

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère de l'Enseignement Supérieur  
et de la Recherche Scientifique  
Université Akli Mohand Oulhadj - Bouira -  
Tasdawit Akli Muḥend Ulḥağ - Tubirett -



جامعة البويرة

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة أكلي محمد أولحاج  
- البويرة -

Faculté des Sciences Sociales et Humaines

كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية

قسم: التاريخ

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

صورة القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة لدى جمهورها

قناة النهار الإخبارية أنموذجا

دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة البويرة

مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر

إشراف الأستاذ (ة):

د/ بلعربي سميرة

من إعداد الطالبة:

-وعراب صونية

لجنة المناقشة

الأستاذ (ة):..... رئيسا

الأستاذ (ة): د/ بلعربي سميرة..... مشرفا

الأستاذ (ة):..... مناقشا

السنة الجامعية: 2021/2020



# كلمة شكر

الحمد لله بنعمته تتم الصالحات وبنوره تنزل البركات نشكر الله العلي القدير ونحمده على ما هدانا ووقفني عليه في هذا العمل المتواضع أتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلى الأستاذة المشرفة " الدكتورة بلعربي سميرة " على توجيهاتها وإرشاداتها القيمة لإخراج هذا العمل وتشجيعها والتي لم تبخل علينا بالنصح المستمر والأفكار النيرة.

كما أتقدم بكل معاني العرفان والاحترام والتقدير إلى أساتذتي في كلية العلوم الانسانية والاجتماعية على دعمهم لي طوال هذه السنوات وإلى كل من كانت له يد المساعدة بأي شكل من الأشكال من قريب أو بعيد ولو بالكلمة الطيبة.

# إهداء

الحمد لله الذي أعاننا بالعلم زيننا بالحلم وأكرمنا بالتقوى وأجملنا بالعافية أتقدم بإهداء عملي المتواضع إلى  
ذروة العطف والوفاء إلى رمز العطاء لكي أجمل يا أمي الغالية  
إلى من زرعت فيا التفاؤل وحب العلم فكانت كالشمعة المضيئة في عتمة الليل فقال الله عز وجل فيها  
" الجنة تحت أقدام الأمهات "

أمي الحبيبة رعاك الله وحفظك إلى ذراع الوافي والكنز الباقي من جعل العلم منبع اشتياقي.  
إلى أبي الغالي حفظك الله وإلى إخوتي وأخواتي كل باسمه حفظكم الله وإلى صديقاتي....  
وإهداء إلى رمز المحبة والعطاء إلى كل من قام بالمساعدة وساهم معي في هذا العمل.

## صونية

الفهرس:

الصفحة	العناوين
-	شكر و عرفان
-	الإهداء
أ	مقدمة
<b>الإطار المنهجي والمفاهيمي</b>	
2	1- الإشكالية
2	2- التساؤلات الفرعية
3	3- أسباب إختيار الموضوع
3	4- أهمية الدراسة
3	5- أهداف الدراسة
4	6- منهج الدراسة وأدواتها
6	7- مجتمع وعينة الدراسة
7	8- الدراسات السابقة
10	9- تحديد المفاهيم
<b>الفصل الأول: مدخل إلى الصورة والصورة الذهنية</b>	
17	المبحث الأول: مدخل إلى الصورة
17	1- تعريف الصورة
18	2- أهداف الصورة
18	3- وظائف الصورة
20	المبحث الثاني: الصورة التلفزيونية وتأثيرها
20	1- تأثيرات الصورة النفسية والإجتماعية
21	2- سمات الصورة التلفزيونية

24	3- قوة الصورة في جذب الجمهور
25	4- تنمية الأذواق في المشاهد الجزائري
26	<b>المبحث الثالث: أساسيات الصورة الذهنية</b>
26	1- تعريف الصورة الذهنية
27	2- أهميتها
27	3- خصائصها
28	4- تكوين الإتجاه الإيديولوجي والثقافي للمشاهد من خلال الصورة التلفزيونية
29	<b>خلاصة الفصل</b>
<b>الفصل الثاني: القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة وتأثيرها على الجمهور</b>	
32	<b>المبحث الأول: مدخل إلى التلفزيون</b>
32	1- تعريف التلفزيون الخاص
33	2- مكانته في الجزائر
34	3- نشأة التلفزيون في الجزائر
34	4- أنواع البرامج التلفزيونية
39	<b>المبحث الثاني : القنوات الخاصة</b>
39	1- لمحة تاريخية عن القطاع السمعي البصري في الجزائر
42	2- نشأة وتطور القنوات الجزائرية الخاصة
43	3- أسباب ودوافع ظهور القنوات الخاصة
43	4- واقع وتحديات القنوات الخاصة
44	5 إيجابيات وسلبيات القنوات الجزائرية الخاصة
45	<b>المبحث الثالث: القنوات الخاصة وتأثيرها على الجمهور</b>
45	1- تأثير القنوات الخاصة على الجمهور بالإيجاب والسلب
46	2- موقف أو صورة المشاهد الجزائري على القنوات الخاصة
48	<b>خلاصة الفصل</b>

## الإطار التطبيقي

51	1- دراسة بطاقة فنية لقناة النهار TV
52	2- دراسة وتحليل الإستبيان
78	3- نتائج الدراسة
80	الخاتمة
82	قائمة المصادر والمراجع
87	قائمة الملاحق

مقدمة



تعتبر القنوات التلفزيونية الخاصة من أهم وسائل الاتصال الجماهيري لما لها من مميزات عديدة، إذ تحتل مراتب ريادية بالنسبة لوسائل الاتصال في مجال نقل المعلومات جراء البث التلفزيوني عبر الأقمار الصناعية، وبفضل إلغاء الحدود الجغرافية وظهور العولمة الإعلامية والتطور التكنولوجي، فتحول المشاهد بفضل تقنية البث المباشر للصورة الحقيقية.

وكما تعد من أهم وسائل التكنولوجيا الحديثة في التأثير على الجمهور وكما لها من مميزات لا تتوفر في الوسائل الأخرى خاصة في ظل التنامي المتسارع للتكنولوجيا الحديثة والانفتاح الإعلامي، وقد أخذت القنوات الجزائرية في الجزائر طريقا وأسلوبا جديدا، وغيرت من المشهد السمعي البصري واكتسبته الحيوية وإسهام القنوات الخاصة في تحسين الصورة العقلية أو الذهنية للمشاهد من تكوين آراء جديدة لدى الجمهور الجزائري ومنحته الحرية التعبير عن الرأي من جوانب مختلفة لدى جمهورها، إما تكون منظور اقتصادي أو اجتماعي أو ثقافي (الإدراك المعرفي) وهذا ما أدى بظهور قنوات عدة في مختلف التخصصات منها الإخباري، التثقيفي، الإجتماعية والرياضية والتي تهتم بالفرد والمجتمع، وكل واحدة تحاول رسم الصورة الايجابية أو السلبية.

وأن للإعلام ميادين المنسجمة التي يستطيع أن يحملها بالصحف والنشرات والدوريات بالإذاعة والتلفزيون والندوات الثقافية والأحاديث وسواها، وأنه لكل ميدان شريحة أو شرائح من المجتمع يتابعه ويتلقى عنه وما يدل على غايتها بل حتى على فضولها، إذ يعود البث التلفزيوني أو الفضائي وسيلة مهمة جدا والفضائي خاصة ويعد رافدا أساسيا ناقلا للمعلومة والمعرفة، وهذا لا يعني انحصار وسائل الإعلام الأخرى ولا سيما الإذاعة والصحف بل استحوذ على مساحة واسعة في ميادين الإعلام الفضائي ولا سيما بعد اتساع رقعة التغطية الفضائية أو التلفزيونية الخاصة في الجزائر حتى ولو كان مصدرها يعود إلى أعلى الدول العربية.

وتؤدي هذه الأخيرة دورا هاما وبارزا في حياتنا اليومية وقد انتشرت في الغالبية العظمى في المدن والأرياف وكما تقدم القنوات التلفزيونية خاصة الإخبارية كما هو واضح في نموذج البث الفضائي بقوة في قناة النهار في نقل المعلومات عن الأخبار اليومية عن الواقع المعاش ووصولاً إلى تطوير طريقة البث (ما هو ملاحظ من السنوات الماضية إلى يومنا هذا قناة النهار أبهرت وأعطت صورة ذهنية من خلال برامج التي تبثها كبرنامج "صريح جدا" فهو يمس ثقافة الصورة بتقديم التفاصيل والأفكار والآراء التي تخدم الجمهور (المشاهد).

وبعد تفكيك تلك الرسائل والمضامين على القنوات الخاصة فالتكامل والإندماج التلفزيون وتكنولوجيا الاتصال والمعلومات خلق آفاق جديدة لثقافة الصورة وزاد من وسائطها المتنوعة ووسع من مجالات تأثيرها الملايين من الجمهور وذلك الاعتماد هذه الأخيرة في صورتها الأولى على التلفزيون بوصفها أكثر وسيلة إعلامية عرفها الإنسان على التركيز فهو يجمع بين الصوت والصورة إذ أنه هو الذي ينقل الحدث إلى مشاهديه إذ نجد القنوات الخاصة ظاهرة جديدة ومن هنا طرح موضوع لأن أقوم بالدراسة المتعلقة بها في تكوين تلك الصورة الذهنية أو النمطية من كل الجوانب وكون الهدف من دراسة القنوات الفضائية هو الوصول إلى تشكيل صورة صادقة إلى درجة يرغب بها الجمهور ولهذا قسمت موضوعي إلى ثلاثة فصول:

**الفصل الأول:** في الإطار المنهجي تناولت فيه الإشكالية والتساؤلات الفرعية وأهمية الدراسة وأهدافها وكذلك أسباب اختياري للموضوع وتطرقت إلى منهج الدراسة ومجتمع البحث وعينة الدراسة أيضا الدراسات السابقة والمفاهيم الأساسية.

**الفصل الثاني:** في الإطار النظري تناولت فيه مبحثين بعنوان الصورة والصورة الذهنية في المطلب الأول تناولت فيه تعريف الصورة وأهميتها ووظائفها وتأثيراتها من كل الجوانب ومزايا الصورة خاصة التلفزيونية والمطلب الثاني عن الصورة الذهنية وأهميتها وخصائصها ووظائفها وكذلك دور وسائل الإعلام في تشكيل ونجاح الصورة الذهنية.

**والفصل الثالث:** وكان تحت عنوان القنوات التلفزيونية الجزائرية فيه مبحثين هو الآخر، فالمطلب الأول على أربعة عناصر متمثلة في نشأة البث الفضائي، وأهمية القنوات الخاصة وإيجابيات وسلبيات القنوات التلفزيونية وأسباب نشأتها ووظائفها أما في المبحث الثاني فقد ركزت على القنوات الجزائرية الخاصة وتأثيرها على الجمهور.

أما في الجانب التطبيقي فقد تناولت فيه دراسة بطاقة فنية لقناة النهار tv وتحليل استمارة الاستبيان ونتائج هذه الدراسة.

## الإطار المنهجي والمفاهيمي للدراسة

1. الإشكالية
2. التساؤلات الفرعية
3. أسباب اختيار الموضوع
4. أهمية الدراسة
5. أهداف الدراسة
6. منهج وأدوات الدراسة
7. مجتمع وعينة الدراسة
8. الدراسات السابقة
9. تحديد المفاهيم والمصطلحات

### 1- الإشكالية:

لقد أصبح التلفزيون واحدا من أهم وسائل الإعلام خاصة مع تقنية البث المباشر عبر الأقمار الصناعية، والتي أنتجت الفضائيات الإعلامية ذات الفعالية في التأثير وخاصة منها القنوات الجزائرية الخاصة التي استطاعت هي الأخرى أن تحتل مكانة هامة في الجوانب الحياة في المجتمع. والتي تعد من بين الدول التي ساهمت في فتح قطاع السمع البصري أمام الخواص، وهذا قد دفع الجمهور الجزائري أمام زحم إعلامي كبير وهذا ما يؤدي بطبيعة الحال إلى التأثير في القيم وأفكار الفرد الجزائري وأيضا تنمية معارفه وقدراته ومداركه وذلك ما يتوفر عليه البث الفضائي من تقنيات الإتصال متجددة تضمن جذب الجمهور (صورة - صوت).

وكل هذه القنوات تطل علينا عبر نوافذ إعلامية متعددة: دينية، رياضية، قنوات أخرى خاصة بالأخبار وهذه الأخيرة فرضت نفسها كأنها من أهم مضامين الإعلامية التي تبثها صورة قناة النهار كنموذج للدراسة التي كانت من بين القنوات الخاصة وحرص المشاهد عليها في كل مكان، حيث أصبحت هذه الأخبار تتنافس بين القنوات التلفزيونية المتعددة للوصول إلى أكبر عدد من المشاهدين حيث أصبحت مصداقية الأخبار الهاجسية الأكبر للمتلقين وكذا القنوات الجزائرية الخاصة التي تسعى للبحث عن الحقيقة والحصول على ثقة الجمهور والمشاهد لأنه العامل المهم في نجاح الوسيلة الإعلامية.

ولقد جاءت هذه الدراسة للتعرف على رأي شريحة مهمة من المجتمع الجزائري وهم عينة طلاب تخصص علوم الإعلام والإتصال بالبويرة وذلك من أجل معرفة رأيهم حول تشكيل الصورة الإعلامية ومدى نجاحها في القنوات الفضائية الخاصة ومن خلال أخذ قناة النهار كنموذج لإجراء هذه الدراسة وعليه فالدراسة تنطلق من طرح التساؤل الرئيسي الآتي:

**التساؤل الرئيسي:** ما هي الصورة الذهنية التي شكلت عن قناة النهار الجزائرية لدى جمهورها من طلبة جامعة البويرة ؟

### 2- التساؤلات الفرعية:

- 1- ما مدى اقبال طلبة جامعة البويرة على مشاهدة قناة النهار الجزائرية ؟
- 2- ما هي دوافع اقبال طلبة جامعة البويرة على مشاهدة قناة النهار الجزائرية ؟
- 3- ما هي طبيعة الصورة الذهنية لدى طلبة جامعة البويرة على مشاهدة قناة النهار ؟

### 3- أسباب إختيار الموضوع:

#### (1) الأسباب الذاتية:

- الرغبة الشخصية في دراسة موضوع البحث، أي أن الموضوع يتمحور في مجال الإعلام والاتصال.
- الرغبة في استطلاع على آراء الطلبة، بحسب ثقافتهم وخبرتهم وتحصيلهم العلمي.
- تطوير الإنجازات البحثية في الوصول إلى الحقائق العلمية المرغوب بها.

#### (2) الأسباب الموضوعية:

- الرغبة في معرفة مضامين الصورة الإعلامية من خلال التطلع على موضوع البحث.
- معرفة دور قناة النهار على إيصال المعلومات عن الدراسة وفهم الرسالة الاعلامية.
- التعرف على صورة قوة القنوات الخاصة وانتشارها السريع.

#### 4- أهداف الدراسة:

- التعرف على وجهات النظر الطلبة حول قناة النهار
- معرفة دور قناة النهار في تلبية رغبات الطلبة من معلومات تساعدهم في دراستهم أو ما يحيط بهم في المجال الإخباري والسياسي.
- الكشف عن الصورة الذهنية لقناة النهار وتأثيرها على جمهور المتلقي.
- التعرف على مدى متابعة طلبة جامعة البويرة لقناة النهار .

#### 5-أهمية الدراسة:

تستوحي الدراسة الأهمية من حيث:

- 5-1- الأهمية العلمية لموضوع الدراسة: تطوير ونتاج القنوات الفضائيات وكذلك الاكتشاف والاستطلاع ما هو مهم عن الصورة والبت الفضائي، فالدراسات السابقة والبحوث والإجراءات الميدانية فهي تبحث على إيجاد مضامين الصورة الصادقة بالتفكير العقلاني أو الإدراك صورة على ما هي في الواقع عبر وسائل الإعلام الجماهيرية.

#### 5-2- الأهمية العملية: تستمد هذه الدراسة أهمية كبيرة من الناحية العملية حيث لقناة النهار أن تستفيد في

- عملها من النتائج الجيدة في كل مرة تتم فيها المشاهدة ومن خلال تأثير جمهورها مما جعل من الصورة الحقيقية من ناحية جهود الأداء الإعلامي الذي كان في أعلى التقدم أين أصبحت الصورة تعبر عن فكرة من خلال الرسالة (المضمون) مما يزيد المعرفة والفهم بالنسبة للإعلام المرئي في الجزائر حاليا وفي كسب عدد أكبر من المشاهدين.

6- منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات:

6-1- منهج الدراسة:

المنهج هو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسة المشكلة لاستكشاف الحقيقة والإجابة عن الأسئلة، والاستفسارات عن موضوع البحث وهو الصورة التي تحمل لنا المعلومات للوصول إلى الحقائق بالفكر المنطقي وطرق استكشافها في البحوث العلمية، وهو الخطة التي تحتوي على خطوات تحديد المفاهيم وشرح المعاني الاجرائية وإطار الدراسة واختيار المنهج ووسيلة جمع البيانات وتحديد مجتمع البحث وتوضيح مجالات الدراسة.<sup>(1)</sup>

ويعرف المنهج أنه الطريقة التي يتعين على الباحث أن يلتزم بها بإتباع مجموعة من القواعد العامة في البحث العلمي من أجل الوصول إلى الملائمة لمشكلة البحث.<sup>(2)</sup> والمنهج هو التزام الموضوعية التامة واستعمال المعلومات استعمالاً للمعلومات استعمالاً صحيحاً في أسلوب علمي سليم. والأدلة المقنعة.<sup>(3)</sup>

**والمنهج المتبع:** هو المنهج المسحي الذي هو الأكثر استخداماً في الإعلام، واستخدام المنهج المسحي والوصفي من أجل جمع المعلومات عن الصورة بوصفها وصفاً دقيقاً وكيفية تحليلها وتفسيرها كما يريد بها الجمهور ومن ثم الخروج بالإستنتاجات منها.

6-2- أدوات جمع البيانات: حيث اعتمدت في هذه الدراسة على أداة بحث أساسية من أجل الوصول إلى الهدف وهي

1- استمارة (الاستبيان): يعد أداة ملائمة للحصول على المعلومات والبيانات وحقائق مرتبطة بواقع معين، ويقدم الاستبيان على شكل عدد من الأسئلة يطلب الإجابة عنها من قبل عدد من الأفراد المعنيين بموضوع الدراسة واستمارة الاستبيان يتم توزيعها على مجموعة من طلبة جامعة البويرة كعينة للدراسة.<sup>(4)</sup>

1- د. أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، 2010، ص95-96.

2- محمد عبيدات: منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، عمان، دار وائل للطباعة والنشر، ط2، 1999، ص132.

-المرجع نفسه، ص71

3- د. أحمد محمود درويش: مناهج البحث العلمي في العلوم الإنسانية، مؤسسة الأمة العربية للنشر والتوزيع، ط1، كلية الآداب جامعة المنيا، 2018، ص17

4- حسين محمد جواد الجبوري: منهجية البحث العلمي مدخل لبناء المهارات البحثية، ط1، 2013، ص147.

ويعرف الإستبيان أيضا على أنه: وسيلة يحاول بها الباحث الوصول إلى نتائج بحثه وليس غاية بذاته فكلما كان إختيار هذه الوسيلة ملائما لطبيعة البحث ومشكلته وأهدافه كانت نتائج البث متممة بالموضوعية والدقة إذا أحسن استخدامه علميا ومنطقيا.

ويتكون الاستبيان المعتمد عليه كالاتي:

✓ **المحور الأول:** البيانات الشخصية.

✓ **المحور الثاني:** مدى اقبال طلبة جامعة البويرة على مشاهدة قناة النهار.

ويضم خمسة أسئلة.

✓ **المحور الثالث:** دوافع مشاهدة طلبة جامعة البويرة لقناة النهار.

ويضم ستة اسئلة.

✓ **المحور الرابع:** طبيعة الصورة الذهنية لقناة النهار لدى طلبة جامعة البويرة.

ويضم ستة أسئلة.

**الصدق الظاهري للدراسة:**

قمت بعرض الاستبيان في صورته الأولية على مجموعة من المحكمين من ذوي الخبرة في مجالات البحث العلمي ومن المؤهلين في مجال موضوع الدراسة للحكم عليها، حيث عدد المحكمين إلى ثلاثة محكمين وقد أخذ ملاحظاتهم وآراءهم بعين الاعتبار أثناء التقييم النهائي للاستبيان.

### 2- الملاحظة:

هي الإنتباه الموجه نحو سلوك فردي أو جماعي معين لقصد متابعة ورصد تغيراته ليتمكن الباحث من وصف السلوك فقط أو وصفه وتحليله وتشجيع الملاحظات أول بأول من أجل تحقيق أفضل النتائج والحصول على أدق المعلومات.<sup>(1)</sup>

إن الملاحظة التي تم الإعتماد عليها في هذا البحث العلمي الملاحظة البسيطة في تشكيل الصورة العادية من المشاهد عن ظاهرة دون إخضاعها لضوابط علمية. وقد تم ملاحظة أحيانا لما تبثه قناة النهار من إعلانات وإشهارات أو إعلانات هذا لا يوضح عن قوة القناة بل عن ضعفها وعدم محاولة التعبير نحو الأفضل بسبب مشكل التكرار ما يبيث سابقا من مشاهد.<sup>(2)</sup>

<sup>1</sup> - حسين محمد الجبوري: مرجع سبق ذكره ، ص162

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص163.

والملاحظة التي إعتمدت عليها في دراسة موضوع صورة القنوات الجزائرية الخاصة هو التطرق إلى استخدام الملاحظة المنتظمة والتي تتطلب من الباحث أن يضع الخطة قبل عملية البدء بالبحث في الميدان. وقد إستعملنا الملاحظة كأداة جمع المعلومات كونها من الأدوات المهمة في البحوث العلمية وفي تحليل المضمون موضوع الدراسة وفي الاستكشاف من أجل الوصول إلى الهدف الذي يرغب به الجمهور ومن خلال إجابات الطلبة المشاهدين لقناة النهار بعدما قمنا بتحويل النتائج إعتامادا على الملاحظة.

### 7- مجتمع البحث وعينة الدراسة:

#### مجتمع البحث:

#### 7-1- تعريف مجتمع البحث:

يقصد به ذلك المجتمع المحدود أو غير المحدود من المفردات التي تنتمي إلى الظاهرة المدروسة.<sup>(1)</sup> يعتبر مجتمع البحث المفردات التي يستهدف الباحث لتحقيق نتائج الدراسة، وهذا يتمثل في طلبة جامعة البويرة كجمهور معتمد على وسائل الإعلام الحديثة في مشاهدة له يوميا للقنوات الفضائية.

#### عينة الدراسة:

• **العينة:** هي مجموعة من الوحدات المعنية تخضع للدراسة التحليلية أو الميدانية ويجب أن تكون مماثلة تمثيلا صادقا ومتكافئا مع المجتمع الأصلي بحيث يمكن تعميم نتائجها عليه ويمكن تعريفها كذلك بأنها إختيار عدد من الأفراد نظرا لأنه يوفون بغرض الدراسة التي يرغب بالبحث بها.<sup>(2)</sup>

ونظرا لاستحالة الوصول لجميع مفردات هذا المجتمع من جهة وارتباط وتقديم دراستي بأجال معينة قمت بإختيار جزء من هذا المجتمع، وقد إعتمدت في دراستي على العينة القصدية لأن مجموع الأفراد المعنيون بالدراسة هم الطلبة المنتمون إلى تخصص علوم الإعلام والإتصال بجامعة البويرة، حيث تم إختيار جزء معين من مفرداته وإخضاعها للدراسة قصد الوصول إلى نتائج يمكن تعميمها على المجتمع ولكن تبعا للشروط العلمية المعمول بها.

والعينة القصدية" التي يقوم الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكمية لا مجال فيها إلا الصدفة بل يقوم هو شخصيا باقتناء المفردات الممثلة أكثر من غيرها لما يبحث عنه من معلومات وبيانات وذلك لإدراكه المسبق ومعرفته الجيدة لمجتمع البحث ولعناصره الهامة التي تمثله تمثيلا صحيحا وبالتالي لا يجد صعوبة

<sup>1</sup> - د. أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، 2010، ص185.

<sup>2</sup> - محمد شفيق: البحث العلمي مع التطبيقات في الدراسات العلمية، ديوان المطبوعات الجامعية، د ط، 2002، ص87.



في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة" وقد اخترت عينة الدراسة بما يعادل 100 طالب تم توزيع الإستبيان عليهم بطريقة عشوائية بسيطة أين يكون أفرادهم محددا. (1)

8- **الدراسات السابقة:** لكل دراسة علمية أو ميدانية يجب تقوم على مرتكزات وأسس منها الدراسات السابقة التي توجه الباحث إلى المسار الصحيح للبحث العلمي ولقد تطرقت إلى بعضها في دراستي وقمت بتفحص بعض المذكرات والمراجع والإعتماد عليها.

