

/

2006 -2005 //

افساء

"

"

"

"

"

"

"

"

كلمة شكر

/

,

,

,

مقدمة :

"

(1) "

() 1967

1981 (Aérospatial)
1985

()

150 »

(2) « 2004

(62 2002 , , ' _____ ' -1
) , -2
129 , , 4 _____

98

» (1)

(2) « 2002 %

—

()

»

. (3) «

" "

:

2003 ,

-1

-2

60 , ,

-3

الإشكالية :

-)

(-

:

.

:

- 1

-2

- 3

- 4

:

- 5

:

:

:

-1

-

.

-

"

(1). « %1.11

: -2

-

-

طبيعة الدراسة:

أهداف الدراسة:

31 , 1993 , , , -1

نوع الدراسة ومنهجيتها:

»:

«(1).

»

« (2)

36 , 1982 ,

132, , 1983

-1

-2

) ,

.(1)«

) ,

.(2)(

, ,

,

,

,

,

.

,

.

))

183 , ,1993 ,	_____ ,	-	1
182 , ,1983 ,	_____ ,	-	2

(1)

. ((

,
))

,(2)((

)

(3)((

08/02

28

2004/09/15

39 ,1984 , , ,

184 , , ,
305 , , ,

-1

-2

-3

تحديد المفاهيم :

1 - السلوك الاتصالي :

:

"

" (1)

2 - الاستعمالات والاشباكات:

":

()

203 , , -1

»
« (1)

Michael Kunizik :

3 - الدوافع والحاجات:

« (1)

»:

»

(2)

1- E DEUTSH ; LES TECHNIQUES PSYCHO-SOCIOLOGIQUES AU SERVICE DE L'ETUDE
DE MARCHÉ ; CAHIER DE L'INSTITUT DE SCIENCES ECONOMIQUES APPLIQUEE N 71 ;
PARIS 1951 P,07

116 ,1977

-2

»: (1) «

. (2) «

)

(3)

(

"

" "

.«

.

...

....

...

. - - :

.

73 , 1984 , , _____ , -1

306 , 1992 , , : , _____ , -2

217 , 1997 , , _____ , -3

*

:

-
-
-
-

:

% 5

% 90

:

% 96.5

% 98.5

% 100

%.92

% 94.5

% 95.5

:

%. 100

*

*

-2

% 41.5

% 40.6

% 41.7

.%11.2

_____ (_____) , _____ *

114 , 1992 , _____

% 50
 % 59.2 % 34.6 % 41.4
 % 55.3 % 63.
 % 41.3 % 55.8
 % 33.9 % 67.7
 . % 51.3
 % 53.6
 . % 36.5
 . % 33.3
 . % 71.5

*

-4

:

2003, _____ *

:

-
-
-
-
-

-

.

.

:

-

75.1

.%

-

% 27.8

% 46.3

% 25.9

.

% 27.8

-

% 46.3

.

-

)

.(

-

-

-

.()

-

()

"

"

*

-4

*

' _____ '

2000

:

-

-

(250)

-

.

:

-

.

.

-

-

.

-

-

.

-

.

-

.

250

دراسات جمهور وسائل الإعلام وتطورها :

()

(1)

1- ATTALLAH (paul) theories de la communications : sens . sujets . savoirs . télé . université . sainte foy (quebec) . Canada . 1994 . p :85

المبحث الأول: المنطلقات النظرية لدراسات الجمهور ووسائل الإعلام

»

()

«(1)

:

" "

» -

-

«(1)

-

()

»

198 ، ، -1

() ، -2
45 ، 1992 ، ،

.(1)«

:

.

, .

.

(2)«

»

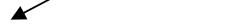
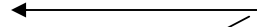
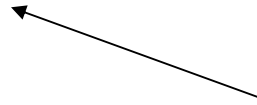
81 , 1992 , , 22 , , -1
_____ -2

“ ”

:

:

(1)



»

(2)«

1- LAZAR (judith) ; sociologie de la communication de masse ;Arnaud colline ; paris ; 1991 ;p09

2- MARIET(François) ; le marché télévisuel et la democratie de l’audience ; dans télévision mutations communication n 51 seuil ; 1990 ;

"gros téléspectateurs"

" petits téléspectateurs"

"Michel Souchon"

.(1)«

()

" "

1- SOUCHON (Michel ; un public ou des publics ? ; un dilemme pour le secteur public et la télévision dans : televisions mutations communication ; n51 ;p72

المبحث الثاني: السمات الأساسية لجمهور التلفزيون وطبيعة سلوكه الاتصال

(1).

1 - السمات الشخصية أو الأولية :

:

:

-

:

-

2 - السمات الاجتماعية و الفردية:

-

3 - السمات السلوكية لدارسة جمهور وسائل الإعلام:

(1)«

: - 1

(1)

:

2 - التعزيز والتدعيم:

:

3 - المحاكاة:

4 - المعرفة الإدراكية:

(2).

)

... (

79	,	,	-1
169	,	,	-2

(1)

: الاستخدامات والاشباعات في فهم جمهور

وسائل الإعلام

.

:

:

()

" "

.

المبحث الأول: التحليل الوظيفي للاستخدامات والاشبهات

1 - ماهية المنظور الوظيفي :

»

«(1)

»

Alain Robin

:

(2)

" "

, 1998

126 , ,

-1
129

-2

2 – المسلمات الأساسية للمنظور الوظيفي :

1957 **Robert Merton**

(1)

- 1

- 2

- 3

- 4

3 - مبادئ المنظور الوظيفي :

:

.

-

-

.

-

-

:

.(1)

"

-

1- ATTALLAH(Paul) ; théories de la communication : histoire ; contexte ; pouvoir ; collection et société ; télé université ; qubec (canada ; 1991 ; p 51

المبحث الثاني : ماهية وتطور نظرية الاستخدامات وعلاقتها بمفهوم
البديل الوظيفي :

" "

" "

« » « »

(1)« »

" 1974

"

(2)

.

"

"

Magic Bullet

"

"

"

"

"

.

"

" "

(1)

.

.

الخلفية التاريخية لنظرية الاستخدامات والإشباع وأصولها:

»

(1)«

Wernerx Tankard

(2)

(1960 - 1945)

() " "

:

240 266 , -1
-2

الدراسات الأولى ضمن منظور الاستخدامات والاشباع:

(1)

(Herta Herzog) - 1

1941

:

: 1942

% 21

2500

% 41

(- - -)

1945

:Bernard Berelson

- 3

Herta Herzog

" "

4

1948 "worned et Henry " - 3

."

