاً من خلال جريدته وبالتالي المواضيع التي تهمة وتستهلمه تدفع به إلى البحث عن مستجباتها من خلال توجيهه إلى القناة، خاصة وأن ميزة القناة حسبنا هي امكانية اطلاع جمهورها عن كل ما يحدث فور

وقوعه هذا ما يخول لها صلاحية تقديم أخبار ومعلومات أوفر داخل النطاق الاخباري، في حين نرى أن جمهور القراء المشاهدين لا يجعلون من تعرضهم لهاتين الوسيلتين الإعلاميتين سبيلا لتمضية الوقت.

جدول رقم (69): يبين المواضيع التي تهتم جمهور القراء المشاهدين.

- أ -

المجموع	يقرأ				المواضيع المفضلة	
	عالمية	إقليمية	وطنية	محلية		
35	/	/	5	30	محلية	مشاهد
24	3	/	18	3	وطنية	
2	/	2	/	/	إقليمية	
11	5	/	2	4	عالمية	
72	8	2	25	37	المجموع	

يبين الجدول أن الأفراد يفضلون في كل من الجريدة والقناة المواضيع المحلية و الوطنية وهذا بنسبة

66,67%.

- ب -

المجموع	يقرأ				المواضيع المفضلة	
	تعليمية	إخبارية	ثقافية	ترفيهية		
20	/	/	2	18	ترفيهية	يشاهد
18	/	3	15	/	ثقافية	
30	/	25	5	/	إخبارية	
4	4	/	/	/	تعليمية	
72	4	28	22	18	المجموع	

يبين الجدول أن الأفراد يفضلون في كل من الجريدة والقناة المواضيع الترفيهية والإخبارية والمواضيع الثقافية وهذا بنسبة 80,55% .

- ج -

المجموع	يقرأ				المواضيع المفضلة	
	اقتصادية	سياسية	دينية	اجتماعية		
30	/	/	/	30	اجتماعية	يشاهد
8	/	/	8	/	دينية	
26	/	18	2	6	سياسية	
8	5	2	/	1	اقتصادية	
72	5	20	10	37	المجموع	

يبين الجدول أن الأفراد يفضلون في كل من الجريدة والقناة المواضيع الاجتماعية والمواضيع السياسية بنسبة 66,67%.

فتعتبر المواضيع الإخبارية من أهم المواضيع التي تستقرؤها النسبة في الجدول والتي تبرز اهتماماته بها في كلتا الوسيطتين، كما تعتبر المواضيع الثقافية والترفيهية من المواضيع التي تشغل اهتمامه في الجريدة والقناة، في حين تأتي المواضيع الاجتماعية والسياسية التي تقدمها كل من الوسيطتين مصدر اهتمام لمتابعيها، ليستبعد الجمهور من اهتمامه المواضيع الاقتصادية سواء على نطاق الجريدة أو على نطاق القناة.

ومنه نستنتج أن الجمهور له نفس الاهتمامات والرغبات بتفاوت طفيف والذي أظهرته النسب في الجدول نحو الوسيطتين الإعلاميتين المختلفتين، وهذا ما يؤكد نتيجة (جدول رقم 62) فالجمهور لم يحدد بعد ما يرغبه من قنواته خاصة و كما ذكرنا سابقا ان القناة حديثة التجربة بين اخذ ورد في طريقة تعاملها مع ما تبثه خاصة وانها حاليا في طور تطبيق سياسة جريدها ، وبالعلم ان القناة والجريدة منفصلتين من ناحية اطقمها الا انها تتعامل بنفس الخط التحريري لكلا الوسيطتين.

**جدول رقم (70):** يبين الصفحات المفضلة في جريدة الشروق اليومي والبرامج المفضلة في قناة الشروق TV.

القناة		البرامج	الجريدة		الصفحات
%	K		%	K	
27,78	20	هنا الجزائر	23,61	17	رياضة
18,06	13	الأخبار	18,06	13	محليات
15,28	11	وافعلوا الخير	16,67	12	مرصد الشروق
12,50	9	جاوب تريح	16,66	12	راحة نفوس

8,33	6	بولي WEEK	8,33	6	مجتمع
6,94	5	مشيت عليك	6,94	5	حوار
6,94	5	موعد للنساء	5,56	4	مراسلون
4,17	3	الصحة للجميع	2,78	2	العالم
/	/	خيرات بلادي	1,39	1	متابعة
72					مجموع

يظهر الجدول أن الجمهور يفضل صفحة رياضة 23,61 مقابل برنامج هنا الجزائر 27,78، بينما يفضل صفحة محليات 18,06 مقابل الأخبار 18,06، كما يفضل الجمهور صفحة مرصد الشروق 16,67 مقابل برنامج وافعلوا الخير 15,28، ليفضل الجمهور صفحة راحة نفوس 16,66 مقابل البرنامج جاوب تريح 12,50، ثم تلتها صفحة مجتمع 8,33 مقابل برنامج بولي WEEK 8,33، ثم صفحة حوار 6,94 يقابلها برنامج مشيت عليك 6,94، ثم صفحة مراسلون 5,56 بمقابل برنامج موعد للنساء 6,94، لتليها صفحة العالم 2,78 مقابل برنامج الصحة للجميع 4,17، لتكون صفحة متابعة 1,39 آخر الصفحات من ناحية التفضيل.

من بين الصفحات 24 التي تنشرها يوميا جريدة الشروق أبدى قراءها اهتمامهم بصفحة الرياضة، محليات، مرصد الشروق، وراحة نفوس وهذا بنسبة 75%، بالمقابل تعتبر البرامج الاخبارية بما فيها " برنامج هنا الجزائر والأخبار" والبرنامج الاجتماعي وافعلوا الخير الأكثر تفضيلا لدى قراء مشاهدي القناة وهذا بنسبة 61,12%.

ومن هنا يظهر الاختلاف بين الصفحات المفضلة في الجريدة والبرامج المفضلة في القناة فكما يبدو أن القراء يفضلون متابعة صفحات الرياضة والأخبار المحلية والتي على الأغلب (تمس نطاقهم الجغرافي) والمواضيع الاجتماعية والمواضيع ذات الطابع الساخر، على عكس القناة والتي مال إليها

الجمهور إلى برامجها الاخبارية والاجتماعية وبهذا فإن الجمهور له اهتمامات تختلف ما بين الجريدة والقناة وبالتالي فإن جريدة الشروق تلبى أذواق معينة تختلف على ما تلبيه القناة لذات الجمهور .

**جدول رقم (71):** يبين امكانية جريدة الشروق اليومي وقناة الشروق TV من تحقيق احتياجات جمهورها.

المجموع	يقرأ		إمكانية تحقيق الحاجات		
	لا تحقق	تحقق			
	2	1			
50	14	36	1	تحقق	بيانات
22	8	14	2	لا تحقق	
72	22	50	المجموع		
-0,91			معامل الارتباط سبيرمان		

يبين الجدول أن الجريدة والقناة تحقق احتياجات جمهورها بنسبة 50%، بينما من يرون أن الجريدة تحقق احتياجاته والقناة لا تحقق فبنسبة 19,44%، ومن يرون أن القناة من تحقق احتياجاتهم على خلاف الجريدة بنفس النسبة السابقة 19,44%، لنجد أن 11,11% يرون أن كل من القناة والجريدة لا تحقق احتياجاتهم.

ومنه أظهر حساب معامل الارتباط ان العلاقة عكسية قوية جدا: أي كلما حققت المشاهدة حاجات الجمهور فالمقروئية لا تحققها والعكس صحيح.

جدول رقم (72): يبين الجرائد والقنوات الأخرى التي تحقق احتياجات القراء المشاهدين الذين لا تحقق جريدة الشروق اليومي وقناة الشروق TV احتياجاتهم.

المجموع			الجرائد		المجموع			القنوات	
%		K			%		K		
78,26%	17,39	4	الخبر	جرائد ناطقة باللغة العربية	%50,00	22,72	5	النهار تي في	قنوات خاصة جزائرية منطلقة من جرائد
	30,44	7	النهار			13,64	3	l'index tv	
	8,69	2	النصر			13,64	3	الشروق تي في	
	21,74	5	الشروق		%27,27	13,64	3	الجزيرة الرياضية	قنوات متخصصة
%17,39	8,69	2	الهداف الرياضي	جرائد متخصصة		9,09	2	ناشيونول جيوغرافيك	
	8,7	2	الخبر الرياضي			4,54	1	ZEE أفلام	
%4,35	4,35	1	Le Quotidien	جرائد ناطقة باللغتين الفرنسية	%13,64	13,64	3	الفضائية الجزائرية الثالثة	القناة العمومية الجزائرية
	/	/	الوطن			%9,09	9,09	2	دزاير تي في
100		23	المجموع		100		22	المجموع	

يرى القراء المشاهدين لجريدة وقناة الشروق والذين لا تحقق قراءة الجريدة احتياجاتهم من جهة أنهم يتجهون إلى مشاهدة القنوات الخاصة الجزائرية المنطلقة من جرائد (قناة الشروق، قناة النهار، قناة الخبر، قناة L'Index) بنسبة 50%، بينما يتوجه القراء المشاهدين والذين لا تحقق القناة احتياجاتهم إلى قراءة الجرائد الناطقة باللغة العربية (النصر الشروق النهار والخبر) بنسبة 76,26%.

ومنه نلاحظ أن جمهور القراء المشاهدين لجريدة وقناة الشروق والذين لا تشبع احتياجاتهم الجريدة فهم يتوجهون إلى مشاهدة قناة الشروق ونفس الأمر لمشاهدي القناة والتي لا تحقق احتياجاتهم فهم يتوجهون لقراءة جريدة الشروق.

وإذا تمعنا جيدا في أرقام الجدول نجد أن الذين يقرؤون ولا تحقق الجريدة احتياجاتهم يتجهون إلى القنوات المنطلقة من جرائد، ومن يشاهدون قناة الشروق ولا تحقق احتياجاتهم يتجهون نحو الجرائد الناطقة باللغة العربية التي اطلقت قنوات، خاصة وأنا توصلنا من خلال أرقام الاحصائيات التي جاءت في فصل مجال البحث الميداني وإجراءاته المنهجية المتعلقة بمقروئية الجرائد ومشاهدة القنوات، فما اظهرته الأرقام أن هذه القنوات والجرائد التي يتوجه إليها الجمهور هي ذات مقروئية ومشاهدة كبيرة لديه، وبالتالي فإنه ويتوجه إلى هذه القنوات والجرائد يعبر عن وجود منافسة في هذا المجال، فعليه فمؤسسة الشروق بشقيها المكتوب والسمعي البصري أن تأخذ بعين الاعتبار هذه المنافسة حتى لا تخسر تفضيلها لدى جمهورها.

جدول رقم (73): يبين الاحتياجات المحققة من قراءة جريدة الشروق اليومي وقناة الشروق TV.

- أ -

المجموع	يقرأ			حاجات إخبارية	
	لا	أحيانا	نعم		
42	/	2	40	نعم	يشاهد
5	/	3	2	أحيانا	
3	/	/	3	لا	
50	/	5	45	المجموع	
-0,93				معامل الارتباط سبيرمان	

بين الجدول أن أفراد العينة والتي تحقق القناة والجريدة احتياجاتهم الإخبارية هم بنسبة 80%.

ومنه أظهر حساب معامل الارتباط ان العلاقة علاقة عكسية قوية جدا: أي كلما حققت المشاهدة

حاجات الجمهور الإخبارية فالمقروئية لا تحققها والعكس صحيح.

- ب -

المجموع	يقرأ			حاجات ثقافية	
	لا	أحيانا	نعم		
26	/	6	20	نعم	يشاهد
12	3	5	4	أحيانا	
12	7	5	/	لا	
50	10	16	24	المجموع	
-0,16				معامل الارتباط سبيرمان	

أظهر الجدول أن أفراد العينة والتي تحقق القناة والجريدة احتياجاتهم الثقافية بنسبة 40%، أما من يرون أن الجريدة تحقق احتياجاتهم والقناة أحيانا ما تحققها بنسبة 12%، بمقابل من يرون أن القناة تحقق احتياجاتهم والجريدة أحيانا ما تحقق هي 8%، بينما من يرون أن الجريدة والقناة أحيانا ما تحقق لهم احتياجاتهم فنسبتهم 10%، أما من يرون أن الجريدة تحقق احتياجاتهم الإخبارية أحيانا والقناة لا تحقق نسبتهم 6%، ومن يرون أن الجريدة تحقق احتياجاتهم أحيانا والقناة لا تحقق فنسبتهم 10%، ومن وجدوا أن القناة والجريدة لا تحقق احتياجاتهم الثقافية وصلت نسبتهم 14%.

ومنه أظهر حساب معامل الارتباط ان العلاقة علاقة عكسية: أي كلما حققت المشاهدة حاجات الجمهور الثقافية فالمقروئية لا تحققها والعكس صحيح.

- ج -

المجموع	يقرأ			حاجات علمية	
	لا	أحيانا	نعم		
28	/	3	25	نعم	يتجاهل
16	3	11	2	أحيانا	
6	3	3	/	لا	
50	6	17	27	المجموع	
-0,21				معامل الارتباط سبيرمان	

بين الجدول أن أفراد العينة تحقق القناة والجريدة احتياجاتهم العلمية بنسبة 50%، أما من يرون أن الجريدة تحقق احتياجاتهم والقناة أحيانا ما تحققها فنسبتهم 4%، بمقابل من يرون أن القناة تحقق احتياجاتهم والجريدة أحيانا ما تحقق 6%، بينما من يرون أن الجريدة والقناة أحيانا ما تحقق لهم احتياجاتهم 22%، أما من يرون أن الجريدة تحقق احتياجاتهم الإخبارية أحيانا والقناة لا تحقق 6%، ومن يرون أن الجريدة تحقق احتياجاتهم أحيانا والقناة لا تحقق 6%، ومن وجدوا أن القناة والجريدة لا تحقق احتياجاتهم العلمية 12%.

ومنه أظهر حساب معامل الارتباط ان العلاقة علاقة عكسية: أي كلما حققت المشاهدة حاجات الجمهور العلمية فالمقروئية لا تحققها والعكس صحيح.

- د -

المجموع	يقرأ			حاجات دينية	
	لا	أحيانا	نعم		
32	/	4	28	نعم	يشاهد
13	/	8	5	أحيانا	
5	2	3	/	لا	
50	2	15	33	المجموع	
-0,6				معامل الارتباط سبيرمان	

أظهر الجدول أن أفراد العينة والتي تحقق القناة والجريدة احتياجاتهم الدينية 56%، أما من يرون أن الجريدة تحقق احتياجاتهم والقناة أحيانا ما تحققها 10%، بمقابل من يرون أن القناة تحقق احتياجاتهم والجريدة أحيانا ما تحقق 8%، بينما من يرون أن الجريدة والقناة أحيانا ما تحقق لهم احتياجاتهم الدينية 16%، ومن يرون أن الجريدة تحقق احتياجاتهم أحيانا والقناة لا تحقق أي 6%، ومن وجدوا أن القناة والجريدة لا تحقق احتياجاتهم الدينية 4%.

ومنه أظهر حساب معامل الارتباط ان العلاقة علاقة عكسية قوية: أي كلما حققت المشاهدة حاجات الجمهور الدينية فالمقروئية لا تحققها والعكس صحيح.

