

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
République Algérienne Démocratique et Populaire

Ministère de l'Enseignement Supérieur
et de la Recherche Scientifique

Université Akli Mohand Oulhadj - Bouira -

Tasdawit Akli Muḥend Ulḥağ - Tubirett -

Faculté des Sciences Sociales et Humaines



جامعة البويرة

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة أكلي محمد أولحاج

- البويرة -

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية

شعبة علوم الإعلام والاتصال

قسم التاريخ

الموضوع:

صورة القنوات الجزائرية الخاصة لدى الطلبة الجامعيين

-دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة البويرة-

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذ

- د/ دحمار نور الدين

إعداد الطالبتين:

- رندة جحنيط

- نور ولد محمد

العام الجامعي: 2020 م / 2021 م

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر و عرفان

نشكر الله العلي القدير الذي أنعم علينا بنعمة العقل والدين ووفقنا
لإنجاز هذه الدراسة

وأثني ثناء حسنا على أولئك المخلصين الذين بذلوا مجهوداتهم في
مساعدتنا في مجال البحث العلمي، ونخص بالذكر الأستاذ
الفاضل: "دحمار نور الدين" على هذه الدراسة وصاحب الفضل في
توجيهنا ومساعدتنا في تجميع المادة البحثية، فجزاه الله كل خير...
ولا ننسى أن نتقدم بجزيل الشكر إلى أساتذتنا الكرام... فلهم منا كل
التبجيل والتوقير ، يا من صنعتم لنا المجد، بفضلكم فهمنا معنى الحياة،
استقينا منكم العلوم والمعارف والتجارب لتقف في هذه الدنيا كالأسد
في عرينه؛ عزيزاً كريماً، لا ينخدع بالمظاهر والقشور، بل يبحث دوماً
عن الجوهر، بفضلكم وجدت لنا مكانة في هذه الحياة، فأنتم لم تعلمونا
حرفاً واحداً، بل علمتمونا كل شيء
وأخيراً... نتقدم بجزيل الشكر إلى كل من مدوا لنا يد العون والمساعدة
في إخراج هذه الدراسة على أكمل وجه...

*رندة ونور

إهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى:

الوالدين الكريمين حفظهما الله

وإلى كل أفراد أسرتي

إلى كل الأصدقاء ومن كانوا برفقتي ومصاحبتي أثناء دراستي في الجامعة

وإلى كل من لم يدخر جهدا في مساعدتي

وإلى الجميع دون استثناء

رنة

إهداء

إلى كل من علمني حرفا في هذه الدنيا

إلى أبي وأمي

إلى إخوتي وأخواتي

إلى كل أفراد عائلتي الكريمة

إلى صديقاتي التي ألفت بيننا الأقدار

إلى من يعرفني من قريب أو من بعيد

أهديكم هذا العمل

نور

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

| الصفحة | العنوان |
|--|----------------------------|
| / | شكر وعرقان |
| / | الإهداء |
| / | فهرس المحتويات |
| / | فهرس الجداول |
| / | فهرس الأشكال |
| / | ملخص الدراسة |
| أ-ب | مقدمة |
| الإطار المنهجي | |
| 04 | 1. إشكالية |
| 05 | 2. تساؤلات الدراسة |
| 05 | 3. أهداف الدراسة |
| 06 | 4. أهمية الدراسة |
| 06 | 5. أسباب اختيار الموضوع |
| 06 | 6. تحديد مفاهيم الدراسة |
| 11 | 7. الدراسات السابقة |
| 15 | 8. نوع الدراسة ومنهجها |
| 17 | 9. مجتمع البحث وعينته |
| 18 | 10. أدوات جمع البيانات |
| 21 | 11. مجالات الدراسة |
| 21 | 12. صعوبات الدراسة |
| الفصل الأول: القنوات التلفزيونية الجزائرية في الجزائر | |
| 23 | تمهيد |
| 30-24 | المبحث الأول: البث الفضائي |

| | |
|--|---|
| 24 | 1. نشأة البث الفضائي |
| 25 | 2. خصائص البث التلفزيوني |
| 26 | 3. نشأة التلفزيون في المنطقة العربية |
| 27 | 4. وسائل البث الفضائي |
| 29 | 5. البث الفضائي وتأثيره على المجتمع |
| 39-31 | المبحث ثاني: البث الفضائي في الجزائر |
| 31 | 1. نشأة التلفزيون والبث الفضائي في الجزائر |
| 32 | 2. نشأة البث الفضائي في الجزائر |
| 33 | 3. نشأة القنوات الجزائرية الخاصة |
| 34 | 4. أسباب إنشاء القنوات الجزائرية الخاصة |
| 35 | 5. نماذج لبعض القنوات الجزائرية |
| 37 | 6. تقييم القنوات الجزائرية الخاصة |
| 39 | خلاصة |
| الفصل الثاني: جمهور وسائل الإعلام والصورة الذهنية | |
| 41 | تمهيد |
| 45-42 | المبحث الأول: جمهور وسائل الإعلام والصورة الذهنية |
| 42 | 1. مفهوم وسائل الإعلام |
| 44 | 2. خصائص جمهور ووسائل الإعلام |
| 44 | 3. أنواع جمهور وسائل الإعلام |
| 53-46 | المبحث الثاني: الصورة الذهنية |
| 46 | 1. مفهوم الصورة الذهنية |
| 47 | 2. خصائص الصورة الذهنية |
| 47 | 3. عوامل تكوين الصورة الذهنية |
| 48 | 4. مصادر تكوين الصورة الذهنية |
| 50 | 5. أنواع الصورة الذهنية |

| | |
|------------------------|---|
| 53 | خلاصة |
| الإطار التطبيقي | |
| 55 | تمهيد |
| 56 | 1. عرض خصائص العينة |
| 60 | 2. عادات وأنماط مشاهدة الطلبة الجامعيين للقنوات الجزائرية الخاصة |
| 65 | 3. الصورة الذهنية للقنوات الجزائرية الخاصة لدى طلبة جامعة البويرة |
| 73 | 4. مساهمة القنوات الجزائرية الخاصة في ترسيخ القيم الاجتماعية لدى الطلبة |
| 82 | النتائج العامة للدراسة |
| 85 | خاتمة |
| 87 | قائمة المصادر والمراجع |
| 93 | الملاحق |

قائمة الجداول

| الرقم | العنوان | الصفحة |
|-------|---|--------|
| (01) | يمثل توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس | 56 |
| (02) | يمثل توزيع مفردات العينة حسب متغير السن | 57 |
| (03) | يمثل توزيع مفردات العينة حسب متغير المستوى الجامعي | 58 |
| (04) | يمثل توزيع مفردات العينة على حسب متغير مكان السكن | 59 |
| (05) | يمثل فترة متابعة طلبة جامعة البويرة للقنوات التلفزيونية الخاصة | 60 |
| (06) | يمثل زمن متابعة طلبة جامعة البويرة للقنوات الجزائرية الخاصة | 61 |
| (07) | يمثل المدّة الزمنية التي يقضيها طلبة جامعة البويرة في متابعة القنوات الجزائرية الخاصة | 62 |
| (08) | يمثل مع من يشاهد طلبة جامعة البويرة القنوات الجزائرية الخاصة | 64 |
| (09) | يمثل رأي طلبة جامعة البويرة في المحتوى الإعلامي للقنوات الجزائرية الخاصة | 65 |

| | | |
|----|--|------|
| 66 | يمثل رأي طلبة جامعة البويرة حول مطابقة المحتوى الإعلامي للقنوات الجزائرية الخاصة للواقع | (10) |
| 67 | يمثل وجهة نظر طلبة جامعة البويرة حول مساهمة القنوات الجزائرية الخاصة في نشر وتكوين قيم دخيلة عن المجتمع الجزائري | (11) |
| 68 | يمثل وجهة نظر طلبة جامعة البويرة حول القيم الدخيلة عن المجتمع الجزائري التي تساهم القنوات الجزائرية الخاصة في نشرها وتكوينها | (12) |
| 69 | يمثل إيجابيات القنوات الجزائرية الخاصة حسب رأي طلبة جامعة البويرة | (13) |
| 72 | يمثل سلبيات القنوات الجزائرية الخاصة حسب رأي طلبة جامعة البويرة | (14) |
| 73 | يمثل نوع المحتوى الإعلامي الذي يتابعه طلبة جامعة البويرة عبر القنوات الجزائرية الخاصة | (15) |
| 74 | يمثل مدى تأثر طلبة جامعة البويرة بالمحتوى الإعلامي الذي تبثه القنوات الجزائرية الخاصة من ناحية القيم الاجتماعية | (16) |
| 75 | يمثل وجهة نظر طلبة جامعة البويرة حول ما إذا كانت القنوات الجزائرية الخاصة تؤثر على الواقع | (17) |
| 76 | يمثل نوع تأثير القنوات الجزائرية الخاصة على الواقع | (18) |
| 77 | يمثل وجهة نظر طلبة جامعة البويرة حول مساهمة القنوات الجزائرية الخاصة في زرع السلوكيات الإيجابية | (19) |
| 78 | يمثل القيم الاجتماعية التي اكتسبها طلبة جامعة البويرة من خلال القنوات الجزائرية الخاصة | (20) |

| الصفحة | العنوان | الرقم |
|--------|--|-------|
| 59 | تمثل توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس | (01) |
| 57 | تمثل توزيع مفردات العينة حسب متغير السن | (02) |
| 58 | تمثل توزيع مفردات العينة حسب متغير المستوى الجامعي | (03) |
| 59 | تمثل توزيع مفردات العينة على حسب متغير مكان السكن | (04) |
| 61 | تمثل فترة متابعة طلبة جامعة البويرة للقنوات التلفزيونية الخاصة | (05) |
| 62 | تمثل زمن متابعة طلبة جامعة البويرة للقنوات الجزائرية الخاصة | (06) |
| 63 | تمثل المدّة الزمنية التي يقضيها طلبة جامعة البويرة في متابعة القنوات الجزائرية الخاصة | (07) |
| 65 | تمثل مع من يشاهد طلبة جامعة البويرة القنوات الجزائرية الخاصة | (08) |
| 67 | تمثل رأي طلبة جامعة البويرة حول مطابقة المحتوى الإعلامي للقنوات الجزائرية الخاصة للواقع | (09) |
| 68 | تمثل وجهة نظر طلبة جامعة البويرة حول مساهمة القنوات الجزائرية الخاصة في نشر وتكوين قيم دخيلة عن المجتمع الجزائري | (10) |
| 76 | تمثل مدى تأثر طلبة جامعة البويرة بالمحتوى الإعلامي الذي تبثّه القنوات الجزائرية الخاصة من ناحية القيم الاجتماعية | (11) |
| 77 | تمثل وجهة نظر طلبة جامعة البويرة حول ما إذا كانت القنوات الجزائرية الخاصة تؤثر على الواقع | (12) |
| 79 | تمثل نوع تأثير القنوات الجزائرية الخاصة على الواقع | (13) |
| 80 | تمثل وجهة نظر طلبة جامعة البويرة حول مساهمة القنوات الجزائرية الخاصة في زرع السلوكيات الإيجابية | (14) |

قائمة الأعمدة البيانية

| الصفحة | العنوان | الرقم |
|--------|---------|-------|
|--------|---------|-------|

| | | |
|----|--|------|
| 66 | تمثل رأي طلبة جامعة البويرة في المحتوى الإعلامي للقنوات الجزائرية الخاصة | (01) |
| 70 | تمثل وجهة نظر طلبة جامعة البويرة حول القيم الدخيلة عن المجتمع الجزائري التي تساهم القنوات الجزائرية الخاصة في نشرها وتكوينها | (02) |
| 71 | تمثل إيجابيات القنوات الجزائرية الخاصة حسب رأي طلبة جامعة البويرة | (03) |
| 73 | تمثل سلبيات القنوات الجزائرية الخاصة حسب رأي طلبة جامعة البويرة | (04) |
| 75 | تمثل نوع المحتوى الإعلامي الذي يتابعه طلبة جامعة البويرة عبر القنوات الجزائرية الخاصة | (05) |
| 81 | تمثل القيم الاجتماعية التي اكتسبها طلبة جامعة البويرة من خلال القنوات الجزائرية الخاصة | (06) |

ملخص الدراسة:

جاءت هذه الدراسة للكشف عن صورة القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة لدى الطلبة الجامعيين، وبالتحديد على طلبة جامعة آكلي محند أولحاج-البويرة-(الجزائر)، حيث استخدمنا المنهج الوصفي واعتمدنا على أداة الاستبيان كوسيلة لجمع البيانات من أفراد العينة القصدية التي بلغ عدد أفرادها 70 مفردة من كلا الجنسين ومن مختلف المستويات الجامعية(ليسانس-ماستر-دكتوراه).

وقد توصلنا إلى نتائج أجابت على الإشكالية والتساؤلات الفرعية، حيث أنّ أغلب الطلبة الجامعيين يتابعون القنوات الجزائرية الخاصة منذ أكثر من 05 سنوات، ويرون أنّ المحتوى الإعلامي للقنوات الجزائرية الخاصة يشبع رغباتهم المعرفية والوجدانية كالترفيه والتثقيف، ويساهم أيضا في ترسيخ القيم الاجتماعية لهم، ولكن هناك شق سلبي للمضمون الإعلامي، فالقنوات الجزائرية الخاصة تساهم بشكل مباشر أو غير مباشر في انتشار الانحلال الأخلاقي والاجتماعي وبعض العادات الغربية الدخيلة عن المجتمع الجزائري.

الكلمات المفتاحية: الصورة الذهنية، القنوات الجزائرية الخاصة، الطلبة الجامعيين

Abstract :

This study came to reveal the image of private Algerian television channels among university students, and specifically on the students of the University of Akli Mohand Oulhaj - Bouira - (Algeria). Both sexes and from different university levels (Licence-Master-Doctorat).

We have reached results that answered the problem and sub-questions, as most university students have been following the Algerian private channels for more than 05 years, and they see that the media content of the private Algerian channels satisfies their cognitive and emotional desires such as entertainment and education, and also contributes to the consolidation of social values for them, but there is a split Negative for the media content, as the Algerian private channels contribute directly or indirectly to the spread of moral and social decay and some Western customs that are alien to Algerian society.

Key words : Mental image, private Algerian channels, university students

مقدمة

تعتبر وسائل الإعلام من الدعائم المهمة التي تسهل الاتصال وتساهم في نشر المعلومات وتبادلها بين مختلف الأطراف، إذ أنها تلعب دورًا رئيسيًا في التشغيل السلس للعملية الاتصالية، فهي لا تزال في الواقع تمثل مرآة للأنشطة والنماذج الثقافية والسياسية القائمة.

وتمثل القنوات التلفزيونية الخاصة أحد مظاهر العصر الحديث الأكثر أهمية وانتشارًا، حيث يتم تحويل المشهد والصوت إلى إشارات كهربائية تنتقل عبر الأثير وتصل إلى أجهزة استقبال، تحولها مرة أخرى إلى أصوات ومشاهد، وكان للتلفاز أهمية كبيرة كوسيلة للتواصل مع الجمهور قبل أن يتم اختراع شبكات الإنترنت ومواقع التواصل الاجتماعي فتراجع دور التلفاز إلى حد كبير.

وأصبحت القنوات التلفزيونية الخاصة وسيلة تسلية تتواجد في كل المنازل، وتجمع شمل الأسر في المساء يتبادلون السمر والضحكات أمام شاشة التلفاز.

وفي مواجهة تعدد القنوات الإعلامية والرسائل التي تنقلها أضحت المشاهد ينتقي ما يتناسب ورغباته واحتياجاته، فمنهم من يفضل المجال السياسي، ومنهم من يلجأ إلى المسلسلات الدرامية وغيرها...

وفي استقبال الرسائل التلفزيونية والإعلامية، يكون المشاهد أكثر نشاطًا مما نتخيل. في مواجهة رسالة، حيث يقوم قوم باختيار غير واعي بناءً على آراء معينة

ويعتبر الطلبة الجامعيين من بين جماهير وسائل الإعلام بصفة عامة، والقنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة بصفة خاصة، إذ تتيح هذه القنوات فرصة التسلية وتمضية وقت الفراغ بالإضافة إلى الحصول على المعلومات ومشاهدة آخر الأخبار.

كما يساهم الطالب الجامعي بصفة أو بأخرى في صناعة المحتوى الإعلامي الذي تبثه القنوات الجزائرية الخاصة، فلم يعد مجرد متلقي سلبي يشاهد ما يبث على شاشة التلفاز، وإنما أصبح يتفاعل مع المضامين الإعلامية بطرق إيجابية أو سلبية تدفع بالقنوات التلفزيونية الخاصة إلى إعادة تشكيل المضمون الإعلامي وفق ما يطلبه الجمهور.

وفي هذا السياق جاءت دراستنا لتجيب للغوص أكثر في هذا الموضوع، إذا تمّ تقسيم دراستنا كما يلي:

الإطار المنهجي، ويتضمن الإجراءات المنهجية الكبرى التي تقوم عليها الدراسة؛ كصياغة الإشكالية، وطرح التساؤلات الفرعية، وتحديد المنهج والأداة والتعريف على الدراسات السابقة وغيرها من الخطوات المنهجية.

الفصل الأول: القنوات التلفزيونية الجزائرية في الجزائر، وتم التطرق فيه إلى نشأة البثّ الفضائي في العالم وفي الجزائر، مع الاستدلال ببعض النماذج من القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة.

الفصل الثاني: جمهور وسائل الإعلام والصورة الذهنية، حيث تضمن جمهور وسائل الإعلام والصورة الذهنية وكيفية تشكيلها في ذهن الفرد والمجتمع لدى المؤسسة، وأهم العوامل والمصادر التي تساعد في تكوينها إضافة إلى جمهور وسائل الإعلام والخصائص التي يتميز بها.

وختمنا دراستنا **بالإطار التطبيقي**، حيث تمكنا من توظيف أداة الاستبيان وتوزيع الاستمارة على عينة الدراسة، ثم تفرغ البيانات كمياً وتحليلها نوعياً، واستخلاص النتائج العامة التي أجابت على الإشكالية والتساؤلات الفرعية.

الإطار المنهجي

1. إشكالية
2. تساؤلات الدراسة
3. أهداف الدراسة
4. أهمية الدراسة
5. أسباب اختيار الموضوع
6. تحديد مفاهيم الدراسة
7. الدراسات السابقة
8. نوع الدراسة ومنهجها
9. مجتمع البحث وعينته
10. أدوات جمع البيانات
11. مجالات الدراسة
12. صعوبات الدراسة

1. إشكالية الدراسة:

يعدّ الاتصال ظاهرة اجتماعية عرفتھا المجتمعات البشرية منذ العصور البدائية الإنسانية، فهو يشكل عصب الحياة المعاصرة كما يعبر عن الاتجاهات الفكرية والظروف الاجتماعية والنظم الاقتصادية ويؤثر فيها كم يتأثر بها.

وشهدت السنوات الأخيرة من القرن العشرين تطورا كبيرا في تكنولوجيا الاتصال بشكل عام والأقمار الصناعية بشكل خاص، وبفضل هذا التطور استطاع المتلقي استخدامها في أي مكان وزمان وبشكل مباشر.

فقد أصبحت وسائل الإعلام اليوم تشهد تحولا من مجرد نقل المعلومات والأفكار إلى الإسهام الفعلي في تنوير الرأي العام وتكوين آراء لدى الجمهور على اختلاف أعمارهم وأنواعهم حول موضوعات وقضايا سواء كانت سياسية، اقتصادية، اجتماعية، وثقافية... حيث تعمل هذه الأخيرة على دراسة ممنهجة لفهم جمهور المتلقين وعلاقته بالوسائل الإعلامية التي يتعرّض لها واستجابته أو ردّة الفعل الناجم عن فعل التعرض والتلقي لأجل توجيه هذا السلوك الذي يتوافق مع الأهداف المعلنة والخفية باعتباره يميل لمعتقدات خاصة واتجاهات معيّنة نحو قضايا مختلفة. وتعدّ القنوات من أهم وسائل الإعلام التي تسهم في تشكيل الاتجاهات لما تقدّمه من برامج متنوعة ومتعددة ذات مضامين إيجابية وسلبية.

تتشكل اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو القنوات الجزائرية الخاصة حسب توافقها مع خصائصه الاجتماعية والفكرية والنفسية ومعتقداته وقيمه ومعارفه، فلا يمكن أن يصدّق الطلبة الجامعيين وينصاعوا تلقائيا للرسائل الإعلامية، فقد يرفضها أو يستجيب لها إذا كانت تتفق مع ميوله واتجاهاته ورغباته، كما تترك الوسيلة الإعلامية بصمة واضحة في التأثير على اتجاهات وسلوك الطالب الجامعي المتلقي لهذا المحتوى الإعلامي، فكلّ قناة طابعها ورموزها ولغتها والجمهور اعتاد على فهم محتواها.

وقد تعدّدت برامج القنوات الجزائرية الخاصة تبعا لاهتمامات الفئات الاجتماعية المختلفة، ومن بينها الطلبة الجامعيين، وذلك من خلال طرح وتجسيد قضايا من عمق المجتمع أو الواقع

المعاش، وتعدّ البرامج الاجتماعية منبر الطلبة الجامعيين الجزائريين، حيث حازت على إقبال كبير من قبل المشاهدين، وذلك من خلال معالجتها لمختلف وجهات النظر حسب هرم هذه البرامج ومتطلبات المصداقية، وتمارس تأثيرا على الطالب الجامعي وتشكّل توجهات الرأي العام، ومعالجة المشاكل الاجتماعية والإحاطة بكلّ الجوانب.

وعليه يمكننا طرح الإشكال التالي: ما هي صورة القنوات الجزائرية الخاصة وتأثيرها على

الطلبة الجامعيين ؟

2. تساؤلات الدراسة:

وانبثق عن السؤال المحوري بعض الأسئلة الجزئية وهي:

- ما هي عادات وأنماط مشاهدة الطلبة الجامعيين للقنوات الجزائرية الخاصة ؟
- ما مدى مصداقية القنوات الجزائرية الخاصة في تغطية الأخبار من وجهة نظر الطلبة الجامعيين ؟

الجامعيين ؟

- هل تساهم القنوات الجزائرية الخاصة في ترسيخ القيم الاجتماعية لدى طلبة الجامعيين؟
- ما طبيعة الصورة التي تشكلها القنوات الجزائرية الخاصة في أذهان الطلبة الجامعيين ؟

3. أهداف الدراسة:

لا تخلو أي دراسة أو بحث من أهداف يسعى الباحث إليها ومنها:

- ✓ التعرف على صورة القنوات الجزائرية الخاصة لدى الطلبة الجامعيين.
- ✓ معرفة الأثر الجيد الذي تتركه هذه القنوات الخاصة.
- ✓ معرفة آراء الشباب حول ما تبثه من محتوى هذه القنوات الجزائرية الخاصة.
- ✓ معرفة الإيجابيات و السلبيات التي تنتج عن هذه القنوات الجزائرية الخاصة.
- ✓ الوصول إلى نتائج واقتراحات يمكن الاستفادة منها.

4. أهمية الدراسة:

تساعد هذه الدراسة في إجراء بحوث أكاديمية في مثل هذا الموضوع، كونه موضوعا حيويا يعالج موضوعا مهما في مجال علوم الإعلام والاتصال وهو دراسة " صورة القنوات الجزائرية الخاصة وتأثيرها على الطلبة الجامعين . "

5. أسباب اختيار الموضوع :

تعود أسباب اختيار الموضوع إلى دوافع ذاتية وأخرى موضوعية هي:

أ. أسباب ذاتية :

- الإحساس بالمشكلة المطروحة ما دفعنا لدراسة هذا الموضوع.
- الميول الشخصي لدراسة هذا الموضوع المعنون بـ " صورة القنوات الجزائرية الخاصة وتأثيرها على الطلبة الجامعين".

ب. " أسباب موضوعية :

- علاقة الموضوع بمجال تخصصنا .
- مدى أهمية مساهمة القنوات الجزائرية الخاصة في تشكيل الصورة الذهنية لدى الطلبة الجامعين.

6. تحديد مفاهيم الدراسة:

يعتبر تحديد المفاهيم من بين الخطوات الأساسية في البحث العلمي، لكونها تضع مفاهيم الدراسة تحت المجهر لمعرفة تفاصيلها ومدلولاتها خالية من الغموض والارتياب؛ بحيث تكون محدّدة المعالم من أجل وضوح رؤية الباحث ووجهته؟ وإلام يريد الوصول إليه؟

إذ تبنى الدراسات عادة على العديد من المفاهيم التي حدّدت مدلولاتها في القواميس والمعاجم، وكذا في بعض الكتابات ذات الصلة، والتي سنقف عندها من حيث استعمالها العلمية والمنهجية وهي كالآتي:

❖ الصورة الذهنية:

✓ التعريف اللغوي:

جاء في لسان العرب لابن منظور، مادة (ص.و.ر) الصورة في الشكل، الجمع صور، وقد صورّه فتصور، وتصورت الشيء توهّمته، فتصور لي، والتصاویر: التماثل.
قال ابن الأثير: "الصورة ترد في لسان العرب (لغتهم) على ظاهرها، وعلى معنى حقيقة الشيء وهيئته، وعلى معنى صفته، يقال: صورة الفعل كذا وكذا أي هيئته، وصورة كذا وكذا أي صفته."¹

✓ التعريف الاصطلاحي:

هو الانطباع الذي يتكون عند الأفراد بغض النظر عن كونه صحيحا أو غير صحيح لأنه كلما يكون الانطباع صحيحا كونه معلومات دقيقة، ويمكن ان يكون غير صحيح وبالتالي كونه معلومات مضللة أو معرضة.

