

وزارة التعليم والبحث العلمي
جامعة عمار ثليجي الأغواط
كلية العلوم الانسانية و الاسلامية و الحضارة
قسم علوم الاعلام و الاتصال



العنوان

اتجاهات النخبة الجامعية نحو الأداء الإعلامي للفضائيات الجزائرية الخاصة
دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة الأغواط كلية العلوم الإنسانية و الإسلامية و الحضارة-

مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام و الاتصال
تخصص : اتصال و علاقات عامة

إشراف الأستاذ :
* معيزة سليم

إعداد الطلبة :
* صلاح الدين بوشويرب
* محمد سعيد سنوسي

الموسم الجامعي: 2018/2017

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر و تقدير

لك الله عز و جل أسجد خاشع ، شاكر فضلك على إتمام هذا الجهد المتواضع ، فشكرا لله شكر الحامدين ، و حمدا لله حمد الشاكرين مقدمة آيات الحب و التقدير و الوفاء و العرفان بالجميل لكل من تعلمت على يديه.

ولا يملك الباحث في هذا المقام، إلا أن يقدم بخالص شكره وتقديره لجامعة عمار ثليجي بالأغواط شعبة إعلام واتصال و أخص بالشكر الأستاذ معيزة سليم لما قدمه من جهد ملموس في تطوير هذا البحث.

والى كل أساتذة قسم علوم إعلام واتصال.

كما لا يفوتني أن أوجه بالشكر الجزيل إلى كل من اقتطع من وقته بتحكيم أدوات الدراسة، وأشكر كل من أعانني على إخراج هذه الدراسة.

و إلى كل و من حواهم قلبي ونسيهم قلبي.

صلاح/سعيد

اهداء

إلى والدي الكريم حفظه الله

إلى والدتي الكريمة حفظها الله

إلى اللآلئ المضيئة و الوجوه البريئة أصحاب النفوس الأبية
من الأهل و الأصدقاء و المخلصين في كل موقع في هذه الحياة
إلى كل من علمني حرفاً، الأساتذة الأفاضل
و من ساهم في إثراء هذه الدراسة
أهدي العمل المتواضع.

صلاح/سعيد

الفهرس

الإهداء

شكر و تقدير

فهرس الجداول

مقدمة

أب

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

1. موضوع الدراسة: 4
- 1- تحديد مشكلة الدراسة و تساؤلاتها 4
- 2- أهداف الدراسة 6
- 3- أسباب اختيار الموضوع 6
- 4- أهمية الموضوع 7
- 5- تحديد مفاهيم الدراسة 7
- 6- الدراسات السابقة-المشابهة- 16
- 7- المقاربة النظرية لموضوع الدراسة 22
- II. منهجية الدراسة: 37
- 1- نوع الدراسة و منهجها 37
- 2- أداة جمع البيانات 39
- 3- مجتمع البحث و عينة الدراسة 39

الفصل الثاني : الفضائيات التلفزيونية و الجزائرية الخاصة

- I. مدخل عام للفضائيات التلفزيونية: 44
- 1- نشأة الفضائيات التلفزيونية و تطورها 44
- 2- أهمية الفضائيات التلفزيونية و تأثيرها على المجتمع 45
- 3- ايجابيات و سلبيات الفضائيات التلفزيونية على المجتمع 46
- 4- نشأة و دوافع ظهور الاعلام الفضائي الخاص 48
- II. ماهية الفضائيات الجزائرية الخاصة 50
- 1- الاعلام الفضائي الجزائري الخاص 50
- 2- تعريف القنوات الفضائية الخاصة 51
- 3- أنواع الفضائيات الخاصة 52
- 4- الفضائيات الجزائرية الخاصة 52
- 5- أسباب و دوافع ظهور الفضائيات الجزائرية الخاصة 59

الفصل الثالث: الجانب الميداني

- I. مجالات الدراسة 63
- II. عرض الجداول و تفسيرها 64
- III. نتائج الدراسة 78
- IV. التوصيات 81
- خاتمة 83

قائمة المراجع

الملاحق

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

I. موضوع الدراسة:

- 1- تحديد مشكلة الدراسة و تساؤلاتها
- 2- أهداف الدراسة
- 3- أسباب اختيار الموضوع
- 4- أهمية الموضوع
- 5- تحديد مفاهيم الدراسة
- 6- الدراسات السابقة-المشابهة-
- 7- المقاربة النظرية لموضوع الدراسة
- 8- مجتمع البحث و عينة الدراسة

II. منهجية الدراسة:

- 1- نوع الدراسة و منهجها
- 2- أداة جمع البيانات
- 3- مجتمع البحث و عينة الدراسة

الفصل الثاني : الفضائيات التلفزيونية و الجزائرية الخاصة

I.مدخل عام للفضائيات التلفزيونية

- 1- نشأة الفضائيات التلفزيونية و تطورها
- 2- أهمية الفضائيات التلفزيونية و تأثيرها على المجتمع
- 3- ايجابيات و سلبيات الفضائيات التلفزيونية على المجتمع
- 4- نشأة و دوافع ظهور الإعلام الفضائي الخاص

II. ماهية الفضائيات الجزائرية الخاصة

- 1- الإعلام الفضائي الجزائري الخاص
- 2- تعريف القنوات الفضائية الخاصة
- 3- أنواع الفضائيات الخاصة
- 4- الفضائيات الجزائرية الخاصة
- 5- أسباب و دوافع ظهور الفضائيات الجزائرية الخاصة

الفصل الثالث: الجانب الميداني

I. مجالات الدراسة

II. عرض الجداول و تفسيرها

III. نتائج الدراسة

IV. التوصيات

فهرس الجداول

63	جدول رقم (01) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس
63	جدول رقم (02) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب السن
63	جدول رقم (03) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب التخصص
64	جدول رقم (04) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب طبيعة مشاهدة الفضائيات الجزائرية الخاصة
65	جدول رقم (05) : يمثل توزيع أفراد العينة و حسب الأوقات المفضلة لمشاهدة الفضائيات الجزائرية الخاصة
66	جدول رقم (06) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب الحجم الساعي لمشاهدة الفضائيات الجزائرية الخاصة
66	جدول رقم (07) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب ظروف مشاهدة الفضائيات الجزائرية الخاصة
67	جدول رقم (08) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب الأماكن المفضلة لمشاهدة الفضائيات الجزائرية الخاصة
67	جدول رقم (09) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب مدة بداية مشاهدة الفضائيات الجزائرية الخاصة
68	جدول رقم (10) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة التي يفضلون مشاهدتها
69	جدول رقم (11) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب البرامج التي يفضلون مشاهدتها في الفضائيات الجزائرية الخاصة
70	جدول رقم (12) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب السبب وراء مشاهدة الفضائيات الجزائرية الخاصة
71	جدول رقم (13) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب تفضيلهم مشاهدة برامج الفضائيات الجزائرية الخاصة
72	جدول رقم (14) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب سبب الاقبال على برامج الفضائيات الجزائرية الخاصة
72	جدول رقم (15) : يمثل توزيع أفراد العينة حسب المجالات التي تميزت فيها برامج الفضائيات الجزائرية الخاصة
73	جدول رقم (16) : يمثل توزيع افراد العينة حول مناقشة ما تقدمه الفضائيات الجزائرية الخاصة
74	جدول رقم (17) : يمثل اراء أفراد العينة حول تنوع البرامج المقدمة للفضائيات الجزائرية الخاصة

74	جدول رقم (18) : يمثل مدى تحقيق الفضائيات الخاصة السبق الصحفي في القضايا الهامة والحساسة
75	جدول رقم (19) : يمثل اتجاهات افراد العينة حول مساعدة القنوات في تنمية الوعي السياسي لدى المواطن الاجتماعي
75	جدول رقم (20) : يمثل اتجاهات أفراد العينة نحو مدى مراعات القنوات لعادات وقيم المجتمع الجزائري
76	جدول رقم (21) : يمثل اتجاهات أفراد العينة حول رؤية مستقبل الفضائيات الجزائرية الخاصة

مقدمة:

يشكل التلفزيون احد أهم الوسائل الإعلامية بالرغم من الانتشار الواسع للتكنولوجيا الحديثة للإعلام و الاتصال , ان التلفزيون قد حافظ على مكانته و جمهوره مقارنة بالراديو و الصحيفة خاصة في الدول النامية و هذا راجع الى خصائصه و جمعه بين الصورة والصوت و اعتماده في كثير من الأحيان على الوسائل الإعلامية الأخرى.

حيث ساهم ظهور الفضائيات و انتشارها على اوسع نطاق في التطور الهائل للتلفزيون كأخذ أكثر وسائل الاتصال تأثير في الازهان و الطباع و القناعات و الحفاظ على جمهوره ، فمنذ عشرية التسعينات للقرن الماضي تطور عدد الفضائيات و انهارت الحدود الالكترونية امام انتشار الصورة، مامكن الشعوب من مزيد من التعارف و التواصل . عندها بدأت تظهر القنوات الفضائية و تتكاثر ، ففي سنة 2011 بلغ عدد الفضائيات التي تبثها او تعيد بثها الهيئات العربية 1069 قناة منها 109 قناة عمومية و 960 قناة خاصة حسب التقرير السنوي للجنة العليا للتنسيق بين القنوات الفضائية العربية 2012-2013 منها الفضائية الجزائرية الخاصة التي من بين الدول التي ساهمت في فتح السمعى البصرى امام الخواص .

فبعد ازيد من خمسون سنة على الاستغلال و استرجاع السيادة على الإذاعة و التلفزيون ظل النظام السياسى المسيطر على الاجهزة الإعلامية ، و بعد اقرار حرية الصحافة المكتوبة سنة 1990 ثم مؤخرا فتح السمعى البصرى ، برزت على الساحة الاعلامية الجزائرية العديد من الفضائيات الخاصة إضافة الى التلفزيون الجزائرى بكل قنواته ، و هذا ما قد يضع الجمهور الجزائرى امام زخم اعلامى كبير بعدما ظل لفترة طويلة غير راض على مايقدمه التلفزيون العمومى .فقناة او قناتين لا يمكن ان تلبي رغبة ما يقارب 40 مليون نسمة ، في وقت برزت على الساحة الإعلامية العربية و العالمية ما يعرف بالتخصص ، كما نلمس منافسة بين الفضائيات الجزائرية الخاصة في تقديم الأفضل من طرح انشغالات و اهتمامات الجمهور و قضاياها و محاولة الإلمام بكل الجوانب الاجتماعية، السياسية ، الثقافية ، الرياضية...

من بين الجمهور الفضائيات الجزائرية الخاصة اخترنا عينة الأساتذة الجامعيين الجزائريين ، و قد كان سبب اختيارنا لهذه الفئة لما يفترض منها من اطلاع واسع و اوفر و متابعة كثر لمستجدات الاحداث و القضايا و تفعيلها لها ، لما تحتله بفعل مركزها الاجتماعى و مستواها العملى الذى يحتم عليها تحصيل الجديد بالملاحظة و الملاحقة و التفسير و التحليل و التقييم لكل ما يطرح في هذه القنوات و جعلها محاور و

منابر للنقاش ، بحيث نجدهم مستشارين تقنيين و فنيين ، بإبداع الرأي حول كل مواضيع الساعة في ما يبث في هذه القنوات من البرامج.

و قد جاءت هذه الدراسة لمعرفة مدى تتبع النخبة الجامعية الجزائرية للفضائيات الجزائرية الخاصة و اتجاهاتها و آرائها حول ما تقدمه هذه الفضائيات و في ضوء ذلك جاءت دراستنا في ثلاثة فصول تضمن الفصل الاول الاجراءات المنهجية المتبعة في اي دراسة من موضوع الدراسة و الاطار النظري للدراسة المتبنى فيها و هي نظرية الاستخدامات و الاشباعات حيث تطرقنا الى الخلفية النظرية لها و كذا تعريفها و فروضها ، و الانتقادات الموجهة لها .

أما الفصل الثاني فقد تطرقنا فيه الى التعريف بمختلف الفضائيات الجزائرية الخاصة و الترددات الخاصة بكل فضائية

أما الفصل الثالث فقد تمثل في الدراسة الميدانية التي تطرقنا فيها الى قراءة الجداول و تحليلها و من ثم النتائج النهائية لهذه الدراسة.

I. موضوع الدراسة :

* تحديد مشكلة الدراسة:

منذ بدأ الحياة البشرية و الإنسان في تطلع للوصول إلى وسائل الاتصال لنقل المعلومات و كذا إيصالها إلى مسافات بعيدة بداية من الرسوم , والرموز ,والكتابة وصولا إلى الكابلات الأرضية و البحرية ,الموجات القصيرة و الحزم الكهرومغناطيسية,و ظهور الراديو و التلفزيون و التلكس التي ساهمت في التدفق السريع للمعلومات مما أدى إلى الإقبال الشديد على هذه الوسائل التي تزداد تطورا يوما بعد يوم ,من خلال انطلاق الأقمار الصناعية .

في 04 أكتوبر 1957 أطلق أول قمر صناعي في المدار من قبل الإتحاد السوفيتي و الذي يحمل اسم "سبوتنيك " وكان ينقل إشارات الراديو البسيطة إلى الأرض لمدة 21 يوم و بقي في المدار لمدة 6 أشهر أخرى , لترد الولايات المتحدة الأمريكية بإنطلاق قمر صناعي خاص بها أثناء فترة الحرب الباردة , و كان يحمل إسم " اكسبلورر 1" في 1 فبراير 1958 لتتوالى بعدها عمليات انطلاق الأقمار الصناعية التي أحدثت ثورة إعلامية و التي شملت جميع الميادين في الإعلام من أهمها البث الفضائي الحي الذي أضحى عصب التبادل الإخباري في العالم مع فورية و آنية تحيط بتغطية الاحداث , و قد جاء البث الفضائي التلفزيوني الرقمي ليشمل نقطة هائلة في مجال البث التلفزيوني و الذي فتح بدوره مجالات واسعة امام زيادة عدد القنوات الإذاعية و التلفزيونية ,و الذي ضاعف حدة التنافس في الساحة الإعلامية ,و قد رافق هذا التنافس بروز ما يعرف بالعولمة الإعلامية التي انطلقت من مفهوم أن من يضع و يمتلك تقنيات الاتصال يتحكم في صياغة المادة الاعلامية و يكون مسيطر على عملية التبادل الإعلامي.

ساهم التطور السريع في التقنيات و التكنولوجيات بهذه الفضائيات الى انتشارها في العالم العربي حيث انطلقت في السبعينيات من القرن الماضي و قد شكلت هذه الفترة منعرجا هاما عرفت خلالها بداية التطورات التكنولوجية للبث الفضائي سواء داخل حدودها أو خارجها و تعددت منذ ذلك الوقت التطورات التي عرفها هذا البث مهما كان نوعه عبر الكوابل و التلفزيون الرقمي و الارضي , و التلفزيون عبر الإنترنت ...و يستخدم البث الفضائي العربي ما لا يقل عن 17 قمرا صناعيا يمكنه من تغطية كل أصقاع العالم تقريبا بالإضافة الى عرب سات و نايل سات و برو سات .

عرب سات الذي تاسس سنة 1975. نايل سات سنة 1996. و مع هذا الانتشار الكثيف و الواسع للفضائيات العربية في الوطن العربي بين العمومية و الخاصة اتجهت هذه الفضائيات الى التخصص في المضامين الاعلامية تبعا للمجموعة المستهدفة فكانت الفضائيات السينمائية , الرياضية , العلمية , الترفيهية ؛ ماكان على الجزائر الا التعديل في

قوانينها الخاصة بالسمعي البصري و انشاء قنوات خاصة , و قد كان اول ظهور للتلفزة في الجزائر في ديسمبر 1956 , ابان الفترة الاستعمارية حيث اقيمت مصلحة بث محدودة الارسال تعمل ضمن المقاييس الفرنسية , و بعد الاستقلال اتخذت الجزائر التدابير اللازمة من اجل استرجاع مبنى الاذاعة و التلفزة لما يمتلكه هذا القطاع من اهمية في نقل السيادة الجديدة للدولة الجزائرية , و كذا ترسيخ القيم الثقافية الخاصة بالشعب الجزائري بعيدا عن سياسة المستعمر الفرنسي , ثم تتوالى التطورات في تحسين سير اجهزة الاذاعة و التلفزيون و ظهور القنوات الفضائية الجزائرية بين العامة و الخاصة .

و نظرا لاهمية التلفزيون "الفضائيات التلفزيونية" جاءت هذه الدراسة من اجل تسليط الضوء على اتجاهات فئة معينة من المجتمع الجزائري و هي النخبة الجامعية الجزائرية بجامعة عمار ثليجي -الأغواط- كلية العلوم الانسانية و الاسلامية و الحضارة نحو الاداء الإعلامي لهذه الفضائيات الجزائرية الخاصة .

انطلاقا من هنا يندرج التساؤل الرئيسي لهذه الدراسة و المتمثل في:

ما هي اتجاهات النخبة الجامعية الجزائرية نحو الاداء الإعلامي للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة؟

و تندرج تحت هذا التساؤل الرئيسي التساؤلات الفرعية التالية :

1. ماهي عادات وانماط مشاهدة النخبة الجامعية الجزائرية للفضائيات الجزائرية الخاصة ؟
2. ما هي دوافع اقبال النخبة الجامعية الجزائرية على الفضائيات الجزائرية الخاصة ؟
3. ما هي الاشباع المحققة من مشاهدة الفضائية الجزائرية الخاصة ؟
4. ما هو تقييم النخبة الجامعية الجزائرية حيال ما تقدمه الفضائيات الجزائرية الخاصة ؟

2. أهداف الدراسة :

1.الكشف عن اتجاهات النخبة الجامعية الجزائرية نحو الاداء الإعلامي للفضائيات الجزائرية الخاصة .

2.التمكن من إجراء البحوث العلمية الميدانية التي تخضع لإجراءات و متطلبات البحث الخاصة .

3.التعرف على تقييم النخبة الجامعية للاداء الإعلامي الخاص بالفضائيات الجزائرية الخاصة .

3.أسباب إختيار الموضوع :

1. يعود سبب إختيارنا للدراسة و ان الموضوع ضمن مجال التخصص .
2. نقص الدراسات المهمة بإتجاه النخبة حيال الفضائيات الجزائرية الخاصة.
3. الرغبة في تسليط الضوء حيال اتجاه النخبة الجامعية الجزائرية نحو الاداء الإعلامي للفضائيات الجزائرية بإعتبار أنها فئة هامة في المجتمع و كذا إتجاهاتها .

4. حادثة الفضائيات الجزائرية الخاصة و بروز هذه الفئة في هذه القنوات خاصة في الاونة الاخيرة (محلل , خبير , مستشار ... إلخ) من التسميات المعطاة لهم
4. أهمية الموضوع :

تعود أهمية الدراسة الى معرفة إتجاه فئة من فئات المجتمع الجزائري و هي عينة الدراسة (النخبة الجامعية الجزائرية) حيال الاداء الاعلامي للفضائيات الجزائرية الخاصة التي تعتبر حديثة العهد .

و كذا لإمكانية استغلال هذه النتائج في دراسات من طرف القائمين على هذه الفضائيات لتحسين الأداء الاعلامي و النهوض به او تطويره اكثر .

5. تحديد مفاهيم الدراسة :

1. الاتجاه :

لغة : إِتْجَة , وَجَه , قَصْد , أَقْبَل له راي .

هو مصدر فعله . إِتْجَة ,تِجِه ,اتجاهها إليه , بمعنى اقبل عليه بوجهه ¹.

اصطلاحا : تعددت تعريفات الاتجاه فليس هناك تعريف واحد فقط فهو بعد المحور الاساسي لعلم النفس الاجتماعي .

بحيث يعرفه "جيف جي" في كتابه "the werner's Attude" ان الاتجاهات الايجابية للفرد تقرر مدى نجاحه في حياته على المستويين المهني و الشخصي،فاذا كانت لدينا اتجاهات ايجابية نحو عملنا،فان هذا سيدفعنا لمحاولة تخطي و التغلب على كل المعوقات و الاحباطات الاي قد تواجهنا ،وتعوق نجاحنا في هذا العمل ،اما اذا كانت اتجاهاتنا سلبية نحو هذا العمل فاننا نعطي فرصة الانفسنا لتبني اكبر قدر ممكن من الاحباطات التي من شأنها ان تجعلنا نفشل في اداء هذا العمل ² .

تعريف موسوعة علم النفس و التحليل النفسي : هو دافع مكتسب يتضح في استعداد وجداني له درجة من الثبات تحدد شعور الفرد و يكون سلوكه بالنسبة لموضوعات معينة من حيث تفضيلها او عدم تفضيلها .فاذا بالفرد يحبها و يميل اليها إن كان اتجاهه نحوها ايجابيا أو يكرهها و ينفّر منها ان كان اتجاهه نحوها سلبيا ،اما موضوع الاتجاه فقط يكون شخصا معيننا،او جماعة ما،أو شعبة أو مادة علمية ،أو مذهباً إيديولوجيا ما ،أو فكرة ما ،أو مشروعاً ما ،وهكذا تتعد موضوعات الاتجاه و تتنوع ³.

كان هيربرت سنجر هو اول من استخدم مصطلح الاتجاهات فقد قال ان وصولنا الى احكام صحيحة في مسائل مثيرة لكثير من الجدل يعتمد الى حد كبير على اتجاهنا الذهني و نحن

¹ مسعود جبران ، معجم الرائد ، لبنان ، بيروت ، دار العلم للملايين ، 8ط ، 2001م ، ص21 .

² سهام ابراهيم كامل محمد ، مفهوم الاتجاه، مركز الدراسات و بحوث المعوقين ، ماجيستير تربية " رياضة الاطفال " ،جامعة القاهرة ، ص1.

³ سهام ابراهيم كامل محمد ، مرجع سابق ، ص2.

نصغي الى هذا الجدل او نشارك فيه.¹ يقول روكنتش بأن الاتجاه تنظيم مكتسب عن طريق التفاعل أو التنشئة الاجتماعية التي تبني الاستعدادات النفسية و الانفعالات العميقة المترسبة في الوجدان مع العواطف و متعلم حيث يلعب التعليم دورا بالغ الأهمية في تكوين الاتجاهات التي تأخذ صفة الاستمرار.² أما في علم الاجتماع يعرفه ينوكمب: من خلال مدخل معرفي سلوكي "يمثل الاتجاه من وجهة النظر المعرفية تنظيما لمعارف ذات ارتباطات موجبة او سالبة، أما من وجهة النظر الدافعية فالإتجاه يمثل حالة من الاستعداد لاستشارة الدافع، فاتجاه المرء نحو موضوع معين هو استعداد لاستشارة دوافعه.