1- **الدراسة الأولى:** دراسة عبد الله بوجلال وآخرون (1998) بعنوان القنوات الفضائية وتأثيراتها على القيم الاجتماعية والثقافية والسلوكية لدى الشباب الجزائري، دراسة ميدانية تناول فيها الباحث في الدراسة تأثيرات البرامج التلفزيونية الغربية بالخصوص على القيم الاجتماعية والثقافية وأنماط السلوك لدى الشباب الجزائري على وجه الخصوص المضامين الثقافية والإعلامية وخرجت هذه الدراسة بعدة تساؤلات أهمها: ما هي أنماط المواد والمضامين الإعلامية والثقافية والترفيهية المقدمة في القنوات الأجنبية والعربية الفضائية المستقبلية في الجزائر. (2)

وهدفت الدراسة إلى التعرف على أنماط المواد المضامين الإعلامية والثقافية والترفيهية المقدمة في القنوات الأجنبية والعربية الفضائية المستقبلية في الجزائر، والبرامج المقدمة في القناة الخاصة. وعادات وأنماط مشاهدة الشباب الجزائري للبرامج الأجنبية. وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها: بصفة عامة فإن الدراسة تشير إلى امتلاك الشباب لقيم اجتماعية وثقافية إيجابية، وأن هناك إرتفاع في المستوى وعيهم وكما أن المشاهدة ترتبط بذلك الوعي الإيجابي، وترتبط بامتلاكهم لتلك القيم الاجتماعية والثقافية والسلوكية الإيجابية.

2- **الدراسة الثانية:** للباحث عبد اللطيف شريف بعنوان اتجاهات الجمهور إزاء مصداقية الأخبار في القنوات الفضائية الخاصة. دراسة حالة قناة النهار نموذجا. مذكرة لنيل شهادة الماستر، وتتمثل في دراسة إستطلاعية لعينة من الطلبة اللذين يتابعون البرامج الإخبارية لقناة النهار وبحسب التساؤلات التي تناول الأسباب التي تجعل الطلبة تعرض لمشاهدة قناة النهار وتوصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج وهي:

<sup>1</sup> - أحمد بن مرسل: مرجع سبق ذكره ، ص 186.

<sup>2</sup> - عبد الله بوجلال وآخرون: مذكرة بعنوان القنوات الفضائية وتأثيرها على القيم الاجتماعية والثقافية لدى الشباب الجزائري، دراسة ميدانية، جامعة المير عبد القادر، قسنطينة، ص 93.

يجب على القائمين على الإعلام في الجزائر تناول موضوع الصورة ودراستها من أجل الوصول إلى معايير دقيقة حتى يتفق مع واقعنا من خلال المعلومات التي يستفيد منها من مضمون الرسالة. وإنخفاض معدل المشاهدة في نوعية البرامج المقدمة، وأسلوب الأداء في تشكيل الصورة بما يحقق رغباتهم وطلباتهم.<sup>(1)</sup>

3- **الدراسة الثالثة:** للباحثين نعيمة مليكة وبوحزال نوال بعنوان القنوات الفضائية الخاصة ودورها في تشكيل المجال العمومي، وتناولت هذه الدراسة الشباب الجزائري وعلاقاته بالفضائيات الخاصة في جلب الأخبار والمعلومات السياسية وتعزيز آليات التغيير المدني والإجتماعي.

كما توصلت الباحثة إلى النتائج التالية:

✓ **إعتبار أن للإعلام الخاص دور فريد في تغطية الأحداث السياسية البارزة وفترة الإنتقالات التاريخية ونقل المفارقات والأزمات السياسية المجتمعية، وبهذا وقفت القناتين موقف الوسيط بين السلطة والمجتمع المدني، هذا الدور الذي يعتبر فرصة لكشف مصداقية الإعلام الجزائري.<sup>(2)</sup>**

4- **الدراسة الرابعة:** قام بها الطالب رمضان بلعمري، الذي كانت تحت عنوان القطاع السمعي البصري في الجزائر من خلالها تطرق إلى دراسة ميدانية عن الممارسة السياسية للحكومة الإحتكارية والتي لا تدفع باتجاه المنافسة في وسائل الإعلام.

إعتمد الباحث على المنهج المسحي، لأنه قائم على تصوير الظاهرة وتحليلها وتفسيرها في إطار وضعها الراهن، ووظف في الدراسة عدة أدوات تمثلت في الملاحظة والمقابلة، وكذلك الإستبيان، كما إعتمد في دراسته على العينة العرضية والتي شملت جمهور التلفزيون الجزائري المختلف الموزع على مختلف فئات المجتمع ليشمل عدد من طلبة بعض الكليات في جامعة الجزائر وبعض المحررين الصحفيين. وتوصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج:<sup>(3)</sup>

- عدم إقناع جمهور التلفزيون الجزائري عن قناة وطنية إخبارية تعطيه ما يحتاجه من معلومات حول ما يجري خارج محيطه الوطني.

<sup>1</sup> - عبد اللطيف شرف: **بعنوان اتجاهات الجمهور إزاء مصداقية الأخبار، في القنوات الفضائية الخاصة، دراسة حالة قناة النهار نموذجا**، مذكرة لنيل شهادة الماستر، 2016-2017.

<sup>2</sup> - نعيمة مليكة، حزام نوال: **دراسة بعنوان القنوات الفضائية الخاصة ودورها في تشكيل المجال العمومي**، جامعة معسكر.

3 - رمضان بلعمري: **القطاع السمعي البصري في الجزائر ( إشكالات الإنفتاح) شهادة ماجستير**، جامعة الجزائر 03، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والإتصال، تخصص تكنولوجيا وإقتصاديات وسائل الإعلام، 2001-2002.

### 5- الدراسة الخامسة:

هي دراسة الباحثة فضيلة أكلي، بعنوان استهلاك المراهق للصورة التلفزيونية، جامعة الجزائر وتنحصر في التساؤل عن الأسباب التي تدفع المراهق الجزائري إلى استهلاكه المكثف للقنوات الرقمية الغربية. وتهدف هذه الدراسة إلى الوصول إلى النتائج العلمية بدقة وفعالية في الكشف عن أسباب وعوامل وأثار الظاهرة السوسيو إعلامية وتأتي هذه الدراسة إلى تراكم الانتاج العلمي من أجل فهم المجتمع الجزائري بصفة عامة وعلى المراهقين بصفة خاصة وتأتي هذه الدراسة أيضا للكشف عن أسباب الإستهلاك الكثيف لهذه القنوات من طرف المراهقين وعن الآثار الناجمة عن ذلك وهذا من أجل الوصول إلى قوانين وقواعد سوسيوولوجية بإمكانها محاربة الظاهرة والتقليص منها أما النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة هي:

أن أغلب المبحوثين يفضلون مشاهدة القنوات الرقمية الغربية على القنوات العربية، وهنا لكون القنوات الغربية تعرض برامج خارقة لثقافتنا ومجتمعنا الجزائري إذ يدل هذا على شدة تأثر المراهقين بالثقافة الأجنبية.<sup>(1)</sup>

#### ❖ التعقيب على الدراسات:

إن الدراسات السابقة كلها تناولت حقيقة الإعلام السمعي البصري في الجزائر والقنوات الجزائرية الخاصة بطريقة عادية وبصفة عامة إذ تم التطرق إلى دراسة الصورة على حقيقتها فمثلا صورة لقناة النهار سمعتها جد سيئة وتفترق إلى المصادقية ومعظم الجمهور الجزائري لا يثق بالمعلومات التي تبثها.<sup>(2)</sup>

➤ **أوجه التشابه والاختلاف للدراسات السابقة:**

(1) **أوجه التشابه:** تقريبا كلها تتمحور حول الإعلام التلفزيوني والقنوات الجزائرية الخاصة، وكذلك تتشابه في استعمالهم لنفس المراجع وتقريبا نفس أدوات البحث العلمي.

(2) **أوجه الإختلاف:** تختلف في العينات وأدوات البحث العلمي والمقاربات النظرية المستعملة ونوع الدراسة وأهدافها وإشكالياتها وقد ساعدتنا هذه الدراسات في:

- وضع تصور عام حول موضوع الدراسة.
- صياغة إشكالية الدراسة وبنائها المنهجي.

1-أكلي فضيلة: **إستهلاك المراهق للصورة التلفزيونية مذكرة ماجستير** ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، قسم علم الاجتماع ، تخصص ثقافي تربوي ، الجزائر ، 2006، 2007.

2- د.أحمد محمود درويش : **مناهج البحث العلمي في العلوم الإنسانية** ، مؤسسة الأمة العربية للنشر والتوزيع ، ط1، كلية

الأداب جامعة المنيا ، 2018، ص 33

- التعرف أكثر على الإعلام الخاص وحقيقة القنوات الخاصة.
- التعرف على معلومات في القنوات الجزائرية الخاصة وعن الإعلام التلفزيوني السمعي البصري بصفة خاصة.

**صعوبات الدراسة:** عند قيام الباحث من إنجاز عمله لابد أن يواجه مجموعة من الصعوبات التي تعترض عمله وتعوق قدرته في إستكمال الإجراءات ، والوصول الى النتائج ومن هذه الصعوبات ما يلي:  
عدم توفر المراجع الكافية عن القنوات الجزائرية الخاصة في مكتبة الجامعة أثناء القيام بجمع المعلومات وأثناء إختيار الأداة المناسبة أو تطبيقها، إيجاد صعوبات أثناء توزيع الإستبيان ( ترددات بعض الطلبة). وكذلك ألفاظ كثيرة غامضة أثناء البحث عن المعلومات لاتوجد فيها إتفاق مع موضوع الدراسة.

### 9- شرح المفاهيم والمصطلحات:

**9-1- تعريف الصورة:** هي عملية عقلية أو ذهنية تبني على تكرار المضامين وترسخ لفعل التراكمات معينة وتتداخل في صياغتها وبلورتها عدة معطيات من حيث صناعة الصورة جماليا أو تعديل أو تثبيت في ذهن المتلقي، وتعتبر هدفا يصب للقائم للاتصال على إعداد الرسائل الإعلامية في مختلف الوسائل ومن خلالهم من الوسائل سواء أنظمة أو أشخاص في مجالات سياسية أو إجتماعية والفكر وغيرها.<sup>(1)</sup>

وعرفها **علي عوجة** من النتائج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون الأفراد والجماعات إزاء شخص معين أو نظام معين أو مؤسسة ما أو مهنة معينة أو شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير وتتكون هذه الانطباعات من خلال التجارب المباشرة والغير والمباشرة وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد وإتجاهاتهم وعقائدهم بنظر عن صحة المعلومات أو عدم صحتها.<sup>(2)</sup> ومن بين تصنيفات الصورة الإعلامية:

**9-2- الصورة الذهنية:** وهي نتاج سمات الإيجابية التي تثير الإعجاب وللتأكيد لدى المتلقيين، والوصول إلى هذا النوع من الصورة فإن المنظمة أو المؤسسة تحتاج إلى شروط معينة لقبولها من طرف الجمهور وإقناعه.

**9-3 - الصورة النمطية:** وهي صورة سلبية تكون دائما بمثابة حاجز أمام تعرض الجمهور لوسائل جديدة لتحافظ على الصورة الأولى.<sup>(3)</sup>

<sup>1</sup> - د. عبد الرحمان بن عبد الله العبد القادر: الصورة الذهنية وعلاقتها بالاتصال الثقافي، دار الكتاب الحديث، ط1، 2012، ص23.

<sup>2</sup> - علي عوجة: العلاقات العامة والصورة الذهنية، عالم الكتب، القاهرة، ط2، 2014، ص 09-10.

<sup>3</sup> - الرحباني عبير شفيق: الإعلام رسالة ومهنة، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، عمان، 2013، ص139.

### 9-4- تعريف القناة:

أ- لغة: القناة هي الرمح "الأجوف"، وهي بمعنى مجرى الماء، يقال فلان صب القناة أي القامة.  
ب - اصطلاحا: ويقصد بالقناة الوسيلة الإعلامية فقد تكون صحفية أو راديو أو تلفزيون أو صحافة الإلكترونية، ومن المهم اختيار الرسالة المناسبة للوسيلة، حيث نجد أن هناك رسائل على الرغم من أهميتها إلا أنها قد تفقد تأثيرها نتيجة عدم إختيار الوسيلة الملائمة لها.<sup>(1)</sup>

### 9-5- مفهوم التلفزيون:

أ- لغة: كلمة مركبة من مقطعين "tele" و"television" ومعناها عن بعد vision ومعناها الرؤية وبهذا يكون معنى الكلمة هو الرؤية عن بعد.

ب- اصطلاحا: هو طريقة إرسال واستقبال صورة والصوت من مكان إلى آخر بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية، ثم بواسطة الأقمار الصناعية ومحطاتها الأرضية في البث طويل المسافة وهو وسيلة من وسائل الإتصال تعتمد الصوت والصورة معا أي أنها تجمع بين خاصية الإذاعة المسموعة وخاصية الوسيلة المرئية ولذلك تصنف في أنها وسيلة من وسائل الإعلام (المسموعة المرئية).<sup>(2)</sup>

ويمكن تعريفه أيضا النظام التلفزيوني في طريقة إرسال واستقبال الصورة المرئية المتحركة بقدر أكبر ممكن من الأمانة من مكان إلى آخر، وكذلك يرسل الصوت المصاحب للمنظر بنفس الطريقة حيث تحصل في جهاز الاستقبال على برنامج متكامل بصريا وسمعيا.

بالنسبة لتعريف الإجرائي بصفة عامة هو الذي يغطي أو يصل الفجوة بين المستوى النظري والفكري الذي تم ملاحظته.<sup>(3)</sup>

التعريف الإجرائي: هو جهاز الإتصالات لبث استقبال صور متحركة، ويعد من الأكثر وسائل الإتصال الجماهيرية أهمية وتأثيرا نظرا لما يتمتع به من خصائص ومميزات يتفوق بها عن غيره من وسائل الإتصال الجماهيرية الأخرى.

### 9-6- مفهوم القنوات التلفزيونية:

هي محطات تلفزيونية تبث إرسالها عبر الأقمار الصناعية لكي يتجاوز هذا الإرسال نطاق الحدود الجغرافية لمنطقة الإرسال حيث يمكن استقباله في مناطق أخرى عبر أجهزة خاصة لإستقبال والتقاط

<sup>1</sup> - الرحباني عيبر شفيق : مرجع سبق ذكره ، ص132.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص66-67.

<sup>3</sup> - أحمد بدر: أصول البحث العلمي ومناهجه، المكتبة الأكاديمية، دار النشر والتوزيع، مصر، ط1953، ص 24

الإشارات الوافدة من القمر الصناعي هذه الأجهزة التي تقوم بمعالجة تلك البيانات وعرضها على شاشة التلفزيون وانتشار الفضائيات جعل بعض الدول تعيد النظر في تخطيط برامج التلفزيون وذلك في محاولة لجذب المشاهدين إلى القنوات التلفزيونية المحلية نظرا لإنجذاب الجماهير إلى مشاهدة المحطات التلفزيونية الأجنبية الوافدة. (1)

**9-7- القنوات التلفزيونية الخاصة:** هي قنوات ذات ملكية خاصة تتبع لأشخاص أو لمؤسسات أو لأحزاب سياسية معينة يتم إستئجارها على قمر إصطناعي يستخدم في نظام البث المباشر الذي يعتمد على أن تقوم محطة الإرسال الرئيسية بإرسال البرامج المتفق عليها عن طريق مرسله تستخدم حزم ضوئية إلى هذه القنوات في القمر الصناعي، وتقوم بدورها بتحويل الإشارة إلى صوت وصورة. (2)

والقنوات الخاصة هي قنوات التي تسعى لمخاطبة الجمهور محدد بتقديم مواد إعلامية يعينها وتختلف هذه القنوات ما بين: قنوات متخصصة من حيث المضمون ومن ناحية الجمهور المتلقي. (3)

**9-6- تعريف الإجرائي للقنوات التلفزيونية الخاصة:** هي جميع القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة التي تعود ملكيتها إلى القطاع الخاص والتي يكون محتواها عاما أو متخصصا.

وتعد القنوات الجزائرية الخاصة التي تمتلكها وتديرها رؤوس الأموال الجزائرية إحدى المعالم الحديثة للإعلام الجزائري، حيث برزت هذه القنوات كنتيجة لتغيرات السياسية في الوطن العربي، وكذا لثورة الإتصالات بعد عقود طويلة من إحتكار الحكومات العربية للإعلام المرئي والمسموع.

### 9-7- تعريف الفضائيات التلفزيونية:

أ- **لغة:** يقصد بكلمة الفضائيات بالمد المكاني الواسع وفضا للمكان (وفظو) من باب قعد إذن اتسعوا فهو فضاء.

ب- **اصطلاحا:** هي عرض تلفزيوني مرئي يبث عبر شبكة الأقمار الصناعية تدور حول الأرض في مسارات محدودة ومعروفة وتحدد بالزاوية والاتجاه لتحديد إتجاه نقاط كل مجموعة منها. وهذه الأخيرة تعرف إحدى خطوات تطور خدمات الإتصالية التي تستهدف ملاقات إهتمامات جميع الأفراد الجمهور إلى مرحلة

<sup>1</sup> - نهان عاطف العبد: صناعة الأخبار التلفزيونية في عصر البث الفضائي، دار الفكر العربي، مصر ، ط1، 2017، ص32.

<sup>2</sup> - هنا السيد: الفضائيات وقادة الرأي، العربي للنشر والتوزيع، مصر، ط1، 2005، ص 12.

<sup>3</sup> - د. هبة شاهين، التلفزيون الفضائي العربي، الدار المصرية اللبنانية، ط1، ط2، القاهرة، 2006، ص102.

التخصص، وخدمة إحتياجات جماهير محددة ومرحلة التفاعل التي تهدف إلى التبادل والتفاعل بين الجمهور.<sup>(1)</sup>

### 8-9- تعريف الجمهور: audience

أ- لغة: من الفعل جهر له الخبر، أخبره بطرق له على غير وجهه، وجمهور الناس جلهم، وجماهير.  
ب- اصطلاحا: هو مصطلح فني يقصد به جماعة من الناس تتميز من غيرها بصفات خاصة كما أفرادها بروابط معينة وهذه الجماعة من الناس تقع في محيط نشاط المنشأ المؤسسة الإعلامية تؤثر فيه وتتأثر به أي أن هناك تفاعل متبادل بين الطرفين. فحسب تعريف فروس بال (فإن الجمهور هو مجموعة الأفراد القادرين على تقبل الرسالة المعروفة لوسائل الإعلام وهذا الجمهور إما يكون فعال في فعالية تحدد درجة إقتراب الرسالة الإعلامية من رغبات الجمهور)<sup>(2)</sup>

الجمهور هو المستقبل والمتلقي للرسالة الإعلامية من القراء والمستمعين والمشاهدين والذي يقوم بتفسير الرسالة وما تتضمنه من ألفاظ ورموز، ويتفهم ما تتحمله من معاني ومدلولات وتتوقف عملية الإستجابة على الإطار المرجعي للجمهور.<sup>(3)</sup> وفي علوم الإعلام يعرف مصطلح الجمهور يشير إلى مجموعة كبيرة من الناس تأتي من جميع مجالات الحياة ومن مختلف الطبقات الإجتماعية وكل فرد من أفراد هذا الحشد أو الجماهرة مجهول الهوية إذ ليس للحشد تنظيم إجتماعي أو عادات وتقاليد وطقوس أو قواعد ولكنه متألفين من ناحية سلوكهم الجماهيري.<sup>(4)</sup>

9-10- تعريف الإجرائي: إن الجمهور هو مجموعة من الناس أو الفئات المختلفة، يتم منها توصل المعلومات إليهم من أجل أن يكون إتجاه وسلوك هذا الجمهور حسب هذا الهدف المرغوب.

### 9-11- تعريف الإعلام:

أ- لغة: هو كلمة مشتقة من كلمة أعلمه شيئا وتعني تزويد الجماهير بالمعلومات عن طريق قنوات إتصالية قد تكون وسيل إعلامية أو تقنية، قطاعا خاصا أو حكوميا أو مؤسسة غير ربحية أو منظمة ربحية يقوم على جمع وصناعة المعلومات وإنتاجها ونشرها للجماهير بطرق مختلفة، وبأشكال متنوعة وبتقنيات عدة عبر وسائل إعلامية.

<sup>1</sup> - المرجع نفسه، ص38.

<sup>2</sup> - فوضيل دليو: مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، دط، 1998، ص 143.

<sup>3</sup> - بورهان شاوي: مدخل في الاتصال الجماهيري، ونظرياته، دار ومكتبة الكندي للنشر والتوزيع، ط1، 2014، ص22.

<sup>4</sup> - المرجع نفسه: ص11.

ب - إصطلاحاً: هو عملية تعتمد على الإقناع باستخدام المعلومات والحقائق والإحصائيات، وأنه تعبير موضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها، إذ أنه لا يعد من جانب الإعلام الممثل القائم بعملية الإعلام، وبذلك تؤكد **ديهان رشتي** على أن الإعلام يعد في المقام الأول عملية إقناعية بمعنى أن هدف الإعلام هو اقناع المتلقي أو المستقبل لمحتوى ومضمون الرسالة الإعلامية.

أما الإعلام الجماهيري فهو الإعلام الذي يغطي الحدود الجغرافية بهدف الوصول إلى أكبر شريحة واسعة من الجمهور والتفاعل معها بطريقة مباشرة في أي زمان ومكان، وهو جعل من وسائل الإعلام بأجهزتها ومعداتها المختلفة في مختلف قطاعات مختلفة ومتزايدة من الجماهير (1).

وعرفت سناء الجبور في 2010: الإعلام على أنه نوع من الإتصال وما قد يترتب على هذا الإتصال من نتائج وردود فعل معنوية يرغب بها المعلم المتصل بوسائل الإعلام، والإعلام هو العلم الذي يدرس الإتصال الجماهيري مع بعضها البعض بحيث هذا الإتصال الجماهيري ضروري ولا بد أن يتفاهم الناس مع بعضهم البعض. (2)

9-11- تعريف الإجمالي: ويعرف صالح الصقور للإعلام 2012 بأنه عملية إجتماعية مترابطة ومتداولة مع بعضها البعض، يتم بموجبها نقل مادة أو مواد إعلامية بغض النظر عن طبيعة ونوعية المشكل ونوعية هذه المادة أو المواد من المرسل إلى المستقبل عبر وسيلة نقل ملائمة بهدف خلق إستجابة أو رد فعل لدى المتلقي سواء كانت إيجابية أو سلبية تنعكس على أفكاره وتصوراتهِ واتجاهاته وسلوكاته. ويعرف أيضاً أنه وظيفة من وظائف الإتصال الجماهيري يحمل رسائل بأشكال مختلفة قد تكون ورقية أو شفوية أو سمعية أو بصرية تحمل مضامين مختلفة على هيئة نصوص أو صور ثابتة لأهداف متعددة ومختلفة.

9-12- مفهوم قناة النهار: تعد أولى القنوات الجزائرية الخاصة، حيث إنتقلت إلى البث الفضائي بعد أن ظلت تعمل كصحيفة مطبوعة لسنوات عدة وبأول نشرة إخبارية. انطلق بثها التجريبي في 6 مارس 2012 وبذلك مسيرة القنوات الجزائرية الخاصة. وفقاً لهذا فإن قناة النهار تعمل كقناة أجنبية تتخذ مقرها الرئيسي عمان، وتهتم بالشأن الإخباري والسياسي في الجزائر حيث أن برامجها تبداً مزيجاً بين نشرات الأخبار والرياضة وأخبار الإقتصاد والصحف الوطنية. (3)

<sup>1</sup> - الرحباني عبير شفيق: الإعلام رسالة ومهنة، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، عمان، 2013، ص 11، 10.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه: ص 12.

<sup>3</sup> - عاطف عدلي العبد: القنوات المتخصصة، أنواعها، جمهورها، بحوثها، أخلاقياتها، دار الأمان والطباعة، ط1، 2006، ص 28.



## الفصل الأول

### مدخل إلى الصورة والصورة الذهنية

تمهيد

المبحث الأول: مدخل إلى الصورة

المبحث الثاني: الصورة التلفزيونية وتأثيراتها

المبحث الثالث: أساسيات الصورة الذهنية

خلاصة الفصل.

تمهيد:

تحظى الصورة بمكانة خاصة و متميزة في الحياة المعاصرة فهي تشغل ذهن المتلقي في المعرفة وفهم صورة الواقع على حقيقتها في وسائل الإعلام منها التلفزيون، وبمجرد أن يصبح الواقع أحيانا صورة شاحبة عن الصورة وتكون الصورة هي الأساس وليس الواقع وما زاد من إهتمامها فهي تلعب دورا في نقل الثقافة الخاصة في وسائل الإعلام من خلال الرسائل وآلية عملها وتكوينها وقوتها الدلالية والتي يبقى إيصالها دائما إلى المتلقي، والصورة في وجودها قائمة على التأثير من ثم التفاعل. و في تأسيس القيم الجمالية وكشف ديناميكيات المشاهدة في المتلقي.

المبحث الأول: مدخل إلى الصورة

1- تعريف الصورة:

يعرفها عبد الله الغدامي بقوله: " الصورة ثقافة وفكر وإنتاج إقتصادي وتكنولوجي وليست مجرد متعة أو محاكاة فنية، وهي لغة عصرية يشترط فيها تطابق القول مع الفعل، ويمثل الحقيقة التكنولوجية بما أن الصورة علامة ومؤشر انتاجي ومنطق مستقبلي. فهو يربط مفهوم الصورة بأبعاد أكثر نفعية فكرتها علامة للإنتاج الثقافي، فينبغي إرتباط الإنسان بعالم الصورة".

