



جامعة محمد بوضياف - المسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام و الاتصال



الإشباعات المحققة من استخدام الطلبة للقنوات الفضائية الإخبارية
الجزائرية.

"دراسة ميدانية على عينة من طلبة الماستر علوم الإعلام والاتصال جامعة محمد بوضياف بالمسيلة".

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال و علاقات عامة.

إشراف الأستاذ:

أحمد المهدي الزواوي

إعداد الطالب:

حيوش عبد الباسط

تاريخ المناقشة : 25 ماي 2016 على الساعة 11:30

الصفة	الجامعة	الاسم واللقب
رئيساً للجنة	جامعة محمد بوضياف - المسيلة -	أ- صالح بلخيري
مشرفاً ومقرراً		أ- أحمد مهدي الزواوي
عضواً مناقشاً		أ- سيفون باية

جوان 2016.

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
	شكر و عرفان
	ملخص الدراسة
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
أ - ب	مقدمة
الإطار المنهجي للدراسة	
05	1- إشكالية الدراسة
05	2- التساؤلات
06	3- أهمية الدراسة
06	4- أهداف الدراسة
06	5- أسباب اختيار الموضوع
07	6- منهج الدراسة و أدواته
10	7- عينة الدراسة الميدانية
21 - 15	8- تحديد المفاهيم
26 - 22	9- الدراسات السابقة
26	10- التعقيب على الدراسات السابقة
27	11- صعوبات الدراسة

فهرس المحتويات

الإطار النظري للدراسة	
الفصل الأول : مدخل لنظرية الاستخدامات و الاشباعات	
29	تمهيد
31-30	أولا : تطور المدخل
31	1- مرحلة الطفولة (المرحلة الوصفية)
31	2- مرحلة المراهقة (المرحلة التطبيقية)
31	3- مرحلة البلوغ (المرحلة التفسيرية)
32 – 31	ثانيا : فروض المدخل
39 – 33	ثالثا : العناصر الرئيسة التي تشكل المدخل
33	1- افتراض الجمهور النشط
34	2- الأصول الاجتماعية و النفسية لاستخدامات وسائل الاتصال
34	2-1- الأصول الاجتماعية لاستخدام وسائل الاتصال
36	2-2- الأصول النفسية لاستخدام وسائل الاتصال
36	3- دوافع تعرض الجمهور لوسائل الاتصال (أنواعها و وظائفها)
37	3-1- دوافع نفعية

فهرس المحتويات

37	3-2- دوافع طقوسية
38 - 37	4- اشباعات وسائل الاتصال
39	5- العلاقة بين الاستخدام و الاشباع
الفصل الثاني : البث الفضائي و القنوات الاخبارية	
43	أولا : البث الفضائي المباشر النشأة و التطور
44-43	1- مكونات البث الفضائي المباشر
44	1-1- القمر الصناعي
44	1-2- الهوائيات
51-44	2- بدايات البث الفضائي المباشر
52-51	ثانيا : القنوات الجزائرية الخاصة
51	1- تعريف القنوات الجزائرية الخاصة
52	2- العوامل المساعدة على ظهور القنوات الجزائرية الخاصة
59 - 52	ثالثا : ماهية الفضائيات الاخبارية
53	1- مفهوم القنوات الاخبارية
54-53	2- نشأة الفضائيات الاخبارية
55	3- أهداف الفضائيات الاخبارية
59-56	4- أهم القنوات الاخبارية الجزائرية

فهرس المحتويات

الاطار التطبيقي للدراسة	
97 -61	أولا : عرض و تحليل و مناقشة النتائج
72-61	المحور الأول: عادات و أنماط تعرض الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية
79-73	المحور الثاني: دوافع متابعة القنوات الإخبارية الجزائرية
97-80	المحور الثالث: الإشباعات المحققة من متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية.
99 -98	ثانيا : استنتاجات
100	ثالثا : خاتمة و توصيات البحث
قائمة المصادر و المراجع	
الملاحق	

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
11	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	01
12	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن.	02
13	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	03
14	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير التخصص	04
61	مشاهدة الطلبة للتلفاز	05
62	امتلاك الطلبة لأجهزة التلفاز	06
64	أماكن مشاهدة الطلبة للتلفاز	07
65	متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية	08
67	المدة التي يقضيها الطلبة يوميا في مشاهدة القنوات الإخبارية الجزائرية	09
68	أوقات متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية	10
70	الأشخاص الذين يتابع معهم الطلبة القنوات الإخبارية الجزائرية	11
71	الوسائل التي يتابع من خلالها الطلبة القنوات الإخبارية الجزائرية	12
73	يوضح القنوات الإخبارية التي يفضل الطلبة مشاهدتها حسب الأولوية.	13
74	البرامج التي يفضل الطلبة مشاهدتها في القنوات الإخبارية الجزائرية.	14
76	أكثر ما يشد انتباه الطلبة في القنوات الإخبارية الجزائرية.	15
78	أسباب مشاهدة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية	16
80	تلبية القنوات الإخبارية الجزائرية حاجات الطلبة.	17
82	تبرير اختيار الإجابة نعم	18
84	تبرير اختيار الإجابة لا	19
86	تأثير القنوات الإخبارية الجزائرية على الطلبة.	20
87	تبرير تأثير القنوات الإخبارية الجزائرية على الطلبة سلبا	21
89	تبرير تأثير القنوات الإخبارية الجزائرية على الطلبة إيجابا	22
91	استغناء الطلبة عن القنوات الأجنبية بمتابعة القنوات الإخبارية الجزائرية.	23
93	درجة تمتع القنوات الإخبارية بالحرية في نشرها للأخبار.	24
95	شعور الطلبة بالجدية في المنظومة الخيرية لهذه القنوات الإخبارية.	25
96	شعور الطلبة بالصدق اتجاه القنوات الإخبارية.	26