"

" " " "

- -:

. :

-

1955 - 4

.«

»:

the effects of »

": 1960 () «mass communication

!!

دراسة بلومر وزملائه :

(1)- -

"Jay Blumler"

1969 (leeds)

-

1- Mc QUAIL(Denis) . Blummer (G) and BROWN(jr) ;(the televition audience) ; in sociology of mass communication ; selected reading edited DENIS MC QUAIL . aren sed perspectué; 1972; p138

"levasion" "escapisme " "

.

:

-

-

:

:

:

-

-

-

-

.

-

.

-

.

.

الأهداف الرئيسية لبحوث الاستعمالات والإشباعات(1):

:

:

- 1

- 2

- 3

Alain

()

Robin

" "

" "

:

نتائج بحوث الاستعمالات وإشباع الرغبات*:

-

:

:

-

:

-

:

-

:

-

*MCQUAIL . BLUMLER . BROWN . opcite , p 139

Widhall et Rosenger

équivalent fonctionnel(1)

" "

" Paul Attallah "

: **"théories de la communication"**

- 1

- 2

- 3

دوافع استعمال البدائل الوظيفية :

:

(1)

:

-

-

لمبحث الثالث: نظريات التأثير الانتقائي ودورها في التحليل النفسي
الاجتماعي

)

.(

"

"

"

"

"

-

-

"

"

:

:

- 1

- 2

- 3

.

:

1 - نظرية الفروق الفردية (*):

" "

"

De fleur

(1)«

"

(2)

"

276 ، ، -1

* أديب خضور، صورة المرأة في الإعلام العربي، دار الإمام للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 1999، ص7.

2 - نظرية الفروق الاجتماعية:

)

(...

(1)

« (2)

9 ، ، -1
266-264 ، ، -2

3 - نظرية العلاقات الاجتماعية*:

-)

-

(

(-)

256 , , -1

()

المبادئ الأساسية التي تحكم سلوك الأفراد:

أ - مبدأ الاهتمام الانتقائي:

(1)

" "

- مبدأ الإدراك الانتقائي

"

(2)

53 , 1983 , , 1 , 277 , , -1
-2

"

- مبدأ التذكر الانتقائي:

()

- مبدأ التصرف الانتقائي:

"

:

% 15 % 84 % 55 %40 11% (1) % 45

:

:

- 1

- 2

- 3

¹ إبراهيم عرابيية : الفضائيات والقضايا العربية : <http://www.aljazeera.net>

المبحث الأول: تطور أنظمة الاتصال في العالم وفي الدول العربية

1957 1

1960

1961

(1)

1962 eurovision

" "

oscar

(11)

comsat

intelsat

.(2) :

1989 - 1980		1962	
1991 - 1989		1967	
1996 - 1993		1968	
1997		1971	

1982

.(3)1983

151 , 1998 -1
 272 , () -2
 324 , 1979 , -3

(1)

intelsat

12

% 1.72

1967

1976

14

Aéro

.1981
spatial

:

- 1

- 2

- 3

- 4

- 5

1

Arabsat

1985

Arabsat 2

% 100

-1 -

145

((,))

1994

.1992

Aéro spatial

1996 A2 (1)

Arabsat

BSS1

1996

(2) 1999

' _____ , -1
99 , 2000 , ,
99 , 1995 , , _____ , -2

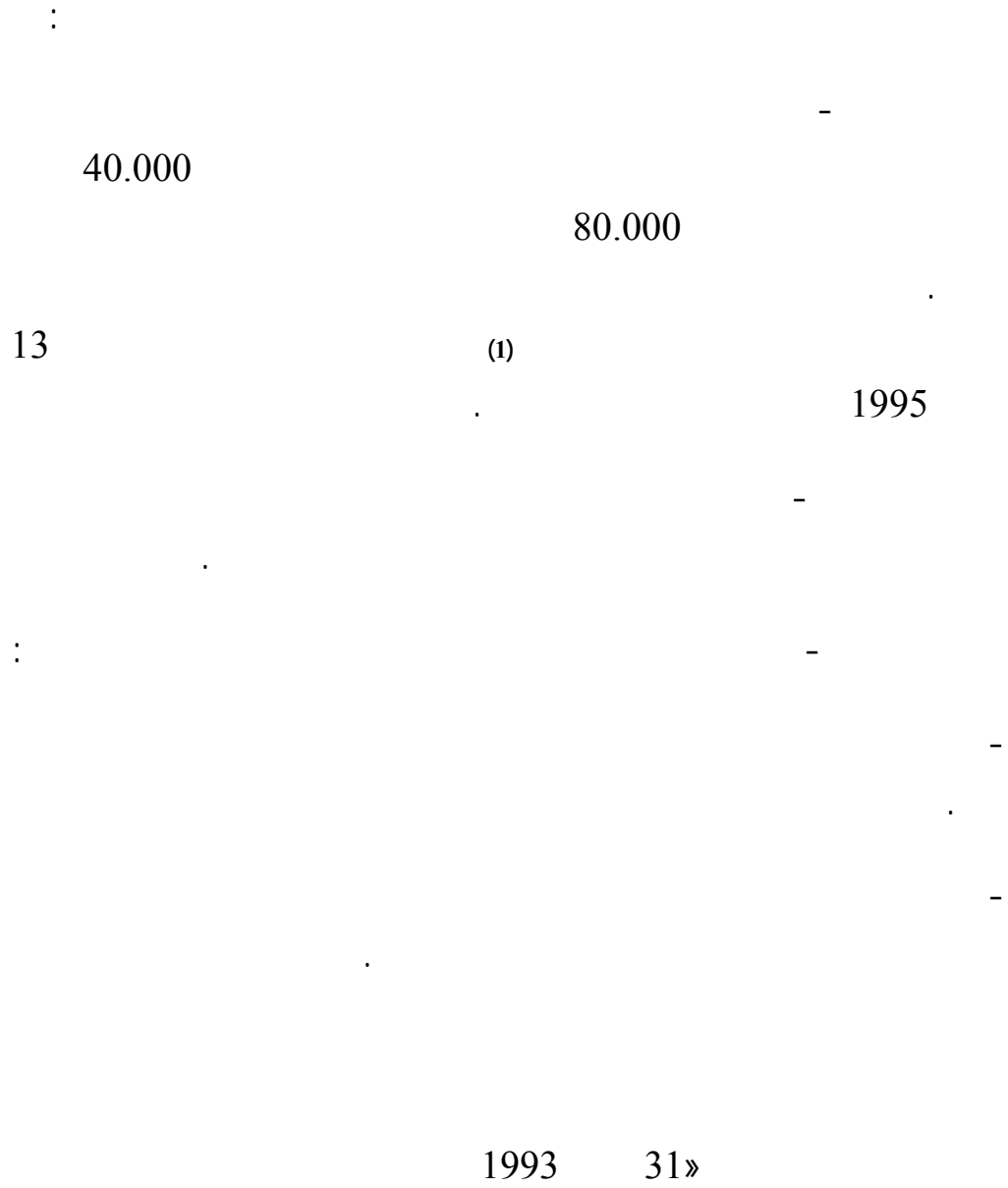
وصف الوضع القائم للبث الفضائي العربي (*)