ويعرفها على عجوة في كتابه "هي الصورة التعميمية تتكون في أذهان الناس على المنشآت و المؤسسات المختلفة، وقد تكون عقلانية أو غير رشيدة وقد تعتمد على الأدلة والوثائق والإشاعات والأقوال غير موثقة لكنها في النهاية تمثل واقعا صادقا بالنسبة لمن يحملونهم في رؤوسهم."²

تعرف أيضا بأنها عبارة عن "مجموعة من الانطباعات التي يكونها الأفراد عن الشيء ما وقد تتكون من التجربة المباشرة أو غير المباشرة وترتبط هذه التجارب بعواطف الأفراد وعقلياتهم، وبغض النظر عن صحة أو عدم صحة المعلومات التي تنتجها خلاصة هذه التجارب فهي تمثل بالنسبة لأصحابها واقعا صادقا ينضرون من خلاله إلى ما حولهم وبقيمونه."³

¹ تربية وثقافة)، مفهوم الصورة لغة...، منشور على الموقع الإلكتروني: <https://lahodod.blogspot.com> ، تم الاطلاع يوم 2021/09/30، على الساعة 18:19.

² علي عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، ط2، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 1997، ص .

³ أيمن منصور، الصورة الذهنية والإعلامية عوامل التشكيل واستراتيجيات التعبير، كيف يرانا العرب؟، ط1، كلية الإعلام، القاهرة، مصر، 2001، ص 95.

ويراها البعض بأنها "مجموعة معارف الفرد ومعتقداته في الماضي والحاضر والمستقبل يحتفظ بها وفق نظام معين عن ذاته وعن العالم الذي يعيش فيه وهي التصور العقلي بين الأفراد جماعة معينة ليسير إلى اتجاه هذه الجماعة نحو شخص معين أو شيء معين".¹

✓ التعريف الإجرائي:

عبارة عن تصورات ذاتية أو محاكاة التجربة الحسية للطلبة الجامعيين حول القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة، وتتكون لديهم تصورات مختلفة وعلى أساس هذه التصورات يبين الطلبة الجامعيين مواقفهم واتجاهاتهم نحو القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة.

❖ القنوات الفضائية:

✓ التعريف اللغوي للقنوات:

كلمة قنوات جمع كلمة قناة، والمراد بها في اللغة الرمح و(قناة) الظهر و(قناة) المحفورة، ويجمع الكلّ على (قنا) مثل حصا وحصى وعلى (قناء) مثل حبال و(قنوات) و(قنو) على فعول و(قنيت) (القناة) بالتشديد احترفتها و(قنوات) القناة الرمح والجمع قنوات، وكلّ خشبة عند العرب قناة كالعصا والرمح جمعها قنا وقني".²

و"قضا والقضاء هو المكان الواسع من الأرض، والفعل قضا يفضو فضوا، والقضاء: الخالي الفارغ الواسع من الأرض".³

✓ التعريف الاصطلاحي:

القنوات الفضائية هي واحدة من أهمّ الوسائل التكنولوجية الحديثة التي عرفها العالم، حيث استخدمت بعد التطورات العلمية في نقل وبتّ الصّورة والصّوت معا، وبتقنيات علمية كبيرة ورفيعة

¹ إرادة زيدان الجبوري، مفهوم الصورة الذهنية في العلاقات العامة، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 9، المجلد 2010، يونيو 2010، العراق، ص 161.

² ابن منظور جمال الدين الأنصاري، لسان العرب، ج 02، دار صادر، بيروت، لبنان، ص 207.

³ ابن منظور جمال الدين الأنصاري، نفسه، ص 195.

الجودة لتصبح من أهم وسائل الإعلام والاتصال في نقل الرسالة الإعلامية، وبذلك تحتل مكانة معتبرة من حيث التأثير على الجمهور واستمالة كل فئات المجتمع على حدّ سوء من خلال ما تقدّمه لهم من إنتاج يلبي حاجات كلّ فئة؛ حيث خصّصت برامج للأطفال وأخرى للشباب، وحصصا خاصة بالنساء ناهيك عن التنوع من حيث المادة الإعلامية.

ويمكن تعريف القنوات الفضائية: "بأنّها كلّ ما يلتقط أو يستقبل من محطات تلفزيونية عربية أو أجنبية، عبر الوسائل التكنولوجية كالتلفاز والجوال والشبكة العنكبوتية وغيرها."¹ وفي تعريف آخر اعتبرت الفضائيات هي تلك: "البرامج التلفزيونية التي تصل إلى المشاهد عن طريق تركيب أجهزة استقبال، ومتابعة برامجها في بيته أو عن طريق الاشتراك في محطات إعادة البثّ، أو عن طريق بثّ هذه القنوات بصورة غير مباشرة من الآخرين."²

ويمكن اعتبار القنوات الفضائية هي إحدى أشكال الاتصال الحديثة التي اعتمدت على البثّ المباشر، "وبسرعة وبدقّة عالية لكونها تعتمد على تقنيات الأقمار الصناعية والتكنولوجية الحديثة في إيصال المعلومات إلى المشاهدين بشكل متنوع ومستمر على مدار الساعة."³ هي ممر الكتروني مغناطيسي لنقل برامج التلفزيون عادة يشار إليهم برقم معين على جهاز الاستقبال في حد ذاتها حتى يتسنى للمشاهد معرفة قنواته و البرامج التي يفضل مشاهدتها وهي وسيلة اتصال التي يمكن بواسطتها نقل الرسالة من المرسل كما يقصد بقناة اتصال الخط أو المسار الذي تتخذه الرسالة عند تحركها من المرسل حتى تصل إلى المستقبل.

✓ التعريف الإجرائي:

يمكن أن نعرّف القنوات الجزائرية الخاصة بأنّها وسيلة إعلامية فعالة يعتمد عليها الطالب الجامعي الجزائري في حياته اليومية، مما يؤدي إلى المساهمة في تشكيل ثقافته الاجتماعية

¹ علي عبد الفتاح كنعان، إدارة المؤسسات الإعلامية، (د.ط)، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014، ص 100.

² <https://stringfixer.com>، تم الاطلاع يوم: 2021/09/05، على الساعة: 19:44.

³ عبد العزيز شرف، المدخل إلى وسائل الإعلام، الصحافة، الإذاعة، التلفزيون، السينما، المسرح، أقمار الاتصالات، ط2، دار الكتاب، بيروت، لبنان، 1989، ص 05.

والسياسية، والتي تأسست منذ عام 2012 عن طريق المستثمرين الخواص في مجال السمعي البصري بعد أن خرج هذا القطاع من الأحادية الإعلامية إلى التعددية الإعلامية.

❖ الطلبة الجامعيين:

✓ التعريف اللغوي:

من الطلب أي السعي وراء الشيء للحصول عليه، ويُقصد بالاسم طالب في اللغة العربية أي شخص يطلب العلم، ويُطلق عادة على التلميذ في مرحلتي التعليم الثانوية والعالية، والجمع من طالب هو طالبون، وطالبة، وطُلاب، والمؤنث طالبة، وجمع المؤنث طالبات، كما يُقال اتحاد الطلبة، والمقصود بالمصطلح هو التنظيم الذي يتم تأسيسه في الجامعة أو الكلية بهدف توفير تسهيلات للطلاب.

أما في اللغة الإنجليزية فيُطلق اسم " student " على أي شخص يتعلم في الكلية أو الجامعة، واسم " pupil " على الشخص الذي يتعلم في المدرسة.¹

✓ التعريف الاصطلاحي:

هو كل شخص ينتمي لمكان تعليمي معين، مثل: المدرسة، أو الجامعة، أو الكلية، أو المعهد والمركز، وينتمي لها من أجل الحصول على العلم وامتلاك شهادة معترف بها من ذلك المكان حتى يستطيع ممارسة حياته العملية فيما بعد تبعا للشهادة التي حصل عليها.²

✓ التعريف الإجرائي:

نقصد بالطلبة الجامعيين تلك الفئة من الشباب الذين يزاولون دراستهم الجامعية بصرف النظر عن الجنس والعمر للحصول على إحدى الشهادات الجامعية في أحد الأطوار الثلاثة:

¹ هديل شلش، تعريف الطالب، منشور يوم: 2018/08/13، على الساعة: 11:31، على الموقع الإلكتروني: <https://mawdoo3.com>، تم الاطلاع يوم: 2021/09/30، على الساعة: 20:27.

² موسوعة كله لك، تعريف ومعنى الطالب، مستخرج من الموقع الإلكتروني: <https://wiki.kololk.com>، تم الاطلاع يوم: 2021/09/30، على الساعة: 20:20.

الليسانس - الماستر - الدكتوراه، وفي سياق دراستنا نقصد بهم طلبة جامعة آكلي محند أولحاج- البويرة- (الجزائر) الذين يتابعون القنوات الجزائرية الخاصة.

7. الدراسات السابقة:

يعتبر استعراض الدراسات السابقة جانب مهم في البحث حيث يمكن الباحث من البحث والتعرف على هذه الدراسات ومن بينها نتناول هذه الدراسات السابقة التي تحصلنا عليها:

الدراسة الأولى:

دراسة إبراهيم يحيوي بعنوان : القنوات الفضائية وثقافة الشباب، أطروحة مقدمة ضمن نيل شهادة دكتوراه في علم الاجتماع ، تخصص علم الاجتماع والتربية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف2، الجزائر، 2017-2018.

تمثلت إشكالية الدراسة في التساؤل التالي : كيف تسهم القنوات الفضائية في تشكيل ثقافة الشباب الجامعي الجزائري ؟

أما التساؤلات:

- كيف تسهم القنوات الفضائية في تشكيل الثقافة الأساسية للشباب الجامعي الجزائري ؟
- كيف تسهم القنوات الفضائية في تشكيل الثقافة الاجتماعية للشباب الجامعي الجزائري ؟

أما الفرضيات :

الفرضية العامة: تسهم برامج القنوات الفضائية في تشكيل ثقافة الشباب الجامعي الجزائري .

الفرضية الجزئية :

- تسهم القنوات الفضائية في تشكيل الثقافة السياسية للشباب الجامعي الجزائري.

واعتمد الباحث على المنهج الوصفي، أما الأدوات المستعملة فكانت فتمثلت في الاستمارة كأداة أساسية .

وقد توصلت إلى النتائج التالية :

- أظهرت الدراسة أن أغلب المبحوثين كانوا من الإناث بنسبة 62,4% ونسبة الذكور تتجاوز % 37,6.

- أظهرت الدراسة الميدانية أن مستوى التعليم الجامعي ظل النظام الجديد (Lmd) قد سمح لفئة الشباب الجامعي الجزائري قد سمح بمواصلة الدراسة حتى مرحلة الماستر.

الدراسة الثانية:

دراسة أمال جعفري بعنوان : صورة قناة الجزيرة بعد الثورات العربية النخبة الجزائرية -دراسة ميدانية على عينة من الأساتذة الجامعيين-، مذكرة مكلمة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، الجزائر، 2013-2014.

تحدد إشكالية هذه الدراسة : ما هو تأثير الثورات العربية على صورة قناة الجزيرة لدى الأستاذ الجامعي الجزائري ؟

أما التساؤلات :

- ما هي عادات وأنماط مشاهدة قناة الجزيرة أثناء الثورات العربية لدى الأستاذ الجامعي الجزائري ؟

- ما هو تقييم الأستاذ الجامعي الجزائري لتغطية قناة الجزيرة للثورات العربية؟

النتائج المتوصل إليها:

- بالنسبة العادات وأنماط مشاهدة قناة الجزيرة أثناء الثورات العربية فقد تبين أن أغلب فردات العينة يشاهدون أحيانا 36,36% ، و 37,39% منهم يشاهدونها منذ خمس إلى عشر سنوات .
- يشاهد (34,88%) من مفردات العينة قناة الجزيرة في نقل الأخبار، كما اختار (18,44%) منهم برنامج الاتجاه المعاكس كأكثر البرامج متابعة في قناة الجزيرة.

نظرا لطبيعة الموضوع قامت الباحثة باستخدام المنهج الوصفي لاعتباره أحد المناهج الرئيسية المعتمدة في الدراسات العلمية.

إضافة إلى استخدام الاستبيان في جمع البيانات.

الدراسة الثالثة:

دراسة خلود شريط بعنوان: " الصورة الذهنية للإعلام التلفزيوني الخاص قناة النهار -دراسة ميدانية على عينة من طلاب قسم الإعلام والاتصال بجامعة تبسة - ، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة العربي التبسي، تبسة، الجزائر، 2015/2016.

إشكالية هذه الدراسة هي: ما أثر المضامين الإعلامية للقنوات الجزائرية الخاصة على المشاهد الجزائري ؟

أما التساؤلات فهي :

- ما مدى قدرة الإعلام التلفزيوني في تشكيل الصورة الذهنية ؟
- ما هي التصورات المكتوبة لدى المشاهد من خلال تعرضه للقنوات الخاصة الجزائرية ؟

أما الفرضيات فتتمثل في :

- الإعلام التلفزيوني يعمل على رسم صور العالم الخارجي في أذهان المتابعين.
- تقتصر القنوات الخاصة في الجزائر إلى هوية تحريرية في المضمون رسالتها الإعلامية.

- تعتمد النهار TV في تكوين وتغير آراء المشاهد على قوة المضامين المقدمة.
وقد اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي لاعتباره احد المناهج الرئيسية في مثل هذه البحوث.
أما الأدوات المستخدمة في هذه الدراسة فقد اعتمدت الباحثة على استمارة الاستبيان كونها
هيا المناسبة لخدمة موضوعها.

وقد توصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج:

- تم التحقق من التساؤل الفرعي الأول : قدرة الإعلام التلفزيوني في تشكيل الصورة الذهنية
بنسبة (63.94%) وستخلصنا أن التعرض آراء المادة الإعلامية يؤدي إلى تكوين تصورات
جديدة لدى المتلقي.

- تم التحقق من التساؤل الفرعي الثاني : التصورات لدى المشاهد نحو القنوات الفضائية الجزائرية
الخاصة بالنسبة 68.44% واستخلص أنه أحيانا ما يشاهدونها نظرا لعدم تجديد المضامين
المقدمة .

- العوامل التي تركز عليها قناة النهار TV في تكوين وتغيير آراء المشاهد بالنسبة 66.55%،
حيث استخلصنا ان قناة النهار TV لم تساهم في جعل المشاهد يغير آراءه من خلال تعرضه
لمضامينها الإعلامية أو حتى جعله يهتم بموضوع أو حدث معين.

8.نوع الدراسة ومنهجها:

يعتبر المنهج العلمي من أساسيات كل بحث علمي، إذ يعتمد عليه الباحث من أجل بلوغ
أهداف البحث الذي يسعى إلى تحقيقها.

تشير لفظة المنهج في تعريفها اللغوي إلى أنه الطريق والمنهج الواضح، ونهج الطريق، بمعنى أبانه وأوضحه، ونهجه بمعنى سلكه بوضوح واستبانته.¹

يُعرف المنهج من الناحية التجريدية أنه عبارة عن جملة من الخطوات المنتظمة التي يجب على الباحث إتباعها في إطار التزامه بتطبيق قواعد إجرائية معينة تمكنه من الوصول إلى نتيجة مسطرة.²

"والمنهج" في الاصطلاح تعني مجموعة الإجراءات الذهنية يتمثلها الباحث مقدما لعملية المعرفة التي سيقبل عليها من أجل التوصل إلى حقيقة مادة البحث.³

أما الباحث الكندي موريس أنجرس فيعرف المنهج العلمي بكونه: "عبارة عن جواب لسؤال "كيف؟" نصل إلى الأهداف في حين أن التقنيات تشير إلى الوسيلة التي يتم استخدامها للوصول إلى هذه الأهداف، وعبارة أخرى هو "مجموع الإجراءات والخطوات الدقيقة المتبناة من أجل الوصول إلى نتيجة"⁴.

ويعرفه محمد بدوي بأنه: "مجموعة القواعد التي يستعملها الباحث لتفسير ظاهرة معينة بهدف الوصول إلى الحقيقة العلمية، أو أنه الطريق المؤدي إلى الكشف عن الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة التي تهيمن على سير العقل وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معلومة."⁵

¹ ابن منظور جمال الدين الأنصاري، لسان العرب، ج02، دار المصرية للتأليف والترجمة، القاهرة، مصر، ص 383.

² رشيد زرواني، مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط1، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع عين مليلة، الجزائر، 2007، ص346.

³ محمد طه بدوي، منهج البحث العلمي، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، مصر، د.س، 3.

⁴ محمد بدوي، المنهجية في البحوث والدراسات الأدبية، د.ط، دار الطباعة والنشر، تونس، (د.ت.ن)، ص 19.

⁵ موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية! (ترجمة: صح اروبي بوزيد)، ط1، دار القصبه للنشر، الجزائر، 2006، ص 20.

كما يمكن القول بأنه الطريقة السليمة التي يعتمدها الباحث للوصول إلى هدفه المنشود الذي حدّده في بداية بحثه.¹

والمنهج أيضا هو "الطريقة العلمية المنظمة التي تستخدمها الأبحاث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، ويشمل المنهج العلمي تحليل المضمون في الدراسات الإعلامية كذلك".²

وقد اعتمدنا في دراستنا هذه على المنهج الوصفي نظرا لطبيعة موضوعنا الذي يعتمد على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع، ويهتم بوصفها وصفا دقيقا، ويعبّر عنها تعبيرا كيفيا وتعبيرا كميا، فالتعبير الكيفي يصف لنا الظاهرة ويوضح خصائصها، أما التعبير الكمي فيعطينا وصفا رقميا يوضح مقدار الظاهرة أو حجمها ودرجة ارتباطها مع الظواهر المختلفة الأخرى، وكلاهما متعلق بدراسة المشكلات المتعلقة بالمجالات الإنسانية، وما زال الأكثر استخداما حتى الآن.³

والمنهج الوصفي بعبارة أخرى "هو طريقة لدراسة الظواهر أو المشكلات العلمية من خلال القيام بالوصف بطريقة علمية، ومن ثم الوصول إلى تفسيرات منطقية لها دلائل وبراهين تمنح الباحث القدرة على وضع أطر محددة للمشكلة، ويتم استخدام ذلك في تحديد نتائج البحث"⁴.

إذ يعتبر المنهج الوصفي من أكثر مناهج البحث العلمي استخداما، حيث يستخدم لتجميع المعلومات والبيانات بهدف تكوين فكرة واضحة متكاملة عن مشكلة ما، وهذا ما يناسب دراستنا هذه التي نسعى من خلالها إلى معرفة صورة القنوات الجزائرية الخاصة لدى طلبة جامعة آكلي محند أولحاج-البويرة-(الجزائر).

9.مجتمع البحث وعينته:

¹ عامر إبراهيم قنديلجي، منهجية البحث العلمي، دار اليازوي العلمية للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2012، ص 10.

² طه عبد العاطي نجم، مناهج البحث الإعلامي، ط1، دار كلمة للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2015، ص 22.

³ أمين ساعاتي، تبسيط كتابة البحث العلمي من البكالوريوس ثم الماجستير وحتى الدكتوراه، ط1، الشركة السعودية للتوزيع،

جدة، السعودية، 1991، ص 78.

⁴ <https://mobt3ath.com>، تم الاطلاع يوم: 2016/09/04، على الساعة: 18:25

أ. مجتمع البحث:

يُعتبر مجتمع الدراسة مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي تركز عليها الملاحظات؛ وهو أيضا المجتمع الأكبر أو مجموعة المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر، أو المجتمع المستهدف الذي يهدف الباحث دراسته ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته، إلا أنه يصعب الوصول إلى هذا المجتمع المستهدف بضخامته، فيتم التركيز على المجتمع المتاح أو الممكن الوصول إليه والاقتراب منه لجمع البيانات، والذي يعتبر عادة جزءا ممثلا للمجتمع المستهدف ويلبي حاجات الدراسة، وأهدافها، وتختار منه عينة البحث¹.

ب. العينة:

عرّفها أحمد بن مرسلّي بأنّها: "أداة من أدوات البحث العلمي توظف لجمع البيانات والمعلومات باختيار جزء صغير من وحدات مجتمع البحث اختيارا عشوائيا أو منتظما.."²، وهي ذلك الجزء من المجتمع التي يجري اختيارها وفق قواعد وطرق علمية، بحيث تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا،³ أو هي نموذج يشمل جانبا أو جزءا من المجتمع الأصلي المعني بالبحث تكون ممثلة له بحيث تحمل صفاته المشتركة، وهذا النموذج يغني الباحث عن دراسة كلّ وحدات ومفردات المجتمع الأصلي.⁴

¹ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2004، ص 130.

² أحمد بن مرسلّي، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010م، ص ص 166-173.

³ ماثيو جيدير، منهجية البحث: دليل الباحث المبتدئ في موضوعات البحث ورسائل الماجستير والدكتوراه، تر: ملكة أبيض، ص 28.

⁴ عامر قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، ط8، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 1428هـ-2007م، ص 137.

وبصفة عامة، فإنّ العيّنة هي مجموعة من المفردات المختارة من مجتمع البحث على أسس علمية واضحة، إمّا بأسلوب احتمالي أو للاحتمالي¹.

والعيّنة في دراستنا هي عيّنة قصدية غير احتمالية، إذ تعمدنا انتقاء مجموعة من طلبة جامعة آكلي محند أولحاج-البويرة-(الجزائر) الذي يتابعون القنوات الجزائرية الخاصة لمعرفة انطباعاتهم حول المحتوى الإعلامي الذي تبثه القنوات السالفة الذكر.

إذ تكونت العينة القصدية في دراستنا الحالية من 70 مفردة من طلبة جامعة آكلي محند أولحاج-البويرة-(الجزائر) من كلا الجنسين ومن مختلف الأطوار الجامعية(ليسانس، ماستر، دكتوراه)، حيث قمنا بتوزيع استمارة الاستبيان عليهم داخل الحرم الجامعي.

10. أدوات جمع البيانات:

يتطلب من كلّ باحث أكاديمي أداة يستطيع من خلالها جمع البيانات من أجل إجراء الدراسة الميدانية التي سيقوم بها، ونحن في دراستنا هذه اعتمدنا على أداة الاستبيان باعتباره تتناسب مع طبيعة موضوع الدراسة الذي بين يدينا.

ويعتبر الاستبيان من أدوات البحث الأساسية الشائعة الاستعمال في العلوم الإنسانية، وخاصة في علوم الإعلام والاتصال، حيث يستخدم في الحصول على معلومات دقيقة لا يستطيع الباحث ملاحظتها بنفسه في المجال المبحوث لكونها معلومات لا يملكها إلا صاحبها، والاستبيان في تصميمه أقرب إلى الدليل المرشد المتضمن لسلسلة أسئلة تقدم إلى المبحوث وفقا لتصور معين ومحدد للموضوعات، قصد الحصول على معلومات خاصة حول البحث، في تشكيل بيانات كمية تفيد الباحث في إجراء مقارنات رقمية للحصول على ما هو بصدد البحث عنه أو في شكل معلومات كيفية تعبر عن مواقف وآراء المبحوثين في قضية معينة².

¹ عامر مصباح، معجم العلوم السياسية والعلاقات الدولية، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2009م، ص 370.

² أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، (د.ط)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003،

ويعرف الاستبيان على أنه وثيقة تتضمن مجموعة من الأسئلة توجه إلى المستجوبين، وهم أفراد العينة التي استخرجها الباحث بغرض التحقق من فرضيات البحث، وينتظر من هؤلاء المستجوبين أن يقدموا إجابات من مسائل أو نقاط معينة مرتبطة بأهداف الدراسة، أي أن الباحث يوجه الأسئلة إلى المبحوثين ينتظر منهم أن يجيبوا عن مسائل حددها هو على أساس ما يريد الوصول إليه في دراسته تلك¹.

وقد قمنا بتصميم استمارة الاستبيان وترجمة تساؤلات الدراسة إلى محاور كل محور يتضمن مجموعة من الأسئلة الجزئية تخدم الأهداف العامة للدراسة، وهي كالآتي:

➤ البيانات السوسيوديمغرافية:

والغرض من هذا المحور هو معرفة خصائص أفراد العينة كالجنس، السن، المستوى الجامعي، ومكان السكن.

المحور الأول: عادات وأنماط مشاهدة الطلبة الجامعيين للقنوات الجزائرية الخاصة

حيث قمنا بصياغة (04) أسئلة متعلقة؛ الغاية منها معرفة أنماط مشاهدة الطلبة للقنوات الجزائرية الخاصة.

المحور الثاني: الصورة الذهنية للقنوات الجزائرية الخاصة لدى الطلبة الجامعيين

وتم فيه صياغة (06) أسئلة، والغرض منها سبر آراء المتابعين وانطباعاتهم حول القنوات الجزائرية الخاصة.