فيما يتصل بالموضوع و هذا الإستعداد يتأثر بخبرة المرء و معارفه السابقة عن هذا الموضوع سلبا أو إيجابا.³

تعريف " هاري أشبو " الاتجاهات هي المواقف التي يتخذها الأفراد في مواجهة القضايا و الامور المحيطة بهم , بحيث يمكن أن نستدل على هذه المواقف من خلال النظر الى الإتجاه على أنه يتكون من 3 أجزاء :

• الأول يغلب عليه الطابع المعرفي و يشير الى المعلومات التي لدى الفرد و المتعلقة بهذه القضايا او المسائل .

• اما الثاني : فسلوكي يتمثل في الأفعال التي يقوم بها الفرد أو يعمل على الدفاع عنها أو نفيها فيما يتصل في هذه القضايا .

• اما الثالث : إنفعالي يعبر عن مشاعر الفرد لكل ما يتصل بهذه القضايا .⁴ ويمكن القول بشكل أدق أن الإتجاهات : -مكتسبة و ليست فطرية.

- سمتها الاستمرارية النسبية القابلة للتغيير و التعديل تبعا لمؤشرات خارجية وفق دوافع داخلية , تؤثر بعد تكونها على سلوك الافراد

تعريف قاموس مصطلحات علم النفس الحديث و التربوية : هو الشعور بالتأييد أو المعارضة إزاء موضوع معين , كجماعة معينة أو فكرة أو فلسفة , أو قضية كالاتجاه نحو المرأة أو نحو القومية العربية و يتكون بالخبرقو الاكتساب و يمكن تعديله.⁵

أ. خصائص الاتجاهات

تتميز الاتجاهات بعدة خصائص من أهمها :

1. الإتجاهات مكتسبة متعلمة و هي قابلة للتعديل و التطوير.

¹ محمد زيدان ، علم النفس الاجتماعي، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائرية، الجزائر 1986، ص 168.

² خضير شعبان ، مصطلحات الاعلام و الاتصال، ط1، دار اللسان العربي، الجزائر 1422 هـ ، ص 184.

³ حسين صديق ، قسم علم الاجتماع والعلوم الانسانية ، مجلة جامعة دمشق ، المجلد 28 ، العدد 3+4 ، دمشق، 2012 ، ص 301.

⁴ حسين صديق ، مرجع سابق ، ص.ص، 301-302.

⁵ المرجع نفسه ، ص305.

2. تتمتع بخاصية الثبات و الاستقرار النسبي .
3. الإتجاهات متدرجة من الإيجابية الشديدة الى السلبية الشديدة .
4. تتعدد الإتجاهات و تتنوع ,و ذلك حسب المثيرات و المتغيرات المرتبطة بها.
5. لها ثلاث مكونات رئيسية :سلوكية ,معرفية ,عاطفية .
6. قابلة للقياس و التقويم .
7. قد تكون في احيان معينة متناقضة بين خبراته و بين الاتجاهات التي يمثلها تبعا لثقافة مجتمعه¹.

أ.مكونات الاتجاهات²:

- 1) **المكون المعرفي** : يشير الى المعلومات و الحقائق و المعارف و الاحكام و المعتقدات و القيم والآراء التي تربط بموضوع الاتجاه.
- 2) **المكون العاطفي**: (الانفعالي) يعود الى مشاعر الشخص و رغبته حول قضية اجتماعية ما او قيمة معينة او موضوع ما، إما في اقباله عليه او نفوره منه .
- 3) **المكون السلوكي**: يتمثل في استجابة الفرد موضوع الاتجاه بطريقة ما ، قد تكون سلبية او ايجابية

ج.انواع الاتجاهات:

هناك عدة انواع للاتجاهات :

- 1- الاتجاهات الجماعية و الاتجاهات الفردية :اذ تعبر الاتجاهات الجماعية عن آراء عدد كبير من افراد المجتمع ،في حين الاتجاهات الفردية هي التي تميز فردا واحدا عن الآخر .
- 2- الاتجاهات الموجبة و الاتجاهات السالبة :اذ تقوم الاتجاهات الموجبة على تأييد الفرد و موافقته ،في حين الاتجاهات السلبية تقوم على معارضة الفرد و عدم موافقته.
- 3- الاتجاهات القوية و الاتجاهات الضعيفة : فالاتجاه القوي هو ذلك الاتجاه الذي يبقى قويا على الزمان ،اما الاتجاه الضعيف فيمكن للفرد ان يتخلى عنه بسهولة³.
- 4- اتجاهات علنية و اتجاهات سرية :الاتجاهات العلنية هي التي يتحدث فيها الفرد أمام الناس بدون حرج أو خوف ،أما الاتجاهات السرية فيجد فيها الفرد حرجها في اظهارها و يحاول اخفاءها و الاحتفاظ بها لنفسه،و ينكرها احيانا حين يسأل عنها ،ويحرص الفرد على اخفاء الاتجاه السري و يميل لانكاره ظاهريا و غالبا ما يكون هذا الاتجاه غير منسجم مع قوانين الجماعة و يتميز بالقوة و الشدة نتيجة المقاومة و القمع الذي يصادفه⁴
- 5- اتجاهات مرنة و اتجاهات جامدة : و اخيرا توصل علماء الاجتماع و الباحثين في تصنيف الاتجاهات الى نوعين هما : الاتجاهات اللفظية و الاتجاهات العلمية أو الجامدة

¹ حسين صديق ، مرجع سابق ، ص 307.

² فاطمة المنتصر الكيتاني ، الاتجاهات الوالدية في التنضنة الاجتماعية و علاقتها بمخاوف الذات لدى الاطفال ، ط 1، دار الشروق ، عمان، ص 36.

³ مرجع نفسه، ص.ص 307-308.

⁴ محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية ، ط2 ، عالم الكتب، القاهرة ، 2004 ، ص331.

،حيث تشيرالاتجاهات المرنة بأن الفرد يستطيع التعبير عنها شفاهة او كتابة بينما الاتجاهات العلمية الجامدة فهي تظهر من أثر السلوك و هي في الغالب تمثل جزءا من النسق القيمي للفرد .¹

كما أن الاتجاهات المرنة تجعل الفرد أكثر حرية لانه يستطيع أن يعبر عن آرائه و إتجاهاته دون قيود على عكس الاتجاهات الجامدة .²

د. مقاييس الاتجاهات :

من بين أهم مقاييس الاتجاهات و الاكثر استخداما منها ,طريقة " ليكرت للتقديرات التجميعية " في سنة 1932 قدم "رنسيس ليكرت" طريقة عرفت باسمه لقياس الاتجاهات و تتمثل في صياغة عدد كبير من البنود (العبارات) عن الموضوع المراد قياس الاتجاه نحوه و البنود التي يكون بعضها موجبا فيشير مضمونه الى الخاصية المرغوب فيها و مطلوب و جودها بينما يكون الاخر سالبا اذ يحتوي مضمونه على النقيض ,و يعبر الفرد عن اجهاهه بالاجابة على كل بند من خلال خمسة بدائل تمتد من الموافقة الشديدة الى المعارضة الشديدة يتوسطها الحياد و هي كالآتي : موافق بشدة , موافق , محايد , معارض ,معارض بشدة .

في حالة البنود الايجابية تعطي 5 درجات امام البديل أوافق بشدة و 4 درجات امام اوافق و 3 درجات امام أعارض و 1 أما أعارض بشدة .
في حالة البنود السلبية فتكون الدرجات بالعكس : أوافق بشدة 1 , اوافق 2 , محايد 3 , أعارض 4 , اعارض بشدة 5 .

نالت طريقة ليكرت شهرة كبيرة و تستخدم على نطاق واسع في بحوث العلون الإنسانية و الإجتماعية ,لما تتميز به من الخصائص التالية :

-تمكن من إستخدام أسلوب تحليل البنود و اختيار القوة التمييزية للبنود .

-تمكن من تجانس الاستبيان بحساب ارتباط كل بند بالدرجة الكلية .

رغم هذه الخصائص الا ان هذه الطريقة تعرضت للنقد فيمكن لشخصين أن يحصلوا على نفس الدرجة الكلية للاستبيان.

التعريف الإجرائي للاتجاه : انطلاقا من التعاريف التي عرضناها مسبقا يمكن تحديد مفهوم الاتجاه "هو مختلف الأحكام التي تتكون لدى النخبة الجامعية الجزائرية بجامعة عمار تليجي بالأغواط نحو القنوات الجزائرية الخاصة و بالتالي هذه الأحكام قد تكون سلبية او إيجابية ,قوية أو ضعيفة ,علنية أو سرية مرنة أو جامدة ويكون ذلك من خلال متابعة الفضائيات الجزائرية و بالتالي التأثير في أحكامهم .

¹ سعد جلال ، علم النفس الاجتماعي ، ط1 ، منشأة المعارف ، الاسكندرية ، 1984 ، ص 169.

² عبد الله بوجلال ، الرأي العام مفهومة تكوينه خصائصه و مظاهره و أهمية و قياسه ، المجلة الجزائرية للاتصال ، العدد 5، 1991، ص 11 .

العادات لغة : هي ما يتعود عليه الإنسان مرارا و تكرارا أو الحالة التي يتكرر على نهج واحد , جمع عوائد و عادات .

وتعرف بانها سلوك إنساني و ظاهرة فردية خاصة لها ضوابطها تتكون مع التعلم و تكرار الاستجابات و تتكرر في المواقف المتشابهة , و هناك عادات إجتماعية و جماعية تنشأ في المناسبات الخاصة كحالات الزواج مثلا .

■ **الانماط لغة :** جمع مفردة نمط و هو الطريقة او الاسلوب او الصنف او النوع أو الطراز من الشيء , ضرب من البسط, ثوب من صوف يطرح على الهودج , جماعة من الناس أمرهم واحد , جمعه أنماط أو نماط .¹

الأساتذة لغة : المعلم الماهر في الصناعة يعلمها لغيره . ولقب علمي عاي في الجامعة جمعه أساتذة و أساتيز , الأساتذية مصدر صناعي من كلمة استاذ .²

اصطلاحا : هو الذي يملك المؤهلات العلمية ومن بينها شهادات الدراسات العليا و الالدراسات المعمقة شهادات الماستر , الماجستير و الدكتوراه , و التي تخول له القيام بمهام التدريس و الإشراف و التأطير و البحث العلمي .³

■ **أجرائيا :** نقصد بالأستاذ في دراستنا هذه بالاساتذة الجامعيين الحاصلين على الشهادة أو المؤهل الجامعي الذي يخول لهم التدريس بالجامعة

■ **الرأي لغة :** الاعتقاد و العقل و التدبير و النظر و التأمل ويقال رأيته رأي العين حيث يقع عليه البصر , و الرأي عند "الأصوليين" استنباط الأحكام الشرعية في ضوء قواعد مقررة .⁴

إجرائيا : هو الصورة او الحكم الذي يطلقه أو يراه الأساتذة الجامعيين للفضائيات الجزائرية الخاصة من خلال مشاهدتهم لهذه الفضائيات.

■ **الأداء لغة :** ادى و ادوا , مشى مشيا ليس بالسريع و لا البطيء . ادى الشيء قام به و الدين قضاؤه , الصلاة قام بها لوقتها , و الشهادة ادلى بها . و إليه الشيء أوصله إلي , تأدى للامر أخذ ذاته و استعد له .

تأدى للامر : قضى و الى فلان توصل و له الامر تيسر و تهيأ , و الدين قضى , و الرجل قضى دينه يقال تأدى الى دائنه , و له من دينه "خلص" الأداء التأدية و التلاوة .⁵

أصطلاحا : الاداء المهني هو تلك العمليات التي يقوم بها الافراد داخل المهنة و التي تتضمن تحديد هيكل معرفي يحدد مجال الخبرة و الروابط المهنية و زيادة الهوية

1 علي بن حادية و آخرون ، القاموس الجديد للطلاب ، الجزائر ، المؤسسة الوطنية للكتاب ، ط ، 1991 ، ص 53 .

2 المعجم الوسيط ، ط4 ، مكتبة الشروق الدولية ، مجمع اللغة العربية ، القاهرة ، 2005 ، ص 17 .

3 علي غربي سليمة حفيظي، الممارسات الأكاديمية للأستاذ الجامعي ، مجلة علوم الأنسان و المجتمع ، ع 2 ، 2012 ، ص 12 .

4 المعجم الوسيط ، مرجع نفسه ، ص 320 .

5 المعجم الوسيط، مرجع سابق ، ص 10 .

الإجتماعية و صياغة و رموز تلائم السلوك المهني و تطور معنى الإلتزام بقواعد المهنة داخل المؤسسات الإعلامية.¹

إجرائيا: يعتبر الأداء في دراستنا هو الطريقة و الأسلوب الذي تتبعه الفضائيات الجزائرية الخاصة في بث مضامينها مختلفة المجالات.

الإعلام لغة: مشتقة من العلم ,تقول العرب إستعمله الخبر فأعلمه إياه ,يعني صار يعرف الخبر بعد ان طلب معرفته.²

إصطلاحا: الاعلام هو تلك العمليات الاتصالية التي يتم من خلالها نقل الاحداث و الآراء و الافكار للجمهور .و لم يعد الاعلام وسيلة نقل و إبلاغ فقط . فهو شكل من أشكال النشاط الإنساني بجوانبه المادية و الروحية,فهو فكرة و نشاط و مشاركة.

وتعرفه الدكتورة عبد عزيزة في كتاب نشر لها في القاهرة حول الاعلام السياسي و الرأي العام "الإعلام هو تلك العمليات الإعلامية التي تفي بنقل المعلومات من المرسل الى المرسل إليه بواسطة الوسائل الاعلامية المختلفة".³

و يعرفه محمد السيد محمد : " إنه العلم الذي يدرس إتصال الناس إتصالا واسعا بأنباء جنسهم اتصال و عي و ادراك و ما يترتب على عملية الإتصال هذه من أثر و رد فعل ، و ما يرتبط بهذا الإتصال من ظروف زمانية و مكانية ، و كمية و نوعية ، و ما شابه ذلك .⁴

إجرائيا: هي مختلف الحقائق و الأخبار و المعلومات حول القضايا و المشكلات و مجريات الأمور لخلق و عي و إدراك شامل لدى المتلقين حول هذه القضايا المثارة .

الفضائيات التلفزيونية : لغة: ما بين الكواكب و النجوم من مسافات او ما اتسع من الأرض او الخالي من الأرض .الفضاء ما اتسع من الأرض أمام الدار . الفضاء ما بين الكواكب و النجوم له مسافة لا ي علمها الا الله جمع افضية .⁵

إصطلاحا: الفضائيات التلفزيونية في محطات تبث إرسالها عبر الأقمار الصناعية لكي يتجاوز هذا الإرسال نطاق الحدود الجغرافية لدولة الإسلال حيث يمكن إستقباله في دولة مناطق عبر أجهزة خاصة لاستقبال لإلتقاط و الإشارات الوافدة من القمر الصناعي عرب سات. نايل سات .هوت بيرد، أساسيات، باناج سات ة هذه الأقمار الصناعية و غيرها يمكن

¹ امين منصور وافي ، الاعلام المهني للاعلاميين الفلسطينيين في انتفاضة الاقصى، دراسة ميدانية لمراسلي الإضاعة و التلفزيون في قطاع غزة ، اطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام و الاتصال ، جامعة الجزائر بن يوسف خدة ، كلية العلوم السياسية و الاعلام، قسم علوم الاعلام الاتصال ، 2005-2006 ، ص 13.

² نبيلة جعفري ، الاعلام الجهوي و تحقيق إشباع الجمهور ، دراسة ميدانية على عينة من جمهور اذاعة ام البواقي ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام و الاتصال ، تخصص صحافة ، إشراف عبد المجيد مرداسي ، جامعة منتوري قسنطينة ، كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية ، قسم الاعلام ، سنة 2009- 2010 ، ص 7.

³ إبراهيم فواز الجبوي ، الاعلام في الأزمات ، مشروع رسالة دكتوراة ، جامعة سنت العالمية، ص 11.

⁴ فاقد حسين حماده ، الجامعة الإسلامية (غزة) قسم الحديث الشريف، علامة الإعلام في السنة النبوية دراسة حديثة موضوعية ، دراسة لنيل الماجستير ، 2009 ، ص 20.

⁵ إبراهيم امام ، الاعلام الإذاعي و التلفزيوني ، ط 1، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 1985م ، ص.ص81-82.

التقاط بثها التلفزيوني عبر أجهزة الإستقبال و الأجهزة اللاقطة .و هي تشمل القنوات تلفزيونية و أجنبية، و القنوات العربية ذاتها تتضمن قنوات فضائية و خاصة¹ .
إجرائيا : هي عبارة عن محطات تبت إرسالها عبر الأقمار الصناعية المختلفة يتم إتقاطها من خلال الأطباق اللاقطة المنتشرة على سطوح المنازل، أو الأماكن المرتفعة.
التلفزيون : و سيلة من وسائل الإتصال تعتمد على الصوت و الصورة معا أي انعا تجمع بين خاصية الإذاعة المسموعة ،و خاصية الوسيلة المرئية ،و لذلك تتصف بأنها وسيلة من وسائل الاعلام المرئية و السمعية².

6. الدراسات السابقة المشابهة:

الدراسة الاولى : بعنوان : اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية من إعداد محمود شلبية ,رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال لسنة 2008 .

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية ,والأى معرفة العادات الإتصالية وأنماط المشاهدة إضافة إلى حجم تعرضها لهذه المحطات وتمثلت تساؤلات الدراسة فيما يلي :

- ما هي اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية ؟
 - هل يؤثر نوع المحطة المشاهدة على اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية ؟ وما هي المحطات و البرامج المفضلة للمشاهدة لدى الطلبة ؟
 - هل توجد فروق في إتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية تعزى لنوع الجامعة التي يدرس فيها الطلبة "حكومية خاص" ؟
 - ما هي العادات الاتصالية و حجم التعرض و أنماط مشاهدة طلبة الجامعات الاردنية للمحطات الفضائية العربية ؟ وإلى اي مدى يؤثر عدد ساعات مشاهدتهم و تعرضهم للمحطات الفضائية العربية على تحصيلهم العلمي ؟
 - الى اي مدى تحقق المحطات الفضائية العربية بانواعها المختلفة إشباعا لرغبات واحتياجات طلبة الجامعات الأردنية؟ وما هي دوافع التعرض والمشاهدة للمحطات الفضائية العربية من قبل طلبة الجامعات الأردنية ؟
 - هل توجد فروق في اتجاهات طلبة الجامعات الاردنية نحو المحطات الفضائية العربية تعزى لخصائصهم الديموغرافية ؟
- و تلخصت ابرز النتائج لهذه الدراسة فيما يلي :

¹ اياك شاكرك البكري ، تقنيات الاتصال بين زمنين ، ط1، دار الشروق للنشر و التوزيع عمان ، 2003، ص 100.
² عيسى الشماس ، تأثير الفضائيات التلفزيونية الأجنبية في الشباب ، "دراسة ميدانية على طلبة كلية التربية بجامعة دمشق ، المجلد 21، العدد02، 2005، ص 11.

-جاءت محطة (Mbc1) الأكثر مشاهدة من قبل الطلبة من بين جميع المحطات الفضائية العربية وتليها , (Mbc2) الجزيرة الإخبارية , Lbc, والفضائية الأردنية جاءت في المرتبة السابعة .

- اتفق معظم الطلبة ان الكليات الغنائية التي تبث عبر المحطات الغنائية فاضحة وخادشة للحياء ولا تراعي الآداب .

- جاء نوع محطات الدراما "المسلسلات والأفلام" الأكثر تفضيلا من قبل الطلبة .

- جاء نوع البرامج الدرامية الاكثر تفضيلا من قبل الطلبة.

- فترة السهرة هي الاكثر مشاهدة لدى الطلبة .

- الهدف الابرز للطلبة من المشاهدة و الترفيه و التسلية ثم قتل الفراغ و الملل.

- نجد معظم الطلبة المحطات الدينية تزيد من صلتهم بالله و تشدهم محاضراتها و برامجها للمتابعة.¹

الدراسة الثانية: اتجاهات الاطفال الاردنيين نحو قنوات الاطفال الفضائية. من اعداد محمد حافظ، محمد جواد لنيل شهادة الماجستير في شهادة العلوم و الاتصال 2010 حيث هدفت الدراسة الى معرفة اتجاهات الاطفال الاردنيين نحو قنوات الاطفال الفضائية و عادات و انماط المشاهدة و البرامج المفضلة لدى الاطفال في هذه القنوات . وجاءت التسلسلات كالتالي :

-ما اتجاه الاطفال الاردنيين نحو قنوات الاطفال الفضائية ؟

- هل يوجد فروق ذات دلالة في اتجاهات الاطفال الاردنيين نحو قنوات الاطفال الاردنية تعزي لنوع الدراسة (خاص/حكومي)؟ .

- ما القنوات و البرامج الاكثر تفضيلا عند المشاهدة لدى الاطفال الاردنيين ضمن قنوات الاطفال الفضائية ؟

- ما حجم تعرض الاطفال الاردنيين للقنوات الفضائية ؟ .

- ما الاوقات الاكثر تفضيلا لدى الاطفال الاردنيين لمشاهدة قنوات الاطفال الفضائية ؟

- ما عادات و انماط المشاهدة لدى الاطفال الاردنيين لمشاهدة قنوات الاطفال الفضائية؟

النتائج المتوصل اليها :

-اتجاهات الاطفال الاردنيين نحو قنوات الاطفال الفضائية كان متوسطا (بدرجة تقييم متوسط).

- اعلى متوسط حسابي كان لفقرة "اتصل " مع البرامج المباشرة في قنوات الاطفال الفضائية و بدرجة تقييم متوسط .

¹ محمود شلبية ، اتجاهات طلبة الجامعات الأردنية نحو المحطات الفضائية العربية، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال ، سنة 2008 .

