

## البرمجة التلفزيونية بين العام و الخاص في ظل تحولات المشهد الإعلامي في الجزائر

أ/ آيت قاسي ذهبية  
جامعة الأغواط

ملخص:

عرف المشهد التلفزيوني الجزائري أولى خطواته في ميدان التعدد بظهور قنوات خاصة تتعدى 43 قناة في ظرف لا يتعدى أربع سنوات. [www.algerie-focus.com](http://www.algerie-focus.com)، مع فتح مجال السمي البصري و إقرار قانون منظم ينص بالخصوص أحداث هيئة ضبطية مشرفة على القطاع - و من المهم جداً الوقوف على خصوصية البرمجة التلفزيونية في القنوات الخاصة الجزائرية ومكانة هذه القنوات في المشهد الإعلامي الجزائري، فضلا على موقع الجمهور الجزائري من المعادلة: أطرافها: عمومي جزائري، وخاص جزائري، وفضائي أجنبي.

يأتي هذا المقال لاستعراض تغير المشهد الإعلامي السمي البصري في الجزائر، ويبرز ذلك التحول الذي لازم إعداد سياسات البرمجة التلفزيونية على مستوى القنوات المتلفزة العمومية منها والخاصة.

## Résumé:

La question de la programmation télévisuel se consiste dans nos jours paradoxalement sur un débats infini, concernant, le/les rôles multiples des medias dite « lourds », ainsi que son ampleurs et omniprésences d'un coté, et toute les défis/ menaces anthologiques qui demeure cité comme exemple d'une nouvelle hégémonie du « flux » internet d'un coté autre.

Delors, les volontés académiques actuels, cherches à démontrer ce créneaux, comme un soucie subjective et commun dans les (sic) et les sciences humaines, y compris avec la participation effective des autres études de nature anthropologique mêmes, lorsque l'acte de « zapping » est devenu un champ d'intérêt très compliqué dan la conjoncture scocio-médiatique « algérienne ».

## مقدمة:

يطرح بعض المتخصصين المعاصرين في مجال بحوث الإعلام والصحافة بعضاً من الآراء الصادمة، على غرار جون لويس ميسيكا Messika, J في فرنسا وآخرون، تتمثل في أن التلفزيون في الوقت الحالي و في الجهة الأخرى من الكرة الأرضية، يعيش آخر أيامه -كوسيلة- بفعل سطوة التكنولوجيا الحديثة للإتصال: الهواتف الذكية، اللوحات الالكترونية مع كثافة استخدام شبكات التواصل الاجتماعي ( الفاييس بوك، تويتر، اليوتيوب...)، وتحررت الصورة من حاملها الأصلي لتجد لنفسها حوامل بتقنيات عالية، كما حاصرت الفرد في كل مناحي حياته اليومية. Jean louis ( Missika, 2006, p7)

حيال هذا السياق الجديد المهدد "لوجود" التلفزيون ذاته، فيما يشبه النهاية في الغرب، لإزال في المقابل يعيش "عصره الذهبي" على امتداد المجتمعات العربية، بفعل التكاثر السريع والمتواصل للقنوات التلفزيونية بعامها وخاصة، جامعا ومتخصصها بمفتوحها ومشفرها، مستقطباً الاستثمار كأى قطاع حيوي آخر. الأمر الذي فرض عليه المنطق الربحيّ بالتسابق لتوسيع سوق المعلنين.

## أولاً: البرمجة التلفزيونية:

تعد البرمجة التلفزيونية من أهم المحطات التي يمر بها المضمون التلفزيوني، ليصل إلى متلقيه في صورته وتوقيته المدروس والملائم الذي

يضمن نجاح المؤسسة التلفزيونية، غير أن الدراسات التي تناولتها في الوطن العربي قليلة وجزئية في العموم، رغم ما يكتسيه موضوع البرمجة التلفزيونية من أهمية، خاصة وأن القنوات التلفزيونية تتنافس فيما بينها من خلال استخدام أساليب وطرق مختلفة في برمجتها التلفزيونية، لاستقطاب أكبر قدر ممكن من الجماهير، أو على الأقل الاحتفاظ بجمهورها الخاص، لذا نجدتها تلجأ لدراسات ميدانية (مسحية في الغالب) تحاول من خلالها تشخيص الخصائص الاجتماعية والثقافية والاستهلاكية للجمهور المستهدف، فالبرمجة لا ترتبط فقط بالزمن وإنما ترتبط في الأساس بطبيعة الجمهور المستهدف: خصائصه النفسية والسوسيوثقافية، مستواه العلمي وتصوراتة الجمالية والفنية، الأمر الذي دفع بدارسي البرمجة التلفزيونية للقول -في شكل مفارقة- أنها تتشابه في القنوات التلفزيونية، وتختلف في الوقت ذاته.

أوجه التشابه:

نبدوها بالأسس والقواعد التي تعتمد عليها البرمجة التلفزيونية التي تطبق في كل القنوات التلفزيونية حالياً، كونها نتيجة حتمية فرضها إقتصاد السوق المبني على الربح المادي. لذا لجأت القنوات التلفزيونية الى تقديم مادة تلفزيونية نمطية تلقى رواجاً جماهيرياً تغلب عليها: برامج تلفزيون الواقع، برامج الترفيه والألعاب التلفزيونية: على شاكلة " ستار أكاديمي، ومن سيربح المليون، حروف وألوف... هي برامج حسب تصور القنوات التلفزيونية العمومية - التي تحتفظ بمبدأ

الخدمة العمومية - برامج لا تحوي قيماً معرفية وثقافية بالضرورة، مستهدفة للعواطف والأحاسيس تخترق، وتعري الحياة الخاصة والشخصية للأفراد.