المحور الثالث: مساهمة القنوات الجزائرية الخاصة في ترسيخ القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين.

وتم فيه صياغة (06) أسئلة، كان الهدف من ورائها رصد دور القنوات الجزائرية الخاصة في ترسيخ القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين.

¹ سعيد سبعون، الدليل المنهجي في إعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع، ط1، دار القصب، الجزائر، 2012،

وبعد تصميم الاستبيان والحصول على الإذن بتوزيعها، قمنا بتوزيعها على أفراد العينة التي وقع عليها اختيارنا وهم الطلبة الجامعيين من مختلف التخصصات والمستويات الجامعية (ليسانس، ماستر، دكتوراه) الذين يتابعون دراستهم في جامعة آكلي محند أولحاج-البويرة- (الجزائر)، وقد بلغ عددهم 70 مفردة من كلا الجنسين.

وبعد استرجاع كلّ الاستمارات (70 استمارة) قمنا بتفريغ البيانات إحصائياً، ثم معالجتها كمياً ونوعياً بالاستناد إلى المعطيات التي أدلى بها أفراد العينة إضافة إلى المكتسبات القبلية التي تلقيناها أثناء دراستنا النظرية.

11. مجالات الدراسة:

تضمنت دراستنا على ثلاث مجالات، وهي:

➤ المجال الزمني:

انطلقنا في دراستنا هذه ابتداء من شهر مارس 2021، أي بعد موافقة اللجنة على عنوان موضوع الدراسة، وامتدت إلى غاية سبتمبر 2021.

➤ المجال المكاني:

تم توزيع الاستبيان داخل الحرم الجامعي آكلي محند أولحاج-البويرة- (الجزائر) لتواجد أفراد العينة في هذا الإطار الجغرافي.

➤ المجال البشري:

اشتملت دراستنا على عينة من الطلبة الجامعيين الذين يتابعون دراستهم بجامعة آكلي محند أولحاج-البويرة- (الجزائر) بلغ عدد مفرداتها 70 طالبا من كلا الجنسين.

12. صعوبات الدراسة:

لا يخلو أي بحث أكاديمي من العراقيل والصعوبات، إذ واجهتنا صعوبة توزيع الاستبيان إضافة إلى ضيق الوقت من أجل تفريغ البيانات وتحليلها.

الفصل الأول:

القنوات التلفزيونية الجزائرية في الجزائر

تمهيد

المبحث الأول: البث الفضائي

- 1.نشأة البث الفضائي
- 2.خصائص البث التلفزيوني
- 3.نشأة التلفزيون في المنطقة العربية
- 4.وسائل البث الفضائي
- 5.البث الفضائي وتأثيره على المجتمع

المبحث ثاني: البث الفضائي في الجزائر

- 1.نشأة التلفزيون والبث الفضائي في الجزائر
- 2.نشأة البث الفضائي في الجزائر
- 3.نشأة القنوات الجزائرية الخاصة
- 4.أسباب إنشاء القنوات الجزائرية الخاصة
- 5.نماذج لبعض القنوات الجزائرية
- 6.تقييم القنوات الجزائرية الخاصة

خلاصة

تمهيد:

تعددت المناقشات حول التلفزيون كوسيلة من الوسائل الإعلامية الجماهيرية التي تميزت عن غيرها من الوسائل بفضل تعدد خصائصه وأهميته في الحياة اليومية وكثرت مشاهدته من مختلف الأعمار والمستويات الاجتماعية والثقافية وساهم البث الفضائي في ظهور العديد من القنوات الفضائية التي تنوعت بين خاصة وعامة وسعيها لتقديم صورة مثالية وخدمات متنوعة لكسب ثقة وإرضاء الجمهور، وتم التعرف في هذا الفصل المعنون بالبث الفضائي تناولنا فيه نشأة البث الفضائي، خصائصه، نشأة التلفزيون في المنطقة العربية، وسائل البث الفضائي وواقع البث الفضائي وأثره على المجتمع وفي المبحث الثاني تحدثنا عن البث الفضائي في الجزائر ونشأة التلفزيون والبث في الجزائر، نشأة القنوات الجزائرية الخاصة وأسباب نشأتها، نماذج لبعض القنوات الخاصة وتقييمها من حيث الإيجابيات والسلبيات.

المبحث الأول: البث الفضائي

1. نشأة البث الفضائي

أ. في العالم

يعتبر البث التلفزيوني عن طريق الأقمار الصناعية حقه التفكير العلمي والتكنولوجي في مجال تطوير وسائل الاتصال الجماهيري، وقد ساعد هذا التطور عن ظهور العديد من القنوات التلفزيونية الفضائية، فلا يكاد يوم ونشهد ظهور قنوات فضائية جديدة أو إعلان عن الشروع في البث عبر الأرقام الصناعية، وبدأت عملية التفكير في البث التلفزيوني عن طريق الأقمار الصناعية في مطلع السبعينات عندما صنع الاتحاد السوفياتي مركبة فضائية تزن أكثر من طن شرعت في البث المباشر للبيوت والقرى المعزولة في سيبيريا¹ وبعدها وضع الاتحاد السوفياتي برنامج لبث التلفزيوني يشمل مناطق سيبيريا الشاسعة من خلال إطلاق سلسلة من الأقمار الصناعية تدعى "إكران"، حيث أطلقت الأول منها عام 1976، حيث شهدت سنة 1976 أيضا الانطلاقة الأولى في مشروع قمر صناعي للبث التلفزيوني مباشر للقارة الروبية، وتبعها مبادرات انفرادية على غرار اتفاقية الموقعة بين فرنسا وألمانيا في أكتوبر في 1976¹

ب. في الدول العربية

¹الزبيدي، أحمد طه وآخرون، دراسات في تأثير القنوات الفضائية على المجتمع، ط1، دار التنافس للنشر والتوزيع عمان، 2002، ص 22

قامت الدول العربية عام 1990 بإطلاق قمرها الصناعي " عرب سات 01"، ثم اتبعته ثم اتبعته بـ "عربسات 02" وأطلقت مصر في أواخر التسعينات القمر "تيلسات 10"، الأغراض البث التلفزيوني التجاري والاتصالات وكان هذا داعما لغرض القمرين السابقين. وبدأت مصر بإنشاء أول قناة فضائية عربية 1990 عبر القمر العربي "عرب سات 01" بهدف ربط المعتبر بين المصريين بدولتهم الإعلام عن طريق التأثير الإعلامي فيهم، واطلاعهم على جوانب التعبير الايجابي في بلدهم، ثم مخاطبة بقية المنطقة العربية والإفريقية، وفي أواخر العام نفسه بدأت السعودية بإرسالها الفضائي إلى العالم مركزة على البرامج الثقافية والعربية في بادئ الأمر بسبب مكانة هذه الدولة ثقافيا في المنطقة والعالم تتابعت الدول العربية في إنشاء قنواتها الفضائية حتى أصبح لها جميعا قنوات يرتبط معظمها بجهات رسمية أخرى، فالكويتية بدأت بثها عام 1992 وقناة دبي الفضائية وتونس وأبو ظبي في العالم نفسه¹

2. خصائص البث التلفزيوني

أحدث البث الفضائي واقعا إعلاميا جديدا بكل المقاييس حيث انتقل بالإعلام إلى المستوى السيادة المطلقة وأصبح التلفزيون وسيلة إعلامية رئيسية في حياة الناس بمشاهدة الملايين وهو ازدياد كبير وميلاد القنوات الخاصة يزداد كل يوم بعدد لا مثيل له ومن بين الخصائص التي أخص البث الفضائي نذكر منها:

✓ إعلام مفتوح بدون أي محاذير وقيود.

¹ إبراهيم إسماعيل، الإعلام المعاصر وتساؤله، مهارته، تأثيره، أخلاقياته، ط14، وزارة الثقافة والتراث، قطر، 2014، ص 124

✓ ينتقل الحدث للمشاهدين ساعة وقوعه.

✓ يوفر صورة واضحة.

✓ يوسع دائرة التنافس الإعلامي.

✓ يتيح تنوعا غير محدود المحتوى لوجود المساحة الزمنية الكافية على مدار الساعة.

✓ يعمل على تنامي دور القطاع الخاص في العمل الإعلامي.

✓ يوفر خدمات مما يدخل الجمهور كشريك أساسي في صنع المحتوى الإعلامي.

✓ تتوع المضامين وظهور برامج تقوم على النوعية للمجتمع المستهدف.

3. نشأة التلفزيون في المنطقة العربية

يعتبر تلفزيون العراق أول تلفزيون عربي بدأ إرساله التلفزيوني الأول عام 1945، وبدأت القصة قبل ذلك بعام حين حضرت إحدى الشركات الألمانية للمشاركة في معرض تجاري للأجهزة الإلكترونية في بغداد، وصادق أن بين معروضاتها مرسله للبث التلفزيوني باللونين الأبيض والأسود مع استديو صغير مجهز بلوازم التصوير وعدد من المراني (أجهزة التلفاز) التي شدد انتباه العراقيين وإصابتهم بالدهشة كونهم لم يروها أو يسمعوها بها من قبل، بعدها جاء التلفزيون الجزائري في نهاية شهر ديسمبر 1956، إبان الفترة الاستعمارية حيث أقيمت مصلحة بث محدودة الإرسال، كانت تعمل ضمنا لمقاييس الفرنسية وبعد استحداثها اهتماما بالجالية الفرنسية المتواجدة في الجزائر ذلك الوقت، واقتصر بثها على المدن الكبرى للجزائر حيث ناشت محطات إرسال ضعيفة تقدر ب 819 خط على المدى القصير موزعة على 3 مراكز في قسنطينة، الجزائر العاصمة، وهران.

وفي لبنان وضع حجر الأساس لمبنى التلفزيوني الرسمي في العام 1957، لكن إنجاز المشروع تأخر ليبدأ البث في أيار (مايو) 1959.

وفي العام نفسه وقعت مصر اتفاقية مع صوت أمريكا لتزويدها بشبكة إرسال تلفزيونية وتدريب كوادرها الإعلامية، وفي يوليو 1960 امتلكت مصر قناة تلفزيونية ولاقت أن القناة هي الرابعة على مستوى العالم العربي بعد قنوات "أرمكو" وبغداد وبيروت¹.

وشهد عام 1993 انطلاق القنوات الفضائية اللبنانية والأرضية المغربية والعمانية ثم ستة قنوات مصرية، وفي عام 1994 ظهرت إلى دور قنوات عربية أخرى هي: السودانية، الجزائرية، (الموريتانية)، وشهد عام 1996 انطلاقا القناة الفضائية السورية²

4. وسائل البث الفضائي

للثبث الفضائي وسائل منها:

أ. التلفزيون: وهو وسيلة من وسائل الاتصال العامة ذات التأثير الفوري والمباشر وتتوفر فيه خصائص الثقة والمصداقية من قبل الجماهير فضلا عن الرسائل التي تبثمن خلاله، ويعد التلفزيون (الإذاعة المرئية)، من أهم وسائل الاتصال الجماهيري

ويحظى بأكبر قدر من الاهتمام لدى الباحثين والمفكرين والمربين لهذا أصبح التلفزيون مكون أساسي من مكونات الحياة اليومية لمعظم الأسر في معظم المجتمعات العالمية والعربية ويكاد

¹ سعيد مداح، محمد قارش، مرجع سبق ذكره، ص 359.

² سعيد مداح، محمد قارش، مرجع سبق ذكره، ص 359.

هذا الجهاز أن يحتل المكانة المرموقة لرب الأسرة والأستاذ أو الطالب الجامعية حيث حوله الآخرين صامتين راضيين وسعداء¹.

ب. الانترنت

يشهد العالم حاليا ظهور سياسية واجتماعية وتكنولوجية واقتصادية جديدة وتحدث أمام أعيننا تغيرات رئيسية في كل شيء وتنتقل ثورة المعلومات بالعالم إلى مجتمع قائم على المعرفة وتشهد التكنولوجيا الجديدة لوسائل الاتصال والمعلومات تطورا سريعا بات يعرف بمجتمع المعلومات وهو المجتمع الذي يستطيع فيه استحداث المعلومات والمعارف والنفوذ إليها واستخدامها وتقاسمها يمكن الأفراد والمجتمعات والشعوب من تسخير كامل إمكانياتهم في النهوض بتنميتهم المستدامة وفي تحسين نوعية حياتهم بحسب ما جاء في التعريف الذي تتبناه مؤتمر القمة العالمي للمجتمع المعلومات في منتداه الأول (جنيف عام 2003)، وإن وراء ثورة الإعلام والاتصال يقوم النبيل علي "عوامل تقنية واقتصادية حيث يتمثل العالم التقني بالتطور الهائل في تكنولوجيا الاتصالات خاصة التطور في الأقمار الصناعية وشبكات الألياف الضوئية فاندماج شبكة الانترنت التي تشكل حاليا وسيطا إعلاميا يطوي بداخله جميع وسائل الاتصال المرئية والمسموعة².

5. البث الفضائي وتأثيره على المجتمع

إن انتشار تقنيات الاتصال الحديثة سهل عمليات التواصل حيث أصبح الناس أكثر قدرة على الاختيار والتبني والاستعارة، وهو ما نتج عنه أيضا ازدياد التوتر والحذر من العناصر

¹عزام أبو الحمام، الإعلام القافي (جدليات وتحديات)، ط 01، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص 122

²تيسير أبو عرجة، قضايا ودراسات إعلامية، ط 1، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2002، ص 115

القديمة والحديثة للثقافة يصبح التغيير التكنولوجي يصحبه دائما تغير اجتماعي وهذه حقيقة سيولوجية.

فالتطور الاجتماعي يعد بمثابة نتيجة للتطور التكنولوجي على أن الأمر لا يتوقف عند هذا الحد إذ يقول "هوايت" أن من الثابت أن الأنساق الاجتماعية تنشأ عن الأساليب التكنولوجية التي ينهض عليها ولكنه قد يحدده أو يعوقه، وللإعلام وظائف عديدة في المجتمع منها وظيفة الإعلان ثم التنشئة الاجتماعية والتربية، ثم الترفيه والتسلية والإمتاع وتلك الوظائف التقليدية للاتصال والإعلام وسوف نسلط الضوء من بحثنا على وظيفة التنشئة الاجتماعية والوظيفة الترفيهية لما لها من أهمية في بحثنا فوظيفة التنشئة الاجتماعية تعمل على نقل عناصر هذه التنشئة إلى أفراد المجتمع ليصبحوا جميعا أعضاء فاعلين ايجابيين في المجتمع والوظيفة الثانية هي الترفيه وتتمثل في إذاعة التمثيليات والفن، الأزياء، الموسيقى بهدف الترفيه والاستمتاع¹. فضلا عن ظهور شبكة الانترنت في الدول العربية في بداية التسعينات وارتبطت بها اغلب الدول العربية، وكما أوضح تقرير التنمية الإنسانية لعام 2003 تدني عدد مستخدمي الانترنت في الدول العربية بسبب ارتفاع تكلفة الخدمة وارتفاع تكلفة اقتناء أجهزة الحاسوب كل هذه الأمور لا تقلل من أهمية الانترنت واثرا استخدامه في شتى المجالات².

¹ عبد الغاني عماد، سوسيولوجيا الثقافة والمفاهيم والإشكاليات من الحداثة إلى العولمة، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2002، ص 204

² علي ليلة محمد الجوهري وعلي شكري، التغيير الاجتماعي والثقافي، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2010،

المبحث ثاني: البث الفضائي في الجزائر

1.نشأة التلفزيون والبث الفضائي في الجزائر

ظهر التلفزيون في الجزائر في ديسمبر 1956 أيا ن الفترة الاستعمارية أين أقيمت مصلحة بث محدودة الإرسال، وكانت تعمل ضمن المقاييس الفرنسية وبعد استخدامها اهتماما بالجالية الفرنسية المتواجدة بالجزائر، آنذاك، وفي عام 1963 انطلقت أول قناة تلفزيونية جزائرية من طرف المؤسسة العمومية للتلفزيون، وفي عام 2014 ثم إعطاء الإذن بفتح قنوات خاصة بموجب القانون.

أما البرامج التلفزيونية فكانت تركز على قاعدة تقنية بدائية، كانت أيضا تجلب في جزء كبير منها من فرنسا وترتكز على إيجابيات المستعمر مبرزة مشاهدة الثقافية وفي الوقت ذاته تعمل على إبراز علاقات الهيمنة على المجتمع الجزائري في أغلب الأحيان نضاله السياسي ورصيده الحضاري، أما دخول الإذاعة على الجزائر فكان قبل ذلك الوقت طويل نسبيا أيا ن الحقيقة الاستعمارية أي سنة 1929م، وكان ذلك استجابة الحاجيات الأقلية الأوروبية المتواجدة في الجزائر، حيث كانت برامجها على صلة وطيدة بفرنسا كما أن الهياكل الأساسية التي نشأت منذ البداية ظلت متواضعة مقارنة مع شساعة الجزائر، وبالتالي فقد فرض الماضي الاستعماري على الجزائر أن تواجه أيام استقلالها مشكلة حادة، تتصل بتحديد هياكل، التلفزيون الإدارية إعادة تنظيمها من أدق المهام، ومن أجل أن يثبت المستعمر الفرنسي إقدامه بأراضي الجزائر كان لابد عليه أن يستخدم كل طاقاته لتعيينه الشعب ضمن الأطر التي يريد لها، فبعد تأسيسها لمحطات الراديو قام في اليوم التاريخ 24 ديسمبر 1956م، بأول بث تلفزيوني انطلاقا من محطة الإرسال

الموجودة بمنطقة (تامنغست)، وكان لإنشاء التلفزيون في الجزائر بالنسبة للسلطات الفرنسية

أهداف كثيرة منها:¹

✓ القضاء على الثورة الجزائرية وتوسيع السياسة الاستعمارية.

✓ تضليل المعمرين الأوروبيين وإخفاء النتائج التي حققتها الثورة.

✓ إشباع حاجات المعمرين الترفيهية والثقافية.

ويضمن التلفزيون الجزائري التغطية على كامل التراب الوطني وهذا من اجل الوصول بأهدافه

الاجتماعية والثقافية إلى كل شرائح الجزائر العميقة، إذ تتركز اهتمامات التلفزيون الجزائري كقناة

عمومية على البرامج المتنوعة ذات البعد الوطني المحلي بدرجة الأولى وكذلك المجتمع الدولي

ومختلف قضاياها الراهنة التي تحرص أن تقدمها إلى الجمهور الجزائري بشفافية كاملة، ويسهر

التلفزيون الجزائري على مواكبة التقنيات الجديدة وتكنولوجيات الإعلام والاتصال من خلال توسيع

حركية الرقمنة داخل المؤسسة²

2. نشأة البث الفضائي في الجزائر

يعد البث الفضائي نتيجة حتمية لتطور تكنولوجيا الاتصال فبفضله أصبح المواطن ينتقل

بيسر بين المحطات التلفزيونية دون رقابة إلا من نفسه ومن ضميرها لوطني والديني وفق إمكانية

الثقافية واللغوية، وبدأت ظاهرة البث التلفزيوني الفضائي تأخذ مكانة بين الباحثين والمتخصصين،

¹ طه عبد العاطي مصطفى نجم، البث التلفزيوني المباشر والهوية الثقافية العربية، مجلة العلاقات العربية الأمريكية نجوم

مستقبل مشرق، عدد خاص، عمان، الجامعة الأردنية، 2001، ص 169.

² طه عبد العاطي مصطفى نجم، مرجع سبق ذكره، ص 159.

إذ يرى الباحثين أن تأثيره على المشاهد قد يكون ايجابيا أو سلبيا أو الاثنين معا، فمن الآثار الإيجابية انه يحدد الثقافة الوطنية الراكدة في بعض الأحيان بتطعيمها بنماذج وتطلعات عصرية جديدة تتعلق بالإيداع والأداء والإيقاع السريع مع تشجيع التبادل الحضاري ونشر التسامح الثقافي بين الأمم والشعوب.¹

3. نشأة القنوات الجزائرية الخاصة

تميز المشهد الإعلامي السمعي البصري في الجزائر بعد سنوات قليلة من فتح المجال السمعي البصري أمام الاستثمار بميلاد قنوات خاصة لسنة 2012 وقنوات أخرى عالم يتم الاعتراف بها بعد من قبل الدولة، وكانت الجزائر قد دخلت بحزمة من الإصلاحات السياسية المعنية لمرحلة جديدة في إرساء مسارها الديمقراطي فسخرت للقطاع الإعلام والاتصال الإمكانيات اللازمة لتمكينه من استيعاب وتوظيف الانفجار المعلوماتي والتكنولوجي الناجم عن الثورة التقنية وذلك من أجل تأطير الممارسة الإعلامية والمهنية للصحفيين وقطاع الإعلام في الجزائر.²

وجاءت هذه القنوات الخاصة استجابة للتعطش الذي كان من قبل الجزائريين الرؤية قنوات جزائرية خاصة بمضمون جزائرية تحاكي الواقع المعاش من الحياة ويعكس ثقافتهم وينقل انشغالاتهم، ويوجد حاليا 05 قنوات تلفزيونية حكومية وما يقارب الحاصلة 45 محطة خاصة

¹ طه عبد العاطي مصطفى نجم، مرجع سبق ذكره، ص 156.

² هناء السيد، الفضائيات وقادة الرأي، د ط، المكتب العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005، ص 12.

منها المتنوعة، وتزايد تنوعها وتفرعها نظرا للتطورات الحاصلة وتنوعت بين العامة والمتخصصة (إخبارية، فنية، اجتماعية) التي تبث برامج تخدم الجمهور بدرجة أولى.

4. أسباب إنشاء القنوات الجزائرية الخاصة.

عرفت الجزائر تغييرات سياسية واجتماعية وثقافية مما أدى إلى المتبع للمشهد الإعلامي في الجزائر يدرك جيدا أن التطورات التي تحدث في هذا القطاع مرتبطة بهذه التغييرات تمثلت في توجه البلاد ودخولها في أزمات في حين كان النظام السياسيحاضر بقوة وبقيت كل من الإذاعة والتلفزيون حاضرة في إدارة الدولة، وسمحت الدولةبتجربة التعددية السياسية لعدة أحزاب تنافس من أجل الوصول للحكم من خلال تعديل دستور عام 1991-، وشهدت عدة أزمات أخرى.

ولعل أحداث الربيع العربي وما تلتها من أحداث في ساحة الدولة الجزائرية وكسر حاجز احتكار السلطة العمومية للتلفزة والقطاع الإعلامي بأكمله سمح بظهور قنوات خاصة استجابة للتطورات الداخلية والخارجية وتلبية الإشباعات والاستجابة لمتطلبات الجمهور.¹

ومما سبق عرضه فإنه يمكن تحديد بعض الأسباب المؤدية إلى ظهور القنوات الجزائرية الخاصة فيما يلي:

✓ تجسيد قانون السمعي البصري بعد انتظار الموافقة عليه ليضمن حرية التعبير ويفتح المجال لأول مرة السمعي البصري للقطاع الخاص في الجزائر.

✓ ظهور سمات التخصص كأحد سمات المجتمع الإعلامي المعاصر.

¹ بلحاجي وهبية، تحرير النشاط السمعي البصري في الجزائر، المدرسة العليا للصحافة وعلوم الإعلام والاتصال دراسة منشورة، 2017، متاح على موقع: wikipedia.com

✓ كسر حاجز احتكار السلطة العمومية للتلفزة والقطاع الإعلامي.

✓ إظهار الكفاءات والقدرات الإعلامية للصحفيين متمكنين في المجال الإعلامي بالإضافة لفتح

مناصب شغل تهم المواطن.

5. نماذج لبعض القنوات الجزائرية:

استطاعت القنوات الخاصة على احتواء المجتمع بجميع طبقاته وأطيافه فهي تقدم ما يريده كل

صغير وكبير في أي مكان وزمان ومن بين هذه القنوات الخاصة تقدم ما يلي:

1.5. قناة النهار (Ennahar tv) : قناة جزائرية مستقلة إخبارية تابعة لجريدة النهار، انطلق

البت التجريبي لها يوم 6 مارس 2012 حيث اتخذت القناة مقرها الرئيسي في العاصمة الأردنية

عمان ليبدأ البث هناك على القمر الصناعي نايلسات"، تهتم القناة بالشأن الإخباري والسياسي في

الجزائر، وتبث مضامين تختلف بين نشرات إخبارية ورياضية واقتصادية وقراءات الصحف اليومية

وبرمج أخرى.

2.5. قناة الشروق tv : هي قناة مستقلة تابعة لمؤسسة الشروق، انطلق البث التجريبي لها في

عيد الثورة الفاتح من نوفمبر 2011، وذكرى تأسيس جريدة الشروق اليومي، حيث اتخذت مكتب

لها في مقر الجريدة وبدأت البث في عمان وبيروت ثم توسع إلى دبي والدوحة على النيلسات

بداية البث كانت على الساعة الصفر في اليوم الأول من نوفمبر 2011، احتفالاً بذكرى لاندلاع

الثورة المتزامن مع الذكرى 11 لتأسيس جريدة الشروق اليومي، أما الانطلاق الرسمي كان بعد

مرور 3 أشهر أي مع بداية -2012، وتبث مضامين متنوعة وتهدف هذه القناة على تزويد

المشاهدين بكل الظواهر الاجتماعية والاهتمامات التي يواجهها المجتمع الجزائري وتقديم التوعية للمساهمة في معالجة المشاكل التي تدخل حياة الأفراد والمجتمعات¹

3.5. قناة الجزائرية: هي قناة خاصة جزائرية تم إطلاقها على القمر الصناعي أتلانتيك بيرد (7)، انطلق بثها الرسمي ابتداء من يوم 5 جويلية 2012، شعارها هو قناة كل الجزائريين مقرها الجزائر العاصمة وتقدم شبكة براميجية متنوعة.