- ه -

المجموع	يقرأ			حاجات ترفيهية	
	لا	أحيانا	نعم		
26	/	/	26	نعم	يشاهد
16	4	10	2	أحيانا	
8	4	4	/	لا	
50	8	14	28	المجموع	
-0,17				معامل الارتباط سبيرمان	

أظهر الجدول أن أفراد العينة تحقق القناة والجريدة احتياجاتهم الترفيهية بنسبة 52%، أما من يرون أن الجريدة تحقق احتياجاتهم والقناة أحيانا ما تحققها 4%، بينما من يرون أن الجريدة والقناة أحيانا ما تحقق لهم احتياجاتهم الدينية هم 20%، ومن يرون أن الجريدة لا تحقق احتياجاتهم الترفيهية والقناة تحققها أحيانا فهم 8%، ومن وجدوا أن الجريدة تحقق احتياجاتهم أحيانا والقناة لا تحقق فهم 8%، بالمقابل من وجدوا أن القناة والجريدة لا تحقق احتياجاتهم الدينية هم 8%.

ومنه أظهر حساب معامل الارتباط ان العلاقة علاقة عكسية: أي كلما حققت المشاهدة حاجات الجمهور الترفيهية فالمقروئية لا تحققها والعكس صحيح.

-ك-

المجموع	يقرأ			حاجات اجتماعية	
	لا	أحيانا	نعم		
32	/	5	27	نعم	يشاهد
11	/	8	3	أحيانا	
7	/	2	5	لا	
50	/	15	35	المجموع	
-0,81				معامل الارتباط سبيرمان	

بين الجدول أن أفراد العينة والتي تحقق القناة والجريدة احتياجاتهم الاجتماعية هم 54%، أما من يرون أن الجريدة تحقق احتياجاتهم والقناة أحيانا ما تحققها هم 6%، بمقابل 10% من يرون أن القناة تحقق احتياجاتهم والجريدة أحيانا ما تحقق، بينما من يرون أن الجريدة والقناة أحيانا ما تحقق لهم احتياجاتهم الدينية هم 16%، ومن وجدوا أن الجريدة تحقق احتياجاتهم والقناة لا تحقق فهم 10%، بالمقابل من وجدوا أن القناة والجريدة لا تحقق احتياجاتهم الدينية هم 4%.

ومنه أظهر حساب معامل الارتباط ان العلاقة علاقة عكسية قوية جدا: أي كلما حققت المشاهدة حاجات الجمهور الاجتماعية فالمقروئية لا تحققها والعكس صحيح.

- ن -

المجموع	يقرأ			حاجات سياسية	
	لا	أحيانا	نعم		
40	4	1	35	نعم	بيانات
10	3	5	2	أحيانا	
/	/	/	/	لا	
50	7	6	37	المجموع	
0,42				معامل الارتباط سبيرمان	

أظهر الجدول أن أفراد العينة والتي تحقق القناة والجريدة احتياجاتهم السياسية هم 70%، أما من يرون أن الجريدة تحقق احتياجاتهم والقناة أحيانا ما تحققها 2%، أما من يرون أن القناة تحقق احتياجاتهم والجريدة لا تحقق فنسبتهم 8% بمقابل 4% من يجدون أن القناة تحقق احتياجاتهم والجريدة أحيانا ما تحقق، بينما من يرون أن الجريدة والقناة أحيانا ما تحقق لهم احتياجاتهم الدينية هم 10%، ومن وجدوا أن الجريدة لا تحقق احتياجاتهم السياسية والقناة تحققها أحيانا فهم 6%.

ومنه أظهر حساب معامل الارتباط ان العلاقة علاقة طردية: أي كلما حققت المشاهدة حاجات الجمهور السياسية فالمقروئية تحققها كذلك والعكس صحيح.

- ي -

المجموع	يقرأ			حاجات اقتصادية	
	لا	أحيانا	نعم		
19	/	7	12	نعم	يشاهد
12	/	10	2	أحيانا	
19	13	4	2	لا	
50	13	21	16	المجموع	
-0,33				معامل الارتباط سبيرمان	

أظهر الجدول أن أفراد العينة والتي تحقق القناة والجريدة احتياجاتهم الاقتصادية هم 24%، أما من يرون أن الجريدة تحقق احتياجاتهم والقناة أحيانا ما تحققها هم نسبتهم 4%، أما من يرون أن القناة تحقق احتياجاتهم والجريدة أحيانا ما تحققها فهم بنسبة 4%، بينما من يرون أن الجريدة والقناة أحيانا ما تحقق لهم احتياجاتهم هم 20%، بمقابل 4% من يجدون أن القناة لا تحقق احتياجاتهم والجريدة أحيانا ما تحقق، ووجد 8% أن الجريدة تحقق لهم احتياجاتهم الاقتصادية أحيانا مقابل عدم تحققه من مشاهدة القناة، ومن وجدوا أن الجريدة والقناة لا تحقق احتياجاتهم الاقتصادية فنسبتهم 26%.

ومنه أظهر حساب معامل الارتباط ان العلاقة علاقة عكسية: أي كلما حققت المشاهدة حاجات الجمهور الاقتصادية فالمقروئية لا تحققها والعكس صحيح.

جدول رقم (74): يبين الحاجات الترفيهية المشبعة من قراءة جريدة الشروق اليومي ومشاهدة قناة الشروق TV. ( عدد المفردات التي تحقق القناة والجريدة إشباعاتهم الترفيهية 42 مفردة).

المجموع	يقرأ			حاجات الترفيهية	
	الهروب من الواقع	التسلية	تمضية الوقت		
13	/	6	7	تمضية الوقت	يشاهد
24	/	20	4	التسلية	
5	5	/	/	الهروب من الواقع	
42	5	26	11	المجموع	

يبين الجدول الحاجات الترفيهية المحققة لدى أفراد العينة، فهم يحققون احتياجاتهم الترفيهية من خلال تمضية الوقت والتسلية بنسبة 80,94%، في القناة والجريدة.

ومن خلال معامل الارتباط الذي أظهر أن العلاقة عكسية أي أنه وفي حالة ما حققت الجريدة احتياجات جمهورها فالقناة لا تحقق والعكس صحيح.

فإذا كانت الجريدة تحقق احتياجات جمهورها الترفيهية فهذا من خلال التسلية حيث تنشر الجريدة صفحة كاملة غير قارة للتسلية، تنشر فيها ألعاب متفرقة، نكت وثقافة عامة.

أما إذا كانت القناة هي التي تحقق احتياجاته فهذا من خلال ما تبته من برامج تسلي من خلالها مشاهديها منها البرنامج الفكاهي "المنشار" و "مشيت عليك".

وبهذه النتيجة يكون كل من يقرأ الجريدة فقط فهو يحقق حاجاته الترفيهية من خلال التسلية(جدول رقم 34)، ويشاهد القناة فقط هو كذلك يحققها من خلال التسلية (جدول رقم 54) وحتى من يقرأ الجريدة ويشاهد قنواتها فهو يحقق احتياجاته الترفيهية من خلال التسلية. بهذا نخلص في الأخير أن الجريدة والقناة بإمكانها تحقيق احتياجات جمهورها الترفيهية.

**جدول رقم (75):** يبين الحاجات الاجتماعية المشبعة من قراءة جريدة الشروق اليومي ومشاهدة قناة الشروق TV. (عدد المفردات التي تحقق القناة والجريدة إشباعاتهم الاجتماعية هم 43 مفردة)

المجموع	يقرأ			حاجات اجتماعية	
	قصص الجرائم	قصص الحياة اليومية	قصص الحوادث		
29	2	26	1	قصص الحوادث	يشاهد
8	/	3	5	قصص الحياة اليومية	
6	3	3	/	قصص الجرائم	
43	5	32	6	المجموع	

يظهر الجدول الحاجات الاجتماعية المحققة لدى أفراد العينة، فأفراد العينة يحققون احتياجاتهم من خلال قصص الحياة اليومية في الجريدة وقصص الحوادث في القناة وهذا بنسبة 60,46%.

ومن خلال معامل الارتباط الذي أظهر أن العلاقة عكسية أي أنه وفي حالة ما حققت الجريدة احتياجات جمهورها فالقناة لا تحقق والعكس صحيح.

فإذا كانت الجريدة تحقق احتياجات جمهورها الاجتماعية فهذا من خلال المواضيع التي تنشرها خلال صفحاتها والتي تهتم من خلالها بالأمور الاجتماعية للفرد و مشاكله اليومية وقصص الجرائم التي يعيشها المجتمع يوميا.

أما إذا كانت القناة هي التي تحقق احتياجاته فهذا من خلال ما تبثه خلال نشراتها وبرامجها المتعددة والمهتمة كذلك بالفرد الجزائري فتكون المعبر عن احتياجاته ومشاكله اليومية لتوصلها إلى السلطات مثل برنامج "وافعلوا الخير".

**جدول رقم (76):** يبين الحاجات السياسية المشبعة من قراءة جريدة الشروق اليومي ومشاهدة قناة الشروق TV. (عدد المفردات التي تحقق القناة والجريدة إشباعاتهم السياسية هم 43 مفردة)

المجموع	يقرأ				حاجات سياسية	
	ثقافة عامة في مجال الحريات والديمقراطيات	أحداث سياسية عالمية	أحداث سياسة عربية	أحداث سياسة محلية وطنية		
14	/	/	/	14	أحداث سياسة محلية وطنية	يشاهد
4	/	/	4	/	أحداث سياسة عربية	
5	/	2	/	3	أحداث سياسية عالمية	
20	15	/	/	5	ثقافة عامة في مجال الحريات والديمقراطيات	
43	15	2	4	22	المجموع	

يظهر الجدول الحاجات السياسية المحققة لدى أفراد العينة، فأفراد العينة يحققون احتياجاتهم السياسية من خلال الأحداث السياسية المحلية والوطنية ومن خلال ثقافة عامة في مجال الحريات والديمقراطيات في كلتا الوسيلتين وهذا بنسبة 67,38%.

ومن خلال معامل الارتباط الذي أظهر أن العلاقة طردية أي أنه وفي حالة ما حققت الجريدة احتياجات جمهورها فالقناة تحقق هذه الاحتياجات كذلك والعكس صحيح.

وعليه فكل من الجريدة والقناة تحقق احتياجات جمهورها السياسية، فالجريدة تشبع هذه الحاجة من خلال متابعتها للأحداث السياسية للبلاد وأهم الأحداث الواقعة في بلدان العالم عبر صفحاتها المختلفة. أما القناة فهي تهتم بهذه الحاجة وتلبيها من خلال برامجها المتعددة والمختلفة وعليه فكلا الوسيطتين يرى الجمهور أنها تحقق له احتياجاته السياسية.

ويرجع سبب اهتمام جمهور القراء المشاهدين بالمواضيع التي تعنى بالحرية والديمقراطيات في الجريدة هي تلك المواضيع التي تنتقلها عن هذا الواقع خاصة وما أصبح يعرف الآن بثورات الربيع العربي والتي تنادي بإسقاط النظام وتغيير الحكم وكسر قيود الديمقراطية، فالجريدة وبشبكة مراسليها الواسعة\* والتي تنقل الحدث أولا بأول نجد الشروق من خلال مواضيعها في قلب الحدث خاصة وأن هذه الثقافة الجديدة هي خبر الساعة، بالتالي على قدر ما تقدمه من أحداث على قدر ما يزيد الاهتمام بهذه المواضيع الراهنة.

وما تقدمه القناة لجمهورها من أحداث سياسية محلية وطنية، عربية وعالمية راجع لتغطيتها الواسعة التي تعرف بها عبر نشرتها الإخبارية التي تفوق ست نشرات في اليوم\*\* إضافة على هذا فإنها تستعين بكل ما يأتيها من أحداث ومستجدات عاجلة بشريط للأخبار والتي تعرضها دون انقطاع.

\*: الشروق أون لاين: جريدة الشروق جريدة الجزائريين الأولى 2011، نشر في 2012/04/18، تاريخ الزيارة 2014/05/01  
 \*\* متابعتنا لأعداد من نشرات قناة الشروق الجزائرية.

جدول رقم (77): يبين الحاجات الاقتصادية المحققة من قراءة جريدة الشروق اليومي ومشاهدة قناة الشروق TV (عدد المفردات التي تحقق القناة والجريدة اشباعاتهم الاقتصادية هم 28 مفردة) .

المجموع	يقرأ				حاجات اقتصادية	
	تحديات التنمية الاقتصادية	اقتصاد عالمي	اقتصاد عربي	اقتصاد محلي وطني		
13	3	/	/	10	اقتصاد محلي وطني	يشاهد
2	/	/	2	/	اقتصاد عربي	
5	/	2	/	3	اقتصاد عالمي	
8	5	/	/	3	تحديات التنمية الاقتصادية	
28	8	2	2	16	المجموع	

يظهر الجدول الحاجات الاقتصادية المحققة لدى أفراد العينة، قد تفاوتت بين كل من الاقتصاد المحلي الوطني والاقتصاد العالمي وتحديات التنمية الاقتصادية والاقتصاد العربي.

ومن خلال معامل الارتباط الذي أظهر أن العلاقة عكسية أي أنه وفي حالة ما حققت الجريدة احتياجات جمهورها فالقناة لا تحقق والعكس صحيح.

فإذا كانت الجريدة تحقق احتياجات جمهورها بحيث تعنى الجريدة بكل ما هو مرتبط بأخبار الاستثمار والتبادلات التجارية، أخبار السوق، المناقصات والمزادات الوطنية.

أما إذا كانت القناة هي التي تحقق احتياجاته فهذا من خلال ما تبثه من أخبار السوق، البطالة، أخبار المؤسسات التجارية والعملية.\*

جدول رقم (78): يبين الحاجات الثقافية المشبعة من قراءة جريدة الشروق اليومي ومشاهدة قناة الشروق TV. (عدد المفردات التي تحقق القناة والجريدة إشباعاتهم الثقافية هم 45 مفردة)

المجموع	يقرأ				حاجات ثقافية		
	أدب وفنون	ثقافة عالمية	ثقافة عربية	ثقافة وطنية محلية			
22	3	/	/	19	ثقافة وطنية محلية	يشاهد	
7	/	3	4	/			ثقافة عربية
8	/	4	/	4			ثقافة عالمية
8	6	/	/	2			أدب وفنون
45	9	7	4	25	المجموع		

يبين الجدول الحاجات الثقافية المحققة لدى أفراد العينة، منه فقد تفاوت تحقيقهم لهذه الحاجة من خلال الثقافة المحلية الوطنية وأدب وفنون وهذا بنسبة 53,33%.

ومن خلال معامل الارتباط الذي أظهر أن العلاقة عكسية أي أنه وفي حالة ما حققت الجريدة احتياجات جمهورها فالقناة لا تحقق والعكس صحيح.

\*: من خلال تتبعنا لأعداد لجريدة الشروق ونشرات اخبارية لنشرات قناة الشروق الجزائرية.