- اقل قنوات الاطفال تفضيلا للمشاهدة لدى الاطفال عينة الدراسة كانت قناة "سنا" الفضائية.
 - اكثر القنوات الفضائية بالعموم و ليس فقط من ضمن قائمة قنوات الاطفال تفضيلا للمشاهدة لدى الاطفال عينة الدراسة كانت الاردنية الفضائية .
 - اقل القنوات الفضائية بالعموم و ليس فقط من ضمن قائمة قنوات الاطفال تفضيلا للمشاهدة لدى الاطفال عينة الدراسة كانت الامارات ثم الرسالة .
 - اكثر البرامج مشاهدة هو برنامج الرسوم المتحركة (توم و جيرى) نسبة مشاهدة %91 من افراد عينة الدراسات ثم برنامج (ميرنا و خليل) بنسبة %79.
 - اكبر حجم تعرض لقنوات الاطفال كان خلال ايام الاجازات و تحديدا يوم الخميس¹.
- الدراسة الثالثة :** اتجاهات المرأة الجزائرية نحو القنوات الدينية :من اعداد سعيدة عباس مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الدعوة و الاعلام لسنة 2010 .
- تمحورت تساؤلات الدراسة في مايلي :
- ما مدى مشاهدة المرأة الجزائرية للقنوات الدينية ؟
 - ماهي القنوات الدينية التي تحضى بمشاهدة و متابعة المرأة الجزائرية ؟
 - ماهي دوافع مشاهدة المرأة الجزائرية لهذه القنوات ؟
 - ماهي البرامج الاكثر مشاهدة من طرف المرأة الجزائرية في الفضائيات الدينية ؟
 - ما تقييم المرأة الجزائرية للفضائيات الدينية و برامجها ؟
 - هل توجد علاقة ذات دلالة احصائية بين المتغيرات و الاتجاهات ؟
- و توصلت الباحثة على النتائج التالية :
- اغلب عينة الدراسات تقبل على مشاهدة الفضائيات بنسبة %98.66.
 - حصلت الفضائيات العربية على اعلى نسبة مشاهدة من طرف افراد عينة الدراسة بنسبة %56.94 ثم المرتبة الثانية الفضائيات الجزائرية بنسبة %23.22 و في المرتبة الثالثة الفضائيات الاجنبية بنسبة %19.14 .
 - تفضل اغلب عينة الدراسات مشاهدة اثناء الفترة الليلية ثم الفترة المسائية بنسب متقاربة تساوي المشاهدة الليلية و المسائية لدى المرأة الغير عاملة من فئى 41 سنة فما فوق بنسبة %35.19 تليها فترة الظهيرة و في المرتبة الاخيرة الفترة الصباحية.
 - اغلب افراد عينة الدراسات تشاهد الفضائيات الدينية في فترات غير محددة بنسبة %34.55 .
 - تفضل عينة الدراسة الدعاة لأن لديهن القدرة على الإقناع في المرتبة الأولى بنسبة %25.71 ثم لأن طريقة تقديمهم للبرامج مميزة و فيها إبداع بنسبة %22.21.

¹ محمد حافظ،محمد جواد ، اتجاهات الاطفال الاردنيين نحو قنوات الاطفال الفضائية ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في شهادة العلوم و الاتصال،جامعة الشرق الاوسط، الأردن، 2010.

- جاءت قناة "الرسالة" في المرتبة الأولى كقناة تفضل مشاهدتها عينة الدراية تليها قناة "إقرأ" ثم القنوات الأخرى.

- يتجه أفراد عينة الدراسة إتجاها إيجابيا نحو العبارة "تياهم القنوات الدينية في تمسكي بالعقيدة الإسلامية" ، اي انهم يوافقون على أن القنوات الدينية تساهم في تمسكهم بالعقيدة الإسلامية،و قد دلت النتائج على أن شدة إتجاه العينة تقدر ب 1.41% و ذلك بنسبة موافقة بشدة 48.30% .

- يتجه افراد عينة الدراسة إتجاها إيجابيا نحو العبارة " تهتم الفضائيات الظينية بنشر السلوك الإيجابي و ذلك بشدة " ،موافق جدا بنسبة 51.36% ،و موافق بنسبة 43%.

- تفضل عينة ابظراسة برامج الفتوى في المرتبة الاولى بنسبة 18.43% ،ثم في المرتبة الثانية البرامج الوعظية ،و في المرتبة الثالثة برنامج القرآن الكريم.

- اختارت عينة الدراسة برنامج " ضع بصمتك" في المرتبة الاولى بنسبة 28.53% كأفضل برنامج ديني، ثم في المرتبة الثانية برنامج"ليلة في بيت النبي" بنسبة 18.16% ،و في المرتبة الثالثة برنامج "فتاوى على الهواء" بنسبة 15.00% ،وفي المرتبة الرابعة برنامج "فضفضة" بنسبة 14.41%....

- يتجه أفراد عينة الدراسة إتجاها إيجابيا نحو العبارة أي العينة "يركز معظم مقدمي البرامج على أسلوب التفاعل مع الجماهير بنسبة 58.84% م¹ش

الدراسة الرابعة: بعنوان إتجاهات المشاهدين نحو البرامج والخدمات الإخبارية في التلفزيون الاردني ,إعداد قبلان عبده قبلان حرب ,رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام و الإتصال لسنة 2008.

هدفت الدراسة على التعرف على إتجاهات المشاهدين نحو البرامج و الخدمة الاخبارية في التلفزيون الأردني .

تمحورت أسئلة الدراسة فيما يلي :

-ما معدل مشاهدة التلفزيون الأردني ؟

- ما الأنماط البرامجية المفضلة لدى المشاهدين على شاشة التلفزيون الأردني ؟

- ما درجة رضى المشاهدين عن برامج التلفزيون الأردني ؟

- ما أكثر الدوافع التي تحث المشاهدين على مشاهدة التلفزيون الاردني ؟

-ما إتجاهات المشاهدين نحو الخدمة الإخبارية باللغة العربية في التلفزيون الأردني؟

لخصت الدراسة الى النتائج التالية :

-أن نسبة 91.2% من افراد العينة يشاهدون التلفزيون الأردني ,بينما لا تتعرض له النسبة المتبقية .و ان نسبة30.9% من أفراد العينة تشاهد التلفزيون الأردني أقل من ساعة يوميا ,و بينت الدراسة أن أكثر الأنماط البرامجية مشاهدة من قبل أفراد العينة هي الأخبار و

¹ سعيدة عباس ، اتجاهات المرأة الجزائرية نحو القنوات الدينية ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الدعوة و الاعلام ، 2010 .

البرامج الأخبارية بنسبة 25.2%، و قدجاءت المسلسلات بالمرتبة الثانية بنسبة 45.6%، و حصل برنامج "يسعد صباحك" على أعلى درجة رضا من أفراد العينة بنسبة 47.5% .
- جاءت درجة رضا المشاهدين عن برامج التلفزيون الأردني بالمجمل منخفضة و بلغ المتوسط الحسابي : 1.58 من 3.

- زادت الإتجاهات السلبية للمشاهدين تجاه برامج التلفزيون الأردني عن الإتجاهات الإيجابية و الذي بلغ متوسطه الحسابي 2.23 من 3 بينما كان المتوسط الحسابي للإتجاهات الإيجابية 1.84 من 3، كما زادت الإتجاهات السلبية تجاه الخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني عن الإتجاهات الإيجابية، و قد بلغ المتوسط الحسابي للإتجاهات السلبية 68.2 من 3 بينما كان المتوسط الحسابي للإتجاهات الإيجابية 1.58 من 3 .

الإستفادة من الدراسات السابقة : بل يعتم

- أخذ نظرة ذات مساحة من الإتجاهات بصفة عامة.
- توجيهنا للمنهج و الأدلة و العينة المختارة في الدراسة.
- أن الموضوع مدروس من زوايا مختلفة إلا أن الدراسات في هذا المجال قليلة.
- المساعدة في صياغة تساؤلات مناسبة للدراسة.
- المساعدة في تصميم إستمارة الإستبيان .
- الإستفادة من المراجع المذكورة في كل دراسة، و بالتالي سهولة التوجه إلى المعلومات المطلوبة¹.

7-المقاربة النظرية للدراسة:

تعريف النظرية: توصل الباحثون في علم الاتصال الى جملة من التعريفات المحددة لمفهوم النظرية في الدراسات الاعلام و الاتصال نورد منها ما يلي :

* النظرية هي : المفاهيم التي يتوصل اليها الباحث بناء على ملاحظته لتجربة او مجموعة تجارب ، او حدث او مجموعة احداث² .

* كما تعرف ايضا بانها بناء فكري تاملي ترتبط فيها النتائج او بالمقدمات و كلمة مشتقة من اليونانية تيوريا ، و تستعمل كلمة نظرية للدلالة على ما هو نقيض المعرفة السطحية او العامة . حيث عرفها جميل صليبا "النظرية قضية تثبت برهان وهي عند الفلاسفة تركيب عقلي مؤلف من تصورات منسقة تهدف الى ربط النتائج بالمبادئ³

¹ قبلان عبده قبلان حرب ، إتجاهات المشاهدين نحو البرامج والخدمات الإخبارية في التلفزيون الاردني ، رسالة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام و الإتصال ، 2008.

² مي عبدالله ، نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، ط2 ، 2010، بيروت ، ص14.
³ جميل صليبا، المعجم الفلسفي، ج2، الشركة العالمية للكتاب، 1994، ص377.

و في دراستنا نظرية الاستخدامات و الاشباعات هي الانسب لانها تقوم بدراسة مستويات تفضيل الجمهور نحو استخدام الوسائل الاعلامية التي تهتم بها دراستنا ، فاهتمامنا ينصب حول اتجاهات الاساتذة اي المستهلكين نحو استخدام الفضائيات و مدى الاشباع المتحقق و معاينة مدى الرضا المتحقق منها و ذلك من خلال و صف الجمهور المتلقين "الاساتذة" و حجمهم و تركيبهم و تصنيفهم دوافعهم، وكذلك الانماط السلوكية و درجتها و شدتها و مستويات الاهتمام و التفضيل لدى الجمهور.

جدور النظرية:

خلال الاربعينيات القرن العشرين الميلادي ادى ادراك عواقب الفروق الفردية و التباين الاجتماعي و ادراك السلوك المرتبط بوسائل الاعلام الى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجمهور ووسائل الاعلام ، و نظرية الاستخدامات و الاشباعات قائمة على افتراض الجمهور النشط ، تركز على كيفية استجابة وسائل الاعلام لدوافع احتياجات الجمهور و انواع الاحتياجات التي يحققها استخدام وسائل الاعلام قد بدا في الثلاثينيات من القرن الميلادي الماضي ، عندما اجريت دراسات عديدة من هذا المنظور للتعرف على اسباب استخدام الجمهور لوسيلة معينة¹ و بدأت ابحت نظرية منذ عام 1994 في دراسة هيرتا و هيرزج التي استهدفت الكشف عن اشباع مستمعي المسلسلات اليومية و توصلت الى انها تهتم باشباع الحاجات العاطفية² في عام 1954.

كان اول ظهور لهذه بصورة كافية في كتاب استخدام وسائل الاتصال الجماهيري من تاليف الياهو كارتز و بلمر عام 1974 و هذا الكتاب حول تصور الوظائف التي تقوم بها وسائل الاعلام من جانب اخر حيث يزعم المنظورون لهذه النظرية ان للجمهور ارادة من خلالها يحدد اي الوسائل

و المضامين يختار، و استمر الاهتمام بهذه النظرية عن الباحثين امثال لازا رسفيلدورفيز و يلبورشرام في القرن العشرين و لكنها لم تكن مصممة اشباع وسائل الاعلام للفرد بقدر ماهي استهداف للعلاقة بين متغيرات اجتماعية معينة و يرى دينس ماكويل انه لا بد من دراسة العلاقة بين الدوافع النفسية التي تحرك الفرد لتلبية حاجاته في وقت معين و التعرض لوسائل الاعلام³.

و في السبعينيات بدا الباحثون يستهدفون عبر البحوث المنظمة بناء الاسس النظرية لمدخل الاستخدام و الاشباع و صياغة التساؤلات العديدة التي ظهرت في الدراسات التقليدية المقدمة في الاربعينيات من القرن نفسه، لذا كان الياهو كارتز و بلمر بميزان هذه

¹ هيثم هادي الهيتي، الاعلام السياسي و الاخباري في الفضائيات، عمان، دار اسامة للنشر و التوزيع ، 2010، ص142.

² مرزوق عبد الحكيم العادلي، مرجع سابق، ص.ص 109-110.

³ مرزوق عبد الحكيم العادلي، مرجع سابق، ص.ص، 141-142.

المرحلة بانها تحاول استدام المادة العلمية المتاحة حول الاشباع لشرح و توضيح الجوانب الاخرى من عملية الاتصال التي يمكن ان ترتبط بها دوافع الجمهور و توقعاته ، و في فترة الثمانيات تطورت ابحاث الاستخدامات و الاشباعات.

1. تعريف نظرية الاستخدامات و الاشباعات :

الاستخدام في اللغة من استخدم استخداما اي اتخذ الشخص خادما و منه يخدمه خدمة فهو خادم و خدام ، اما الاشباعات فهي مأخوذة من الشيع.

نظرية الاستخدامات و الاشباعات في الاصطلاح الاعلامي عبارة عن تعرض الجمهور لمواد اعلامية لاشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية¹، كما تعرف النظرية : بانها دراسة جمهور وسائل الاعلام الذين يتعرضون لاشباع حاجات فردية معين².

فروض النظرية :

يرى كارتز و زملاؤه ان منظور الاستخدامات و الاشباعات يعتمد على خمسة فروض و يتضمن النموذج ما يلي :

* جمهور المتلقين هو جمهور نشط ، و استخداماته لوسائل الاعلام هو استخدام موجه لتحقيق اهداف معينة .

* يمتلك اعضاء المبادرة في تحديد العلاقات بين اشباع الحاجات و اختيار الوسائل معينة يرى على انها تشيع الجميع.

* تنافس وسائل الاعلام مصادر اخرى لاشباع الحاجيات و هذا ما عبر عنه كلابر بتاثير العوامل الوسيطة.

* الجمهور هو وحده القادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدامه وسائل الاعلام .

* الاحكام حول قيمة العلاقة بين الجمهور و استدامه لوسيلة و محتوى معين يجب ان يحدده الجمهور نفسه.

عناصر النظرية :

¹ محمد عبد الحميد، نظريات الاعلام و اتجاهات التأثير، القاهرة ، دار عالم الكتب للنشر و التوزيع، ط 2004، 3 .
² مرزوق عبد الحكيم العادلي، مرجع سابق، ص.ص، 117-118.

تقوم نظرية الاستخدامات و الاشباعات على ستة عناصر اساسية و هي تقوم بشرح ابعادها و هي كالآتي :

* افتراض الجمهور النشط.

* الاصول الاجتماعية و النفسية لاستخدام وسائل الاعلام .

* دوافع الجمهور و حاجاته من وسائل الاعلام.

* التوقعات من وسائل الاعلام.

* الاصول الاجتماعية و النفسية لاستخدام وسائل الاعلام .

* دوافع الجمهور و حاجاته من وسائل الاعلام.

* التعرض لوسائل الاعلام.

* اشباعات وسائل الاعلام.

افتراض الجمهور:

يرى بالمجرين ان الجمهور يكون نشطا من خلال ثلاث محاكات رئيسية :

*الانتقاء : يقوم الجمهور بانتقاء الوسائل الاعلامية و كذلك المضامين التي يتعرض لها و ذلك لما يتفق و حاجياته و اهتماماته.

*الايجابية : اي ان الجمهور يدلي بمناقشاته و تعليقاته حول مضمون الاتصال فهو قادر على تحديد اهتماماته و احتياجاته و دوافعه و استخدامه لوسائل الاعلام.

*المنفعة : و هي استخدام الافراد لوسيلة معينة بقصد هدف معين.

الاصول الاجتماعية و النفسية لاستخدام وسائل الاعلام :

نظرا لان هناك فروقات و اختلافات فردية ، فان الانماط المختلفة من البشر يختلفون في اختياراتهم و تفسيرهم لرسائل الاتصال الجماهيري ، مما يعني ان العوامل النفسية يمكن ان تلعب دورا في تحديد كثير من استدامات وسائل الاعلام ، و في دراسة لدونهيو و بالمجرين و اربيبون حول الاصول الاجتماعية و النفسية لاستدام وسائل الاعلام اشارت الدراسة الى ان :

العوامل النفسية و الاجتماعية و الاقتصادية و السياسية ، تعمل كلها في تناسق كي تؤثر في استخدام وسائل الاعلام ، و قد قامت العديد من الدراسات الدليل الامبريقي¹.

2. نماذج الاستخدامات و الاشباعات :

صاغ الباحثون و الخبراء اكثر من نماذج للاستخدامات و الاشباعات و من اهم هذه النماذج الاتي :

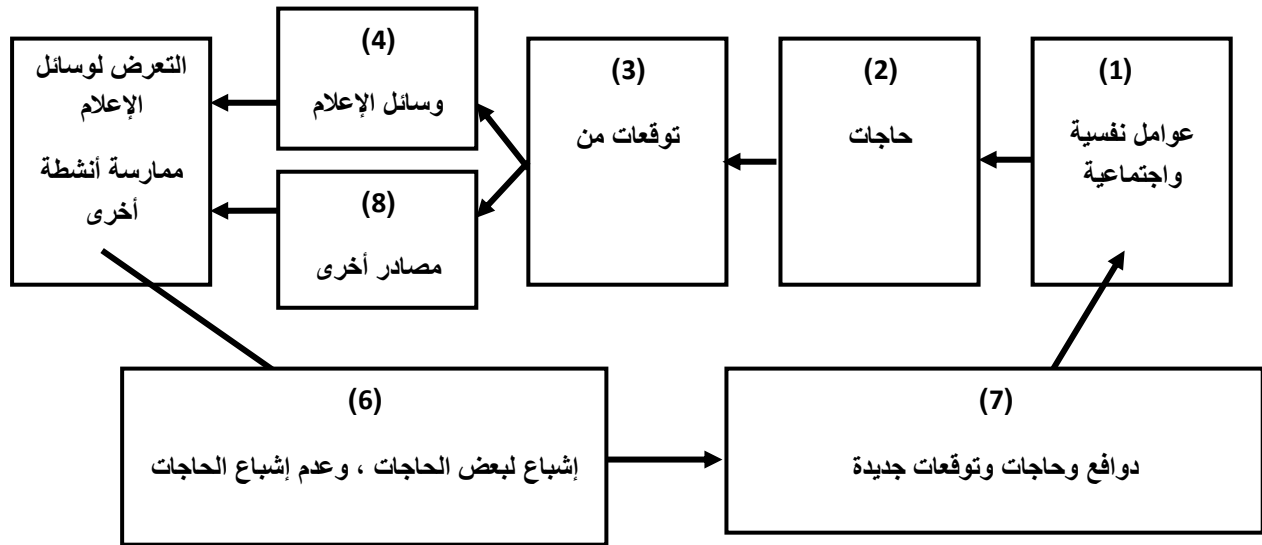
* نموذج كارترز و رفاقه للاستخدامات و الاشباعات.

* نموذج ماكويل للاستخدامات و الاشباعات.

نموذج كارترز و رفاقه :

يعتبر اكثر النماذج شيوعا و يرتكز على مجموعة من العناصر ، تقول : نقول بان هناك اصول نفسية و اجتماعية للحاجات و التي تولد توقعات من وسائل الاتصال ، و مصادر اتصالية اخرى تؤدي الى انماط متلفة من التعرض لوسائل الاتصال ، و القيام بانشطة اخرى تؤدي الى اشباع الحاجات و نتائج اخرى قد تكون مقصودة.

و على ذلك فان عملية الاتصال تسير في شكل دائري ، فكلما تشبع احتياجات الافراد تتولد احتياجات اخرى جديدة ، و يحاول الافراد اشباع الحاجات التي تتولد باستمرار سواء من الوسائل الاتصالية او من البدائل الوظيفية الاخرى غير الاتصالية².



¹ هيثم هادي الهيتي، مرجع سابق ، ص 153.

² مرزوق عبد الحكيم العادلي، مرجع سابق، ص.ص، 120-121.

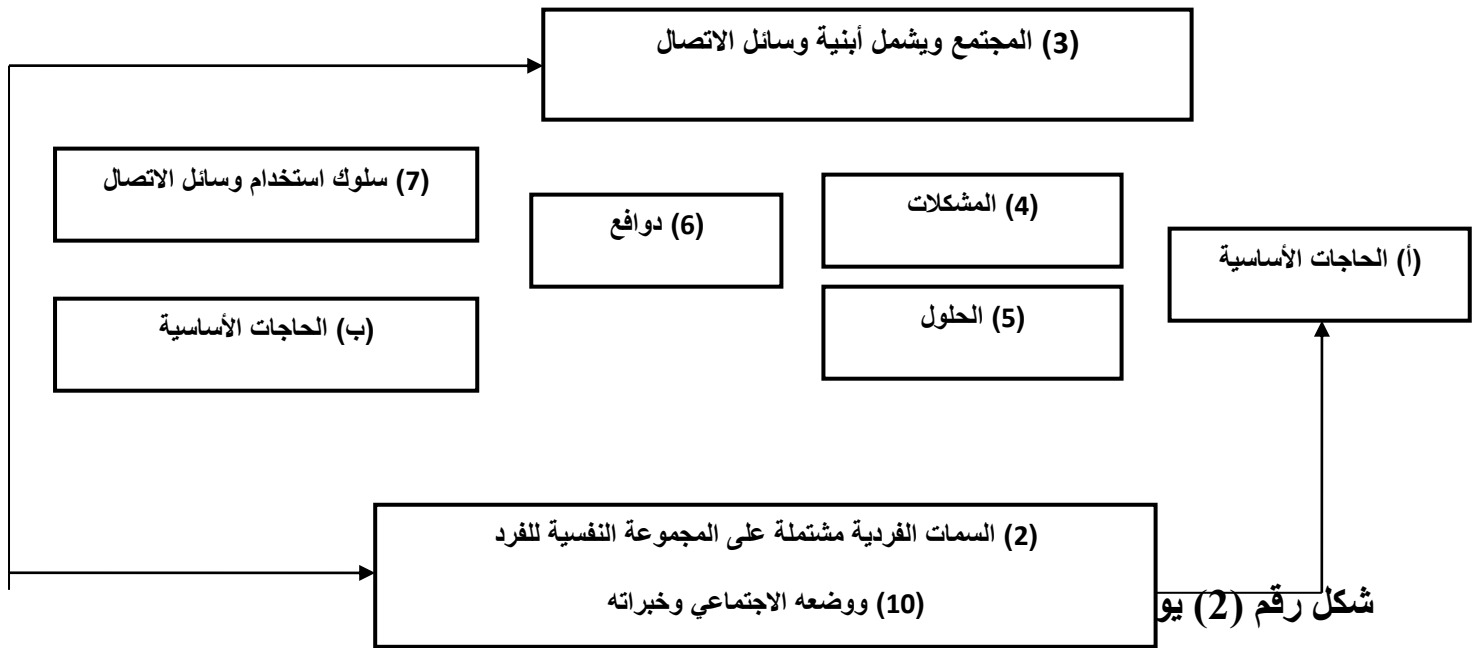
شكل رقم (1) يبين نموذج الاستخدامات والاشباعات لدى كارترز ورفاقه .

نموذج ماكويل للاستخدامات والاشباعات :

وضع دينيس ماكويل صيغة اقل ميكانيكية من الصيغة التي وضعها كارترز ورفاقه لنموذج الاستخدامات والاشباعات ، حيث اقترح التأكيد على الخلفية الاجتماعية والتجربة الاتصالية وتوقعات الافراد دمن وسائل الاتصال وكذلك على التوقعات المسبوقة واستخدامات الوسيلة والاشباعات التي يحصل عليها الافراد بالفعل كنتيجة لاستخدامهم الفعلي لوسائل الاتصال ،وقدم دينيس ماكويل نموذج الاستخدامات والاشباعات وتقول بأن هناك ظروف اجتماعية شخصية ونزعة سيكولوجية تؤثر في العادات العامة لاستخدام وسائل الاتصال ومنافع توقعات وسائل الاتصال وتشكل سلوكا محددًا من اختيار وسائل الاتصال واستخداماتها ، ويترتب عليها تقويم للتجربة الاتصالية ، او ظهور نتائج تؤدي الى زيادة في استخدامات الوسيلة كومن الممكن ان تحقق بعض المنافع في التجربة الاتصالية الحالية او في..التالية¹

نموذج روزنجرين الاستخدامات والاشباعات :

لقد صاغ روزنجرين نمودجه للاستخدامات والاشباعات في الشكل الآتي :



شكل رقم (2) يوضح

ويتضح من هذا الشكل الآتي :

* تتمثل البداية في وجود الحاجات الفردية التي تتفاعل مع السمات الفردية العامة والنفسية وكذلك مع البناء الاجتماعي المحيط بالفرد ، بما فيه بناء وسائل الاعلام .