4.5. قناة نوميديا نيوز: قناة إخبارية، اتخذت هذا الاسم تيمنا بمملكة نوميديا الأمازيغية، التي قامت في عصور ما قبل الميلاد، انطلق بثها في 11 ديسمبر 2012 في الذكرى الأولى لانطلاق وكالة (نوميديا نيوز)، وتهتم ببث آخر المستجدات السياسية والإخبارية والرياضية على الساحة الجزائرية والعربية والدولية.

5.5. قناة الهقار: قناة خاصة جزائرية، تم افتتاحها في شهر ماي 2012، ويوجد مقر بثها في لندن.

6.5. قناة جرجرة: هي قناة خاصة ببرامج الأطفال، انطلق بها التجريبي السائل في أبريل 2013.

7.5. قناة سميرة tv: هي قناة موجهة للمرأة انطلق بثها في وت 2013 تبث برامج

للطبخ وغيرها²

6. تقييم القنوات الجزائرية الخاصة

¹ بلحاجي وهيبة، مرجع سبق ذكره.

² عبد اللطيف شريف وعبد الغني حاج مبارك، اتجاهات الجمهور إزاء مصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة، قناة النهار نموذجا-، مذكرة ضمن نيل شهادة ماستر في الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة المسيلة، الجزائر 2016-2017، ص 17.

بفضل التطورات التكنولوجية والتطور السريع في مجال التكنولوجيا والاتصال والأقمار الصناعية انتشرت القنوات الخاصة واستطاعت حصر مكانتها في المجتمع ومن الإيجابيات المقدم لهذه القنوات الخاصة ما يلي:

✓ ساهمت القنوات الجزائرية الخاصة في تعويض النقص الفادح في تغطية أخبار الوطن خاصة في مناطق الجزائر.

✓ القنوات الجزائرية الخاصة لديه الحرية في التعبير عن الرأي فالقنوات الخاصة لا تكون مملوكة للدولة.

✓ الإسهام في تطوير التبادل العلمي والثقافي.

✓ الحصول على معلومات مفيدة عن دول العالم في مختلف القارات.

✓ منافسة القنوات الأجنبية، حيث ازداد توسع القنوات الخاصة ووجد المشاهد الجزائري نفسه ملتفت حولها نظرا لما تقدمه من برامج ومعلومات متنوعة.

✓ تنوع المضامين والقنوات التي ساهمت في الوصول إلى جميع شرائح المجتمع الجزائري.

✓ الاستثمار في مجال القنوات الخاصة وتوفير الرأس مال الكافي يستقطب الأسماء الكبيرة في

مجال الإعلام.¹

ومن السلبيات المقدم لهذه القنوات الجزائرية الخاصة:

¹ عبد اللطيف شريف وعبد الغني حاج مبارك، مرجع سبق ذكره، ص 17

✓ العديد يرى أن هذه القنوات لم تأتي بجديد، وإنما لم تتجح سوى في استنساخ الرداءة التي تميز القناة الرسمية شكلا ومضمونا.

✓ غياب مؤسسات إعلامية متخصصة ذات تجارب سابقة فإن أولى المحاولات في السمعى البصري قامت بها صحف مطبوعة تحولت إلى قنوات تبث برامجها دون اعدد كافي للانتقال من المطبوع إلى المرئي، مما شاب على تجاربها الكثير من القصور.

✓ ضعف مصادر التمويل لهذه القنوات الخاصة.

✓ ظهور هذه القنوات لم يحقق قفزة نوعية على مستوى التكريس مفاهيم جديدة فيما يخص حرية التعبير.

✓ تركز القنوات الفضائية الخاصة في التركيز على الترفيه والتسلية وابتعادها عن القضايا التي تهم المواطن بحجة أن وظائفها الترفيهية بدرجة أسس.

✓ تدني الأداء المهني للإعلام العربي بصفة عامة والجزائر بصفة خاصة.

✓ القنوات الفضائية تجمع بين الكلمة المسموعة والصورة المرئية¹

¹سعيد مداح ومحمد قارش، مرجع سبق ذكره، ص 358.

خلاصة:

من خلال ما سبق يتضح لنا أهمية البث الفضائي وتأثيره الكبير في انتشار التلفزيون كقوة إعلامية كاسحة، وحاولنا في هذا الفصل التعرف على نشأة البث الفضائي وماهيته واهم وسائله ونشأة التلفزيون في المنطقة العربية وحاولنا أيضا التعرف على البث الفضائي في الجزائر ونشأته في الجزائر ونشأة القنوات الجزائرية الخاصة وأساليب نشأتها، ونماذج لبعض القنوات الخاصة وتقييمها من حيث الايجابيات والسلبيات.

الفصل الثاني

جمهور وسائل الإعلام والصورة الذهنية

تمهيد

المبحث الأول: جمهور وسائل الإعلام والصورة الذهنية

1. مفهوم وسائل الإعلام

2. خصائص جمهور وسائل الإعلام

3. أنواع جمهور وسائل الإعلام

المبحث الثاني: الصورة الذهنية

1. مفهوم الصورة الذهنية

2. خصائص الصورة الذهنية

3. عوامل تكوين الصورة الذهنية

4. مصادر تكوين الصورة الذهنية

5. أنواع الصورة الذهنية

خلاصة

تمهيد:

تعرضنا في هذا الفصل على جمهور وسائل الإعلام والصورة الذهنية التي تلعب دورا مهما في تكوين الآراء واتخاذ القرارات والتحكم في سلوك الأفراد وتؤثر على تصرفاتهم التي تعكس الواقع وأصبح تكوين الصورة الذهنية هدف أساسيا تسعى لتحقيقه القنوات الفضائية خلال ما تقديم ما يخدم ميولته.

المبحث الأول: جمهور وسائل الإعلام والصورة الذهنية

1. مفهوم جمهور وسائل الإعلام

لغويًا: تجمع جمهير معناه جماعة القوم، أو معظم القوم وأشرفهم من الفعل جمهر يعني تجمع الناس حول ظاهرة وواقعة حدثت.¹

والجمهور في استخدام علماء الاجتماع يشير إلى تكوين اجتماعي غير محدد يشترك أعضائه في مصالح نتجت بغير الاتصال الشخصي فيقول ليندبرجlundborg أن مفهوم الجمهور لا يتحتم أن ينطبق على وحدة طبيعية أو جغرافية و سياسة وبهذا المعنى يقال أن هناك جمهورا وجمهورا للأدب وجمهورا للرياضة.²

ويعرفه جيهان احمد رشتي أنه مجموعة كبيرة من الناس تأتي من جميع مجالات الحياة ومن مختلف الطبقات الاجتماعية، تتضمن مجموعة أفراد يختلفون في مراكزهم وثقافتهم. وقد جاء تعريف الجمهور في تشوماك أن جمهور أكثر من مجرد مجموع أو عدد من الأفراد، وأنه يعني جماعة ما تدين بوجودها لتقاسم أفرادها تجارب معينة وذكريات وتقاليد محدد وظروف حياة.³

2. خصائص جمهور وسائل الإعلام:

هناك نمطين رئيسيين لتصنيف هذه الخصائص:

¹المنجد الأجددي، قاموس العربي، ط3، دار الشرق، 1986، ص 336.

²أحمد محمد موسى، المدخل إلى الاتصال الجماهيري، د ط، المكتبة العصرية، 2009، ص 21.

³فارس عطوان، الفضائيات العربية ودورها الإعلامي، ط، دار سامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2003، ص 202 .

1- الخصائص الأولية: هي التي تدخل الفرد في اكتسابها بل تنتسب إليه وهي غير قابلة لتغير وهي:

• نوع الجنس: وينقسم فيها الجمهور إلى ذكور وإناث، رجال ونساء اعتمادا على عوامل فيزيولوجية ثبوتها تباين استجابة كل نوع الوسائل الإعلامية هذا الاختلاف يكون في الحاجات، المصالح، ودرجة قابلية كل نوع من حيث الإقناع.

• العمر والسن: يستخدم علماء السكان الفئات الخمسية أو العشرية لبيان الهرم السكاني دراسة التركيب العمري بسهولة التصنيف في البحوث الآن هذا لفئات العمرية لا تقدم دلالات التفسير السلوك الاتصالي للجمهور عبر مختلف مراحل العمر، استخدمت البحوث المبكرة على الجمهور وسائل الإعلام الفئات العشارية حسب طبيعة أهداف الدراسة.¹

• السمات المكتسبة: هي كل السمات التي تلقاها الفرد أثناء النشأة الاجتماعية كعنصر ينتمي إلى جماعة ما اهتمت بحوث الإعلام في الدراسات الأولى بمعرفة السمات العامة، وهذا بغية تحديد أنماط السلوك ومحتوى وسائل التي تعدها وسائل الإعلام لجمهورها وهذه السمات تكون قابلة للتغير مثل، اللغة، الإقامة الدخل وتكون على مستويين:

• المستوى التعليمي: بحيث تمكنا هذه الخاصة من تحديد المعارف التي قد يحصل عليها الفرد في حياته ارتباطا بوسطه الاجتماعي والفئة الاجتماعية التي توجه السلوك اتجاه الرسائل الإعلامية، ويعمل على إدماج فئة الأميين الذين لا يقرؤون ولا يكتبون في المجتمعات التي ترتفع

¹ على قساسية، دراسة جمهور وائل ومجلة الوسط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003، ص 53.

فيها نسبة الأمية، لان هذه الفئة لا تقرأ ولكن تتعرض إلى الصورة وتشاهد التلفزيون، لأن هذه الفئة لا تقرأ ولكن تتعرض إلى صورة وتشاهد التلفزيون، وتستمتع إلى الإذاعة.

• الحالة الاقتصادية: تعتبر الخاصية على قدرة الأفراد على اقتناء الوسيلة الإعلامية، واستهلاك السلع والخدمات أن هناك باحثين قاموا بالترقية بين مستويات الدخل حيث أعطوا نوعين:

➤ وضع مستويات ثلاثية وخماسية مثل: عالية، متوسطة، منخفضة، فوق المتوسط متوسط، تحت المتوسط.

➤ وصف المؤشرات الدالة على الحالة الاقتصادية كمعدل الدخل مثل (30 ألف دج أكثر من 40 ألف دج) أو كنوع السكن (فيلا، شقة) أو مكان الإقامة (حي راقى، حي شعبي) أو ملكية أحد.

3. أنواع جمهور وسائل الإعلام:

ينقسم هذا النوع إلى قسمين جمهور عام وجمهور خاص كما يلي:

الجمهور العام:

هو أكثر حجما ولكنه ذو ديمومة أكثر تشكيل حول قضية مشتركة من الحياة العامة، هدفه الرئيسي تكوين اهتمام أو رأي عام حول قضية ما، ارتبط ظهوره وتطوره بالبرجوازية والصحافة حتى أصبح خاصة من خصائص مجموعة من القضايا للوصول إلى تغيير سياسي وهو عنصر أساسي للمشاركة في المؤسسات الديمقراطية فهو يتميز بوجود جماعته نشطة متفاعلة ومستقلة في وجودها على الوسيلة الإعلامية التي تعمل من خلالها.

الجمهور الخاص:

هو الجمهور الذي يجمع أفراده بعض الاهتمامات أو الحاجات أو الاتجاهات المشتركة التي تميز عضويتهم في هذا الجمهور مثل الأفراد المشتركين في صحيفة ما، ومن واجب وسائل الإعلام استشارة هذا الاهتمام وتدعيمه وتلبية حاجاته بحيث يمكن أن تحتفظ بهذا الجمهور الذي يندمج أعضاؤه في التركيز الجميع وينشرون بذلك الاتصال الذي يرتبط بهذا التركيز، وهذا ما يبرر اختيار وسائل الإعلام للموضوع الشائع بين هذا الجمهور الذي تتخذه مدخلا لتنظيم الاهتمامات وتكييفها.¹

الجمهور حسب درجة المساهمة:

قدم الباحث الأمريكي كلوس "تحليلا عدديا للجمهور حسب درجات مساهمته كما يلي:

الجمهور المفترض:

هو مجموع السكان المستعدين لاستقبال عرض وحدة اتصال أي الذين يملكون الوسائل المادية والتقنية التي تمكنهم من استقبال الرسائل الإعلامية الوسيطة معينة ومن هنا فإن كل من يمتلكون أجهزة استقبال تلفزيون أو إذاعة يشكلون الجمهور المفترض لهما، والجمهور المفترض للصحيفة يقاس بعدد نسخ السحب، أما جمهور الواب المفترض حسب هذا المنظور فهو أكثر تعقيدا لأنه يتطلب توفر جهاز كومبيوتر وخط ما تقي.

المبحث الثاني: الصورة الذهنية**1. مفهوم الصورة الذهنية**

¹ على قسائية، مرجع سبق ذكره، ص 53

تعددت وتتنوع تعريف الصورة ومن التعاريف المقدم لها ما يلي:

يعرفها الدكتور علي عجوة بأنها الناتج النهائي للانطباعات الذاتية التي تتكون عند الأفراد أو الجماعات إزاء شخص معين أو نظام ما، أو شعب، أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية، أو مهمة أو أي شخص من خلال التجارب المباشرة وغير المباشرة وترتبط هذه التجارب بمواطن الفرد واتجاهاتهم وعقائدهم.¹

أي أن الصورة الذهنية عبارة عن مجموعة من المدركات والانطباعات التي يكونها الأفراد عن شيء ما يتم استحضار هذه الإدراكات نتيجة التعرض لمجموعة من المؤثرات الخارجية.

لغة:

هي الشكل والتمثال الجسم، والصورة بمثابة خياله في الذهن أو العقل ويعرفها قاموس وسير بأنها تشير إلى التقديم العقلي لأي شيء لا يمكنه تقديمه للحواس بشكل مباشر أو هي أحياء أو محاكاة لتجربة حسية ارتبطت بعواطف معينة، وهي أيضا استرجاع لما اختزلته الذاكرة أو تخيل لما أدركته الحواس.

اصطلاحا:

هي الصورة الفعلية التي تتكون في أذهان الناس عند المنشآت والمؤسسات مختلفة وقد تكون عن تجربة مباشرة أو غير مباشرة وقد تكون عقلانية أو غير رشيدة، وقد تعتمد على الأدلة والوثائق أو الإشاعات أو الأقوال الغر موثقة، لكنها في النهاية تمثل واقعا صادقا بالنسبة لمن

¹علي عجوة، مرجع سابق، ص 10

يحملونها في رؤوسهم إذا كان مصطلح الصورة الذهنية لا ينبغي بالنسبة لمعظم الناس سوى شيء عابر أو غير حقيقي أو حتى مجرد أهم.¹

2. خصائص الصورة الذهنية

للصورة الذهنية العديد من الخصائص التي تميزها غيرها من الصور الأخرى لدى الفرد أو الجمهور ومن أبرز هذه الخصائص نذكر ما يلي:

✓ الصورة الذهنية تعمل على تجاهل الاختلافات والفروقات الفردية.
 ✓ الصورة الذهنية هي عملية معرفية وجدانية بمعنى أن الصورة تكون ناتجة عن الآراء والأفكار والخصائص المدركة بطريقة عقلية، وقد تكون وجدانية تتشكل من خلال الميل إلى شيء ما أو الهروب منه.

✓ الصورة الذهنية عملية ديناميكية تمر بعدة مراحل متعددة تتأثر كل بما سبقها كما أن متطورة ومتغيرة وتأخذ أشكالاً عديدة ومختلفة.²

3. عوامل تكوين الصورة الذهنية

تتأثر الصورة الذهنية لمجموعة من العوامل منها:

• عوامل شخصية

✓ السمات الذاتية للشخصية المستقبلية للمعلومات (التعلم، الثقافة، القيم).

¹ جمال بن عمار، الصورة الذهنية في الفلسفة والعلوم الإنسانية، ط1، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، 2016، ص 09-10.

² جمال بن عمار، مرجع سبق ذكره، ص 131.

✓ الاتصالية الذاتية للفرد وقدرته على امتصاص وتفسير المعلومات الخاصة بالمنظمة وتكوين ملامح الصورة الذهنية.

✓ درجة دافعية الفرد واهتماماته بالمعلومات المقدمة عن المنظمة.

• عوامل اجتماعية

تأثير الجماعات الأولية (الأسرة الأصدقاء) على الفرد المستقبل المعلومات أثناء تبادلهم المعلومات في اتصالاتهم الشخصية حول المنظمة.

✓ تأثير قادة الرأي على اتجاهات الجماهير (إقناع على مرحلتين).

✓ تأثير ثقافة المجتمع الذي يعيش فيه الأفراد والقيم السائدة فيه.

• عوامل تنظيمية

✓ إستراتيجية إدارة المنظمة التي تعكس فلسفة وثقافة المنظمة.

✓ الأعمال الحقيقية للمنظمة نفسها، وسياساتها، ومنتجاتها.

✓ شبكة الاتصالات الكلية للمنظمة، وهي تشمل كل الاتصالات الداخلية والخارجية للمنظمة مع جماهيرها.

✓ الاتصالات الشخصية المباشرة بين العاملين بالمنظمة والجماهير، الأعمال الاجتماعية التي

تقوم بها المنظمة لخدمة المجتمع.¹

¹ محمد منير حجاب، الاتصال الفعال للعلاقات العامة، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص181.

4. مصادر تكوين الصورة الذهنية

إن أدوات تكوين الصورة الذهنية في صناعة صورتها لأي مؤسسة أو شركة أو حتى فرد يتم وفق قواعد وأسس صناعية أصبح خبراء علاقات عامة والإعلام متمرسين على هذا الدور والإبداع يلعب دورا هاما في الصناعة مثلا محاكاة الأسماء التجارية الكبرى من قبل المقلدين، حيث نجد هنا من أهم المصادر الصورة الذهنية ما يلي:

أ. الخبرة الشخصية:

احتكاك الفرد اليومي بغيره من الأفراد والأنظمة والقوانين مما يكون الانطباعات بدائية عن المنظمة، وهذه الخبرة المباشرة أقوى في تأثيرها على عقلية الفرد وعواطفه إذا أحسن توظيفها.

ب. الخبرة غير المباشرة:

هي الوسائل الغير الشخصية التي يسمعها الفرد من أصدقاء وسائل الإعلام عن المنظمة والأحداث والأفراد من غير أن يسمع بنفسه أو بمساعدة في تكوين الانطباعات التي تشكل الصورة الذهنية.

د. الرأي العام:

يعد من أهم مكونات ومكتسبات تكوين الصورة الذهنية لدى الجماهير

ويقسم وفقا لمجموعة من المعايير إلى:

- تقسيم الرأي العام حسب درجة تأثير وتأثره.

حيث يتأثر الرأي العام بما يدور حوله من قضايا وأحداث كما يؤثر على هذه القضايا بذاتها.

✓ تقسيم الرأي العام حسب النطاق الجغرافي.

✓ تقسيم الرأي العام حسب درجة صراحته.

✓ تقسيم الرأي العام حسب العوامل المؤثرة فيه.¹

5. أنواع الصورة الذهنية:

هناك أنواع من الصورة الذهنية حيث ينبغي أن نميز بين كل نوع حيث تتعدد وتتنوع

أنواعها ومن أنواعها نذكر ما يلي:

أ. الصورة الواقعية:

هي تلك الصورة التي يتم تشكيلها بفعل المنظمة أو مؤسسة أو دولة، أو جماعة، والتي

أصبح جمهورها يتعامل مع المنظمة على أساسها ويتعرف عليها وقد تكون صورة ايجابية وقد

تحوي بعض أسماء السلبية فيها.²

ب. الصورة الاتصالية:

هي الصورة التي تعمل المؤسسة على تشكيلها من خلال وسائل الاتصالية التي توجهها

للجمهور، وتستخدم كل وسائل الاتصال المتاحة إليها، وقد تكون هذه الصورة ايجابية لكن ليست

على نحو الذي ترغب المؤسسة تشكيله.

¹بولكل، حنان بوجارشي دليلة، دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية، دراسة ميدانية لمؤسسة كولتور، منكرة

ماستر، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، الجزائر، 2015.

²يوسف محمد مصطفى عبده، مقدمة في العلاقات العامة، (د.ط)، دار الكتاب، القاهرة، 2004، ص34.

ج. الصورة المرغوبة:

هي الصورة التي ينبغي لمنظمة أن تشكلها وفق ما يخدم سياستها ويجب أن تقنع المسؤولين القائمين، والنجاح في تشكيل هذه الصورة يحتاج الكثير من الخبرات والمهارات الاتصالية، كما يحتاج إلى التطور نظرة المنظمة لجمهورها ومعرفة طريقة الحصول على ثقته، وذلك لزيادة العمل على مصداقيتها.

د. الصورة الناتجة عن أزمة:

هي صورة مؤقتة نشأت نتيجة أزمة في المنظمة إلى استحداث عاطفة سريعة لمنظمة، وتعتبر الصورة المشوهة من أخص الصور الناتجة عن الأزمات المختلفة التي تتعرض لها المنظمة، ولهذا يجب على المنظمة وخاصة الأفراد القائمين على الاتصال، داخلها أو يقوموا بجهود مكثفة لمواجهة هذه الصورة المشوهة والعمل تغييرها وذلك من خلال إعطاء معلومات صحيحة ودقيقة على المؤسسة للجمهور.

هـ. الصورة الذهنية الايجابية:

هي تلك الصورة التي تشكل من سمات ايجابية، تثير الإعجاب والتأييد لدى الجمهور، وكما حاولت المؤسسة تحسين هذه الصورة ذات من إمكانيات نجاحها وتحقيق أهدافها ولكن تحقيق هذه الصورة يجب إلى البيئة خارجية ويحتاج إلى ثقافة عامة تتيح مكانة قبول هذه الصورة وإقناع جمهورها.¹

¹ يوسف محمد مصطفى عبده، مرجع سبق ذكره، ص 35.

و. أهمية الصورة الذهنية:

إن أهمية الصورة الذهنية للمؤسسات بشكل عام تشكل عاملاً مهماً وجيواً في تسويق أهداف المؤسسة في أداء رسالتها، وإن أهم العوامل المؤثرة في نجاح المؤسسات ومدى قدرتها على البقاء والنمو يعتمد على التسويق والتمويل¹، لذلك فإن عدم توفر الدعم اللازم للأنشطة لكي تتمكن من جذب جمهورها المستهدف وخاصة في ظل الناس، المؤسسات لكسب ثقتهم فإن المؤسسة لا يمكن أن تتنازل عن صورتها وذلك من خلال:

✓ تحافظ الصورة الذهنية على تأييد الجمهور الخاص بالمؤسسة وهذا يكون باستخدام حجج صادقة بشرط تجنب التكرار الممل.

✓ تزويد الجمهور بمختلف المعلومات يكون الصورة الذهنية بالضرورة خاصة بالنسبة للجمهور المحايد.

✓ تؤدي عملية تكوين الصورة الذهنية إلى تحويل العالم إلى عام أسهل وأكثر تنظيماً من خلال استخدام الجوانب التي تنطوي عليها العمليات التعلم داخل الإنسان.

✓ تفيد الصورة الذهنية في كسب تأييد الجمهور نحو المؤسسة أو خدماتها المختلفة بشرط توفر قناة اتصال بين المؤسسة والجمهور²

¹حامد مجيد شطري، الإعلان التلفزيوني ودوره في تكوين الصورة الذهنية، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 116.

²صالح سليمان، وسائل الإعلام والصورة الذهنية، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، بيروت، 2005، ص 296.

خلاصة:

لقد تم عرض في هذا الفصل جمهور وسائل الإعلام والصورة الذهنية وكيفية تشكيلها في ذهن الفرد والمجتمع لدى المؤسسة، وأهم العوامل والمصادر التي تساعد في تكوينها إضافة إلى جمهور وسائل الإعلام والخصائص التي يتميز بها.