أوجه الاختلاف: تحدد الفروق والاختلافات بين الشبكات البرمجية للقنوات التلفزيونية على أساس اختلاف أهداف القائمين على إعدادها وأصحاب القرار فيها، كما تهدف البرمجة التلفزيونية في أي قناة لبناء علاقة قوية بين القناة والجمهور المستهدف، التي أساسها التوافق بين ميول واهتمامات الجماهير من جهة بتقديم مادة تلفزيونية يريدها الجمهور وتتماشى مع اهتماماته وميولاته.

من جهة ثانية لا بد من مراعاة الامكانيات المادية المتاحة للقناة التلفزيونية خاصة ما تعلق باقتناء المواد الأجنبية أو إنتاج مواد درامية محلية أو شراء حقوق بث التظاهرات الرياضية أو المهرجانات الفنية.

دون اغفال الجانب القانوني التشريعي المنظم لعمل القناة التلفزيونية الذي يختلف من دولة لأخرى- حسب طبيعة النظام السياسي والاقتصادي- مع الأخذ بعين الاعتبار المحيط الإجتماعي بكل خصوصياته الثقافية.

تسعى القنوات التلفزيونية عبر شبكاتها البرمجية لكسب جمهور خاص لديه صورة عن شخصية القناة، رسمتها: طبيعة البرامج المعروضة، نوعية البرامج، المواضيع المعالجة، السياسة التحريرية... الخ. وهذا ما يعرف بـ "هوية القناة التلفزيونية". (نصر الدين لعياضي، 2007، ص 38)

## البرمجة التلفزيونية في القنوات التلفزيونية الخاصة أو التجارية:"

تعتمد القنوات التلفزيونية الخاصة أو التجارية على نسبة المشاهدة، فكلما كانت سوق المشاهدين أوسع، توسعت معها سوق المعلنين...، فالهدف الأساسي هو تحقيق الربح المادي وتمويل المؤسسة التلفزيونية، لذا تغلب على هذه القنوات البرامج الترفيهية كونها تستقطب الجماهير.

وضعت القنوات التلفزيونية الخاصة، القنوات العمومية أمام مفترق طرق، فإما التخلي على مبدأ الخدمة العمومية وتقديم مادة تتماشى مع الذوق العام، أو الاحتفاظ به مع امكانية فقدان جمهورها.

## برامج القنوات التلفزيونية الخاصة أو التجارية:

تسيطر على هذه القنوات، البرامج التلفزيونية التي تعد في نظر القائمين على البرمجة التلفزيونية في هذه القنوات جاذبة للجماهير، وتتماشى مع الذوق العام منها:

**الحديث الاستعراضى:** يشبه أحاديث المقاهي، يقدم الحياة الشخصية والتجارب الذاتية لبعض الأفراد ويغلب عليه التلصص والثثرة.

**الألعاب التلفزيونية:** تتميز بسهولة وبساطتها مقابل حوافز مادية معتبرة، تهدف لرفع نسبة المشاركة ونسبة المشاهدة، ولعل إقبال الجماهير على مثل هذه الألعاب كونها تمنحهم فرصة الظهور على الشاشة الصغيرة.

تتجه القنوات التلفزيونية الخاصة التجارية لتقديم مثل هذه البرامج نظراً لضعف تكلفتها مقارنة بالإنتاجات الدرامية، وعدم استغراقها لوقت طويل. (نصر الدين لعياضي، 2007، ص 66).

برامج تلفزيون الواقع: ظهرت في القنوات التلفزيونية التجارية في أوروبا مطلع ثمانينيات القرن الماضي، تعتمد تسليط الضوء على حياة الشخصية لأفراد عاديين (الأحداث التي عايشوها، حياتهم الحميمة، علاقتهم الجنسية، تعاطيهم المخدرات، علاجهم من الادمان من الامراض العقلية، من الامراض السرطانية...)، وتصنع منهم نجوماً في ظرف زمني قياسي.

ولعل سر نجاح هذه البرامج في استقطاب جماهير واسعة يعود إلى جمعها بين اللعب والتنافس، وتقديمها لجزء معين (منتقى) من الواقع، بالإضافة إلى اعتمادها على الاستعراض والتمشيد، وفي طريقة تصويرها، وتأثير البرامج وتقطيع المشاهد، فهي تلتقي مع ما هو معمول به في مسلسلات أمريكا اللاتينية *Télnovelas*، وكوميديا الموقف الأمريكية *Sitcoms*.