فإذا كانت الجريدة تحقق احتياجات جمهورها فهي تحقق الإشباعات الثقافية المحلية الوطنية من خلال صفحاتها التي تعنى بهكذا نوع من الثقافات منها الثقافة الدينية عبر صفحة اسلاميات والتي تنشر بكثرة في شهر رمضان، ثقافة مرتبطة بما يخص الأنشطة الفنية والتي تغطيها من خلال المهرجانات...، فعاليات معرض الكتاب بالإضافة إلى الباقية المتنوعة من الكتاب والسينمائيين والمخرجين الجزائريين الذين تعرف بهم وتعرف بإنجازاتهم من خلال بورتيهات متنوعة ومطولة عنهم.

أما إذا كانت القناة هي التي تحقق احتياجاته فهذا من خلال ما تبثه عبر برامجها الفنية التي تحاكي من خلالها شخصيات أدبية وسينمائية...، خاصة وأن هناك برامج تعنى من خلالها بالتعريف على العادات والتقاليد المختلفة لربوع الوطن، الطبخ الجزائري ولباس المرأة الجزائرية ولا يخفى أن الثقافة هي أحد العناصر المشكلة لنشرة أخبارها الرئيسية، التي تركز من خلالها على تقديم أخبار على الصعيد المحلي والوطني وفي بعض الأحيان على الصعيد العالمي.

**جدول رقم (79):** يبين الحاجات العلمية المشبعة من قراءة جريدة الشروق اليومي ومشاهدة قناة الشروق TV. (عدد المفردات التي تحقق القناة والجريدة إشباعاتهم المعرفية هم 45 مفردة)

المجموع	يقرأ			حاجات علمية	تلبية
	حاجات علمية خاصة	أخر الاختراعات العلمية	أخر التطورات التكنولوجية		
8	1	2	5	أخر التطورات التكنولوجية	
10	3	7	/	أخر الاختراعات العلمية	
23	20	/	3	حاجات علمية خاصة	
41	24	9	8	المجموع	

يبين الجدول الحاجات العلمية المحققة لدى أفراد العينة، فأفراد العينة تفاوتت لديهم هذه الحاجة هي الأخرى في تحقيقها ما بين حاجاتهم العلمية المحققة وأخر التطورات التكنولوجية وأخر الاختراعات العلمية وفي كل من الجريدة والقناة وهذا بنسبة 78,04%.

ومن خلال معامل الارتباط الذي أظهر أن العلاقة عكسية أي أنه وفي حالة ما حققت الجريدة احتياجات جمهورها فالقناة لا تحقق والعكس صحيح.

ومنه فالجريدة تحقق احتياجات جمهورها الثقافية من خلال ما تعنى به في بعض صفحاتها بإطلاقات علمية متنوعة، لهذا السبب فهذه الاحتياجات تختلف من شخص إلى آخر، فالجريدة مهتمة باحتياجات علمية مختلفة بالتالي فكل فرد يحقق احتياجاته العلمية.

أما القناة فتحقق هذه الحاجة للجمهور بمعلوماتها المتنوعة و مجالاتها المختلفة حيث تقدم آخر ما هو موجود في المجال العلمي من خلال برامجها ونشراتها.

### 7-3 مقارنة بين جريدة الشروق اليومي وقناة الشروق TV.

جدول رقم (80): يبين القوالب التي يفضلها الجمهور في جريدة الشروق اليومي وقناة الشروق TV.

القناة		القوالب	الجريدة		القوالب
%	K		%	K	
26,39	19	التحقيق	41,67	30	الخبر
22,22	16	المناظرات	36,11	26	التحقيق
18,06	13	الحديث	11,11	8	المقال
13,89	10	الريبورتاج	8,33	6	الريبورتاج
9,72	7	المقابلات	2,78	2	القصة الإخبارية
9,72	7	الخبر	/	/	التقرير

72	المجموع
----	---------

يتجه جمهور القراء المشاهدين نحو قراءة الخبر والتحقيق وهذا ما أثبتته النسبة 77,78%، ويعود سبب الاختيار الواسع للخبر الصحفي إلى أن الجريدة وبطابعها في معالجتها للمواضيع المختلفة تعتمد على هذا النوع الإخباري، خاصة وأن للخبر مكانة وأهمية في التفاعل مع الفضاء العمومي ونقل ما يحدث به، ما يظهر لنا جلجا الوظيفة الإخبارية لجريدة الشروق. ليأتي التحقيق كثاني تفضيل لهم، وهذا الاختيار للتحقيق من قبل الجمهور القارئ يدل من جهة على عمق القضية المطروحة التي تتناولها الجريدة، ومن ناحية أخرى اهتمام الجمهور بالوقائع والأحداث خاصة وأنها تقدم تحليلا واضحا لمجريات القضية وتفك الغموض الذي يلتف حولها. وكما يبدو أن الجمهور يعي بقيمة التحقيق الصحفي لما له أهمية من معالجة الوقائع المعاشة، فالجمهور هنا تعدى من مرحلة البحث عن الخبر فقط بل وصل إلى ما وراءه، خاصة وكما هو معروف عن جريدة الشروق وطريقة تعاملها مع هذا النوع أنها تكشف في الحقيقة عن الأحداث والوقائع عبر حجج وبراهين تثبت حديثها وهذا ما يؤكد أنها استطاعت أن تستقطب الجمهور إليها من خلال هذا النوع الصحفي .

ومن الأنواع الصحفية المفضلة لدى مشاهدي قناة الشروق التحقيقات والمناظرات والحديث الصحفي وهذا بنسبة 66,67%، فالقناة تعنى ببرنامجين ذو الطابع التحقيقي هما " الشروق تحقق " و "خط احمر"، لتأتي المناظرات من الأنواع المفضلة لدى المشاهدين فهي حوار متبادل بين رأيين يمثلان اتجاهين مختلفين حول قضية واحدة، والهدف الأساسي منها هو إثراء الجمهور بالأفكار المتنوعة قصد التبرير والدفاع عن اتجاهيهما<sup>(181)</sup>، ويرجع سبب هذا التفضيل للمناظرات أساسا إلى نوع البرنامجين الإخباريين " هنا الجزائر " و "بولي week" اللذان يعنيان بذلك الطابع الصاخب والجدلي بين ضيوف الحصة.

ومنه نستنتج أن تفضيل الخبر والتحقيق في الجريدة والتحقيق، المناظرات والحديث في القناة يدل على ذلك الميل الواضح للجمهور نحو الأنواع الإخبارية والذي تحرص الوسيطتين على تقديمه من خلال تقديم الوقائع والأحداث من خلالها.

تاريخ الزيارة 2014/05/05 على الساعة 12:45 // <http://sa7afa.yoo7.com/> : (181)

جدول رقم (81): يبين ما يفضله الجمهور في شكل جريدة الشروق اليومي وقناة الشروق TV.

القناة		الشكل	الجريدة		الشكل
%	K		%	K	
52,78	38	جمالية الصورة	56,95	41	الصفحة الأولى والأخيرة
22,22	16	نقاوة الصوت	31,94	23	الغاوين البارزة
16,67	12	وضوح الأشكال	6,94	5	المساحات الإشهارية
8,33	6	إطار الصورة	4,17	3	الألوان
72					المجموع

يفضل الجمهور الصفحة الأولى والأخيرة من شكل جريدة الشروق بنسبة 56,95% فهي أهم العناصر التيبوغرافية التي تستأثر باهتمام القارئ وتجعله يلتقط الصحيفة أو يتغاضى عنها، فالصفحة الأولى تتمثل في مقدرتها على أن تعكس شخصية الصحيفة التي تميزها على بقية الصحف وهي القدرة على أن تعطي طابعا مميزا عن غيرها من الصحف، فلا بد أن تجذب الانتباه وتغري القارئ إلى الاطلاع على صفحاتها الداخلية لاعتبارها الشيء الأول الذي يقع عليه بصر القارئ للوهلة الأولى ومنه تتبعث إلى نفسه المؤثرات الحاسمة لاقتناء الجريدة، وإذا ما أخذنا بالنظر إلى الصفحة الأولى لجريدة الشروق فهي تتصف بالعناصر التيبوغرافية بداية باللافتة وهي من أهم العناصر الثابتة التي تميز الصفحة الأولى وتحتوي على عنوان الجريدة، شعارها وهذا من أجل التعريف بها. كما تحتوي على الأذنان، العنق والذي يتضمن بيانات أساسية عن الصحيفة، المونشات وجريدة الشروق تستخدمه من أجل جذب انتباه القراء، العنوان الممتد وذيل الصفحة: وهي مساحة تخصصها الجريدة لإشهاراتها.

كما تتميز الصفحة الأخيرة لجريدة الشروق بعناصرها التيبوغرافية هي الاخرى لأنها الوجه الثاني للجريدة، فهي تحتوي على تصميم أساسي لها، وتهتم بتواجد نفس العناصر التي تمثل عناصر الجذب بحيث تستخدم سوبر مونشات، بالإضافة إلى الأذنين.

أما في القناة فالقراء المشاهدين يفضلون في قنواتهم الصورة وجماليتها، فالصورة التي تعبر حق تعبير عن مضمونها والتي تنقل عن طريق عدسة الكاميرات بالإضافة إلى ما تلعبه الإضاءة لإبرازها، بالإضافة إلى المؤثرات الصوتية والصورية التي تعبر من خلالها، فتكوين الصورة بطبيعة الحال لأي عمل فني يتميز بتراكيب عميقة قادرة على نقل الواقع الذي يعرض عليها نقلاً دقيقاً يحدد مسارها بحيث تشكل أثراً سيكولوجية لدى متلقيها، ويعتبر تأثير الألوان من المكونات الأساسية للصورة والمصاحبة إليها الأشكال المتنوعة للقطات والكادرات، وهذا ما يخلق الشعور بجمال الصورة المعروضة.

**جدول رقم (82):** يبين رأي الجمهور حول مدى حرية عرض المضامين في الجريدة والقناة.

المجموع	يقرأ			حرية المواضيع	
	صغيرة	متوسطة	كبيرة		
26	/	2	24	كبيرة	ت.ا.ب.
44	/	40	4	متوسطة	
2	2	/	/	صغيرة	
72	2	42	28	المجموع	

يظهر الجدول أن أفراد العينة يرون أن القناة والجريدة تتمتع بهامش حرية متوسط وهذا بنسبة

55,55%.

ومنه فأتى نزولنا إلى الميدان واحتكاكنا بالعينة لم يكن غريبا عنا أن نجد هذه الإجابة فهو الواقع الحقيقي لحرية الإعلام في الجزائر، وإذا أردنا أن نقول أن هذه الحرية الشبه مقيدة والتي أحس بها الجمهور راجعت قانونيا إلى المواد الردعية لحرية التعبير منها قانون العقوبات والغرامات المالية في حق الصحفي في حالة ارتكابه لمخالفة مهنية، الحكم بالغلق في حالة مخالفة مهنية والحكم بالتوقيف عن العمل<sup>(182)</sup>، ومن منطلق آخر فالإشهارات هي القلب النابض والممول الأساسي للجريدة وعلى قول أحد الصحفيين خلال ندوة حول الصحافة الجزائرية بين أمس والغد، عدلان لحميشي " أن هناك صحافة لا عمومية ولا خاصة" وعلى اعتبار أن جريدة الشروق هي جريدة خاصة فهذا المنطلق راجع أن الحكومة من تمول المؤسسات الإعلامية بشقيها العمومي والخاص وأي صحيفة هنا تكون مقيدة وهذا بطبيعة الحال راجع إلى أن المساس بالدولة سيؤدي إلى نهاية نشر الإشهار في الجريدة والطباعة، بالتالي فإن المؤسسة الصحفية مكبلة اليدين لهذا فقد اعتبر سليم بوفنداسة مدير تحرير جريدة الهدف\* " أن الصحافة هي الحمار الذي تركبه المؤسسة الحكومية لتحرير مصالحها". وإذا حاولنا أن نعلق عن سبب الحرية المتوسطة في قنوات الشروق الجزائرية فالأمر لا يختلف كثيرا وهي النتيجة التي أكدنها مع مدير تحرير قناة الشروق زلاقي هشام قائلا " أن القناة تتمتع نوعا ما بالحرية وهذا راجع إلى أمور ظاهرة ومعروفة وليس بالضرورة الحديث عنها" \*\*، فالقناة هي جزائرية بإستديوهات بالجزائر العاصمة ولكن بثها من خارج الوطن، فالقناة حسب القانون هي قناة أجنبية وحتى قانون الإعلام 2014 الذي يروي كيفية سيرورة قطاع السمعي البصري الخاص والذي أكد بصريح العبارة أن البث سيبقى محتكرا من قبل الحكومة وهذا يفرض على القناة أن تبث من خارج الوطن، وهذا من جهة أخرى يمنع التغطيات المباشرة خاصة وأن عدم وجود بث من داخل الوطن فإن هذا يحتم تعميم في المعلومة من جهة، ومن جهة أخرى عدم نشرها في وقتها إضافة على هذا وكما ذكرنا سابقا في الجريدة فإن ما يحدث لها فيما يخص الإشهار يحدث تماما في قنواتها.

\*

(1): حسب المادة 116 117 118 119 الى غاية 126 من الباب التاسع المخالفات المرتكبة في اطار ممارسة النشاط الاعلامي من قانون الاعلام 2012.  
\* : سليم بوفنداسة - الإعلام الرياضي في الجزائر - ندوة حول الصحافة الجزائرية بين أمس والغد، بمناسبة حرية الصحافة المصادف إلى 03 ماي من كل سنة، بجامعة قسنطينة 03، يوم 2014/05/04.  
\*\* : مقابلة مع مدير التحرير لقناة الشروق زلاقي هشام، يوم 2014/05/25، على الساعة 14:00 بمقر المؤسسة.

جدول رقم (83): يبين رؤية الجمهور نحو الصحفي ومهارته ما بين الجريدة والقناة.

القناة		مهارات صحفي القناة	الجريدة		مهارات صحفي الجريدة
%	K		%	K	
61,11	44	قادرة على إيصال المعلومات والأخبار	38,89	28	يدفعك لتخيل الأحداث عند قراءتها
25	18	متحكم في لغة عرض المضامين	36,11	26	يستخدم لغة بسيطة ومفهومة
13,89	10	يحضون بمعايير الجمال	25	18	متمكن من تقديم مادته
100	72	المجموع	100	72	المجموع

يرى الجمهور أن الصحفي في جريدة الشروق يدفعه لتخيل الأحداث عند قراءتها مستخدماً لغة بسيطة ومفهومة وهذا بنسبة 75%، ويرجع عامل التخيل إلى محور فكرة الوسيلة الساخنة والباردة والتي ابتكرها ماكلوهان<sup>(185)</sup> فهو يرى أن الجريدة هي من الوسائل الساخنة لأنها تعتمد على حاسة واحدة فقط، وتحتاج إلى قدر بسيط للتخيل لأن الكاتب في جريدة الشروق أثناء سرده لأحداث قصته فهو يجيب على كل أسئلة لاسويل بالتالي فذلك التسلسل في الأحداث أو بالأحرى الكم الكبير من المعلومات يجعل الفرد يرى القصة في مخيلته، وهذا ما أكده لنا جمهور الشروق، كما أنهم يرون أن الصحفي من خلال ما يسرده يستخدم لغة بسيطة ومفهومة حتى ينقل مجريات الأحداث لقارئها على صعيد يسهل له إستيعاب ما كتبه، بهذا يكون الصحفي متمكن من تقديم مادته أي أنه استوفى كل الشروط الأساسية لكتابة الخبر.