الإطار التطبيقي

صورة القنوت الجزائرية الخاصة لدى الطلبة الجامعيين

-دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة البويرة-

تمهيد

1. عرض خصائص العينة

2. عادات وأنماط مشاهدة الطلبة الجامعيين للقنوت الجزائرية الخاصة

3. الصورة الذهنية للقنوت الجزائرية الخاصة لدى طلبة جامعة البويرة

4. مساهمة القنوت الجزائرية الخاصة في ترسيخ القيم الاجتماعية لدى الطلبة

النتائج العامة للدراسة

تمهيد:

أردنا في هذا الجانب من الدراسة توظيف أداة الاستبيان عن طريق توزيع الاستمارة بتدخل قصدي على عينة من طلبة جامعة آكلي محند أولحاج -البويرة- تتكون من 70 مفردة من كلا الجنسين، وهذا بغرض الوصول إلى نتائج من شأنها أن تجيب على التساؤلات المطروحة سلفا ومعرفة "صورة القنوات الجزائرية الخاصة لدى الطلبة الجامعيين"

ولقد تمكنا من استرجاع كل الاستمارات والتي قدر عددها ب70 استمارة، ومن ثمّ تحليل النتائج وحساب النسب المئوية باستخدام القاعدة الثلاثية حيث:

$$\text{النسبة المئوية} = \text{التكرار} \times 100 / \text{مجموع التكرارات}$$

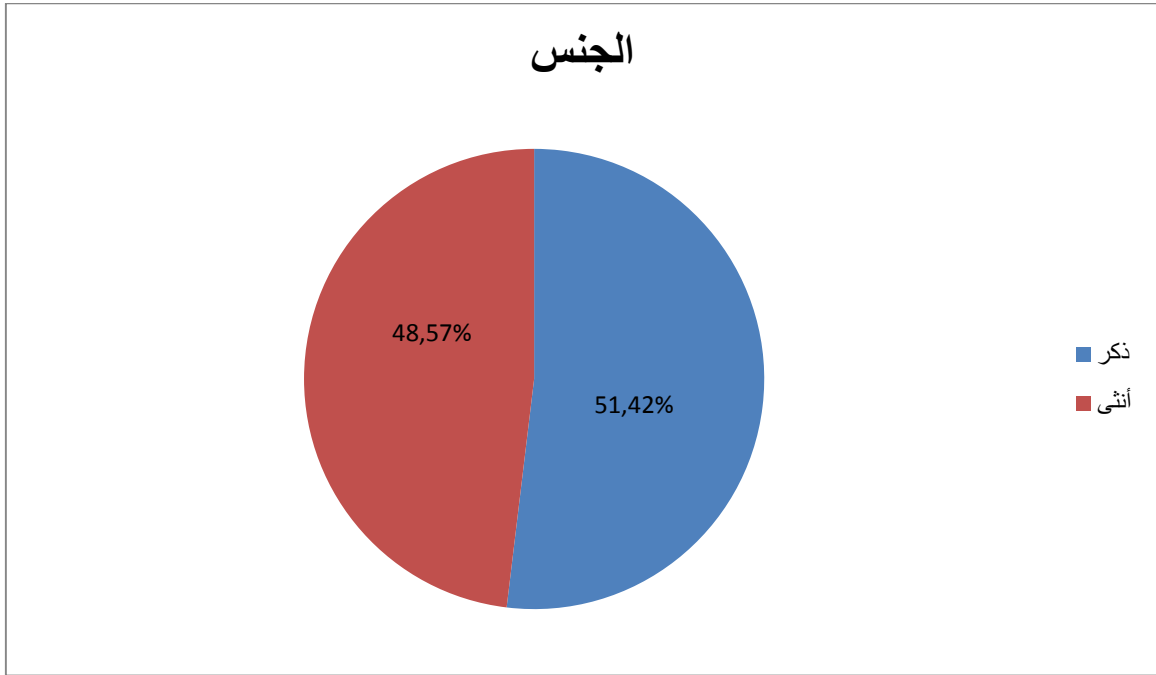
ومن ثمّ تفريغ البيانات المتحصل عليها باستعمال برنامج (Microsoft Office Excel 2007) الذي ساعدنا في ترجمة الجداول الإحصائية إلى دوائر نسبية وأعمدة بيانية تسهل على الباحث والمتلقي فهم النتائج بطريقة مبسطة.

1. عرض خصائص العينة

الجدول رقم(01): يمثل توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس

| النسبة (%) | التكرار | الجنس |
|------------|---------|---------|
| 51.42 | 36 | ذكر |
| 48.57 | 34 | أنثى |
| %100 | 70 | المجموع |

يمثل الجدول رقم(01) توزيع مفردات العينة على حسب متغير الجنس، إذ جاءت نسبة الذكور 51.42%، في حين بلغت نسبة الإناث 48.57%، وهذا ما يعني أن أغلب المبحوثين هم من فئة الذكور.

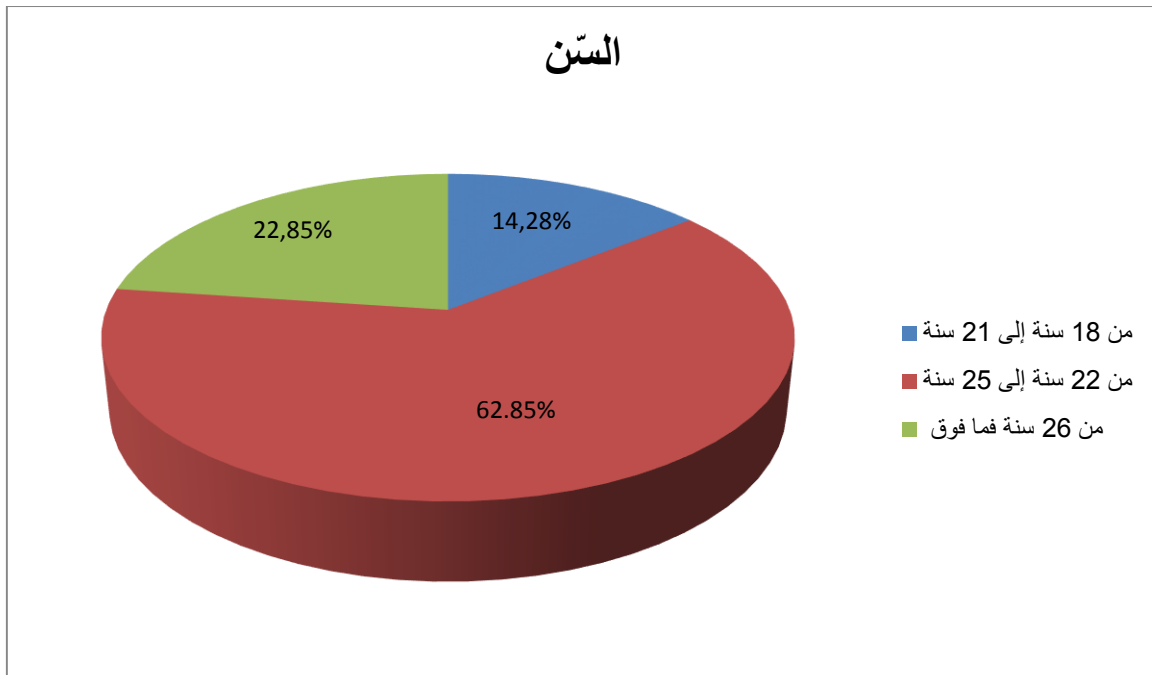


الدائرة النسبية رقم(01): تمثل توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس

الجدول رقم(02): يمثل توزيع مفردات العينة حسب متغير السن

| النسبة (%) | التكرار | التكرار / السن |
|------------|---------|----------------------|
| 14.28 | 10 | من 18 سنة إلى 21 سنة |
| 62.85 | 44 | من 22 سنة إلى 25 سنة |
| 22.85 | 16 | 26 سنة فما فوق |
| %100 | 70 | المجموع |

يبين الجدول رقم(02) توزيع مفردات العينة حسب متغير السن، إذ بلغت الفئة العمرية ما بين 22 سنة و 25 سنة نسبة 62.85%، في حين جاءت الفئة العمرية 26 سنة فما فوق بنسبة 22.85%، وأخيرا فئة من 18 سنة إلى 21 سنة بنسبة 14.28%، وهذا يعني أنّ أغلب طلبة جامعة البويرة تتراوح أعمارهم بين 22 سنة إلى 25 سنة وهو معدّل السن لطلبة طوري ليسانس وماستر.

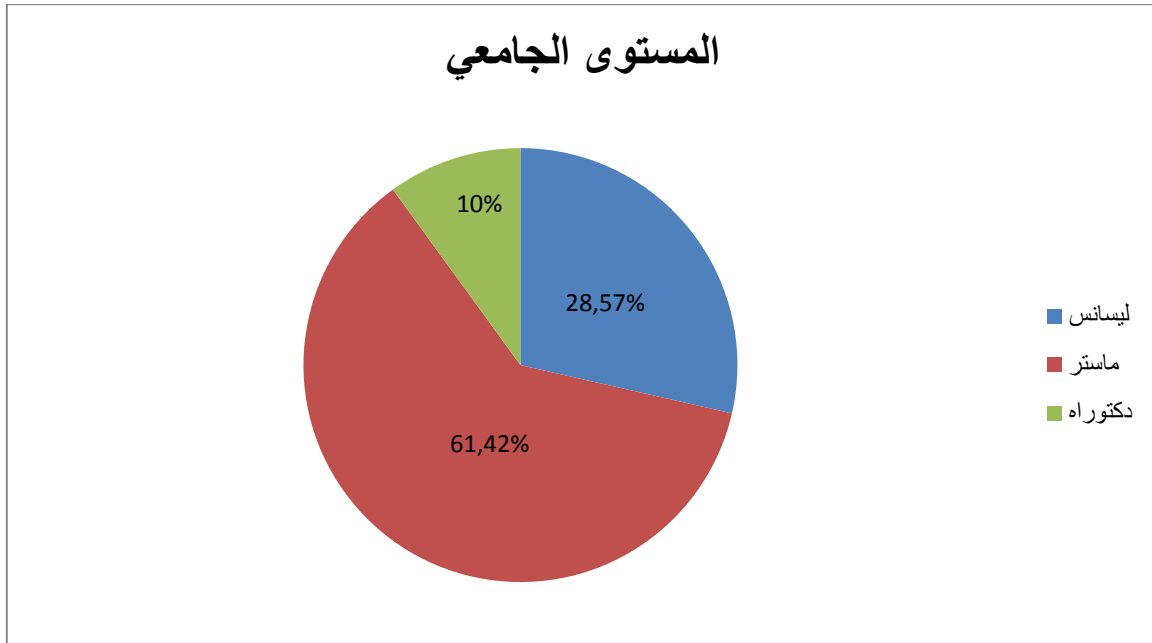


الدائرة النسبية رقم(02): تمثل توزيع مفردات العينة حسب متغير السن

الجدول رقم(03): يمثل توزيع مفردات العينة حسب متغير المستوى الجامعي

| النسبة (%) | التكرار | المستوى الجامعي |
|------------|---------|-----------------|
| 28.57 | 20 | ليسانس |
| 61.42 | 43 | ماستر |
| 10 | 07 | دكتوراه |
| %100 | 70 | المجموع |

يمثل الجدول رقم(03) توزيع مفردات العينة حسب متغير المستوى الجامعي، حيث بلغت نسبة طلبة طور الماستر 61.42%، ثم طلبة طور ليسانس نسبة 28.57%، وأخيرا طلبة دكتوراه بنسبة 10%، وهذا يعني أنّ أغلب المبحوثين هم من طلبة الماستر ويرجع ذلك إلى تزامن توزيع الاستمارة مع فترة توزيع شهادات الماستر بالنسبة للمتخرجين من الطور الجامعي الثاني، إضافة إلى فترة الامتحانات الاستدراكية المخصصة لطلبة الماستر في مختلف التخصصات الجامعية.

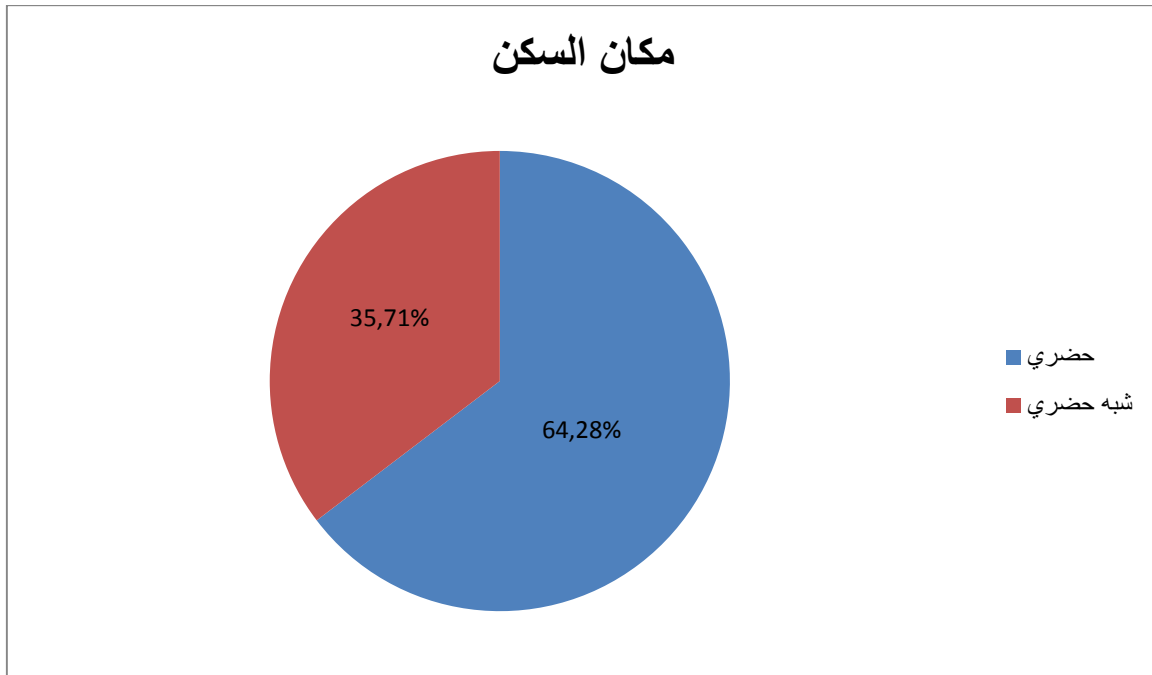


الدائرة النسبية رقم(03): تمثل توزيع مفردات العينة حسب متغير المستوى الجامعي

الجدول رقم (04): يمثل توزيع مفردات العينة على حسب متغير مكان السكن

| النسبة (%) | التكرار | مكان السكن |
|------------|---------|------------|
| 64.28 | 45 | حضري |
| 35.71 | 25 | شبه حضري |
| 100% | 70 | المجموع |

يمثل الجدول رقم (04) توزيع مفردات العينة على حسب متغير مكان السكن، إذ جاءت نسبة المبحوثين الذين يقطنون في القطب الحضري نسبة 64.28%، تليها شبه الحضري بنسبة 35.71%، وهذا يرجع إلى النزوح الريفي وتوسع العمران في المدن.



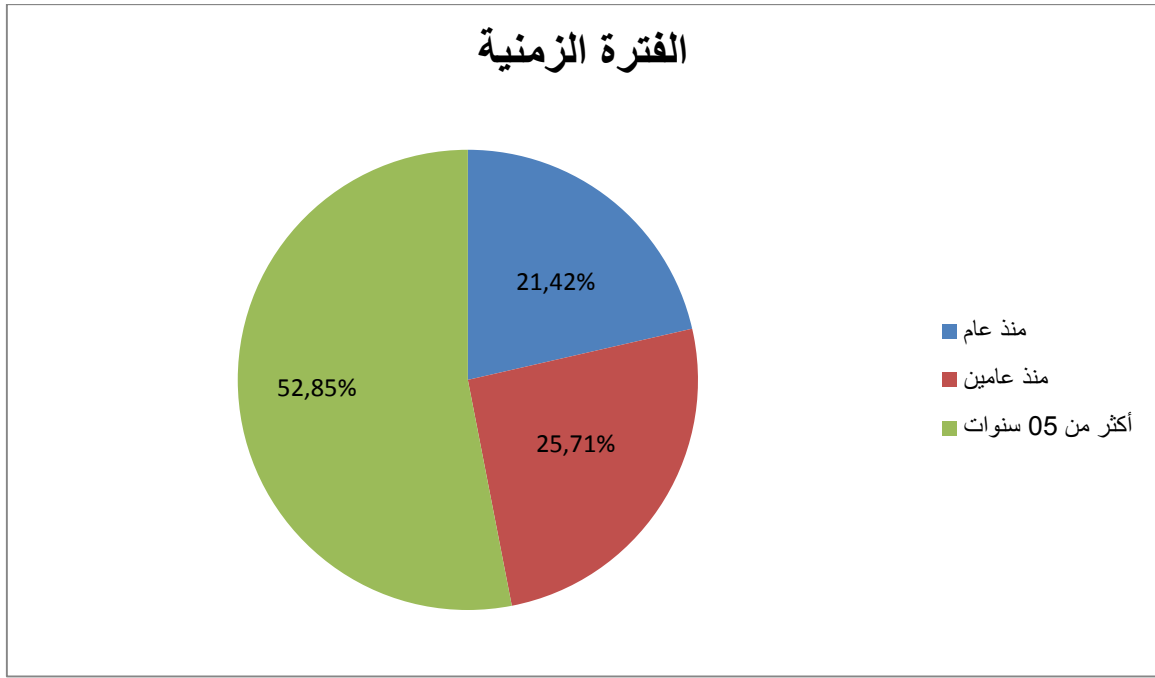
الدائرة النسبية رقم (04): تمثل توزيع مفردات العينة على حسب متغير مكان السكن

2. عادات وأنماط مشاهدة الطلبة الجامعيين للقنوات الجزائرية الخاصة

الجدول رقم(05): يمثل فترة متابعة طلبة جامعة البويرة للقنوات التلفزيونية الخاصة

| النسبة (%) | التكرار | التكرار الفترة الزمنية |
|------------|---------|---------------------------|
| 21.42 | 15 | منذ عام |
| 25.71 | 18 | منذ عامين |
| 52.85 | 37 | أكثر من 05 سنوات |
| 100% | 70 | المجموع |

يتبين لنا من خلال الجدول رقم(05) أنّ أغلب المبحوثين يتابعون القنوات الجزائرية الخاصة منذ أكثر من 05 سنوات وذلك بنسبة 52.85%، تليها فئة منذ عامين بنسبة 25.71%، وأخيرا فئة منذ عام بنسبة 21.42%، ويمكن تفسير ذلك إلى تعطش الطالب الجامعي إلى وجود قنوات جزائرية خاصة، وهذا ما حدث منذ قرابة 10 سنوات من الزمن، وبالتحديد عام 2012 م، إذ لم يضيّع طلبة جامعة البويرة فرصة مشاهدة القنوات الجزائرية الخاصة في الوقت الذي شهد فيه قطاع السمعي البصري قفزة نوعية، ونخصّ بالذكر استثمار القطاع الخاص في السمعي البصري بعد أن كان التلفزيون حكرا على الدولة فقط، أمّا الذين يتابعون القنوات الجزائرية الخاصة منذ عام فقط فيرجع ذلك إلى انعكاسات الحجر الصحي بسبب جائحة كورونا والتزام الكثير من الطلبة وغيرهم بقواعد الحجر المنزلي، وبذلك فهم يتعرضون بشكل مباشر للقنوات الجزائرية الخاصة.



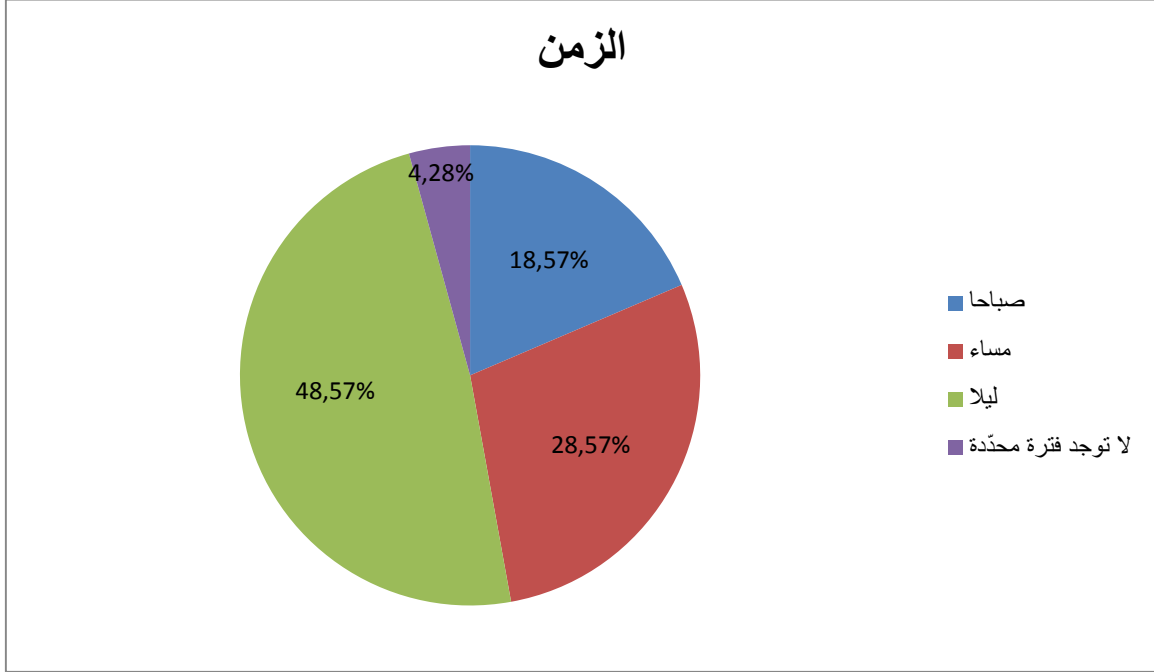
الدائرة النسبية رقم(05): تمثل فترة متابعة طلبة جامعة البويرة للقنوات التلفزيونية الخاصة

الجدول رقم(06): يمثل زمن متابعة طلبة جامعة البويرة للقنوات الجزائرية الخاصة

| النسبة (%) | التكرار | التكرار | الزمن |
|------------|---------|---------|---------------------|
| 18.57 | 13 | | صباحا |
| 28.57 | 20 | | مساء |
| 48.57 | 34 | | ليلا |
| 4.28 | 03 | | لا توجد فترة محدّدة |
| %100 | 70 | | المجموع |

يتضح لنا من خلال الجدول رقم(06) أنّ أغلب طلبة جامعة البويرة يتابعون القنوات الجزائرية الخاصة ليلا بنسبة بلغت 48.57%، ثم مساء بنسبة 28.57%، ثم صباحا بنسبة 18.57%، وأخيرا لا توجد فترة محدّدة بنسبة ضئيلة لم تتجاوز 4.28%، ويعود ذلك إلى طبيعة

الاستعمال الزمني لطلبة جامعة البويرة، حيث أنهم طوال النهار يزاولون دراستهم في الجامعة، لينصرفوا إلى متابعة التلفاز في فترة الليل أو بعد انتهائهم من الدراسة مساء، أما الذين يتابعون القنوات الجزائرية صباحا فغالبا ما يكون ذلك في نهاية الأسبوع.

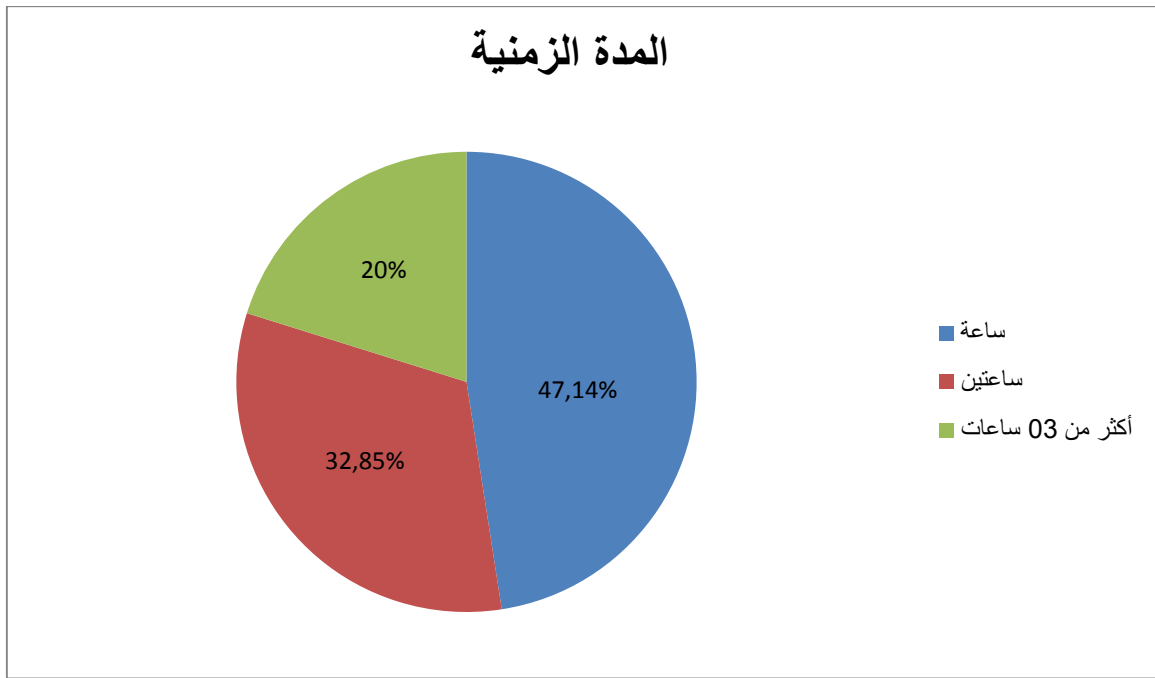


الدائرة النسبية رقم (06): تمثل زمن متابعة طلبة جامعة البويرة للقنوات الجزائرية الخاصة

الجدول رقم (07): يمثل المدة الزمنية التي يقضيها طلبة جامعة البويرة في متابعة القنوات الجزائرية الخاصة

| النسبة (%) | التكرار | التكرار / المدة الزمنية |
|------------|---------|-------------------------|
| 47.14 | 33 | ساعة |
| 32.85 | 23 | ساعتين |
| 20 | 14 | أكثر من 03 ساعات |
| %100 | 70 | المجموع |

يتبين لنا من خلال الجدول رقم(07) أنّ أغلب طلبة جامعة البويرة يقضون ساعة في مشاهدة القنوات الجزائرية الخاصة، وذلك بنسبة 47.14%، ثم أولئك الذين يمضون ساعتين من الزمن في متابعة القنوات الجزائرية الخاصة بنسبة تجاوزت 32.85%، وأخيرا فئة الذين يشاهدون القنوات الجزائرية الخاصة لأكثر من 03 ساعات بنسبة 20%، ويرجع ذلك إلى أنّ أغلب البرامج التلفزيونية الجزائرية لا تتجاوز مدتها ساعة، أضف إلى ذلك انشغال الطالب الجامعي بإنجاز مهامه المنزلية وواجباته الدراسية وأيضا تصفحه لمواقع التواصل الاجتماعي، هذه الأمور التي لا تترك مجالا واسعا لمتابعة التلفاز، على عكس أولئك الطلبة المدمنين على مشاهدة التلفاز لأكثر من 03 ساعات الذين يجدون في متابعتهم للقنوات الجزائرية الخاصة فرصة لإشباع رغباتهم المتنوعة ومتابعة مختلف المضامين الإعلامية.