ويتسع مصطلح الصورة ليتحرك بين التمثيلات الخارجية والداخلية للأشياء والأحداث والموضوعات والأشخاص، وبين الإنتاج أو القيام بعملية الإنعكاس لجوانب التشابه إلى التفكير البصري الخاص لفهم العالم من حيث لغة الشكل والصورة. كما قال أرنهام " إن ما هو مشترك بين جميع الصور على كل حال، هو ذلك المنطق الإدراكي الذي يتضمنها معا".<sup>(1)</sup>

وأطلق عليها البعض الصورة الإعلامية أو الصورة الجماهيرية أو الإتصال العام الإستراتيجي لصورة، أو الميديا، وتعد الصورة الإعلامية من الرؤى الخاصة للواقع والتي تقدمها وسائل الإعلام في إطار مجتمع معين بكل ما يتضمنه من أنظمة ومؤسسات تشير على عمل وسائل الإعلام.<sup>(2)</sup>

وكما يشار إلى الصورة أنها ليست إلا تعبير بصريا وإبداعيا يسلك سبل التخيل وترجمة الأفكار بمعاني مستمدة من البيئة الثقافية التي يتحرك فيها خطاب الصورة وذلك على مستويين الأول إخباري، وهو مستوى الإتصال بين المرسل والمستقبل والثاني رمزي وهو مستوى الدلالة والمعنى الواضح أو الإيحائي للصورة. وهناك تعريف آخر للصورة كونها إنطباعات ثابتة لا تؤثر فيها الأحداث المتغيرة وهي ذات محتوى غاية في البساطة، إذ لا تحتوي إلا على العناصر المتميزة للموضوع، وهي أيضا من السمات الثابتة التي تأخذ العقيدة الجماعية والتي تصاغ على غير أساس علمي أو موضوعي تأثرا بأفكار متعصبة تتسم بالتبسيط.<sup>(3)</sup>

<sup>1</sup> - عبد الجبار ناصر: ثقافة الصورة في وسائل الإعلام، الدار المصرية اللبنانية، المكتبة الإعلامية للنشر والتوزيع، 2017، ص71.

<sup>2</sup> - محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2004، ص90.

<sup>3</sup> - د علي عباس فاضل: الصورة في وكالات الأنباء العالمية بين الإستمالية والإقناع، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن عمان، ط1، 2012، ص18-19.

الصورة أيضا تعني محاكاة وهي في المجال السيكلوجي مترادفة مع "التشابه"، "النسخ"، "إعادة الإنتاج". والصورة بوصفها تعبير عن التمثيل العقلي للخبرة الحسية.<sup>(1)</sup>

## 2- أهمية الصورة:

الصورة كونها مصدر من مصادر المعرفة وتكوين فكر الفرد، ويوضح ذلك في الممارسات المهنية وخاصة في المجال الإخباري وتؤدي الصورة دورا مهما في تشكيل الإنطباعات عن الآخرين وإصدار الأحكام وتحديد السلوك تجاه موضوعاتها كما تعطي الرسالة دفعة واحدة لفهم المضامين لدى جمهورها لأنه من المعلوم كل ما يقدم من مضمون في أي وسيلة إعلامية أقرب إلى الواقعي كلما كان أثر مصداقية لدى المتابع، والصورة أكثر الوسائل الإعلامية إقناعا وقدرة على الإقناع والحياة لا يمكن تصورها دون صوروكما جعلت الصورة بشكلها في القنوات الفضائية الإنسان في مواجهة مباشرة مع الحدث.<sup>(2)</sup>

## 3- أهداف الصورة:

- إن الصورة تستطيع أن توصل بدلالاتها الخفية أو المعلنة إلى وعي الجمهور بطريقة أسر وأسهل من النص المكتوب والمسموع، لأن الصورة هي التي تبقى في الذاكرة .
- الصورة تخاطب شريحة من شرائح المجتمع المختلفة.
- الصورة الإتصالية هي الأقدر على الإقناع بالحقيقة الموضوعية أو بالمعلومات المزيفة.
- الصورة تحمل قوة شدة الإنتباه الجمهور خصوصا أنها تمتلك جرعة عالية من الجاذبية والدهشة.
- إبراز قوة المشهد من خلال الصورة المعروضة أو المشاهدة.<sup>(3)</sup>
- الصورة أصبحت رسالة في التقدم على الشكل كالإستعراض في حساب ثقافة الجمهور والمضمون.
- الصورة توجه سلوك الفرد وتتحكم في ذوقه وعقله إذ أصبحت الصورة هي الأساس وليس الواقع وكما أنها أحيانا تسبق الواقع وتمهد له (الشميمري 81.2010).<sup>(4)</sup>

4- وظائفها: يمكن إستنباط آليات ووظائف الصورة إنطلاقا من وظائف وسائل الإعلام نفسها والتي يتم تحديدها كالآتي:

<sup>1</sup> - د.حسن الأنصاري: الدور الثقافي للقنوات الفضائية العربية، مركز الكتاب الأكاديمي، ط1، 2015، ص102

<sup>2</sup> - رولات بارت: صورة التأثير الإعلامي، ترجمة عبد الجبار الغضبان، مطبعة الثورة، اليمن، د ط، 2001، ص105.

<sup>3</sup> - عبد الجبار ناصر، المرجع سبق ذكره، ص29.

<sup>4</sup> - صلاح عبد الحميد: الإعلام وثقافة الصورة، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2013، ص156.

- 1- **الوظيفة الترفيهية:** هي وظيفة إجتماعية مهمة تتجلى في الفن أو الموسيقى والرياضة الألعاب وغيرها عن طريق العلامات الأصوات والصور بهدف الإمتاع الصعيدين الشخصي والجماعي.<sup>(1)</sup>
- 2- **الوظيفة الثقافية:** هي وظيفة جد مهمة لمختلف وسائل الإعلام قد يتمثل في سيل المعلومات والمعارف التي توفرها وكذا عادات وتقاليد حضارات مختلفة التي تعرض على شكل وثائقي وكذا البرامج ذات البعد التنقيفي التي من شأنها أن ترفع من المستوى الثقافي لأبناء المجتمع.<sup>(2)</sup>
- 3- **الوظيفة التثقيفية:** فهي زيادة في ثقافة الأفراد وقد يكون التثقيف عفوي أو مخطط له سابقا وهذا الأخير هو ما تقوم بنشره وسائل الإعلام المرئية بطريقة عفوية وعارضة دون قصد، بحيث لا تكون الرسالة موجهة لشخص معين إذ يندفع المشاهد للرسالة وإلى سماعها أو مشاهدته للصورة.
- 4- **وظيفة التسويق والترويج:** تعتمد الفضائيات الخاصة على عمليات الترويج والتسويق من خلال الدعاية والإعلان (الإشهار) سواء للأشخاص أو الفنانين المحلات التجارية المطاعم البضائع بمختلف أشكالها وأنواعها مثل: نشر الأخبار كاذبة ومن الجدير بالذكر أن هناك بعض المحطات التلفزيونية (قناة النهار) التي بدأت تخصص ببث برامج تسويقية وترويجية كترويج أدوات كهربائية أو مواد التجميل وعرضها على القناة يوميا بمختلف أنواعها.
- 5- **وظيفة تكوين الآراء والاتجاهات:** وهي تعمل على بلورة الرأي العام من خلال طرح الأفكار المتغيرة والجديدة والتي تعمل على تكوين إتجاه معين عن طريق البرامج وما تقدمه من أخبار. إما هذا الإتجاه يؤدي إلى إكتساب الجماهير من مواقف جديدة أو تعديلها أو إستبدالها بالجديدة أو التثبيت والتمسك بالعادات القديمة أو الصورة السلبية وذلك عن طريق تكرارها.

<sup>1</sup> - الرحباني عبير شفيق: **الإعلام رسالة ومهنة**، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، عمان، 2013، ص176.

<sup>2</sup> -المرجع نفسه، ص177.178

المبحث الثاني: الصورة التلفزيونية وتأثيرها

الصورة التلفزيونية والنظر لواقع هذه الصورة اليوم باعتبار أنها أصبحت تسيطر وتوثيق المعلومات وتلبية كل هذه الحاجات بشكل متكامل في طرح المادة الإعلامية والمكونات الصورة من المنهجية ودور التشكيل البصري وعلاقاته بالمضامين وما يؤسس للأبعاد الجمالية.

1- تأثيرات الصورة النفسية والاجتماعية:

❖ تأثيرات الصورة النفسية:

يشكل الجانب النفسي من الجوانب المهمة التي تلعب عليها الصورة فالصورة بصفة عامة تترك أثرا نفسيا لدى مشاهديها، إما بخلق شعور للراحة والإرتخاء وإما شعور بالألم والخوف، حسب موضوع الصورة ومجالها فمشاهدة الصور في مختلف أنواعها تترك أثرا أشد عمقا، فإذا كانت الصور الأخرى بجميع أنواعها قد تحمل في طياتها بعد فني يترك لدى المتلقي إحساس بالراحة من جراء جمال وفنية الصورة. ومن آثار الصورة الإعلامية على نفسية المشاهد أيضا ما يعرض ويشاهده الجمهور في مختلف وسائل الإعلام، حيث يذكر أرثل أسا بيرغر في كتابه "وسائل الإعلام والمجتمع" أن الجمهور المتلقي الذين يتعرضون للمواد المتعلقة بالبرامج التلفزيونية الخاصة يصبحون أكثر تأثرا بالصورة، خاصة أمام تركيز في بث الصورة الإعلامية (1).

وأن إنجذاب المتلقي تجاه المادة المعروضة بفعل التأثيرات النفسية للصورة كونها تنقل الواقع بأشكال صور خيالية وكما يقول أرسطو التفكير مستحيل بدون صور ولهذا فالتغيير إلى الصورة التلفزيونية التي هي لغة من نوع جديد له صفة المفاجأة والمباغطة والتلقائية والسرعة وقوة المؤثرات المصاحبة وحدية الإرسال وقربه الشديد.

❖ تأثيرات الصورة الاجتماعية:

أصبح للصورة دور مهم داخل كل مجتمع نظرا لكون الصورة بالمشاهد هي علاقة تواصلية هدفها تحقيق التأثير والتأثر (2) وإن إستخدام المخطط لوسائل الإعلام في المجتمع، يشير إلى تأثير وسائل الإعلام في المجتمع ويمكن أن يلمس الجميع من خلال الملاحظة المباشرة لمجالات التغيير في المعرفة على المستوى الاجتماعي وإتجاهاتهم، والسلوك على المستوى الفردي والجماعي في علاقتهم بوسائل الإعلام

<sup>1</sup> - صلاح عبد الحميد: الإعلام وثقافة الصورة، مؤسسة طيبة للنشر والتوزيع، القاهرة، ط1، 2013، ص158.

<sup>2</sup> - د. بلقاسم بن روان: وسائل الإعلام والمجتمع، دراسة في الأبعاد الاجتماعية والمؤسسية، دار الخلدونية، ط1، 2007، ص27.

(التلفزيون) أثناء التعرض لها . وكما نجد أيضا أن قطاعات أخرى من المجتمع تحت دافع الحاجة إلى الراحة والإسترخاء والتعرض لما تقدمه وسائل الإعلام من مواد ترفيهية مما يؤدي إلى تقبل الصورة لأنها تساعده على التخلص من تأثيرات الواقع الذي يعيشه وبالتالي نجد أن نفس هذه أفراد من المجتمع تقبل الصور والمعاني والتفسيرات التي تقدمها وسائل الإعلام سواء بالتأثير أو محاولة الهروب من الواقع الحقيقي.<sup>(1)</sup>

وتؤثر وتتأثر بالإطار الاجتماعي والثقافي والمعرفي، في تكوين الثقافة المشتركة من خلال وظيفة متوازنة فيها التسلية والترفيه وفيها البرامج الثقافية والفكر وإيصال المعلومات في تسليتهم وتحفيزهم.<sup>(2)</sup> وإن الصورة تقوم داخل المجتمع بوظيفة الإتصال وما جعلها توصل الرسالة للمجتمعات وللعالم أجمع، وكما تسهم الصورة في تحقيق ترابط المجتمع وعبر انشاء صورة للذات وصورة للآخر وأما صورة الآخر، فهي عبارة عن مركب من السمات الاجتماعية والنفسية والفكرية والسلوكية التي ينتسبوا الفرد أو جماعة ما إلى الآخرين.<sup>(3)</sup>

2- سمات الصورة التلفزيونية:

يمكن تعريف الصورة التلفزيونية بأنها تلك الصورة السمعية البصرية، الصادرة من التلفزيون كوسيلة جماهيرية واسعة الإنتشار وقوية التأثير، ويمكن إعتبار جميع البرامج التلفزيونية نماذج للصورة التلفزيونية، كالنشرات والموجز والبرامج الإخبارية والمسلسلات والإعلانات... إلخ. إلى أن أهميتها متعددة لتحليل الصورة التلفزيونية لا يمكن الوصول إليه دون الرجوع أو الربط بين 03 عناصر:

1- أغراض ونوايا القائم بالإتصال.

2- التفسيرات أو المعاني التي يضيفها للجمهور المتلقي على الصورة بإعتبارها سياق ثقافي.

3- سيمولوجية الصورة.<sup>(4)</sup>

ويعد نجاح الصورة التلفزيونية إلى ظهور وتطور التلفزيون وأن الفعل الثقافي أصبح يرتكز بدرجة أساسية على الصورة لأنها الحامل والمحتوى في آن واحد للذات يثيران هوية المرئية بكل ما تحمله من رموز وعلامات، وأحاسيس ومشاعر ومدارك وهي تعطي لنا تفسيرات لكل الوقائع الاجتماعية.

<sup>1</sup>-المرجع نفسه،ص29.

<sup>2</sup> - علي عبد الفتاح: **الإعلام والمجتمع**، دار اليازوري للنشر والتوزيع، ط1، 2014، ص 06-09.

<sup>3</sup> - د. عبد الرحمان بن عبد الله عبد القادر: **الصورة الذهنية وعلاقتها بالإتصال الثقافي**، دار الكتاب الحديث، مكتبة الملك

فهد الوطنية للنشر، ط1، الرياض 1431 - 2012، ص 68-69.

<sup>4</sup> - عزي عبد الرحمان: **الإعلام والبعد الثقافي من القيمي إلى المرئي**، المجلة الجزائرية للإتصال، عدد13، 1996،

وتلعب أيضا الصورة التلفزيونية دورا هاما في التأثير على السلوك وبين ذلك أهمية الصورة المشاهدة والتفاعل الذي يشكل معه عامل مؤثر في قدرة المشاهد على تذكر ما يشاهده ويتفاعل معه، وهذا يعزز وسائل الإتصال التفاعلية ويعطي مؤشرا آخر للبرامج الإعلامية لإستثمار عامل التفاعل في الرسائل الإعلامية المهمة التي يريد منها تحقيق الإقناع التأثير السلوكي في المشاهد بما وفرت من الإمكانيات التكنولوجية من إستخدامات متنوعة وما تضمنه من إبهار للجيل الجديد. وعلى الرغم من التأثير المشاهد الآني في المتلقي فإن التأثير الصورة على السلوك البشري لا تنتهي بل تستمر من خلال المؤلفات و السيطرة الإجتماعية والتبدل السلوكي (1).

ومن أهم سمات الصورة التلفزيونية نذكر ما يلي:

أ- **إختصار الحدث:** يكون فيه إختصار الزمن عن صورة ما إلى لقطات قصيرة عن منظر أو فلم مملا للمشاهدة كصورة حفلة ما أو صورة عرس.

ب- **إطالة زمن الحدث:** ويحدث هذا حينما يكون الحدث نفسه قصيرا جدا ولكنه دون تفضيلات مطلوبة، مثل الصورة التي تثير إعجاب الجميع أو أكثرية المشاهدين، ففي العادة لا يستغرق هذا الحدث إلا ثواني معدودة ولك يمكن إطالة الحدث عن طريق العرض البطيء للحدث، وبالتالي يمكن مشاهدة هذه العملية خطوة بخطوة، ومن الأمثلة على ذلك عرض تسجيل الأهداف في المباريات الرياضية، إذ بعد تسجيل الهدف يعاد عرضه بسرعة بطيئة لكي يتمكن المشاهدون من مشاهدة كيف تم تسجيل الهدف. (2)

ج- **تكثيف وتضخيم الحدث:** ويتم ذلك بحشد كل ما من شأنه أن يجعل الحدث أكثر تأثيرا في النفس، مثل: عرس الزفاف الذي سبق عرضه يكشف هذا الحدث عن طريق منظر عام للعروسين وكل هذه الخطوات مهمة لجعل هذه الصور أكثر تأثيرا على المشاهد ومن عوامل تكثيف الحدث أيضا أضافت الموسيقى التصويرية للصور، فهي تلفت الإنتباه وتخلق في نفسية المشاهد تأثيرات معينة، تتناسب مع الحدث المعروض. (3)

<sup>1</sup> - عبد الجبار ناصر: ثقافة الصورة في وسائل الإعلام، دار المصرية اللبنانية، المكتبة الإعلامية للنشر والتوزيع ، ط1، 2017 ص 65-78.

<sup>2</sup> - عبد المجيد شكري: تكنولوجيا الإتصال، إنتاج برامج في الراديو والتلفزيون، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، ط1، 1998، ص 22-23.

<sup>3</sup> - المرجع نفسه: ص 24.



د - واقعية الصورة التلفزيونية: إن الصورة التلفزيونية هي مرآة عاكسة للمجتمع وللحياة الحقيقية، إذن هذه الصورة واقعية لأنها توهم بنقل الواقع، فهي تمثل لنا الحياة الشخصية للأفراد في أي مكان وجودهم وبمناظر مماثلة للواقع المعاش.<sup>(1)</sup>

هـ - تقديم خبرة مشتركة للمشاهدين: وبالتالي نقل من الفروق الفردية بينهم، فحينها يعرض فلم أو حصة يجد المشاهد مجال للإطلاع على هذا الفلم أو الحصة، وهذا ما يسمح له الإطلاع على مختلف الثقافات العالمية، إذ تمنح للمشاهد في كل مكان التخلص من ذلك الإنغلاق، فمجرد متابعته لمختلف القنوات يجد نفسه مكتسب لمعارف وأفكار.<sup>(2)</sup>

و - تكبير الأجسام الغير المرئية للعين: تكتسي الصورة التلفزيونية ميزة مهمة جدا والتي تسمح لها بنيل نجاحا كبيرا من طرف الجماهير، ألا وهي كونها تكبر الأجسام الصغيرة والتي يستحيل رؤيتها بالعين المجردة.<sup>(3)</sup>

ولا شك من خلال بث وعرض صورة للوصول إلى الإقناع بكل أشكالها وجمهورها ومحتواها وإما بطريقة سلبية أو إيجابية من خلال ما عرضت الصورة الإعلامية وكذا من ناحية آراء الجمهور المشاهد. وعملية الإقناع لا بد أن تتوفر فيها عدة عوامل:

- بساطة المضمون ووضوحه: أن تكون الرسالة أو (الصورة) بسيطة في طريقة العرض، وأن تكون أفكار الرسالة التي تقدمها الصورة التلفزيونية بطريقة متسلسلة ومترابطة للفهم والمعرفة.

- الدهشة والتشويق: من الضروري أن تبدأ الرسالة بعنصر التشويق وجذب الجمهور بالإنتباه من خلال دقائق وعرض الرسالة أو الصورة نذكر نموذج قوة الصورة لقناة النهار حسب التفكير العقلاني أو المنطقي مثلا: عرض فلم أو حصة ترفيهية.

- الإشباع: لا تستطيع أن تكون الرسالة مقنعة ما لم تؤدي رغبات وحاجات الجمهور ومعرفة كيفية التأثير فيهم وذلك من خلال النظر ما يرغب به الجمهور أن يراه في الصورة بالصدق في مضمون الرسالة.

<sup>1</sup> - عبد الله محمود عدوي: الجماليات في الإعلام التلفزيوني، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، د ط، 2010، ص 6-7

<sup>2</sup> - المرجع نفسه، ص 8

<sup>3</sup> - سعيد مشطر عبد الصاحب: المضامين والأشكال الفنية لبرامج التلفزيون، كلية الإعلام جامعة العراق، بغداد، د ط، 2005، ص 37.

- المصادقية والدقة: الرسالة الإعلامية تعطي نتائج إيجابية ومقنعة أولاً في الجمهور، حيث يعبر عنصر المصادقية مثلاً: برنامج نشرات الأخبار من خلال الحدث عن خبر ما كان في الحقيقة مجرد إشاعة وهذا يعكس مصادقية القناة خصوصاً (ما يحدث في قناة النهار حالياً وبكثرة).<sup>(1)</sup>

### 3- قوة الصورة في جذب الجمهور:

الصورة التلفزيونية أصبحت لغة عالمية بين الشعوب وتزداد أهميتها نظراً لرخص تكلفتها على المتلقي وسرعة نقل المعلومات وأصبحت أيضاً على تسطير وتوثيق المعلومات بشكل متكامل في طرح المادة الإعلامية ومكونات الصورة من المنهجية وعلاقتها بالمضامين وبهذا تصبح الصور هي الأقدر على الإقناع بالحقيقة الموضوعية أو بالمعلومات المزيفة، إن الصورة تحمل قوة شد الإنتباه لأنها أصبحت رسالة مما أدى إلى هيمنة ثقافة المظهر والشكل والإبهار واللمعان والإستعراض على حساب ثقافة الجوهر والمضمون والقيمة والعمق وتوجه سلوك الفرد وتتحكم في ذوقه وعقله.<sup>(2)</sup> ومن بين عناصر قوة الصورة نذكر:

✓ تقوم على عنصر السرعة والآنية في الشاشة، فهي دائماً في عجلة من أمرها فلا مجال للتوقف والتفكير والعودة للوراء.

✓ إعطاء عنصر النجومية الإعلامية حيث تحولت الشاشة إلى مصنع للنجوم.

✓ عنصر المزج والتسلية كثافة قائمة وكنمط في إشباع الحاجة إليها عند المتلقي.

✓ قوة جاذبية الصورة على المشاهد وأثرها عليه مثل: نقل المراسل الصورة التلفزيونية في الإنتقال إلى أماكن الأحداث وإمكانيته في نقلها بكل تفاصيلها في وقت وقوعها على الهواء مباشرة

✓ سطوة المشهد البصري التلفزيوني المؤثر في عقل وقلب المتلقي والذي يساهم في تشكيل قناعاته وتكوين مواقفه واللعب على عواطفه وأحياناً توجيهه الوجهة التي يريدتها القائمون عليه.

✓ الإبهار في العرض من خلال إستخدام التقنيات والوسائل المقدمة في التصوير والنقل وبرامج المونتاج والعرض وإستخدام البرمجيات المتطورة وتصميم الجرافيك والرسوم البيانية.<sup>3</sup>

✓ توظيف تقنيات الديكور والإضاءة وفي إستخداماتها وإضافة إلى توجيهها غلة العمل ونقل الميداني من مواقع الأحداث وغيرها.

<sup>1</sup> - الرحباني عبير شفيق: الإعلام رسالة ومهنة، دار أسامة للنشر والتوزيع ط2013، ص 143-144.

<sup>2</sup> - د. وديع العززي: التقنيات الحديثة للإنتاج التلفزيوني والعمل في القنوات الفضائية، ط1، مجلدات1، دار النشر والتوزيع، اليازوري، مكتبة نور، ص 22-23.

<sup>3</sup> - المرجع نفسه: ص 24-25.

✓ وتشمل قوة الصورة في جذب الجمهور في إنقطاب الرموز الفكرية أو السياسية العلمية الثقافية، وإستحداث أشكال برمجية جديدة تكون أكثر تفاعلية مع الجمهور وفق إستراتيجية العمل التلفزيوني، بما فيها التعليق على الأحداث وتوظيف تقنيات الإتصال في ذلك مع التغيير والتحديث الدوري في أساليب وصيغ الحوار بطرق المقابلات وتوظيف تقنيات الإخراج الإضاءة وزوايا الكاميرا وتنوع في إختيار اللقطات وحركة الكاميرا والموسيقى والمؤثرات الصوتية والبصرية عامة.(1)

✓ قوة الصورة وكثافة انتشارها وتنوع مضامينها وقدرتها في جلب أعداد هائلة من الجماهير.

✓ قوة تأثير الصورة بسبب تكوينها التقني وبلاغتها التكنولوجية ، وإشباعها بالألوان والأصوات بحيث تستفز أحاسيس المشاهد البصرية والسمعية وتستحوذ عليه. أي أن مشاهدة الصورة تمكن المشاهد من إسترجاع زمن الصورة وذاكرة المشهد.

#### 4- تنمية الذوق في المشاهد:

❖ تشكيل الذوق العام وفي إشباع النماذج الإستهلاكية والسلوكية للحياة المعيشة. من خلال التحكم في الذوق المستهلك وعقله.

❖ الحصول على جودة عالية للصوت والصورة.

❖ رخم المعلومات للمشاهد التي تبثها وتكرارها عليهم ويتلقونها على مدار الساعة في الليل والنهار وفي كل الأمكنة والظروف.

❖ شد الإنتباه الجمهور عليها وتجلياته لما تقدمه الصورة في فهم التداعيات والتطورات داخليا وخارجيا.

❖ السعي لإشباع احتياجاتهم ورغباتهم في المعرفة والترفيه من ما تبثه من إخبار وبرامج ومواد إعلامية.

❖ صناعة الصورة وإعادة التشكيل الثقافي من خلال المادة الإعلامية المختلفة والتقنيات المتطورة.(2)

❖ الإعتماد على محتوى الذوق الراقي للمشاهد في تأثير على جمهور وسائل الإعلام للوصول إلى أفضل الإنجازات والتطورات التكنولوجية مما يحقق الإستقرار المالي للنظام الإعلامي عكس الذوق الهابط . تحقيق التفاعل والإندماج الحقيقي للمشاهدين، فالجمهور المعيار الحقيقي الذي يمكن من خلاله الحكم عن مصداقية القناة من عدمها.(3)

<sup>1</sup> - د.سهام الشجيري: التحيز في تناول الإعلامي، تحيز الصورة والصورة المتحيزة ، دار النشر والترجمة ، ط1، 2019، ص335

<sup>2</sup> - د. طالب فرحان: صناعة الإعلام الإذاعي والتلفزيوني (المقومات النفسية والمهنية لرجل الاعلامي)، ط1، 2011، ص26.