\*: للإثراء أكثر انظر الفصل الثاني الخاص بالمشهد الاعلامي بين المطبوع والسمعي البصري في الجزائر.

(1): حسن عماد المكاوي وليلى حسين السيد- الاتصال و نظرياته المعاصرة- عربية للطبع و النشر، 2006، ص 277.

فقرأ مشاهدي قناة الشروق الجزائرية يرون بأن منشطي القناة قادرين على إيصال المعلومات والأخبار فبغض النظر أن أشكالهم وهندامهم لم يجذب إليهم المشاهدين بذلك المقدار في طريقة عرض المعلومات واللغة المستخدمة، فصحفي قناة الشروق لا يثيرون الانتباه بقدر ما يثيره ذلك الجانب فيهم المقترن بإيصال المعلومة ووضوحها وبساطة اللغة المستخدمة التي تخاطب كل فئات وطبقات المجتمع على اختلاف مستوياتهم الثقافية والعلمية، هذا يؤكد لنا أن صحفي هذه القناة الخاصة لا زال طريق شهرتهم غير محدد بعد فبالمقدار الذي يعنى به الجمهور حاليا هو المضمون والالتفاف حول أخبار هذه القناة التي يعتبرونها متنفسا جديدا حاضرا لاطلاعهم على المستور ولو بالقليل.

**جدول رقم (84): يبين معرفة الجمهور بأقلام الجريدة ومنشطي القناة.**

القناة		الجريدة			
التكرارات		التكرارات		أسماء الأعلام	
%	K	%	K		
25	3	75	3	أمال عيساوي	
25	3	25	1	ناصر	
16,67	2				
16,67	2				
16,66	2				
100	12	100	4	المجموع	

أثبت جمهور القراء المشاهدين أن صانعي الخبر من منشطين وأقلام صحفية لا تجذب اهتمامهم بمقدار ما تجذبه إليه أعمالهم، فهذا السؤال والذي شكل إخراجا لدى جمهور عينتنا، والذي وجد نفسه أمام قراءة جريدة دون معرفة كاتب أخبارها ومعرفة برامج ونشرات دون معرفة منشطيتها، بالرغم من أن الجمهور أكد عبر أسئلتنا السابقة أنه بدأ قراءة الجريدة منذ أكثر من سنة ومشاهدة القناة منذ ظهورها إلا أنهم يجهلون أسماء الصحفيين والمقدمين، فالصحفي عند نهاية مقاله يوقع باسمه حتى وإن كان اسما

مستعارا أو مختصرا فهذا شرط من شروط كتابة الصحفية، إلا أننا يمكننا أن نرجح هذا نسبيا فقط لكون المضمون يلعب دورا أهم من صاحبه، ففي بعض الأحيان نجد تحقيقات بالغة الأهمية تكشف أسراراً جد غامضة فنجد ما هو متناول على السنة القراء هو تلك النتيجة المتواصل إليها لا من قام بذلك العمل، بحكم أن الجريدة لا تظهر شكل الصحفي فهذا نعتبره منطقي على خلاف القناة التي يظهر فيها الصحفي صوتا وصورة، إلا أنه لم يشكل اهتماما أو بالأحرى شهرة، فالصحفي الناجح يتألق بمحبة جمهوره له فإن حاولنا أن نقول أن منشطي القناة قد فشلوا في تحقيق شهرة لأنفسهم، وقد نقول أن المنشطين على أغلبهم من الشباب أي لا يحضون بتلك الخبرة أو تلك الشهرة التي تخولهم أن يكونوا معروفين في الساحة الإعلامية.

وكما هو معروف في عالم التلفزيون أن البرنامج الناجح أو المسلسل الناجح هو من يستقطب أكثر المنشطين أو الممثلين شهرة، بالتالي سيحقق نجاحا ورواجا كبيرين.

وبحكم أن قناة الشروق لم يمضي على بداياتها إلا ثلاث سنوات فهي إلى حد الساعة لم تشكل نجوما بعد ولم تستقطبهم كذلك، ولكنها مجبرة على هذا إذا أرادت أن تكسب جمهورها الداخلي والخارجي، خاصة وأنها ضمن نطاق إعلامي فضائي المنافسة فيه على أشدها. فمن هذا المنطلق أثناء مقابلتنا مع زلاقي هشام اعرب أنه ليس مع فكرة استقطاب النجوم للشاشة لأن مشورا القناة لا زال طويلا فهم حاليا يركزون على الشباب والتجارب الصاعدة لأنها تعتبر مهذا للنجومية.\*

\*: مقابلة مع مدير التحرير لقناة الشروق زلاقي هشام، يوم 2014/05/25، على الساعة 14:00 بمقر المؤسسة.

جدول رقم (85): يبين توجه الجمهور نحو مضامين الوسيلة الأكثر مصداقية.

المجموع	يقرأ				المواضيع الأكثر مصداقية	
	ترفيهية	اقتصادية	اجتماعية	سياسية		
16	/	/	5	11	سياسية	تجاه
39	/	/	39	/	اجتماعية	
10	/	7	3	/	اقتصادية	
7	5	/	/	2	ترفيهية	
72	5	7	47	13	المجموع	

يظهر الجدول أن 54,17% من أفراد العينة يجدون مصداقية في كل من الجريدة والقناة من خلال المواضيع الاجتماعية، لتتباين آراء باقي العينة بين مختلف المواضيع.

يعتبر جمهور الجريدة والقناة أن أكثر المواضيع مصداقية هي المضامين الاجتماعية، فما تعرضه كل من الوسيلتين فيما يخص قصص الحياة اليومية والحوادث وقصص الجرائم فكلها تعنى بالواقع الحياتي لكل فرد فهكذا نوع من المضامين الوسيلة الاعلامية في حد ذاتها تهتم بها لجذب انتباه جمهورها فبمقدار ذلك الاهتمام بأحداث القصة ومجرياتها يدفع بجمهورها الى متابعتها، ومتابعة مستجداتها فغاية الوسيلة هنا هي ربح جمهورها من جهة وتشكل تلك الصورة من المصداقية تجاهها ومن جهة اخرى فهي تحرص بالدرجة الاولى ان تكون وقائع هذه الاحداث دقيقة وبمعلومات صادقة حتى تكون الوسيلة المرئية او المكتوبة اكثر قربا من واقع جمهورها.

لتأتي المواضيع السياسية في الدرجة الثانية في مصداقيتها لدى جمهورها لتخص القناة أكثر منها في الجريدة فالمقابلات والحوارات التي تبثها القناة وكما ذكرنا سابق من خلال برامجها الحوارية والتي تستضيف من خلالها شخصيات بارزة فهي بالتالي مصادر مؤكدة للمعلومات والتي تظهر امام الجمهور بالصوت والصورة وتناقش في امور مختلفة وحيثيات كثيرة هذا ما يدفع بالجمهور ان يصدق ما تقوله وما تقدمه من وعود مختلفة فلو كانت المصادر مجهولة او تتحدث خلف الستار فستحوم الشوك حول كل ما قيل.

**جدول رقم (86): يبين كيفية التعرض للوسيلتين من أجل الحصول على المعلومات.**

التكرارات		طريقة الحصول على معلومات أكثر
%	K	
69,44	50	تطالع الجريدة أولاً ثم تحاول الحصول على معلومات أكثر عبر القناة
30,56	22	تشاهد القناة أولاً ثم تحاول الحصول على معلومات أكثر عبر الجريدة
100	72	المجموع

أظهر الجدول أن 69,44 من الأفراد ولحصولهم على المعلومات فهم يتوجهون إلى الجريدة أولاً ثم يوسعون معلوماتهم من خلال القناة، بينما 30,56 من العينة فهم يشاهدون القناة أولاً ثم يذهبون إلى الجريدة من أجل معلومات أكثر.

أكد جمهور القراء المشاهدين أنه في حالة عدم اكتفاءهم بالمعلومات الموجودة والتي يطلعون عليها أولاً من جريدتهم الشروق فإنهم يشاهدون بعدها للقناة من أجل الحصول على معلومات أكثر وهذا بنسبة تفوق 69%، هذا يؤكد أن الجمهور يتابع الوسيلتين ويحصل على الخبر أولاً من جريدته ويتابع مستجداتها عبر قنواتها.

أما من يشاهدون القناة ويحاولون الحصول على أكثر على المعلومات عبر الجريدة والذين وصلت نسبتهم 30,56% هي الفئة التي ترى بأنها مجبرة على تلبية احتياجاتها والحصول على معلومات أكثر أو التأكد من معلومات صادفتها عبر القناة من خلال الجريدة. وهذه النتيجة اكدها محمد زلاقي مدير المالية قائلاً أن الجريدة أصبح لديها دفع جديد وهو القناة فصارت توجه بأنظار مشاهديها نحو الجريدة\* حتى أن هناك قراء بدؤوا قراءة الجريدة منذ بداية مشاهدتهم للقناة، وهذا أمر ايجابي بالنسبة للمؤسسة لأن هذا الدور التكاملي جعلها تكسب جمهور من الطرفين - قراء ومشاهدين-.

**جدول رقم (87): يبين امكانية تخلي الجمهور عن الجريدة لصالح القناة.**

التكرارات		الاحتمالات
%	K	
26,38	19	نعم
73,62	53	لا
100	72	المجموع

أكد جمهور القراء المشاهدين انه وبالرغم من وجود قناة الشروق الا انهم لن يتخلوا عن قراءة جريدة الشروق وهذا بنسبة تفوق 73% اما من وجدوا ان القناة ستعوض حاجة القراءة لديهم وصلت نسبتهم 26.38%.

\*: مقابلة مع مدير الادارة والمالية لجريدة الشروق زلاقي محمد، بالجزائر العاصمة، مكالمة هاتفية يوم 2014/05/25، على 15:00.

وهذه النتيجة أكدها مدير المالية والإدارة لجريدة الشروق قائلاً " أن الجريدة لن تفقد جمهورها بوجود القناة خاصة وأن رقم سحب الجريدة عرف ارتفاعاً مع ظهور القناة."\*

جدول رقم (88): يبين سبب عدم تخلي الجمهور عن قراءة جريد الشروق اليومي لصالح القناة. ( لـ 53 مفردة)

التكرارات		الأسباب
%	K	
49,05	26	حب المطالعة
32,08	17	طريقة معالجة الجريدة لمضامينها
18,87	10	الوفاء للجريدة
100	53	المجموع

برر الجمهور عدم تخليهم عن قراءة جريدة الشروق لصالح القناة بسبب حبهم للمطالعة وطريقة معالجة مضامينها وهذا ما اثبتته النسبة 81,13%، وهذا راجع للانجذاب نحوها وخاصة أمام ما تقدمه لهذا فان الجمهور يؤكد ارتباطه بمحتوى الجريدة وكما عبروا عنه سابقا انه يتسم بالبساطة والوضوح والقدر العالي الذي يدفع الى التخيل في حين تولي النسبة المتبقية وفائها لها ما يؤكد انهم زاولوا قراءتها لسنوات طويلة ورسخت جريدة الشروق لديهم عادة للقراءة فمن صادفناهم من افراد العينة انهم يقرؤون جريدة الشروق بانتظام ويتعرضون لمعظم صفحاتها وتشبع احتياجاتهم يؤكد حق وفائهم لجريدتهم.

\*: زلاقي محمد، نفس المرجع.

جدول رقم (89): يبين سبب تخلي الجمهور عن جريدة الشروق اليومي لصالح القناة. ( لـ 19 مفردة)

التكرارات		الأسباب
%	K	
47,37	9	متوفرة دائما
36,84	7	تواكب الأحداث دائما
15,79	3	تحقق السبق الصحفي
100	19	المجموع

قدم جمهور القراء المشاهدين الأسباب التي ستدفعهم للتخلي عن الجريدة لصالح قناة الشروق هي التوفر الدائم لها ومواكبتها للأحداث وهذا بنسبة 84,21% لأن القناة نسخة طبق الأصل للجريدة، وبما أن كل ما تقدمه الجريدة من مضامين ستقدمه القناة هذا سيحولهم مستقبلا للاستغناء نهائيا عن قراءة الجريدة لأن ما يبحثون عنه متوفر في القناة، فعلاوة عن أنها تعيد بث برامجها فهي تبث مباشرة عبر الانترنت فهذا بالتالي سيسمح لهم بالتعرض إليها وانتقاء المواضيع التي يرغبونها وفي الوقت الذي يناسبهم. ويرى البعض الآخر أن القناة تواكب الأحداث دائما فبالتالي فقد وقع اختيار الجمهور من خلال مقارنته بين الوسيلتين الأكثر مواكبتا للمستجدات على القناة خاصة وأنها تأتي بالصوت والصورة، لا يخفى شريط الأخبار الذي يتمركز أسفل الشاشة والذي لا تنقطع أخباره على مدار اليوم .

جدول رقم (90): يبين امكانية وجود تكامل بين الجريدة والقناة.

التكرارات		لا (20 مفردة)	التكرارات		نعم (52 مفردة)
%	K		%	K	
40	8	لا مقارنة بينهما	48,08	25	القناة تفصل أكثر في مواضيع الجريدة
35	7	لكل وسيلة مضمينها الخاصة	32,69	17	توضح معلومات الجريدة بالصوت والصورة
25	5	أخبار معمقة في الجريدة	19,23	10	القناة تواكب مستجدات أخبار ما تقدمه الجريدة
100	20	مجموع	100	52	المجموع

يرى قراء مشاهدي الوسيطتين أن قناة الشروق الجزائرية مكملة في مضمينها لجريدة الشروق وهذا بنسبة 72,22% في حين ترى النسبة 27,78% أن قناة الشروق ليست مكملة في مواضيعها للجريدة ويرجع سبب الذين وجدوا هذا التكامل بين القناة والجريدة أن القناة تفصل وتعطي معلومات إضافية تكمل بهذا الأخبار التي جاءت بها الجريدة، ما يثبت من كلامهم أنهم يطالعون الجريدة أولاً ويتجهون إلى القناة للحصول على معلومات وشروحات أوفر، وعلاوة على ما تضيفه فهي تقدم وبأصدق تعبير تلك المعلومات بالصوت والصورة وبالتالي سيكون للخبر ثقل من ناحية تصديقه.

فإن قلنا أن القراءة في الجريدة صباحاً ومشاهدة القناة ليلاً دليل على أن الفرد يبدأ نهاره بمعلومات بسيطة تخبره بالفكرة العامة للخبر وفي القناة ليلاً فهو يستوفي ذلك الخبر بمعلومات وحيثيات أكثر.

أما من يرون أن القناة لا تكمل في مواضيعها مواضيع الجريدة لأنهم يعتبرون أن لا أساس لمقارنة جريدة بقناة حتى وإن كانت تابعة لها وتحملان نفس الشعار وأن كل وسيلة تنفرد بمضامينها الخاصة وهذا بنسبة 75%.

## 2.4. نتائج الدراسة

توصلنا في دراستنا إلى النتائج التالية:

01. أن جمهور جريدة الشروق لهم عادات وأنماط لقراءتها هذا من خلال الانتظام في التعرض لها صباحا ويمتوسط حسابي يساوي 22 د أي ( من 10 د إلى 30 د) ولبعض الصفحات المميزة، وهذا ما أظهرته حقا نتائج الجداول (22)، (23)، (24)، (27) و (30). فالجمهور هنا هو وفي لقراءة الجريدة وهذا راجع لما تقدمه من خدمات وإرشادات وأخبار.