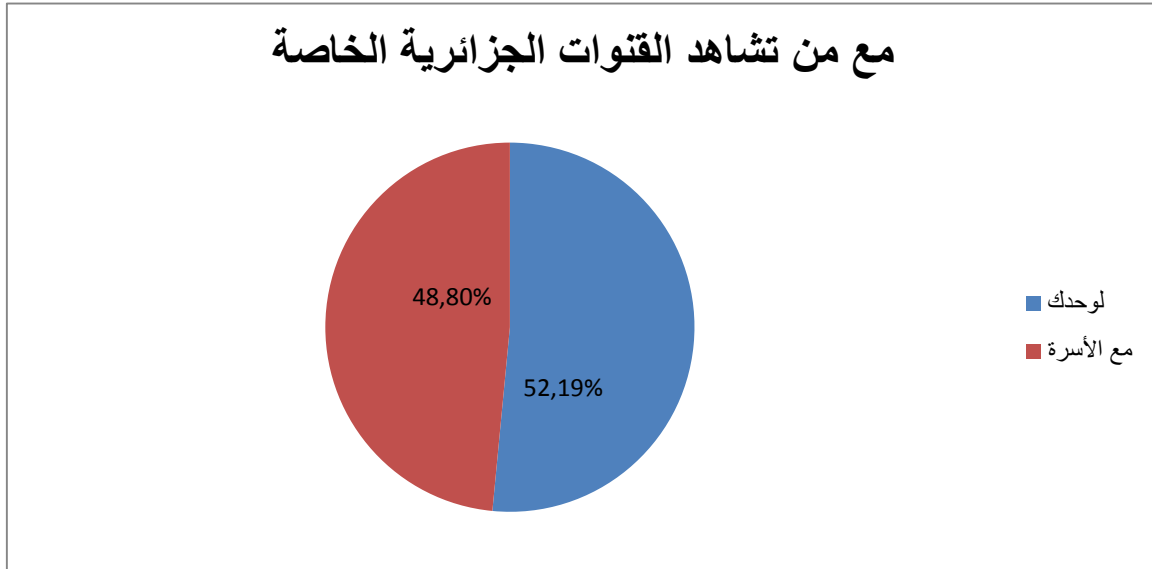


الدائرة النسبية رقم(07): تمثل المدة التي يقضيها طلبة جامعة البويرة في متابعة القنوات الجزائرية الخاصة

الجدول رقم(08): يمثل مع من يشاهد طلبة جامعة البويرة القنوات الجزائرية الخاصة

| مع من | التكرار | النسبة (%) |
|-----------|---------|------------|
| لوحدهم | 43 | 51.19 |
| مع الأسرة | 41 | 48.80 |
| المجموع | 84 | %100 |

يتبين لنا من خلال الجدول رقم(08) أنّ أغلب المبحوثين يفضلون مشاهدة القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة لوحدهم بنسبة 51.19%، ومع الأسرة بنسبة 48.80%، ويرجع ذلك إلى وجود بعض الإحراج من متابعة بعض البرامج المعروضة على شاشة القنوات الجزائرية الخاصة مع الأسرة، وتجدر الإشارة إلى تلك الحصص التلفزيونية التي تكسر الطابوهات وتفضح الحياة الشخصية للأفراد هذا حسب ما أدلى به بعض طلبة جامعة البويرة أثناء توزيعنا لاستمارة الاستبيان عليهم، في حين هناك من يتابع هذه القنوات لوحده أو مع أسرته أي لا يجد مانعا في متابعة القنوات الجزائرية الخاصة مع الأسرة فهم ينتقون البرامج التي لا يمكن مشاهدتها دون أي إحراج مثل البرامج الدينية أو السياسية أو الإخبارية.



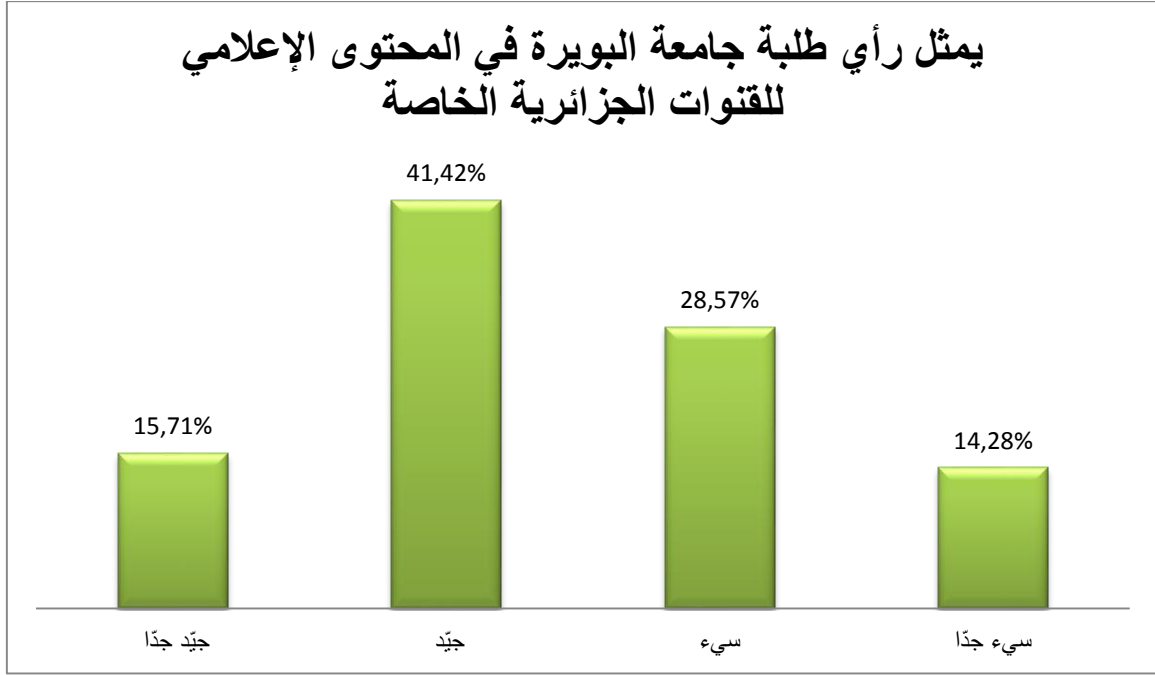
الدائرة النسبية رقم(08): تمثل مع من يشاهد طلبة جامعة البويرة القنوات الجزائرية الخاصة

3. الصورة الذهنية للقنوات الجزائرية الخاصة لدى طلبة جامعة البويرة

الجدول رقم(09): يمثل رأي طلبة جامعة البويرة في المحتوى الإعلامي للقنوات الجزائرية الخاصة

| النسبة (%) | التكرار | التكرار البديل |
|------------|---------|-------------------|
| 15.71 | 11 | جيد جدًا |
| 41.42 | 29 | جيد |
| 28.57 | 20 | سيء |
| 14.28 | 10 | سيء جدًا |
| %100 | 70 | المجموع |

يتضح لنا من خلال الجدول رقم(09) أنّ أغلب طلبة جامعة البويرة يرون أنّ المحتوى الإعلامي للقنوات الجزائرية جيد، وذلك بنسبة 41.42%، وسيء بنسبة 25.57%، وجيد جدًا بنسبة 15.71%، وأخيرا سيء جدًا بنسبة 14.28%، ويرجع ذلك حسب تعرضهم للمحتوى الإعلامي، فإذا تناسب هذا الأخير مع رغبات الطالب بالضرورة سيكون جيدًا أو جيدًا جدًا، والعكس صحيح، وما استدل به بعض المبحوثين لدى احتكاكنا بهم هو قولهم أنّ المحتوى الإعلامي للقنوات الجزائرية الخاصة يكون جيدًا أو جيدًا جدًا إذا طابق الواقع ونقل انشغالات المواطنين أو شجّعهم على تبني سلوكيات إيجابية من خلال البرامج الهادفة المهتمة بالفرد والأسرة والدين والمجتمع، ويكون سيئًا أو سيئًا جدًا إذا ما تمّ استضافة بعض المشاهير والشخصيات الفنية المعروفة بفسادها الأخلاقي مما ينعكس سلبًا على الأطفال والمراهقين ويضع المشاهد أمام خيار التوجه لقنوات أجنبية أو عربية أو مغاربية تلبي رغبات المشاهد الجزائري.



الأعمدة البيانية رقم(01): تمثل رأي طلبة جامعة البويرة في المحتوى الإعلامي للقنوات الجزائرية الخاصة

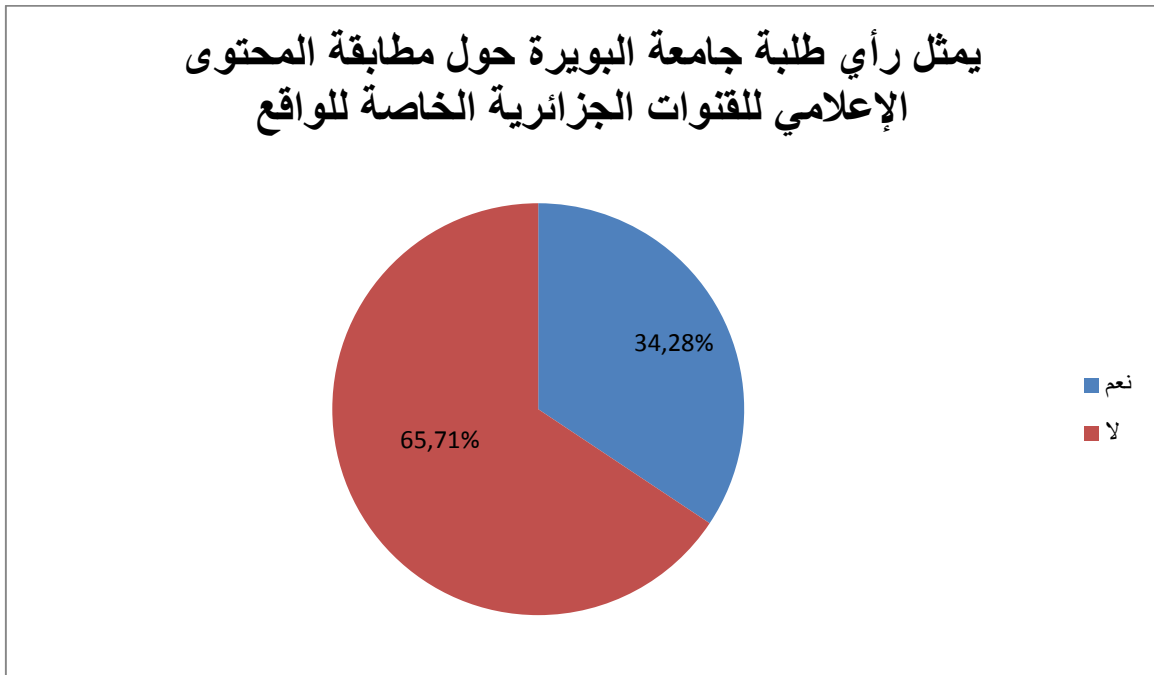
الجدول رقم(10): يمثل رأي طلبة جامعة البويرة حول مطابقة المحتوى الإعلامي للقنوات الجزائرية الخاصة للواقع

| النسبة (%) | التكرار | التكرار البديل |
|------------|---------|-------------------|
| 34.28 | 24 | نعم |
| 65.71 | 46 | لا |
| %100 | 70 | المجموع |

يتبين لنا من خلال الجدول رقم(10) أنّ أغلبية المبحوثين أجابوا بأنّ المحتوى الإعلامي للقنوات الجزائرية الخاصة لا يطابق الواقع بنسبة 65.71%، في حين نفت البقية ذلك بنسبة 34.28%، ويفسرّ بعض المبحوثين ذلك بمتابعتهم للمسلسلات الدرامية الجزائرية أو التركية أو الهندية التي تُعرض على شاشة هذه القنوات فهي لا تمثّل الواقع، خاصة الشبكة البرمجية

الرمضانية، وكما قالت إحدى المبحوثات أنّها تتابع برامج الطبخ ولا تستطيع تجربة الوصفات نظرا لاحتوائها على مكونات غذائية غالية السعر لا تتناسب مع القدرة الشرائية للمواطن البسيط، كما استدلت بعض المبحوثين بتصريحات الشخصيات السياسية كرئيس الجمهورية الجزائرية والوزراء بإحصائيات ووقائع لا أثر لها في الواقع.

أما الذين أجابوا بنعم فهم يرون أنّ هذه القنوات منصة يتفاعل فيها الفرد مع وسائل الإعلام من أجل إيصال رسالته وانشغالاته، إضافة إلى نشر بعض الظواهر الإنسانية مثل الزواج الجماعي، وسرد بعض الحالات الإنسانية التي تتطلب التضامن والتعاطف معها كجمع الأموال من أجل التكفل بعملية جراحية للمرضى، أو المساهمة في البحث عن أهل بعض مجهولي النسب أو إطلاق مبادرات لرعاية كبار السن في دور العجزة.

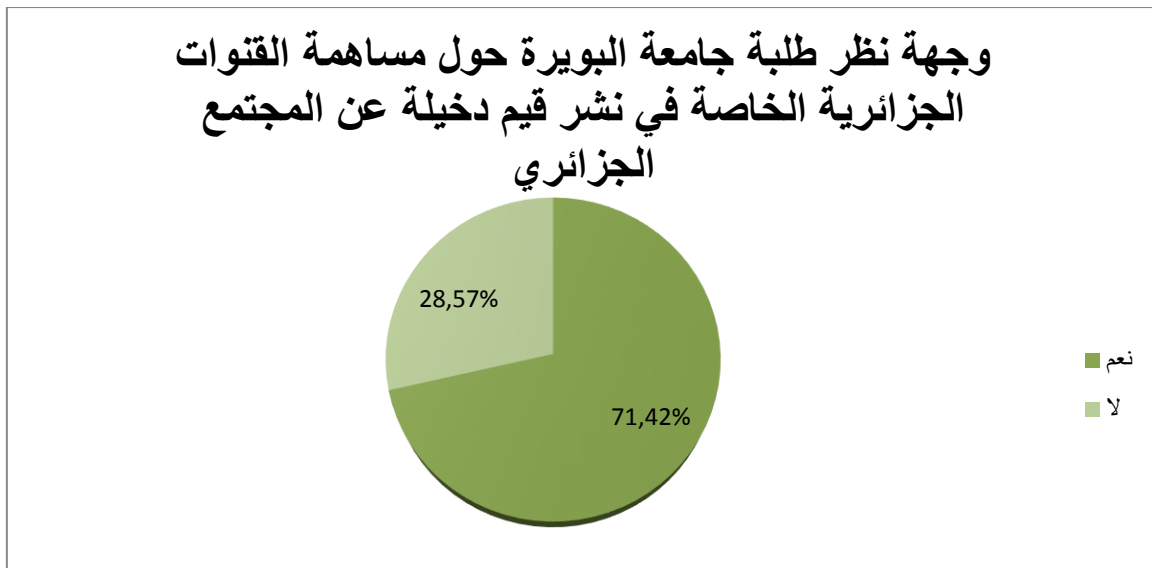


الدائرة النسبية رقم (09): يمثل رأي طلبة جامعة البويرة حول مطابقة المحتوى الإعلامي للقنوات الجزائرية الخاصة للواقع

الجدول رقم(11): يمثل وجهة نظر طلبة جامعة البويرة حول مساهمة القنوات الجزائرية الخاصة في نشر وتكوين قيم دخيلة عن المجتمع الجزائري

| النسبة (%) | التكرار | التكرار البديل |
|------------|---------|-------------------|
| 71.42 | 50 | نعم |
| 28.57 | 20 | لا |
| %100 | 70 | المجموع |

يظهر لنا من خلال نتائج الجدول رقم(11) أنّ أغلب المبحوثين أجابوا بأنّ القنوات الجزائرية الخاصة تساهم في نشر وتكوين قيم دخيلة عن المجتمع الجزائري بنسبة 57.14%، ويُفسّر ذلك بالمسلسلات الدرامية التركية والهندية التي تمس بهوية الفرد الجزائري، إضافة إلى بعض الإشهارات المتضمنة لموسيقى صاحبة ذات طابع غربي، مع الإشارة إلى البرامج الغنائية التي تبثّ عبر هذه القنوات والمتضمنة لمقاطع فيديو تظهر شخصيات ترتدي ملابس شبه عارية ما أنزل الله بها من سلطان.

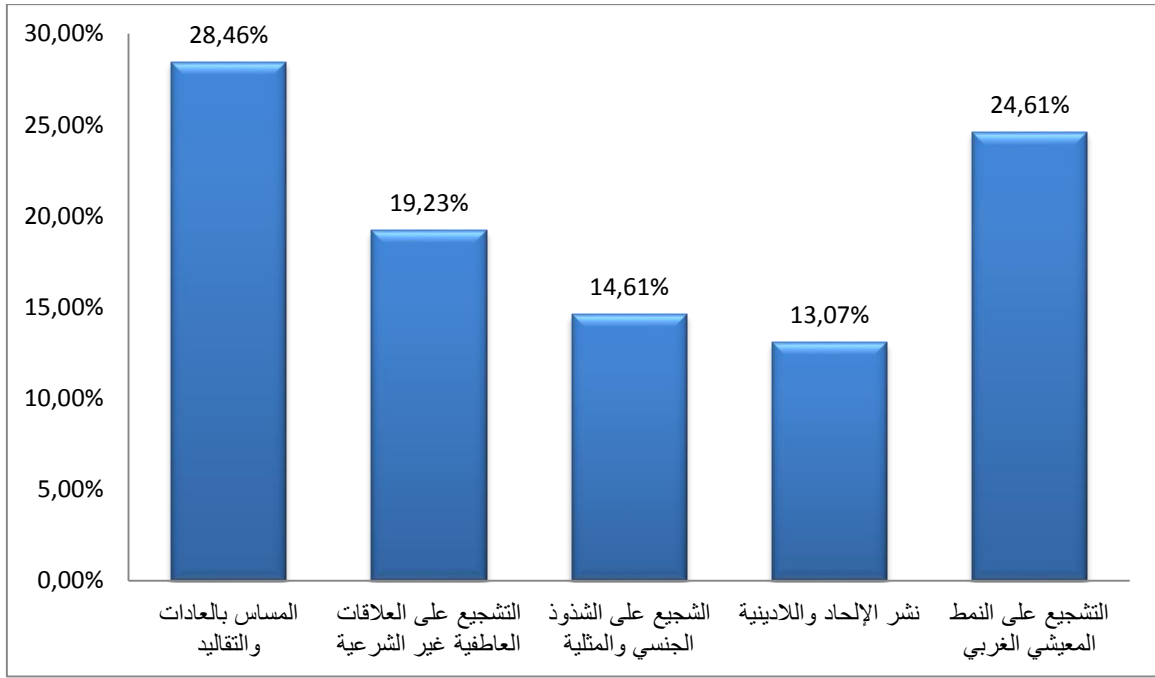


الدائرة النسبية رقم(10): تمثل وجهة نظر طلبة جامعة البويرة حول مساهمة القنوات الجزائرية الخاصة في نشر وتكوين قيم دخيلة عن المجتمع الجزائري

الجدول رقم(12): يمثل وجهة نظر طلبة جامعة البويرة حول القيم الدخيلة عن المجتمع الجزائري التي تساهم القنوات الجزائرية الخاصة في نشرها وتكوينها

| النسبة (%) | التكرار | القيم |
|------------|---------|---|
| 28.46 | 37 | المساس بالعادات والتقاليد |
| 19.23 | 25 | التشجيع على العلاقات العاطفية غير الشرعية |
| 14.61 | 19 | التشجيع على الشذوذ الجنسي والمثلية |
| 13.07 | 17 | نشر الإلحاد واللا دينية |
| 24.61 | 32 | التشجيع على النمط المعيشي الغربي |
| %100 | 130 | المجموع |

يتبين لنا من خلال الجدول رقم(12) أنّ أغلب المبحوثين يرون أنّ المحتوى الإعلامي للقنوات الجزائرية الخاصة يمسّ بالعادات والتقاليد بنسبة 28.46%، كما يرون أيضا أنّه يشجّع النمط المعيشي الغربي بنسبة 24.61%، إضافة إلى التشجيع على العلاقات العاطفية غير الشرعية بنسبة 19.23%، والتشجيع على الشذوذ الجنسي والمثلية بنسبة 14.61%، ويساهم في نشر الإلحاد واللا دينية بنسبة 13.07%، ويرجع ذلك كما أشرنا سابقا إلى المسلسلات الدرامية المحلية أو الأجنبية المعروضة على القنوات المذكورة أعلاه، أو برامج الكاميرا الخفية التي تستضيف شخصيات فنية معروفة بفسادها الأخلاقي، فتتحول البلاطوهات التلفزيونية إلى ملاهي ليلية يستحي المشاهد الجزائري أن يتابعها مع أسرته الكريمة، إضافة إلى البرامج الحوارية التي تستضيف في بعض الأحيان شخصيات لادينية تتهجم على الدين الإسلامي عامة بما فيه الحجاب باعتباره رمزا للتخلف حسب آرائهم الشخصية وعائقا في ممارسة بعض الأنشطة الثقافية كالتمثيل.



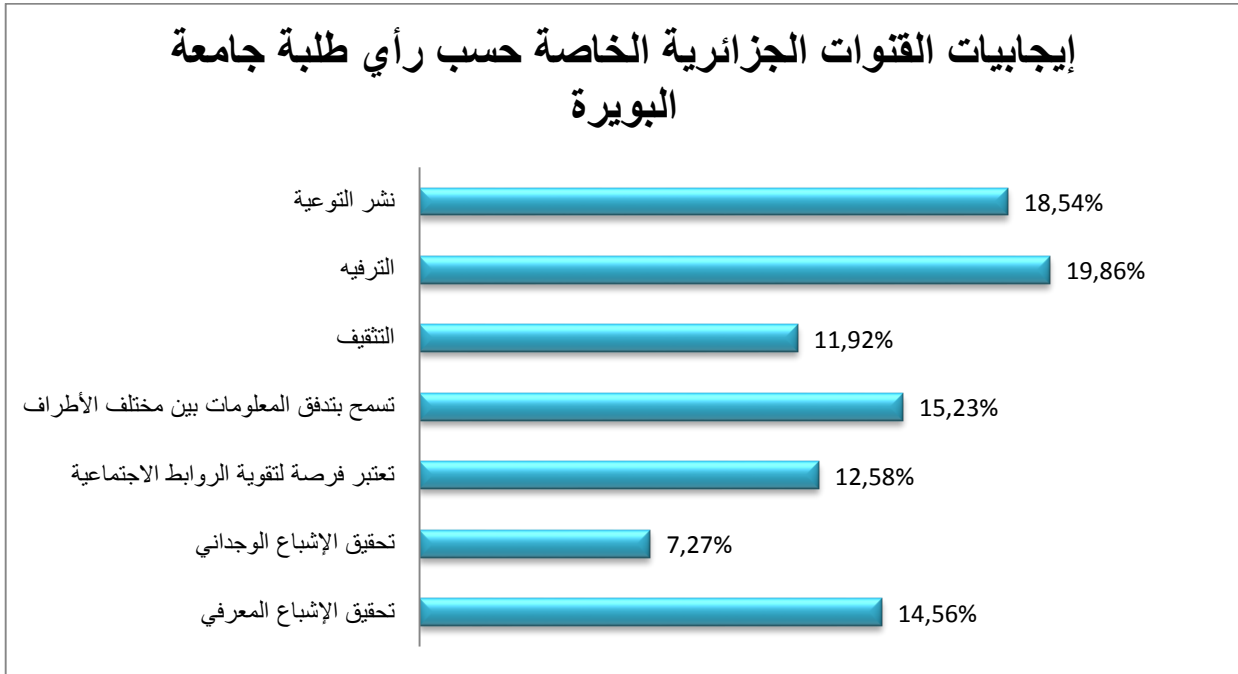
الأعمدة البيانية رقم (02): تمثل وجهة نظر طلبة جامعة البويرة حول القيم الدخيلة عن المجتمع الجزائري التي تساهم القنوات الجزائرية الخاصة في نشرها وتكوينها

الجدول رقم (13): يمثل إيجابيات القنوات الجزائرية الخاصة حسب رأي طلبة جامعة البويرة

| النسبة (%) | التكرار | البديل |
|------------|---------|--|
| 14.56 | 22 | تحقيق الإشباع المعرفي |
| 7.27 | 11 | تحقيق الإشباع الوجداني |
| 12.58 | 19 | تعتبر فرصة لتقوية الروابط الاجتماعية |
| 15.23 | 23 | تسمح بتدفق المعلومات بين مختلف الأطراف |
| 11.92 | 18 | التثقيف |
| 19.86 | 30 | الترفيه |
| 18.54 | 28 | نشر التوعية |
| %100 | 151 | المجموع |

يوضّح الجدول رقم(13) إيجابيات القنوات الجزائرية الخاصة من وجهة نظر طلبة جامعة البويرة، إذ احتل الترفيه صدارة الإيجابيات بنسبة فاقت 19.86%، يليه نشر التوعية بنسبة 18.54%، ثم تدفق المعلومات بين مختلف الأطراف بنسبة بلغت 15.23%، ثم تحقيق الإشباع المعرفي بنسبة 14.56%، تقوية الروابط الاجتماعية بنسبة 12.58%، وأخيرا تحقيق الإشباع الوجداني بنسبة ضئيلة لم تتجاوز 7.27%، ويمكننا إرجاع ذلك إلى ميول الطلبة إلى التنفيس من ضغوطات الدراسة، والرغبة في الحصول على معلومات في مجالات يفضلون الاطلاع عليها، إضافة إلى التفاعل مع البرامج الاجتماعية المفتوحة عن طريق الاتصال المباشر أو عبر الوسائط الحديثة كالفيديوك والانستغرام.