1 - القنوات العربية الحكومية

intelsat 707	X		X
F311	X		X
A2	X		X
F311	X		X
A2	X		X
A2	X		X
F311 601	X		X
A2	X	X	X
+2 F311	X		X
A2	X		X
+ + +	X		X
PANAMSAT	X	X	X
+	X		X
	X		X
A2	X		X
A2 703	X		X
B2	X		X
A2	X		X
	X		X

* القنوات الفضائية العربية ، المرجع السابق، ص 408.

سمات البث الفضائي العربي:



105 ، 1994 ، 2 ، 1 ، ، ، ، 2000 ، -1

(1) «
»

«

100 . , -1

المبحث الثاني : واقع الإنتاج الإعلامي العربي ومكانته في
الفضائيات العربية

5000 1991

1200

(1) « 2000

: -
.

250

(1)

"

»

:

(2)«

67 . , _____ () , -1
-2

واقع الإنتاج العربي : *

	% 40	%60	
	% 35	% 65	7
	/	/	
/	% 23.4	% 76.6	
/	/	% 100	
% 01	% 69	% 30	
	% 25	% 75	
% 20	% 25	% 50	
% 20	% 35	% 45	
		% 100	1
		% 100	2
		% 100	
% 5	% 15	% 80	
/	/	/	1
/	/	/	2
/	/	/	

خارطة الشبكة الفضائية العربية :

12 1990 (1)

18 1991

MBC:

26A2 :

11F1

20

BMT

) MBC1- :

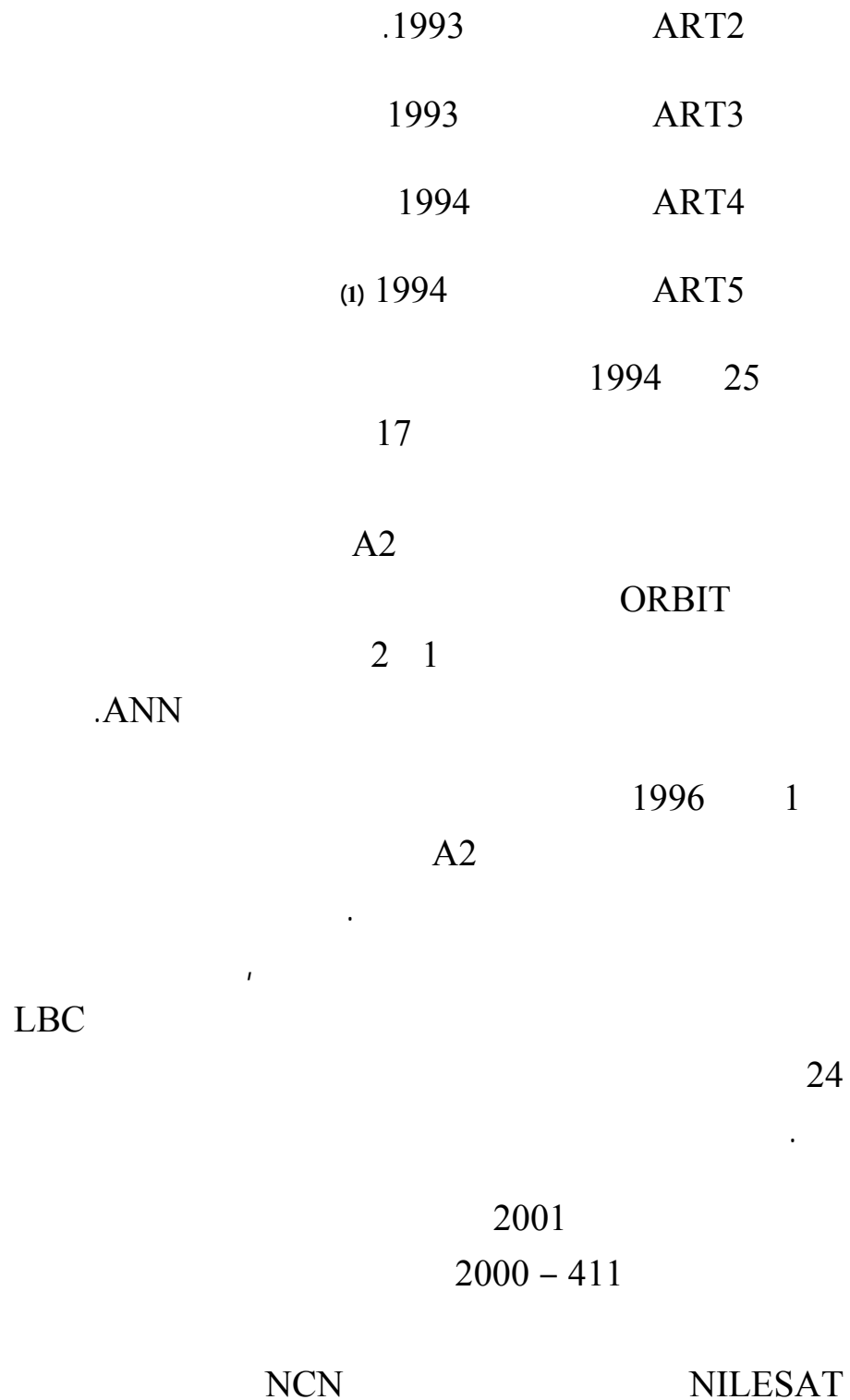
) MBC 4 MBC2 . télé-texte

. () MBC3- (

18 1993

ART 1996

:



1- YOURGA(Goaybess) ; carto graphie des televisions transfrontieres arabes : dans la position sur la societe de communication ; revue trimestrielle ; 46 eme annee ; 09 ; mars 2000 ;p 78

% 79

(2 1) DREAM:

% 21

.(1)

NILESAT ARABSAT

150 2004

20

(2)«thématiques

.