<sup>3</sup> - د. بلقاسم بن روان: وسائل الإعلام والمجتمع (دراسة في الأبعاد الإجتماعية والمؤسسية)، دار الخلدونية، ط1، 2007، ص103.

المبحث الثالث: أساسيات الصورة الذهنية

يتميز العصر الحالي بوفرة المعلومات وسهولة تداولها بالقدر الذي لا يمكن للفرد لنظرًا لقدرتها المحدودة والكم الهائل من الحقائق والمعلومات التي تحيط به من إستعابه وتكوين المواقف، فالأفراد يعتمدون بطريقة ما لتحويل هذا الواقع المعقد إلى واقع بسيط ويمكنهم التفاعل معه عبر هيئة الذهن لإلتقاط الصورة أو أكثر لذلك الواقع أو بعض أجزائه.

1- تعريف الصورة الذهنية:

يعرف الدكتور علي عجوة الصورة الذهنية " أنها الناتج النهائي للإنتباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد والجماعات إزاء شخص معين، أو نظام معين وغيرها يمكن أن يكون لها تأثير على حياة الإنسان، وتتكون هذه الإنتباعات من خلال التجارب المباشرة والغير المباشرة وترتبط هذه التجارب أيضا بعواطف الأفراد وإتجاهاتهم وعقائدهم، وبغض النظر عن صحة هذه المعلومات أو عدم صحتها التي تتضمنها خلاصة هذه التجارب فهي تمثل بالنسبة لأصحابها واقعا صادقا ينظرون من خلال إلى ما في حوله ويحاولون فهمه. وترى الدكتورة راجيا قنديل " أنها عبارة عن تأليف وتركيب صناعي للواقع يمثل فيه الخيال قدرا معيناً، وأن هذا التركيب قد يكون بسيطاً أو معقداً إلا أنه في كلانا قد يؤدي إلى التشويه ومن ثم الإبتعاد عن الحقيقة والإختلاف عن الواقع.<sup>(1)</sup>

ويعرفها ريستان وبييرلو " أنها الصورة العقلية التي تتكون من أذهان الناس عن الأفراد والجماعات والشعوب والمؤسسات الإعلامية المختلفة وتتكون هذه الصورة من التجربة المباشرة أو الغير مباشرة، وقد تكون عقلانية أو غير راشدة وقد تعتمد على الأدلة والحقائق والوثائق أو على الشائعات والأقوال الغير الموثوق ولكنها في نهاية الأمر تمثل واقع صادق لن يمحي من رؤوسهم.<sup>(2)</sup>

ويعرف كيلمان الصورة الذهنية " بأنها تمثيل منظم لموضوع ما، في النظام المعرفي للفرد فهي بنية تراكمية من السمات التي تميل نحو التجانس، وتمثل نموذج مبسط لبنية الفرد وتتشأ من تلقي الفرد الرسائل

<sup>1</sup> - د. ودبع العزازي : التقنيات الحديثة للإنتاج التلفزيوني والعمل في القنوات الفضائية، دار النشر والتوزيع، اليازوري، مكتبة نور، ط1، مجلدات 1، 2014، ص 09-10.

<sup>2</sup> - سليمان صالح: وسائل الإعلام والصورة الذهنية، الأردن، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط1، 2005، ص 25.

عن طريق الإتصال المباشر والغير المباشر، وتتميز هذه الأخيرة بالسماوات والتي تشكل واقع بديل وصادق، ينظرون من خلاله ويتعرفون على أساسه".<sup>(1)</sup>

ويعرفها وسام: بأنها مجموعة المدركات التي إستقرت في مساحة الوعي بحيث تحكم ردود فعل أصحاب مساحة الوعي اتجاه الفرد.

## 2- أهميتها:

- تكوين الآراء وإتخاذ القرارات.
- تشكيل سلوك الأفراد وتؤثر في تصرفاتهم إتجاه الصورة الذهنية.
- تتسم بالإعتماد على الحاضر والقابلية للتطور والتغير وبالمرونة والدقة.

## 3- خصائصها:

1- **عدم الثقة:** أن الصورة الذهنية لا تتسم بالدقة ولعل مرجع ذلك أساسا هو أن الصورة الذهنية لا تعبر بالضرورة عن الواقع الكلي لاسيما الأفراد الباحثون إلى تكوين فكرة شاملة عن الآخرين من خلال معلومات قليلة يحصلون عليها لعدم القدرة على جمع المعلومات كاملة.

2- **الثبات ومقاومات التغيير:** فالصورة الذهنية تميل إلى الثبات ومقاومة التغيير وتتعدد العوامل التي تحدد وتؤثر في كمية التغيير المحتمل في الصورة الذهنية وبعض هذه المتغيرات تتعلق بالصورة ذاتها وبعضها الآخر يتعلق بالرسائل الواردة.

3- **التعميم وتجاهل الفروق الفردية:** تقوم الصورة الذهنية على التعميم المبالغ فيه ونظرا لذلك فالأفراد يتصرفون بطريقة آلية أن كل فرد من أفراد الجماعة موضوع الصورة تنطبق عليه الصورة الجماعية ككل على الرغم من وجود إختلاف وفروق فردية.

4- **التنبؤ بالمستقبل:** تساهم الصورة الذهنية بالتنبؤ سلوك وتصرفات المستقبلية للجمهور إتجاه المواقف والقضايا والأزمات المختلفة.

5- **تخطي حدود الزمان والمكان:** الفرد لا يقف في تكوينه للصورة الذهنية عند حدود معينة بل يتخطاها ليكون الصور عن بلده، ثم العالم الذي يعيش فيه وتمتد الصورة لكونها ما وراء الفجوة التي يسكنها الزمان، فالإنسان يكون صورا عن ماضيه وحاضره ومستقبله.<sup>(2)</sup>

<sup>1</sup> - د. عبد الرحمان بن عبد الله عبد القادر: الصورة الذهنية وعلاقتها بالإتصال الثقافي، دار الكتاب الحديث، مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر، ط1، الرياض 1431 - 2012، ص27.

### 3- الإتجاه الإيديولوجي المشاهد الجزائري على القنوات الخاصة:

كثيرا ماياخذ المشاهد آراءه وأفكاره من غيره فهو يتأثر بمحيطه الخارجي لذا تسعى القنوات الفضائية إلى تغيير هذه الآراء والإتجاهات من خلال عملية إعلامية هادفة، في الإقناع من تحريك الجانب العاطفي ثم الإنتقال إلى الجانب العقلي من خلال الأسلوب الإقناع مزودة بمجموعة من الأدلة الواقعية، والصور حسب الحاجة تؤدي في النهاية إلى تغيير آراء الجمهور.

وإن معظم الرسائل الإعلامية أصبحت تحمل مضمونها بصفة إيديولوجية معينة سواء أدركها الفرد أو لم يدركها إنطلاقا من ميدان الإحتكاك الثقافي عن طريق العولمة والتأثير في سلوك المتلقي نتيجة إستقلالية الرسالة من التغييرات في سلوك الجماهير والتعرض الجماعي الواسع من جانب المشاهدين للمحتوى التلفزيوني نفسه.

التغيير في المستوى الإجتماعي من قدرة الفرد أو المجتمع على إمكانية التقبل أو التكيف أو الرفض لهذه المستحدثات وكيفية الموازنة من التباين بين من يتعرضون لوسائل الإتصال الجماهيري وبين من يتعرضون لها بدرجة أقل.

تشكيل الثقافة الإشباعية بالبحث عن الكثير من الحاجات التي تخصص بها رغباته المادية والمعنوية ونشر القيم والمعارف وإرساء قواعد السلوك، وكذلك المحافظة على التراث الثقافي في إنتاج البرامج إجتماعية وتنقيفية في القنوات الخاصة من أجل تطوير المجتمع في الجزائر.

ويتوقف على مدى رغبة الفرد أو المتلقي للتعرض للرسائل المعلومات التي تبثها وسائل الإعلام المختلفة فكما كان الفرد أو المتلقي لديه رغبات وإشباعات حول معلومات وقضايا معينة، بمعنى أن المتلقي أو المشاهد للقنوات الخاصة يبحث دائما عما يتفق مع أفكاره وإتجاهاته.<sup>(1)</sup>

التأثير في المشاهد من خلال غرس أفكار واتجاهات وصور ذهنية عن العالم المحيط به، وهيمنة الصور التلفزيونية على المشاهدين من خلال نقل الصورة للشخصيات والأحداث مما يجعل المشاهد كثيف المشاهدة .

1- المرجع نفسه، ص30 .

2- د. حيدر شلال: وسائل الإعلام وبناء المجتمع الديموقراطي، دراسة في دور التلفزيون، دار امجد للنشر والتوزيع، ط1، 2018، ص 67-80 .

خلاصة الفصل:

نستنتج في الأخير أن الصورة التلفزيونية إستخدمت جاذبية قوية و السيطرة على المشاهد لصور وبالغ الأثر عن تشكيل الثقافة الجماهيرية وتوجيهها لوجه القائمين على هذه الوسائط، خلال التأثير على الأذواق والمعايير والآراء والتوجيهات والأفكار وغيرها. وبما إنتقلت إلى الوظيفة الإجتماعية في التوجيه والتثقيف أي مجتمع من تشكيل البناء الإدراكي والمعرفي للفرد أو المجتمع نظرا لمكانة هذه الفئة إجتماعيا في عملية التغيير إلى أحسن في نقل الصورة شكلا ومضمونا.

## الفصل الثاني

القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة وتأثيرها على الجمهور

تمهيد

المبحث الأول: مدخل إلى التلفزيون

المبحث الثاني: القنوات الخاصة

المبحث الثالث: القنوات الخاصة وتأثيرها على الجمهور

خلاصة الفصل



## تمهيد:

يعتبر التلفزيون أفضل وسيلة لنقل الأخبار بما يتميز من مزايا عدة وهو من أقرب وسيلة للاتصال الجماهيري حيث يقدم لنا الوقائع والأحداث بصورة متكاملة وذلك باعتداده على الصورة والصوت وتكون الصورة التي يقدمها أقرب للواقع وبما انها أساس الإقناع، إذ هذا الأخير يعتبر أكثر الوسائل الإعلامية شعبية فجمهوره متنوع غير متجانس في أي شيء.

كما ينقل للجمهور المشاهد الأحداث أثناء حدوثها في أغلب الأحيان فإنه يربط بينهما وينقلها إليه بكل ما فيها من معاني وانفعالات كما ينقل للمشاهدين المعلومات الجديدة وبأسلوب سهل وبطريقة مشوقة بحيث يجذب الكثير من الأشخاص بمختلف المستويات والطبقات، وفي هذا السياق تظهر أهمية التي حظي بها التلفزيون على غرار الوسائل الأخرى فهو أصبح من الأساسيات التي لا يمكن الإستغناء عنها، وما يتميز من تأثيرات على الجماهير سمعيا وبصريا إذ يعمل على تفاعلية مباشرة بين المرسل والمستقبل ويوسع آفاق الخيال لدى المشاهدين ونقلهم إلى عالم آخر بالصوت والصورة.

المبحث الأول : مدخل إلى التلفزيون

1- تعريف التلفزيون الخاص:

ويعد التلفزيون من قنوات الإتصال السمعية والمرئية في الوقت نفسه، حيث أنه يجمع بين الصوت والصورة المتحركة وبالتالي فهو أكثر تأثيراً في النفس البشرية من قنوات أخرى كالصحف والمجالات وغيرها. وهذا الأخير من المصادر المهمة والموثوق بها للأخبار والإستماع بالبرامج الثقافية والإجتماعية والسياسية والرياضية.<sup>(1)</sup>

ويتميز التلفزيون بإمكانات مهمة تستطيع من خلالها التأثير على الجمهور المتلقي، فهي تستطيع تكوين قناعات من خلال الإقناع وحشد الطاقات بإتجاهه، كما أن هذه الوسائل تستطيع أن تخلق نوعاً معيناً من الجمهور يؤمن بما تطرحه حتى وإن كان يخالف قناعته حيث أن الإتساق بين ما يطرح وتكراره يرسخ الفكرة المطروحة ويجعلها مقبولة للتصديق من قبل الجمهور المستهدف. وكما أصبح هذا الأخير عاملاً مساعداً في صنع الأحداث، والجمهور المتلقي قد لا يصغي إلى أية وسيلة إعلامية أخرى إذا كان ما تقوله مخالفاً لما تقوله الصورة، وهو في كل ما يعرضه يوفر عنصر التشويق، إضافة إلى أن الإفراط في التغطية الإعلامية يجعل الحدث مهماً وحقيقة قائمة، وما دام ما يقدم ويعرض هو الحقيقة في نظر الجمهور المتلقي.<sup>(2)</sup> وفي هذا السياق تظهر أهمية الكبيرة التي حظي بها التلفزيون على غرار الوسائل الأخرى، واحداً من أساسيات التي لا يمكن الاستغناء عنها لإمكانية العرض المرئي فيها والتميز الجيد وتوفر عنصر الفورية في نقل الرسائل.<sup>(3)</sup>

2- أهمية التلفزيون الجزائري الخاص:

وله أهمية سيكولوجية، فهو يحمل في طياته أهمية نفسية كبيرة . فالقضايا التي يتبناها ترسخ في عقول المشاهدين لفترة طويلة وعلى المدى البعيد، وذلك من خلال التكرار وله أيضاً أهمية سياسية، حيث يعتبر أداة مهمة ووسيلة فعالة في توصيل السياسات الدول والحكومة والأفراد وفي عملية صنع القرار.<sup>(4)</sup>

<sup>1</sup> - د. محمد صاحب سلطان: العلاقات العامة ووسائل الإتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2011، ص219

<sup>2</sup> - صلاح عبد الحميد: الإعلام وثقافة الصورة، دار طيبة للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2013، ص 76-77.

<sup>3</sup> - المرجع سبق ذكره، محمد صاحب سلطان، ص221.

<sup>4</sup> - عبد الرزاق محمد الدليمي: عولمة التلفزيون، دار جريب للنشر، عمان، ط1، 2005، ص 18-19.

والتلفزيون أيضا أداة فعالة للإعلام والإخبار والتعليم والتبادل الثقافي لنقل الأحداث التي تقع في أي مكان في العالم.<sup>1</sup>

## 2- مكانته:

إن للتلفزيون مكانة خاصة في حياتنا المعاصرة، فقد دخل كل بيت وأصبحنا مدمنين على مشاهدة البرامج التي تعرضها القنوات الفضائية الخاصة والتلفزيون اليوم وسيلة إعلامية له مميزات وخصائص كثيرة منها إنتشاره الواسع إضافة لما يقوم به من تقديم برامج فيها نوع من الترفيه وإمكانياته على التأثير على الجميع كون من يشاهده كافة الفئات من فقير وغني، من متعلم وأمي وكبير وصغير، وتزداد مشاهدة التلفزيون في الدول النامية عنه وفي الدول المتقدمة وخاصة بين الشباب بسبب زيادة نسبة الأمية والظروف الإقتصادية الصعبة والبطالة والوقت الفراغ الكثير وعدم توفر وسائل اللهو الأخرى مما يدفع به إلى الجلوس طويلا أمامه، وهو قد أصبح وسيلة مهمة للتوجيه وتزويد المواطنين بالأخبار والمهارات والقيم الإنسانية والروحية ونقل الثقافة إلى المجتمع ككل، وهو وسيلة للإنتاج الثقافي وأن كل ما يبثه له تأثير ثقافي معين سواء كان هذا التأثير سلبي أو إيجابي.<sup>(2)</sup>

ويقدم التلفزيون في الجزائر بإستمرار مختلف المواد الإعلامية والإعلانية على مدار الليل والنهار، ويخاطب الجمهور المتلقين على اختلاف قنواتهم وتباين اتجاهاتهم وإشباعاتهم ويمارس حضرا كثيفا للتوجه من خلاله لشرائح المجتمع كافة والأفراد والمجتمعات عبر قوالب وأطر فنية ومنتجاته المتعددة وتقنيات محببة ومبهرة لدرجة جعلته يمارس مندوب الصورة التلفزيونية المشهد بطريقة فعالة والإثارة الحسية على جميع المتلقين بشكل مستمر وهذا الأخير قادر على إيصال المضمون الصحيح والسليم للمتلقين أو الجمهور ويقدر أنه يحرف المضمون ويشوّهه ويضعف عملية إيصال المعلومات للمتلقي إذن فهو يمارس عملية تأثير هائلة على المتلقين بشكل مباشر وغير مباشر بالسلب أو الإيجاب<sup>(3)</sup>

ومن خلال تطبيقات ناجحة تعكسها التجارب التي طبقت في العديد من الدول الأجنبية والوظائف الإعلامية والتنقيفية في توعية أكبر عدد ممكن من المشاهدين بحقائق وأبعاد كثيرة منمشكلات الموجودة في المجتمع وزيادة المعرفة الثقافية لرفع المستوى الفكري.

1- سعيد مبارك الزعي : التلفزيون و التغيير الإجتماعي في الدول النامية ، دار و مكتبة الهلال للطباعة والنشر ،جدة ،د ط ، 2008 ، ص 157 ، 159

<sup>2</sup> - مرجع سبق ذكره : عبد الرزاق محمد الدليمي ، ص 78.

<sup>3</sup> - د. محمد وديع العززي: التقنيات الحديثة للإنتاج التلفزيوني والعمل في القنوات الفضائية، دار النشر والتوزيع، البازوري، مكتبة نور، ط1، ص25.

### 3- نشأة التلفزيون في الجزائر:

لقد شهد التلفزيون تغييرات جديدة وجذرية في ظل تكنولوجيا الإتصال والإعلام ولقد إستفاد هذا الجهاز من هذه التكنولوجيا الحديثة من ناحية الشكل والمحتوى، حيث نجد هذا الأخير لم يشهد تغيرات منذ نشأته بإستثناء إستخدام الألوان في منتصف الستينات إلا أنه في العشرية الأخيرة أخذ يشهد تطورات كبيرة في ميدان الإعلام والإتصال، ما أدى إلى ظهور ما يعرف بالتلفزيون (H.D - tv). التلفزيون عالي الدقة وأيضا التلفزيون الكابلي والتفاعلي والرقمي وهي تغييرات تدفع تلفزيون نهاية القرن العشرين بالصوت والصورة الواضحة جدا وبمشاركة أكبر للجمهور في العديد من مراحل إعداد الرسائل الإعلامية.(1)

إن ما تحقق للتلفزيون ليس مجرد إستفادة معظم قنوات وشبكات الإرسال الأرضي محدودة السعة والإنتشار وفي التقاط البث المباشر من خلال الأقمار الصناعية، فلم يعد التلفزيون وسيلة إتصالية تلاحق الحدث بهدف تغطيته وإنما يساهم في تشكيل أبعاد هذا الحدث في مخيلة جمهور المشاهدين كما أن الكثير من الأحداث السياسية والإجتماعية التي تنقلها القنوات الخاصة (قناة النهار) من خلال البث المباشر الذي يعني بنقل الحدث على الهواء والمتلقي مباشرة ، وكما عرف تطورات متسارعة وتحولات جذرية وعميقة بفعل الثورة الرقمية والتي فتحت أفاق كبيرة أمام إمكانية انشاء قنوات تلفزيونية متعددة ومازالت تطورات الإتصال جارية لتسهيل عملية الوصول البث المباشر إلى المشاهد بوسائل سهلة ورخيصة.(2)

### 4- أنواع البرامج التلفزيونية.

إن التطور الهائل الذي تشهده التقنيات الحديثة و بروز التلفزيون كوسيلة إعلامية إتصالية مهمة وكظاهرة واسعة الإنتشار والمشاهدة في المجتمعات الحديثة، ولا سيما مع الإستخدام الكبير لمختلف التطبيقات التقنية الحديثة في الممارسة الإعلامية والتي أدت، إلى ظهور التغييرات في العمليات الإنتاجية للمضامين التلفزيونية وخاصة إنتاج الأخبار ما زاد الإهتمام بالدراسات الحديثة بالتطورات التقنية التي يستهدفها التلفزيون ضمن مختلف السياقات التي تتم فيها عملية الإنتاج والإبداع والإبهار لمحتوياته الإعلامية وعلاقتها بعملية صناعة وتطوير محتواه بأسلوب مشوق وجذاب وإبتكار أشكال وقوالب برامجية جديدة.(3) والتي تكون كالتالي:

<sup>1</sup>-د. فوضيل دليو ود. فضاة عباسي بصلي: تكنولوجيا الإتصال والإعلام الحديثة، الإستخدام والتأثير، ط1، 2011، ص26-27.

<sup>2</sup>- المرجع نفسه: ص27-28.

<sup>3</sup>- عبد القادر دليمي: البرامج التلفزيونية، دار رضوان للنشر والتوزيع، ط1، عمان 2014، ص162.

#### 4- البرامج التلفزيونية الإخبارية:

تتنوع البرامج التلفزيونية الإعلامية المختلفة، وعليه فإنه لا يوجد تقسيم معين متفق عليه حيث ترتبط البرامج التلفزيونية بما تهدف إليه من نشر الوعي حول قضية معينة أو من ناحية الموضوع ويشير عدد من الباحثين إلى عدد من القوالب الفرعية لبرامج التلفزيون حيث تم تصنيفها كالاتي:

❖ **البرامج الإخبارية:** ويقصد بها المعلومات أو الآراء حول حدث محلي أو عالمي والذي يرتبط مع مختلف المجالات الإجتماعية منها والسياسية والثقافية والفنية والعلمية والرياضية والتي تهدف إلى إخبار المشاهدين حول هذا الحدث، ولا بد أن تصنف الأخبار في محتواها بمعلومات تتضمن الدقة والتوازن والموضوعية وبصيغة واضحة وبسيطة.<sup>(1)</sup>

وتتضمن البرامج الإخبارية أشكال عدة منها:

2- **النشرات الإخبارية:** وهي مجموعة من الأخبار المتنوعة التي تهتم المشاهد وتقدم بفترة زمنية تتراوح بين 10-15 دقيقة أو أكثر، وفي أوقات محددة في اليوم الواحد. وتعتبر النشرات الإخبارية إحدى صور الإعلام والإتصال بالمشاهدين، وتعتمد على الصورة الثابتة والمتحركة والأصوات، وذلك بهدف إعطاء مصداقية أكثر في نقل الخبر.<sup>(2)</sup>

3- **المقابلات الإخبارية:** تتم من خلال مندوب صحفي يهدف البحث عن إجابات مختصرة حول حدث معين، وتنقسم المقابلة إلى مقابلة إخبارية (الحوار السياسي) ومقابلة شخصية، وتعتمد على عدد من الأساليب المحددة في الجذب والتشويق والإبهار وبالصورة التلفزيونية.

4- **موجز الأنباء:** وهو مختصر للنشرات الإخبارية ويتم من خلالها تقديم بعض الأخبار الموجزة والمختصرة، ويأتي موجز الأخبار بالتباعد بين الفترات الزمنية والنشرات الإخبارية ولا يتجاوز مدتها ثلاثة دقائق.<sup>(3)</sup>

5- **التحليل الإخباري:** وهي عبارة عن مجموعة من التحليلات المنتظمة لبعض الأخبار المحلية والدولية وتهدف إلى تقديم أخبار عميقة وموسعة للأخبار المعروضة.<sup>(4)</sup>

1- عيسى محمود الحسن: البرامج الإخبارية في الإذاعة والتلفزيون، دار زهران للنشر والتوزيع، ط1، 2010، ص 65-66.

2- د. محمد شطاح: الإعلام التلفزيوني، نشرات الأخبار، المحتوى والجمهور، جامعة باجي المختار، عنابة، الجزائر، دار الكتاب الحديث ط1، 2007، ص 64-65.

3- المرجع نفسه، ص 68.

4- المرجع السابق: عيسى محمود الحسن، ص 65-120.

- 6- **التقرير الإخباري:** هو كم كبير من المعلومات التي تحتاج إلى التحليل والمعالجة وغالبا لا يتم في موقع الحدث ويقوم به المراسلون في بث ونقل صور وأصوات تلفزيونية في حال حدوثها، كما يمكن أن يكون هذا التقرير في ميدان الخارجي أو داخل الاستوديو (تغطية الأخبار الرياضية).
- 7- **التحليل الإخباري:** وهو عبارة عن مجموعة من التحليلات المنتظمة لبعض الأخبار المحلية والدولية، وتهدف إلى تقديم أخبار عميقة وموسعة للأخبار المعروضة.
- 8- **روبورتاج الإخباري:** ويطلق عليه التحقق الإخباري، ويتناول خبرا بشكل سريع قد تم ذكره في إحدى النشرات، ويهدف إلى تقديم معلومات أكثر مدعمة بآراء.
- 9- **البرنامج الإخباري الخاص:** وهو برنامج يتم إعداده بشكل تسجيلي بمناسبة وطنية أو حدث سياسي مهم أو حدث معين، مدته تتراوح بين نصف ساعة وساعة أو أكثر.
- 10- **الجريدة أو المجلة الإخبارية:** وهي عبارة عن عرض خبري يومي يتم إجرائه من قبل فريق الأخبار في التلفزيون والإشتراك مع المتخصصين لتناول الأخبار على مدى أسبوع.<sup>(1)</sup>
- ❖ **البرامج الثقافية:** وهي برامج تهدف إلى تثقيف المشاهدين من خلال إكسابهم معلومات معينة وغرس تصورات لديهم، والتوجيه والتأثير على الجماهير وذلك نظرا لجودة المضمون أو أسلوب تقديمه.<sup>(2)</sup>
- ❖ **البرامج الترفيهية والمنوعة:** وهي البرامج التي يحرس التلفزيون الإعلامي والقنوات الفضائية على بثها للمشاهدين والتي تهدف إلى ترفيههم، وقد تشمل الدراما الأخبار الفنية والثقافية الأخبار إضافة إلى الأغاني.
- ❖ **البرامج الجماهيرية:** وهي برامج تهدف إلى خلق نوع من التلفزيون والمشاهدين من خلال تناول آرائهم وإشراكهم بالقضايا.<sup>(3)</sup>
- البرامج التلفزيونية الإجتماعية:** يتم تصنيف البرامج التلفزيونية إلى عدة أنواع من بينها التصنيف الأول الذي يعتمد على المعايير الأيتية:
- 11- **حسب الوظيفة أو الهدف:** وتتكون هذه الوظيفة من عدة أنواع وهي الوظيفة الإخبارية الترفيهية الثقافية الرياضية العلمية.