¹ مرزوق عبد الحكيم العادلي، مرجع سابق ، ص126.

* يترتب على ذلك ظهور مشكلات للفرد سواء كان شعوره بها قويا ام ضعيفا ، فإنه سيبحث عن حل لها من بين البدائل المختلفة ، في محاولة للتعرف على السلوك الذي يؤدي الى الاشباع او حل المشكلات.

* نتيجة لهذا السلوك تظهر أنماط مختلفة للاستخدام الحالي لوسائل الاعلام ، وكذلك أنماط سلوكية الأخرى خلاف استخدام وسائل الاعلام لتحقيق اشباع او حل المشكلات .

* نتيجة لهذا السلوك تظهر أنماط مختلفة للاستخدام الحالي لوسائل الاعلام ، وكذلك أنماط سلوكية أخرى خلاف استخدام وسائل الاعلام لتحقيق اشباع او حل المشكلات .

* تؤدي الأنماط السلوكية المختلفة من وسائل الاعلام او غيرها الى نماذج من الاشباع او عدم الاشباع.

* وهذا من الممكن أن يتأثر – أيضا – بالخصائص العامة والنفسية البيئية و الاجتماعية المحيطة بالافراد مثل : بناء وسائل الاعلام والبناء السياسي والاقتصادي والثقافي في المجتمع وهذه في النهاية تمثل تأثيرات عملية الاستخدام والاشباع التي تعتمد على المتلقي بالدرجة الأولى¹.

3. الانتقادات الموجهة للنظرية :

رغم الاسهامات الكبيرة التي قدمتها نظرية الاستخدامات والاشباع في مجال البحوث المتعلقة بالاتصال الجماهيري والذي اتخذت من الجمهور تحديدا الجوهر او العنصر الاساسي والمهم في تفسير العلاقة بين وسائل الاعلام ورغم التطورات المهمة للأبحاث الخاصة بهذه النظرية منذ وجودها الى غاية السبعينات وما بعدها ، الا أنها بقيت تلقى النقد ومن الانتقادات الموجهة اليها مايلي :

* يذهب بعض النقاد ان النموذج الاستخدامات والاشباع اقل من ان يكون نظرية مستقلة بذاتها ، وما هو الا صياغة معادة محدودة الجوانب من نظريات التأثير الاختياري ، ويشيرون الى حقيقة ان الافتراض الرئيسي هنا ، هو ان احتياجات الافراد التي يحصلون عليها تؤثر في أنماط اهتمام الناس بمحتوى الاعلام ، والمنافع التي يحققونها باستخدام ما يحصلون عليه من معلومات وهذه اساسا رواية مبسطة لنظرية الفروق الفردية اعتمادا على تركيبية المعرفة².

¹ مرزوق عبد الحكيم العادلي، مرجع سابق، ص.ص، 123-124.

² ملفين ديفلير، ساندر بول روكيتش، نظريات وسائل الاعلام ، ت: كمال عبد الرؤوف ، الدار الدولية للنشر و التوزيع، مصر، 1993، د.ط ، ص266.

* كما أن هذه النظرية الميل الشديد الى الفردية في المنهج والمفاهيم ، وهذا ما يؤدي الى صعوبة الخروج بنتائج يمكن تعميمها على المجتمع ككل .

* غياب النظرية الاجتماعية تجعل نظرية الاستخدامات والاشباعات تتصف بدرجة عالية من التجريد ، حيث تم عزل عملية الاتصال عن العمليات الاجتماعية الاخرى ، فالامر لا يتوقف على الحالة الفعلية ولكن هناك امور عديدة تعتبر متغيرات في علاقتها باستخدام وسائل الاعلام مثل المركز الاجتماعي للفرد ، والحالة الاقتصادية¹.

* عدم التحديد الواضح لمفهوم النشاط الذي يتصف به جمهور المتلقين في علاقهه باستخدام والاشباع ، فهناك العديد من المعاني التي نشرت في هذا المفهوم منها المنفعة فوسائل الاعلام لها استخدامات محددة للجمهور والافراد يضعون هذه الرسائل في اطار هذه الاستخدامات ، وهنا يعني ان وسائل الاعلام هي التي تحدد وظائفها. ثم يحدد الفرد استخدامه لأي من هذه الوظائف معنى العمد أي أن استخدام الفرد الجمهور لوظائف الاعلام يمكن ان يوجه من خلال الدوافع ، وكذلك في الانتقاء . وهذا يعني ان استخدام الناس لوسائل الاعلام ، ربما يعكس اهتمامهم وتفعيلهم القائم والمعنى الاخير هو مقاومة التأثير ، والجمهور عنيد لا يقبل السيطرة من الآخرين ، ومن أي شيء من وسائل الاعلام وبالتالي فان نشاطهم يجنبهم تأثير وسائل الاعلام².

* صعوبة قياس الحاجات مما يجعل عملية استنتاج الاشباعات التي تقوم باشباعها غاية في الصعوبة ، بالاضافة الى التعقيد في استخلاص العلاقة بين الحاجة والاشباع والاستخدام³.

ولقد قدم ماكويل وستيفن عدة انتقادات وهي كما يأتي⁴:

* ان نموذج " النظرية " الاستخدامات والاشباعات منخفض في طبيعته ولم يطور ادواتهن ، ويخدم المضمون الهابط الذي يدعون ان هذا المضمون ما هو الا مجرد الاحتياجات الفعلية لاجزاء الجمهور ومن ثم فلا حاجة لتغيير هذا المضمون .

* لا يتضح ما اذا كانت الحاجات متغيرا او تابعا او وسيطا ، فهل الحاجات هي التي تدفع الافراد للتعرض لهذه الوسائل ، ويؤدي ذلك لظهور حاجات جديدة تدفع الافراد لاستخدام هذه الوسائل .

* تركز النظرية على اسس وظيفية ، تهتم بما في وسائل الاعلام من وظائف ، وذلك من منظور فردي استخدم الرسائل الاعلامية ، في حين ان الرسائل الاعلامية قد تحقق وظائف

¹ رضا أمين عبد الواحد، الصحافة الالكترونية، دار الفجر ، القاهرة ، ط1، 2007، ص45.

² محمد عبد الحميد، نظرية الاعلام والاتجاهات التأثير، ط2، عالم الكتب، مصر، 2000، ص227.

³ رضا امين عبد الواحد ، مرجع سابق ، ص 45.

⁴ مرزوق عبد الحكيم العادلي، مرجع سابق، ص 127.

لبعض الافراد ، وتحقق اختلاط وظيفيا للبعض الآخر ، وكذلك فكل الانتقادات الخاصة بالوظيفية تنطبق على النظرية وهو بتكريس تالوضع القائم وتجاهل التغيير الاجتماعي .

* عدم وجود ابحاث للمقارنة الكافية عبر مجتمعات المختلفة لمقارنة دور العوامل المحيطة بالفرد ، في المجتمعات المختلفة على وجود احتياجات معينة يسعى الفرد لاشباعها من خلال استخدامه لوسائل الاعلام¹.

* كما انها تفتقد الى نظرية متقاربة من الاحتياجات الاجتماعية والسيكولوجية².

وفي الاخير اصبحت هذه النظرية في محك كبير مع تطور وسائل الاعلام والتقنية المستخدمة في هذه الوسائل وبالتالي يصعب تحديد العلامة بين هذه التقنية والوسائل الاتصالية والاعلامية الجديدة والجمهور الذي هو جوهر هذه النظرية .

الرد على الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والاشباعات :

رغم الانتقادات التي وجهت الى نظرية الاستخدامات والاشباعات ، الا ان بعض الباحثين يرون ان محاولة لدراسة الاتجاهات البحثية والنظرية في التأثيرات الاجتماعية لوسائل الاتصال الجماهيري الجديدة كالانترنت ادى الى بعث الحياة من جديد في هذه النظرية ، وقد بنيت معظم الدراسات الحديثة الاستخدامات والاشباعات على نفس الصور الذي قامت عليه البحوث منذ ثلاثين عاما تقريبا ، الا انها اتسمت لتشمل وسائل الاتصال الجديدة مثل القنوات الفضائية ، الانترنت وبذلك فقد تصدى الباحثون للرد على هذه الانتقادات التي وجهت الى المدخل كاطار نظري لدراسات سلوك الجمهور نحو وسائل الاعلام .

ان مفهوم الجمهور النشط يمكن التغلب على الغموض الذي يكشفه هذا المفهوم من خلال تقسيم ايجابية الجمهور الى ثلاث مراحل هي :

-الانتقاء قبل التعرض .

- الاهتمام اثناء التعرض .

- زيادة المعرفة والنقاش بعد التعرض .

استطاع الباحثون وضع قائمة من الحاجات والاشباعات يختار الجمهور تحديدها عندما تقدم له ، وبذلك تم تجاوز الشكوك حول الافراد على تحديد حاجاتهم واشباعاتهم .

¹ أماني عمر الحسني، الدراما التلفزيونية و أثرها على أطفالنا ، عالم الكتب، مصر، 2005، ص95.

² مرجع نفسه، ص 95.

ولذلك فلن مفهوم الاستخدامات والاشباعات لا يتناول عناصر منفصلة وانما هو مفهوم متكامل يختلف باختلاف العوامل الديموغرافية للفرد ، والتي يدخل الاطار الاجتماعي والاقتصادي ، كما يختلف باختلاف علاقة الفرد مع وسائل الاعلام¹.

تطورت الوسائل الاعلامية بالتكنولوجيا الحديثة ، كما تطورت نظرية الاستخدامات والاشباعات وذلك

نتيجة الانتقادات التي تعرض لها ، مما ادى الى ظهور بعض الاتجاهات الجديدة وهي² :

* اتجاهاتهم بالربط بين دوافع الاستخدام وانواع الاشباعات وطبيعة المضمون وطبيعة الوسيلة ، وتعرض الفرد لوسيلة معينة ، ومضمون معين سيؤدي الى اشباعات معينة بدورها بدوافع الفرد للتعرض للوسيلة الاعلامية.

* اتجاه يهتم بفحص العلاقة المتداخلة بين دوافع الاستخدام وبين سلوكيات تلك الوسائل وباتجاهاتها.

* اتجاه يهتم بدراسة تاثير العوامل النفسية والاجتماعية على استخدام الافراد لوسائل الاعلام وتعرضهم لها ، مثل متغيرات الشخصية والسياق الذي يتم فيه العرض ، والنشاط الاجتماعي ، وقد يعود اهتمام الباحثين بهذا الاتجاه الى ضرورة تقييم دلائل حول وسائل الاعلام منطلقين في تفسيراتهم من السمات الاجتماعية والفردية .

4. مستقبل نظرية الاستخدامات والاشباعات :

ادت تكنولوجيا الاتصال المعاصرة الى احياء الاهتمام بهذا الاتجاه لكونه يقدم للجمهور فرضا اوسع من الاختبارات وعدد اكبر من الاستخدامات والاشباعات ، وبذلك اجريت دراسات عديدة حول الاستخدامات والاشباعات لوسائل الاتصال الحديثة .

عن الاهتمام المتزايد لاستخدام هذا الاتجاه مع وسائل الاتصال الجماهيري وفي مقدمتها الانترنت بعد نتيجة منطقية لخصائص هذه الوسائل واهمها : التفاعلية ، الجمهور المجزء ، وصفة اللاتزامن ، فالتفاعلية عززت من المفهوم الرئيسي للمستخدم النشط الذي تقوم عليه نظرية الاستخدامات والاشباعات ، إذ يشير المفهوم الى تبادل الادوار بين القائمين بالعملية الاتصالية وفق درجة اعلى من السيطرة والتحكم .

اما المفهوم الثاني وهو الجمهور المجزء وهو امكانية القائم بالاتصال ان يصل برسالة الى جماهير عديدة كل منها يمثل قطاعا متجانسا في داخله بخلاف الحال مع وسائل الاتصال

¹ حمادة بسيوني ابراهيم، دراسات في الاعلام و تكنولوجيا الاتصال و الرأي العام ، عالم الكتب، القاهرة ، ط1، 2008، ص120.

² رضا أمين عبد الواحد، مرجع سابق، ص 33.

الجامهيري التقليدية ، والتي تصل الى جمهور عام متباين غير قادر على الاتصال المباشر والفوري مع القائم بالاتصال او باعضاء اخرين في نفس الجمهور¹ .

ويشير المفهوم الثالث للاتزامنية الى امكانية ارسال واستقبال الرسالة عبر الوسيلة في نفس الوقت الذي يناسب ظروف طرفي العملية الاتصالية ، اي ان المرسل والمتلقي لديه امكانية ارسال واستقبال وتخزين واستدعاء المعلومات من الوسيلة في الوقت الذي يراه ملائما له² .

ان التأثيرات الاجتماعية ستوجه البحث في الاتصال الجماهيري وكيف يستخدم الجمهور وسائل الاتصال الجديدة للوفاء بحاجاته وحاجات الآخرين والفكرة خلف هذا الاستقاء من طبيعة الوسائل الجديدة التي تمكن الفرد النشيط من الاستخدام لمجرد تلبية حاجاته ولكن لتلبية حاجات الآخرين في الوقت المناسب ، فكل فرد قد يكون لديه الحرية والامكانية لان يصبح دار نشر متنقلة ووسيلة اتصال متحررة ومصدرا للحدث الهام واداة لاشباع احتياجات الآخرين طالما نمتلك مهارات التعامل الفعال³ .

وفق هذا النموذج للاستخدامات والاشباعات يصنف جمهور وسائل الاعلام الجديدة الى ثلاث فئات هي :

- جمهور سلبي سيظل خاضعا لتاثيرات الانترنت وغيرها من الشبكات الدولية .
- جمهور نشيط يستخدم الوسائل الجديدة بوعي لاشباع احتياجات محددة .
- جمهور مؤثر ، والمقصود به ذلك القطاع الاقل حجما والكثير تعليما وانفتاحا على العالم الخارجي ، والساعي لاشباع حاجاته بطريقة انتقالية والمساهم في اشباع احتياجات الآخرين ، سواء فردي من خلال استخدام الانترنت كوسيلة للاتصال الشخصي .

اسقاط النظرية :

افادت نظرية الاستخدامات والاشباعات في جانب تحديد الموضوع بحيث ارتأينا لدراسة اتجاهات الاساتذة الجامعيين الجزائريين نحو الفضائيات الجزائرية الخاصة استنادا على المبدأ الاساسي للنظرية المتمثل في تفسير وتحليل كيفية استخدام الجمهور لوسائل الاعلام المختلفة لاشباع حاجاتهم وتوقعاتهم .

كما افادت النظرية في تحديد المفاهيم ودوافع وانماط وخصائص التعرض لوسائل الاعلام اعتمدنا على النظرية في الجانب الميداني في تصميم استمارة استبيان استنادا لعادات وانماط ودوافع المشاهدة، كما اسقطنا اهم افتراض للنظرية في تحديد نوع الجمهور باعتباره جمهور

¹ حمادة بسيوني ابراهيم ، مرجع سابق، ص.ص، 122- 128.

² مرجع نفسه، ص 123.

³ حمادة بسيوني ابراهيم ، مرجع سابق، ص 128.

نشط لانه يعتبر من الفئة المثقفة التي تحاول تمحيص ما تقدمه القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة.

II. منهجية الدراسة :

نوع الدراسة و منهجها :

تتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف كامل و دقيق للمشكلة و التأكد من جمع البيانات الضرورية التي تكفل التعرض لها و تحليلها بأكبر درجة ممكنة من الدقة و تقادي حدوث أي تحيز في جمع البيانات , وعلى هذا الاساس إتجهت أغلب البحوث الوصفية الى إستخداما لأساليب الكمية في التعبير عن البيانات و النتائج الخاصة بها إستنادا الى وحدات قياس يمكن عدّها و حسابها و الإعتماد تماما على الطرق الإحصائية و تبويب البيانات و جدولتها و تحليلها.¹

وتهدف دراستنا الى وصف و تحليل الفضائيات الجزائرية الخاصة "الشروق, الجزائرية, النهار, دزاير نيوز, نيوميديا, Beur Tv" و إتجاهات الاساتذة الجامعيين و تفسير العلاقة بينهما .

منهج الدراسة : يعتبر المنهج مجموعة منظمة من العمليات تسعى لبلوغ هدف² فو ضروري للبحث اذ هو الذي ينيّر الطريق ويساعد الباحث في ضبط أبعاد ومساعي و أسئلة البحث, فهو يعرف بأنه فن التنظيم الصحيح للسلسلة من الأفكار العديدة, إما من أجل الكشف عن حقيقة مجهولة, او من أجل البرهنة على حقيقة لا يعرفها الآخرون.³

ويعتبر منهج المسح الوصفي الأنسب لدراسة هذا الموضوع حيث أن إهتمام الباحث يركز على ظاهرة معينة في الوقت الراهن و تحليل خصائص الظاهرة و العوامل المؤثرة فيها.⁴ ويستهدف المسح الوصفي تصوير الوقائع و الحقائق الجارية أو يهتم بدراسة جمهور المتلقين بوصف حجم و تركيب هذا الجمهور و نضيف الدوافع و الحاجات و المعايير الثقافية الإجتماعية و كذلك الأنماط السلوكية و درجتها أو شدتها, او مستويات الإهتمام و التفضيل و يهتم الوصف في هذا الإطار بالاجابة عن السؤال لمن ؟ أي وصف الجمهور المتلقي .⁵

فهو يقوم اما على مسح جميع جوانب الظاهرة المدروسة أي كل عناصرها المكونة لها و العلاقة السائدة فيها, او على مسح جانب واحد من جوانب الظاهرة و يعتبر هو الأنسب في

¹ سمير محمد حسين ، دراسات في مناهج البحث العلمي ,بحوث الإعلام ، عالم الكتب ، ط ، 2006، القاهرة ، ص.ص، 133-134.

² موريس أنجلس ، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، دار القصبه للنشر ، ط2004، 2، الجزائر ، ترجمة بوزيد صحراوي و سعيد سبعون ، ص99.

³ أحمد بن مرسلّي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام و الإتصال، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 2007، ص 283.

⁴ جمال ابو شنب ، البحث العلمي المناهج و الطرق و الأدوات ، دار المعرفة الجامعية ، القاهرة ، 2007، ص 150.

⁵ سمير محمد حسين ، مرجع سابق ، ص 99.

دراسة الظواهر الإجتماعية و السلوكية و غيرها. لاسيما في أبحاث الإعلام و الإتصال في مجالات متنوعة مثل مجال مسوح الرأي العام، التي تستهدف التعرف ميدانيا على الآراء و الافكار و الاتجاهات و القيم و المفاهيم و الدافع و المعتقدات و الإنطباعات و التأثيرات المختلفة الخاصة بجمهور معين. و في مجال مسوح جماهيري وسائل الاعلام سواء بغرض التعرف على الخصائص المميزة لجمهور معين عن طريق جمع معلومات و بيانات تفيد في إعداد البرامج الإعلامية المسحية لرغبات هذا الجمهور، أو يفرض إجراء دراسات قياسية لأثر ما تبثه هذه الوسائل من مواد على جماهيرها من حيث مستواها و نشاطاتها المختلفة بالبحث و النشر و التوزيع و الإعلان و سير العمل الفني الاعلامي و التيسيري.¹

إدانة جمع البيانات :

لقد وضعت العلوم الانسانية على غرار العلوم الطبيعية وسائل من أجل تفحص الواقع فعلا بمجرد تحديد مشكلة البحث بصفة نهائية يجب الانتقال الى تنظي عملية جمع المعطيات الضرورية للتحقق.² و هي ما يسمى بأدوات جمع البيانات، بحيث أنه يجب أن تكون جميع الأدوات المستخدمة في البحث لها وظيفتها.³

وقد اخترنا في دراستنا هذه إستمارة الإستبيان و ذلك لوافقها مع أهداف الدراسة، فإستمارة الاستبيان أو الإستقصاء هي "عبارة على مجموعة من الاسئلة الموجهة الى عينة من الافراد و ل موضوع معين أو موضوعات ترتبط بموضوع الدراسة".⁴ وقد قمنا بتقسيم الإستمارة إلى ثلاث محاور إضافة الى البيانات الشخصية بناء على التساؤلات المطروحة .

المحور الاول : تناول عادات و انماط مشاهدة الفضائيات الخاصة .

المحور الثاني : تضمن دوافع مشاهدة الفضائيات الجزائرية الخاصة.

المحور الثالث : تضمن إتجاهات النخبة الجامعية الجزائرية نحو الفضائيات الجزائرية الخاصة و تقسيمها لها.

8.مجتمع البحث و عينة الدراسة :

نقصد به مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة و يتمثل هذا المجتمع الذي يستهدف الباحث دراسته و تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداتها الا انه يصعب الوصول الى هذا المجتمع المستهدف لضخامته فيتم التركيز على المجتمع المتاح و الممكن الوصول اليه و الاقتراب منه لجمع البيانات⁵، و مجتمع البحث في دراستنا حددناه كالتالي:

. المجتمع المستهدف : تمثل في أساتذة جامعة عمار ثلجي بالاغواط.

¹ أحمد بن مرسل، مرجع سابق، ص 290.

² موريس أنجلس، مرجع سابق، ص 185.

³ رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط1، 2002، الجزائر، ص 124.

⁴ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتاب، القاهرة، 2004، ص 15.

⁵ محمد عبد الحميد، مرجع سابق، ص 120 .

المجتمع المتاح : تمثل في أساتذة كلية العلوم الانسانية و الاسلامية والحضارة.
عينة الدراسة : هي مجتمع الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية و هي تعتبر جزء من الكل بمعنى انه تؤخذ مجموعة من افراد المجتمع على ان تكون ممثلة للمجتمع الكلي لتجري عليها الدراسة ، فالعينة اذن هي جزء معين من افراد المجتمع الاصيلي ثم نعمم نتائج الدراسة على المجتمع كله، ووحدات العينة قد تكون اشخاصا ، كما تكون احياء او شوارع ، او مدن او غير ذلك.

و يستخدم اسلوب البحث بالعينة عندما لا يمكن للباحث القيام باسلوب المسح الاجتماعي ، اي عند استحالة دراسة جميع افراد المجتمع لظرف من الظروف و عموما فان الدراسات المسحية تكثر في الدراسات السكانية¹.