كما أنّ القنوات الجزائرية الخاصة تتحمل جزء من المسؤولية الاجتماعية وذلك من خلال نشر الحملات التوعوية الخاصة بمجال الصحة أو البيئة، وقد نجحت في ذلك بشكل مقبول جدًا إبّان جائحة كورونا عام 2020 م.

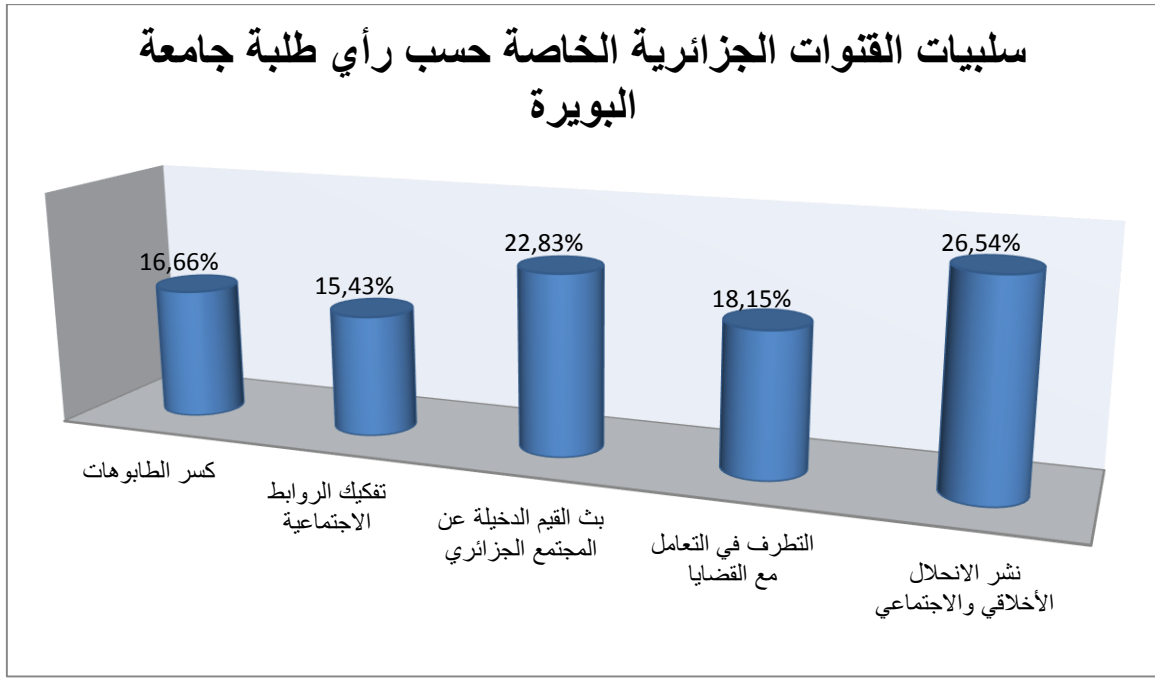


الأعمدة البيانية رقم(03): تمثل إيجابيات القنوات الجزائرية الخاصة حسب رأي طلبة جامعة البويرة

الجدول رقم(14): يمثل سلبيات القنوات الجزائرية الخاصة حسب رأي طلبة جامعة البويرة

| النسبة (%) | التكرار | التكرار البديل |
|------------|---------|---------------------------------------|
| 16.66 | 27 | كسر الطابوهات |
| 15.43 | 25 | تفكيك الروابط الاجتماعية |
| 22.83 | 37 | بثّ القيم الدخيلة عن المجتمع الجزائري |
| 18.15 | 30 | التطرف في التعامل مع القضايا |
| 26.54 | 43 | نشر الانحلال الأخلاقي والاجتماعي |
| %100 | 162 | المجموع |

يتبين لنا من خلال الجدول رقم(14) أنّ أغلب المبحوثين يرون أنّ القنوات الجزائرية الخاصة تنشر الانحلال الأخلاقي والاجتماعي بنسبة 26.54%، وتبثّ القيم الدخيلة عن المجتمع الجزائري بنسبة 22.83%، كما أنّهم يتطرفون في التعامل مع القضايا، وذلك بنسبة فاقت 18.15%، ويقومون بكسر الطابوهات، وذلك بنسبة 16.66%، وأخيرا يساهمون في تفكيك الروابط الاجتماعية بنسبة 15.43%، ويرجع ذلك إلى طبيعة الطالب الجزائري المحافظ على معالم هويته الدينية والثقافية ولا يسمح بتهديدها، وربما سبب تفكيك الروابط الاجتماعية راجع إلى عدم قدرة مشاهدة بعض البرامج الاجتماعية مع الأسرة مما يغلق باب الحوار والمناقشة بين مختلف الأفراد.



الأعمدة البيانية رقم(04): تمثل سلبيات القنوات الجزائرية الخاصة حسب رأي طلبة جامعة البويرة

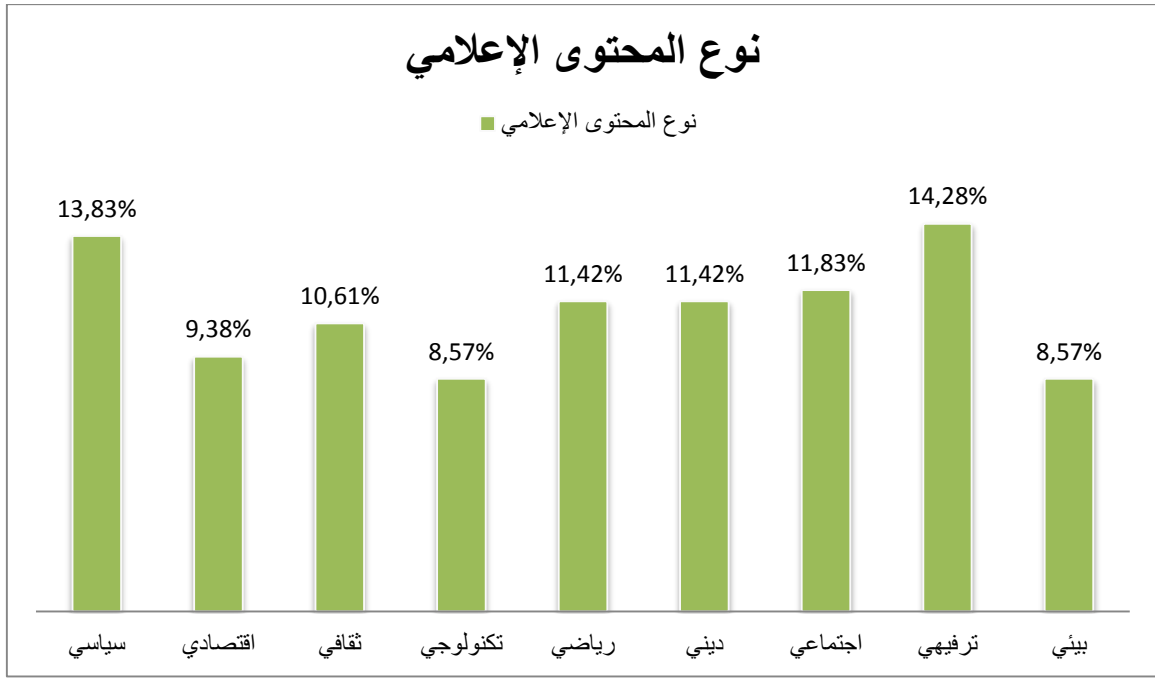
4. مساهمة القنوات الجزائرية الخاصة في ترسيخ القيم الاجتماعية لدى الطلبة

الجدول رقم(15): يمثل نوع المحتوى الإعلامي الذي يتابعه طلبة جامعة البويرة عبر القنوات الجزائرية الخاصة

| النسبة (%) | التكرار | نوع المحتوى الإعلامي |
|------------|---------|----------------------|
| 13.87 | 34 | سياسي |
| 9.38 | 23 | اقتصادي |
| 10.61 | 26 | ثقافي |
| 8.57 | 21 | تكنولوجي |
| 11.42 | 28 | رياضي |
| 11.42 | 28 | ديني |

| | | |
|-------|-----|---------|
| 11.83 | 29 | اجتماعي |
| 14.28 | 35 | ترفيهي |
| 8.57 | 21 | بيئي |
| %100 | 245 | المجموع |

يتبين لنا من خلال الجدول رقم(15) أنّ أغلب طلبة جامعة البويرة يتابعون البرامج الترفيهية بنسبة 14.28%، ثم السياسية بنسبة 13.87%، ثم الاجتماعية بنسبة 11.83%، ثم الدينية والرياضية بنسبة 11.42% لكلّ منهما، ثم الثقافية بنسبة 10.61%، ثم الاقتصادية بنسبة 9.38%، وأخيرا التكنولوجية والبيئية بنسبة 8.57%، وهذا ما يعني أنّ الطالب الجامعي يتوجه إلى شاشة القنوات الجزائرية الخاصة من أجل التخلص من ضغوطات الجامعة والتنفيس عن تعبته وكسر الروتين بمشاهدة التلفزيون، كما نستنتج أنّ بعض طلبة جامعة البويرة أضحون يتحلون بالوعي السياسي خاصة بعد الحراك الذي شهدته الجزائر عام 2019 م، إذ أصبح الكثير منهم متلهفين لمعرفة المستجدات في الساحة السياسية، كما أنّ متابعتهم للبرامج الدينية فهي تتم عن أحد مقومات الهوية الوطنية وهي الإسلام، إذ بات الطالب الجامعي يريد التفقه في الدين والبحث عن بعض الاستشارات الدينية والموعظة الحسنة، كما يمكن تفسير متابعة المضمون الإعلامي الرياضي إلى ميول بعض الطلبة إلى هذا المجال ومحاولة الاطلاع على المستجدات الرياضية من المصادر الرسمية ومتابعة أخبار الفرق الرياضية كالمنتخب الوطني والأندية المحلية.



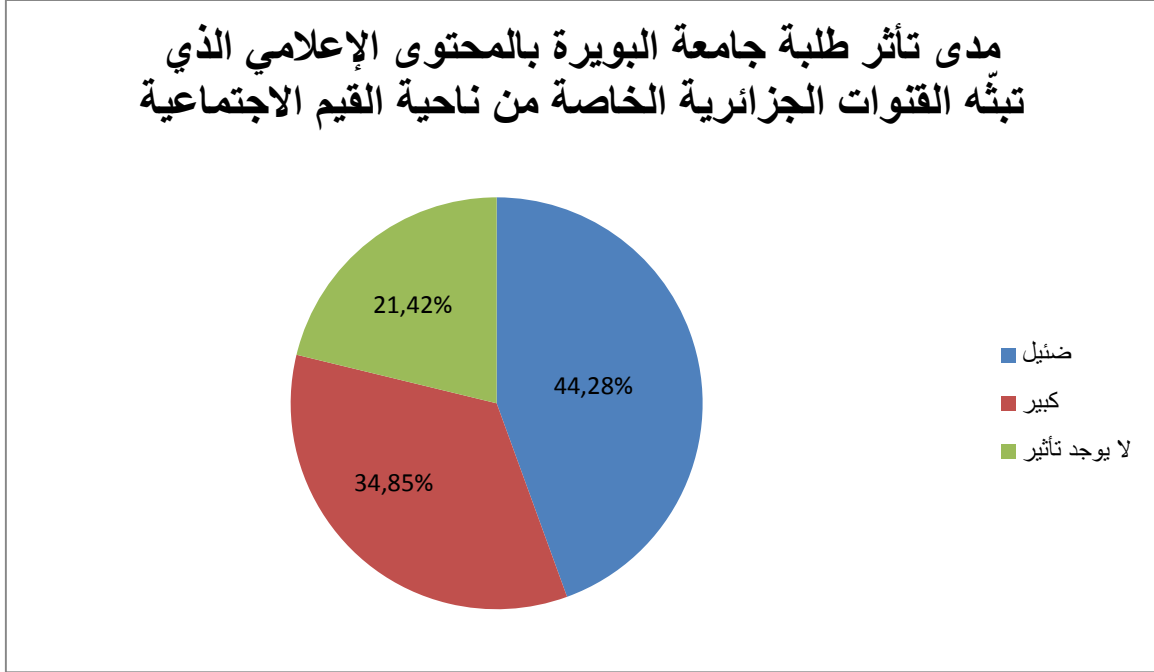
الأعمدة البيانية رقم(05): تمثل نوع المحتوى الإعلامي الذي يتابعه طلبة جامعة البويرة عبر القنوات الجزائرية الخاصة

الجدول رقم(16): يمثل مدى تأثر طلبة جامعة البويرة بالمحتوى الإعلامي الذي تبثه القنوات الجزائرية الخاصة من ناحية القيم الاجتماعية

| النسبة (%) | التكرار | التكرار | البديل |
|------------|---------|---------|---------------|
| 44.28 | 31 | | ضئيل |
| 34.85 | 24 | | كبير |
| 21.42 | 15 | | لا يوجد تأثير |
| %100 | 70 | | المجموع |

يتضح لنا من خلال معطيات الجدول رقم(16) أنّ تأثر طلبة جامعة البويرة بالمحتوى الإعلامي الذي تبثه القنوات الجزائرية الخاصة ضئيل من ناحية القيم الاجتماعية وذلك بنسبة 44.28%، وكبير بنسبة 34.85%، ولا يوجد تأثير بنسبة 21.42%، وهذا يوحي إلى فشل المحتوى الإعلامي الجزائري الخاص والمتعلق بالقيم الاجتماعية في إشباع رغبات طلبة جامعة البويرة، كما يمكننا أن نفسر ذلك أنّ تعرّض الكثير من طلبة جامعة البويرة للمحتوى الإعلامي

الذي تبثه القنوات الجزائرية الخاصة كان بدافع تمضية الوقت، ولكن هناك من يتأثر من خلال مشاهدة المضامين الدينية والسياسية فيسعون لتطوير أنفسهم واكتساب سلوكيات إيجابية غير تلك التي كانوا عليها كالتكافل والتعاون الاجتماعي وزيادة الوعي السياسي والديني والبيئي.

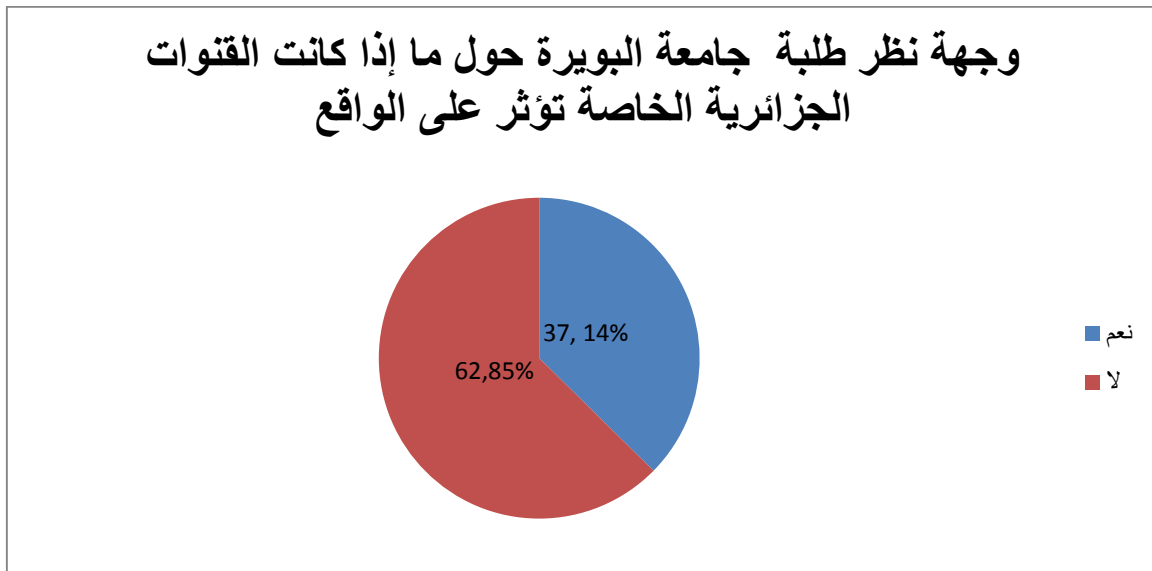


الدائرة النسبية رقم(11): يمثل مدى تأثر طلبة جامعة البويرة بالمحتوى الإعلامي الذي تبثه القنوات الجزائرية الخاصة من ناحية القيم الاجتماعية

الجدول رقم(17): يمثل وجهة نظر طلبة جامعة البويرة حول ما إذا كانت القنوات الجزائرية الخاصة تؤثر على الواقع

| النسبة (%) | التكرار | التكرار البديل |
|------------|---------|-------------------|
| 37.14 | 26 | نعم |
| 62.85 | 44 | لا |
| %100 | 70 | المجموع |

نلاحظ من خلال الجدول رقم(17) أنّ أغلبية المبحوثين أجابوا بلا بنسبة 62.85%، وبنعم بنسبة 37.14%، ويرجع ذلك إلى طبيعة المحتوى الإعلامي المعروض على شاشات القنوات الجزائرية الخاصة والذي أضحي لا يؤديّ مسؤوليته الاجتماعية ولا يراعي القيم الاجتماعية والأخلاقية كالحفاظ على العادات والتقاليد مثلا على حدّ تصريح بعض طلبة جامعة البويرة، فأكثر هموم القطاع الخاص هو زيادة نسب المشاهدة التي تؤديّ إلى زيادة الأرباح المالية وهذه طبيعة المؤسسات الاقتصادية الخاصة، فهي تسعى في المقام الأول إلى تحقيق الربحية بغض البصر عن موضوع المحتوى الإعلامي ومدى تناسبه مع المشاهدين.



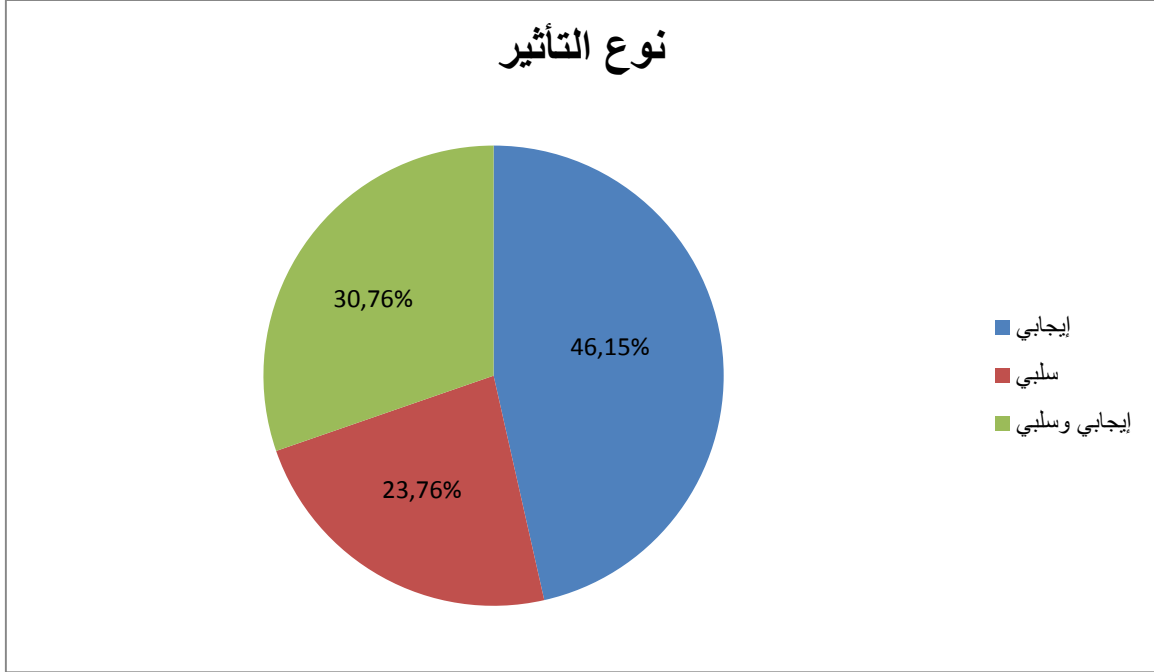
الدائرة النسبية رقم(12): يمثل وجهة نظر طلبة جامعة البويرة حول ما إذا كانت القنوات الجزائرية الخاصة تؤثر على الواقع

الجدول رقم(18): يمثل نوع تأثير القنوات الجزائرية الخاصة على الواقع

| النسبة (%) | التكرار | نوع التأثير |
|------------|---------|--------------|
| 46.15 | 12 | إيجابي |
| 23.07 | 6 | سلبي |
| 30.76 | 8 | إيجابي وسلبي |
| %100 | 26 | المجموع |

يتبين لنا من خلال الجدول رقم (18) أنّ أغلبية المبحوثين الذين أجابوا بنعم، يرون أنّ القنوات الجزائرية الخاصة تؤثر على الواقع بطريقة إيجابية بنسبة 46.15%، وبطريقة إيجابية وسلبية في نفس الوقت بنسبة 23.07%، وبطريقة سلبية بلغت 23.07%، ويفسر بعض طلبة جامعة البويرة الذين أكدوا على التأثير الإيجابي للقنوات الجزائرية الخاصة ذلك من خلال استضافة بعض الشخصيات الدينية المؤثرة، في حين يذهب البعض الآخر إلى تعلم الطبخ وبعض المهارات، إضافة إلى نشر الوعي السياسي والصحي خاصة أثناء جائحة الكورونا الذي أجبرت الكثيرين على الالتزام بقواعد الحجر الصحي، مع الإشارة إلى تشجيع الأفراد على الحملات التطوعية في مساعدة المحتاجين والفقراء خاصة في المناسبات والأعياد، أو الحملات التطوعية المتعلقة بتنظيف المدن والقرى والشواطئ والتشجيع على ممارسة الرياضة وبعض النشاطات البدنية الأخرى، وهنا تبرز الوظيفية الإيجابية للإعلام بصفة عامة، وللقنوات الجزائرية الخاصة بصفة خاصة، أما الذين أقرّوا بالتأثير السلبي فقد أرجعوا ذلك إلى تداعيات العولمة وتأثر القنوات الجزائرية الخاصة بها من خلال نشر القيم الدخيلة عن المجتمع الجزائري عبر بعض المسلسلات الدرامية التركية والهندية، وفضح الحياة الشخصية للأفراد في بعض البرامج الاجتماعي التي لا يمكن مشاهدتها مع الأسرة نظرا لمحتواها المحرج.

ويمكننا القول بأن القنوات الجزائرية الخاصة ثنائية التأثير، والمطلوب منها مراجعة المحتوى الإعلامي وفق منظومة قيمية تتناسب وأخلاقيات المجتمع الجزائري المحافظ الذي يكافح من أجل الحفاظ على العادات والتقاليد وباقي مقومات هوية الفرد الجزائري.