02. تعود دوافع الجمهور من قراءة جريدة الشروق إلى الحصول على الأخبار كونها قريبة من المواطن فهي تزوده بكل الأخبار ذات الطابع العام التي تمس حياته اليومية، انطلاقا من عدة اهتمامات منها المواضيع المحلية الوطنية، المواضيع الإخبارية والمواضيع الاجتماعية.

03. تحقق جريدة الشروق لجمهورها احتياجات متفاوتة اجتماعية، اخبارية، ثقافية وسياسية، أكثر منها ترفيهية، علمية، دينية واقتصادية (وهذا ما يظهره الشكل الموالي)، وهذا راجع لما تتناوله الجريدة من مواضيع تعبر من خلالها على سياستها التحريرية انطلاقا من نوع المضامين التي تطرحها عبر صفحاتها القارة لشرائح مختلفة من جمهورها.

شكل رقم (05): يبين الاحتياجات المحققة من الجريدة لدى الجمهور.

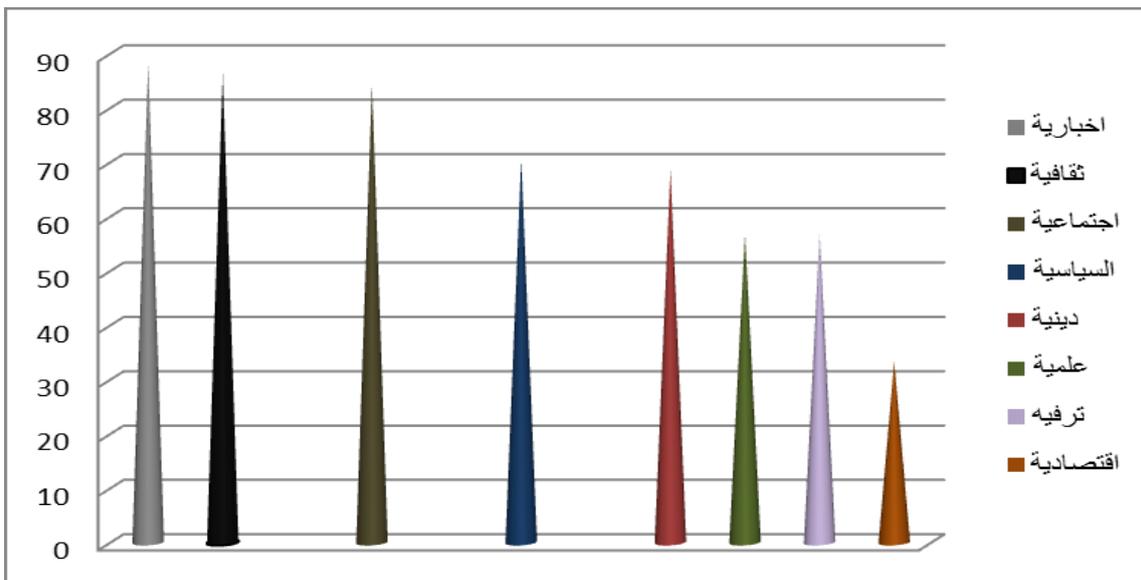


04. إن جمهور قناة الشروق لهم عادات وأنماط لمشاهدتها هذا من خلال الانتظام في التعرض لها ليلا وبمتوسط حسابي يساوي 1 ساعة و 09 دقائق أي ( من ساعة إلى ساعتين) ولبعض البرامج المميزة، وهذا ما أظهرته حقا نتائج الجداول (42)، (43)، (44)، (47) و (50). ويعود هذا إلى طبيعة البرامج في حد ذاتها التي فرضت نمطية زمن البرنامج على نمطية المشاهدة لدى جمهور قناة الشروق.

05. تعود دوافع مشاهدة قناة الشروق إلى الحصول على الاخبار ومتابعة المستجدات، فهذا دليل على أن القناة تواكب آخر الأخبار وتطوراتها في مضامين محددة يهتم المشاهدون لأمرها لاعتبارها من المواضيع التي تهتم القناة في حد ذاتها منها اجتماعية، دينية، اخبارية ووطنية وهذا ما أظهره جدول (48) و(49).

06. تحقق قناة الشروق لجمهور مشاهديها احتياجات متفاوتة بين اخبارية، ثقافية واجتماعية، أكثر منها ترفيهية، علمية، دينية، سياسية واقتصادية (وهذا ما يظهره الشكل الموالي)، وهذا تبعا لما تركز عليه القناة انطلاقا من سياستها وتعكسها طبيعة المواضيع التي تتناولها عبر برامجها المختلفة ذات الاهتمامات المتنوعة.

شكل رقم (06): يبين الاحتياجات التي تحققها القناة.



07. إن جمهور جريدة وقناة الشروق قد اكتسب عادات جديدة كامل من خلالها في تعرضه للجريدة والقناة وهذا ما تثبته نتائج الجداول (63)، (64).

08. جمهور القراء المشاهدين بدخول الجريدة والقناة لم تحدث ارتباكا في عادات القراءة والمشاهدة لديهم وهذا ما تظهره الجداول (22)، (23)، (24)، (42)، (43)، (44)، (62)، (63)، (64).

09. إن دوافع القراء المشاهدين من قراءة ومشاهدة جريدة وقناة الشروق هو الحصول على الأخبار ومتابعة المستجدات، وهذا من خلال الاهتمامات الاجتماعية، الإخبارية والمحلية والتي دتب الجمهور على متابعتها من خلال مضامين الوسيلتين.

10. أظهرت نتائج الدراسة فيما يخص الإشباعات التي تحققها الوسيلتين لجمهور قراءها ومشاهديها وانطلاقا من معامل الارتباط لسبيرمان والتي جاءت نتائجه تؤكد العلاقة العكسية بين ما تحققه الجريدة لجمهورها في ظل ما لا تحققه لهم القناة والعكس بالنسبة للقناة، لتكون هذه الإشباعات هي الإخبارية، الترفيهية، الثقافية، الاجتماعية، العلمية، الدينية والاقتصادية بالمقابل أظهر معامل الارتباط وجود علاقة طردية بين الوسيلتين فيما يخص الإشباعات السياسية، وهذا التكامل يعود إلى الفترة التي أجرت فيها الدراسة الميدانية والتي تزامنت مع حدث سياسي مهم وهو الانتخابات الرئاسية 2014.

11. يرى جمهور القراء المشاهدين أن مضامين ما تعرضه الوسيلتين المكتوبة والسمعية بصرية تتعامل بحرية متوسطة وهذا ما يظهره الجدول رقم (82)، ويرجع هذا إلى أن مؤسسة الشروق وبالرغم من كونها خاصة إلا أنه وكما ذكرنا سابقا في التحليل تبقى مقيدة من طرف الدولة والتي تتحكم في الاشهار الذي يعتبر رأسمال المؤسسات الإعلامية، فأى مخالفة أو مساس بالحكومة يؤدي إلى عقوبات وخيمة ومختلفة.

12. يميل الجمهور إلى شكل الجريدة من خلال صفحتها الأولى والأخيرة وجمالية الصورة في القناة وهذا ما أثبتته نتائج الجدول رقم (85)، هذا ما يؤكد أن الجريدة مهتمة بشكل واجهتها الذي استطاعت من خلالها أن تجذب إليها جمهورها مباشرة دون اهتمامهم بمضمونها وهذا من خلال تحكمها في المعايير التيبوغرافية المشكلة للشكل العام للجريدة، وهو ذات الأمر بالنسبة للقناة التي ركز الجمهور من خلالها على جمالية صورة قناتهم التي تهتم هي الأخرى في إطلالتها على عناصر الجذب الجمالية حتى تبقى أعين مشاهديها منصبة تجاهها.

13. من خلال النتائج التي توصلنا إليها حول المضامين الأكثر مصداقية في كلا الوسيلتين أظهر الجمهور تجاوبه مع المواضيع الاجتماعية على اعتبارها أكثر مصداقية على خلاف المواضيع السياسية، الاقتصادية، فالوسيلتان ذات الطابع العام تهتم بانشغالاته وتعبير عن واقعه وتعكس كل ما يجري في بيئته، فهما وصلة همز بين الحاكم والمحكوم.

14. من خلال النتائج التي توصلنا إليها أن الجمهور لن يتخلى عن جريدة الشروق اليومي لصالح قناة الشروق TV، وذلك لأنه وحتى يحصل على المعلومات فإنه يتوجه للوسيلتين الإعلاميتين بالتناوب وهذا ما أظهره الجدول رقم (86).

15. يرى الجمهور أن قناة الشروق TV هي مكتملة في مواضيعها لجريدة الشروق اليومي، خاصة وأن الأفراد يحصلون على الأخبار من الجريدة ثم يتابعون المستجدات من القناة وهذا ما أظهرته نتائج الجدول رقم (90).

### 3.4. النتائج على ضوء الفرضيات :

الفرضية الفرعية الأولى: "الجمهور عادات وأنماط وإشباعات محققة من قراءة جريدة الشروق اليومي".

العينة المتوقعة تعادل نصف العينة أي 36 مفردة تحقق إشباعاتها من قراءة الجريدة.

جدول رقم (91): يبين نتائج اختبار مربع كاي للفرضية الفرعية الأولى.

الحاجات العلمية	الحاجات الثقافية	الحاجات الاقتصادية	الحاجات السياسية	الحاجات الاجتماعية	الحاجات الترفيهية	الاحتياجات المحققة	درجة التأكد من صحة الفرضية هي 50%
33	40	32	40	42	36	42	التكرار المشاهد
36	36	36	36	36	36	36	التكرار المتوقع
9	16	16	16	36	0	36	(مش-مت) <sup>2</sup>
0.25	0.45	0.45	0.45	1	0	1	$\frac{(مش - مت)^2}{مت}$
						7	K
						6	Df
				كاي الجدولية: = 12,592		x <sup>2</sup> = 3.6 كاي الحسابية	

يشير اختبار مربع كاي إلى تحقق الفرضية عند مستوى ثبات 0.05 وبالتالي فالفرضية محققة.

الفرضية الفرعية الثانية: للجمهور عادات وأنماط وإشباعات محققة من مشاهدة قناة الشروق TV.

العينة المتوقعة تعادل نصف العينة أي 36 مفردة تحقق إشباعاتها من مشاهدة القناة.

جدول رقم (92): يبين نتائج اختبار مربع كاي للفرضية الفرعية الثانية.

-أ-

الحاجات العلمية	الحاجات الثقافية	الحاجات الاقتصادية	الحاجات السياسية	الحاجات الاجتماعية	الحاجات الترفيهية	الاحتياجات المحققة	درجة التأكد من صحة الفرضية هي %50
40	49	26	41	51	39	51	التكرار المشاهد
36	36	36	36	36	36	36	التكرار المتوقع
16	169	100	25	225	9	225	(مش-مت) <sup>2</sup>
0,44	4,69	2,78	0,69	6,25	0,25	6,25	$\frac{\text{مش - مت}}{\text{مت}} \times 2$
						7	K
						6	Df
كاي الحسابية $x^2=21,34$				كاي الجدولية: $= 12,592$			

يشير اختبار مربع كاي إلى عدم تحقق الفرضية عند مستوى ثبات 0.05 وبالتالي فالفرضية غير محققة.

العينة المتوقعة هي أكثر من نصف العينة أي 54 مفردة تحقق إشباعاتها من مشاهدة القناة.

-ب-

درجة التأكد من صحة الفرضية هي 75%	الاحتياجات المحققة	الحاجات الترفيهية	الحاجات الاجتماعية	الحاجات السياسية	الحاجات الاقتصادية	الحاجات الثقافية	الحاجات العلمية
التكرار المشاهد	51	39	51	41	26	49	40
التكرار المتوقع	54	54	54	54	54	54	54
(مش-مت) <sup>2</sup>	9	144	9	169	9	25	196
<u>(مش - مت)<sup>2</sup></u> مت	0,17	2,67	0,17	3,13	0,17	0,46	3,63
K	7						
Df	6	كاي الجدولية: = 12,592			كاي الحسابية x <sup>2</sup> =10,40		

يشير اختبار مربع كاي إلى تحقق الفرضية عند مستوى ثبات 0.05 وبالتالي فالفرضية محققة.



## مناقشة نتائج الفرضيات:

- على ضوء الفرضية الفرعية الأولى والتي مفادها أن "للجمهور عادات وأنماط وإشباعات محققة من قراءة جريدة الشروق اليومي " وتظهر نتائج مربع كاي إلى تحقق صحة هذه الفرضية إذ أن للجمهور عادات من خلال أوقات وفترات التعرض وطريقة الشراء ومكان التعرض، كما لديهم إشباعات اجتماعية وثقافية وسياسية محققة من الجريدة.
  - على ضوء الفرضية الفرعية الثانية والتي مفادها أن " للجمهور عادات وأنماط وإشباعات محققة من مشاهدة قناة الشروق TV " ومن خلال حساب مربع كاي لهذه الفرضية وجدنا أن كاي المحسوبة أكبر من كاي الجدولية ما يحيل إلى عدم ثبات هذه الفرضية، ولكن السبب الحقيقي وراء هذه النتيجة راجع إلى أن التكرار المتوقع الذي كان لنصف العينة (36 مفردة) أقل من مما تحققه القناة من إشباعات لهم وهذا ما أظهرته لنا نتائج الجدول ( )، ولكن بأخذ تكرار متوقع أكبر من نصف العينة وجدنا أن كاي المحسوبة أقل من كاي الجدولية وبالتالي فالفرضية الثانية محققة.
  - على ضوء الفرضية الثالثة والتي مفادها أنه " تتطابق الإشباعات المحققة من الجريدة والقناة " ومن خلال نتائج مربع كاي لم يثبت تحققها.
- ومن خلال اختبار مربع كاي فالفرضية الرئيسية القائلة "تراجعت مقروئية جريدة الشروق بسبب قناة الشروق TV التي تغطي الإشباعات المحققة من طرف الجريدة" غير محققة، وعليه نقبل الفرضية الرئيسية البديلة القائلة "مقروئية جريدة الشروق لم تتراجع بظهور قناة الشروق TV على اعتبار أن الوسيطتين مكملتين لبعضهما في تحقيق إشباعات جمهور القراء المشاهدين.