<sup>1</sup> - كامل خورشيد مراد: الإتصال الجماهيري والإعلام، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط2، 2011-2014 ص 281-282.

3- د. حسين الأنصاري: الدور الثقافي للقنوات الفضائية العربية، مركز الكتاب الأكاديمي، ط2015، ص 98

<sup>3</sup> - عبد الحميد يونس: مجلة عالم الفكر اللغة الفنية، الكويت، 1971، ص51-53.

12- حسب الجمهور: ويتكون هذا المعيار من الفئة التي يوجه إليها البرنامج ومنها كافة شرائح المجتمع إلى فئة الشباب، النخبة، الأطفال

13- حسب دورية البث: وهي الفترة التي يتم عرض فيها البرامج وهي: برامج الصباح، برامج الظهر، برامج السهرة... (1).

14- حسب اللغة المستعملة: وتكون اللغة المستعملة حسب المجتمع منها اللغة العربية الفصحى، اللهجة العامية، اللغة الأجنبية والأجنبية المترجمة حسب الشكل أو القالب الفني ويكون هذا التصنيف من أهم الأنواع لأنه يمثل المدخل الذي يسهل دراسة البنية الأساسية للبرامج التلفزيونية كقناة النهار بما تكونه من: شكل الحديث أو الحوار، تحقيق وغيرها من الأنواع. (2) وهناك تصنيف آخر للبرامج تلفزيونية في الجزائر وتكون أنواعها كالتالي:

1- البرامج السياسية: إن البرامج السياسية في العالم الفئات والإعلام التلفزيوني شغلت شريحة كبيرة من المشاهدين من خلال الحدث المباشر، وهذه البرامج تشبع حاجات الجمهور للفضول المعرفي السياسي، وتكون فيه المواقف محددة يقتنع بها ثم يقوم بالدفاع عنها، وإن ما يميز البرامج من هذا النوع هي تدافع عن القضايا الوطنية وتحاول تسليط الضوء عما يدور من أحداث سياسية للبلاد، وعلى هذا الأساس تبدوا مسؤولية القائمين على إنتاج البرامج السياسية والحوارية وغير الحوارية أكبر بكثير رغم تضافر جهود البرامج لإيصال حالة المشهد السياسي. (3)

2- البرامج التثقيفية: وهذه البرامج تقوم على أسس فنية من نشرات إخبارية ولقاءات ومقابلات، والأخبار والمستجدات الفنية مثل برامج الأطفال التي تختص بفئة الأطفال ويتعين أن يتم إخضاع كافة البرامج الموجة لهم للبحث والدراسة قبل بثها. (4)

<sup>1</sup> - د. محمد شطاح: الإعلام التلفزيوني نشرات الأخبار، المحتوى، الجمهور، دار الكتاب العربي الحديث، ط2007، ص65-66.

<sup>2</sup> - أسامة ضافر كبارى: برامج التلفزيون والتنشأة الاجتماعية والتربية للأطفال، دار النهضة العربية، ط1، بيروت، لبنان، 2003، ص235.

<sup>3</sup> - عيسى محمود الحسن: البرامج الإخبارية في الإذاعة والتلفزيون، دار زهران للنشر والتوزيع، ط1، 2010، ص 166-

<sup>4</sup> - سعيد مشطر عبد الصاحب: المضامين والأشكال الفنية لبرامج التلفزيون، العراق، جامعة بغداد، ط، 2005، ص37.

3- البرامج الحوارية :

- ❖ حوار المعلومات: تهدف الحصول على المعلومات وتحرص على تحقيق أهدافها.
- ❖ حوار الرأي: إستطلاع رأي الشخصية معينة في موضوع ما.<sup>(1)</sup>

فالبرامج التلفزيونية تعمل على إشباع حاجات الجمهور وكثيرا من الدراسات تؤكد أن هناك فرق بين حاجات الجمهور ورغباتهم فقد تفضل رغبات الجمهور وحاجتهم بتأثر بألوان البرامج التي تقدم في القناة تجعل خرق خوف الجمهور وتفضيله بصنع على المدى الطويل، وإن ما يميز البرامج التلفزيونية درجة رضا المشاهدين والتي تتناسب مع ثقافتهم وكلما إرتفع الوعي والمستوى الثقافي والعلمي لدى الجمهور. تقل تقبل للمستويات الرديئة من البرامج ما زادا النقد والتقويم مثلا: إعداد برامج غير أخلاقية في قناة النهار والجمهور المتابع لبرامج التلفزيون يجد أن المشاهد ليست في وضعية التلقي فقط، كما وصفته الأبحاث بل هو الفاعل يستخدم المضامين المطروحة بشكل نشيط كي يقوم بعملية إشباع الحاجات النفسية والإجتماعية.<sup>(2)</sup>

1- عبد المجيد شكري: تكنولوجيا الإتصال ، دار الفكر العربي ،دط، القاهرة ص،130

2- عبد القادر دليمي: البرامج التلفزيونية، دار رضوان للنشر والتوزيع، ط1، عمان 2014، ص 163.



المبحث الثاني : القنوات الخاصة

تعد القنوات الخاصة من أهم وسائل الإعلام التقليدية التي لفتت إنتشار واسعاً واستفادت من التطور التكنولوجي، وتعد الجزائر من أهم الدول العربية التي عرفت فتح قطاع السمعى البصرى خلال بروز القنوات الخاصة التي تسعى إلى تعزيز التواصل بين الدولة وتقوية المنظومة الإعلامية في الجزائر في ظل المتغيرات الخارجية.

1- لمحة تاريخية عن قطاع السمعى البصرى في الجزائر:

لا يمكن الحديث عن نشأة القنوات الخاصة في ظل التعددية الإعلامية دون الإشارة إلى تاريخ القطاع السمعى البصرى في الجزائر.

تعتبر الجزائر من بين دول المغرب العربى التي ورثت الإذاعة والتلفزيون غدى الإستقلال من الإذاعة والتلفزيون LARTF عام 1944 تأسست خدمات البث الإذاعى بفرنسا وبعد مرور سنة صدر مرسوم يمنع الدولة حق الإحتكار الخدمات الإذاعية المتمثلة في الإذاعة والتلفزيون الفرنسى . LARTF وفي عام 1959 أصبحت هذه الأخيرة مؤسسة عمومية ذات طابع صناعى وتجارى.

ولكن إتفاقية إيفيان جاءت بتكريس تبعية الإذاعة والتلفزيون الجزائرى للسلطات الفرنسية ونصت على تأجيل موضوع هذه المؤسسة إلى مرحلة لاحقة إستكملت الجزائر مظاهر الإستقلال في شقه الثقافى والإعلامى وإسترجاع محطتى الإذاعة والتلفزيون، فمن غير المعقول حسبها الإبقاء على العمل ببنود إتفاقية إيفيان في ظل التمتع بالسيادة الوطنية الإستقلال من المستعمر الفرنسى حيث حددت السلطات الجزائرية دوافعها لهذا الإسترجاع مؤكدة أنه إجراء طالما ترقب الشعب وقوعه بفارغ الصبر، مبررة أن العملية تدرج ضمن الإرادة الساعية إلى تصفية كل ما من شأنه أن يذكر من قريب أو من بعيد بالوجود الإستعمارى في البلد مضيضة أنه ليس من قبل المنطق وقد إسترجعت البلاد سيادتها والوطنية وأن تسمح بوجود أجهزة إعلامية تعرف المواقف التي بنتها إبان الإحتلال<sup>(1)</sup>

1- القنوات التلفزيونية الخاصة:

التلفزيون الجزائرى يعتبر أول محطة عربية، وكانت أول بدايات للتلفزيون الجزائرى في نهاية ديسمبر عام 1956 إبان الثورة الإستعمارية حيث أقيمت مصلحة بث محدود الإرسال وكانت تعمل ضمن المقاييس الفرنسية وبعد إستحداثها إهتماما بالجالية الفرنسية المتواجدة بالجزائر، كما إقتصر بثها على المدن الكبرى

<sup>1</sup> - ليندة يوسف: رهانات قطاع السمعى البصرى في ظل التعددية الإعلامية، دراسة في التشريع الإعلامى الجزائرى، ص105.

للجزائر، حيث أنشأت محطات إرسال صحيفة تقدر ب 119 خط على المدن القصيرة موزعة على 03 مراكز قسنطينة الجزائر وهران.

لم تثبت الدولة الجزائرية غدا الإستقلال وإن اتخذت التدابير اللازمة من أجل إسترجاع مبنى الإذاعة والتلفزيون، بما يمتلكه هذا القطاع بنقل السيادة الجديدة للدولة الجزائرية وكذا في ترسيخ القيم الثقافية الخاصة بالشعب الجزائري بعيدا عن المسخ الذي إستعملها المستعمر طويلا وعرفت المؤسسة الوطنية للتلفزيون الجزائري أو تحولاته منذ 1886 سنة وكما واكبت التحولات السياسية التي عرفت البلاد لكن أهم التحول كان في 1991.<sup>(1)</sup>

تمثل المؤسسة الإعلامية للتلفزيون أهم جهاز إعلامي في الجزائر وهي مؤسسة عمومية للإعلام والاتصال تطلع بمهام رئيسية يحدده دفتر شروط بموجبه تتابع في وسائطها الاتصالية لنشاطات الرسمية لمؤسسة الدول بالتبليغ والبت وفق ما يقتضيه الصالح العام للبلاد كما تطلع بمهمة التوجيه والإعلام بالإضافة إلى الترقية والتثقيف، كان إسترجاع المؤسسة الوطنية المرناة من الإستعمار الفرنسي في 1962/10/28 كما كانت بنود إتفاقية إيفيان تقضي ببقاء مؤسسة التلفزيون تحت السيطرة الإستعمارية بعد الإستقلال لكنها ظلت تحمل إسم مؤسسة إذاعة والتلفزيون الفرنسية، إلا أنه صدر مرسوم البث الإذاعي والتلفزيون وبموجب مرسوم رقم 86.147 المؤرخ في 1986.<sup>(2)</sup>

❖ **المرحلة الأولى:** 1962-1965 تعتبر هذه المرحلة بمثابة رهانات الأولى رغم قصر هذه الفترة وذلك من خلال إنشاء إعلام وطني يستجيب لحاجيات المواطن ويساهم غيره من القطاعات الأخرى في مسيرة التنمية، أهم ما يميز هذه المرحلة هو العمل على تحرير الإعلام من السيطرة الفرنسية من حيث الملكية والإرادة والإشراف.<sup>(3)</sup>

❖ **المرحلة الثانية:** 1965-1976 في هذه المرحلة تم إصدار مراسم جديدة في مجال الإعلام إذ هنا الغيث للقوانين الفرنسية التي كانت تنظم النشاط الإعلامي المعمول به بعد الإستقلال لأسباب ظرفية وتتميز هذه المرحلة بالكثير من الغموض سواء على الصعيد القانوني أو الميداني إذ أنه إلى غاية 1976 لم يكن هناك قانون للإعلام ينظم ممارسة الأنشطة الإعلامية بما في ذلك القطاع السمعي البصري، وهذا الفراغ القانوني كانت له إنعكاسات سلبية.

<sup>1</sup> - هنا السيد: **الفضائيات وقادة الرأي**، دراسات في الإعلام، العربي للنشر والتوزيع، ط1، 2005، ص 10-11-12.

<sup>2</sup> - محمد صاحب سلطان: **وسائل الإعلام والاتصال**، دراسة في النشأة والتطور، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2012، ص517.

<sup>3</sup> - محمد شطاح: **الإعلام التلفزيوني نشرات الأخبار، المحتوى، الجمهور**، دار العربي الحديث، ط1، 2007، ص84-85.

❖ **المرحلة الثالثة: 1976-1990** تميزت هذه المرحلة بداية بالإهتمام الفعلي بقضايا الإعلام ووسائله ومنها وسائل الإعلام السمعية البصرية، خصوصا في ظل إستكمال بناء مختلف المؤسسات والهيكل السياسية والإقتصادية وبدأت معالم السياسة والإعلامية في القطاع يتفتح مع صدور الميثاق الوطني عام 1976، حيث أشار إلى الدور الإستراتيجي لوسائل الإعلام في خدمة أهداف التنمية كما دعى إلى ضرورة إصدار قوانين وتشريعات تحديدا سليما دور الصحافة والإذاعة والتلفزيون والسينما في مختلف المشاريع الوطنية، والإهتمام بتكوين في مجال الإعلام وتوفير كوادر الإعلامية اللازمة لمواكبة خطط التنمية وتم تحديد وظائف الإعلام في المجتمع الجزائري على النحو الآتي:

التوعية والتجنيد.

الرقابة الشعبية.

التربية والتكوين والتوجيه.<sup>(1)</sup>

وفي هذه المرحلة تم صدور القانون الجديد للإعلام في الجزائر في ظل الحزب الواحد.

❖ **المرحلة الرابعة: 1990-2012** تعتبر هذه المرحلة مرحلة انتقالية في ظل الحزب الواحد إلا التعددية السياسية والإعلامية والتي أقرها الدستور عام 1989 حيث أحاز حرية إنشاء الجمعيات ذات الطابع السياسي وذلك بعد الأحداث التي عاشها البلد سنة 1988، وهذا ما دفع بالسلطة إلى مراجعة قانون الإعلام سنة 1982 وكان قانون 1990 مكسب كبير للإعلام الجزائري بشكل عام وتعد فترة التسعينات من بين المراحل الأكثر حرجا التي عصفت بالبلاد والعباد.<sup>(2)</sup>

**المرحلة الخامسة: 2012-2015** شهدت هذه الفترة قفزة نوعية في الساحة الإعلامية في الجزائر بشكل عام وفي القطاع السمعي البصري بشكل خاص، ونظرا للظروف التي عرفتها البلاد الداخلية والخارجية خاصة بعد أحداث الربيع العربي التي شهدتها البلدان العربية سارعت السلطات إلى إحتواء الوضع وإنشاء قانون عضوي للإعلام سنة 2012، كما تحدث عن فتح قطاع السمعي البصري بصورة ضعيفة في الملكية الخاصة ويعتبر أيضا الخطوة الفاصلة بين المكتوب والبصري ومن هنا نستنتج أن في سنة 2014 التي كانت مرحلة جديدة جاءت بقانون خاص بالقطاع السمعي البصري حيث إفتتح هذا القانون بالقطاع الخاص

<sup>1</sup> - نور الدين التواتي : الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر ، ديوان المطبوعات الجامعية، 2009، ص103

<sup>2</sup> - ليندة يوسف: رهانات قطاع السمعي البصري في ظل التعددية الإعلامية، دراسة في التشريع الإعلامي الجزائري، د ط،

وإحتتم بفترة الإحتكار والتي دامت أكثر من نصف من الزمن ورغم التأخر الذي عرفه قطاع السمعي البصري في الجزائر إلا أنه يبقى مكسبا لا يستهان به.<sup>(1)</sup>

## (2) نشأة وتطور القنوات الجزائرية الخاصة:

دخلت الجزائر عام 2011 بحزمة من الإصلاحات السياسية المعلنة لمرحلة جديدة في إرساء مسارها الديمقراطي فسخرت للقطاع الإعلام والإتصال الإمكانيات الأزمة لتمكينه من إستيعاب وتوظيف الإنفجار المعلوماتي والتكنولوجي الناجم عن ثورة تقنية وذلك من أجل تأطير الممارسة الإعلامية والمهنية ولهذا عرف المشهد السمعي البصري في الجزائر ثورة في القنوات الفضائية من خلال ظهور عدد من القنوات التلفزيونية تنوعت بين عامة ومتخصصة (إخبارية، فنية إجتماعية سياسية...).

ولقد جاءت هذه القنوات إستجابة لرؤية الجزائريين للقنوات الجزائرية الخاصة، بمضمون جزائري يعكس ثقافتهم وينقل إنشغالاتهم ويعبر عن واقعهم المعيشي ويمكن تصنيف القنوات الخاصة إلى المتخصصة فتكون مخصصة في مجال محدد كالمشروق نيروز، دزاير تي في، فهي مخصصة للأخبار وأخرى في الرياضة كالههداف:

ويمكن تقديم نماذج وتفصيل فيها بشكل أدق:

أ- قناة النهار tv: قناة إخبارية جزائرية تابعة لجريدة النهار، إنطلق البث التجريبي لها يوم 1012/3/6 فتهتم هذه القناة بالشأن الإخباري والسياسي في الجزائر، وتبث مضامين تختلف بين نشرات إخبارية ورياضية وإقتصادية وقراءة الصحف اليومية وبرامج أخرى.

ب- قناة البلاد: هي قناة جزائرية عامة تابعة للقطاع الخاص، شرعت في البث رسميا في 2014/3/19 إشتهرت بالبرامج الحوارية والتحقيقات الحصرية والبرامج الرياضية الثقافية والإجتماعية والترفيهية كما أنها تقدم نشرات إخبارية.

ج- قناة الجزائرية: قناة جزائرية خاصة تبث على القمر الصناعي الأطلنتي بير7، إنطلق بثها التجريبي شهر فيفري 1012. بالإضافة إلى العديد من القنوات الأخرى (شروق نيوز، بنة تيفي تابعة لمجمع الشروق، الهدهد، الأجواء) وغيرها من القنوات الخاصة التي تنشط في الساحة الإعلامية.<sup>(2)</sup>

<sup>1</sup> -المرجع سبق ذكره: ليندة يوسف، ص108.

<sup>2</sup> - عاطف عدلي العبد: القنوات المتخصصة، أنواعها، جمهورها، بحوثها، أخلاقيتها، دار الطباعة للنشر و التوزيع، دط، 2006، ص82.

### (3) أسباب ودوافع ظهور القنوات الجزائرية الخاصة:

إن المتتبع لواقع الإعلام في الجزائر يلاحظ مدى هيمنة القطاع العمومي وعلى المشهد الإعلامي بصفة عام والسمعي البصري بصفة خاصة ومن أهم الأسباب المتداخلة في إنشاء القنوات الجزائرية الخاصة - حماية القطاع الإعلامي من الغزو الإعلامي الأجنبي آلي لا يخدم الجمهور ولا الدولة.

- إظهار الكفاءات والقدرات الإعلامية للصحفيين المتمكنين في المجال الإعلامي بالإضافة إلى فتح مناصب شغل تهم المواطن أو جمهور المشاهد.

- نشأت إهتمامات خاصة ومحددة لدى جمهور المشاهدين وأصبح مطلوبا من القائمين على المنتج الإعلامي الفضائي، ومحاولة التعبير عن هذه الإهتمامات وتلبية الإشباع المترتبة عن ذلك والإستجابة لمتطلبات هذه الجماهير. (1)

### (4) واقع وتحديات القنوات الجزائرية الخاصة:

#### 4-1 واقع القنوات الخاصة:

لقد جاء من حديث الإعلامية نايلة من الإذاعة الوطنية الناطقة بالفرنسية، والعربي الجديد من واقع الفضائيات الجزائرية الخاصة حيث قالت أنه بعد مرور بضع سنوات من إنطلاق هذه القنوات الجزائرية الخاصة ظهرت اختلاف لنقل الخبر وكيفية عرضه للمشاهد من خلال نوعية الصورة المقدمة ومن الناحية الجمالية وتختلف هذه القنوات من حيث المضمون والهدف الذي تسعى إليه، ومواضيع مبسطة وأخرى على العكس تبحث عن النخبة وتتميز بتنوع القضايا واللغة والسلطة والحرفية والقنوات التي مدارها من الإعلام يظهر في محتواها العمل الإعلامي الجيد، أما القنوات التي يمتلكها أصحاب المال فتبدوا تجارية أكثر. (2)

وإستخدمت هذه القنوات أجهزة بسيطة في بثها للمضامين وإعتمادها على ميزانية محدودة في شراء الأجهزة وإنتاج البرامج من الشكل والمضمون وعلى هذه القنوات الخاصة أن تعمل بالحد الأدنى من المطلوب وبث التوازن مع ما تتفقه في الصرف على البرامج الترفيه والأغاني وما تتفقه على برامج الفكر والثقافة والإبداع ما جعل هذه القنوات تتميز بالرداءة تعكس الإعداد الضعيف لهذه البرامج.

ومنه يمكن القول أن القنوات التلفزيونية الخاصة واجهت عدة تحديات متمثلة في تدني مستوى المهني كما واجهت مختلف الضغوطات التي جعلتها تفقد مصداقية وذلك من خلال عدم مواكبتها لمعطيات العصر ما أدى إلى طرح العديد من التحديات التكنولوجية والمهنية والثقافية هذه للقنوات الخاصة من أهمها: تكريس

<sup>1</sup> - هنا السيد: الفضائيات وقادة الرأي، العربي للنشر والتوزيع، ط 1، 2006، ص 15-16.

<sup>2</sup> - سعيد مراح: محمد قارش: الفضائيات الجزائرية بين الواقع والتحديات، مجلة الحقيقة، العدد 39، ص 358.

الخلل الإعلامي المعلوماتي بين من يملكون هذه التكنولوجيا والمحرومين بها، وكذا نقص الإمكانيات المادية فضلا عن الخلل التقني المتكرر سواء انقطاع الصوت أو الصور وغيرها من المشاكل التقنية، إضافة إلى مشاكل البث.

ومن التحديات المهنية والتي تتمثل في أزمة المصادقية بسبب سيطرة الحكومة على الإعلام وسيطرة قيم الإعلامية لا تواكب معطيات العصر ولا تلبي الإحتياجات الإعلامية للجماهير سيطرة النظرة الرسمية على الإعلام مما أفقده الكثير من حيويته.

## 5) - إيجابيات وسلبيات القنوات الجزائرية الخاصة

### 1- إيجابيات القنوات الخاصة:

إن مكانة القنوات التلفزيونية الخاصة مرتبطة بطبيعة الإستخدام وهذا كله يتعلق بإيجابية هذه القنوات من ناحية الإمكانيات الواسعة في الإنتشار وال جذب باعتبار أنها اليوم أداة للاتصال التي مضى أكثر من ثلاث قرن من إنطلاقه، وبذلك تكون القنوات الفضائية بما حازته من إهتمام على مستوى العالم أكثر جذبا لجمعها بين الصوت والصورة واللون والحركة، كما أشاد بالتنوع الحاصل والمنافسة بين هذه القنوات من حيث النوع والمادة الإعلامية وإعتبرها متنافسا للمشاهد الجزائري والتي عملت على رفع رهيب عن التلفزيون الجزائري بإعتباره المؤسسة الوحيدة، لذلك من الضروري من وجود مثل هذه القنوات التي ساهمت كثيرا في رفع إنشغالات المواطنين والتغيير من سلوكياتهم وثقافتهم أما فيما يخص الكفاءات الموجودة في هذه القنوات تعتمد على الكفاءات والطاقات الموجودة والمتخرجة حديثا.<sup>(1)</sup>

ومنافسة القنوات الأجنبية، ومن خلال تزايد عدد هذه القنوات الجزائرية الخاصة ما وجد المشاهد الجزائري نفسه ملتفا حولها نظرا لإهتمام هذه القنوات بالمعلومة التي تمس بشكل مباشر المواطن.

### 2- سلبيات القنوات الخاصة:

أما من الناحية السلبية فإن معظم البرامج التي تبثها القنوات الخاصة هابطة من ناحية نسبية المعرفة والفهم لصورة المشاهد والتي ترتبط معظمها بمواقف إجتماعية الفاشلة ولم توصل إلى تحقيق ما يرغب به الجمهور أي بمشاهدة مرفوضة لوجه الصورة ولكن تبقى القنوات الخاصة هي أقوى الوسائل تأثيرا في إتجاهات الجماهير وتكوين ثقافتهم وتوجيه سلوكهم، ولا تكمن هذه الخطورة في البرامج التي تستخدم في

<sup>1</sup> - حمود بدر: إيجابيات وسلبيات القنوات الفضائية على مشاهديها، ندوة الإعلام والمعلومات وتحديات القرن 20، ص

إعداد وإخراج طرق فنية وتعبيرية متباينة التي تخاطب المشاعر والوجدان تستطيع من خلالها الوصول إلى المشاهد.<sup>(1)</sup>

(6)-تأثيرات القنوات الجزائرية الخاصة على جمهورها:

(1-6) تأثيرات القنوات الخاصة من ناحية الإيجابية

✓ التأثير المعرفي:

من خلال إزالة الغموض وتغيير أنماط السلوك بالإيجاب وكذا الاقناع من خلال رسالة إعلامية مشبعة لرغباتهم من ناحية الإبداع أو المبتكر للشكل أو إنتشار الصورة ومن ناحية إنتقائية الأخبار.