, _____ () , -1

5 , 2003 , 1 ,

129 , , -2

2 - القنوات العربية المتخصصة (*)

-		X	X	1991/09/18	MBC
.....	-	X	X	1991/10/18	ART
//	//	X		1993	ART
//	//	X		1993	ART
//	//	X		1994	ART
//	//	X		1994	ART
....	-	X	X	1994/05/25	17
-					قنوات النيل المتخصصة
//	//	X		1996	
//	//	X		1998	
//	//	X		1998	
//	//	X		1998	
//	//	X		1998	
//	//	X		1998	
//	//	X		1998	
-	-	X	X	1996/10/01	
//	//	X	X		1
//	//	X	X		2
//	//	X	X		
//	//	X			
//	//	X			
//	//	X			
//	//	X			ANN

* القنوات الفضائية العربية، المرجع السابق، ص 409

المبحث الثالث : الفضاءات العربية المتخصصة وانعكاساتها على
الأداء الإعلامي

1990

- بواعث إنشاء الفضاءات المتخصصة :

(1)

-

298 , , () , -1

-

:

.

TV5

EURO NEWS

.

« »

»

« »

(1)«

.

- -

ب - انعكاسات خصوصية الفضائيات العربية على الأداء الإعلامي:

الانعكاسات الإيجابية:

(1)

- 1

- 2

. ANN

- 3

- 4

9 , , -1

- 5

- 6

:

الانعكاسات السلبية :

- 1

- 2

- 3

star academy

- 4

MBC

15 10

300

(1)«

%40 % 20

"

(1)«

(2)«

. (3)

)

() (

www.bab.

)

com : 02/09/2004

-1

10 . ,

-2

10. ,

-3

: الانماط السلوكية للنساء المبحوثات تجاه القنوات

الفضائية العربية

() (125)
, (- - -)
" "
()

" (1)

, (-):

16

16

60

- - -)

(-

16

60

- - -)

(-

(7) , (6) , (5)

.140 ,1980 - " _____ " (1)

:(5)

	%33,6	42	25 – 16
	%22,4	28	35 – 26
	%16,8	21	45 – 36
	%15,2	19	55 – 46
	%12	15	56
	%100	125	

(5)
 ,(35 – 26) ,(25 – 16)
 – 16) " "
 (35 – 26) (25 – 16) ,%56 (35

:(6)

%19,2	24	,
%14,4	18	
%22,4	28	
%25,6	32	
%18,4	23	
%100	125	

(6)

,%19,2

%18,4

,%25,6

"

"

,

%25,6 %22,4

) %48

,%18,4

(

,

,

:(7)

--	--	--

33,6	42	
%36	45	
%30,4	38	
%100	125	

%36

(07)

"

"

,%33,6

"

"

,

,

.

16

25

المبحث الأول: أنماط وعادات المشاهدة

(14)

(14)

:(8)

%98,4	123	
%1,6	02	
%100	125	

%1,6 %98,4

»

(1)«

' _____ ' (1)
129 2004 , 4 ,

:(9)

--	--	--

%86,4	108	
%13,6	17	
100%	125	

%86,4

%13,6

»

1992 %83

2002 %91,9

%98

(1)«

(*)

2003

-1

*

:(10)

%27,2	34	
%72,8	91	

%100	125	
-------------	------------	--

%72,8
%27,2

" "

4)

.(

:(11)

% 8,49	51	
%32	40	
%17,6	22	+
%9,6	12	HOT BIRD
%100	125	

: (11)

% 40.8 -

(10) :

) ()
- 7 - MBC1 MBC2 LBC

(.....

2

%32

%72,8

, DREAM , LBC ,INFINITY , , , , MBC4 ,MBC3
 ... ,
 :(12)

%49,6	62	
%42,4	53	
%8	10	
%100	125	

%49,6

%08

%42,4

" "

()

(1)

:(13)

%67,2	84	
%28,8	36	
%04	05	
%100	125	

, _____ : ((

, _____ (1)

114 ,

% 67,2
% 4 %28,8

:(14)

%56,30	18	+
%03,04	01	+
%09,40	03	+ +
%18,80	06	+
%12,46	04	+
%100	125/32	

35

125

%56,30

%12,46

%9,40

%3,04

.(15)

:(15)

%75	24	

%28,12	09	
%25	08	
%100	41	

32

"

"

(32)

%75

"

"

%25

" "

,

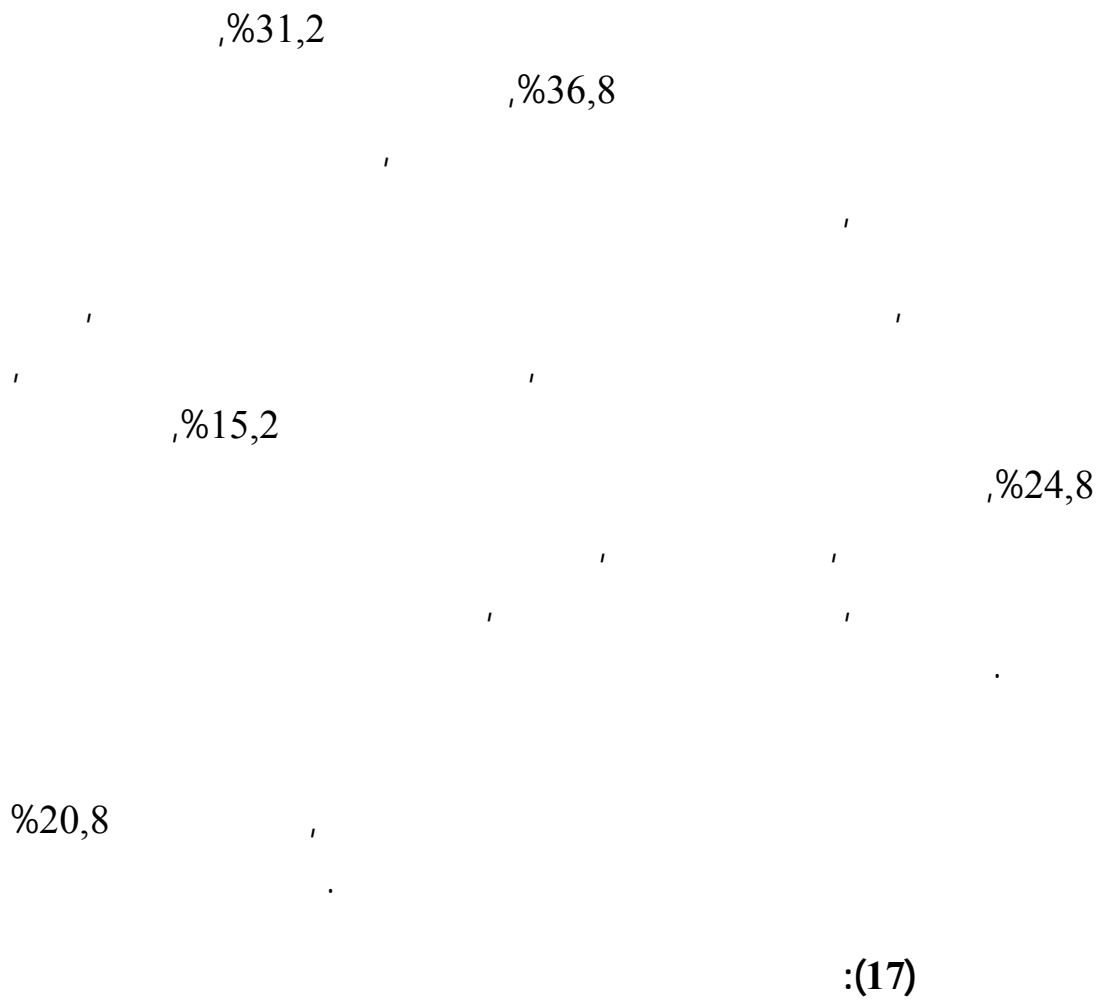
"