تمنح هذه البرامج، المشاهد فرصة معرفة مجريات الأحداث أكثر من اللاعبين والمتنافسين، والغرض من اهتمام القنوات التلفزيونية الخاصة بتقديم هذه البرامج، هو رفع نسبة المشاهدة ورفع حصصها من الاشهار. (نصر الدين لعياضي، 2007، ص 68)

المسلسلات الأجنبية: تلجأ بعض القنوات التلفزيونية لإقتناء المسلسلات التلفزيونية الأجنبية بدل انتاج اعمال درامية محلية، ذلك أن الأولى

جمهورها "جاهز" وتكلفة شرائها أقل من الثانية، التي تتطلب ميزانية ضخمة، تشمل تكاليف الموقع مع التجهيزات وأجور الممثلين وخاصة النجوم منهم وطاقم العمل، دون إهمال تكاليف الإعلان والتسويق، مع احتمال عدم رضا الجمهور في الأخير عن العمل. (نصر الدين لعياضي، 2007، ص 69).

برامج قنوات الشرق الأوسط: MBC1, MBC4, MBCDrama

قنوات الشرق الأوسط من القنوات الخاصة التجارية، تتميز بـ"باقة برمجية" متنوعة حسب القناة.

برامج قناة mbc4 : مخصصة للمسلسلات وللبرامج الأجنبية وبالخصوص الأمريكية منها:

الدراما التركية: موسم الكرز، العشق الأسود، ما وراء الشمس، لعبة القدر والمدبلجة للعربية (اللهجة السورية) (برامج شهر ابريل 2016).

و المسلسلات الأمريكية المستوردة والتي تمثل حصة الأسد: Parksand

Recréation, The Good Wife, Days of Ourlives, Mike and Molly ...ex

البرامج الاخبارية الفنية الأمريكية:

Entertainment Tonight, The insider التي تتابع الحياة الشخصية للفنانين

ومشاهير الغناء و التمثيل والتقديم في أمريكا.

The Doctors, Dr Oz برامج تعنى بصحة المواطن الأمريكي.



بالإضافة إلى البرامج الخاصة بالمسابقات و الألعاب الاستعراضية في نسخها الأصلية أو في طبعاتها العربية على غرار American Got Talent, Arabs Got Talent برنامج Arab Idole, American Idol وغيرها.

برامج قناة mbc: نجد بعض الإنتاج المحلي خاصة ما تعلق بالبرامج الحوارية والكوميديّة و كذا الدرامية: صباح الخير يا عرب، برنامج بدرية، خواطر (الموسم 11) برنامج بالمختصر، دوت الشباب، بالعارضة، بدون شك، الثامنة، صدى الملاعب... الخ مسلسل واي فاي (الموسم الرابع). المسلسل الدرامي: نوايا، أحببتك من الصغر...

من خلال كل ما سبق فالتلفزيون الخاص:

- يميل لتقديم برامج مستوردة، أو تقديم نسخ جديدة لألعاب تلفزيونية طبعاتها الأصلية غربية.
- يقدم عبر برامجه رموز لثقافة غربيّة، وابتعد عن الخصوصيات الوطنية، عكس التلفزيون العمومي، الذي يركز على تقديم خدمة عمومية تراعي قيم ومبادئ مجتمعاتها.
- في تصوره، استقطاب الجماهير وسيلة لرفع العائد الاشهاري، والمجتمعات ليست سوى سوق تجارية.
- يعتبر المادة التلفزيونية أو البرنامج التلفزيوني سلعة أو منتج، ولا يهتم بالقيم ولا بالثقافة ولا بالتربية، بل يهيمه السعر والترفيه والتسلية والذوق العام. (نصر الدين لعياضي، 2007، ص 69).

الأمر الذي يفسر اعتماد القنوات التلفزيونية الخاصة على الأشهار بنسب تفوق 90%، والسؤال المطروح: كيف تحافظ هذه القنوات على جمهورها؟ مع العلم أن دراسات قياس المشاهدة، أكدت نفور الجمهور من الفواصل الاشهارية، ولجوءها للمشاهدة بالمواثبة zapping.

تلجأ القنوات التلفزيونية الخاصة الى انتهاج أساليب حديثة في البرمجة التلفزيونية ك: عرض برامج حديثة مرتبطة بالحدث، وتمتلك القدرة على تثبيت المشاهد أمام قناته التلفزيونية ب: النقل المباشر للمباريات الرياضية، والتظاهرات الفنية والأمسيات الكبرى... غير أن احتكار بعض المجموعات لحقوق البث حال دون ذلك.

بالإضافة الى استخدام تقنية البرنامج المتواصل، وهو أسلوب ايطالي يجمع الألعاب والمنوعات في شكل وحدة متكاملة تتخللها ومضات اشهارية، دون أن تحدث نفوراً لدى المشاهد. (نصر الدين لعياضي، 2007، ص 70).

### خصائص البرمجة التلفزيونية في الفضائيات العربية:

من أهم ميزات المشهد التلفزيوني العربي، صعوبة حصر عدد القنوات التلفزيونية الذي عرف اتساعاً في السنوات الأخيرة وهذا ما يوضحه الجدول أدناه:

## الجدول رقم:1

| السنة | عدد القنوات الفضائية العربية |
|-------|------------------------------|
| 2006  | 395 قناة                     |
| 2007  | 370 قناة                     |
| 2010  | 733 قناة                     |
| 2011  | 1096 قناة                    |
| 2013  | 1320 قناة                    |
| 2014  | 1294 قناة                    |

ملاحظة في مطلع التسعينات من القرن الماضي، كان عدد القنوات التلفزيونية من عمومية وخاصة محدوداً لا يتعدى عشرين أو ثلاثين قناة. في سنة 2013 ارتفع الى 1320 قناة منها 168 عمومية و 1152 خاصة والسبب راجع:

- للثورة التكنولوجية الرقمية التي عرفها القطاع، مما سهل البث الفضائي وبتكاليف منخفضة، وفتح آفاقاً واسعة في المجال.
- اندماج وتفاعل تكنولوجيات التلفزيون مع تكنولوجيات الأقمار الصناعية والحاسوب.(البث الفضائي العربي: التقرير السنوي، 2012-2013، ص 9)
- التحولات التي تعيشها المنطقة العربية ومواكبتها للتطور الحاصل، أدى الى تراجع احتكار الدولة للقطاع، وساعد على ظهور مدن إعلامية عربية. ورفع حجم الإنتاج، مع توفير فرص بعث المزيد من القنوات التلفزيونية.

○ اقبال الهيئات العربية على إحداث قنوات تلفزيونية عربية جديدة متخصصة، خاصة في المجال الرياضي.

عودة بث قنوات التلفزيون الليبي، التي اختفت مباشرة بعد الثورة، أدى إلى ارتفاع عدد القنوات العمومية. (البث الفضائي العربي: التقرير السنوي، 2012-2013، ص 21).

### جدول رقم:2 ترتيب التخصيص في القنوات العربية سنة 2014

| تخصص القناة التلفزيونية   | عدد القنوات التلفزيونية سنة 2014 |
|---------------------------|----------------------------------|
| القنوات الرياضية          | 170 قناة                         |
| الدراما ( أفلام ومسلسلات) | 152 قناة                         |
| المنوعات الغنائية         | 124 قناة                         |
| القنوات الدينية           | 95 قناة                          |
| القنوات الإخبارية         | 68 قناة                          |
| قنوات الأطفال             | 26 قناة                          |
| القنوات التعليمية         | 17 قناة                          |
| القنوات الوثائقية         | 16 قناة                          |
| القنوات الثقافية          | 09 قناة                          |

من خلال الجدول رقم:2 يتبين تصدر القنوات الدرامية والرياضية.

( البث الفضائي العربي: التقرير السنوي، 2014، ص 14).

يتميز المشهد التلفزيون الفضائي العربي بـ:

○ هيمنة القنوات التلفزيونية الخاصة أو التجارية (1129 قناة خاصة مقابل

165 قناة عمومية )

○ اللغة المستعملة في القنوات التلفزيونية العربية تنصدرها اللغة العربية واللهجات المحلية تلمها اللغة الأجنبية الأولى وهي الانجليزية. ( البث الفضائي العربي: التقرير السنوي، 2014، ص 15).

○ تغطية التخصص في القنوات التلفزيونية العربية كل المجالات: (نصر الدين لعياضي، 2007، ص 78).

- قنوات للطفل: طيور الجنة، براعم، سمس، قناة نون، سبايس تون، mbc3...

- قنوات للمرأة: قناة "هي" للمرأة العربية، النهار لكي، قناة سميرة...

- قنوات للأفلام والدراما : تنقسم الى:

✓ قنوات للسينما العربية ( المصرية ): روتانا سينما، روتانا زمان، سيما، بانوراما سينما، تايم سينما، الحياة سينما، ميلودي أفلام...

✓ قنوات عربية للأفلام الأجنبية (الأمريكية بالدرجة الأولى): mbc2, mbc Max , Dubaï one ,Fox Movies...

✓ قنوات عربية للسينما الهندية: zee Aflam, Mbc Bollywood...

- قنوات اخبارية: الجزيرة الاخبارية، الجزيرة مباشر، قناة العربية، العربية حدث، النهار الاخبارية، الشروق نيوز، دزاير نيوز، BBC البريطانية، فرانس24...

- قنوات الموسيقى والمنوعات الغنائية: روتانا كليب، روتانا موسيقى، Mazzika , FM، ميلودي Hits...

- القنوات الرياضية: **beIN SPORTS**، دبي الرياضية، الكويت الرياضية، نيل سبور، السعودية رياضة، الهداف...
- القنوات التعليمية: القنوات التعليمية المصرية EDUC .
- قنوات الاشهار: دزاير شوب، العقارية، CNBC العربية...
- قنوات لعروض الزواج وقراءة الكف والتنجيم: قناة المستقبل اللبنانية...
- استقطاب القنوات التلفزيونية العربية للاستثمار خاصة في الميادين التي تحقق اقبالا جماهيرياً وبالتالي تحقق ربحاً مادياً يجذب المعلنين: كالسينما والموسيقى خاصة من خلال برامج المسابقات الاستعراضية وبرامج " تلفزيون الواقع" و التعارف والزواج والشعوذة.
- وجود قنوات تلفزيونية تؤجر خدماتها للمؤسسات العامة أو الخاصة خلال فترة زمنية معينة.
- فرضت اقتصاديات الإعلام على القنوات التلفزيونية استحداث مصادر تمويل جديدة ما عدا التمويل الحكومي وعائدات الاشهار منها: الرسائل القصيرة التي تظهر في أسفل شاشات التلفزيون تحوي تحايا وتعازي وتهاني وأسئلة المشاهدين (قناة طيور الجنة، النهار لكي...). بالإضافة الى المسابقات التلفزيونية ( نصر الدين لعياضي، 2007، ص 78): مسابقة حلم لمصطفى الأغا، وبرنامج حروف وألوف لمحمد الشهيري على قناة mbc1.