✓ التأثير المعتدل والقوي لجمهور وسائل الإعلام التلفزيوني في القنوات الخاصة:

من خلال نموذج الإستعمال والإشباع الذي جاء كرد فعل وهذا بصفة إيجابية على جمهور وسائل الإعلام من ناحية نوع المضمون الذي يلبي حاجاتهم النفسية والاجتماعية، وتأثير القنوات الخاصة على الجمهور هو الذي يختار الرسائل والمضمون الذي يشبع حاجاتهم.

✓ ترتيب الأولويات:

من خلال ما تحدده هذه القنوات للجماهير عما يفكرون به وتوحي لهم أن ما يشاهدونه يكون أكثر أهمية من غيرهم، وأن الأفكار التي تقدمها هذه القنوات الخاصة تجعل الجمهور يتجاهل المعلومات التي لا تتفق مع ما تنتشره هذه الوسائل ويختار المعلومات التي تعزز وجهات النظر التي تتبناها.<sup>(2)</sup> وأن هذه الوسيلة تساعد على تحديد أولويات الجمهور من خلال تحديد القضايا التي تختلف بشأنها وجهات النظر وتصلح للنقاش الجماهيري.<sup>(3)</sup>

✓ صنع الثقافة الجماهيرية:

وذلك من خلال تحقيق بعض المصالح والإهتمامات عن الجمهور.<sup>(4)</sup> بالإعتماد على وسائل الإتصال كنموذج للتحقيق للأفراد والجماعات أهدافهم الشخصية والاجتماعية من خلال ما تقدمه القنوات الخاصة من معلومات وتوزيعها إلى جمهورها الذي يقوم على إنتاج وتوزيع كل أنواع الرسائل مهما كان مضمونها سواء كانت مواد جادة أم ترفيهية، وهي ذات تأثير كبير من ناحية درجة تفكيرهم وأحاسيسهم وتصرفاتهم. تنوع

<sup>1</sup> - نهان مثير حارث: القنوات الفضائية وتأثيرها على المجتمع، قسم علم الكتاب والمعلومات، دط، 2009، ص10-11.

<sup>2</sup> - بورهان الشاوي: مدخل في الاتصال الجماهيري ونظرياته، دار ومكتبة الكندي للنشر والتوزيع، ط1، 2014، ص171.

<sup>3</sup> - المرجع نفسه: ص175.

<sup>4</sup> - المرجع نفسه: ص176.

درجات الإعتماد على وسائل الإعلام في الحصول على المعلومات مما ينتج آثار معرفية وجدانية سلوكية.<sup>(1)</sup> فالقنوات الخاصة عملت على كسر الحواجز المانعة وأتاحت الإفتاح على الآخرين ومكنت من توسيع القدرات الإتصالية وتطويرها من خلال مشاهدة البرامج التلفزيونية.<sup>(2)</sup>

✓ **التأثيرات السلوكية:** تجعل القنوات الخاصة المشاهد الصورة كثيف المشاهدة يميل إلى الرغبة في شتى هذه الأفكار وتحويلها إلى مواقف سلوكية في حياته الإجتماعية.

✓ **تكرار الرسائل الإعلامية:** وينتج عن هذا تكرار تعزيز على إمتداد الزمن توجه الجمهور نحو تعزيز تأثيرها.

## 6-2) - التأثير السلبي للقنوات الجزائرية على جمهورها:

1- **الانحراف السلوكي:** حيث تسعى القنوات الخاصة إلى تغيير كثير من القيم الثقافية التي يتبناها المجتمع بقيم أخرى تعد في نظر المجتمع خروجاً على ثقافته، الأصلية مما يؤدي على تشكيل قيم جديدة تصبح سلوكيات يمارسها المشاهد.

2- **نقص التواصل:** حيث اختفى الاتصال المباشر الشخصي، مما أدى ذلك ظهور زمن المشاهدة مع وجود التلفزيون بإعتبار أن الزمن الذي يقضيه الفرد مع هذه الوسائل يكون بالنتيجة على حساب التفاعل الإجتماعي المباشر مما أدى ذلك على ظهور مجموعة من السلبيات على حياة الفرد حيث أصبح إنعزالياً في سلوكه ومواقفه.

3- **التميط في قوالب موجهة:** عملت القنوات الفضائية من خلال ثقافة الصورة في التمييط في قالب جاهزة لا تقبل التجزئة ولا التفكيك تعمل على جعل الجمهور لا يرى ما تراه دوائر الإنتاج الثقافي من خلال التمييط لصورة النمطية ووضعها في قوالب جاهزة للاستهلاك المباشر.

## ❖ موقف الجمهور الجزائري من القنوات الخاصة:

من ناحية السلب التحييد وتحريف الثقافة، وكما عملت ثقافة الصورة في القنوات الخاصة على تحريف الثقافة الأصلية وتعويضها بالثقافة السطحية وتحييد الجمهور وجعله يبحث عن ثقافة إشباع الحاجة ولو على حساب القمة وأن القنوات الخاصة تقوم على التركيز في بعض الأحيان على الجانب الغير

<sup>1</sup> - بورهان الشاوي: **مدخل في الاتصال الجماهيري ونظرياته**، المرجع السابق: ص 179-181.

<sup>2</sup> - المرجع نفسه: ص 182.



الأساسي وعلى الترفيه المبثقل وتحبيد الجمهور عن كل ما هو أساسي وجوهري ومهم والتأثير عليه بالسلب وكذا تحريف المضمون الثقافي و الابتعاد عن القيم.(1)

✓ تقديم الأفكار والقيم والمواقف وأساليب المعالجة بشكل نمطي موحد وجاهز الأمر الذي يجعل المادة الثقافية مهمة مهما كان موضوعها ومصدرها عن واقعها وخصوصيتها، ويحولها إلى قالب جاهز خال من الإبداع.(2)

✓ فالمشاهد من خلال مشاهدته لبرامج التلفزيونية يقوم بالتقليد والتعرض لمضامين عنيفة خصوصا عند تعلقه بشخصية معينة.

✓ نظرية التحفيز بإدعاء لمضامين الصورة التلفزيونية عنيفة التي تقوده إلى استخدام العنف، ويزيد ذلك على ضغوطات النفسية.

✓ ولابد من وجود التأثير لهذه القنوات استجابة لتعطيش الذي كان من الجزائريين لرؤية القنوات جزائرية خاصة بمضمون جزائري، يعكس ثقافتهم ويعبر عن واقعهم المعيشي، وإدراك برامج التلفزيونية وأسلوب الاستجابة من خلال المشاهدة.

✓ ولابد من تنويع في برامجها والاستثمار واستقطاب الإشهار بالدرجة الأولى حلولا لمشاكلها.

<sup>1</sup>-د. عبد الرحمان بن عبد الله عبد القادر: الصورة الذهنية وعلاقتها بالإتصال الثقافي، دار الكتاب الحديث، الرياض، ط1، 2012، ص155-177.

<sup>2</sup>- المرجع نفسه: ص178.

### خلاصة الفصل :

إن الاتصالات السلكية و اللاسلكية ومع تطورات الحديثة سمحت بنقل الإشارات التلفزيونية من أماكن البث إلى ملايين البيوت ويشير أيضا إلى موانع التحكم والرقابة، وهو من يدفع الحديث عن العولمة الإعلامية كناية عن زوال الحدود والمواقع الجغرافية أمام الإرسال التلفزيوني الفضائي ورغم محاسن القنوات الخاصة إلا أنها تقابلها مساوئ ومضار خطير أيضا على المجتمع فهي تفتخ نافذة على الآخر فتنتقل لنا عادات وقيم غريبة على مجتمعنا كما أنها تكون شديدة الأثير على الجمهور ويمكنها التحكم والسيطرة على الرأي العام.

## الجانب التطبيقي للدراسة

تمهيد

دراسة بطاقة فنية لقناة النهار TV

دراسة وتحليل النتائج الميدانية

نتائج الدراسة

خاتمة

### تمهيد:

بعد دراسة الجانب النظري الذي تناولت فيه موضوع القنوات الخاصة، يعتبر الجانب التطبيقي من أهم الجوانب البحث تناولت في هذا الجزء تحليل المحتوى الاستبيان الدراسة الميدانية وذلك إستنادا على المعلومات المتحصل عليها من استمارات الاستبيان على طلبة جامعة البويرة وتشكيلها في شكل جداول بسيطة ومركبة ونسب مئوية ثم التعليق عليها، ثم استخلاص النتائج.

### بطاقة فنية لقناة النهار

قناة النهار الجزائرية tv هي قناة إخبارية تبث برامجها على الأقمار الصناعية الثلاثة، نيلسات، بدر 05 حيث يعد نجاح جريدة النهار الجزائرية فقرر إنشاء قناة النهار Ennahar tv للانتقال من الصحافة إلى الإعلام السمعي البصري، وقد شهدت نجاحا كبيرا.

مجلاتها: إخبارية

التأسيس: 2012

موقع الويب: الموقع الرسمي لقناة النهار.

وهي قناة جزائرية مستقلة أنشأها مجموعة من الإعلاميين والصحفيين الجزائريين.

**نبذة عن القناة:** انطلق البث التجريبي للقناة يوم 06 مارس 2012 بأول نشرة إخبارية، وكانت برامجها مزيجا بين نشرات الأخبار ورياضة وأخبار الاقتصاد في الجزائر، وكذا أخبار الصحف الوطنية.

التفريغ: الجداول البسيطة

المحور الأول: البيانات الشخصية

الجدول رقم (01): يبين توزيع عينة الدراسة حسب متغير الجنس.

النسبة	الإجابة
78%	أنثى
22%	ذكر
100%	المجموع

التعليق: يتضح من خلال الجدول أعلاه والذي يمثل أفراد العينة أن نسبة أنثى فاقت نسبة ذكر حيث جاءت

78% من أفراد العينة أنثى وأما نسبة ذكر بلغت 22%.

وهذا ما يمكن تفسيره أن نسبة أنثى غالبية على نسبة ذكر وهذا ما وضحه الجدول .

الجدول رقم (02): يبين توزيع عينة الدراسة حسب متغير السن.

النسبة	التكرار	الإجابة
2%	2	أقل من 20 سنة
88%	88	من 20 إلى 25 سنة
10%	10	أكثر من 25 سنة
100%	100	المجموع

التعليق: يتضح لنا من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 88% من أفراد العينة تعود لفئة من 20 إلى 25 سنة

و 10% بالنسبة لفئة أكثر من 25، أما بالنسبة لفئة أقل من 20 سنة بـ 2% وهذا ما يمكن تفسيره أن

النسبة الغالبة هي لفئة من 20 إلى 25 حسب ما وضحه الجدول.

الجدول رقم (03): يبين توزيع عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي

النسبة	التكرار	الإجابة
47%	47	ثالثة ليسانس
8%	8	أولى ماستر
41%	41	ثانية ماستر
100%	100	المجموع

**التعليق:** نلاحظ من خلال الجدول أعلاه المستوى التعليمي لأفراد العينة، إذ نجد في ثالثة ليسانس على 47 مفردة ما يعادل نسبة 47%، أما فيما يخص أولى ماستر تم الحصول على 8 مفردة وما يعادل نسبة 8%، أما بالنسبة ثانياً ماستر تم الحصول على 41 مفردة ما يعادل 41%. وهذا يدل أن المستوى الأكثر مشاهدة لقناة النهار الإخبارية هو المستوى ثالثة ليسانس وثانية ماستر.

**المحور الثاني:** مدى إقبال طلبة جامعة البويرة على مشاهدة قناة النهار

**الجدول رقم (04):** يبين تتابع عينة الدراسة لقناة النهار؟

النسبة	التكرار	هل تتابع قناة النهار؟
6%	6	دائماً
35%	35	أحيانا
59%	59	نادرا
100%	100	المجموع
النسبة	التكرار	إذا كانت إجابتك ب دائما ما هي الساعات التي تقضيها في مشاهدة قناة النهار يوميا
16.7%	1	أقل من ساعة
50%	3	ساعتين
33.3%	2	4 ساعات
100%	6	المجموع

**التعليق:** يبين من خلال الجدول نسبة متابعة أفراد العينة لقناة النهار، حيث نجد من يتابعها نادرا بلغ عددها

59 ما يعادل نسبة تقدر بـ 59% ومن يتابعها أحيانا وتصل إلى 35 مفردة ما يعادل نسبة 35%،

ويتضح من خلال تفسير نتائج الجدول أن أغلب الطلبة نادرا ما يتابعون قناة النهار. وهذا راجع إلى عدم اهتمام الطلبة أكثر بمشاهدة هذه القناة يوميا وذلك لانشغالهم بأمر أخرى. وربما كونها لم توصل المعلومة بطريقة سهلة أو أن برامجها لا تحاكي وضعية جميع الأفراد المجتمع.

نلاحظ من الجدول أعلاه الساعات التي يقضيها أفراد العينة في مشاهدة قناة النهار، بالنسبة لأغلبية

أفراد العينة تكون بين ساعتين بالنسبة تقدر بـ 50%. أما بالنسبة لمدة 4 ساعات تقدر بـ 33.3%، وأقل

من ساعة بالنسبة تتراوح بين 16.7%.

ومن خلال تفسير نتائج الجدول أن النسبة الأكبر التي يقضيها الطلبة في مشاهدة قناة النهار ساعتين وهي نتيجة منطقية نظرا لوجود بدائل ترفيهية أكثر يقضون فيها جزء كبير من أوقاتهم.

الجدول رقم(06): يبين طبيعة البرامج التي تشاهدها عينة الدراسة في قناة النهار؟

النسبة	التكرار	ما طبيعة البرامج التي تشاهدها في قناة النهار ؟
18.5%	22	برامج رياضية
16.8%	19	برامج سياسية
11.8%	14	برامج دينية
43.7%	52	برامج اجتماعية
10.1%	12	أخرى
100%	119	المجموع

**التعليق:** يبين الجدول أعلاه البرامج التي يشاهدها أفراد العينة في قناة النهار، نجد النسبة الكبيرة في برامج اجتماعية عددها 52 وبالنسبة تقدر بـ 43.7% وتليها البرامج سياسية عددها 19 وبالنسبة 16%. وبالنسبة متوسطة وبرامج دينية بالنسبة أقل تقدر بـ 10.1 في حين البرامج الأخرى التي يشاهدونها عددها 14 والنسبة تقدر بـ 11.8%.

ومن خلال تفسير نتائج الجدول أن الطلبة يفضلون مشاهدة برامج اجتماعية والحرص على متابعة مواضيعها كونها تتعلق بالمجتمع، وذلك يدل أن المشاهدين يريدون برامج تجعلهم ملمين بمختلف المجالات ومنوعين للحصول على المعرفة .

الجدول رقم (07): يبين الأوقات التي تشاهد فيها عينة الدراسة قناة النهار؟

النسبة	التكرار	ما هي الأوقات التي تشاهد فيها قناة النهار ؟
3%	3	الفترة الصباحية
20%	20	الفترة المسائية
21%	21	الفترة الليلية
56%	56	حسب الظروف
100%	100	المجموع



**التعليق:** يوضح لنا الجدول أعلاه الأوقات مشاهدة أفراد العينة قناة النهار، حيث نجد أن 21 مفردة ما يعادل نسبة 21% بالفترة الليلية، وتليها الفترة المسائية بالنسبة قليلة تقدر بـ 20% وبالنسبة تقدر بـ 3% فالفترة الصباحية وحسب الظروف نجد 56 مفردة ما يعادل نسبة بـ 56%.

ومن خلال الجدول نستنتج أن أغلبية الطلبة يفضلون مشاهدة قناة النهار حسب الظروف نظرا إلى الوضعية التي يعيشها، وهذا راجع إلى انشغالات الطلبة بالفترة الصباحية والمسائية بأمر الدراسة أما الفترة الليلية فهي تعد أوقات راحة بنسبة لطلبة.

**الجدول رقم (08):** يبين آراء عينة الدراسة بما تتميز قناة النهار الإخبارية عن القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة الأخرى ؟

النسبة	التكرار	في رأيك بماذا تتميز قناة النهار الإخبارية عن القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة الأخرى؟
20%	21	تجديد في الخبر
43.8%	46	مسايرة الأحداث
5.7%	6	الإحترافية
8.6%	9	المصداقية
21.9%	23	أخرى
100%	105	المجموع

**التعليق:** يتضح من خلال هذا الجدول ما يميز قناة النهار الإخبارية مسايرة الأحداث 46 مفردة وبالنسبة تقدر بـ 43.8%، يليها تجديد الخبر نجد 21 مفردة وبالنسبة 20% ولا بد أيضا العمل بالاحترافية 6 مفردة وبالنسبة تقدر بـ 5.7% والمصداقية 9 مفردة وبالنسبة تقدر بـ 8.6% وأما الآراء الأخرى 23 مفردة وبالنسبة قليلة تصل إلى 21.9%.

ونستنتج من خلال الجدول أن أغلب الطلبة يفضلون مشاهدة قناة النهار عن القنوات الأخرى ويلاحظ ذلك بأنها تعرف مستوى عال في مسايرة الأحداث من خلال نقل الأحداث والأخبار وهذا راجع طبع إلى محتواها.

المحور الثالث : دوافع مشاهدة طلبة جامعة البويرة لقناة النهار

الجدول رقم(09): يبين الأسباب التي تجعل عينة الدراسة تشاهد قناة النهار ؟

النسبة	التكرار	ما هي الأسباب التي تجعلك تشاهد قناة النهار ؟
30.8%	36	تنوع العرض الإخباري
36.5%	38	التنوع في سلسلة البرامج
12.5%	13	المصداقية والموضوعية في نقل الأحداث
16.3%	17	أسباب أخرى
100%	104	المجموع

**التعليق:** يتضح من الجدول أعلاه الأسباب التي تجعل أفراد العينة يشاهدن قناة النهار، فنجد النسبة الكبيرة في التنوع سلسلة البرامج المقدمة في القناة عددها 38 وبالنسبة تقدر بـ 36.5%، أما لأجل تنوع العرض الإخباري بالنسبة قليلة وأما لأجل المصداقية والموضوعية في نقل الأحداث عددها 13 وبالنسبة تقدر بـ 12.5% والأسباب أخرى التي تجعل أفراد العينة يشاهدن قناة النهار التي عددها 17 وبالنسبة تقدر بـ 16.3%.

ونستج من خلال الجدول أغلبية الطلبة يرون أن تنوع في سلسلة البرامج من بين الأسباب التي تجعلهم يشاهدن قناة النهار، وتفاعلهم مع القناة يلاحظ عدم وجود فروق كبيرة في النسبة.

الجدول رقم(10): يبين الحاجات عينة الدراسة التي تلبها لك قناة النهار الإخبارية ؟

النسبة	التكرار	ما هي الحاجات التي تلبها لك قناة النهار الإخبارية؟
37%	37	التثقيف
35%	35	نادرا
28%	28	لا شيء
100%	100	المجموع

**التعليق:** يتضح من خلال الجدول الذي يمثل نسبة الحاجات التي تلبها قناة النهار الإخبارية لأفراد العينة نجد التثقيف بالنسبة كبيرة تقدر بـ 37%، من أفراد العينة ونادرا بالنسبة 35% وتليها نسبة 28%، من أفراد العينة لم تلب لهم ولا شيء.

ويمكن تفسير النتائج الجدول أن معظم الطلبة تلبية حاجاتهم قناة النهار الإخبارية وهذا راجع الى تفاعلهم مع القناة بزيادة التثقيف. رغم احتمال عدم حدوث ولا شيء.

الجدول رقم(11): يبين ما يشد عينة الدراسة لمشاهدة قناة النهار؟

النسبة	التكرار	ما الذي يشدك لمشاهدة قناة النهار ؟
30.8%	33	الوجوه الإعلامية
38.9%	41	محتوى البرامج
7.5%	8	الإخراج الفني
9.3%	10	الاحترافية في رصد الأخبار
14%	15	اقتراحات أخرى
100%	107	المجموع

**التعليق:** يتضح الجدول أعلاه نسبة أفراد العينة من مشاهدة لقناة النهار، لأجل محتوى البرامج 41 مفردة والتي وصلت إلى أكبر نسبة فيها بـ38.9% وفي الوجوه الإعلامية بـ 33 مفردة ويليهما الإخراج الفني بـ 8 مفردة بنسبة قليلة تقدر بـ 7.5% و الاحترافية في رصد الأخبار بـ 10 مفردات ونسبة تقدر بـ 9.3%، أما الاقتراحات الأخرى عددها 15 ونسبة بـ 14%.

ونفسر النتائج من خلال الجدول أن ما يشد الطلبة أكثر من مشاهدة قناة النهار لأجل محتوى البرامج من خلال طريقة تقديم القناة لبرامجها بكل موضوعية والمصادقية وهذا ما وضحه الجدول.

الجدول رقم(12): يبين الإشباع المحققة من خلال مشاهدة عينة الدراسة لقناة النهار؟

النسبة	التكرار	ما هي الإشباع المحققة لديك من خلال مشاهدتك لقناة النهار؟
17.6%	19	تنمية المعارف الشخصية
19.4%	21	معرفة التوجهات السياسية
37%	40	معرفة الأحداث المحلية
9.3%	10	التقليد
16.7%	18	أهداف أخرى
100%	108	المجموع

**التعليق:** يوضح الجدول أعلاه نسبة إشباع أفراد العينة، في معرفة الأحداث المحلية تصل إلى 40 مفردة وبالنسبة كبيرة تقدر بـ37%، وتليها معرفة التوجهات السياسية 21 مفردة والنسبة تقدر بـ 19.4%، ولأجل تنمية المعارف الشخصية عددها 19 ونسبتها تقدر بـ17.6% أما التقليد 10 مفردة وبالنسبة قليلة بـ9.31% والأهداف الأخرى نسبة فيها 16.7%.

ويفسر النتائج من خلال الجدول أن أغلبية الطلبة يفضلن معرفة الأحداث المحلية وهذا ما يدل على تفاعلهم مع القناة، وكذا تليبيتها لمتطلباتهم من خلال الإطلاع على الأخبار وهذا راجع إلى حجم وشمولية التغطية الإعلامية.

**الجدول رقم(13):** يبين الأخبار التي تحرص على متابعتها في قناة النهار ؟

النسبة	التكرار	ما هي الأخبار التي تحرص على متابعتها في قناة النهار ؟
30.4%	35	الأخبار الرياضية
40%	46	الاخبار الثقافية
20.9%	24	الأخبار السياسية
8.7%	10	أخبار أخرى
100%	115	المجموع

**التعليق:** يتضح من خلال الجدول أعلاه نسبة متابعة أفراد العينة للأخبار في قناة النهار، لأجل الأخبار الثقافية بنسبة تقدر بـ 40% وتليها الأخبار الرياضية بالنسبة 30.4% والأخبار السياسية بالنسبة تقدر بـ20.9% وأما الأخبار الأخرى نسبتها 8.7%.

وتفسر النتائج من خلال الجدول أن أغلب الطلبة يتابعون الأخبار الثقافية والتي تحرص على مشاهدتها يوميا ويمكن إرجاع ذلك لغرض المعرفة والتسلية والترفيه إلا أن البدائل فالأخبار الأخرى لم تصل إلى نسبة مستوى عال وهذا ما وضحه الجدول.

الجدول رقم (14): يبين المحفزات الفكرية التي تجعل عينة الدراسة تقدم على مشاهدة قناة النهار ؟

النسبة	التكرار	ما هي المحفزات الفكرية التي تجعلك تقدم على مشاهدة قناة النهار؟
20.2%	21	الأفكار الدينية
53.8%	56	الفضول المعرفي للأخبار
22.1%	23	محتوى البرامج
22.1%	4	محفزات أخرى
100%	104	المجموع

**التعليق:** يوضح الجدول أعلاه المحفزات التي تجعل أفراد العينة تقدم لمشاهدة قناة النهار بالنسبة كبيرة من أجل الفضول المعرفي للأخبار عددها 56 ونسبة تقدر بـ 53.8% وفيما يخص محتوى البرامج 23 مفردة وبالنسبة تقدر بـ 22.1% ومحفزات أخرى فيها 4 مفردة وبالنسبة منخفضة تقدر بـ 22.1%.  
وتفسر النتائج من خلال الجدول أن نسبة متوسطة من الطلبة تلاحظ أن المحفزات الفكرية أساسها الفضول المعرفي للأخبار في تقدم على مشاهدة قناة النهار، وهذا يدل على درجة تفاعل مع القناة، برغم وجود محفزات أخرى ممكن التغيير وهذا ما وضحه الجدول.

المحور الرابع : ما هي طبيعة الصورة الذهنية لقناة النهار لدى طلبة جامعة البويرة؟

الجدول رقم (15): يبين آراء عينة الدراسة عما تقدمه قناة النهار من محتويات إعلامية ؟

النسبة	التكرار	هل أنت راض عما تقدمه قناة النهار من محتويات إعلامية ؟
7%	7	دائما
43%	43	أحيانا
50%	50	نادرا
100%	100	المجموع

**التعليق:** يوضح من خلال الجدول أعلاه نسبة محتوى الإعلامي في قناة النهار نجد أن نسبة الإجابة دائما تقدر بـ 7%، وأحيانا بنسبة تقدر بـ 43% من أفراد العينة. وأما نادرا بنسبة تقدر فيها 50%.  
وتفسر النتائج من خلال الجدول أن الصورة الذهنية لآراء معظم الطلبة عن ما تقدمه قناة النهار تكون بالنسبة كبيرة نادرا وأحيانا إلا أن دائما ممكن يلاحظ نقص في المضامين .

الجدول رقم(16): يبين نسبة إقتناع عينة الدراسة بما تقدمه قناة النهار ؟

النسبة	التكرار	ما هي نسبة إقتناعك بما تقدمه قناة النهار ؟
10%	10	كبيرة
45%	45	متوسطة
45%	45	غير مقنعة
100%	100	المجموع

**التعليق:** يوضح الجدول أعلاه نسبة إقتناع أفراد العينة في مشاهدة قناة النهار ونجد من يقول أنها كبيرة وبالنسبة تقدر بـ 10 %، وأما تكون متوسطة وغير مقنعة في نفس الوقت بالنسبة تقدر بـ 45%.