و نظرا لصعوبة القيام بدراسة شاملة باعتبار مجتمع الاساتذة كبير قمنا باختيار أسلوب العينة، حيث اخذنا عدادا محدودا من المفردات نظرا لعدة اعتبارات منها :
 حدود الوقت ، و الجهد و الإمكانيات ، معتمدين على : العينة المتعددة المراحل التي اختارها على مراحل متتالية بالنسبة للمجتمعات الضخمة المعلومة ، المفردات التي يصعب اخضاع مفرداتها كلها للدراسة ، و التي يمكن اختبارها عشوائيا ، او منتظما او قصديا و هذا حسب تجانس مفرداتها او تباينها و الهدف من الدراسة².
 و بالنسبة للخطوات المتبعة في اختيار العينة كانت كما يلي :

. اولا : تم اختيار أساتذة جامعة عمار ثليجي بالاغواط بطريقة قصدية .
 . ثانيا : اختيار كلية العلوم الإنسانية و الإسلامية و الحضارة بطريقة قصدية .
 . ثالثا : اختيار قسم علوم الإعلام و الاتصال و قسم التاريخ و قسم العلوم الإسلامية .
 و قد كان الاختيار القصدي و مفرداتها في جميع المراحل راجع لاعتبارات منها :
 * اختيار الجامعة و الكلية مرتبط بتواجد و انتماء الباحثين بولاية الاغواط ، و هو ما يساعد على توفير الجهد و الوقت ، فالتنقل لدراسة الأساتذة في جامعات أخرى هو امر صعب نوعا ما .

* اختيار استرجاع اكبر عدد ممكن من الاستثمارات.

9. مجالات الدراسة :

المجال المكاني : جامعة عمار ثليجي بالاغواط

المجال الزمني : انجزت من شهر أفريل الى سبتمبر.

المجال البشري : أساتذة كلية العلوم الإنسانية و الإسلامية و الحضارة .

و سنتطرق لها بالتفصيل في الجانب الميداني.

¹ رشيد زرواتي ، مرجع سابق، ص191.

² أحمد بن مرسل ، مرجع سابق، ص 160.

الفصل الثاني: الفضائيات التلفزيونية والجزائرية الخاصة

I. مدخل عام للفضائيات التلفزيونية:

1- نشأة الفضائيات التلفزيونية وتطورها:

ماهية الفضائيات التلفزيونية:

إن الحديث عن الفضائيات التلفزيونية يقودنا بالضرورة إلى الحديث عن القنوات أو البرامج التي تقدمها، حيث تستخدم كوسيلة إعلامية ذات أهمية كبرى تتأثر على الجماهير باعتبارها أهم وسائل الاتصال في الوقت الراهن.

نشأة الفضائيات التلفزيونية وتطورها:

كانت بدايتها الأولى في سنة 1945م حيث كانت قصص الخيال العلمي، آرثر كلارك ينشر مؤلفة أودمية الفضاء 2001 ومن خلاله وصف نظامها للاتصال عبر الأقمار الصناعية، ومن هنا جاءت فكرة استخدام الأقمار الصناعية في مجال الاتصال لتظهر عدة محاولات لإطلاق أقمار صناعية قادرة على نقل الإشارات التلفزيونية والهاتفية. وابتدأت الفترة التي استغل فيها الإنسان الفضاء اتصاليا وإعلاميا لتمثيل متغيرات كبيرة في حياة الأفراد والشعوب والدول نتج عنه متغيرات بجميع وسائل الإعلام والاتصال ودعمت مركزية التلفزيونية والصورة الموافقة للأحداث على مستوى العالم كله ومع مرور الوقت وإطلاق الصواريخ الحاملة للأقمار الصناعية المتخصصة بنقل الرسائل الإعلامية المصورة إلى مداراتها فقط ظهر التلفزيون الفضائي في كل من الاتحاد السوفياتي والولايات المتحدة الأمريكية كما لحق بهذا الركب العديد من الدول الأخرى مثل: فرنسا- الصين- اليابان.¹

ولقد أدت أقمار البث الفضائي التلفزيوني في الثمانينات إلى حدوث تغييرات ملموسة على الاتصال التلفزيوني الذي أطلق عام 1988 وبيث إرسال القناة TDF وهناك العديد من أقمار البث التلفزيوني في أوروبا منها: القمر الفرنسي سنة 1993.

القمر الألماني للبث سنة 1989 وانتشر بشكل كبير وعرف تطورا يتيح إيصال البث مباشرة كونه يتيح بثا ذي نوعية جيدة ووضوحا فائقا فإن جهاز البث الفضائي كونه مستقلا ومفسرا لشفرة البث الرقمي.²

ولقد تطور استخدام القنوات الفضائية بعد ذلك حيث أدخلت عليها تحسينات كبيرة وسارعت الدول في انتقائها معجزة القرن حيث بدأت التأثيرات على المشاهد بشكل واضح مؤثرة في تفكيره وعلى ثقافته وسلوكه، وأصبحت القنوات الفضائية هي الوسيلة اتصال الأكثر انتشارا أو الأوسع مدى والأكثر جذبا وإغراء لجمعها بين الصوت والصورة والضوء واللون والحركة وقد حاولت الفضائيات الإعلام اليومي من مجرد نقل

¹ هناء السيد، الفضائيات وقادة الرأي، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2005، ص 12.

² سعد لبيب، العرب و أقمار البث التلفزيوني، القاهرة، العربي للنشر والتوزيع، 2001، ص 38.

المعلومات والأفكار إلى الإسهام الفعلي في تكوين الحياة في أبعادها السياسية والثقافية والاجتماعية والاقتصادية لما لها من قدرة على التأثير في الاتجاهات لدى الأفراد والجماعات أو تعديلها أو تغييرها¹.

أهمية الفضائيات التلفزيونية وتأثيرها على المجتمع:

تتبع أهمية القنوات الفضائية من قدرتها على احتواء أفراد المجتمع بجميع طبقاته وأطيافه فهي تقدم ما يريده الصغير وما يريغه الكبير في أي مكان وزمان وهي تلبي أهداف النسق الاجتماعي السياسية والتربوية والصحية وهنا تكمن أهمية الفضائيات التلفزيونية فيما يلي:

- إن الفضائيات تجمع بين الكلمة والصورة المرئية مما يزيد من قوة تأثيرها

- إن الفضائيات التلفزيونية تتميز بقدرتها على جذب المشاهد وتحقيق درجة عالية من المشاركة من خلال ما تقدمه من مواد تعليمية وترفيهية إضافة إلى التأثير الذي تقوم به.

- تتعامل مع المشاهد مباشرة فالمرسل في هذه الوسيلة يخاطب المستقبل وجها لوجه حيث يخزن الوقائع والصور ويختصر الزمن بين وقوع الأحداث وعرضها على المشاهدين مباشرة .

- الصورة المتحركة الناطقة التي تقدمها القنوات الفضائية تجعل المشاهد يتابع الأحداث في مكانه دون أن يكلف نفسه عناءا لسفر أو الخروج من منزله للبحث عنها ما يوفر الوقت والجهد والمال².

- تتميز الفضائيات التلفزيونية بقدرتها على تحويل المجردات إلى محسوسات وتعد وسيلة جذابة للكبار والصغار فهي تمتلك القدرة الفنية التي تمكنه من تحويل الخيال إلى صورة واقعية والواقع إلى خيال .

- أصبحت القنوات الفضائية ضرورة إعلامية لعالمنا.

- تفهم القادة للتأثير الذي تقوم به القنوات الفضائية كوسيلة مهمة لإدارة الشعوب سياسيا واجتماعيا³.

6. إيجابيات وسلبيات الفضائيات التلفزيونية على المجتمع

1- إيجابيات القنوات الفضائية:

¹ سعد لبيب ، مرجع نفسه ، ص 39.

² جلال عبد الفتاح، البث الإذاعي و التلفزيوني، القاهرة، الهيئة المصرية، 1994، ص 105.

³ براهيمية حكيم ، الفضائيات التلفزيونية و تأثيرها على الاتصال الشخصي في الأسرة الجزائرية، دراسة ميدانية على عينة من الأسر بمدينة تبسة، رسالة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص وسائل الاعلام و المجتمع، جامعة تبسة، 2014، ص 112.

إن الفضائيات ماهي إلا وسيلة وأن الحكم عليها مرتبط بطبيعة الاستخدام أو مكانتها فيها تتعلق بالإيجابيات مرهونة بطريقة توظيفها لهذه الوسيلة ومن أهم إيجابياتها:

- الحصول على معلومات مفيدة عن دول العالم من مختلف الأوقات.
- إتاحة فرص غير محدودة من الأنباء وتوسيع رقعة التغطية الحية المهمة للأحداث.
- تداول المزيد من الأنباء وتوسيع رقعة التغطية الحية المهمة للأحداث.
- التوسيع في إمكانات المواصلات السلوكية واللاسلكية ومن نطاقها¹.

1- سلبيات القنوات الفضائية التلفزيونية:

- إن القنوات الفضائية وما تحمله من إيصار في الصوت والصورة معاد ما نملكه من ذيع وانتشار إلا لها أخطار وسلبيات على المستوى الثقافي والاجتماعي ويمكن حصرها في:
- انشغال الفرد والأمة على أداء واجباتهم فإدمان مشاهدة الفضائيات التلفزيونية أشد خطرا خاصة على من يعتمد سياسة قتل الوقت وإضاعة العمر.
- إدخال كثير من العادات الغربية إلى بيوت المستهلكين ونقل أخلاق السيئات المنحرفة إلى مجتمعنا خصوصا ما يتعلق بالأزياء والاختلاط وتقليد نمط الحياة.
- التعود على رؤية المنكرات وعدم إنكارها وتعويد الناس على اختلاط الجنسين بلا حدود شرعية وأخلاقية.
- تقليل فرص الاحتكاك بين المراهقين ووالديهم وإبعادهم عن المسؤوليات الأسرية.
- الإسهام في نشر الرذيلة والإباحة والأمراض النفسية والاجتماعية وسلبيات سلوكية من خلال التركيز على أفلام العنف والإغراء².

7. نشأة ودوافع ظهور الإعلام الفضائي الخاص

1- نشأة الإعلام الفضائي الجديد:

ترتيب على الظروف بداية ظهور الطفرة الحالية في وسائل الإعلام العربية تحت ضغط الإعلام الغربي، إذا تعززت حالة التأثير الغربية الإعلامية على الإعلام العربي في مرحلة الأولى من خلال سيطرة الإعلام الغربي على مصادر الأخبار وتوزيعها من خلال

¹ سمير لرج، دور القنوات الفضائية في تشكيل القيم الجمالية لدى الشباب الجامعي، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، جامعة بن يوسف بن خدة، الجزائر، 2007، ص29.

² نيهان بن حارث الحراسي، القنوات الفضائية وتأثيرها على المجتمع، قسم علم الكتاب و المعلومات، ص.ص، 10-11.

قوة واحترافية الإنتاج الإعلامي الذي امتلك شركات إعلامية غربية ضخمة سيطرت على المنتج الإعلامي العربي بمختلف أدواته في مرحلة العولمة الفضائية. فحتى وقت بدل دخول الإعلام مرحلة العولمة لم تتمكن الدولة العربية من تطوير أدواتها الإعلامية، كما لم يكن الإعلام العربي قد ارتقى في حلة عربية أوسع حيث لم يجر حتى بناء وكالة أنباء عربية موحدة لتبادل الأخبار بين الدول العربية ذاتها، كما لم تنشأ شركات عربية قوية في مجال إنتاج البرامج أو الأفلام أو غيرها على مستوى عربي.

1-دوافع ظهور الإعلام الفضائي الخاص:

يمكن إرجاع ظهور الإعلام الفضائي الخاص إلى:

-الحيز الزمني الذي تحتله البرامج إضافة إلى التوقيت غير الملائم، كذا الحاجة المعرفية المتزايدة للمشاهدة، ورغبة في إثراء البرامج خاصة الحوارية بالأراء المخالفة أو المضادة له أدى إلى ظهور القنوات الفضائية الخاصة، بالرغم أن التلفزيون ومنذ ظهوره عمد إلى إيجاد نوع من البرامج لجمهور متخصص من أجل إشباع حاجته وميولاته .

- تراكم المخزون السمعي البصري والذي كان نتاج سنوات تمثل الكثير من الأفلام السينمائية المصرية والعربية والعديد من الحفلات الموسيقية والبرامج الوثائقية والاجتماعية هذا المخزون ساهم في إيجاد نوع من الإنتاج القابل لإعادة البث¹ .

- ظهور رؤوس الأموال المستثمرة والممولين في مجال الإعلام الذي أدى إلى ظهور الإعلام الخاص الذي كان له أهدافه ونظراته للإعلام الحكومي هو المسيطر ولمدة طويلة والذي تميز بالشمولية، إضافة إلى ظهور التخصص كسمة من سمات العصر سارع في ظهور القنوات الخاصة.

- العوامل التكنولوجية الحديثة التي ساهمت في تطوير تقنيات البث خاصة منها تقنية البث المباشر والرسائل الحديثة في مجال إنتاج الصورة وتسويقها².

تأثير الإعلام الفضائي الخاص:

تختلف مجالات تأثير القنوات الإعلامية الفضائية الخاصة ومعلومات على الشباب باختلاف نوعية نمطها ورسالتها الإعلامية.

وهذا التأثير يتراوح مساحته من الاهتمام بالقضايا السياسية أو عقد الصراعات الدولية سلبا وإيجابا، ومتابعة الأحداث في العالم والتأثر والتأثير بها، وحتى حركة عبارة الشيطان أو جماعة الشواذ جنسيا اللتان ظهرتتا في مصر والمغرب والجزائر وغيرها قبل أن تتناول تأثير القنوات الفضائية الخاصة على الشباب العربي بالنظر إلى ما سبق ذكره من أن جوانبا من الإعلام الفضائي العربي جاءت متضمنة الرسائل الإعلامية.

¹ منصور بن كادي، البرامج السياسية في الاعلام الفضائي الجزائري الخاص و دورها في تنمية الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة بسكرة، مذكرة ترح لنيل شهادة الماستر في الاعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2015، ص.ص، 62-63.

² رضا عبد الواحد أمين، اتجاهات النخبة الدينية نحو واقع ومستقبل الفضائيات الاعلامية، 2007، ص.13.

العولمية وتأثيراتها وأن كثيرا من برامجها إما تأتي مقلدة للبرامج الغربية أو نقلا مباشرا مع دبلجة أو ترجمة له¹، وقد أكدت العديد من دراسات الجمهورية بكل فئاته يعتمد على وسائل الإعلام بوصفها مصادر رئيسية لمعرفة تفاصيل ما يجري في الحياة من أحداث ويتوقف التعامل إعلاميا مع الأزمة على طبيعة الأزمة ونوعيتها وحجمها وطبيعة النظام السائد فيها وال جماهير المستهدفة خاصة عند مواجهة أزمة على المستوى الوطني².

II- ماهية الفضائيات الجزائرية الخاصة

1. الإعلام الفضائي الجزائري الخاص:

أ) الإعلام الفضائي الخاص:

تدار هذه المحطات وتمويل من قبل بضعة مؤسسات ومنظمات شركات خاصة، وتعتمد غالبا على الإعلانات لتغطية نفقاتها، وتحقيق الأرباح للجهات التي تديرها وتشرف عليها وهناك التلفزيون الكابلي وهو خدمة تلفزيونية يدفع المشاهد اشتراكا للحصول عليها بينما ترسل محطات التلفزيون العامة والتجارية إشارتها عبر الكيبلات، وتحمل بعض نظم هذه الكيبلات أكثر من مائة قناة، تكرر العديد من البرامج المتخصصة من هذه القنوات المتنوعة والمتعددة مثل الأفلام الأخبار السياسية البرامج وغيرها³.

أ) الإعلام الفضائي الجزائري الخاص:

تعد القنوات الجزائرية الخاصة التي تمتلكها وتديرها رؤوس الأموال الجزائرية إحدى المعالم الحديثة للإعلام الجزائري، حيث برزت هذه القنوات كنتيجة للتغيرات السياسية في الوطن العربي، وكذا لثورة الاتصالات بعد عقود طويلة من احتكار الحكومات العربية للإعلام المرئي والمسموع، وقد شهدت السنوات القليلة الماضية تدفقا هائلا لرأس المال الجزائري الخاص في مجال إطلاق القنوات الفضائية الجزائرية، سواء من خارج الوطن أو من داخله، واستطاعت العديد من هذه القنوات الفضائية جذب اهتمام المشاهد الجزائري وحقق بعضها رغم قصر المدة فكرة الاستقلال التام لبعض المحطات الخاصة، مع ذلك فإنه القنوات الفضائية الخاصة قد استطاعت تحريك المياه الراكدة في مجال الإعلام التلفزيوني الفضائي العربي، وتمثل القنوات الفضائية الخاصة إحدى خطوات تطور الخدمات الاتصالية العالمية، والتي بدأت بمرحلة الصفوة التي تستهدف الوصول إلى صفوة المجتمع وتطورات إلى مرحلة الحشد التي تستهدف ملاقة اهتمامات جميع أفراد المجتمع، إلى مرحلة التخصص التي تستهدف خدمة احتياجات جماهير محددة وأخيرا مرحلة التفاعل التي تهدف إلى التبادل والتفاعل بين الجمهور وقنوات الاتصال

¹ عبد الله بو جلال ، و آخرون، القنوات الفضائية و تأثيراتها على القيم الاجتماعية و الثقافية لدى الشباب الجزائري، دراسة نظرية ميدانية، جامعة الأمير عبد القادر ، قسنطينة، 2007، ص 93.

² الهيتي هادي، اللغة في عملية الاتصال الجماهيري، دار السامري، ط1، بغداد، 1997، ص8.

³ هناء السيد، الفضائيات و قادة الراي، دراسة اثرها على السلوك، دار الفكر العربي للنشر و التوزيع ، ط1، القاهرة، 2005، ص37.

ويتزايد خلالها التحكم الانتقائي للجمهور في المعلومات التي يتم اختبارها، تسعى القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة لمخاطبة جمهور محدد بتقديم مواد إعلامية بعينها، وتختلف ما بين قنوات متخصصة من حيث نوعية الجمهور والتلقي للخدمة مثل: قنوات الأطفال والمرأة¹.

بالإضافة إلى القنوات متخصصة من حيث نوعية المضمون المقدم من خلالها، وتشمل قنوات الأخبار الرياضية الموسيقي والأفلام، يمثل الاتجاه نحو التخصص اتجاها شائعا في مجال البث الفضائي الجزائري والعربي².

1. تعريف القنوات الفضائية الخاصة:

بما أن القنوات الفضائية هي محطات تلفزيونية ثبت إرسالها عبر الأقمار الصناعية وهذا الإرسال يتجاوز الدولة المرسله إلى دول أخرى عبر الأقمار الصناعية لينتقل من خلال أجهزة خاصة للاستقبال وأطباق لاقطة، فإن ظهور ما كان سمة من سمات مواكبة العصر وقد تميزت هذه القنوات بكونها شمولية وجامعة، حيث إمتازت شبكة برامجها بالتوجه نحو جمهور عريض من مختلف الأعمار ومختلف الأنواع كما أنه من مختلف الأنواع الاجتماعية والفكرية والثقافية ويتقدم تكنولوجيا وسائل الإعلام وتطورها والتي مرت بعدة مراحل ابتداء بمرحلة الصفاة حيث تميز جمهورها بصغر حجمه وارتفاع مستواه المادي والتعليمي، ثم جاء مرحلة الحشد أين وصل الإعلام إلى جميع الفئات العمرية وكل قطاعات المجتمع أما مرحلة التخصص فهي هذه المرحلة التي نعيشها والتي تتميز بظهور جماعات مفككة من الجمهور العريض والذي يسعى وسائل الإعلام لمخاطبته، فظهرت القنوات المتخصصة وهي عبارة عن تلك القنوات الفضائية التي تخلت عن شمولية المضمون والمقصد، لتعطي كامل اهتمامها في فرع واحد وتولد منه جزئيات، كما في القنوات الرياضية المختصة في رياضة كرة القدم، إذن هذه القنوات المتخصصة أصبحت أكثر استيعابا لميولات المشاهدة ورغباته في عصر تميز بالتخصص في أكثرية المجالات، وأصبح التلفاز أشبه بمعرض يتجول فيه الشخص ليختار ما يتناسب ومنظومته القيمية، وهويته الفكرية أيضا هوياته واهتماماته³.

1. أنواع الفضائيات الخاصة:

أولاً: قنوات متخصصة في المضمون: وهي تلك التي تقدم نوعية معينة من المواد والبرامج المتخصصة، ونتوجه نحو جمهور عام، كما في قنوات الدراما، قنوات الموسيقى القنوات الدينية.

¹ هبة شاهين، التلفزيون الفضائي العربي، الدار المصرية اللبنانية، ط1 ، القاهرة، 2006، ص 102.

² مرجع نفسه، ص 102.

³ هناء السيد، مرجع سابق، ص 37.

ثانياً: قنوات متخصصة في الجمهور الذي تخاطبه: وهي تلك التي تخاطب جمهور محدد يشترك في صفات معينة، وتتميز ببرامجها ومواردها بما يلائم هذه النوعية من الجمهور كقنوات الأطفال¹.

1.ج) الفضائيات الجزائرية الخاصة:

كانت اولى التجارب لجريدة النهار الجديد التي أطلقت قنواتها "تي في " في بداية 2012 لتتبعها صحف أخرى كالشروق والبلاد والأجواء ووقت (دزاير تي في) والخبر (Kbc) والمستقبل وغيرها من الصحف التي تسعى للتحويل إلى قنوات فضائية، حيث لم يعد الأمر يحتاج إلى إجراءات كثيرة ومعقدة أو إلى ميزانيات طائلة، كما في السابق فالمدن الإعلامية العربية كما هو مثلا "المدينة الإعلامية الأردنية" البحرينية وكذلك مدينة دبي للإعلام توفر خدمة مميزة بتكاليف معقولة ودون إجراءات إدارية معقدة وطويلة حيث تضمن البث الفضائي على كل من الأقمار Badr Sat Arab والقمر Nilesat 103 بمعدلات نقل بيانات عال وذلك مقابل مبلغ لا يتجاوز الـ 30 ألف دولار شهريا، بالإضافة إلى تكاليف إيجار مكتب داخل حرم المدينة الإعلامية لغايات التحكم والمتابعة، ليبقى الأمر الآخر هو توفير مقر بالجزائر كأستوديو لتسجيل بعض الحصص ونشرات الأخبار لتتحول أي مؤسسة صحفية أو مجموعة صحفيين إلى قناة فضائية تخاطب العالم، ونستعرض بعض الفضائيات الجزائرية الخاصة الأولى في الساحة الإعلامية الجزائرية.