كذلك الاعتماد على الراعي الرسمي لبعض البرامج التي تحظى بنسبة مشاهدة عالية.

- فتح الاستثمار في ميدان القنوات التلفزيونية المجال أمام توسع القنوات التلفزيونية ك: مؤسسة الشرق الأوسط MBC التي تفرعت الى: mbc 2 ، mbc 4 , mbc action , mbc Bollywood , mbc max , mbc 3

وقناة الجزيرة التي انشأت باقتها التلفزيونية: الجزيرة الاخبارية، الجزيرة أطفال، الجزيرة مباشر، الجزيرة الوثائقية. ( نصر الدين لعياضي، 2007، ص 78)

أسس البرمجة التلفزيونية العربية:

تسعى القنوات التلفزيونية العربية:

- ترقية الانتاج الوطني والمحلي.

- جذب الجماهير العربية بتلبية رغباتها، و ميولاتها أثناء إعداد الشبكات البرمجية بالاعتماد على دراسات الجمهور، لكن في واقع الحال تفتقد العديد من القنوات التلفزيونية العربية لهيئة خاصة بدراسة الجمهور وقياس المشاهدة.

- مما يجعلها تعاني نقصا في المعلومات حول جمهورها، وبالأخص بعد انتهاجها للبحث الفضائي، الذي وسع دائرة الجماهير المتعرضة لمضامينها.

- ولعل سبب عزوف المؤسسات التلفزيونية العربية عن امتلاك مؤسسات بحث خاصة بالجمهور، يعود لرغبتها في تفادي المصاريف المالية

الضخمة.فتتوجه لمراكز البحوث والدراسات الحكومية المعتمدة على عينة محددة بالإطار الجغرافي الزمني، في وقت حطمت فيها القنوات الفضائية، والبث عبر شبكة الانترنت الحدود الزمكانية، كما أنها لا تقدم معلومات كافية عن مؤشرات حجم المشاهدة ولا تتمتع بالاستقلالية مما يؤثر على مصداقيتها.

في التلفزيون الجزائري تم انشاء وحدة لقياس المشاهدة سنة 1999، غير أنه في الوقت الحالي لا توجد استطلاعات لرأي المشاهدين، ويبرر ذلك بكون القائم بإعداد البرمجة التلفزيونية ينتمي لمجتمعه، فهو إذن على دراية تامة بخصائص ورغبات وميولات الجمهور، لذا لا يحتاج لقياس المشاهدة، وإذا تم الاعتماد على دراسات للجمهور واستطلاعات للمشاهدة، فإنه لا يمكن لقناة تلفزيونية عمومية تلبية رغبات الجمهور الجزائري حتى وإن كانت ملمة بحاجياته.

- يتميز واقع دراسات الجمهور وقياس عملية المشاهدة بعدم تطوير أداة القياس، وعدم الاعتماد على الدراسات العلمية المعمقة لفعل المشاهدة التلفزيونية، بعاداتها وأنماطها ورهاناتها الثقافية والسياسية والاقتصادية، مما أثر على تطوير البرمجة التلفزيونية. وأبقاها رهينة مزاج المبرمج، في استناده على رد فعل آني للجمهور:(المكالمات الهاتفية، البريد الإلكتروني، الرسائل القصيرة التي تتعلق فقط بالبرامج الاستعراضية والتفاعلية، ولا



تفيد البرامج الدرامية والوثائقية والاعلامية...وبرامج الأطفال...).وافتقارها لسند علي.

- أما عامل المنافسة فلا تعده القنوات التلفزيونية العمومية عاملاً أساسياً يعتمد عليه في إعداد الخارطة البرمجية التلفزيونية رغم أهميته، إذ يعد المحرك الأساسي في بناء الشبكة البرمجية التلفزيونية بالبرامج المستقطبة للجماهير، لأنها تتلقى تمويلها من قبل الدولة، فتزايد الجماهير أوتناقصها لا يؤثر على ميزانيتها.

- غير أنها تهتم القنوات التجارية والخاصة التي تعتمد كما أسلفنا على عائدات الاشهار والاستثمار، على أساس الاستحواذ على جماهير القنوات المنافسة أو اقتسامه معها، والمنافسة تكون بتقليد ومحاكاة شبكات البرامج للقنوات التلفزيونية الناجحة، أو بتقديم برامج تتقاطع مع مشاهدي المحطات الأخرى لاستقطابهم.

تفرض المنافسة على القنوات التلفزيونية العربية، تقديم برامج تدور في فلك:(الجنس،الدين، السياسة).بالإضافة الى احتكار بعض القنوات لبث بعض البرامج: كالقناة الرياضية beIN sports.( نصر الدين لعياضي، 2007، ص 112).

- الإشهار من أهم مصادر تمويل القنوات التلفزيونية، غير أن هناك تكتم عن ذكر العائد المالي من الإشهار، فلا مجال لإغفال كون الإشهار من أهم محددات البرمجة وذلك لأن: القائم على البرمجة يأخذ بعين الاعتبار

المساحات المخصصة للإشهار، وهذا يختلف من قناة لأخرى حسب تسعيرة الاشهار التي تتحكم فيها المنافسة، التي تملّي على القنوات التلفزيونية تخفيض تكلفة الاشهار لجذب المعلنين بتوزيع المساحة المخصصة للإعلان على حساب البرامج الأخرى.(نصر الدين لعياضي، 2007، ص 113).