"

.
" " %28,12

:(16)

%15,2	19	
%24,8	31	
%36,8	46	
%31,2	39	
%20,8	26	
%100	125	



%13,6	17	
%45,6	57	3 -
%30,4	38	5 - 3

%10,4	13	- 5
%100	125	

%39,4

%45,6

%10,4

"

(canal Algérie ,)

(1) "

%13,6

%30,4

3

()

.()

:(18)

%73,6	92	
%26,4	33	
%100	125	

() ()
%26,4 %73,6

.(19)

:(19)

%6,4	08	
%2,4	03	
%5,6	07	
%2,4	03	
%00	00	

%14,4	18	
%44,8	56	
%76	95	

(13)
,%49,6

(07)

%76

%56

,%14,4

:(20)

(19)

%34,4	43	
%37,6	47	
%72	90	

%72

(90)

"

%37,6

"

% 34,4

"

"

()

»:

.(1)«

.

2004/08/03

(1)

:(21)

%15,2	19	
%24	30	
%21,6	27	
%16,8	21	
%26,4	33	LBC
%60	75	ESC
%20,8	26	MBC
%08,8	11	DREAM
%44	55	
%03,2	04	INFINITY
%01,6	02	
%04	05	
%03,2	04	
%20,8	26	
%16,8	21	07
%16	20	
%07,2	09	
%02,4	03	
%04	05	
%100	125	

.(1) 150 2004

% 60

)

(

.(2)

% 44 " "

-

:

NILNEWS- LBC-

- - - - - MBC

() SPACETOON-PIWI-MBC3 MELODIE-ROTANA

%17,6 150

(-)

30 , , (1)
, 2004/08/28 (2)

(HOTBIRD)

%9,6

()

%90,4 ()

%24 %26,4 (LBC) -
%20,8 " " %21,6
()

()

(%1,6)

.(1)

219 , , (1)

(22)

%51,2	64	

%12	15	
%36,8	46	
%00	00	
%100	125	

" %51,2 "

" "

% 36,8

" "

"

"

" "

"

"

(1)

2004/08/07

(1)

-

:

- 1

.%86,4

"	"	"	"	%72,8	
%32	%40,8				
					- 2
	%15.2		,%36,8	"	"
					- 3
			%30,4		5
					- 4
		.%56			
,%60					- 5
			%51,2		

المبحث الثاني: أسباب ودوافع السلوك الإتصالي للمبحوثات تجاه برامج الفضائيات العربية

)

(

,

,

,

,

.

(25) (15)

:(23)

%67,2	84	
%63,2	79	
% 51,2	64	
%36	45	
%30,4	38	
%24	30	
%6,4	08	
%2,4	03	
%08	10	(-)
%100	125	

:

% 67,2

-

(1)

% 44

" "

:

(1)1

114 , ,

" " " ».
" " " " " "

, 1008 1460
.() « 180 284
-
. % 63,2

%51,2

% 36

2004 , , 4 , _____ , (1)
18

....

%30,4

% 6,4

% 24

% 08

% 2

% 6

-)

.(

...

-

(1)

:(24)

	98	%78,4
	27	%21,6
	125	%100

% 78,4

" "

% 21,6

(2)

10 , , , _____ , (1)

,2004 5 (2)

:(25)

%32,8	41	
%10,44	13	
%19,2	24	
%12	15	
%04	05	
%78,44	98	

%100	125	
-------------	------------	--

%32,8

"

"

":
0"

"

% 19,2

"

% 12

"

.()

" "

% 10,44

% 4

" "

()

:(26)

	94	%75,2
	31	%24,8
	125	%100

(%75,2)

:(27)

%13,6	17	
%19,2	24	
%19,2	24	
%23,2	29	
%24,8	31	
%100	125	

(27)

94

125

%23,2

"

"

()

"

"

"

(1)

. 32

1

"

% 19,2

"

"

"

"

(1) «

"

%13,6 «

,

.

,

:

.

.

32 , _____ (1)

:(28)

%55,2	69	
%17,6	22	
%07,2	09	

%16	20	
%1,6	02	
%2,4	03	
%100	125	

·
« » (24)
% 55.2

·
» % 16 % 17,2

«

%2,4

% 1,6

(29)

%63,2	79	

%36,8	46	
%100	125	

% 63,2

" %36,8

. (1)«

, 2004/08/10 ,

(1)

:(30)

%15,2	19	
%04,8	06	
%80	100	
%100	125	

" "

%80

()

—

" "

15,2

—

(1) «

" " % 4.8

:

.

(2)

2004/08/10

1

.219 .