## 4.4. الاستنتاجات

من خلال نتائج الدراسة توصلنا إلى الاستنتاجات التالية:

- أ. أن قناة الشروق رغم مشاورها القصير الذي بدأته سنة 2011، إلا أنها دفعت بجمهورها لقراءة جريدة الشروق ذات المسار الطويل داخل الساحة الإعلامية الجزائرية، فالقناة بما تقدمه من أخبار فيما يهم الصالح العام علاوة على شريط أخبارها وما تقدمه من مستجدات هو الذي خلق ذلك الدفع من التشويق لدى الجمهور حتى يطلع على ما قدمته الجريدة من إضافات.
- ب. أن الجمهور في حالة عدم تحقيقه إشباعاته سواء من جريدة أو قناة الشروق، فهو لا يتوجه إلا القنوات العمومية والأجنبية فقط، وإنما يتجه إلى القنوات الجزائرية الخاصة التي انطلقت كذلك على أرضية جرائدها، وهذا ما يؤكد أن المنافسة على أشدها بين المؤسسات الإعلامية الخاصة التي تستهدف استقطاب جمهورها وجمهور الوسائل الإعلامية الأخرى المنافسة.
- ج. إن القناة ما زالت بعيدة عن فكرة الترفيه والذي يعتبر عنصرا أساسيا في القناة، وبغياب الترفيه قد يمل الجمهور من طابع الجدية للقناة، وهذا ما يرجح أن الجريدة ستبقى محافظة على طابعها أكثر من القناة.
- د. أن الجمهور الجزائري بالرغم من أنه رفع ثقته عن القنوات العمومية والتي شاهد برامجها لسنوات، إلا أنه وبظهور القنوات الخاصة اعتبرها كمتنافس جديد تعبر عن انشغالاته وترصد مشاكله، إلا أنه يعتبر القنوات العمومية الجزائرية مكملة في طرحها لمواضيع القنوات الخاصة فمواضيع القنوات العمومية ترصد تحركات السلطة وكل المشاريع الحكومية، أما القنوات الخاصة فهي ترصد كل ما هو متعلق بالشعب، وبالتالي فالقنوات الخاصة والقنوات العمومية هما وجهان لعملة واحدة فيما يقدمانه من خدمة عمومية للجمهور.
- هـ. أن قطاع السمعي البصري الخاص استفاد من تجربة الصحافة المكتوبة، خاصة وأنها تجربة حقيقية عاشتها جريدة الشروق مع بداية التعددية السياسية والإعلامية في 1990، فهي تحاول أن تستفيد من المراحل التي تعرضت إليها خاصة فيما يتعلق بالفتح والغلق، والتعامل مع طبيعة المواضيع وسيرورة النشاط الصحفي، هذا ما يخول لها دخول السمعي البصري بأخف الأضرار.
- و. أن صحفيي القناة لا يملكون ذلك التأثير والقدرة على الإقناع أو الجذب حتى يشاهدهم الجمهور لشخصهم، وإنما الجمهور ينساق نحو أخبار قناة الشروق، وما يمكن أن نقوله هو أن منشطي

الشروق ليسوا نجوما ولا يعتبرهم المشاهدين مشاهير، وهذا الأمر في عالم التلفزيون يعتبر ضروريا، ليبقى مصير نجومية منشطي قناة الشروق معلقا بما يقدمونه وما يصنعونه من أجل أن يكتسبوا جمهورا لأنفسهم.

ز. تعتبر قناة الشروق أنها قناة جزائرية خاصة محضة مهمتها إلا مخاطبة الجمهور الداخلي الجزائري، وأهملت تعاملها مع الجمهور الخارجي سواء إقليميا أو عالميا.

## 5.4. توصيات الدراسة:

من خلال نتائج الدراسة خلصنا إلى مجموعة من التوصيات العملية من أجل تغطية بعض عناصر القصور من جهة مؤسسة الشروق بشقيها المكتوب والسمعي البصري:

- على جريدة الشروق أن تعطي اهتمام أكثر على ما تقدمه من مواضيع علمية وثقافية، فكما هي مصدر إعلامي وإخباري، هي تعتبر مصدرا معرفيا للمتقنين والمتعلمين.
- يجب أن تركز قناة الشروق على الطابع الترفيهي في برامجها لكونه أساس المجال السمعي البصري، وعدم إتباع مسار واحد أي المسار الإخباري في تناولها للمواضيع خاصة وأن القناة عامة.
- يجب على القناة أن تستقطب الصحفي النجم، خاصة وأنه عنصر جذب للجمهور من جهة وللمستثمرين من جهة أخرى وبالتالي ترتفع إشارات القناة.
- على القناة أن تطور من برامجها خصوصا ذات الصدى داخل المجتمع الجزائري، وتقدم كل ما هو جديد وحصري حتى لا يمل منه الجمهور، خاصة وأن الوصول إلى القمة صعب ولكن الحفاظ عليه أصعب.
- على القناة أن تخرج من فكرة مكانية المشاهدة التي تكون في معظم الأحيان مقترنة بالمنزل والاستفادة من التكنولوجيات الجديدة (3G، الهواتف الذكية) حتى تتيح مشاهدتها في أي مكان على غرار ظروف المشاهد.
- على القناة أن تهتم بمواضيع ذات أبعاد اقليمية وعالمية، وتتخلى عن فكرة micro-trottoir ونقل مشاكل الشعب الجزائري، خاصة وأنها خرجت من بثها التجريبي واستقطبت إليها أنظار المشاهد الجزائري، فهي الآن وبكونها فضائية محط أنظار لمشاهدين من خارج البلاد.
- على مؤسسة الشروق بشقيها أن تعيد النظر في مصداقية مواضيعها السياسية من خلال ما تقدمه، خصوصا وأن للجمهور نظرة على أن المؤسسة الإعلامية الجزائرية تتكتم على هذه المواضيع.

ومن هذه الدراسة التي حاولنا من خلالها التعرف على إحدى التجارب الجديدة التي دخلت بوابتها جريدة الشروق بإطلاقها قناة الشروق TV وذلك بدراسة جزء من تجربة قطاع الإعلام في الجزائر، فعلى غرار الزاوية التي تناولناها فهي كأي بحث أكاديمي لها معوقات ولها جوانب سلبية وإيجابية فإن هذه الدراسة أوصلت نتائجها أن جريدة الشروق لن تتراجع مقروئيتها بظهور قنواتها، خصوصا وأن المؤسستين تتكاملان في اشباع احتياجات جمهورها المختلفة. فالصورة العامة لمنطلق هذا الموضوع تبقى في بدايتها لأنه لا يمكن أن نحكم حكما جازما أن الأوضاع ستبقى على حالها وأن المشهد الإعلامي الجزائري لن يتغير، بل وأثناء انجازنا للدراسة كانت هناك عدة مشاريع ستطبق مستقبلا وستظهر بوادر جديدة قد تكون مجالات بحث للأجيال القادمة، ومن منطلق هذه التجربة والتي اظهرت من أساسها أن القطاع المكتوب الجزائري قد استفاد من تجربته التي عاشها في مرحلة التعددية انطلاقا من هفواتها ونجاحاتها سيحاول اليوم من خلال المجال السمعي البصري أن يستكمل مساره الإعلامي ويخلق لنفسه مكملا حتى يبقى ضمن المنافسة الإعلامية، إلا أن الفكر الاعلامي الجزائري لا زال يبدوا على الغالب منغلقا على الإعلام المحلي دون التفكير في إعلام على المستوى العالمي.

**قال الأصماني: "ما كتب أحد في يومه كتابا، إلا  
وقال في نفسه لو أنني فعلت كذا كان أحسن، ولو  
غيره كذا لكان يستحسن، ولو أخبرت هذا لكان  
أجمل، ولو تركت هذا لكان أفضل وهذا من أفضل  
العبر، وهو دليل استلاء النقص على سائر البشر".**

## دراسات مقترحة:

- اجراء دراسات لتحديد مصادر تمويل المؤسسة بشقيها المكتوب والسمعي البصري.
- اجراء دراسة لتحديد الخدمة العمومية للقطاع الإعلامي الخاص في الجزائر.
- إجراء دراسة حول صورة الإعلام الخاص لدى الجمهور الجزائري.
- إجراء دراسة لتحديد صورة السلطة في القنوات الخاصة الجزائرية.
- إجراء دراسة حول توجهات الجمهور نحو الخدمة الإخبارية في القنوات الجزائرية العمومية والخاصة.
- إجراء دراسة حول الجانب القانوني المسير للنشاط الإعلامي للمؤسسات الإعلامية الخاصة في الجزائر.
- إجراء دراسة مقارنة بين القنوات الجزائرية والقنوات الخاصة العربية.
- إجراء دراسة مقارنة حول حرية التعبير في الجرائد والقنوات الخاصة الجزائرية.
- إجراء دراسة مقارنة حول نمطية العمل الإعلامي داخل المؤسسة الإعلامية التي توسعت إلى قناة ومنفصلة بطاقتها على الجريدة والمؤسسة التي لها نفس الطاقم الصحفي بين الجريدة والقناة.

المراجع

## قائمة المراجع

### أ- المعاجم والقواميس:

1. ابن منظور - لسان العرب - جزء 1، بيروت، 1990.
2. أحمد زكي بدوي - معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية، انجليزي - فرنسي - عربي - مكتبة لبنان، بيروت.
3. جميل أبو نصري وآخرون - معجم المتقن - دار الراتب الجامعية، بيروت، لبنان، 2006.
4. طارق سيد أحمد الخلفي - معجم مصطلحات الإعلام - انجليزي - فرنسي - دار المعرفة الجامعية، ط1، 2008.
5. عبد المنعم الحسن - موسوعة عالم علم النفس - دار تولبس، لبنان، 2005، مج3، ج15.
6. محمد عاطف غيث - قاموس علم الاجتماع - دار المعرفة الجامعية الإسكندرية، مصر، 1995.
7. مصطفى حسان و عبد المجيد بدوي - قاموس الصحافة و الإعلام - لبنان، المجلس الدولي للغة الفرنسية، سنة 1991.
8. وضاح زيتوني - معجم المصطلحات السياسية - دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2014.
9. Louay Khateed - **Dictionnaire français- arabe/ arabe- français-** 2009.
10. Voir Lycien Sfez - **Dictionnaire Critique de la communication** - edit P.U.F, Paris, 1993.

### ب- الكتب

- باللغة العربية:

1. أحمد اسماعيل المعاني وآخرون - أساليب البحث العلمي والإحصاء - كيف تكتب بحثاً علمياً؟ - ط1 ، إثراء للنشر والتوزيع، الأردن ، 2009.
2. أحمد بن مرسل - مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الاتصال - ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر.
3. إسماعيل معارف قالببة - الإعلام حقائق وأبعاد - الديوان الوطني للمطبوعات الجامعية، الجزائر، 1999
4. انشراح الشال - قنوات التلفزيون في العالم الثالث، دار الفكر العربي، القاهرة، 1993.
5. جمال العيفة - مؤسسات الإعلام و الاتصال - ديوان المطبوعات الجامعية، بن عكنون، الجزائر.
6. جيهان رشتي - نظم الاتصال والإعلام في الدول النامية - ط1، دار الحماسي للطباعة و النشر، 1986.
7. حسن عماد المكاوي وليلى حسين سيد - الاتصال و نظرياته المعاصرة - عربية للطبع والنشر، 2006.
8. خالد أحمد فرحان المشهداني ورائد عبد الخالق عبد الله العبيدي - مناهج البحث العلمي - دار الأيام للنشر و التوزيع، طبعة عربية، عمان، الأردن، 2013.
9. خليل صابات - الصحافة، رسالة، استعداد ، فن و علم - دار المعرفة بمصر، الطبعة الثانية، القاهرة.
10. ربحي مصطفى عليان - أساليب البحث العلمي - الأسس النظرية و التطبيق العلمي -، ط4، 2010.
11. رفيق الزنكاوي - الاسس العلمية للإعلام في المجال الرياضي - اثر القنوات الفضائية على المعرفة الرياضية - دار الكتاب الحديث، 2010.
12. روجر وبمر وجوزيف دومنيك، ترجمة صالح أبو صبع وفاروق منصور - مدخل إلى مناهج البحث العلمي - المنظمة العربية للترجمة، ط1، بيروت، لبنان، 2013.
13. زهير احدادن - تاريخ الإذاعة والتلفزة - ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر 1984.

14. سعد سليمان المشهداني- الإعلان التلفزيوني و تأثيره في الجمهور- ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2012.
15. سليم عيدالي- الإعلام التلفزيوني- ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010.
16. شون مكبرايد- أصوات متعددة وعالم واحد- الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، 1981.
17. صحر محمد وهبي- بحوث جامعية في الاعلام و الاتصال- دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 1996.
18. عبد الحميد حيفري - التلفزيون الجزائري واقع و أفاق - المؤسسة الوطنية للكتاب ، الجزائر، 1985.
19. عبد الرحمان عزي وآخرون- عالم الاتصال- ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1992.
20. عبد العزيز شرف - الأساليب الفنية في التحرير الصحفي- دار قباء للطباعة و النشر، القاهرة، 2000.
21. عبد الفتاح عبد النبي - سوسيولوجيا الخبر الصحفي- دراسة في انتقاء ونشر الأخبار- المطبعة التجارية الحديثة، القاهرة، 1989.
22. عبد اللطيف حمزة- المدخل في فن التحرير الصحفي- ط، 4دار الفكر الصحفي، دار الفكر العربي.
23. عبد الله محمد الشريف- مناهج البحث العلمي - دليل الطالب في كتابة الابحاث و الرسائل العلمية -، ط 1، مكتبة الشعاع للنشر والتوزيع، 1996.
24. عبد المجيد ليلى- الصحافة استعداد و رسالة و فن و علم- العربي للنشر والتوزيع، مصر.
25. عدنان الجادري وآخرون- مناهج البحث العلمي- أساسيات البحث العلمي- ط1، عمان.
26. علي عبد الفتاح كنعان- إدارة المؤسسات الإعلامية- دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
27. علي محمد شمو- تكنولوجيا الفضاء و الاتصالات- ط1، مكتبة الإشعاع، الإسكندرية، 2002.
28. فاروق أبو زيد- فن الكتابة الصحفية- ط4، عالم الكتاب، القاهرة، 1990.
29. فاروق أبو زيد- مدخل الى عالم الصحافة- ط2، عالم الكتب، القاهرة، 1998.

30. فضيل دليو- الاتصال مفاهيمه- نظرياته-وسائله- دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003
31. فضيل دليو- البحث في الاتصال، عناصر المنهجية- ط2، مخبر بحث علم اجتماع الاتصال، قسنطينة 2009.
32. فضيل دليو- مدخل إلى علم الاتصال الجماهيري- مخبر علم الاجتماع، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2003.
33. كامل محمد المغربي- أساليب البحث العلمي في العلوم الانسانية والاجتماعية- دار الثقافة للنشر، الأردن، 2006.
34. محمد اللمداني- الصحافة المستقلة في الجزائر التجربة من الداخل- منشورات الحبر، متيجة للطباعة والنشر.
35. محمد جاسم قلجي الموسمي- نظريات الاتصال والإعلام الجماهيري- مقرر الفصل الثاني مرحلة الماجستير بقسم الإعلام والاتصال، الأكاديمية العربية المفتوحة في الدنمارك.
36. محمد سليمان الحتو- مناهج كتابة الأخبار الإعلامية و تحريرها- ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، الأردن، عمان، 2012.
37. محمد شطاح - قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والايديولوجيا- عين مليلة ، دار الهدى، الجزائر، 2006.
38. محمد عبد الحميد- نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير- عالم الكتب للنشر، القاهرة، 2004.
39. محمد عبدالحميد- بحوث الصحافة- ط2 ، عالم الكتب للنشر والتوزيع، 1997.
40. محمد علي الثوري- نشأة وسائل الاتصال وتطورها- ط 1، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2007.
41. محمد فرغلي وآخرون- السلوك الإنساني- نظرة علمية- القاهرة، دار الكتب الجامعية، 1977.
42. محمد محمود بن يونس- سيكولوجية الدافعية والانفعالات- ط1، دار الميسرة، عمان، الأردن، 2007.
43. محمد منير حجاب- الإعلام السياحي- دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2002.
44. محمد منير حجاب- مدخل إلى الصحافة- ط1، دار الفجر للنشر و التوزيع، مصر، 2010.