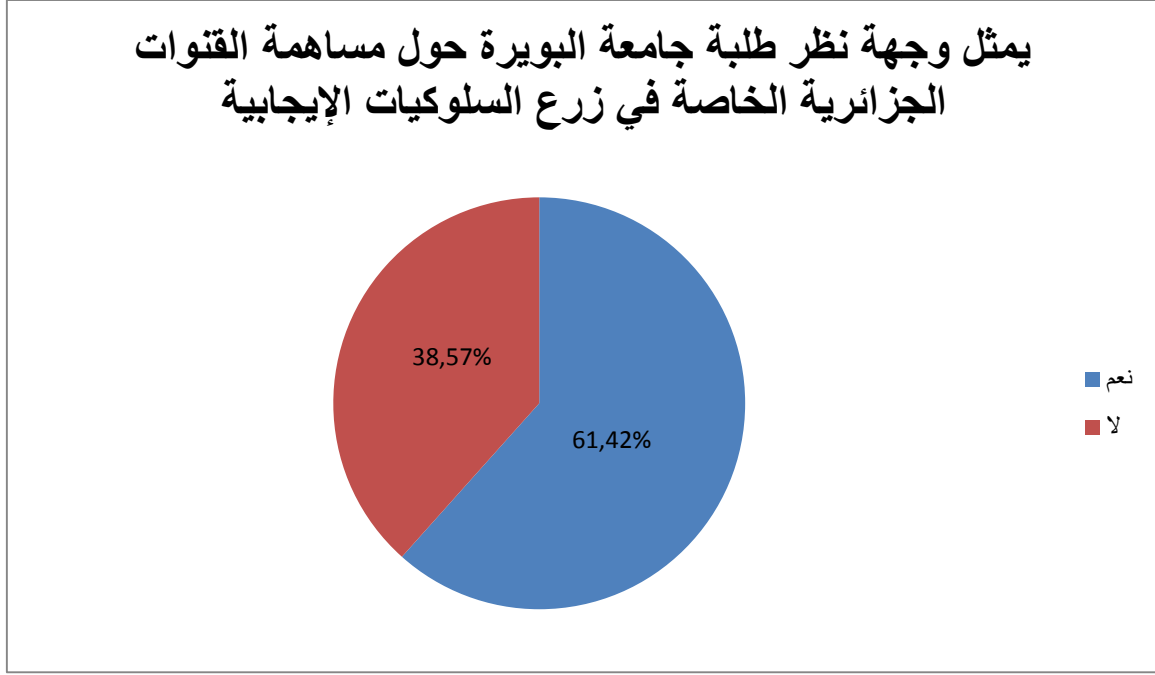


الدائرة النسبية رقم (13): يمثل نوع تأثير القنوات الجزائرية الخاصة على الواقع

الجدول رقم (19): يمثل وجهة نظر طلبة جامعة البويرة حول مساهمة القنوات الجزائرية الخاصة في زرع السلوكيات الإيجابية

| النسبة (%) | التكرار | التكرار البديل |
|------------|---------|-------------------|
| 61.42 | 43 | نعم |
| 38.57 | 27 | لا |
| %100 | 70 | المجموع |

يتّضح لنا جليا من خلال الجدول رقم(19) أنّ أغلب طلبة جامعة البويرة أجابوا بنعم بنسبة فاقت 61.42%، في حين أجابت الأقلية بلا بنسبة 38.57%، وهذا يدل على التأثير الإيجابي الذي تحدّثنا عنه في الجدول السابق.



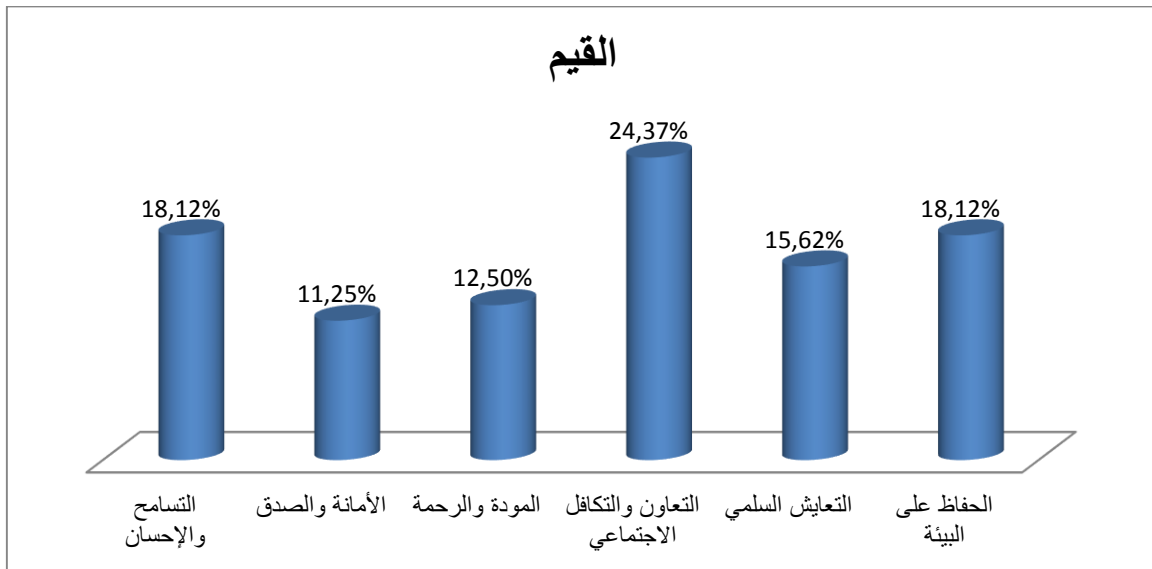
الدائرة النسبية رقم(14): تمثل وجهة نظر طلبة جامعة البويرة حول مساهمة القنوات الجزائرية الخاصة في زرع السلوكيات الإيجابية

الجدول رقم(20): يمثل القيم الاجتماعية التي اكتسبها طلبة جامعة البويرة من خلال القنوات الجزائرية الخاصة

| النسبة (%) | التكرار | القيم |
|------------|---------|----------------------------|
| 18.12 | 29 | التسامح والإحسان |
| 11.25 | 18 | الأمانة والصدق |
| 12.5 | 20 | المودّة والرحمة |
| 24.37 | 39 | التعاون والتكافل الاجتماعي |

| | | |
|-------|-----|-------------------|
| 15.62 | 25 | التعايش السلمي |
| 18.12 | 29 | الحفاظ على البيئة |
| %100 | 160 | المجموع |

يتبين لنا من خلال الجدول رقم(20) أنّ أغلب المبحوثين اكتسبوا قيمة التعاون والتكافل الاجتماعي بنسبة 24.37%، ثم التسامح والإحسان والحفاظ على البيئة بنسبة 18.12% لكلّ منهما، ثم التعايش السلمي بنسبة 15.62%، وأخيرا الأمانة والصدق بنسبة 11.25%، ويرجع ذلك إلى طبيعة المحتوى الإعلامي الذي يتعرض إليه طلبة جامعة البويرة، إذ نجدهم يسارعون في المبادرات الخيرية لجمع التبرعات من أجل تحقيق مبلغ العمليات الجراحية لبعض الحالات التي مرّت في بعض البرامج الاجتماعية التي تبثّها القنوات الجزائرية الخاصة، ويتبنون سلوكيات تقبل الآخر والتعاطف الإنساني خاصة في الفترات الأخيرة التي شهد فيها المجتمع الجزائري فترة بين الأعراق المختلفة كادت أن تعصف بوحدة المجتمع، إضافة إلى التفاعل مع البرامج التلفزيونية المهمة بمجال البيئة والمشاركة في الحفاظ عليها من التلوث أو عقلنة استعمال المياه خاصة في فترات الصيف.



الأعمدة البيانية رقم(06): تمثل القيم الاجتماعية التي اكتسبها طلبة جامعة البويرة من خلال القنوات الجزائرية الخاصة

النتائج العامة للدراسة:

بعد قيامنا بتفريغ محتوى مجموع الاستمارات المسترجعة وتحليل البيانات توصلنا إلى النتائج التالية بحيث:

المحور الأول: عادات وأنماط مشاهدة الطلبة الجامعيين للقنوات الجزائرية الخاصة:

- ✓ أظهرت الدراسة أنّ أغلب المبحوثين يتابعون القنوات الجزائرية الخاصة منذ أكثر من 05 سنوات وذلك بنسبة 52.85%.
- ✓ وتوصلت أيضا إلى أنّ أغلب طلبة جامعة البويرة يتابعون القنوات الجزائرية الخاصة ليلا بنسبة بلغت 48.57%.
- ✓ أوضحت الدراسة كذلك أنّ أغلب طلبة جامعة البويرة يقضون ساعة في مشاهدة القنوات الجزائرية الخاصة، وذلك بنسبة 47.14%.
- ✓ أنّ أغلب المبحوثين يفضلون مشاهدة القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة لوحدهم بنسبة 51.19%.

المحور الثاني: الصورة الذهنية للقنوات الجزائرية الخاصة لدى طلبة جامعة البويرة:

- ✓ توصلت الدراسة إلى أنّ أغلب طلبة جامعة البويرة يرون أنّ المحتوى الإعلامي للقنوات الجزائرية جيّد، وذلك بنسبة 41.42%.
- ✓ كما توصلت إلى أنّ أغلبية المبحوثين أجابوا بأنّ المحتوى الإعلامي للقنوات الجزائرية الخاصة لا يطابق الواقع بنسبة 65.71%.
- ✓ وأكدت أنّ أغلب المبحوثين أجابوا بأنّ القنوات الجزائرية الخاصة تساهم في نشر وتكوين قيم دخيلة عن المجتمع الجزائري بنسبة 57.14%.
- ✓ توصلت الدراسة إلى أنّ أغلب المبحوثين يرون أنّ المحتوى الإعلامي للقنوات الجزائرية الخاصة يمسّ بالعادات والتقاليد بنسبة 28.46%.

✓ بينت الدراسة أنّ الترفيه هو أهمّ إيجابيات القنوات الجزائرية الخاصة من وجهة نظر طلبة جامعة البويرة، إذ احتل صدارة الإيجابيات بنسبة فاقت 19.86%.

✓ كما أكّدت على أنّ أغلب المبحوثين يرون أنّ القنوات الجزائرية الخاصة تنشر الانحلال الأخلاقي والاجتماعي بنسبة 26.54%.

المحور الثالث: مساهمة القنوات الجزائرية الخاصة في ترسيخ القيم الاجتماعية لدى طلبة جامعة البويرة:

✓ توصلت الدراسة إلى أنّ أغلب طلبة جامعة البويرة يتابعون البرامج الترفيهية بنسبة 14.28%.
✓ وأكّدت أنّ تأثر طلبة جامعة البويرة بالمحتوى الإعلامي الذي تبثّه القنوات الجزائرية الخاصة ضئيل من ناحية القيم الاجتماعية وذلك بنسبة 44.28%.

✓ كما توصلت الدراسة إلى أنّ أغلبية المبحوثين أجابوا بلا بنسبة 62.85%، وينعم بنسبة 37.14%، ويرجع ذلك إلى طبيعة المحتوى الإعلامي المعروض على شاشات القنوات الجزائرية الخاصة والذي أضحي لا يؤدّي مسؤوليته الاجتماعية ولا يراعي القيم الاجتماعية والأخلاقية كالحفاظ على العادات والتقاليد.

✓ وأكّدت على أنّ أغلبية المبحوثين الذين أجابوا بنعم، يرون أنّ القنوات الجزائرية الخاصة تؤثر على الواقع بطريقة إيجابية بنسبة 46.15%.

✓ أنّ أغلب طلبة جامعة البويرة أجابوا بنعم أي أنّ القنوات الجزائرية الخاصة تساهم في زرع السلوكيات الإيجابية، وذلك بنسبة فاقت 61.42%.

✓ وتوصلت الدراسة أيضا إلى أنّ أغلب المبحوثين اكتسبوا قيما الاجتماعية التعاون والتكافل الاجتماعي بنسبة 24.37%.

خاتمة

خاتمة:

تناولت هذه الدراسة صورة القنوات الجزائرية الخاصة لدى طلبة جامعة آكلي محند أولحاج-البويرة-(الجزائر)، حيث قامت الباحثتان بتوزيع استمارة الاستبيان على عينة قدرها 70 طالبا وطالبة من جامعة البويرة من مختلف التخصصات ومختلف المستويات الجامعية.

وقد أفرزت هذه الدراسة عن استنتاجات مفادها أنّ الطلبة الجامعيين يتعرضون للمضمون الإعلامي للقنوات الجزائرية الخاصة منذ أكثر من خمس سنوات من الزمن، وفي تعرضهم لهذه القنوات إشباع لرغباتهم الترفيهية والاجتماعية والدينية والسياسية.

وصرّح المبحوثون أنّ القنوات الجزائرية الخاصة ثنائية التأثير، فالقطب الأول يمثل التأثير الإيجابي في ترسيخ القيم الاجتماعية، وزرع السلوكيات الإيجابية، أما القطب الثاني فيمثل التداعيات السلبية لهذه الوسائل الإعلامية، فمن وجهة نظر أغلب المبحوثين توصلنا إلى أنّ القنوات الجزائرية الخاصة تساهم في نشر الانحلال الخلقي والاجتماعي من خلال المحتوى الذي تبثّه، والذي أصبح حاجزا يمنع الطالب الجامعي من مشاهدته مع أفراد الأسرة أو الهروب إلى قنوات أكثر احتراما ولباقة.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المصادر والمراجع:

القواميس والمعاجم:

1. ابن منظور جمال الدين الأنصاري، لسان العرب، ج02، الدار المصرية للتأليف والترجمة، القاهرة، مصر.
2. ابن منظور جمال الدين الأنصاري، لسان العرب، ج02، دار صادر، بيروت.
3. عامر مصباح، معجم العلوم السياسية والعلاقات الدولية، ط1، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2009م.
4. المنجد الأبجدي، قاموس العربي، ط3، دار الشرق، 1986.

الكتب:

1. إبراهيم إسماعيل، الإعلام المعاصر وتساؤله، مهارته، تأثيره، أخلاقياته، ط14، وزارة الثقافة والتراث، قطر، 2014 .
2. أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، (د.ط)، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.
3. أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010م.
4. أحمد محمد موسى، المدخل إلى الاتصال الجماهيري، د ط، المكتبة العصرية، 2009 فارس عطوان، الفضائيات العربية ودورها الإعلامي، ط، دار سامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2003 .
5. أمين ساعاتي، تبسيط كتابة البحث العلمي من البكالوريوس ثم الماجستير وحتى الدكتوراه، ط1، الشركة السعودية للتوزيع، جدة، السعودية، 1991.
6. أيمن منصور، الصورة الذهنية والإعلامية عوامل التشكيل واستراتيجيات التعبير، كيف يرانا العرب؟، ط1، كلية الإعلام، القاهرة، مصر.

7. تيبسر أبو عرجة، قضايا ودراسات إعلامية، ط1، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2002.
8. جمال بن عمار، الصورة الذهنية في الفلسفة والعلوم الإنسانية، ط1، دار الأيام للنشر والتوزيع، عمان، 2016.
9. حامد مجيد شطري، الإعلان التلفزيوني ودوره في تكوين الصورة الذهنية، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2013.
10. رشيد زرواني، مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط1، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع عين مليلة، الجزائر، 2007.
11. الزيدي، أحمد طه وآخرون، دراسات في تأثير القنوات الفضائية على المجتمع، ط1، دار التنافس للنشر والتوزيع عمان، 2002.
12. سعيد سبعون، الدليل المنهجي في إعداد المذكرات والرسائل الجامعية في علم الاجتماع، ط1، دار القصبية، الجزائر، 2012.
13. صالح سليمان، وسائل الإعلام والصورة الذهنية، مكتبة الفلاح للنشر والتوزيع، بيروت، 2005.
14. طه عبد العاطي نجم، مناهج البحث الإعلامي، ط1، دار كلمة للنشر والتوزيع، الإسكندرية، مصر، 2015.
15. عامر إبراهيم قنديلجي، منهجية البحث العلمي، دار اليازوي العلمية للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2012.
16. عامر قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية، ط8، دار اليازوري للنشر والتوزيع، عمان، 1428هـ-2007م.
17. عبد العزيز شرف، المدخل إلى وسائل الإعلام، الصحافة، الإذاعة، التلفزيون، السينما، المسرح، أقمار الاتصالات، ط2، دار الكتاب، بيروت، لبنان، 1989.

18. عبد الغاني عماد، سوسيولوجيا الثقافة والمفاهيم والإشكاليات من الحداثة إلى العولمة، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2002.
19. عزام أبو الحمام، الإعلام القافي (جدليات وتحديات)، ط 01، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010.
20. علي قساسية، دراسة جمهور وائل ومجلة الوسط، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003.
21. علي عبد الفتاح كنعان، إدارة المؤسسات الإعلامية، (د.ط)، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2014.
22. علي عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، ط 02، عالم الكتب، القاهرة، مصر، 1997.
23. علي ليلة محمد الجوهري وعلي شكري، التغيير الاجتماعي والثقافي، ط 1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، الأردن، 2010.
24. ماثيو جيدير، منهجية البحث: دليل الباحث المبتدئ في موضوعات البحث ورسائل الماجستير والدكتوراه، تر: ملكة أبيض.
25. محمد بدوي، المنهجية في البحوث والدراسات الأدبية، د.ط، دار الطباعة والنشر، تونس، (د.ت.ن).
26. محمد طه بدوي، منهج البحث العلمي، المكتب العربي الحديث، الإسكندرية، مصر، د.س.
27. محمّد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط 2، عالم الكتب للنشر والتوزيع، القاهرة، مصر، 2004.
28. محمد منير حجاب، الاتصال الفعال للعلاقات العامة، ط 1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.

29. مورييس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، (ترجمة: صح اروي بوزيد)، ط1، دار القصة للنشر، الجزائر، 2006 .
30. هناء السيد، الفضائيات وقادة الرأي، دط، المكتب العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005.
31. يوسف محمد مصطفى عبده، مقدمة في العلاقات العامة، (د.ط)، دار الكتاب، القاهرة، 2004.

مذكرات تخرج:

1. بولكل، حنان بوجارشي دلييلة، دور العلاقات العامة في تحسين الصورة الذهنية، دراسة ميدانية لمؤسسة كولتور، منكرة ماستر، قسم علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، الجزائر، 2015.
2. عبد اللطيف شريف وعبد الغني حاج مبارك، اتجاهات الجمهور إزاء مصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة، قناة النهار نموذجاً-، مذكرة ضمن نيل شهادة ماستر في الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة المسيلة، الجزائر 2016-2017.

مجلات:

1. إرادة زيدان الجبوري، مفهوم الصورة الذهنية في العلاقات العامة، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 9، المجلد 2010، يونيو 2010، العراق.
2. طه عبد العاطي مصطفى نجم، البث التلفزيوني المباشر والهوية الثقافية العربية، مجلة العلاقات العربية الأمريكية نجوم مستقبل مشرق، عدد خاص، عمان، الجامعة الأردنية، 2001

مواقع إلكترونية:

1. ترفافة (تربية وثقافة)، مفهوم الصورة لغة..، منشور على الموقع الإلكتروني: <https://lahodod.blogspot.com> ، تم الاطلاع يوم 2021/09/30، على الساعة 19:18.
2. موسوعة كله لك، تعريف ومعنى الطالب، مستخرج من الموقع الإلكتروني: <https://wiki.kololk.com>، تم الاطلاع يوم: 2021/09/30، على الساعة: 20:20.
3. بلحاجي وهيبية، تحرير النشاط السمعي البصري في الجزائر، المدرسة العليا للصحافة وعلوم الإعلام والاتصال دراسة منشورة، 2017، متاح على موقع: wikipidia.com.
4. هديل شلش، تعريف الطالب، منشور يوم: 2018/08/13، على الساعة: 11:31، على الموقع الإلكتروني: <https://mawdoo3.com>، تم الاطلاع يوم: 2021/09/30، على الساعة: 20:27.
5. <https://mobt3ath.com>، تم الاطلاع يوم: 2021/09/04، على الساعة: 18:25.
6. <https://stringfixer.com>، تم الاطلاع يوم: 2021/09/05، على الساعة: 19:44.

الملاحق

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي.

جامعة آكلي محند أولحاج-البويرة-

كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية.



قسم التاريخ

استمارة استبيان

صورة القنوات الجزائرية الخاصة لدى الطلبة الجامعيين

-دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة البويرة-

بعد التحية والتقدير:

هذه الاستمارة خاصة بدراسة علمية ميدانية لتحضير شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة حول موضوع "صورة القنوات الجزائرية الخاصة لدى الطلبة الجامعيين" فالرجاء منكم الإجابة عن الأسئلة حسب رأيك الخاص، والمعلومات المقدمة من طرفك لن تستعمل إلا لأغراض البحث العلمي.

"شكرا جزيلاً على تعاونكم"

من إعداد الطالبة:

إشراف:

• د. دحمار نور الدين

• نور ولد محمد

• رندة جحنيط

ملاحظة:

- ضع/ي العلامة (x) داخل المربع الذي يعبر عن إجابتك.

العام الجامعي: 2021/2020

➤ البيانات السوسيوديمغرافية:

1. الجنس:

ذكر

أنثى

2. السن:

من 18 سنة إلى 21 سنة

من 22 سنة إلى 25 سنة

26 سنة فما فوق

3. المستوى الجامعي:

ليسانس

ماستر

دكتوراه

4. مكان السكن:

حضري

شبه حضري

المحور الأول: عادات وأنماط مشاهدة الطلبة الجامعيين للقنوات الجزائرية الخاصة

5. منذ متى وأنت تتابع القنوات الجزائرية الخاصة؟

منذ عام

منذ عامين

أكثر من 5 سنوات

6. متى تتابع القنوات الجزائرية الخاصة؟

صباحا

- مساء
- ليلا
- لا توجد فترة محددة

7. ما هي المدة التي تقضيها في متابعة القنوات الجزائرية الخاصة؟

- ساعة
- ساعتين
- أكثر من 3 ساعات

8. مع من تتابع القنوات الجزائرية الخاصة؟

- لوحده
- مع الأسرة

المحور الثاني: الصورة الذهنية للقنوات الجزائرية الخاصة لدى الطلبة الجامعيين

9. ما رأيك في المحتوى الإعلامي للقنوات الجزائرية الخاصة؟

- جيد جداً
- جيد
- سيء
- سيء جداً

10. في رأيك هل المحتوى الإعلامي للقنوات الجزائرية الخاصة يطابق الواقع؟

- نعم
- لا

11. بنظرك هل تساهم القنوات الجزائرية الخاصة في نشر وتكوين قيم دخيلة عن المجتمع الجزائري؟

- نعم
- لا

12. إذا كانت إجابتك بنعم، ما هي هذه القيم الدخيلة؟

(يمكنك اختيار أكثر من بديل)

- المساس بالعادات والتقاليد المحلية
- التشجيع على العلاقات العاطفية غير الشرعية
- التشجيع على الشذوذ الجنسي والمثلية
- نشر الإلحاد واللا دينية
- التشجيع على النمط المعيشي الغربي

أخرى اذكرها:.....

13. في رأيك ما هي إيجابيات القنوات الجزائرية الخاصة؟

(يمكنك اختيار أكثر من بديل)

- تحقق الإشباع المعرفي
- تحقق الإشباع الوجداني
- تعتبر فرصة لتقوية الروابط الاجتماعية
- تسمح بتدفق المعلومات بين مختلف الأطراف
- التثقيف
- الترفيهية والتسلية
- نشر التوعية

أخرى اذكرها:.....

14. في رأيك ما هي سلبيات القنوات الجزائرية الخاصة؟

(يمكنك اختيار أكثر من بديل)

- كسر الطابوهات
- تفكيك الروابط الاجتماعية

- بثّ القيم الدخيلة عن المجتمع الجزائري
- التطرف في التعامل مع القضايا
- نشر الانحلال الأخلاقي والاجتماعي

أخرى اذكرها:.....

المحور الثالث: مساهمة القنوات الجزائرية الخاصة في ترسيخ القيم الاجتماعية لدى الطلبة الجامعيين

15. ما نوع المحتوى الإعلامي الذي تتابعه عبر القنوات الجزائرية الخاصة؟

(يمكنك اختيار أكثر من بديل)

- سياسي
- اقتصادي
- ثقافي
- تكنولوجي
- رياضي
- ديني
- اجتماعي
- ترفيهي
- بيئي

أخرى اذكرها:.....

16. ما مدى تأثرك بالمحتوى الإعلامي الذي تبثه القنوات الجزائرية الخاصة من ناحية

القيم الاجتماعية؟

- ضئيل
- كبير
- لا يوجد تأثير

17. هل تعتقد أنّ القنوات الجزائرية الخاصة تؤثر على الواقع؟

نعم

لا

18. إذا كانت إجابتك بنعم، كيف ذلك؟

.....

.....

.....

19. هل تعتقد أنّ القنوات الجزائرية الخاصة تساهم في زرع السلوكيات الإيجابية؟

نعم

لا

20. ما هي القيم الاجتماعية التي اكتسبتها من خلال القنوات الجزائرية الخاصة؟

(يمكنك اختيار أكثر من بديل)

التسامح والإحسان

الأمانة والصدق

المودة والرحمة

التعاون والتكافل الاجتماعي

التعايش السلمي

الحفاظ على البيئة

..... أخرى اذكرها:.....