(2

:(31)

%20,8	26	
%02,4	03	
%76,8	96	
%100	125	

% 76,8

" "

%20,8

,(1)"()

. (2)

. 2004 /08/ 10 ¹
.47 ²

" "

%2,4

)

(1)"

",

:(32)

%32,8	41	
%30,4	38	
%09,6	12	
%27,2	34	
/	/	
%100	125	

2004/08/10

1

% 32,8

"

"

% 30,4

(1)

"

"

% 27,2

"

"

% 9,6

"

"

(33)

%92	115	
%08	10	
%100	125	

)
% 92

% 08

: (34)

%44,8	56	
%21,6	27	
%32	40	
%36	45	
%28,8	36	
%100	125	

36 " % 44,8 " "

" % 32 " " %

"

" % 28,8 " "

":

% 21,6 "

()

:(35)

%88	110	
%12	15	
%100	125	

" "

1948 Worned HENRY

.(*)

%88

%12

...

:(36)

%32,8	41	
%42,4	53	
%33,6	42	
%27,2	34	
%07,2	09	
%06,4	08	
%100	125	

41

*

" " " % 42,4
()

,"(1)

" % 33.6

,

,"

" % 32,8

.

"

()

% 27.2

"

"

,

,

2004/08/18

(1)

,

...(

)

% 6,4 %7,2

"

."(1)

:(37)

:(37)

%64	80	
%36	45	
%100	125	

2004/08/18

(1)

%64

" "

"

"(*)

%36

,

.48

(*)

:
 %63,2 ,%67,2) /1
 .(/2
 ,%78,4 /3
 . /4
 .%75,2 , /5
 " " , %55,2
 , -
 .%63,2
 (, ,) /5
 ,%92 ,
 .%88

:- إستخدامات وإشباعات النساء المبحوثات

في تعرضهن للفضائيات العربية -

المبحث الأول :

:(38)

%66.4	83	
%09.4	12	
%02.4	03	
%21.6	27	
%100	125	

66.4

" " %

.

21,8

" " %

.

" % 9,4

" " " % 2,4

:(39)

%84	105	
%16	20	
%100	125	

(1 - 24)

" " % 84

% 16

:(40)

%27,2	34	
%19,2	24	
%07,2	09	
%24,8	31	
%07,2	09	
%85,6	107	

% 27,2

"

"

% 24,8

%19,2

"

"

"

"

% 85.6

"

"

(1)

"(1) »

«(2)

% 7,2 " "

" " " "

(3)" " "

(4)" " "

) (

	,2004/08/13	1
	,2004/08/17	2
.37	,	3
.37		4

:(41)

%68	85	
%35,2	44	
%19,2	24	
%17,6	22	
%14,4	18	
%20,8	26	
%16	20	
%44,8	56	
%44	55	
%02,4	03	
%00	00	
%01,6	02	
%100	125	

" " (41)

" "

.% 35,2 %44 % 44,8 %68

" " %17.6 " " % 20,8 " "

.%14,4 %16

%00 " " %1,6 " " %2,4 " " %19,2 " "

(13)

(14)

" " " " "

" " "

:(42)

%32,8	41	
%67,2	84	
%100	125	

" "

.

%32,8

%67,2

.

:(43)

%07,2	09	
%04	05	
%12,8	16	
%05,6	07	
%03,2	04	
%32,8	41	

:

-

"

"

%12,8

%32,8

"

,

"

%32,8

%7,2

% 5,6

»

«(1)

.

%4

"

%3,2

"

"

.

.

:(44)

%12,8	16	
%60,8	76	
%03,2	04	
%23,2	29	
%100	125	

%76

" % 29

"

" "

% 12.8

..

%3,2

" "

:



/1

,%66,4

/2

" , , " /3

%44 ,%44,8 ,%68

/4

.%60,8

/5

المبحث الثاني :علاقة الإستخدامات والإشاعات بالخصائص السوسيوديمغرافية والسلوكية للنساء المبحوثات في تعرضهن لبرامج الفضائيات العربية

,)

(

:(45)

	-56	55-46	45-36	35-26	25-16	/
19 %15.2	2 %13.33	1 %5.26	2 %9.52	5 %17.86	9 %21.43	
30 %24	1 %06.67	2 %10.53	6 %28.57	9 %32.14	12 %28.57	
27 %21.6	3 %20	1 %5.26	4 %19.05	6 %21.43	13 %30.95	
21 %16.8	0 %0	0 %0	4 %19.05	5 %17.86	12 %28.57	future -
33 %26.4	3 %20	2 %10.53	9 %42.86	10 %35.71	9 %21.43	LBC
75 %60	7 %46.67	17 %89.47	11 %52.38	17 %60.71	23 %54.76	ESC
26 %20.8	3 %20	2 %10.53	2 %9.52	6 %21.43	13 %30.95	MBC
11 %8.8	0 %0	0 %0	1 %4.76	3 %10.71	7 %16.67	DREAM
55 %44	8 %53.33	9 %47.37	11 %52.38	13 %46.43	14 %33.33	
4 %3.2	0 %0	0 %0	2 %9.52	2 %7.14	0 %0	INFINITY
2 %1.6	0 %0	1 %5.26	0 %0	1 %3.57	0 %0	
5 %4	1 %6.67	0 %0	0 %0	3 %10.71	1 %2.38	
4 %3.2	1 %6.67	0 %0	1 %4.76	1 %3.57	1 %2.38	
26 %20.8	4 %26.67	6 %31.58	3 %14.29	4 %14.29	9 %21.43	
21 %16.8	4 %26.67	6 %31.58	1 %4.76	2 %7.14	8 %19.05	7
20 %16	2 %13.33	4 %21.05	3 %14.29	5 %17.86	6 %14.29	
09 %7.2	0 %0	2 %10.53	0 %0	3 %10.71	4 %9.52	
3 %2.4	0 %0	3 %15.79	0 %0	0 %0	0 %0	
5 %4	0 %0	2 %10.53	0 %0	3 %10.71	0 %0	
125 %100	39 %100	58 %100	58 %100	98 %100	141 %100	

10

10

" "

% 89,47 55-46
 56

% 53,33 " "

% 46,67

% 33,33 25-16

.% 53,33

%0

%03

55-46

DREAM-INFINITY

MBC-LBC

25 -16

LBC. DREAM

()

.