- من جهة أخرى، التشريعات والقوانين تلعب دوراً في اعداد الخارطة البرمجية في التلفزيونات المغاربية ( تونس الجزائر و المغرب)، و الذي يحدد دور ومهام كل قناة تلفزيونية حسب طبيعتها القانونية.

### التلفزيون الجزائري الخاص:

مع فتح المجال السمي البصري في الجزائر أمام الاستثمار، ظهرت العديد من القنوات الخاصة، وبلغت في ظرف قياسي لا يتعدى أربع سنوات 43 قناة، خمسة منها فقط معتمدة من قبل الدولة الجزائرية، حسب تصريحات وزيرها للاتصال بمناسبة محاضرة حول أخلاقيات العمل الصحفي بحضور رئيس مجلس الصحافة السويسري "دومينيك فونبرغ".

بعض هذه القنوات الخاصة التي ميزت المشهد الإعلامي الجزائري، استطاعت أن تفرض نفسها على الساحة. والبعض الآخر بقي مجهولاً لدى الجمهور الجزائري.

وحسب الوزير الجزائري، فإن وزارته بصدد التحضير لنصوص تنظيمية من شأنها تأطير عمل القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر، واعتبر أن

القنوات الـ الثمانية والثلاثين التي لم تحظى باعتماد الدولة غير موجودة وغير معترف بها. (www.algerie-focus.com).

الجمهور الجزائري بين العمومي والخاص، الى أين سيتوجه؟

حسب دراسات سبر الآراء:

وفي دراسة أجراها المعهد الفرنسي " ايمار" لسبر الآراء حول انماط وعادات مشاهدة الجمهور الجزائري للتلفزيون خلال شهر رمضان 2013، على عينة من المشاهدين تتجاوز اعمارهم 15 سنة (2100 مفردة العاصمة، سطيف، قسنطينة، وهران، بسكرة) من الفترة 11 الى 24 جويلية.

كانت النتائج مختلفة تتمحور حول ( مشاهدة القناة مرة واحدة على الأقل، نسبة الوقت الذي يمضيه المشاهد في متابعة قناة معينة، بالنسبة للوقت الكلي الذي يمضيه امام شاشة التلفزيون).

احتل التلفزيون الخاص المرتبة الأولى في التغطية، في حين احتل العمومي بقنواته الثلاث الحصة الكبرى من نسبة المشاهدة 38% ( الجزائرية الثالثة 20%، كنال الجيري 6.5%، والقناة الأرضية 11.5% ).

(www.algerie-focus.com)

| القناة              | نسبة المشاهدة | طبيعة القناة |
|---------------------|---------------|--------------|
| الجزائرية الثالثة   | 20%           | عمومية       |
| الشروق TV           | 17.6%         | خاصة         |
| القناة الأرضية ENTV | 11.5%         | عمومية       |
| تلفزيون النهار TV   | 11.0%         | خاصة         |
| الجزائرية TV        | 7.3%          | خاصة         |
| كنال الجيري         | 6.3%          | عمومية       |

وتقاسمت القنوات التلفزيونية الاجنبية، MBC 1, MBC DRAMA, ونسمة الحمراء ونسمة الخضراء نسبة 10.9% القنوات العشرة التي نتجت عن الدراسة تحتكر 84.8% من الوقت الذي يكرسه الجزائريون للمشاهدة، هذا ما يوضح أن الوفرة الكبيرة للقنوات الفضائية العربية والاجنبية، لا تعني بالضرورة تقسيماً للجمهور.

### عادات المشاهدة التلفزيونية للجمهور الجزائري:

في الاسبوع الأول من الدراسة،تكشفت عن احتلال قناتي الشروق TV والجزائرية الثالثة A3 للمراتب الأولى في التغطية 28% بما يقدر بـ 6.63 مليون مشاهد من المناطق الحضرية.

تلتهما قناة النهار بـ 19% ما يقابله 4.5 مليون مشاهد تليها القناة الأرضية (15% أي 3.6 مليون مشاهد)، الجزائرية ( 13% أي 3.1 مليون مشاهد)، الكنال الجيري ( 10% ما يقابله 2.4 مليون مشاهد)

من جهة أخرى، في ما يخص الوقت المخصص لمشاهدة كل قناة تلفزيونية أثناء ما يسمى "المشاهدة بالمواثبة zapping"

القنوات العمومية تحتل حصة الأسد بـ 38% من السوق ( الجزائرية الثالثة 20% من نسبة المشاهدة، الأرضية 11.5%، و 6.3% لقناة كنال الجيري).

أما فيما يخص ترتيب المشاهدة لكل قناة على حدى، تحتل الجزائرية الثالثة المرتبة الأولى لتليها الشروق، ثم الأرضية ثم قناة النهار الجزائرية. (www.algerie-focus)

فيما يخص البرامج تمكن البرنامج الدرامي (أسرار الماضي) الذي بث عقب الافطار على القناة الجزائرية الثالثة، أن يتحصل على نسبة مشاهدة 30.4% ( 7.2 مليون مشاهد) في الأسبوع الأول من شهر رمضان، يليه البرنامج الكوميدي (عمار الحاج لخضر) على قناة الشروق TV بنسبة 23.8% من نسبة المشاهدة، ثم البرنامج "أرواحي جرتي" على قناة الجزائرية الثالثة بنسبة 22.9%.