45. محمد منير حجاب- وسائل الاتصال و نشأتها و تطورها- ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2008.
46. محمد منير حجاب- وسائل الاتصال، نشأتها و تطورها- المجلد الرابع، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة.
47. موريس انجريس، ترجمة بوزيد صحراوي، كمال بوشرف- منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية- دار القصية للنشر، الجزائر.
48. موفق الحمداني وآخرون- مناهج البحث العلمي- أساسيات البحث العلمي- ط1، جامعة عمان العربية للدراسات العليا، 2006.
49. نبيل حداد- في الكتابة الصحفية- السمات، المهارات، الأشكال، القضايا- من اصدارات اللجنة الوطنية العليا لإعلان، عمان، عاصمة الثقافة العربية، 2002.
50. نبيل صقر- جرائم الصحافة في التشريع الجزائري- دار الهدى للطباعة والنشر، عين مليلة، الجزائر، 2007.
51. نصير بوعلي- التلفزيون الفضائي وأثره على الشباب في الجزائر- دراسة ميدانية، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، 2005.
52. نور الدين تواتي- الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر- طبعة منقحة، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2009.
53. هناء السيد- الفضائيات وقادة الرأي- دراسة أثرها على السلوك الاتصالي- ط1، العربي للنشر والتوزيع، 2005.
54. وجيه محجوب- البحث العلمي ومناهجه- دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2014.

- باللغة الفرنسية

1. Caroline Mauriat – **La press audiovisuelle**– 1989– 1990, édit/ C.F.P.J, Paris, 1989.
2. D. Durafour – **Marketing et action commercial** – Dunod. Paris ,2006.

3. E Deutsch – **les techniques psychosociologiques au service De L’Etude de Marché** – Cahier de l’institut de science économiques appliquée N 71 Paris 1951.
4. Florence le Bras– **les règles d’or pour rédiger un rapport, un mémoire, une thèse**– marabout Alleur Belgique, 1993.

#### ج- مقالات:

1. بدر الدين ع- **تلفزيون النهار يتفوق على كل القنوات وقت الذروة**- جريدة النهار، نشر يوم 19 جويلية 2013.
2. ج. لعلمي-**الشروق دائما الأولى سحبا وتوزيعا وانتشارا جريدة الشروق اليومي**- نشر يوم 2013/09/22.
3. دليلة بلخير- **دراجي وبخيلي ينتقدان القنوات الموضوعاتية - غلق مقنع للمجال السمعي البصري**- جريدة الشروق، نشر يوم 2014/01/05، العدد 4247.
4. سفيان ع - **الشروق الأولى مغاربيا سحبا وانتشارا ب 165 مليون نسخة**- جريدة الشروق اليومي، نشر يوم 2013/04/14.
5. سميرة بلعمري ودليلة بلخير- **الموضوعاتية لا تعني التخصص .. وأصحاب القنوات أحرار**- جريدة الشروق، نشر في 04 جانفي 2014 العدد 4214.
6. ف. جمال- **مساهل يفرض مشروع الحكومة للسمعي البصري على النواب**- جريدة الخبر، نشر يوم 21 جانفي 2014.
7. ف. جمال- **مناورات لإجهاض حق القطاع الخاص في إنشاء قنوات تلفزيونية عامة**- جريدة الخبر، نشر يوم 02 جانفي 2014.

#### د- المجالات والدوريات:

1. المجلة الجزائرية للاتصال، معهد علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر.

2. مجلة جامعة دمشق، المجلد 19، العدد 3+4، 2003، حرية الصحافة في ظل التعددية السياسية في الجزائر، محمد قيراط.

#### هـ - المداخلات والمقتنيات:

1. Le Ministre de la communication et de la culture-**Annuaire de la presse nationale**- Alger, 1998, page 03.
2. جمال بن زروق- مداخلة بعنوان: استخدام النظريات في دراسة الإعلام الجديد-بين التطور والقصور-، نظرية الاستخدامات والإشباعات نموذجا، الملتقى الوطني حول الإعلام الوطني والأزمات، يوم 29 أبريل 2014، كلية الإعلام والاتصال والسمعي البصري، بجامعة قسنطينة 3، 2014/03/29.
3. سامية عواج- مداخلة بعنوان الصحفي في التشريع الإسلامي الجزائري ما بين قانون 1990 و قانون الإعلام الجديد 2012-الطبعة الأولى للملتقى الوطني، تجربة التعددية الإعلامية في الجزائر وآفاق الإصلاحات، قسم العلوم الانسانية، جامعة 8 ماي 1945، 11-12 ديسمبر 2012.
4. سليمان بخليلى - مداخلة بعنوان معايير المنافسة المهنية- الملتقى الوطني حول التجربة الإعلامية للقنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة، بجامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، 15 ماي 2014.
5. عشرين سنة من تجربة إعلامية متعددة بأفاق واضحة المعالم، المنشور السياسي، 2010/04/07.
6. علي جري- مصادر تمويل القنوات الخاصة- الملتقى الوطني حول التجربة الإعلامية للقنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة، بجامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، يوم 15/05/2014.
7. الفدرالية الدولية للصحفيين- تقرير حول وضعية وسائل الإعلام و حرية الصحافة في الجزائر- الجزائر 1999.
8. المرصد الوطني لحقوق الإنسان-التقرير السنوي- المؤسسة الوطنية للاتصال والنشر والاشهار، الجزائر، 1997.

9. الملتقى الوطني الأول للإعلام والقضايا الراهنة، جامعة 8 ماي 1945، بقالمة، كلية العلوم الاجتماعية و الانسانية.

10. مؤتمر تلفزيوني من تقديم عبد المجيد مرداسي حصلنا على نسخة منه l'espace public de l'audio-visuel.

11. ندوة حول الصحافة الجزائرية بين أمس والغد، بمناسبة حرية الصحافة المصادف إلى 03 ماي من كل سنة، بجامعة قسنطينة 03، يوم 04 ماي 2014.

#### و- مواقع الانترنت:

1. موقع الشروق الرسمي على النت، تاريخ الزيارة تاريخ الزيارة Alegria press. Com 19:28 ،2014/03/04
2. تاريخ الزيارة، انطلاق 5 قنوات فضائية خاصة بالجزائر عن قريب www. Elayem. Com 14:43 .2014/02/27
3. تاريخ، الجزائريون يتساءلون هل القنوات الخاصة بديل للإعلام الحكومي www. Hdhod. Com الزيارة،21:00 ،2014/03/08
4. قانون الإعلام تجرية مبتورة من مضمونها السمعي البصري www. Straatines/ Fas px قنوات فضائية تمارس نشاطها دون رقابة ونشر، تاريخ الزيارة 22:03 .2014/04/30
5. تاريخ الزيارة تاريخ الزيارة www. Wikipédia. Com, 10:00 .2014/04/30
6. تاريخ. الشروق الأولى انتشارا و الاكثر تأثيرا، ، www.djagairiss.com/echourouk ،21:00. الزيارة 2014/03/08
7. الجزائريون يتساءلون هل القنوات الخاصة بديل حكومي أم تأسيس ، [www.rdnod.com](http://www.rdnod.com) .تاريخ الزيارة للرداءة 13:23.2014 /03/23
8. بعنوان- أنواع الصحف و خصائصها كوسيلة اتصال- تاريخ الزيارة www.starting/F .11:20 .2014/04/07

9. [www.tilibaert.info/documents/Domaines.doc](http://www.tilibaert.info/documents/Domaines.doc), 2014/04/22 تاريخ الزيارة .21:19
10. تصريح الرئيس عبد العزيز بوتفليقة في 15 أفريل 2011، متحصل عليه من youtube ، تاريخ الزيارة 2013/11/15، 20:30.
11. الشروق أون لاين - الشروق جريدة الجزائريين الأولى 2011- نشرت بتاريخ 2012/04/18.
12. الشروق أون لاين (online)، تاريخ الزيارة 2014/03/04، 10:46.
13. الشروق أون لاين- بعنوان الشروق تي في القناة الأكثر مشاهدة في رمضان - جريدة الشروق ، 2012/08/01، تاريخ الزيارة 2014/03/04، 20:46.
14. العرب نت- انفجار فضائي في الجزائر بمختلف فوضى القنوات- نشر في 27 سبتمبر 2013، تاريخ الزيارة 2014/03/13. 15:50.
15. فاروق أبو زيد- فن الكتابة الصحفية، المصدر- موقع مركز الرائد للتدريب والتطوير الإعلامي، ([www.al-raeed.net/training](http://www.al-raeed.net/training)) ،
16. قانون الإعلام الجزائري الجديد يخلق حرية التعبير، committce to protect journalists، 25 جانفي 2012، تاريخ الزيارة 2014/04/22. 13:22.
17. موقع التلفزيون الجزائري، [Www.Entv.Dz](http://Www.Entv.Dz)، تاريخ الزيارة 2013/09/03. 16:38.
18. النهار أون لاين- تمديد تراخيص البث للقنوات الخاصة- تاريخ النشر 2014/01/06، تاريخ الزيارة 2014/04/02. 12:29.

#### ز- موثيق ودساتير:

1. المشروع التمهيدي لقانون الإعلام 2000.
2. مرسوم رقم 86- 147، مؤرخ في 24 شوال 1406 الموافق ل 01 أبريل 1986.
3. قانون الإعلام: مؤرخ في ربيع الثاني عام 1402 الموافق ل 06 فبراير. 1982.
4. قانون الإعلام: مؤرخ في 08 رمضان عام 1410 الموافق ل 03 أبريل 1990.
5. قانون الإعلام 2012.

## ح- توثيق السمعى البصرى:

1. برنامج حوار الساعة حول القطاع السمعى البصرى الجزائرى الخاص على قناة الجزائرىة الثالثة.
2. روبرتاج حول مشروع قانون السمعى البصرى قبل صدوره على قناة L'Index.
3. روبرتاج بعنوان قانون السمعى البصرى فى نشرة الأخبار الرئىسية للقناة الجزائرىة الثالثة.
4. روبرتاج بعنوان قناة النهار تحصل على الاعتماد فى النشرة الرئىسية لقناة النهار.
5. روبرتاج حول اليوم العالمى لحرىة التعبير بالنشرة الرئىسية للإذاعة الوطنىة الجزائرىة.
6. السمعى البصرى الخاص بىن الأمل المنتظر والمسىح الدجال فى برنامج بولى week على قناة الشروق.

الملاحق

ملحق رقم (01): دليل المقابلة

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة قسنطينة -3-

كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري.

تخصص صحافة.

مكان المقابلة: جامعة قسنطينة 3 وجامعة الأمير عبد القادر و عبر اتصالات هاتفية وبمقرات عملهم.

مدة المقابلة: 3 ساعات.

**مقروئية الصحف الجزائرية في ظل انفتاحها على القطاع السمعي البصري.**

دراسة حالة جريدة الشروق اليومي وقناة الشروق TV

المشرفة:

أ/ طابير مفيدة

إعداد الطالبتين

زينب بوفريت.

سهيلة دهماني.

السنة الجامعية 2013-2014

## محاوالمقابلة

المحور الأول: أسباب ظهور القنوات الخاصة في الجزائر.

"سليمان بخليلي" (منتج ومقدم حصة زمني).

المحور الثاني: بداية التجربة واطلاق بث القنوات الخاصة الجزائرية.

"عبد المجيد مرداسي" (مؤرخ، صحفي بجريدة المجاهد وأستاذ أكاديمي بالجامعة.) و "أحمد بيجاوي" (مخرج، صحفي بجريدة الخبر وأستاذ).

المحور الثالث: انطلاق قنوات خاصة قبل صدور قانون للسمعي البصري في الجزائر.

"محمد علي حازورلي" (مخرج ونائب المجلس الأعلى للثقافة والسمعي البصري).

المحور الرابع: القطاع السمعي البصري في الجزائر بين قنوات ذات ملك خاص وقنوات اطلقتها جرائد خاصة.

"فاتح علواني" (رئيس تحرير جريدة النهار بالمكتب الجهوي بقالمة).

المحور الخامس: أهمية تجربة الصحافة المكتوبة في تحديد معالم قطاع السمعي البصري الخاص في الجزائر.

"حسام الدين عواطي" (كاتب العمود في جريدة المؤشر).

المحور السادس: أسباب توسع الصحافة المكتوبة إلى السمعى البصرى.

"زبىر موزانىغ" (مدير والمسؤول العام لقناة L'index وجرىدى المؤشر و L'index ) و"خالد فاتح" ( صحفى ومساعد رئيس التحرير بالمكتب الجهوى لجرىدة الخبر بقسنطينة).

المحور السابع: الفرص والعقبات لقانون السمعى البصرى 2014.

"عدنان لحميتشى" ( رئيس تحرير جرىدة الخبر الرياضى).

\*: مقابلة غير مقننة، تم الاستفادة منها فى التعرف على الزاوية الأنسب لمعالجة الموضوع واستخدامها فى محطات متعددة فى الجانب النظرى.

ملحق رقم (02): دليل المقابلة

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة قسنطينة -3-

كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري.

تخصص صحافة.

مكان المقابلة: مقر عمل قناة الشروق TV، واتصال هاتفي.

مدة المقابلة: 15 دقيقة.

## مقروئية الصحف الجزائرية في ظل انفتاحها على القطاع السمعي البصري.

دراسة حالة جريدة الشروق اليومي وقناة الشروق TV

المشرفة:

أ/ طائر مفيدة

إعداد الطالبتين

زينب بوفريت.

سهيلة دهماني.

ملاحظة: المعلومات الواردة في الاستمارة سرية ولا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

السنة الجامعية 2013-2014

المبحوثين: مدير تحرير قناة الشروق بقسنطينة زلاقي هشام، و مدير الادارة والمالية لجريدة الشروق بالجزائر العاصمة زلاقي محمد.

### أسئلة المقابلة

- ما هي أسباب توسع جريدة الشروق إلى قناة الشروق TV؟
- كيف توازنون في مواضيعكم بين القناة والجريدة؟
- ما هي المواضيع التي تركزون عليها في كلا الوسيلتين؟
- لماذا لا تستقطبون الصحفي النجم؟
- لماذا القناة ليس لها طابع ترفيهي ويغلب عليها الطابع الإخباري؟
- هل هناك حرية في عرض المضامين في كل من الجريدة والقناة؟
- هل ترون أن الجمهور سيتخلى عن قراءة جريدة الشروق لصالح القناة؟

\*: مقابلة مقننة، وقد استخدمناها من أجل التأكيد من نتائج الاستمارة.

ملحق رقم (03): استمارة الاستبيان

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة قسنطينة -3-

كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري.

تخصص صحافة.

## مقروئية الصحف الجزائرية في ظل انفتاحها على القطاع السمعي البصري.

دراسة حالة جريدة الشروق اليومي وقناة الشروق TV

من إشراف:

❖ أ - مفيدة طاير

من إعداد:

❖ زينب بوفريت.

❖ سهيلة دهماني.