:(46)

	-56	55-46	45-36	35-26	25-16	/
84 %67.2	10 %66.67	13 %68.42	13 %61.9	21 %75	27 %64.29	
79 %63.2	12 %80	11 %57.89	12 %57.14	18 %64.29	26 %61.9	
64 %51.2	07 %46.67	09 %47.37	10 %47.62	18 %64.29	20 %47.62	
45 %36	04 %26.67	05 %26.32	05 %23.81	10 %35.71	21 %50	
38 %30.4	01 %06.67	04 %21.05	10 %47.62	09 %32.14	14 %33.33	
30 %24	06 %40	05 %26.32	05 %23.81	06 %21.43	08 %19.05	
08 %6.4	00 %00	1 %5.26	02 %9.52	03 %10.71	02 %4.76	
03 %2.4	0 %0	0 %0	1 %4.76	02 %7.14	00 %00	
10 %08	00 %00	00 %00	03 %14.29	03 %10.71	04 %9.52) (-
125 %100	40 %100	48 %100	71 %100	84 %100	112 %100	

(46)

%75 (35-26)

(45 - 36)

%61,9

(-56)

% 80

%64,29
 .(55-46) 47,37 (35-26)
 %50 (25-16)
 %6,67 (-56)
 () (-56)
 »
 (2) » «(1)
 " "
 (25 - 16) .(56)
 % 19.05

(-56) %00 % 10,71 (35-26)

()

)
,
% 80

:(47)

	-56	55-46	45-36	35-26	25-16	/
84 %67.2	16 %69.57	21 %65.63	17 %60.71	09 %50	21 %87.5	
79 %63.2	13 %56.52	20 %62.5	24 %85.71	08 %44.44	14 %58.33	
64 %51.2	11 %47.83	18 %56.25	16 %57.14	08 %44.44	11 %45.83	
45 %36	14 %60.87	18 %56.25	03 %10.71	06 %33.33	04 %16.67	
38 %30.4	05 %21.74	14 %43.75	08 %28.57	07 %38.89	04 %16.67	
30 %24	09 %39.3	03 %9.38	05 %17.86	06 %33.33	07 %29.17	
08 %6.4	01 %47.5	03 %9.38	03 %10.71	01 %5.56	00 %00	
03 %2.4	00 %00	01 %3.13	02 %7.14	00 %00	00 %00	
10 %8	5 %21.74	2 %6.25	00 %00	3 %16.67	00 %00	(-)
%100	%100	%100	%100	%100	%100	

%87,5 ()

%50

%.%85,71

%.%57,14

%16,67

%60,87

,

.

.

()

.

:(48)

	/			/
84 %67.2	21 %55.26	35 %77.78	28 %66.67	
79 %63.2	19 %58	32 %71.11	28 %66.67	
64 %63.2	14 %36.84	28 %62.22	22 %52.38	
45 %36	04 %10.53	17 %37.78	24 %57.14	
38 %30.4	8 %21.05	16 %35.56	14 %33.33	
30 %24	08 %21.05	11 %24.44	11 %26.19	
08 %6.4	00 %00	4 %8.89	4 %9.52	
03 %2.4	00 %00	03 %6.67	00 %00	
10 %08	03 %7.89	01 %2.22	06 %14.29	-) (
%100	%100	%100	%100	

(48)

:%77,78

	%71,11		-
6,67		35,56	%62,22

		'	
)	%9,52	%26,19	%57,16
			(

-

'

-

:(49)

	-56	55-46	45-36	35-26	25-16	/
19	03	04	03	03	06	
%15.2	%20	%21.05	%14.29	%10.71	%14.29	
31	04	04	07	10	06	
%24.8	%26.67	%21.05	%33.33	%35.71	%14.29	
46	05	05	11	10	15	
%36.8	%33.33	%26.32	%52.38	%35.71	%35.71	
39	03	08	05	10	13	
%31.2	%20	%42.11	%23.81	%35.17	%30.95	
26	02	03	00	05	16	
%20.8	%13.33	%15.79	%00	%17.86	%38.1	
161	17	24	26	38	56	
%100	%100	%100	%100	%100	%100	

%33,33 %52,38 (45-36)

%14,29

23,81

(55-46)

%42,1

% 26,32

%21,05

%15,79

(25-16)

%38,1

% 35,71

%14,29

%30,95

(35-26)

%17,86

%35,71

- :

%33,33

(-56)

%26,67

%20

:

:

(45- 36)

% 52,38

% 36,8

% 24,8

% 35,71

,(35-26)

%.%10,71

%15,2

(45-26)

%52,38

%5,56

:(51)

56 %44.8	11 %47.83	15 %46.88	12 %42.86	7 %38.89	11 %45.83	
27 %21.6	5 %21.74	9 %28.13	4 %14.29	3 %16.67	6 %25	
40 %32	5 %21.74	11 %34.38	10 %35.71	6 %33.33	8 %33.33	
45 %36	10 %43.48	12 %37.5	14 %50	6 %33.33	3 %12.5	
36 %28.8	9 %39.13	8 %25	7 %25	5 %27.78	7 %29.17	
204 %100	40 %100	55 %100	74 %100	27 %100	35 %100	

:

"

%12,5 %50

"

%47,83
 " %38,89 " "
 " " "
 " ,%46,88 "
 .%45,83 "
 " " "
 ,%50
 " "

:(52)

	- 56	55 - 46	45 - 36	35 - 26	25- 16	/
56 %44.8	7 %46.67	11 %57.89	10 %47.62	13 %46.43	15 %35.71	
27 %21.6	3 %20	4 %21.05	3 %14.29	7 %25	10 %23.81	
40 %30	6 %40	4 %21.05	5 %23.81	12 %43.86	13 %30.95	
45 %36	4 %26.67	2 %10.53	9 %42.86	14 %50	16 %38.1	
36 %28.8	3 %20	4 %21.05	7 %33.33	8 %28.57	14 %33.33	
125 %100	23 %100	25 %100	34 %100	54 %100	68 %100	

" " (46-55) % 57,85 "
 % 50 (35-26) "
 %10,53 (55-46)
 .
 " "
 42.86 " " %25 %20
 (-56) %40 (35-26)
 .(55 -46) %21,05
 " "
 .% 33.33 % 20
 " "
 .