في الأسبوع الثاني: ابتداء من الأسبوع الثاني، احتكرت القنوات الخاصة الجزائرية "سوق المشاهدين"، وتراجعت القنوات التلفزيونية العمومية ما عدا القناة الرابعة.

احتفظت قناة الشروق TV بالمرتبة الأولى بنسبة 28% من التغطية، تليها قناة النهار التي تقدمت بـ 5 نقاط (24%)، وتراجعت الجزائرية الثالثة بـ 7 نقاط (21%)، وتراجعت القناة الأرضية والكنال ألجيري بـ 4 الى 5 نقاط على التوالي، وسجلت 11% و 5% على التوالي من التغطية، في حين دخلت القناة الجزائرية الرابعة ضمن القنوات الـ 10 الأولى بـ 1.5%.

في نفس الوقت تراجعت القنوات التلفزيونية الأجنبية، ولم تتيق سوى القناة التلفزيونية نسمة الحمراء والجزيرة الرياضية، و الـ mbc Drama: التي لم تتجاوز 4% لكل منها في التغطية. (www.algerie.focus.com).

نتيجة: يمكن القول أن الجمهور الجزائري مع فتح المجال السمي البصري، كان في مرحلة اكتشاف لهذا المشهد الإعلامي الجزائري الجديد، فتموقع بين مشاهدة القنوات العمومية -خاصة في الشهر الفضيل- ومتابعة النشرات الإخبارية الرئيسية، فضلا على مشاهدة القنوات الأجنبية التي تعود عليها، مع إعطاء الفرصة لمعرفة ما جاءت به القنوات الجزائرية الخاصة، وتبين من خلال الدراسة أنه سرعان ما ألتف حولها و استقطبته برامجها خاصة الوطنية منها.

سمحت السلطات المسؤولة عن القطاع التلفزيوني لقنوات: "الشروق" "النهار" وقناة "الجزائرية" بعد سنة من البث غير الرسمي من الخارج، بفتح مكاتب بالجزائر العاصمة، الذي أعتبر -في غياب اعتماد قانوني كامل بدفتر شروط- بمثابة انفتاح و عهد جديد في التعامل الرسمي بين السلطة السياسية الجزائرية والإعلام التلفزيوني الخاص،

في جانفي 2013 استطاعت قناتا "النهار" و"الشروق"، تغطية أحداث مركب تيقنتورين ب:إن اميناس، وهذا الاعتماد من قبل وزارة الاتصال تكنت هاته القنوات من تغطية الأحداث الداخلية: السياسية، الاجتماعية و حتى الأمنية التي تجري بالجزائر. (www.algerie-focus.com).

## بعد اربع سنوات من ظهور القنوات الخاصة..ما الجديد؟

يتميز المشهد الاعلامي السمعي البصري في الجزائر بعد سنوات قليلة من فتح المجال السمعي البصري أمام الاستثمار، بميلاد قنوات خاصة ( قناة الشروق والنهار والجزائرية) وقنوات أخرى لم يتم الاعتراف بها بعد من قبل الدولة، لكن رغم ذلك من المهم جداً الوقوف على التطور الحاصل في المجال:

- تزايد وتوسع القنوات الخاصة وتفرعها وظهور التخصص على غرار:
  - قناة النهار التي تفرعت الى النهار الاخبارية " نيوز" المتخصصة بالأخبار و"النهار لكي" الموجهة للمرأة.
  - قناة الشروق TV التي تفرعت الى: الشروق الاخبارية "نيوز" المتخصصة في الاخبار. والشروق العامة " الجامعة"، هي قناة موجهة لتلبية كل رغبات المشاهد الجزائري، والشروق بنة": الموجهة بالدرجة الأولى للمرأة، والمتخصصة في الطبخ والخياطة..
  - دزاير نيوز: اخبارية متخصصة. و"دزاير TV" قناة جامعة وقنوات أخرى للإشهار وتقديم الخدمات " دزاير 21، دزاير 19، دزاير Shop...).
  - انشاء القناة التلفزيونية "الخبرKBC": وهي قناة جامعة.

ظهور القنوات الجزائرية الخاصة والمتخصصة في:

- قناة الهذاف المتخصصة في الرياضة
- قناة سميرة والشروق بنة: موجهة للمرأة تختص في الطبخ الجزائري والخياطة...

- قناة النهارلكي: موجهة للمرأة.

بالإضافة إلى قنوات أخرى تبث من الخارج : نوميديا نيوز، العصر، جرجرة، الهقار، Beur tv، الأجواء، ... الخ.

○ استخدام أغلب القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة التكنولوجيات الحديثة للإتصال:

- من مواقع الكترونية على شبكة الانترنت.

- حسابات على شبكة التواصل الاجتماعي الفاييس بوك...

- أغلب البرامج المعروضة على القنوات التلفزيونية الخاصة متوفرة على شبكة اليوتيوب.