قناة النهار: قناة جزائرية إخبارية مستقلة تابعة لجريدة النهار الجديد الجزائرية انطلق بثها التجريبي يوم 6 مارس 2012 اتخذت القناة مقرها الرئيسي بالعاصمة الأردنية عمان ليبدأ البث من هناك على قمر نايل سات، تهتم القناة بالشأن الإخباري وكذا أخبار الصحف الوطنية والعديد من البرامج الأخرى (وثائقيات، أحوال جوية ...).

تردد القناة على النايل سات:

V10922	27500
DVB-SIMPEG-2	

2

قناة الشروق:

هي قناة جزائرية مستقلة تابعة لمؤسسة الشروق، انطلق البث التجريبي في عيد الثورة وذكرى تأسيس جريدة الشروق اليومي(الجزائر) حيث اتخذت مكتبا بالجزائر بينما يبدأ البث من عمان وبيروت وسيتوسع إلى دبي والدوحة على نايل سات أطلقت مؤسسة الشروق بداية من الساعة الصفر ليوم الأول نوفمبر وجاءت هذه الانطلاقة في الذكرى الـ 57 لاندلاع ثورة 2011 قناة الشروق بثت بمرحلة أولى من العاصمة الأردنية عمان

¹ عاطف عدلي العبد، القنوات المتخصصة، أنواعها، جمهورها، بحوثها و أخلاقها، دار الايمان للطباعة، 2006، ص.ص، 8-9.

² <http://www.star7arab.cm/fasp?t=198095> date de visite :21/02/2016 à l'heure :11 :30.

وبيروت على أن يتوسع البث انطلاقا من المدينة الإعلامية بدبي في الإمارات العربية المتحدة، والعاصمة القطرية الدوحة في انتظار فتح مكتب للقناة قريبا بالجزائر العاصمة وعدد من ولايات الوطن بعد انطلاق البث الرسمي وترددات القناة .

Hotbirt .1

V11623 DVB-SIMPEG-2 DVB-SIMPEG-4	27500
--	-------

ونالسات7

V12399 DVB-SIMDEG-2	27500 6/5
------------------------	-----------

قناة الجزائرية canal Algérie:

الجزائرية قناة جزائرية خاصة ثم إطلاقها على القمر الصناعي اتلانتيك سرت7، انطلق بثها التجريبي شهر فيفيري من عام 2012 بشبكة برمجية ثرية جدا ويعدها انطلق بثها الرسمي ابتداء من يوم 5 جويلية 2012 تهدف القناة من خلال برامجها إلى إيصال صورة أكثر إشراقا عن الجزائر، غير أن خروجها نوعا ما عن التقاليد الجزائرية المحافظة طرح أكثر من تساؤل حول ماهية قناة من هذا النوع وفي مثل هذا الوقت وحول مصادر تمويلها لكن تبقى الكلمة لمالكي القناة الذين أكدوا أنها من تمويل جزائري 100% من برامج القناة قهوة GOSTO- جزائريات- فن الطياب...

2. تردد القناة على النايل سات¹

V11392 DVB-SIMPEG-2	27500
------------------------	-------

حيث سعت الجزائر لتطوير الإنتاج الوطني في ظل المنافسة الشديدة ودليل استخدام الاقمار الصناعية، وبدأت التلفزة الجزائرية في بث برامجها باتجاه دول الشمال افريقيا، جنوب أورربا بواسطة القمر الصناعي الأوربي(أونلسات) الذي يحمل تغطية شمال الصحراء ابتداء من 20 أوت 1994 وبذلك سنتمكن الجالية المقيمة بأوروبا والمغرب العربي من النقاط البرامج التلفزيونية عن طريق الهوائيات المقعرة، وتزامن هذا البث مع الشروع في تطبيق الشبكة البرمجية الجديدة المتنوعة والتي تهدف لتلبية حاجيات الشباب برجه خاص.

¹ <http://www.star7arab.cm/fasp?t=198095> date de visite :21/02/2016 à l'heure :11 :30.

وقد تم اختيار 20 أوت 1994 لإطلاق البث التجريبي للقناة الجزائرية لأنه يصادف يوم الاحتفال بذكرى المولد النبوي الشريف وكذلك ذكرى يوم المجاهد من أجل تعزيز الروابط والعلاقات مع الجالية بالخارج.

وأهم انجازات المؤسسة العمومية للتلفزيون في هذا المجال إنشاء قنوات تعبر الحدود وتكون أداة تواصل ولهذا كان ميلاد (قناة الجزائرية Canal Algérie) في أكتوبر 1994م بدأت القناة ببث نشرة أخبار واحدة على الساعة السابعة مساءً، واليوم عدد نشرات 03 نشرات أما الحصص فهي أكثر من 11 حصة تلفزيونية وبذلك تطورت القناة وأصبح بثها يتم عبر الناظم الثماني في 8 أوت 2001م وفي 5 جويلية 2001م كان الميلاد الرسمي للقناة التلفزيونية الثالثة عبر القمر الصناعي عربسات والمتوجهة إلى العالم العربي لتمتين لغة التواصل الجزائري العربي¹ حيث تنخفض نسبة الأخبار في القناة الجزائرية Canal Algérie إلى درجة 18.13% من مجمل زمن بثها الموجه إلى الجزائريين المقيمين في الدول الغربية، خاصة فرنسا².

قناة نوميديا نيوز:

قناة جزائرية إخبارية دولية انطلق بثها في أكتوبر من عام 2012 تتناول القناة مختلف القضايا الراهنة في العالم توعدها مشاهديها بالاحترافية والموضوعية لها مراسلين ومكاتب في مختلف دول العالم (فلسطين، إسرائيل، أمريكا، البرازيل، مصر، سوريا، الصحراء الغربية، تونس، ليبيا، الأردن، اليمن، بلجيكا، تركيا، فرنسا، بريطانيا، الصين، الجزائر، كندا، الامارات...)

تردد القناة على النايل سات:

11392V	27500
DVB-SIMPEG-2	

قناة بور تي في في Beur Tv : قناة عامة فضائية جزائرية خاصة Beur Tv algerian channel موجهة للجالية الجزائرية المقيمة في أوروبا خاصة تلك التي تقطن في فرنسا وتبث قناة بور تي في مجموعة من البرامج والحصص التلفزيونية المتنوعة ذات الطابع المغاربي المتوسطي من العاصمة الفرنسية باريس كما يوجد للقناة عدة مكاتب فرعية داخل الجزائر العاصمة وعناية، بالإضافة إلى مدينة تيزي وزو ومن أشهر ما تذيعه القناة حصة طلع هابط التي يقدمها الشيخ النوي والتي حققت شهرة كبيرة وحظيت بمشاهدة معتبرة ولقت استحسان كبير لدى شريحة واسعة من المشاهدين خاصة الاطفال الذين اصبحوا يقلدونه في عبارة الذيابة والجرأوة.

تردد القناة على النايل سات

¹ نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة و السمعية والبصرية في الجزائر، دار الخلدونية للنشر و التوزيع، الجزائر، 2008، ص.ص، 124-125.

² نصر الدين العيضي، التدفق الاتصالي في عالم متغير، البرمجة التلفزيونية في القنوات العربية، دراسة تحليلية للاسس و الدلالات، ص 373.

V10922	27500
--------	-------

1

قناة دزائر نيوز الجزائرية : Dzair news tv channel

قام رجل الأعمال الجزائري صاحب شركة حداد للأشغال العمومية على حداد بإنشاء قناة دزائر نيوز والتي هي عبارة عن قناة اخبارية بإمّتياز وقد ظهرت قناة دزائر نيوز تي في الجزائرية مكان قناة الوثائم تي في الجزائرية ومن المتوقع أن تبث قناة Dzair News TV مجموعة من البرامج والحصص المتنوعة من مختلف المجالات أهمها الأخبار السياسية والرياضية بالإضافة إلى الحصص الدينية التي تهتم المشاهد الجزائري على الخصوص.

تردد القناة على النايل سات

H 11958	27500
---------	-------

2

إسم القناة		نوعية القناة		البث	
		جامعة	متخصصة	مفتوح	مشفر
القناة الجزائرية الفضائية					
القناة الجزائرية الثالثة					
القناة الجزائرية الرابعة					
Canal Algerair الجزائرية					
قناة القرآن الكريم الفضائية5					
قناة النهار					

¹ <http://www.dz-modern.com/2016/09/keur-tv-frequency-channel-algerian-html>.

Date de visite :25/05/2017 à l'heure :11 :30.

² <http://www.dz-modern.com/214/05/dzair-news-tv-channel-frequency-nilesat.html/more>

Date de visite :25/05/2017 à l'heure :11 :30.

			دينية		قناة الشروق
					KBS
					قناة سميرة تي في
					قناة دزاير 24
					قناة دزاير 3
					قناة تي في
			إعلانات نصية		
			إعلانات نصية		
			تسويقية		

1

القنوات الفضائية العربية الجزائرية حسب التغطية الجغرافية

منطقة التغطية	الوسائل المستخدمة	إسم القناة
إفريقيا ، آسيا ، أوروبا المنطقة الغربية	Nilesat Arabsat Hotbird Eutelsat	القناة الفضائية الجزائرية دزاير نيوز القناة الجزائرية الثالثة القناة الجزائرية الرابعة Canal Algégrie قناة القرآن الكريم
المنطقة العربية آسيا أوروبا إفريقيا	Nilesat Arabsat	قناة النهار قناة النهار الدراما قناة النهار Movies قناة النهار Sport
المنطقة العربية إفريقيا	Nilesat	قناة المغربية

¹ High committee for coordination among arab satellite channels ; arab satellite broadcasting annual report 2014 arab states broadcasting union ; league arab states ; p48 ; 49.

إفريقيا، المنطقة العربية أوروبا	Nilesat Hotbird	قناة الشروق
إفريقيا، المنطقة العربية أوروبا	Nilesat Eutelsat 7	بير تيفي Beur TV
المنطقة العربية ، إفريقيا	Nilesat	قناة سميرة تي في
المنطقة العربية ، إفريقيا	Nilesat Noorsat	قناة دز اير 24
المنطقة العربية ، إفريقيا	Nilesat	قناة دز اير 3

1

د) أسباب ودوافع ظهور الفضائيات الجزائرية الخاصة:

سمحت الدولة بتجربة التعددية السياسية أي عدة أحزاب تتنافس من أجل الوصول إلى الحكم من خلال الدستور الذي تم عام 1991، خاصة بعد تراجع حزب جبهة التحرير الوطني كحزب طليعي فشل في تحقيق التعبئة الشاملة كذلك ما شهدته الجزائر من أزمات قوية عام 1988، مما ولد الوعي السياسي والوطني، وبهذا أصبح التوجه نحو التعددية أمر فرضه الواقع المعاش آنذاك، وهناك من المفكرين من يرى أن هذا التحول أمر لا بد منه فهو عبارة عن ديناميكية مرت بها جميع المجتمعات البشرية².

وهكذا فإن خنق الحريات العربية والعامية مع التضيق إلى درجة حرية إلغاء التعبير وفرض قوالب جاهزة وتأكيد أحادية متعسفة في كل شيء يضاف إلى ذلك التعسف في استعمال السلطة واحتكار الامتيازات وتصلب الجهاز البيروقراطي وفشله في أداء مهامه كأداة اتصال هذا ما أدى إلى توسيع الفجوة بين من الحكام والمحكومين وفقدان مؤسسات الدولة لمصداقيتها، وبهذا انفجرت أزمة 1989 بالرغم أن معظم التحليلات التي قدمت لأبعاد تلك الفترة أرجعت للبعد الاقتصادي في حين أن النظام السياسي هو الحاضر بقوة.

ويمكن القول هنا أن الجزائر كانت سابقة عهدها في التحول الديمقراطي وعرفت ثورة عنيفة وكما شهدت غياب ثقافة الديمقراطية في الجزائر بفعل ميلاد عنيف للديمقراطية والذي لم يكن عن قناعة سياسية، وانطلاقاً من هذه التحليلات يمكن القول أن: الجزائر من الدول الأولى شهدت ثورة الربيع العربي التي تنشر في خطابها التحول الديمقراطي والسياسي، فالجزائر بعد مرور خمسين سنة من تبنى سياسة الإعلام والمؤدلاج (إعلام الدول) الذي فقد مصداقية لدى مختلف فئات المجتمع خاصة فئة الشباب التي تعتبر هامة ذلك أنه تبنى وتعمل على تطويره، فقد فتحت باب الحوار مع الأفراد من خلال مبدأ حرية الإعلام والصحافة، واستدعى إنشاء مجموعة من الفضائيات التي يأمل من

¹ مرجع سابق، ص.ص 203-212 High committee for coordination among arab satellite channels

² سليمان الرياشي و آخرون، الازمة الجزائرية، الخلفيات السياسية والاجتماعية والثقافية، مركز دراسات الوحدة العربية، ط2، بيروت، 1999، ص 57.

خلال جملة البرامج التي تبثها على نشرة الأخبار والحل الرمزي للصراعات بنوعيتها الداخلية والخارجية وذلك من منطلق الفضاء العام الذي يسمح بالحوار العقلاني والنقدي¹.

وبهذا فقد بدأت لعبة الديمقراطية في المجتمع الجزائري لأسباب متعددة بعضها داخلي والمتمثل في حاجة النظام إلى فاعلين سياسيين جدد لهم مصداقية وامتداد داخل الأوساط الشعبية حيث كانت البداية في عام 1989 الذي أعطى إشارة الانطلاق نحو التحول الديمقراطي بالاعتماد على التعددية الحزبية مع التأكيد على حرية الرأي والتعبير للجمعيات الأمر الذي ولد مع مرور عدة سنوات حرية الإعلام وهذا عام 2012.

ولعل أحداث الربيع العربي وما سنته من قوانين ومبادئ تحويلية في سياسة الدولة الجزائرية وللوصول إلى الديمقراطية الشعارية التي يطمح إليها أفرادها كانت على نصوصها فتح قنوات فضائية خاصة تبرز السلطة الفضائية الخاصة، وهكذا فإن الاتصال الجماهيري وأدواته جعلته مسرحا تدور من خلاله أحداث الحياة السياسية².

¹ عنصر العياشي، سوسيولوجيا الديمقراطية و التمرد بالجزائر ، دار الامين للطباعة و النشر و التوزيع ، القاهرة، 1999، ص 25.

² محمد بو ضياف ، الأحزاب السياسية و منظمات المجتمع المدني في الجزائر، دراسة تحليلية نقدية، دار المجد للنشر و التوزيع، سطيف، 2010، ص6.

I.مجالات الدراسة:

- 1-المجال المكاني:** اجريت هذه الدراسة الميدانية بجامعة عمار ثليجي بالاغواط كلية العلوم الانسانية و الاسلامية و الحضارة .
- 2-المجال الزمني:** انجزت هذه الدراسات خلال السنة الدراسية 2018/2017 و بدانا الجانب الميداني في شهر افريل و تم تصميم الاستمارة في اواخر افريل و توزيعها في شهر سبتمبر ، و تفريغ بياناتها في الجداول و القيام بالعمليات الاحصائية ، و تحليل و تفسير الاحصائيات الى غاية أواخر سبتمبر 2018.
- 3-المجال البشري:** يتمثل في مجتمع البحث في أساتذة كلية العلوم الانسانية و الاسلامية و الحضارة بجامعة عمار ثليجي بالاغواط خلال الموسم الجامعي 2018 ، حيث اقتصرت الدراسة على أساتذة كلية العلوم الانسانية و الاسلامية و الحضارة باقسامها : قسم علوم والاعلام والاتصال، و قسم التاريخ ، و قسم العلوم الاسلامية .

II.عرض الجداول و تفسيرها:

- الجدول رقم 01 : يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
80%	24	ذكر
20%	6	أنثى
100%	30	المجموع

قراءة الجدول:

يمثل الجدول أعلاه توزيع العينة التي وقعت عليها الدراسة حسب متغير الجنس حيث مثلت عينة الدراسة 30 مبحوثا منهم 24 ذكور و نسبتهم 80%، و الإناث عددهم 6 و نسبتهم 20%

-الجدول رقم 02: يبين توزيع أفراد العينة حسب السن

النسبة المئوية	التكرار	العمر
40%	12	من 25 - 35
40%	12	من 35- 45
20 %	6	اكثر من 45
100 %	30	المجموع

قراءة الجدول:

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا ان نسبة 40 % للفئة العمرية 25-35 سنة و كذا فئة 35-45 تمثل أكبر نسبة من العدد الإجمالي للعينة بمعدل 12 فردا، أما الفئة الثانية التي هي أكثر من 45 سنة والتي تقدر ب 6 أفراد و نسبتها تقدر ب 20 %.

الجدول رقم 03: يبين توزيع أفراد العينة حسب التخصص

التخصص	التكرار	النسبة المئوية
اعلام واتصال	09	30%
علوم اسلامية	15	50%
تاريخ	06	20%
المجموع	30	100 %

قراءة الجدول:

يمثل الجدول أعلاه توزيع العينة حسب متغير التخصص حيث نجد نسبة 30% في تخصص الإعلام و الاتصال؛ و نسبة 50% لدى تخصص العلوم الاسلامية ، و نسبة 20% في تخصص التاريخ .

المحور الأول: عادات و أنماط مشاهدة الفضائيات الجزائرية الخاصة :

يعتبر هذا المحور مدخلا رئيسيا لمعرفة كيفية وطبيعة إقبال الأساتذة الجامعيين الجزائريين على برامج الفضائيات الجزائرية الخاصة ومعرفة أسباب اختيارهم لهذه البرامج دون أخرى وفيما يلي عرض لأهم النتائج التي توصلنا إليها .

جدول رقم 04: يبين طبيعة مشاهدة الفضائيات الجزائرية الخاصة .

النسبة المئوية	التكرار	مشاهدة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة
100 %	30	نعم
00 %	00	لا
100 %	25	المجموع

قراءة الجدول:

يوضح لنا الجدول أعلاه أن نسبة 100% من أفراد عينة الدراسة يشاهدون الفضائيات الجزائرية الخاصة ؛ وهو ما يثبت أن هناك إقبال على مشاهدة هذه الفضائيات الجزائرية الخاصة .

الجدول رقم 05 : يوضح الاوقات التي تفضل فيها مشاهدة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة .

النسبة المئوية	التكرار	اوقات المشاهدة
10 %	03	صباحا
30 %	09	مساء
33.33 %	10	ليلا
26.33 %	08	حسب الظروف
100%	30	المجموع

قراءة الجدول:

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا أن نسبة 10% من أفراد عينة الدراسة يشاهدون الفضائيات الجزائرية الخاصة صباحا؛ وبلغت نسبة المشاهدة مساء 30% ؛ وبلغت نسبة المشاهدة حسب الظروف 26.33% ، و كانت أعلى نسبة للمشاهدة ليلا 33.33%، وذلك لكون أن الفترة الصباحية ترتبط ارتباطا وثيقا بوجودهم في أماكن العمل مما يمنعهم من المشاهدة؛ أما في المساء فيكونوا قد عادوا الى أماكن سكنهم مما يؤدي بهم الى مشاهدة التلفزيون ؛ ضف الى ذلك ربما تشكل هذه الفترة وقت فراغهم.

جدول رقم (06) يوضح الحجم الساعي لمشاهدة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة

النسبة المئوية	التكرار	عدد ساعات المشاهدة
66.66%	20	أقل من ساعة
23.33%	07	ساعتين
10%	03	ثلاث ساعات
100%	30	المجموع

قراءة الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أن أفراد العينة الذين يشاهدون القنوات الفضائية لأقل من ساعة يقدر عددهم ب: 20 مفردة أي بنسبة 66.66% ويقل هذا العدد عند الذين يشاهدون لساعتين ويقدر عددهم ب: 7 مفردات أي بنسبة 23.33% وينخفض هذا العدد عند الذين يشاهدون لثلاث ساعات ويقدر عددهم ب 3 مفردات أي بنسبة 10% يمكن إرجاع ذلك إلى ضيق الوقت والالتزامات المهنية والعائلية التي تلزم المشاهد بمشاهدة هذه القنوات من ساعة إلى ساعتين أو أقل من ساعة .

جدول رقم: 07 يبين توزيع أفراد العينة حسب ظروف مشاهدة الفضائيات الجزائرية الخاصة.

النسبة المئوية	التكرار	مع من تشاهد هذه القنوات
26.66%	08	بمفردك
70%	21	مع العائلة
3.33%	01	مع الاصدقاء
100%	30	المجموع

قراءة الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح توزيع أفراد العينة ومشاهدة الفضائيات الجزائرية الخاصة بالشاركة، أن الذين يفضلون مشاهدتها مع العائلة هم الأكثر بعدد يقدر ب: 21 مفردة أي بنسبة 70% وتقل عند الذين يشاهدونها بمفردهم ويقدر عددهم ب: 8 مفردة أي بنسبة 26.66% أما الذين يشاهدونها مع الاصدقاء فهي فئة قليلة ويقدر عددهم ب: 01 مفردة أي بنسبة 3.33%، وهذا راجع إلى الإثراء المعرفي أو الإيستيمولوجي الذي يتم مع العائلة حيث يتم تبادل المعارف والحوار من خلال عنصر المشاهدة مقارنة بمشاهدتها مع الاصدقاء

والمشاهدة الفردية؛ و كذلك كون الاسر الجزائرية لازالت محافظة على الطابع الاسري الاجتماعي.

جدول رقم : (08) يبين توزيع الأفراد حسب الأماكن المفضلة لمشاهدة الفضائيات الجزائرية الخاصة.

النسبة المئوية	التكرار	تفضيل مشاهدة الفضائيات الجزائرية الخاصة
100%	30	في المنزل
00%	00	خارج المنزل
100%	30	المجموع

قراءة الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ، أن كل أفراد العينة يشاهدون الفضائيات الجزائرية الخاصة في المنزل بنسبة 100%؛ فحين تنعدم النسبة لاقتراح ارج المنزل. ويمكن إرجاع ذلك إلى انعدام أوقات الفراغ لدى هذه النخبة " الأساتذة الجامعيون " كما أن بعضهم صرحوا بوجود ضغوط مهنية تجعلهم يبحثون عن أوقات الفراغ للقيام بمختلف الواجبات ومشاهدة القنوات الفضائية.

جدول رقم : (09) يبين توزيع الأفراد حسب متى بدأ مشاهدة الفضائيات الجزائرية الخاصة.

النسبة المئوية	التكرار	فترة بداية مشاهدة الفضائيات
82%	24	منذ نشأة القناة
10%	03	أقل من ستة اشهر
10%	03	منذ ستة اشهر
100%	30	المجموع

قراءة الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أن أفراد العينة يشاهدون الفضائيات الجزائرية الخاصة " منذ نشأتها" بنسبة 82% في حين أن نسبة 10% من أفراد العينة يشاهدونها منذ 6 اشهر؛ و كذلك الأمر بالنسبة للذين يشاهدونها منذ أقل من 6 أشهر ؛ و ذلك راجع الى الفضول في ما ستقدمه هذه الفضائيات و بأي تقنيات و مهارات.