:(53)

	- 56	55 - 46	45 - 36	35 - 26	25- 16	/
69 %55.2	05 %33.33	12 %63.16	09 %42.86	13 %46.43	30 %71.43	
22 %17.6	04 %26.67	04 %21.05	04 %19.05	06 %21.43	4 %09.52	
09 %7.2	03 %20	00 %00	04 %19.05	01 %3.57	01 %02.38	
20 %16	03 %20	02 %10.53	04 %19.05	05 %17.86	06 %14.29	
02 %1.6	00 %00	01 %5.26	00 %00	01 %3.57	00 %00	+
03 %2.4	00 %00	00 %00	00 %00	02 %7.14	01 %2.38	+
125 %100	15 %100	19 %100	21 %100	28 %100	42 %100	

(25-16) %71,43
 " "

(35 -26) % 46,43
 (45-36) (45-36) %42,86
 (56) %63,16 (55-46)
 .%33,33
 (55-46)
 . (55-46) %21,05 (35-26) %21,43

(55-46)	%21,05	(35-26)	%21,43
	,	(45-36)	%19,05
		,%9,52	(25-16)
	"	"	'
()	(56))
		,	%20 (
%00	%3,57	()
	()	,(56)
	.(55-46)	%10,53	,

:

				/1
'				
"	"	,%89,47		(55-46)
		.(25-26)	%33,33	%53,33
'				/2
		,%87,5		
			.%60,87	
				/3
				/4
-36)				
		.%51,11		,(45
				/5
"				
.				

:

:

-

%49,6

-

%98,4

%32 "

%40,8 "

" "

.

,

%71,2

.

-

-

-

:

)

)

50		(1)
53		(2)
58		(3)
62		(4)
70		:(5)
71		:(6)
72		:(7)
74		:(8)
75		:(9)
76		:(10)
76		:(11)
77		:(12)
78		:(13)
79		:(14)
80		:(15)
82		:(16)
83		:(17)
85		:(18)
85		:(19)
87		:(20)
89		:(21)
92		(22)
96		:(23)
99		:(24)
100		:(25)
102		:(26)

1		:(27)
03		
105		:(28)
106		(29) :
108		:(30)
110		:(31)
111		:(32)
113		(33) :
114		:(34)
115		:(35)
116		:(36)
118		:(37)
122		:(38)
123		:(39)
124		:(40)
126		:(41)
128		:(42)
129		:(43)
131		:(44)
135		:(45)
138		:(46)
141		:(47)
143		:(48)
145		:(49)
147		:(50)
148		:(51)
150		:(52)
151		:(53)

قائمة المراجع

1- باللغة العربية

أ - الكتب

- 1- 1986
- 2- 1996 1
- 3- 2000
- 4- 1999
- 5- 2000
- 6- 1986
- 7- 1992 1
- 8- 1997 1976 :
- 9- 1997
- 10- 1993
- 11- 1992
- 12- 1992

'	'		-13
		1992,	
1998,	'	'	-14
1979,	'	'	-15
1987,	'	'	-16
1977,	'	'	-17
1993,	'	'	-18
1997,	'	'	-19
'	'	'	-20
		1984,	
			-21
		1993,	
1994,	,	,01	-22
'	'	'	-23
		1998	
'	'	'	-24
		1983	
'	'	'	-25
		1993	
2,	'	'	-26
		1998,	
,1	'	:'	-27
		1992	
	1996,	'	-28
2002,	'	'	-29
1983,	'	'	-30
'	'	'	-31
		2004,	

ب – المجلات والدراسات

1999 , , , -1

1999 , , , -2

, (()) , -3

2005 , 38 ,

, , -4

1998 , , ,

, -5

2004 , , 4 , , ,

, -6

1992 , , ,

, -7

, , , 1992,

(()) , -8

1998 , , ,

		-9
	1998 , , ,	
1995 , , ,		-10
		-11
	1998 , , ,	
		-12
	2003 , 01 , ,	
		-13
	1998 , , ,	
		-14
	2005 , , 1 ,	

ج - القواميس و المعاجم

2003 , , ,		-1
	1984 , , ,	-2
1979 , , ,		-3

((-))

-4

1991 ,

د - التقارير والوثائق الرسمية

-1

2002

-2

1995

2003

-3

2003

-4

و/ موقع الأنترنت

-1

www.BAB.COM 15 10 2004/12/18

www.almishkat.org 2002

-2

2004/114/16 : -3
www.eljazeera.net/nr 20 12

à www.media-arabia.org/ahmedshattani doc le 2/11/2004
11h45mn -4

2- المراجع باللغة الأجنبية

أ - الكتب

1 - ATTALAH (Paul), **Théories de la communication : Histoire, Contexte, Pouvoir**, collection et société, télé université Québec (Canada) 1991.

2 - ATTALAH (Paul), **Théories de la communication : Sens, Sujet, Savoir**, collection et société, télé université Québec (Canada) 1994.

3 - BALLE (Francis), **Médias et société de Getemberg à Internet**, éditions monckretier, Paris 1997.

4 - BALLE (Francis), **Institution et publics de moyens d'information** éditions monckretier, Paris 1973.

BERTRAND (Jean-claude) **La déontologie des médias** PUF, Collection : « Que sais-je ? » n° 3255 Paris 1997.

5 - DENIS (Mc quail), Blumer (G) and Brown (J.R) **Sociology of mass communication** selected reading édition Denis Mc quail 1972.

6 - LARAMMEE (Alain) et VALLEE (Bernard), **La recherche en communication ; éléments de méthodologie**, presse de l'université Québec 1991.

7 - LAZAR (Judith) **Sociologie de la communication de masse** ; Armand collin Paris 1991.

8 - GRAWITZ (Madeleine) **Méthode des sciences sociales** ; presse de l'imprimerie à Evreux 10^{ème} édition Paris 1996.

ب - المجلات و الدراسات

1 - DENIS (Mc quail), Blumer (G) and Brown (J.R) **“The television audience”** **Sociology of mass communication** selected reading édition Denis Mc quail 1972.

2 - DEUTSH (E) **Techniques psycho-sociologiques au service de l'étude de marché** ; cahier de l'institut de sciences économiques appliquée, n° 76 Paris 1958.

3 - Mariet (François) **Le marché télévisuel et la démocratie de l'audience** ; dans télévision mutations communication n° 51 Seuil 1990.

4 - SOUCHAN (Michel) **Un public ou des publics?**, un dilemme pour le secteur public et la TV dans TV mutation communication n° 51 Seuil 1972.

5 - WALTAN (Dominique) **Eloge du grand public** ; une théorie de la TV édition Flammarion France 1990.

6 - YOURGA (Gaybess) **Cartographie dans télévision transfrontières**, dans la position sur la société de communication revue trimestrielle n° 05, 2000.

الصفحة

01	
04	
05	
06	
06	
07	
10	
11	
14	
21	:
22	:
26	:
29	:
30	:
33	..	:
43	:
49	:

50	:
56	:
63	:
68	:
73	:
95	:
121	:
121	:
134		:
	
154	
155	
157	
166	
174	