ملاحظة:

إن المعلومات الواردة في هذه الاستمارة ستستخدم لأغراض علمية بحثية فقط، لذا نرجو من السيدات

والسادة قراءة الأسئلة جيدا قبل الإجابة وتقديم معلومات صحيحة. وشكرا.

المحور الأول: السمات العامة.

1. الجنس: ذكر  أنثى
2. السن:
3. مكان السكن: اذكر اسم الحي.....
4. المستوى التعليمي: ابتدائي  متوسط  ثانوي  ليسانس   
ماجستير أو ماجيستر  دكتوراه

المحور الثاني: العادات العامة للجمهور.

5. ماهي وسائل الإعلام التي تفضلها؟ (رتب حسب تفضيلك من 1 إلى 4)
- الصحف و المجلات  الإذاعة  التلفزيون  الأنترنيت
6. إن كنت تقرأ الصحف ما هي الصحف التي تطالعها؟ (يمكنك اختيار أكثر من جواب)
- النهار  الشروق  الخبر   
Le quotidien  Liberté  Le soir d'Algérie
- أخرى تذكر:.....

7. إذا كنت تشاهد التلفزيون ما هي القنوات التي تفضلها؟ (يمكنك اختيار أكثر من جواب)
- القناة الأرضية الجزائرية  القناة الفضائية الجزائرية  Canal Algerie   
MBC1  أبوظبي  نسمة TV   
النهار TV  الشروق TV  الجزائرية   
CBM 2  France 2  TF 1

\* هل أنت من قراء جريدة الشروق اليومي؟  (أجب على المحور الأول)

والثاني ثم من السؤال 08 إلى السؤال 27).

\* هل أنت من مشاهدي قناة الشروق TV؟  ( أجب عن المحور الأول )

والثاني ثم من السؤال 28 إلى السؤال 47.)

\* إذا كنت تقرأ الجريدة وتشاهد القناة أجب على كل أسئلة الاستمارة



المحور الثالث: عادات وأنماط وظروف القراءة:

8. منذ متى بدأت قراءة جريدة الشروق اليومي؟

منذ أقل من سنة  منذ أكثر من سنة  منذ ظهورها

9. هل تتعرض لجريدة الشروق اليومي؟

بانتظام  أحيانا  نادرا

10. ما هي الفترات المفضلة لديك لقراءة جريدة الشروق اليومي؟ ( يمكنك اختيار أكثر من جواب )

صباحا  مساء  ليلا

11. ما هو الوقت المخصص لديك لقراءة جريدة الشروق اليومي؟ ( يمكنك اختيار أكثر من جواب )

أقل من 10 دقائق  من 10 د إلى 30 د  أكثر من 30 د

12. أين تفضل قراءة جريدة الشروق اليومي؟ ( يمكنك اختيار أكثر من جواب )

في المنزل  في المقهى  في المواصلات

في الجامعات  في العمل

13. هل تشتري جريدة الشروق اليومي؟

بشكل مباشر  تقرأ الواجهة أولا  تقرأ النسخة الإلكترونية أولا

عند حدوث حدث هام

14. هل تقرأ؟

- العناوين فقط  الصفحة الأولى والأخيرة  بعض الصفحات الواردة في  
 الجريدة  كل الجريدة

المحور الرابع: دوافع قراءة جريدة الشروق اليومي والإشباع المحققة.

15. هل تقرأ جريدة الشروق اليومي من أجل؟

- تمضية الوقت  الحصول على الأخبار  متابعة المستجدات

16. رتب اهتماماتك بالمواضيع التي تقرأها في الجريدة:

- ( رتب من 1 إلى 4 ) محلية  وطنية  إقليمية  عالمية   
 ( رتب من 1 إلى 4 ) ترفيهية  ثقافية  اخبارية  تعليمية   
 ( رتب من 1 إلى 4 ) سياسية  اقتصادية  دينية  اجتماعية

17. ما هي الصفحات التي تفضلها في جريدة الشروق اليومي؟ ( رتب من 1 إلى 9 حسب

تفضيلك)

- مراسد الشروق  مراسلون  محليات   
 العالم  متابعة  حوار   
 مجتمع  رياضة  راحة النفوس

18. هل تحقق جريدة الشروق احتياجاتك اليومية؟

- نعم  لا

19. إذا كانت الإجابة بـ"لا" فلتلبية احتياجاتك فإنك تشاهد؟

- قناة النهار  قناة A3  دزير TV  L'index

أخرى تذكر.....

20. إذا كانت الإجابة بـ"نعم" فما هي هذه الاحتياجات؟

<input type="checkbox"/>	لا	<input type="checkbox"/>	أحيانا	<input type="checkbox"/>	نعم	إخبارية
<input type="checkbox"/>	لا	<input type="checkbox"/>	أحيانا	<input type="checkbox"/>	نعم	ترفيهية
<input type="checkbox"/>	لا	<input type="checkbox"/>	أحيانا	<input type="checkbox"/>	نعم	سياسية
<input type="checkbox"/>	لا	<input type="checkbox"/>	أحيانا	<input type="checkbox"/>	نعم	ثقافية
<input type="checkbox"/>	لا	<input type="checkbox"/>	أحيانا	<input type="checkbox"/>	نعم	علمية
<input type="checkbox"/>	لا	<input type="checkbox"/>	أحيانا	<input type="checkbox"/>	نعم	دينية
<input type="checkbox"/>	لا	<input type="checkbox"/>	أحيانا	<input type="checkbox"/>	نعم	اجتماعية
<input type="checkbox"/>	لا	<input type="checkbox"/>	أحيانا	<input type="checkbox"/>	نعم	اقتصادية

21. ماهي الحاجات الترفيهية التي تشبعها لك الجريدة؟

<input type="checkbox"/>	الهروب من الواقع	<input type="checkbox"/>	التسلية	<input type="checkbox"/>	تمضية الوقت
--------------------------	------------------	--------------------------	---------	--------------------------	-------------

22. ما هي الحاجات الاجتماعية التي تشبعها لك الجريدة؟

<input type="checkbox"/>	قصص الجرائم	<input type="checkbox"/>	مشاكل الحياة اليومية	<input type="checkbox"/>	الحوادث
--------------------------	-------------	--------------------------	----------------------	--------------------------	---------

23. ما هي الحاجات السياسية التي تشبعها من خلال الجريدة؟

<input type="checkbox"/>	الأحداث السياسية العربية	<input type="checkbox"/>	الأحداث السياسية المحلية الوطنية
<input type="checkbox"/>	ثقافة عامة في مجال الحريات والديمقراطيات	<input type="checkbox"/>	الأحداث السياسية العالمية

24. ما هي الحاجات الاقتصادية التي تشبعها من خلال الجريدة؟

<input type="checkbox"/>	اقتصاد عربي	<input type="checkbox"/>	اقتصاد محلي وطني
<input type="checkbox"/>	تحديات التنمية الاقتصادية	<input type="checkbox"/>	اقتصاد عالمي

25. ما هي الحاجات الثقافية التي تشبعها من خلال الجريدة؟

ثقافات محلية وطنية  ثقافات عربية  ثقافات عالمية  أدب وفنون

26. ما هي الحاجات العلمية التي تشبعتها من خلال الجريدة؟

آخر التطورات التكنولوجية  آخر الاختراعات العلمية   
احتياجاتك العلمية الخاصة

27. لماذا لا تشاهد قناة الشروق TV؟.....

**يشاهد فقط**

المحور الخامس: عادات وأنماط وظروف المشاهدة.

28. منذ متى تشاهد قناة الشروق TV؟

منذ أقل من سنة  منذ أكثر من سنة  منذ ظهورها

29. هل تتعرض لقناة الشروق TV؟

بانتظام  أحيانا  نادرا

30. ما هي الفترات المفضلة لديك لمشاهدة قناة الشروق TV؟ ( يمكنك اختيار أكثر من جواب )

صباحا  مساء  ليلا

31. ما هي الوقت المخصص لديك لمشاهدة قناة الشروق TV؟ (يمكنك اختيار أكثر من جواب)

من نصف ساعة إلى ساعة  من ساعة إلى ساعتين  ساعتين فأكثر

32. أين تشاهد قناة الشروق TV؟ (يمكنك اختيار أكثر من جواب)

في المنزل  في المقهى  في العمل

**يشاهد فقط**

33. هل توجهت لقناة الشروق TV من خلال؟

- الإشهار عنها في الجريدة  البحث والتطلع على القنوات الخاصة الجديدة  
 من خلال الأنترنت  صدفة  عن طريق الأهل والأصدقاء

34. هل تشاهد؟

- برامج كل القناة  بعض البرامج المعروضة  الأخبار فقط

المحور السادس: دوافع مشاهدة قناة الشروق TV والإشباعات المحققة.

35. هل تشاهد قناة الشروق TV من أجل؟

- تفضية الوقت  الحصول على الأخبار  متابعة المستجدات

36. رتب اهتماماتك بالمواضيع التي تشاهدها في قناة الشروق TV؟

- ( رتب من 1 إلى 4 ) محلية  وطنية  اقليمية  عالمية   
( رتب من 1 إلى 4 ) ترفيهية  ثقافية  اخبارية  تعليمية   
( رتب من 1 إلى 4 ) اجتماعية  دينية  اقتصادية  سياسية

37. ما هي البرامج التي تفضلها في قناة الشروق TV؟ ( رتب من 1 إلى 9 حسب تفضيلك )

- بولي week  هنا الجزائر  الأخبار  
 وافعلوا الخير  خيرات بلادي  موعد للنساء  
 مشيت عليك  جاوب تريح  الصحة للجميع

38. هل تحقق لك قناة الشروق TV احتياجاتك اليومية؟

- نعم  لا

**يشاهد فقط**

39. إذا كانت الإجابة بـ "لا" فلتتحقق احتياجاتك فإنك تتوجه لقراءة جريدة؟

النهار  الخبر  النصر  الوطن

أخرى تذكر.....

40. إذا كانت الإجابة بـ"نعم" فهي تشبع احتياجاتك؟

الترفيهية	<input type="checkbox"/> نعم	<input type="checkbox"/> أحيانا	<input type="checkbox"/> لا
التثقيفية	<input type="checkbox"/> نعم	<input type="checkbox"/> أحيانا	<input type="checkbox"/> لا
العلمية	<input type="checkbox"/> نعم	<input type="checkbox"/> أحيانا	<input type="checkbox"/> لا
الدينية	<input type="checkbox"/> نعم	<input type="checkbox"/> أحيانا	<input type="checkbox"/> لا
الاجتماعية	<input type="checkbox"/> نعم	<input type="checkbox"/> أحيانا	<input type="checkbox"/> لا
الاخبارية	<input type="checkbox"/> نعم	<input type="checkbox"/> أحيانا	<input type="checkbox"/> لا
الاقتصادية	<input type="checkbox"/> نعم	<input type="checkbox"/> أحيانا	<input type="checkbox"/> لا
السياسية	<input type="checkbox"/> نعم	<input type="checkbox"/> أحيانا	<input type="checkbox"/> لا

41. ماهي الحاجات الترفيهية التي تشبعها لك القناة؟

تمضية الوقت  التسلية  الهروب من الواقع

42. ما هي الحاجات الاجتماعية التي تشبعها لك القناة؟

الحوادث  مشاكل الحياة اليومية  قصص الجرائم

43. ما هي الحاجات السياسية التي تشبعها من خلال القناة؟

الأحداث السياسية المحلية الوطنية  الأحداث السياسية العربية

الأحداث السياسية العالمية  ثقافة عامة في مجال الحريات والديمقراطيات

**يشاهد فقط**

44. ما هي الحاجات الاقتصادية التي تشبعها من خلال القناة؟

- اقتصاد محلي وطني  اقتصاد عربي  اقتصاد عالمي  تحديات التنمية الاقتصادية

45. ما هي الحاجات الثقافية التي تشبعها من خلال القناة؟

- ثقافات محلية وطنية  ثقافات عربية  ثقافات عالمية  أدب وفنون

46. ما هي الحاجات العلمية التي تشبعها من خلال القناة؟

- أحر التطورات التكنولوجية  أحر الاختراعات العلمية  احتياجات علمية خاصة

47. لماذا لا نقرأ جريدة الشروق؟.....

المحور السابع: مقارنة بين جريدة الشروق اليومي و قناة الشروق TV.

48. الأنواع الإخبارية: ماذا تفضل في كل من الوسيلتين؟			
جريدة الشروق (رتب من 1 إلى 6)		قناة الشروق الجزائرية (رتب من 1 إلى 6)	
المقال	الخبر	المناظرات (دائرة مستديرة)	الحديث (الحوار)
القصة الإخبارية	التحقيق	المقابلات	التحقيق
الريبورتاج	التقرير الصحفي	الريبورتاج	الخبر
49. الشكل: ماذا تفضل؟			
جريدة الشروق (رتب من 1 إلى 4)		قناة الشروق الجزائرية (رتب من 1 إلى 4)	
الصفحة الأولى والأخيرة	الألوان	جمالية الصورة	نقاوة الصوت

العناوين البارزة	المساحات الإشهارية	وضوح الأشكال	اطار الصورة
50. كيف ترى مدى حرية عرض المضامين ؟			
كبيرة <input type="checkbox"/>	متوسطة <input type="checkbox"/>	قليلة <input type="checkbox"/>	كبيرة <input type="checkbox"/>
51. المهارات الصحفية: هل ترى أن الصحفي؟			
في جريدة الشروق ( رتب من 1 إلى 3 )		في قناة الشروق الجزائرية (رتب من 1 إلى 3)	
متمكن من تقديم مادته	يستخدم لغة بسيطة ومفهومة	يحضون بمعايير الجمال	متحكم في لغة عرض المضامين
يدفعك لتخيل الأحداث عند قراءتها		قادر على إيصال المعلومات والأخبار	
أذكر أسماء الأعلام الذين تفضلها؟		أذكر أسماء المنشطين الذين تفضلهم؟	
52. المصدقية: ما هي أهم المواضيع التي ترى فيها مصداقية؟			
جريدة الشروق ( رتب من 1 إلى 4 )		قناة الشروق الجزائرية (رتب من 1 إلى 4)	
المواضيع السياسية	المواضيع الاجتماعية	المواضيع الاقتصادية	المواضيع الاجتماعية
المواضيع الاقتصادية	المواضيع الترفيهية	المواضيع السياسية	المواضيع الترفيهية

53. في حالة عدم اكتفائك بالمعلومات الموجودة فإنك:

تطالع الجريدة أولاً ثم تحاول الحصول على معلومات أكثر عبر القناة

تشاهد القناة أولاً ثم تحاول الحصول على معلومات أكثر عبر الجريدة

54. هل ستتخلى عن جريدة الشروق لصالح قناة الشروق الجزائرية؟

نعم  لا

55. إذا كانت الإجابة بـ"لا" فذلك راجع لـ:

وفاءك لها  حبك للمطالعة  طريقة معالجتها للمواضيع

56. إذا كانت الإجابة بـ"نعم" فذلك راجع أن القناة؟

تحقق السبق الصحفي  تواكب الأحداث دائماً  متوفرة دائماً

57. هل تعتبر قناة الشروق TV مكتملة في مواضيعها للجريدة؟

نعم  لا

58. في حالة الإجابة بـ"نعم" أو "لا" برر ذلك؟ .....