جدول رقم:10: يبين توزيع الأفراد حسب القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة التي يفضلون مشاهدتها

النسبة المئوية	التكرار	القنوات الفضائية الخاصة
26.66%	8	النهار
23.33%	7	الشروق

20%	6	الجزائرية
6.66%	2	نوميديا
16.66%	5	الهداف
6.66%	2	Beur tv
100%	30	المجموع

قراءة الجدول:

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن نسبة المشاهدة لقناة النهار tv بلغت نسبة 26.66% ؛ و تليها قناة الشروق بنسبة 23.33% ؛ ثم قناة الجزائرية بنسبة 20% ؛ ثم الهداف بنسبة 16.66% ؛ فنوميديا و Beur tv بنفس النسبة وهي 6.66% . و هو ما يفسر وجود اقبال على مشاهدة قناتي " النهار و الشروق " ؛ و كذا نجاحهما في جذب أكبر عدد من المشاهدين خاصة الفئة المثقفة.

جدول رقم 11 : يبين توزيع افراد العينة حسب البرامج التي يفضلون مشاهدتها في الفضائيات الجزائرية الخاصة.

النسبة المئوية	التكرار	البرامج التي تفضل مشاهدتها
23.33%	07	البرامج الدينية
26.66%	08	البرامج السياسية
26.66%	08	البرامج الاجتماعية
13.33%	04	البرامج الاقتصادية
10%	03	البرامج الرياضية
100%	30	المجموع

قراءة الجدول:

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن البرامج السياسية و الاجتماعية احتلت المرتبة الأولى من حيث تفضيل المشاهدة بنسبة 26.66% ؛ و قد جاءت نسبة تفضيل البرامج الدينية بنسبة 23.33% ؛ و سجلت البرامج الاقتصادية نسبة 13.33% ؛ في حين كانت النسبة في البرامج الرياضية وقد بلغت 10% . يمكن إرجاع ذلك إلى أهمية البرامج السياسية والاجتماعية ؛ كما يمكن أن يكون هذا راجع إلى التطور الملحوظ الذي شهدته الساحة الإعلامية الجزائرية في السنوات الأخيرة وفتح المجال نحو الفضائيات الخاصة، وهي كثيرة ومتعددة من حيث المضامين والبرامج التي تقدمها ، كما أصبحت تعالج الحدث أثناء وقوعه.

المحور الثاني: الدوافع من مشاهدة الفضائيات الجزائرية الخاصة
جدول رقم (12) يبين توزيع افراد العينة حسب أسباب مشاهدة الفضائيات الجزائرية
الخاصة.

النسبة المئوية	التكرار	أسباب مشاهدة الفضائيات الجزائرية الخاصة
56.6%	17	التزود بأحدث الاخبار والتطورات الحاصلة في الوطن
3.33%	01	التميز بالجودة والمصداقية
3.33%	01	القضاء على الملل
36.6%	11	معرفة الاراء حول القضايا الهامة
100%	30	المجموع

قراءة الجدول:

يبين الجدول أعلاه أن أفراد العينة يشاهدون الفضائيات الجزائرية الخاصة ؛ و ذلك للتزود بأحدث الأخبار و التطورات الحاصلة في الوطن و ذلك بنسبة 56.6% ؛ في حين بلغت نسبة معرفة الاراء حول القضايا الهامة 36.6% ؛ و قد سجل احتمال القضاء على الملل و " التميز بالجودة و المصداقية" نسبة 3.33% و ذلك لقلّة الخبرة و الكفاءة المهنية و كذا الميزانية المالية الغير كافية للتسيير الامثل.

جدول رقم(13) : يبين توزيع افراد العينة حسب تفضيل مشاهدتهم برامج الفضائيات الجزائرية الخاصة.

النسبة المئوية	التكرار	البرامج المفضل مشاهدتها على الفضائيات الخاصة
53.3%	16	الاخبار
10%	3	انصحوني
6.6%	2	ما وراء الجدران
3.3%	1	تحريات

26.6%	8	بالمكتشف
100%	30	المجموع

قراءة الجدول:

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن برامج الأخبار احتلت المرتبة الأولى من حيث تفضيل المشاهدة بنسبة 53.3% ؛ و سجل برنامج بالمكتشف نسبة 26.6% ؛ و قد جاءت نسبة تفضيل البرنامج الديني انصحوني بنسبة 10% ؛ في حين كانت النسبة في برنامج ما وراء الجدران 6.6% وقد بلغت نسبة برنامج تحريات 3.3% و هي النسبة الأدنى. و يمكن إرجاع ذلك إلى اختلاف الانواق و حرية الاختيار لكل فرد كل حسب رغباته و ما يلبي حاجاته.

جدول رقم (14) يبين توزيع افراد العينة حسب اقبالهم على مشاهدة البرامج

النسبة المئوية	التكرار	الذي يجذبك لهذه البرامج
13.3%	04	اسلوب التقديم
66.6%	20	المضمون المقدم
13.3%	04	طريقة معالجة المضمون
6.6%	02	مقدم البرنامج
100%	30	المجموع

قراءة الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن أفراد عينة الدراسة تقبل على مشاهدة الفضائيات الجزائرية الخاصة بسبب المضمون المقدم بالدرجة أولى و نسبته 66.6% ؛ و من ثم يليها طريقة معالجة المضمون و أسلوب التقديم بنسبة 13.3% ؛ و بلغت نسبة مقدم البرنامج 6.6% ؛ فنجاح مقدم البرنامج يكون منه نجاح البرنامج في حد ذاته. و يمكن القول ان هذا التفاوت في درجة التمييز بين كل أسلوب او عامل عن اخر يرجع الى تفاوت تأثير المتعرض لها ؛ و لا بد من التكامل بين كل هذه العناصر.

جدول رقم (15) يبين توزيع افراد العينة حسب المجالات التي تميزت فيها برامج الفضائيات الجزائرية الخاصة.

النسبة المئوية	التكرارات	المجالات التي تميزت فيها برامج الفضائيات
16.6%	05	السياسية
20%	06	الرياضية
10%	03	الاقتصادية

13.3%	04	الثقافية
16.6%	05	الدينية
23.3%	07	الاجتماعية
100%	30	المجموع

قراءة الجدول:

من خلال الجدول أعلاه يتضح أن المجال الاجتماعي احتل المرتبة الأولى من حيث المجالات التي تميزت فيها الفضائيات بنسبة 23.3% ؛ و قد جاءت نسبة المجال الرياضي ب 20% ؛ و سجلت المجالات السياسية و الدينية نسبة 16.6% ؛ في حين كانت النسبة في المجالات الثقافية 13.3% ؛ أما المجال الاقتصادي فكان في المرتبة الأخيرة بنسبة 10% . يمكن إرجاع ذلك إلى اهتمام الافراد بالبرامج السياسية والاجتماعية و الرياضية، وهي كثيرة ومتعددة من حيث المضامين والبرامج التي تقدمها.

جدول رقم (16) :يبين توزيع افراد العينة حول مناقشة ما تقدمه الفضائيات الجزائرية الخاصة

النسبة المئوية	التكرار	مناقشة ما تقدمه فضائيات الجزائرية مع الغير
34.3%	13	دائما
30%	09	أحيانا
26.6%	08	نادرا
100%	30	المجموع

قراءة الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه الذي يوضح توزيع أفراد العينة حسب الآراء فيما تقدمه الفضائيات الجزائرية الخاصة مع الغير، أن الذين دائما ما يتناقشون مع الغير هم الأكثر بنسبة 34.3% وتقل عند الذين أحيانا ما يتناقشون مع غيرهم و ذلك بنسبة 30% أما الذين نادرا ما يتناقشون قدرت نسبتهم ب 26.6%، وهذا راجع إلى الإثراء المعرفي أو الإيستيمولوجي الذي يتم مع الاخرين حيث يتم تبادل المعارف والحوار العلمي من خلال عنصر المناقشة مع الغير.

المحور الثالث :آراء النخبة الجامعية الجزائريين نحو الأداء الاعلامي للفضائيات الجزائرية الخاصة

جدول رقم(17) يوضح آراء افراد العينة حول تنوع البرامج المقدمة للفضائيات الجزائرية الخاصة

النسبة المئوية	التكرار	تنوع البرامج المقدمة من طرف الفضائيات
----------------	---------	---------------------------------------

63.33%	19	نعم
36.66%	11	لا
100%	30	المجموع

قراءة الجدول:

يوضح الجدول أعلاه أن نسبة 63.33% من أفراد العينة ترى أن هناك تنوع في برامج الفضائيات الجزائرية ؛ فيما أن نسبة 36.66% من أفراد العينة أجابوا ب "لا" ؛ و هذا راجع الى التنوع في مختلف الباقات التي تقدمها برامج الفضائيات الجزائرية الخاصة و لا تعرض نفس الفكرة في كل البرامج و انما لديها برامج متنوعة و طريقة معالجة و القاء مختلفة.

جدول رقم (18) يوضح مدى تحقيق الفضائيات الخاصة السبق الصحفي في القضايا الهامة والحساسة

النسبة المئوية	التكرار	تحقيق الفضائيات الخاصة السبق الصحفي في القضايا الخاصة والحساسة
70%	21	نعم
30%	09	لا
100%	30	المجموع

قراءة الجدول:

تبين من خلال الجدول اعلاه أن نسبة 70% من أفراد عينة الدراسة ترى أن برامج الفضائيات الخاصة قد حققت السبق الصحفي في القضايا الهامة و الحساسة ؛ و قد أجاب ما نسبته 30% من أفراد العينة بأنها لا تحقق السبق الصحفي ؛ و هذه الفضائيات تقدم برامج تحاول من خلالها جذب اهتمامات هذه الفئة من المجتمع.

جدول رقم (19) يبين اتجاهات افراد العينة حول مساعدة القنوات في تنمية الوعي

السياسي لدى المواطن الاجتماعي

النسبة المئوية	التكرار	مساعدة القنوات في تنمية الوعي السياسي للمواطن
56.66%	17	نعم
43.33%	13	لا
100%	30	المجموع

قراءة الجدول:

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 56.66% من افراد عينة الدراسة تجد أن الفضائيات الجزائرية الخاصة تساعد في تنمية الوعي السياسي لدى المواطن الجزائري ؛ فحين نجد ان نسبة 43.33% لا تجد أن الفضائيات تساعد في تنمية الوعي السياسي لدى المواطن ؛ و نستنتج من ذلك كله أنه توجد علاقة بين الاشباعات المحققة للمواطن الجزائري من خلال البرامج و الأخبار السياسية المعروضة عبر الفضائيات .

جدول رقم (20) يبين اتجاهات أفراد العينة نحو مدى مراعات القنوات لعادات وقيم

المجتمع الجزائري

النسبة المئوية	التكرار	مراعاة القنوات لعادات و قيم المجتمع الجزائري
53.66%	16	نعم
46.33%	14	لا
100%	30	المجموع

قراءة الجدول:

يتضح من خلال الجدول أعلاه ان نسبة 53.66% من أفراد العينة تجد أن الفضائيات الجزائرية الخاصة تراعي القيم و العادات و التقاليد الخاصة بالمجتمع الجزائري ؛ في حين أن نسبة 46.33% لا تجد أن الفضائيات الخاصة تراعي القيم و العادات الخاصة بالمجتمع الجزائري ؛ و هذا راجع الى أن الفضائيات الجزائرية الخاصة تعمل وفق عادات و قيم المجتمع الجزائري.

جدول رقم(21) يبين اتجاهات أفراد العينة حول رؤية مستقبل الفضائيات الجزائرية الخاصة

النسبة المئوية	التكرار	مستقبل الفضائيات الجزائرية الخاصة
50%	15	تبقى في المستوى الذي هي عليه
23.3%	07	ستنافس الفضائيات العربية الاخرى
26.6%	08	ستتفوق على الفضائيات الجزائرية الحكومية
100%	30	المجموع

قراءة الجدول:

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 50% من افراد العينة أجابوا بأن الفضائيات الجزائرية الخاصة تبقى على المستوى الذي هي عليه ؛ و قد بلغت نسبة 23.3% للذين يروا أنها ستنافس الفضائيات العربية الأخرى ؛ اما نسبة 26.6% أجابوا بأنها ستتفوق على الفضائيات الجزائرية الحكومية ؛ و هذا الاختلاف في النسب عائد الى اختلاف النظرة التقييمية للفضائيات الجزائرية الخاصة فكل يرى اليها حسب توجهاته و كذا تخصصه.

III. النتائج العامة للدراسة:

- أظهرت نتائج الدراسة أن جميع أفراد العينة يشاهدون الفضائيات الجزائرية الخاصة و ذلك بنسبة 100% ، و هذا ما يوضحه جدول رقم 04.
- أن اغلب أفراد العينة يشاهدون الفضائيات الجزائرية الخاصة في الفترة المسائية و الليلية و ذلك بنسبة 63.33% ، و هذا ما يوضحه جدول رقم 05.
- أن اغلب أفراد العينة يشاهدون الفضائيات الجزائرية الخاصة لاقل من ساعة و ذلك بنسبة 66.66% ، و هذا ما يوضحه جدول رقم 06 .

- أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة كبيرة من الأساتذة الجامعيين يشاهدون الفضائيات الجزائرية الخاصة مع العائلة بنسبة 70 % ، مقارنة مع الأصدقاء من جهة والمشاهدة الفردية من جهة ثانية و هذا ما يوضحه جدول رقم 07.
- أن جميع أفراد العينة يشاهدون الفضائيات الجزائرية الخاصة في المنزل و ذلك بنسبة 100% ، و هذا ما يوضحه جدول رقم 08.
- أغلب الأساتذة الجامعيين يشاهدون الفضائيات الجزائرية الخاصة منذ نشأة القناة و ذلك بنسبة 82 % ، و هذا ما يوضحه جدول رقم 09.
- تحظى قناة النهار و الشروق و الجزائرية بنسبة عالية من التفضيل لدى أفراد العينة و ذلك بنسبة تفوق 60 % ، و هذا ما يوضحه جدول رقم 10.
- تحظى البرامج السياسية و الاجتماعية بنسبة عالية من التفضيل لدى أفراد العينة و ذلك بنسبة تفوق 50% ثم تلتها البرامج الدينية و الاقتصادية و الرياضية ، و هذا ما يوضحه جدول رقم 11 .
- تبين لنا من خلال الدراسة أن هناك اختلاف في أسباب ودوافع مشاهدة الفضائيات الجزائرية الخاصة لدى فئة الأساتذة الجامعيين حيث أن معظمهم تكون أسبابهم هي التزود بأحدث الأخبار و التطورات الحاصلة في الوطن من جهة و بنسبة 56.6 % و معرفة الآراء حول القضايا الهامة من جهة أخرى و ذلك بنسبة 36.6 %، و هذا ما يوضحه جدول رقم 12 .
- تحظى نشرات الأخبار المقدمة في الفضائيات الجزائرية الخاصة بنسبة عالية من التفضيل لدى الأساتذة و ذلك بنسبة 53.3 % ، و هذا ما يوضحه جدول رقم 13.
- أغلب أفراد عينة دراستنا تقبل على المشاهدة بسبب المضمون المقدم الدرجة الأولى و هو ما يجذب اهتمامهم في هذه البرامج و ذلك بنسبة 66.6 % ، ثم تليها طريقة معالجة المضمون و أسلوب التقديم ، و هذا ما يوضحه جدول رقم 14.
- هناك تفاوت في المجالات التي تميزت فيها الفضائيات الخاصة من مجال لأخر، و يحتل الدرجة الأولى في ذلك المجال الاجتماعي بنسبة 23.3 %، و هذا ما يوضحه جدول رقم 15.
- غالبا ما يتناقش أفراد العينة مع الغير حول ما تقدمه الفضائيات الخاصة و ذلك بنسبة 34.3 % ، و هذا ما يوضحه جدول رقم 16.

- اجاب معظم أفراد عينة الدراسة ان هناك تنوع في البرامج التي تبثها الفضائيات الجزائرية الخاصة و ذلك بنسبة 63.33% ، و هذا ما يوضحه جدول رقم 17.
- اجاب معظم أفراد عينة الدراسة بالموافقة على فكرة أن الفضائيات الجزائرية الخاصة حققت السبق الصحفي في القضايا المهمة و الحساسة و ذلك بنسبة 70%، و هذا ما يوضحه جدول رقم 18.
- ان نسبة 56.66 % من أفراد عينة الدراسة تجد أن الفضائيات الجزائرية الخاصة تساعد في تنمية الوعي السياسي لدى المواطن ، و هذا ما يوضحه جدول رقم 19.
- يتضح من خلال اجابة المبحوثين أن نسبة 53.66% هم موافقون على أن الفضائيات الجزائرية الخاصة تراعي العادات و القيم الخاصة بالمجتمع الجزائري ، و هذا ما يوضحه جدول رقم 20.
- تبين من خلال اجابة أفراد العينة أن نسبة 50% أجابوا بأن الفضائيات الجزائرية الخاصة ستبقى في المستوى الذي هي عليه ، و 26.6% ترى أنها ستتفوق على الفضائيات الجزائرية الحكومية ، و هذا ما يوضحه جدول رقم 21.

IV. التوصيات:

- في ضوء النتائج التي توصلت اليها الدراسة لها نقترح التوصيات التالية :
- ضرورة الاهتمام بالأبحاث الأكاديمية و الميدانية التي تستهدف دراسة التعرض للفضائيات الجزائرية الخاصة.
- ضرورة الاهتمام بعرض ما يحتاجه المتلقي حيث لا يكون السعي من وراء بث البرامج الربح فقط.
- تحسين نوعية البرامج المقدمة و التركيز على عرضها بحس إبداعي جميل.
- الارتقاء بالبرامج من حيث الخلفيات و التصميم، إضافة إلى اللغة المستخدمة.
- ضرورة الاهتمام بمضامين الرسائل الإعلامية حتى تتم مناقشة موضوعاتها بين أفراد الأسرة و الأصدقاء .
- ضرورة التحكم في محتوى تصميم ما تقدمه برامج الفضائيات الخاصة من حيث مصداقية النص و توافقه مع ثقافة المتلقي ، لتدفعه الى الوثوق بالرسالة الإعلامية التي يشاهدها.
- يجب أن يأخذ المعلنون بعين الاعتبار مستوى و مدى معرفة ثقافة الجمهور الموجهة اليه الرسائل الإعلامية ، فهي ليست مقدمة خصيصا و لا دائما لهذه الفئة من المجتمع ، (النخبة) و انما يجب ان تمس جميع فئات المجتمع.

- اجراء العديد من الدراسات المستقبلية المتخصصة في الفضائيات الجزائرية الخاصة ، للوقوف على الأساليب الاعلامية الأكثر اقناعا ، و استخدام هذه الاساليب في تصميم الرسائل الاعلامية الموجهة الى الجمهور المتلقي ، بحيث تلقى قبولا و اهتماما.
- اجراء العديد من الدراسات العلمية المستقبلية على عينات أخرى من الجمهور العام.

خاتمة

اهتمت الدراسة بمدى متابعة النخبة الجزائرية للفضائيات الجزائرية الخاصة واتجاهاتها نحو الأداء الاعلامي لهم ؛ وانطلاقا من ذلك فقد ركزت دراستنا على مدى تعرض الأساتذة الجامعيون للبرامج في الفضائيات الخاصة بشكل وطرق مختلفة، بدوافع نفعية لتحقيق إشباعاتهم و حاجاتهم ؛ ومن أجل تحقيق إشباعات المحتوى أكثر منها عملية ومدى ثقتهم بالمضامين التي تبثها .

ومن خلال هذه الدراسة تبين أن متابعة الفضائيات الخاصة هي من أولويات الأستاذ الجامعي وبالأخص البرامج الإخبارية الجزائرية للإطلاع على ما يدور على المستوى المحلي والدولي ولكن اعتمادها كمصدر رئيسي في استقاء الأخبار يظل محدودا لأنهم لا يثقون بدرجة كبيرة في المضامين التي تبث عبر الفضائيات العربية وان اعتمدها فهم يقومون بالتأكد من مصداقية المعلومة أو الأخبار والحوارات المذاعة عبر البرامج الإخبارية ، أما عن الإقتراحات التي يرون بأنها ضرورية لتحسين أداء هذه الفضائيات فقد ركزوا على عامل المصداقية في نقل الأخبار والأحداث الراهنة إضافة الى الأنية والسرعة في نقل هذه الأخبار، وبالخصوص البرامج الإخبارية كون المتلقي بات يبحث عن الأخبار العاجلة والجديدة والتي تنقل بسرعة وأنية.

و عليه فان التجربة الاعلامية للفضائيات الجزائرية الخاصة لا تزال محتشمة و تعرف نقائص و سلبيات ؛ رغم أنها حققت قفزة من خلال اقترابها اكثر من المواطنين ؛ و هو ما لم تحققه القنوات العمومية ؛ و لكن ما يمكن التأكيد عليه في الختام هو ضرورة الاسراع في وضع سلطة ضبط من أجل تنظيم البيئة الاعلامية.

و على هذا الأساس فقد حاولنا من خلال هذه الدراسة تبيان اتجاهات النخبة الجامعية الجزائرية حول الأداء الاعلامي للفضائيات الجزائرية الخاصة ؛ ممهدين السبيل لباحثين آخرين لاستكشاف مقاربات أخرى لم تتعرض لها هذه الدراسة.

قائمة المراجع

I. المعاجم والقواميس

- (1) المعجم الوسيط، ط4، مكتبة الشروق الدولية، مجمع اللغة العربية ، القاهرة، 2005 م.
- (2) جميل صليبا، المعجم الفلسفي، ج2، الشركة العالمية للكتاب، ط1994م.
- (3) علي بن حادية و آخرون ، القاموس الجديد للطلاب ،الجزائر ،المؤسسة الوطنية للكتاب ،ط7، 1991م.
- (4) مسعود جبران ، معجم الرائد ، لبنان، بيروت، دار العلم للملايين، ط8، 2001م.

