**المحاضرة السابعة : قياس الجمهور في الجزائر : الواقع والاشكاليات**

**الهدف الخاص :**

**ان يكون الطالب في نهاية المحاضرة قادرا على : اقتراح حلول لاشكالية قياس الجمهور في الجزائر بناءا على استقراء منظومات قياس عالمية عريقة و تبعا للخصوصيات الثقافية والسياسية والاجتماعية للجزائر**

**الاهداف الاجرائية :**

* **ان يرسم الطالب معالم اشكالية قياس الجمهورفي الجزائر**
* **ان يشرح الطالب اسباب غياب منظومة قياس الجمهورفي الجزائر**
* **ان يقترح الطالب حلول عملية لارساء منظومة لقاياس الجمهورفي الجزائر**

**مقدمة :**

 **ان كانت أبحاث الجمهور الميدانية في الغرب قد تطورت مع ظهور وسائل الإعلام الإليكترونية (الإذاعة في العشرينيات والتلفزيون في الخمسينيات) في كل من المملكة المتحدة والولايات المتحدة الأمريكية، ثم تلتها فرنسا بعد إدخال الإشهار التجاري في التلفزيون سنة 1968 قد اعقبها انشاء منظومات قياس قياس الجمهور( فرنسا 1995-كندا 1942 بريطانيا 1981-امريكا في الستينات ) ، فان الجزائر لم يعرف أي مبادرة جدية من الفاعلين في هذا الاتجاه على غرار جيرانها المغرب وتونس المشابهة لها في الظروف الديموغرافية والسياسية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية والعلمية، التي خطت خطوت مهمة في مجال التنظيم القانوني والاقتصادي والمهني لهذا المجال**

 **كما راينا في المحاضرات السابقة اهمية الدور الذي تلعبه بيانات المتابعة الجماهيرية لوسائل الاعلام في ارساء سوقٍ إعلامية فعالة في معظم الدول،من جهة ، وارشاد المعلنين لااتخاذ القرارات المناسبة بخصوص دعائم الاشهار المناسبة ، وفي الجزائر ، لا تنطبق هذه القاعدة على بكل اشكاله المكتوب والسمعي البصري وحتى ذلك المتواجد في البيئة الرقمية الافتراضية ( المواقع الالكترونية ) الذي يبدو أنه يمتثل لمجموعة مختلفة من القواعد.**

 **لقد كان يفترض ان يساهم جملة من الظروف السياسية والاقتصادية والاعلامية للمضي في تنظسم السوق الاشهاري والاعلاني والاعلامي والمبادرة بانشاء مراكز قياس الجمهور ، خاصة بعد الانفتاح على القطاع الخاص في السمعي البصري منذ 2012 وقبله تبني التعددية الاعلامية في الصحافة المكتوبة ، وصولا الى تضاعف عدد المواقع الاخبارية الالكترونية وتضاعف صناعة المحتوى في الانترنيت مطلع الالفية ، وتضاعف عائدات الاشهار التي فاقت 3 ملايير دج ( 2015 ) ، وما الحملات الشرسة المفتعلة بين القنوات الخاصة في الجزائر على الاحصائيات التي تصدرها المراكز الدولية المختصة في قياس الجمهور على غرار مؤسسة ايمار الفرنسية حول نسب مشاهدة القنوات الخاصة كالنهار والشروق وبالتحديد في رمضان الا دليل على المكاسب المادية والمعنوية التي باتت تحققها على حساب مدى مصداقية ومشروعية نشاطها في الجزائر .**

**لقد دفعت المنافسة الشرسة بين القنوات الخاصة على الجمهور بعضها الى اعتماد طرق بديلة لتاكيد هذه النسب او دحضها ، كانجاز استفتاءات او اسبار اراء المشاهدين عبر سبكة الانترنيت، التي عادة ما تنتهي الى تاكيد تصدرها لنسب المشاهدة بل هناك من نصبت نفسها القناة الاخبارية الاولى في الجزائر على غرار النهار ؟؟؟؟؟؟**

 **على مايبدو فان اشكالية قياس الجمهور في الجزائر تعود بالاساس الى عدم شرعية مؤسسات قياس الجمهور التي تستمرفي القيام بدراسات غير معترف بها ، لغياب شروط الحياد والاستقلالية والشكوك الجدّية العديدة حول مصداقيتها ونزاهتها، لعدم خضوعها لأي شكل من أشكال المراقبة للتحقّق من نزاهة الاليات المنهجية التي تستخدمها ومن موضوعيتها أو وجدّيتها من قبل هيئة معترف بها من الفاعلين في مجال قياس الجمهور في الجزائر**