- تمنح القنوات التلفزيونية لمشاهديها فرصة التواصل والتفاعل مع القناة، وابداء الرأي حول البرنامج.من خلال صفحات التواصل الاجتماعي.

أظهر سبر الآراء الذي أجراه معهد " ايمار " - المتخصص في قياس نسبة المشاهدة للقنوات التلفزيونية الجزائرية (فيفري 2015) على عينة حجمها 1385 شخص من مختلف الفئات العمرية والاجتماعية والمهنية- أن القنوات الخاصة تتربع على نسب المشاهدة العالية لدى الجمهور الجزائري بداية بقناة الشروق العامة التي تحتل المرتبة الأولى بنسبة 51.4% تليها القناة العمومية" الجزائرية الثالثة " بنسبة: 43.4%، و يحتل تلفزيون الخبر kbc المرتبة الثالثة في قائمة ترتيب أهم القنوات التلفزيونية العامة في الجزائر من



حيث المشاهدة بنسبة: 31.3% من إجمالي معدلات المشاهدة لدى عينة المستجوبين.

في حين تتصدر قناة النهار الاخبارية قائمة القنوات المتخصصة بنسبة مشاهدة بلغت 37.7% تلتها قناة الشروق الإخبارية بـ 19% ثم البلاد TV بنسبة 5.3% بالمقابل تتصدر قناة سميرة القنوات المتخصصة في الطبخ و المرأة بنسبة 34.3% ثم الهذاف 18.5% وتلفزيون القرآن الكريم 15.2%.  
(www.elkhabar.com)

في دراسة أخرى أجراها معهد " ايمار " لسبر الآراء في آخر أسبوع من شهر ديسمبر 2015، أظهر احتفاظ قناة الشروق العامة الجزائرية بالمرتبة الأولى بنسبة 56% من إجمالي المشاهدة في قائمة القنوات التلفزيونية الجزائرية العمومية والخاصة والقنوات المغاربية والعربية، وقد حجم جمهورها بـ 12 مليون جزائري كمشاهدين أوفياء يتابعون مختلف برامجها على مدار اليوم مسجلة أعلى نسبة تطور قدرتها الدراسة بـ 18.2%.

واحتلت في نفس الدراسة قناة النهار الاخبارية المرتبة الثانية كقناة متخصصة في الأخبار بنسبة 40.7% واحتلت قناة "سميرة" TV المرتبة الرابعة بعد Mbc 4 بنسبة 35.1% واحتلت الجزائرية الثالثة والهدف المتخصصة في الرياضة، المراتب السادسة والسابعة على التوالي بعد Mbc 1 وتليهما Mbc 2 و Mbc Bollywood لتحل قناة الخبر kbc" المرتبة العاشرة، وهي بذلك القناة العامة الثانية الخاصة في الترتيب بنسبة 27.5%.

في حين تبقى القناة التلفزيونية Mbc 4 تحتل المراتب الأولى ضمن Top 5 ضمن القنوات الخمس الأولى في الوطن العربي بفضل مسلسلاتها التركية و الأمريكية.

قناة "نسمة" التونسية أيضا تحتفظ هي الأخرى بمكانتها، وقد عرفت تطوراً يقدر بـ 6.6% من حجم المشاهدة.

وبالتالي ضمن 20 قناة تلفزيونية يشاهدها الجمهور الجزائري هناك 12 قناة جزائرية تسيطر على المشهد: الشروق TV، النهار الإخبارية، قناة سميرة، الهدف TV، الخبر kbc، الشروق الإخبارية، النهار لكي... (جريدة الشروق اليومي، العدد: 4999)

خاتمة:

يمكن القول من خلال النتائج التي توصل إليها معهد "ايمار" لسبر الآراء، أن القنوات التلفزيونية الخاصة سرعان ما وجدت لنفسها مكاناً لدى الجمهور الجزائري، وحجزت مكانة مهمة في المشهد الإعلامي السمعي البصري في الجزائر، رغم نقص الخبرة والإمكانات المحدودة وتنوع وكثرة الفضائيات العربية والأجنبية، بالإضافة إلى أن الجمهور الجزائري على استعداد تام لتلقي الإنتاج الوطني والمحلي.

## البيبلوغرافيا:

1. نصرالدين لعياضي. يوسف تمار. (2007). فن البرمجة وإعداد الخارطة البرمجية في القنوات التلفزيونية العربية:جدلية التصور والممارسة. تونس: سلسلة بحوث ودراسات إذاعية.
2. البث الفضائي العربي. (2013). التقرير السنوي. مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس.
3. البث الفضائي العربي.(2014).التقرير السنوي. مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية،تونس.
4. .Jean-Louis MISSIKA.(2006). **La fin de la télévision**. Paris, Éd. Le Seuil, coll. La République des Idées.
5. [www.algerie-focus.com/2013/08/le-top-10-des-chaines-de-television-les-plus-regardees-en-algerie/](http://www.algerie-focus.com/2013/08/le-top-10-des-chaines-de-television-les-plus-regardees-en-algerie/)
6. [www.algerie-focus.com/2013/08/tout-savoir-des-habitudes-televisees-des-algeriens/](http://www.algerie-focus.com/2013/08/tout-savoir-des-habitudes-televisees-des-algeriens/).
7. [www.elkhabar.compresse/article/11749/](http://www.elkhabar.compresse/article/11749/)