II. الكتب:

- (1) إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي و التلفزيوني ، ط1 ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 1985م.
- (2) أماني عمر الحسني ، الدراما التلفزيونية و اثرها على أطفالنا ، عالم الكتب ، مصر ، 2005 م.
- (3) اياد شاكر البكري ، تقنيات الاتصال بين زمنين ، ط1، دار الشروق للنشر و التوزيع عمان ، 2003.
- (4) جلال عبد الفتاح ، البث الاذاعي و التلفزيوني ، القاهرة ، الهيئة المصرية ، 1994 .
- (5) جمال أبو شنب ، البحث العلمي المناهج و الطرق و الأدوات ، دار المعرفة الجامعية ، القاهرة ، 2007 .
- (6) حمادة بسيوني ابراهيم ، دراسات في العلام و تكنولوجيا الاتصال و الرأي العام ، عالم الكتب ، القاهرة ، ط1 ، 2008 م .
- (7) خضير شعبان ، مصطلحات الإعلام و الإتصال، ط1، دار اللسان العربي،الجزائر 1422هـ
- (8) د.أحمد مرسلس ، مناهج البحث العلمي في الأعلام و الإتصال ، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ،2007.
- (9) د.حسين صديق، مجلة جامعة دمشق، العدد3+4 ، 2012،المجلد28 قسم علم الإجتماع و العلوم الإنسانية.
- (10) رشيد زرواتي ، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية ، ط 1 ، 2002 ، الجزائر .
- (11) رضا امين عبد الواحد ، الصحافة الالكترونية ، دار الفجر ، القاهرة ، ط 1 ، 2007 م .
- (12) سعد لبيب ، العرب و اقمار البث التلفزيوني ، القاهرة ، العربي للنشر و التوزيع ، 2001 .
- (13) سعدجلال، علم النفس الإجتماعي ، ط1، منشأة المعارف،الإسكندرية،1984.
- (14) سمير محمد حسين ، دراسات في مناهج البحث العلمي ، بحوث الاعلام ، عالم الكتب ، ط1 ، 2006، القاهرة .
- (15) سهام إبراهيم كامل محمد، مفهوم الإتجاه، مركز الدراسات و بحوث المعوقين ، ماجيستير تربية "رياضة أطفال"،جامعة القاهرة .
- (16) عاطف عدلي العبد ، القنوات المتخصصة ، أنواعها ، جمهورها ، بحوثها و أخلاقياتها ، دار الايمان للطباعة ، 2006.
- (17) عبد الله بو جلال ، وآخرون ؛ القنوات الفضائية و تأثيرها على القيم الاجتماعية و الثقافية لدى الشباب الجزائري ، دراسة نظرية ميدانية ، جامعة الأمير عبد القادر ، قسنطينة ، 2007 .
- (18) عبدالله بو جلال، الرأي العام مفهومه تكوينه خصائصه و مظاهره و أهميته و قياسه، المجلة الجزائرية للإتصال ،العدد5، 1991.

- (19) عيساني رحيمة، مدخل إلى الإعلام والاتصال، ط1، مطبوعات الكتاب و الحكمة ، باتنة 2007م.
- (20) فاطمة المنتصر الكيتاني ، الاتجاهات الوالدية في التنشئة الإجتماعية وعلاقتها بمخاوف الذات لدى الأطفال، ط1، دار الشروق،عمان.
- (21) مجلة جامعة دمشق، المجلد 28، العدد3+4، 2012، حسين صديق.
- (22) محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية ، عالم الكتب ، القاهرة ، 2004
- (23) محمد عبد الحميد ، نظريات الاعلام واتجاهات التأثير ، القاهرة ، دار عالم الكتب للنشر و التوزيع ، ط 3 ، سنة 2004 .
- (24) محمد عبد الحميد ، نظرية الاعلام و الاتجاهات التأثير ، ط 2 ، عالم الكتب ، مصر، 2000 م
- (25) محمد عبدالحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، ط2، عالم الكتب ، القاهرة ، 2004.
- (26) محمد زيدان، علم النفس الإجتماعي ، ط1، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائرية ، الجزائر 1986.
- (27) موريس أنجرس ، منهجية البحث العلمي في العلوم الأنسانية ، دار القصة للنشر ، ط2 ، 2004، الجزائر ، ترجمة بوزيد صحراوي و سعيد سبعون .
- (28) مي العبد الله ، نظريات الاتصال ، دار النهضة العربية ، ط 2 ، 2010 ، بيروت .
- (29) ميليفين ديليفير ، ساندرابول روكتيش ، نظريات وسائل الاعلام ، ت : كمال عبد الرؤوف ، الدار الدولية للنشر و التوزيع ، مصر ، سنة 1993 ، د.ط.
- (30) نبهان بن حارث الحراسي ، القنوات الفضائية و تأثيرها على المجمع ، ، قسم علم الكتاب و المعلومات .
- (31) نصر الدين العياضي ، التدفق الاتصالي في عالم متغير ، البرمجة التلفزيونية في القنوات العربية ، دراسة تحليلية للأسس و الدلالات .
- (32) نور الدين ، الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية في الجزائر ، دار الخلدونية للنشر و التوزيع ، الجزائر ، 2008 .
- (33) هبة شاهين ، التلفزيوني الفضائي العربي ، الدار المصرية اللبنانية ، ط1 ، القاهرة ، 2006
- (34) هناء السيد ، الفضائيات و قادة الرأي ، القاهرة ، العربي للنشر و التوزيع ، 2005 .
- (35) هناء السيد ، الفضائيات و قادة الرأي ، دراسة أثرها على السلوك ، دار الفكر العربي للنشر و التوزيع ، ط 1 ، القاهرة ، 2005 .
- (36) الهيتي هادي ، اللغة في عملية الاتصال الجماهيري ، دار السامر ، ط 1 ، بغداد 1997 .
- (37) هيثم هادي الهيتي ، الاعلام السياسي و الاخباري في الفضائيات ، عمان ، دار أسامة للنشر و التوزيع ، 2010 م .
- (38) البث الفضائي العربي ، التقرير السنوي 2014 ، إصدارات إتحاد إذاعات الدول العربية ،اللجنة العليا للتنسيق بين القوات الفضائية العربية، جامعة الدول العربية.

III الرسائل الجامعية :

- (1) ابراهيم فواز الجبلاوي ، الاعلام في الازمات ، مشروع رسالة دكتوراه ، جامعة سنت العالمية .
- (2) أمين منصور وافي ، إعلام المهني للإعلاميين الفلسطينيين في إنتفاضة الأقصى دراسة ميدانية لمراسلي الإذاعة والتلفزيون في قطاع غزة ، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة ، كلية العلوم السياسية و الإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال ، 2005-2006.
- (3) براهيمية حكيم ، الفضائيات التلفزيونية وتأثيرها على الإتصال الشخصي في الاسرة الجزائرية ، دراسة ميدانية على عينة من الأسرة بمدينة تبسة، رسالة مكملة لنيل شهادة الماستر ، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع ،جامعة تبسة، 2014.
- (4) رضا عبد الواحد أمين ، إتجاهات النخبة الدينية نحو واقع ومستقبل الفضائيات الإعلامية 2007.
- (5) سليمان الرياشي و اخرون ، الأزمة الجزائرية ، الخلفيات السياسية و الاجتماعية و الثقافية مركز دراسات الوحدة العربية ، ط 2 بيروت ، 1999 .
- (6) سمير الأعرج ، دور القنوات الفضائية في تشكيل القيم الجمالية لدى الشباب الجامعي، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة بن يوسف بن خدة ، الجزائر ، 2006-2007.
- (7) عنصر العياشي ، سوسيولوجيا الديمقراطية و التمرد بالجزائر ، دار الأمين للطباعة و النشر و التوزيع ، القاهرة ، 1999 .
- (8) عيسى الشماس ، تقدير الفضائيات التلفزيونية الأجنبية في الشباب " دراسة ميدانية على طلبة كلية التربية بجامعة دمشق" ، المجلد 21 ، العدد 2 ، 2005.
- (9) فاقد حسين حمادة ، الجامعة الاسلامية (غزة) ، قسم الحديث الشريف ، علامة الاعلام في السنة النبوية دراسة حديثة موضوعية ، دراسة لنيل الماجستير ، 2009 .
- (10) محمد بوضياف ، الاحزاب السياسية و منظمات المجتمع المدني في الجزائر ، دراسة تحليلية نقدية ، دار المجد للنشر و التوزيع ، سطيف ، 2010 .
- (11) منصور بن كادي ، البرامج السياسية في الإعلام الفضائي الجزائري الخاص و دورها في تنمية الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي ، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة بسكرة ، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في الإعلام والاتصال ، جامعة محمد خيذر بسكرة 2014-2015.
- (12) نبيلة جعفري ، الاعلام الجهوي و تحقيق إشباع الجمهور، دراسة ميدانية على عينة من جمهور إذاعة أم بواقي ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام و الاتصال، تخصص صحافة ، اشراف عبد المجيد مرادسي ، جامعة مانتوري قسنطينة ، كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية ، قسم الاعلام سنة 2009-2010 .

IV المجلات :

1) إسرائء حسني ، الجريدة الإلكترونية ، 04 أكتوبر 2015 ، الساعة 3:02 ، ، اليوم السابع
رئيس التحرير خالد صلاح ذكرى إنطلاق أول قمر صناعي للفضاء في العالم من روسيا
WWW.YOUM7.COM

2) علي غربى سلميمة حفيظى ، الممارسات الأكاديمية للأستاذ الجامعي ، مجلة علوم الإنسان
والمجتمع ، ع2 ، 2012 ،
V - المواقع :

1. [http :www.star7arab.com/fasp ?t=198095](http://www.star7arab.com/fasp?t=198095)

2. [http :www.dz-modern.com/2016/09/keur-tv-frequency
channel-algerian.html](http://www.dz-modern.com/2016/09/keur-tv-frequency-channel-algerian.html)

3. [http :www.dz-modern.com/2014/05/dzair-news-tv-channel-
frequency-nilesat.html#more](http://www.dz-modern.com/2014/05/dzair-news-tv-channel-frequency-nilesat.html#more)

VI. المراجع باللغة الأجنبية :

1. high committee for coordination among arab satellite
channels , arab satellite Broadcasting annuaireport2014 arab
states Broadcasting Union, league arab states.

جامعة عمار ثلجي الأغواط
كلية العلوم الانسانية و الاسلامية و الحضارة
قسم علوم الاعلام و الاتصال
استمارة بحث حول

اتجاهات النخبة الجامعية الجزائرية نحو الأداء الاعلامي للفضائيات
الجزائرية الخاصة دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة الأغواط-
كلية العلوم الانسانية و الاسلامية و الحضارة-

في اطار انجاز مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في علوم الاعلام و الاتصال؛ نطلب
منكم المساعدة من خلال اجابتكم على أسئلة هذه الاستمارة بكل عناية و اهتمام؛ و أتعهد أن
اجابتكم لا تستخدم الا لأغراض البحث العلمي.

ملاحظة: يرجى وضع علامة (X) أمام العبارة المناسبة.

اشراف الأستاذ:
*معيزة سليم

من اعداد الطلبة:
*صلاح الدين بوشويرب
*محمد السعيد سنوسي

الموسم الجامعي: 2018/2017

البيانات الشخصية :

الجنس: ذكر أنثى
السن: من 25 سنة الى 35 من 35 سنة الى 45 من 45 سنة فما فوق

المحور الأول: عادات و أنماط مشاهدة الفضائيات الجزائرية الخاصة

1- هل تشاهد القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة ؟

دائما أحيانا نادرا لا أشاهدها

2- ماهي الاوقات التي تفضل فيها مشاهدة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة ؟

صباحا مساء ليلا حسب الظروف

3- كم عدد الساعات التي تقضيها في مشاهدة هذه القنوات ؟

أقل من ساعة ساعتين 3 ساعات أكثر

4- مع من تشاهد هذه القنوات ؟

بمفردك مع العائلة مع الاصدقاء

5- أين تفضل مشاهدة الفضائيات الجزائرية الخاصة ؟

في المنزل خارج المنزل

أخرى.....

6- منذ متى و أنت تشاهد الفضائيات الجزائرية الخاصة ؟

أقل من ستة أشهر منذ ستة أشهر منذ نشأة القناة

7- هل تشاهد هذه القنوات الفضائية الخاصة ؟

لا أشاهدها	أحيانا	نادرا	دائما	الفضائية
				النهار tv
				الشروق Tv
				الجزائرية Tv
				نوميديا Tv
				Beur tv

8- ماهي البرامج التي تفضل مشاهدتها في القنوات الفضائية ؟

البرامج الدينية البرامج السياسية البرامج الاجتماعية
 برامج الواقع البرامج الرياضية

أخرى.....

المحور الثاني : الدوافع من مشاهدة الفضائيات الجزائرية الخاصة

9- ماهي أسباب مشاهدتك للفضائيات الجزائرية الخاصة ؟

التزود بأحدث الأخبار و التطورات الحاصلة في الوطن
 أنها تتميز بالجودة و المصداقية
 القضاء على الملل
 معرفة الآراء حول قضايا هامة

أخرى.....

10- ماهي البرامج التي تفضل مشاهدتها على الفضائيات الجزائرية الخاصة ؟

اسم القناة اسم البرنامج.....
اسم القناة اسم البرنامج.....
اسم القناة اسم البرنامج.....
اسم القناة اسم البرنامج.....

11- ما الذي يجذبك لهذه البرامج ؟

أسلوب التقديم المضمون المقدم طريقة معالجة المضمون
مقدم البرنامج
أخرى.....

12- في رأيك ما هي المجالات التي تميزت فيها برامج الفضائيات الجزائرية الخاصة ؟

المجال السياسي المجال الرياضي المجال الثقافي
المجال الاقتصادي مجال التسلية و الترفيه

13- هل تتناقش مع غيرك فيما يخص ما تقدمه الفضائيات الجزائرية الخاصة ؟

دائماً أحيانا لا أناقش

المحور الثالث : اتجاهات النخبة الجامعية نحو الأداء الاعلامي للفضائيات الجزائرية الخاصة

14- هل ترى أن هناك تنوع في البرامج المقدمة من طرف هذه القنوات؟

نعم لا

15- هل حققت الفضائيات الخاصة السبق الصحفي في القضايا الهامة و الحساسة؟

نعم لا

16- هل تساعد هذه القنوات في تنمية الوعي السياسي لدى المواطن الجزائري؟

نعم لا

17- هل تراعي هذه القنوات العادات و القيم الخاصة بالمجتمع الجزائري؟

نعم لا

18- كيف ترى مستقبل الفضائيات الجزائرية الخاصة ؟

- تبقى في المستوى الذي هي عليه

- ستنافس الفضائيات العربية الأخرى

- ستتفوق على الفضائيات الجزائرية الحكومية

مقدمة

يشكل التلفزيون احد أهم الوسائل الإعلامية بالرغم من الانتشار الواسع للتكنولوجيا الحديثة للإعلام و الاتصال , وقد حافظ على مكانته و جمهوره مقارنة بالراديو و الصحيفة خاصة في الدول النامية ، ان ظهور الفضائيات و انتشارها ساهم في التطور الهائل للتلفزيون كأخذ أكثر وسائل الاتصال تأثير في الاذهان و الطباع و القناعات و الحفاظ على جمهوره ، و قد برزت على الساحة الاعلامية الجزائرية العديد من الفضائيات الخاصة إضافة الى التلفزيون الجزائري بكل قنواته ، و هذا ما قد يضع الجمهور الجزائري امام زخم اعلامي كبير. من بين الجمهور الفضائيات الجزائرية الخاصة اخترنا عينة الأساتذة الجامعيين الجزائريين ، و قد كان سبب اختيارنا لهذه الفئة لما يفترض منها من اطلاع واسع و متابعة أكثر لمستجدات الاحداث و القضايا و تفعيلها لها ، لما تحتله بفعل مركزها الاجتماعي و مستواها العملي الذي يحتم عليها تحصيل الجديد بالملاحظة و الملاحظة و التفسير و التحليل و التقييم لكل ما يطرح في هذه القنوات و جعلها محاور و منابر للنقاش بإبداء الرأي حول كل مواضيع الساعة في ما يبث في هذه القنوات من البرامج.

و قد جاءت هذه الدراسة لمعرفة مدى تتبع النخبة الجامعية الجزائرية للفضائيات الجزائرية الخاصة و اتجاهاتها و ارائها حول ما تقدمه هذه الفضائيات و في ضوء ذلك جاءت دراستنا في ثلاثة فصول تضمن الفصل الاول الاجراءات المنهجية المتبعة في اي دراسة ، أما الفصل الثاني فقد تطرقنا فيه الى التعريف بمختلف الفضائيات الجزائرية الخاصة و الترددات الخاصة بكل فضائية، و الفصل الثالث تمثل في الدراسة الميدانية التي تطرقنا فيها الى قراءة الجداول و تحليلها و من ثم النتائج النهائية لهذه الدراسة.

الاشكالية: ما هي اتجاهات النخبة الجامعية الجزائرية نحو الاداء الإعلامي للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة؟

تساؤلات الدراسة:

1. ماهي عادات و انماط مشاهدة النخبة الجامعية الجزائرية للفضائيات الجزائرية الخاصة ؟
2. ما هي دوافع اقبال النخبة الجامعية الجزائرية على الفضائيات الجزائرية الخاصة ؟
3. ما هي الاشباعات المحققة من مشاهدة الفضائية الجزائرية الخاصة ؟
4. ما هو تقييم النخبة الجامعية الجزائرية حيال ما تقدمه الفضائيات الجزائرية الخاصة ؟

أهداف الدراسة :

1. الكشف عن اتجاهات النخبة الجامعية الجزائرية نحو الأداء الإعلامي للفضائيات الجزائرية الخاصة
2. التمكن من إجراء البحوث العلمية الميدانية التي تخضع لإجراءات و متطلبات البحث الخاصة .
3. التعرف على تقييم النخبة الجامعية للأداء الإعلامي الخاص بالفضائيات الجزائرية

أسباب اختيار الموضوع :

1. يعود سبب إختيارنا للدراسة و ان الموضوع ضمن مجال التخصص .
2. نقص الدراسات المهمة بإتجاه النخبة حيال الفضائيات الجزائرية الخاصة.

3. الرغبة في تسليط الضوء حيال اتجاه النخبة الجامعية الجزائرية نحو الأداء الإعلامي للفضائيات الجزائرية باعتبار أنها فئة هامة في المجتمع و كذا إتجاهاتها .

4. حداثة الفضائيات الجزائرية الخاصة و بروز هذه الفئة في هذه القنوات خاصة في الاونة الاخيرة (محلل , خبير , مستشار ...إلخ) من التسميات المعطاة لهم .

أهمية الموضوع :

تعود أهمية الدراسة الى معرفة إتجاه فئة من فئات المجتمع الجزائري و هي عينة الدراسة (النخبة الجامعية الجزائرية) حيال الاداء الاعلامي للفضائيات الجزائرية الخاصة التي تعتبر حديثة العهد . و كذا لإمكانية استغلال هذه النتائج في دراسات من طرف القائمين على هذه الفضائيات لتحسين الأداء الاعلامي و النهوض به او تطويره اكثر .

نوع الدراسة و منهجها :

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التي تستهدف وصف كامل و دقيق للمشكلة و التأكد من جمع البيانات الضرورية التي تكفل التعرض لها و تحليلها بأكبر درجة ممكنة من الدقة و تفادي حدوث أي تحيز في جمع البيانات , وعلى هذا الاساس إتجهت أغلب البحوث الوصفية الى إستخداما لأساليب الكمية في التعبير عن البيانات و النتائج الخاصة بها إستنادا الى وحدات قياس يمكن عدّها و حسابها و الإعتماد تماما على الطرق الإحصائية و تبويب البيانات و جدولتها و تحليلها .

منهج الدراسة : منهج المسح الوصفي.

اداة جمع البيانات : قد إخترنا في دراستنا هذه إستمارة الإستبيان وقد قمنا بتقسيم الإستمارة إلى ثلاث محاور إضافة الى البيانات الشخصية بناء على التساؤلات المطروحة .

المحور الاول : تناول عادات و انماط مشاهدة الفضائيات الخاصة .

المحور الثاني : تضمن دوافع مشاهدة الفضائيات الجزائرية الخاصة.

المحور الثالث : تضمن إتجاهات النخبة الجامعية الجزائرية نحو الفضائيات الجزائرية الخاصة و تقسيمها لها.

مجتمع البحث : مجتمع البحث تمثل في أساتذة جامعة عمار ثليجي بالاغواط.

عينة الدراسة : العينة القصدية و بالنسبة للخطوات المتبعة في اختيار العينة كانت كمايلي:

. اولا : تم اختيار أساتذة جامعة عمار ثليجي بالاغواط بطريقة قصدية

. ثانيا : اختيار كلية العلوم الإنسانية و الإسلامية و الحضارة بطريقة قصدية

. ثالثا : اختيار قسم علوم الإعلام و الاتصال و قسم التاريخ و قسم العلوم الاسلامية .

مجالات الدراسة :

المجال المكاني : اجريت هذه الدراسة الميدانية بجامعة عمار ثليجي بالاغواط كلية العلوم الانسانية و الاسلامية و الحضارة .

المجال الزمني : حدد المجال الزمني للدراسة من شهر أفريل الى غاية اواخر

سبتمبر 2018.

المجال البشري. يتمثل في مجتمع البحث في أساتذة كلية العلوم الانسانية و الاسلامية و الحضارة بجامعة عمار تليجي بالاغواط خلال الموسم الجامعي 2018 ،حيث اقتضرت الدراسة على أساتذة كلية العلوم الانسانية و الاسلامية و الحضارة باقسامها : قسم علوم و الاعلام والاتصال، و قسم التاريخ ، و قسم العلوم الاسلامية . (30 أستاذ)

نتائج الدراسة:

- تحظى نشرات الأخبار المقدمة في الفضائيات الجزائرية الخاصة بنسبة عالية من التفضيل لدى الأساتذة.
- ان الفضائيات الجزائرية الخاصة حققت سبق الصحفي في القضايا الهامة و الحساسة
- ان الفضائيات الجزائرية الخاصة تساعد في تنمية الوعي السياسي لدى المواطن
- يروا الأساتذة أن الفضائيات الجزائرية الخاصة تراعي العادات و القيم الخاصة بالمجتمع الجزائري.
- أغلب الأساتذة يجدون بأن الفضائيات الجزائرية الخاصة ستبقى في المستوى الذي هي عليه.

خاتمة: اهتمت الدراسة بمدى متابعة النخبة الجزائرية للفضائيات الجزائرية الخاصة واتجاهاتها نحو الأداء الاعلامي لهم ؛ وانطلاقا من ذلك فقد ركزت دراستنا على مدى تعرض الأساتذة الجامعيون للبرامج في الفضائيات الخاصة بشكل وطرق مختلفة، بدوافع نفعية لتحقيق إشباعاتهم و حاجاتهم ؛ ومن أجل تحقيق إشباعات المحتوى أكثر منها عملية ومدى ثقتهم بالمضامين التي تبثها. ومن خلال هذه الدراسة تبين أن متابعة الفضائيات الخاصة هي من أولويات الأستاذ الجامعي وبالأخص البرامج الإخبارية الجزائرية للإطلاع على ما يدور على المستوى المحلي والدولي ولكن اعتمادها كمصدر رئيسي في استقاء الأخبار يظل محدودا. و عليه فان التجربة الاعلامية للفضائيات الجزائرية الخاصة لا تزال محتشمة و تعرف نقائص و سلبيات ؛ رغم أنها حققت قفزة من خلال اقترابها اكثر من المواطنين ؛ و هو ما لم تحققه القنوات العمومية. و على هذا الأساس فقد حاولنا من خلال هذه الدراسة تبيان اتجاهات النخبة الجامعية الجزائرية حول الأداء الاعلامي للفضائيات الجزائرية الخاصة ؛ ممهدين السبيل لباحثين آخرين لاستكشاف مقاربات أخرى لم تتعرض لها هذه الدراسة.