ونستج من خلال الجدول أن نسبة مشاهدة الطلبة لقناة النهار تتراوح بين متوسطة وغير مقنعة في نقل المعلومة شكلا ومضمونا يلاحظ إعادة النظر في توفر الإمكانيات القناة المادية أكثر وبما تقدمه القناة من برامج وهذا ما وضحه الجدول.

الجدول رقم(17): يبين النقائص التي تجدها عينة الدراسة في محتويات قناة النهار؟

النسبة	التكرار	ما هي النقائص التي تجدها في محتويات قناة النهار؟
27%	34	تكرار الخبر
17.5%	22	رداءة الصورة
47.6%	60	التقصير في تقديم التفاصيل الإخبارية
7.9%	10	نقائص أخرى
100%	126	المجموع

**التعليق:** يتضح من خلال الجدول أعلاه النقائص بالنسبة لمحتوى قناة النهار في نظر أفراد العينة نجد أن تقصير في تقديم التفاصيل الإخبارية 60 مفردة ما يعادل نسبة تقدر بـ 47.6% وما يخص رداءة الصورة فيها 22 مفردة ونسبة وصلت 17.5%، بالنسبة لنقائص الأخرى 10 مفردة ونسبتها متدنية تقدر بـ 7.9%. وتفسر النتائج من خلال الجدول أن أغلب الطلبة لاحظوا نسبة كبيرة كانت في التقصير وتقديم التفاصيل الإخبارية، ويدل هذا المعنى على إعادة النظر في النشاط الإخباري للقناة من خلال توفر حركة إعلامية للخبر وذلك للأهمية بالنسبة لها والأهمية أيضا للطلبة المشاهدين لمعرفة كل ما يتعلق ويحدث في الجزائر إلا أنها لم تتجح في استنساخ رداءة الصورة.

الجدول رقم (18): يبين آراء عينة الدراسة في الأخبار والبرامج التي تبثها قناة النهار ؟

النسبة	التكرار	ما رأيك في الأخبار والبرامج التي تبثها قناة النهار ؟
27%	27	متجددة
31%	31	متكررة
40%	40	غير مجدية
2%	2	آراء أخرى
100%	100	المجموع

**التعليق:** يتضح الجدول أعلاه نسبة آراء أفراد العينة في الأخبار والبرامج قناة النهار، من يقول أنها غير مجدية بالنسبة تقدر بـ40% ومتكررة وصلت نسبة فيها 31%، ومن كان يرى أنها متجددة وبالنسبة تصل إلى 27% وآراء أخرى بالنسبة أقل 2%.

وتفسر النتائج من خلال الجدول أن الأخبار والبرامج قناة النهار غير مجدية واطضح ذلك بشكل سلبي للطلبة وذلك راجع إلى عدم محاولة إظهار تنوع وتجدد في البرامج والأخبار من ناحية البث والمحتوى. وإلى نقص التركيز.

الجدول رقم(19): يبين تقييم عينة الدراسة لبرامج قناة النهار من حيث المضمون وطريقة التقديم؟

النسبة	التكرار	ما هو تقييمك لبرامج قناة النهار من حيث المضمون وطريقة التقديم؟
12%	12	جيدة
22%	22	حسنة
35%	35	متوسطة
31%	31	ضعيفة
100%	100	المجموع

**التعليق:** يتضح من الجدول أعلاه أن نسبة تقييم البرامج تكون متوسطة النسبة تقدر بـ35% وأما تكون حسنة بالنسبة تقدر فيها 22% للأفراد العينة، وضعيفة بالنسبة تصل إلى 31%.

وتفسر النتائج من الجدول أن البرامج من ناحية المضمون وطريقة التقديم في قناة النهار لازالت تحتاج إلى العديد من التحسينات والتجديد من حيث طريقة عرض البرامج وكذلك التقنيات والوسائل المستخدمة.

الجدول رقم (20): يبين اعتماد عينة الدراسة في بناء لصورة الذهنية حول برامج قناة النهار الإخبارية؟

النسبة	التكرار	على ماذا تعتمد في بناء صورتك الذهنية حول برامج قناة النهار الإخبارية؟
46.7%	49	نوعية الصورة والصوت
19%	20	الألوان المضيئة
28.6%	30	التصميمات والأشكال
5.7%	6	أخرى
100%	105	المجموع

**التعليق:** يوضح من خلال الجدول أعلاه الصورة الذهنية لأفراد العينة نجد في نوعية الصورة والصوت 49 مفردة ونسبتها وصلت فيها 46.7%، أما فيما يخص الألوان المضيئة 20 مفردة والنسبة تقدر بـ19% والتصميمات والأشكال 30 مفردة ونسبة تقدر بـ 28.6% وأما أخرى 6 مفردة وبالنسبة متدنية تقدر بـ 5.7%.

وتفسر النتائج الجدول أن أغلبية الطلبة يفضلون نوعية الصورة والصوت بالنسبة كبيرة في بث قناة النهار لبرامجها، وهذا راجع إلى الصورة التي تقدمها القناة لمشاهديها.

الجدول رقم (21): يبين كيف ترى عينة الدراسة الخبر الإعلامي في قناة النهار؟

المجموع	التكرار	كيف ترى الخبر الإعلامي في قناة النهار؟
18%	20	حر
13%	13	متشدد
18%	18	محايد
44%	44	متذبذب
5%	5	آراء أخرى
100%	100	المجموع

**التعليق:** يتضح من خلال الجدول أعلاه أن الخبر الإعلامي في قناة النهار متذبذب بالنسبة كبيرة تقدر بـ 44% حر ومحايد بالنسبة 18% ومتشدد بالنسبة قليلة تقدر بـ 13%.



وتفسر النتائج الجدول أن أغلب الطلبة رأبهم في الخبر الإعلامي وجود توافق بين حر ومحاييد، وذلك لعدم إهتمام بالتغطية الخبر الإعلامي في نقل الأخبار ويد إلى نقص التأثير لدى مشاهديها من خلال طريقة البث المباشر في الساحة الإعلامية.

الجدول رقم(22): يبين تقييم عينة الدراسة لبرامج قناة النهار ؟

النسبة	التكرار	ما هو تقييمك لبرامج قناة النهار؟
15%	15	مفيدة
42%	42	حسنة
43%	43	مملة
100%	100	المجموع

التعليق: يوضح الجدول أعلاه نسبة التقييم البرامج مملة بنسبة كبيرة تقدر بـ 43% وتليها نسبة 42% من يقول حسنة لأفراد العينة، ومفيدة بالنسبة قليلة بـ 15%.

تفسر النتائج من خلال الجدول أن نسبة كبيرة من الطلبة مملون من برامج قناة النهار بالنظر إلى محتوى برامجها، وأن هذه القناة لم تؤثر في الطلبة، وهذا ما وضحه الجدول.

توزيع عينة الدراسة من خلال الجداول المركبة:

1/حسب الجنس

الجدول رقم (23) يوضح تتابع قناة النهار؟

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس المتغيرات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
100%	6	33.3%	2	66.7%	4	دائماً
100%	35	94.3%	33	5.7%	2	أحياناً
100%	59	72.9%	43	27.1%	16	نادراً
100%	100	78%	78	22%	22	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (23) تتابع أفراد العينة لقناة النهار والتي جاءت نتائجها كالتالي: يتابع

ذكر قناة النهار بالنسبة 66.7% دائماً أما أنثى بنسبة 33.3%.

في حين تتابع أنثى قناة النهار بنسبة 94.3% أحيانا بينما ذكر بـ 5.7%، في حين باقية ذكر تتابع قناة النهار نادرا أما فيما يخص أنثى بنسبة و72.9%.

ونستنتج من خلال هذا الجدول بالنسبة لمتغير الجنس أن أغلبية من أنثى هم من يتابعون قناة النهار الإخبارية أكثر من ذكر.

الجدول رقم (24): يوضح رأيك بما تتميز قناة النهار الإخبارية عن القنوات التلفزيونية الجزائرية خاصة الأخرى؟

المتغيرات	الجنس		ذكر		أنثى	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
تجديد الخبر	85.7%	18	14.3%	3	100%	21
مسايرة الاحداث	78.3%	36	21.7%	10	100%	46
الإحترافية	50%	3	50%	3	100%	6
المصداقية	100%	9	0%	0	100%	9
أخرى	73.9%	17	26.9%	6	100%	23
المجموع	78.8%	82	21.2%	22	100%	104

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (24) مايميز قناة النهار الإخبارية بالنسبة لمتغير الجنس، بالنسبة 85.7% من أنثى يرون ما يميز قناة النهار تجديد الخبر بينما ذكر نسبة تصل إلى 14.3% و83.3% من أنثى أن ما يميزها مسايرة الأحداث وأما بالنسبة لذكر بـ 21.7%، بينما يلاحظ ما يعادل أنثى وذكر في نسبة الإحترافية تقدر بـ 50%. أما المصداقية تكون بنسبة قليلة والمتغيرات أخرى نسبة أنثى %تصل فيها 73.9 أما ذكر 26.9%.

ونستنتج من هذا الجدول أن ما يميز قناة النهار عن بقية القنوات الأخرى تكون في طريقة مسايرة الأحداث كون هذه القناة تهتم بالأخبار عن الوقائع التي يعيشها المجتمع الجزائري.

الجدول رقم (25): يوضح ما الذي يشدك لمشاهدة قناة النهار ؟

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس المتغيرات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
100%	33	84.8%	28	15.2%	5	الوجوه الإعلامية
100%	41	87.8%	36	12.2%	5	محتوى البرامج
100%	8	50%	4	50%	4	الإخراج الفني
100%	10	80%	8	20%	2	الإحترافية في رصد الأخبار
100%	15	60%	9	40%	6	أخرى
100%	107	79.4%	85	20.6%	22	المجموع

يبين لنا الجدول رقم (25) بالنسبة لمتغير الجنس ما يشد الطلبة لمشاهدة قناة النهار الإخبارية تكون أكبر نسبة أنثى ب 87.8% في محتوى البرامج وأما ذكر ب 15.2%. في حين الوجوه الإعلامية بالنسبة تقدر ب 84.8% من ذكر وأنثى بالنسبة 12.2%، وبينما يسجل في الإخراج الفني نسبة 50% لذكر وأنثى. والإحترافية في رصد الأخبار أنثى بالنسبة 80% وذكر بالنسبة تقرب 40% والأخرى ب 40% لذكر و60% للأنثى ونستنتج من خلال الجدول متغير الجنس أن نسبة أنثى في محتوى البرامج هي أكبر نسبة والتي تقرب 79.4% من ذكر، وهذا راجع إلى طريقة تقديم البرامج والنشاط الإعلامي فيها.

الجدول رقم (26): يوضح ماهي الإشباعات المحققة لديك من خلال مشاهدتك لقناة النهار؟

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس المتغيرات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
100%	19	78.9%	15	21.1%	4	تنمية المعارف الشخصية
100%	21	71.4%	15	28.6%	6	معرفة التوجهات السياسية
100%	40	87.5%	35	12.5%	5	معرفة الأحداث المحلية
100%	10	60%	6	40%	4	التقليد
100%	18	77.8%	14	22.2%	4	أهداف أخرى
100%	108	78.7%	85	21.3%	23	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم (26) بالنسبة لمتغير الجنس أنثى بـ 87.5% أما ذكر بنسبة 12.5% ما يخص معرفة الأحداث المحلية، أما بالنسبة متوسطة في تنمية المعارف الشخصية تقدر بـ 78.9% من أنثى وذكر بالنسبة 21.1% وفي معرفة التوجهات السياسية سجلت أنثى نسبة تقدر بـ 71.4% وأما في التقليد كانت النسبة بـ 60% من أنثى وذكر بـ 40%. والمتغيرات الأهداف أخرى بالنسبة لذكر بـ 77.8% أنثى وذكر بالنسبة 22.2%.

ونستنتج من الجدول أن أغلبية أنثى من حققت نسبة كبيرة في الإشباعات من خلال مشاهدتهم وتفاعلهم أكثر مع قناة النهار الإخبارية.

الجدول رقم (27): هل أنت راض عما تقدمه قناة النهار من محتويات إعلامية؟

المتغيرات	الجنس		أنثى		ذكر	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
دائما	28.6%	2	71.4%	5	100%	7
أحيانا	28%	14	72%	36	100%	50
نادرا	14%	6	86%	37	100%	43
المجموع	22%	22	78%	78	100%	100

يتضح من خلال الجدول رقم (27) بالنسبة لمتغير الجنس نسبة تقبل محتويات إعلامية في قناة النهار نادرا بالنسبة أنثى تقدر بـ 86% وذكر بـ 14% كما أن أحيانا أنثى ليست معارضة عما تقدمه قناة النهار بـ 72%. أما ذكر بـ 28%، ولاحظ دائما ذكر غير راض بنسبة 14% وأنثى بـ 86%.

ونستنتج من الجدول أن أنثى هي من كانت راضية أكثر عما تقدمه قناة النهار الإخبارية يوميا.

الجدول رقم (28): يوضح النقاىص التي تجدها في المحتويات الإعلامية التي تقدمها قناة النهار ؟

مجموع		أنثى		ذكر		الجنس المتغيرات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
100%	34	70.6%	24	29.4%	10	تكرار الخبر
100%	22	72.7%	16	27.3%	6	رداءة الصورة
100%	60	75%	45	25%	15	التقصير في تقديم التفاصيل الإخبارية
100%	10	60%	6	40%	4	نقاىص أخرى
100%	126	72.2%	91	27.8%	35	المجموع

يوضح لنا من خلال الجدول رقم (28) أن نسبة النقاىص بالنسبة لمتغير الجنس نجد عند ذكر نسبة تقدر بـ 29.4% وأنثى بـ 70.6% في تكرار الخبر، أما رداءة الصورة في حين سجلت 27.3% بنسبة لذكر وأنثى 72.7% والتقصير في تقديم التفاصيل الإخبارية بـ 25% لذكر أما أنثى بـ 75% والمتغيرات في نقاىص الأخرى سجلت نسبة ذكر بـ 40% وأنثى بـ 60%.

ونستنتج من الجدول أن متغير الجنس بالنسبة للطلبة أن أنثى من سجلت نسبة كبيرة في محتويات إعلامية لقناة النهار الإخبارية أكثر من ذكر، وهذا ما وضحه الجدول.

الجدول رقم (29): يوضح رأيك في الأخبار والبرامج التي تبثها قناة النهار؟

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس المتغيرات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
100%	27	22.2%	6	77.8%	21	متجددة
100%	31	12.9%	4	87.1%	27	متكررة
100%	40	30%	12	70%	28	غير مجدبة
100%	0	0%	0	100%	2	آراء أخرى
100%	100	22%	22	78%	78	المجموع

يوضح لنا من الجدول رقم (29) حسب متغير الجنس أن ذكر سجل نسبة 77.8% في الأخبار والبرامج قناة النهار وأنثى بـ 22.2%. وكما أن نسبة متكررة بـ 12.9% وذكر بالنسبة 87.1% وأحياناً

تكون غير مجدية بالنسبة لذكر 70% و 30% بنسبة أنثى أما المتغيرات في الآراء الباقية نسبتها تصل إلى 100% بنسبة لذكر ومدنية بالنسبة أنثى ولا شيء.

ونستنتج من الجدول أن أغلب الآراء عن الأخبار والبرامج التي تبثها قناة النهار بالنسبة لمتغير ذكر تكون كبيرة وهذا راجع إلى إهتمام الطلبة في مشاهدة الأخبار والبرامج في القناة ولاحظ ذلك في تكرار الحدث عن الوقائع التي يعيشها كل فرد من أفراد المجتمع وهذا ما وضحه الجدول.

الجدول رقم (30): يوضح ماذا تعتمد في بناء صورتك الذهنية حول برنامج قناة النهار الإخبارية؟

المتغيرات	الجنس		ذكر		أنثى		المجموع	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
نوعية الصورة والصوت	16.3%	8	83.7%	41	100%	49	100%	49
الالوان المضيئة	25%	5	75%	15	100%	20	100%	20
التصميمات والأشكال	33.3%	9	66.7%	21	100%	30	100%	30
أخرى	16.7%	1	83.3%	5	100%	6	100%	6
المجموع	22.9%	24	77.1%	81	100%	105	100%	105

يبين لنا الجدول رقم (30) بالنسبة لمتغير الجنس أنثى تقدر بـ 83.7%. وذكر بـ 16.3% في نوعية الصورة والصوت وكما سجلت أنثى في الألوان المضيئة نسبة متوسطة تقدر بـ 75% وفي تصميمات الأشكال لاحظ أن أنثى وصلت نسبتها إلى 66.7% وذكر بـ 33.3%.  
 نستنتج من الجدول أن أغلب الطلبة يعتمدون في بناء الصورة الذهنية حول برنامج قناة النهار من ناحية نوعية الصورة والصوت وذلك بتأثر بالقناة بطريقة تقديمها لبرامجها.

الجدول رقم (31): يوضح كيف ترى الخبر الاعلامي في قناة النهار؟

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس المتغيرات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
100%	20	85%	17	15%	3	حر
100%	13	21.5%	8	38.5%	5	مشدد
100%	18	83.5%	15	16.7%	3	محايد
100%	44	79.5%	35	20.5%	9	متذبذب
100%	5	60%	3	40%	2	آراء أخرى
100%	100	78%	78	22%	22	المجموع

يبين لنا الجدول رقم (31) بالنسبة لآراء متغير الجنس عن الخبر الإعلامي في قناة النهار عند أنثى النسبة كبيرة 85% وذكر بنسبة تقدر بـ 15% ومشدد في بعض الأحيان بالنسبة أنثى بـ 38.5% وذكر بـ 21.5%، وذكر من يرى أنه محايد بالنسبة تقدر بـ 83.5% أما ذكر نسبتها قليلة بـ 16.7% وكما تكون أحيانا متذبذبة عند أنثى بالنسبة 79.5% وأما ذكر بنسبة 20.5% أما بقية متغيرات الآراء الأخرى حول الخبر بـ 60% و 40% بالنسبة أنثى.

ونستنتج أن أغلب آراء الطلبة محايد بالنسبة كبيرة في ما يخص الخبر الإعلامي في قناة النهار فهم لم يتأثر بما تقدمه القناة يوميا وذلك ملاحظ في نقص المتابعة للأخبار.

الجدول رقم (32): يوضح ما هو تقييمك لبرنامج قناة النهار؟

المجموع		أنثى		ذكر		الجنس المتغيرات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
100%	15	80%	12	20%	3	مفيدة
100%	42	85.7%	36	14.3%	6	حسنة
100%	43	69.8%	30	30.2%	13	مملة
100%	100	78%	78	22%	22	المجموع

يبين الجدول رقم (32) نسبة تقييم متغير الجنس لبرامج قناة النهار بالنسبة كبيرة من أنثى أنها مفيدة بـ 80% وذكر بـ 20% وإما حسنة من تقييم أنثى بالنسبة تقدر بـ 85.7% وأما ذكر بالنسبة 14.3% وإما تكون مملة لمتغير أنثى بالنسبة تقدر بـ 69.8% وذكر بالنسبة 30.2%.

نستنتج من الجدول أن أغلبية الطلبة لمتغير أنثى كان تقييمهم لبرامج قناة النهار بالنسبة كبيرة تفوق نسبة ذكر وهذا راجع إلى مشاهدتهم لبرامج متنوعة في القناة وكونها تحقق رغباتهم في معرفة ما يجري في المجتمع الجزائري من خلال برامجها.



2/ حسب المستوى التعليمي:

4- هل تتابع قناة النهار ؟

المستوى المتغيرات	ثالثة ليسانس		أولى ماستر		ثانية ماستر		المجموع
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
دائما	33.3%	2	60%	3	33.3%	2	100%
أحيانا	42.8%	15	48.6%	3	48.6%	17	100%
نادرا	50.8%	30	37.3%	7	37.3%	22	100%
المجموع	47%	47	12%	12	41%	41	100%

حسب المستوى التعليمي بالنسبة للمتغير المستوى لاحظ أن نسبة 60% سجلت في أولى ماستر وذلك لتتابع قناة النهار دائما، تليهم ثالثة ليسانس وثانية ماستر بالنسبة تقدر بـ 60% أما أحيانا تصل نسبة 48.6% بالنسبة لأولى ماستر وثانية ماستر وفيما يخص مستوى ثالثة ليسانس سجلت نسبة 42.8% وأخيرا نسبة 50.8% لثالثة ليسانس وهذا نادرا أما أولى ماستر وثانية ماستر نسبة 37.3% . نستنتج أن المستوى أولى ماستر هم أكثر من يتابعون قناة النهار وهذا راجع إلى نسبة مشاهدة يوميا للقناة وكونها توفر كل متطلباتهم .

-في رأيك بماذا تتميز قناة النهار الإخبارية عن القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة الأخرى ؟

المستوى المتغيرات	ثالثة ليسانس		أولى ماستر		ثانية ماستر		المجموع
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
تجديد الخبر	28.6%	6	19%	4	52.4%	11	100%
مسايرة الأحداث	52.2%	24	8.7%	4	39.1%	18	100%
المصادقية	33.3%	2	50%	3	16.7%	1	100%
الإحترافية	55.6%	5	22.2%	2	28.2%	2	100%
أخرى	39.1%	9	26.1%	6	34.8%	8	100%
المجموع	43.8%	46	18.1%	19	38.1%	40	100%

بالنسبة لمتغير المستوى لاحظ أن تجديد الخبر نسبتها تقدر بـ 52.4% في المستوى ثانية ماستر وسجلت أيضا نسبة 28.6% في ثالثة ليسانس أما أولى ماستر فكانت النسبة 19%، وفيما يخص مسايرة

الأحداث فكانت نسبة 52.2% في مستوى ثلاثة ليسانس و 39.1% بالنسبة لثانية ماستر وسجلت أدنى نسبة في أولى ماستر بـ 8.7%، والمصدقية لمتغير المستوى لاحظ أن أعلى نسبة كانت في أولى ماستر 50% وتليها 33.3% في ثلاثة ليسانس بينما أدنى نسبة 16.7% سجلت في ثانية ماستر، والإحترافية 55.6% في ثلاثة ليسانس و 28.2% في ثانية ماستر و 22.2% أولى ماستر والمتغيرات الأخرى ما يميزها في الخبر يكون بنسبة 39.1% في ثلاثة ليسانس وأدنى نسبة في أولى ماستر وثانية ماستر.

نستنتج من الجدول أن ما يميز قناة النهار الإخبارية عن باقي القنوات الأخرى الإحترافية وتجديد الخبر حسب مستوى ثلاثة ليسانس.

#### 11- ما الذي يشدك لمشاهدة قناة النهار ؟

المجموع	ثانية ماستر		أولى ماستر		ثلاثة ليسانس		المستوى	المتغيرات
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
100%	33	51%	17	6.1%	2	42.4%	14	الوجوه الإعلامية
100%	41	41.5%	17	14.6%	6	43.9%	18	محتوى البرامج
100%	8	25%	2	12.5%	1	62.5%	5	الإخراج الفني
100%	10	30%	3	30%	3	40%	4	احترافية في رصد الأخبار
100%	15	40%	2	13.3%	2	46.7%	7	أخرى
100%	10.7	43%	14	13.1%	14	44.9%	48	المجموع

بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي أن نسبة المشاهدة لقناة النهار في الوجود الإعلامية حسب مستوى ثانية ماستر بالنسبة 51% أما ثلاثة ليسانس بـ 42.4% وأدنى نسبة 6.1%، أما فيما يخص محتوى البرامج يكون في مستوى ثلاثة ليسانس بـ 43.9% أدنى نسبة في أولى ماستر 14.6%، كما سجلت في الإخراج الفني بالنسبة 62.5% في ثلاثة ليسانس و 25% في الثانية ماستر بالنسبة متوسطة وأدنى نسبة كانت 12.5% في أولى ماستر، وفي الإحترافية في رصد الأخبار نسبة 40% في ثلاثة ليسانس وسجلت نفس النسبة في أولى وثانية ماستر وهي 30%، والمتغيرات الأخرى 46.7% في ثلاثة ليسانس كأكبر نسبة. ونستنتج أن مستوى ثلاثة ليسانس هم من يتابعون أكثر مقارنة بالمستويات الأخرى، وذلك من خلال تفاعلهم مع القناة كون برامجها محاكاة للواقع المعاش بصورة واقعية. وكذا تحقق متطلبات المشاهد.

-ما هي الإشباعات المحققة لديك من خلال مشاهدتك لقناة النهار ؟

المجموع		ثانية ماستر		أولى ماستر		ثالثة ليسانس		المستوى
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغيرات
100%	19	36.8%	7	15.8%	3	47.4%	9	تتمية المعارف الشخصية
100%	21	38.1%	8	19%	4	42.9%	9	معرفة التوجهات السياسية
100%	40	45%	18	5%	2	50%	20	معرفة الأحداث المحلية
100%	10	50%	5	10%	1	40%	4	التقليد
100%	18	33.3%	6	38.9%	7	27.8%	5	أهداف أخرى
100%	10.8	40.7%	44	17.7%	17	43.6%	47	المجموع

يتضح لنا من الجدول أن نسبة المتغير في الإشباعات المحققة تكون في تتمية المعارف الشخصية تقدر بـ 47.4% في ثالثة ليسانس، وأدنى نسبة بـ 15.8% في أولى ماستر والنسبة متوسطة في اثنائية ماستر بنسبة 36.8%، ومعرفة التوجهات السياسية تكون في المستوى ثالثة ليسانس بنسبة 42.9% و 38.1% في ثانية ماستر وأدنى نسبة في أولى ماستر بـ 19%، وفي معرفة الأحداث المحلية تقدر نسبة 50% في ثالثة ليسانس و 45% في ثانية ماستر وأدنى نسبة 5% في أولى ماستر، والتقليد سجلت 50% في ثانية ماستر كأكبر نسبة و 40% في ثالثة ليسانس و 10% في أولى ماستر، وأهداف أخرى 38.9% في أولى ماستر و 33.3% في ثانية ماستر و 27.8% في ثالثة ليسانس كنسبة قليلة.

ونستنتج أن أكبر نسبة سجلت في السنة ثالثة ليسانس مقارنة مع المستويات أولى وثانية وهذا راجع إلى الإشباعات التي تلبها قناة النهار لمشاهديها الطلبة.

15- هل أنت راض عما تقدمه قناة النهار من محتويات إعلامية ؟

المجموع		ثانية ماستر		أولى ماستر		ثالثة ليسانس		الجنس
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المتغيرات
100%	7	14.5%	1	14.3%	1	71.4%	5	دائما
100%	43	41.9%	18	18.6%	8	39.5%	17	أحيانا
100%	50	44%	22	8%	4	48%	24	نادرا
100%	10.0	41%	41	13%	13	46%	46	المجموع

يتضح لنا من الجدول أن نسبة المتغير في المستوى التعليمي تكون بدائماً في ثلاثة ليسانس وبنسبة 71.4% أما بنسبة أولى ماستر وثانية ماستر نسبة متقاربة، وأحياناً في مستوى ثانية ماستر 41.9% ونسبة متوسطة 39.5% في الثالثة ليسانس وأصغر نسبة 18.6% في أولى ماستر، أما نادراً 48% في الثالثة ليسانس و44% لثانية ماستر وأدنى نسبة 8% لأولى ماستر. ونستنتج أن نسبة بدائماً في المستوى ثلاثة ليسانس هي أكبر نسبة وهذا راجع إلى تقبلهم عن ما تقدمه قناة النهار الإخبارية.

17- ما هي النقاىص التي تجدها في المحتويات الإعلامية التي تقدمها قناة النهار ؟

المستوى	ثالثة ليسانس		أولى ماستر		ثانية ماستر		المجموع	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
تكرار الخبر	55.9%	19	11.8%	4	32.3%	11	100%	34
ردائة الصورة	50%	11	22.7%	5	27.3%	6	100%	22
التقصير في تقديم التفاصيل الإخبارية	84.7%	22	20%	12	43.3%	26	100%	60
نقاىص أخرى	40%	4	10%	1	50%	5	100%	10
المجموع	44.4%	56	17.5%	22	38.1%	48	100%	126

يتضح لنا من الجدول لمتغير المستوى التعليمي في مستوى ثلاثة ليسانس نسبة تقدر بـ 55.9% تكرار الخبر كأكبر نسبة وفي ثانية ماستر لاحظ أن نسبة 32.3% وأدنى نسبة في أولى ماستر 11.8%، وكما سجلت رداة الصورة نسبة 50% وهذا في مستوى ثلاثة ليسانس وفي ثانية ماستر نفس النسبة تقريباً، التقصير في تقديم التفاصيل الإخبارية نسبة 84.7% في ثلاثة ليسانس و43.3% في ثانية ماستر وفي أولى ماستر 20%، أما النقاىص أخرى نسبتها 50% في ثانية ماستر كأكبر نسبة وفي ثلاثة ليسانس 40% بينما أقل نسبة كانت في أولى ماستر 10%.

ونستنتج أن النقاىص التي لاحظت في المستويات الثلاثة ترجع إلى النسبة الكبيرة في مستوى ثلاثة ليسانس و تصل نسبتها 44.4%.

18- ما رأيك في الأخبار والبرامج التي تبثها قناة النهار ؟

المجموع		ثانية ماستر		أولى ماستر		ثالثة ليسانس		المستوى المتغيرات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
100%	27	63%	17	14.8%	4	22.2%	6	متجددة
100%	31	19.4%	6	16.1%	5	64.5%	20	متكررة
100%	40	40%	16	7.5%	3	52.5%	21	غير مجدية
100%	2	100%	2	0%	0	0%	0	آراء أخرى
100%	100	41%	41	12%	12	47%	47	المجموع

يتضح لنا من الجدول أن نسبة المتغير في ثالثة ليسانس تقدر بـ 63% في ثانية ماستر أما في ثالثة ليسانس نسبة 22.2% وفي أولى ماستر بـ 14.8% وهذا إذا كانت الأخبار والبرامج متجددة أما في التكرار يلاحظ حسب متغير في مستوى ثالثة ليسانس نسبة 64.5% أما في أولى ماستر وثانية ماستر نسبة متقاربة، أما الأخبار والبرامج يمكن أن تكون غير مجدية للمتغير بنسبة 52.5% لمستوى ثالثة ليسانس و 40% في ثانية ماستر وأدنى نسبة تلاحظ في أولى ماستر وتقدر بـ 7.5%، أما في متغير آراء أخرى نسبة منعدمة في ثالثة ليسانس وأولى ماستر أما في ثانية ماستر 100%.

نستنتج أن نسبة الآراء في الأخبار والبرامج التي تبثها قناة النهار 47% وتم تسجيلها في ثالثة ليسانس.

20- على ماذا تعتمد في بناء صورتك الذهنية حول البرامج قناة النهار الإخبارية ؟

المجموع		ثانية ماستر		أولى ماستر		ثالثة ليسانس		المستوى المتغيرات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
100%	49	44.9%	22	8.2%	4	46.9%	23	نوعية الصورة والصوت
100%	20	35%	7	25%	5	40%	8	الألوان المضيئة
100%	30	36.7%	11	10%	3	53.3%	16	التصميمات والأشكال
100%	6	100%	6	0%	2	0%	0	أخرى
100%	100	43.6%	46	13.4%	14	44.8%	47	المجموع

يتضح من خلال الجدول الآتي أن نسبة في متغير ثالثة ليسانس نلاحظ نسبة 46.9% في نوعية الصورة والصوت حسب الصورة الذهنية لبرامج قناة النهار ونسبة 44.9% في ثانية ماستر، وأدنى نسبة

ب8.2% وفيما يخص الألوان المضيئة النسبة تقدر ب40% في ثلاثة ليسانس و35% في ثانية ماستر و25% في أولى ماستر، أما التصميمات والأشكال سجلت نسبة 53.3% في ثلاثة ليسانس و36.7% في ثانية ماستر و10% في أولى ماستر، والمتغيرات الأخرى نسبة منعدمة في ثلاثة ليسانس وأولى ماستر وفي ثانية ماستر نسبة محدودة 100%.

ونستنتج أن النسبة الكبيرة في المستويات الثلاثة ترجع إلى مستوى ثلاثة ليسانس وهذا راجع إلى نوعية الصورة التي يرغب مشاهدتها في برامج في قناة النهار.

## 21- كيف ترى الخبر الإعلامي في قناة النهار؟

المستوى	ثالثة ليسانس		أولى ماستر		ثانية ماستر		المجموع
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
حر	50%	10	15%	3	35%	7	100%
مشدد	46.2%	6	23.1%	3	30.8%	4	100%
محايد	38.9%	7	22.2%	4	38.9%	7	100%
متذبذب	50%	22	2.3%	1	47.7%	21	100%
آراء أخرى	40%	2	20%	1	40%	2	100%
المجموع	47%	47	12%	12	41%	41	100%

يتضح من خلال الجدول أن نسبة الخبر الإعلامي للمتغير حسب المستوى التعليمي لاحظ نسبة 50% حر في ثلاثة ليسانس أما 35% في ثانية ماستر و15% في أولى ماستر، وقد يكون مشدد الخبر في المستوى ثلاثة ليسانس والثانية ماستر بنفس النسبة وهي 38.9% وأما في أولى ماستر نسبة تقدر ب22.2%، ومتذبذب في الخبر حسب متغير في المستوى ثلاثة ليسانس بنسبة 50% وفي ثانية ماستر لاحظ نسبة 47.7% و2.3% كأدنى نسبة، وفي الآراء الأخرى كانت النسبة متقاربة ثلاثة ليسانس وثانية ماستر بنسبة 40% و20% في أولى ماستر.

نستنتج أن في المستويات الثلاثة لاحظ نسبة أكبر في السنة ثانية ماستر وهذا راجع إلى آراءهم المختلفة عن كون الخبر الإعلامي في قناة النهار يكون بين حر ومتذبذب من خلال تغير في محتوى والنشاط الإخباري.

22- ما هو تقييمك لبرامج قناة النهار؟

المجموع		ثانية ماستر		أولى ماستر		ثالثة ليسانس		المستوى المتغيرات
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
100%	15	40%	6	20%	3	40%	6	مفيدة
100%	42	40.5%	17	9.5%	4	50%	21	حسنة
100%	43	41.9%	18	11.6%	5	46.5%	20	مملة
100%	100	41%	41	12%	12	47%	46	المجموع

يتضح من خلال الجدول أن المستوى التعليمي للمتغير في ثالثة ليسانس وفي ثانية ماستر يسجل نفس النسبة بـ 40% إذا كانت مفيدة وحسنة في مستوى ثالثة ليسانس بنسبة 50% و 40.5% في ثانية ماستر، ومملة في المستوى الثالثة ليسانس 46.5% وأما في الثانية ماستر تقدر بـ 41.9% وأدنى نسبة بـ 11.6%. ونستنتج أن النسبة في المستويات الثلاثة تكون أكبر في مستوى ثالثة ليسانس وهي 47%. ربما لنقص في الشبكة البرمجية في القناة.

### نتائج العامة لدراسة :

- 1- إعادة النظر في نوعية البرامج المقدمة وأسلوب الأداء والإخراج في قناة النهار الإخبارية بما يحقق رغبات وإهتمامات المشاهد الجزائري.
- 2- يجب على القائمين على الإعلام فالجزائر تناول موضوع المصداقية ودراستها من أجل الوصول إلى معايير دقيقة لقياسها في واقعنا وبيئتنا الإجتماعية والثقافية والسياسية.
- 3- إنخفاض معدل المشاهدة للقنوات الخاصة ومن بينها قناة النهار الإخبارية بالنسبة لأفراد العينة.
- 4- العمل بالإحترافية من خلال التنوع في البرامج والتكوين الجيد، وكذلك العمل بمصداقية لكسب ثقة الجمهور.
- 5- عملت قناة النهار الإخبارية على تقليد وعدم التقدم في التغطية الإخبارية من ناحية تقديم تفاصيل عن كل ما يجري في الجزائر من الأحداث والوقائع.
- 6- القنوات الخاصة من بينها قناة النهار الإخبارية لم تتميز بمستوى عال في محتواها من خلال برامجها ونقل الأحداث والأخبار المحلية عن الجزائر.
- 7- تطوير مشهدها الإعلامي من خلال الصورة الذهنية التي تعطيها لمشاهديها الطلبة.
- 8- تجاوز الظروف والمشاكل التي يعيقها من إنجاح القناة في البرامج والأخبار من أجل الإستثمار أموال طائلة من نسبة المشاهدة من كل دول العالم.
- 9- وأن يكون الخط الإعلامي في الجزائر اللذين يسيرون عليه أكثر مهنية وأكثر أخلاقية، فيما يخص طريقة نشر الخبر الإعلامي وبث لبرامج متنوع.



الخصائصة

### الخاتمة:

من خلال الدراسة نستنتج أن الجزائر خطت خطوة كبيرة في القطاع السمعي البصري الخاص، وإن تواجد هذه القنوات الخاصة في الساحة الإعلامية الجزائرية نقطة مهمة للغاية. ورغم ظروف بروز هذه القنوات الخاصة من بينها قناة النهار الإخبارية في بيئة إعلامية غير متوازنة إلا أنها تقدم برامج في الجزائر بصورة غير مقنعة وتخضع لقوانين أجنبية وكما ساهمت في تعويض النقص الفادح في التغطية الإخبارية من خلال نقل المضامين بكل مصداقية وموضوعية. ووجدنا مثل هذه القنوات من بينها قناة النهار على قدرة تأثيرها على مشاهديها بنسبة المتابعة سوءا من المادة الإعلامية أو من البرامج المقدمة، حيث نجد في المقام الأول نشرات الأخبار ولذلك تلعب دورا هاما في توعية الأفراد وإعطائهم معلومات حول المشاكل المجتمع وحصرها ما يزيد في إقبال أفراد المجتمع من المشاهد.

# قائمة المصادر والمراجع

### قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: الكتب:

- 1- بن مرسلې أحمد: مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، 2010.
- 2- أسامة ضافر كبارى: برامج التلفزيون والتنشأة الاجتماعية والتربوية للأطفال، دار النهضة العربية، ط1، بيروت، لبنان، 2003.
- 3- بن روان بلقاسم: وسائل الاعلام والمجتمع (دراسة في الأبعاد الاجتماعية والمؤسسية)، دار الخلدونية، ط1.
- 4- بورهان الشاوي: مدخل في الاتصال الجماهيري ونظرياته، دار ومكتبة الكندي للنشر والتوزيع، د ط، 2014.
- 5- حسين محمد جواد الجبوري: منهجية البحث العلمي "مدخل لبناء المهارات البحثية"، ط1، 2013.
- 6- عبير شفيق الرحباني: الإعلام رسالة ومهنة، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، عمان، 2013م.
- 7- رولات بارت: صورة التأثير الإعلامي، ترجمة عبد الجبار الغضيان، مطبعة الثورة، اليمن، د ط، 2001.
- 8- سعيد مشطر عبد الصاحب: المضامين والأشكال الفنية لبرامج التلفزيون، كلية الإعلام جامعة العراق، بغداد، د ط، 2005.
- 9- سليمان صالح: وسائل الإعلام والصورة الذهنية، الأردن، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، ط1، 2005.
- 10- عبد الحميد صلاح: الإعلام وثقافة الصور، دار طيبة النشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2013.
- 11- طالب فرحان: صناعة الاعلام الإذاعي والتلفزيوني (المقومات النفسية والمهنية لرجل الاعلامي)، د ط.
- 12- عدلي العبد العاطف: القنوات المتخصصة، أنواعها، جمهورها، بحوثها، أخلاقيتها، دار الطباعة، 2006.
- 13- عبد الجبار ناصر: ثقافة الصورة في وسائل الاعلام، الدار المصرية اللبنانية، المكتبة الإعلامية للنشر والتوزيع، 2017.
- 14- عبد الحميد يونس: مجلة عالم الفكر اللغة الفنية، الكويت، 1971.

- 15- عبد الرحمان بن عبد الله عبد القادر: الصورة الذهنية وعلاقتها بالإتصال الثقافي، دار الكتاب الحديث، مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر، ط1، الرياض 1431هـ - 2012م.
- 16- عبد الرزاق محمد الدليمي: عولمة التلفزيون، دار جرير للنشر، عمان، ط1.
- 17- دليمي عبد القادر: البرامج التلفزيونية، دار رضوان للنشر والتوزيع، ط1، عمان 2014.
- 18- بدوي عبد الله محمود: الجماليات في الإعلام التلفزيوني، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، د ط، 2016.
- 19- شكري عبد المجيد: تكنولوجيا الإتصال، إنتاج برامج في الراديو والتلفزيون، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، ط1، 1998.
- 20- علي عباس فاضل: الصورة في وكالات الأنباء العالمية بين الإستمالية والإفتناع، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن عمان، ط1، 2012.
- 21- عبد الفتاح علي: الإعلام والمجتمع، دار اليازوري للنشر والتوزيع، ط1، 2014.
- 22- علي عوجة: العلاقات العامة والصورة الذهنية، عالم الكتب، القاهرة، ط2، 2014، ص 09-10.
- 23- الحسن عيسى محمود: البرامج الإخبارية الإذاعة والتلفزيون، دار زهران للنشر والتوزيع، 2010.
- 24- فوضيل دليو ود. فضة عباسي بصلي: تكنولوجيا الإتصال والإعلام الحديثة، الإستخدام والتأثير، ط1، 2011م.
- 25- فوضيل دليو: مقدمة في وسائل الإتصال الجماهيرية، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر 1998.
- 26- كامل خورشيد مراد: الإتصال الجماهيري والإعلام، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط1/2، 2014/ 2011.
- 27- ليندة يوسف: رهانات قطاع السمعي البصري في ظل التعددية الإعلامية، دراسة في التشريع الإعلامي الجزائري.
- 28- عبيدات محمد ، منهجية البحث القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2، عمان، دار وائل للطباعة والنشر، 1999.
- 29- محمد شطاح: الإعلام التلفزيوني، نشر الأخبار، المحتوى والجمهور، جامعة باجي المختار، عنابة، الجزائر، دار الكتاب الحديث، 2007م.

- 30- محمد شقيق: البحث العلمي مع التطبيقات في الدراسات العلمية، ديوان المطبوعات الجامعية، د ط، 2002.
- 31- سلطان محمد صاحب: العلاقات العامة ووسائل الإتصال، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2011.
- 32- سلطان محمد صاحب: وسائل الإعلام والإتصال، دراسة في النشأة والتطور، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2012.
- 33- محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، 2004م.
- 34- محمد وديع العزازي: التقنيات الحديثة للإنتاج التلفزيوني والعمل في القنوات الفضائية، دار النشر والتوزيع، اليازوري، مكتبة نور.
- 35- عاطف العبد نهان: صناعة الأخبار التلفزيونية في عصر البث الفضائي، دار الفكر العربي، د ط، مصر، 2017م.
- 36- نهان مثير حارث: القنوات الفضائية وتأثيرها على المجتمع، قسم علم الكتاب والمعلومات.
- 37- هبة شاهين، التلفزيون الفضائي العربي، الدار المصرية اللبنانية، ط1، ط2، القاهرة، 2006.
- 38- هنا السيد: الفضائيات وقادة الرأي، العربي للنشر والتوزيع، مصر، ط1، 2005.
- 39- التواتي نور الدين : الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر ، ديوان المطبوعات الجامعية، 2009.
- 40- د.أحمد محمود درويش: مناهج البحث العلمي في العلوم الإنسانية، مؤسسة الأمة العربية للنشر والتوزيع، ط1، كلية الآداب جامعة المنيا، 2018.
- 41- بدر أحمد: أصول البحث العلمي ومناهجه، المكتبة الأكاديمية ، دار النشر والتوزيع، مصر، ط1، 1953.
- 42- د. الأنصاري حسن: الدور الثقافي للقنوات الفضائية العربية ، مركز الكتاب الأكاديمي ، ط1، 2015.
- 43- د.سهام الشجيري: التحيز في تناول الإعلام، تحيز الصورة والصورة المتحيزة ، دار النشر والترجمة ، ط1، 2019.
- 44- د. حيدر شلال: وسائل الإعلام وبناء المجتمع الديمقراطي، دراسة في دور التلفزيون، دار امجد للنشر والتوزيع، ط1، 2018.

45- سعيد مبارك الزعي : التلفزيون و التغيير الإجتماعي في الدول النامية ، دار و مكتبة الهلال للطباعة والنشر ، جدة ، د ط ، 2008.

ثانيا: الرسائل والمذكرات:

1- رمضان بالعمري: القطاع السمعي البصري في الجزائر ( إشكالات الإنفتاح ) شهادة ماجستير، جامعة الجزائر 03، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والإتصال، تخصص تكنولوجيا وإقتصاديات وسائل الإعلام، 2001-2002.

2- عبد اللطيف شريف: بعنوان اتجاهات الجمهور إزاء مصداقية الأخبار، في القنوات الفضائية الخاصة، دراسة حالة قناة النهار نموذجا ، مذكرة لنيل شهادة الماستر، 2016-2017.

3- عبد الله بوجلال وآخرون: مذكرة بعنوان القنوات الفضائية وتأثيرها على القيم الاجتماعية والثقافية لدى الشباب الجزائري، دراسة ميدانية، جامعة المير عبد القادر، قسنطينة.

4- نعيمة مليكة، حزام نوال: دراسة بعنوان القنوات الفضائية الخاصة ودورها في تشكيل المجال العمومي، جامعة معسكر.

5- أكلي فضيلة: إستهلاك المراهق للصورة التلفزيونية مذكرة ماجستير ، كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية، قسم علم الإجتماع، تخصص ثقافي تربوي، الجزائر، 2007، 2006.

ثالثا: المجالات:

1- سعيد مراح: محمد قارش: الفضائيات الجزائرية بين الواقع والتحديات، مجلة الحقيقة، العدد 39.

2- عزي عبد الرحمان: الإعلام والبعد الثقافي من القبلي إلى المرئي، المجلة الجزائرية للإتصال، عدد 13، 1996.

رابعا: الندوات:

1- حمود بدر: إيجابيات وسلبيات القنوات الفضائية على مشاهديها، ندوة الإعلام والمعلومات وتحديات القرن 20.

الملاحق



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة أكلي محند أولحاج البويرة  
كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية

تخصص : إتصال وعلاقات عامة

قسم: التاريخ

موضوع الدراسة

صورة القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة لدى جمهورها  
قناة النهار الإخبارية أنموذجا  
دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة البويرة

الأستاذة المشرفة:

د/ بلعربي سميرة

إعداد الطالبة:

- وعراب صونية

إن المعلومات التي يستدل بها مندرجة في البحث لا غير لذا يرجى على الطلبة أخذه بجدية ووضع العلامة (x) على الإجابة التي تراها مناسبة في هذه الاستمارة

السنة الجامعية 2021/2020

المحور الأول: البيانات الشخصية

1-الجنس:

ذكر  أنثى

2-السن:

أقل من 20 سنة  بين 20 و 25 سنة  أكثر من 25 سنة

3-المستوى الدراسي:

ثلاثة ليسانس  أولى ماستر  ثانية ماستر

المحور الثاني: مدى إقبال طلبة جامعة البويرة على مشاهدة قناة النهار

4-هل تتابع قناة النهار ؟

دائما  أحيانا  نادرا

\*إذا كانت الاجابة ب دائما ما هي الساعات التي تقضيها في مشاهدة قناة النهار يوميا ؟

أقل من ساعة  ساعتين  4 ساعات

5-ما طبيعة البرامج التي تشاهدها على قناة النهار ؟

برامج رياضية  برامج سياسية  برامج دينية  برامج اجتماعية

أخرى أذكرها.....

6-ما هي الأوقات التي تشاهد فيها قناة النهار ؟

الفترة الصباحية  الفترة المسائية  الفترات الليلية  حسب الظروف

8- في رأيك بماذا تتميز قناة النهار الاخبارية عن القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة الاخرى ؟

تجدد في الخبر  مسايرة الأحداث  الاحترافية  المصداقية

أخرى أذكرها.....

المحور الثالث: دوافع مشاهدة طلبة جامعة البويرة لقناة النهار

9-ما هي الأسباب التي تجعلك تشاهد قناة النهار؟

تنوع العرض الإخباري  التنوع في سلسلة البرامج  المصداقية والموضوعية في نقل الأحداث

أسباب أخرى أذكرها....

10- ماهي الحاجات التي تلببها لك قناة النهار الاخبارية ؟

التثقيف  نادرا

11- ما الذي يشدك لمشاهدة قناة النهار ؟

الوجوه الإعلامية  محتوى البرنامج  الإخراج الفني   
الاحترافية في رصد الأخبار   
اقتراحات أخرى أذكرها .....

12- ما هي الاشباعات المحققة لديك من خلال مشاهدتك لقناة النهار

تنمية المعارف الشخصية  معرفة التوجهات السياسية  معرفة الأحداث المحلية التقليد   
أهداف أخرى أذكرها ...

13- ما نوع الأخبار التي تحرس على متابعتها في قناة النهار ؟

الأخبار الرياضية  الأخبار الثقافية  الأخبار السياسية   
أخبار أخرى أذكرها ....

14- ما هي المحفزات الفكرية التي تجعلك تقدم على مشاهدة قناة النهار ؟

الأفكار الدينية  الفضول المعرفي للأخبار  محتوى البرامج   
محفزات أخرى أذكرها ....

المحور الرابع: ما هي طبيعة الصورة الذهنية لقناة النهار لدى طلبة جامعة البويرة ؟

15- هل أنت راضٍ عما تقدمه قناة النهار من محتويات إعلامية ؟

دائما  أحيانا  نادرا

16- ما هي نسبة اقتناعك بما تقدمه قناة النهار ؟

كبيرة  متوسطة  غير مقنعة

17- ما هي النقائص التي تجدها في المحتويات الإعلامية التي تقدمها قناة النهار؟

تكرار الخبر  رداءة الصورة  التقصير في تقديم التفاصيل الإخبارية   
نقائص أخرى أذكرها ...

18- ما رأيك في الأخبار والبرامج التي تبثها قناة النهار ؟

متجددة  متكررة  غير مجدية   
أراء أخرى أذكرها ....

19- ما هو تقييمك لبرامج قناة النهار من حيث المضمون و طريقة التقديم ؟

جيدة  حسنة  متوسطة  ضعيفة

20- على ماذا تعتمد في بناء صورتك الذهنية حول برامج قناة النهار الاخبارية؟

نوعية الصورة و الصوت  الألوان المضيئة  سميمات والأشكال   
أخرى أذكرها ...

21- كيف ترى الخبر الإعلامي في قناة النهار ؟

حر  متشدد  محايد  متذبذب

آراء أخرى أذكرها ...

22- ما هو تقييمك لبرامج قناة النهار ؟

مفيدة  حسنة  مملة

23- ما هي مقترحاتك لتحسين صورة قناة النهار لدى مشاهديها؟

.....