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
11	دائرة نسبية توضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	01
12	دائرة نسبية توضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن	02
13	دائرة نسبية توضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	03
14	دائرة نسبية توضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير التخصص	04
40	نموذج كاتز للاستخدامات و الاشباكات	05
41	نموذج روزنجرين للعلاقة بين الاستخدامات و الاشباكات	06
62	دائرة نسبية توضح مشاهدة الطلبة للتلفاز	07
63	دائرة نسبية توضح امتلاك الطلبة لأجهزة التلفاز	08
64	دائرة نسبية توضح أماكن مشاهدة الطلبة للتلفاز	09
66	دائرة نسبية توضح متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية	10
67	دائرة نسبية توضح المدة التي يقضيها الطلبة يوميا في مشاهدة القنوات الإخبارية الجزائرية.	11
69	دائرة نسبية توضح أوقات متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية	12
70	دائرة نسبية توضح الأشخاص الذين يتابع معهم الطلبة القنوات الإخبارية الجزائرية	13
72	دائرة نسبية توضح الوسائل التي يتابع من خلالها الطلبة القنوات الإخبارية الجزائرية	14 15
75	دائرة نسبية توضح البرامج التي يفضل الطلبة مشاهدتها في القنوات الإخبارية الجزائرية.	16
77	دائرة نسبية توضح أكثر ما يشد انتباه الطلبة في القنوات الإخبارية الجزائرية.	17
79	دائرة نسبية توضح أسباب مشاهدة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية.	18
81	دائرة نسبية توضح الإشباكات المحققة من متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية.	19
83	دائرة نسبية توضح تبرير اختيار الإجابة نعم.	20
85	دائرة نسبية توضح تبرير اختيار الإجابة لا.	21
86	دائرة نسبية توضح تأثير القنوات الإخبارية الجزائرية على الطلبة	22

فهرس الجداول و الأشكال

88	دائرة نسبية توضح تبرير تأثير القنوات الإخبارية الجزائرية على الطلبة سلبا	23
90	دائرة نسبية توضح تبرير تأثير القنوات الإخبارية الجزائرية على الطلبة إجابا	24
92	دائرة نسبية توضح استغناء الطلبة عن القنوات الأجنبية بمتابعة القنوات الإخبارية الجزائرية.	25
94	دائرة نسبية توضح درجة تمتع القنوات الإخبارية في نشرها للأخبار	26
95	دائرة نسبية توضح شعور الطلبة بالجدية في المنظومة الخيرية لهذه القنوات الإخبارية.	27
97	دائرة نسبية توضح شعور الطلبة بالصدق اتجاه القنوات الإخبارية.	28

يمثل الاتصال جوهر الحياة الاجتماعية و رمز التطورات التي عرفتها البشرية من المنمنمات و الرسومات الصخرية مرورا بالطباعة التي مثلت نقلة نوعية في نشر و تعميم المعرفة ، وصولا إلى تكنولوجيا الاتصال الحديثة التي طبعت حياتنا اليومية ، و الذي يعد الاتصال التلفزيوني عبر الأقمار الصناعية أحد أهم سماتها ، فإذا كان الانفجار المعرفي هو أحد المظاهر البارزة للعمولة ، فإن ما يمكن تسميته بالانفجار الفضائي هو أحد التحليلات الأكثر وضوحا لهذا الانفجار المعرفي¹ ، فقد شهد البث الفضائي العربي بشكل عام و في الجزائر بشكل خاص تزايدا ملحوظا في عدد القنوات الفضائية الخاصة خصوصا عبر القمر الصناعي "نايل سات" ، إلى جانب ما حدث من متغيرات و يحدث من حراك اجتماعي و سياسي في العالم ككل و إعادة النظر في التشريعات الاعلامية من خلال تحيينها بما يتماشى مع هذه التحولات و التغيرات التي تحدث داخل الأنساق الاجتماعية .

و تعتبر الجزائر من بين الدول التي مستها التطورات و التحولات السياسية و الاجتماعية التي شهدتها الأقطار العربية ، و ما نتج عنها من قنوات خاصة ، رغم أنها ما زالت تعمل على أساس أنها قنوات أجنبية و هي مرخص لها مثلها مثل البقية القنوات الفضائية العربية و الأجنبية الأخرى التي تمتلك مكاتب لها بالجزائر ، بالرغم من هذه الاشكالية القانونية من عدمها إلا أنها فتحت المجال أمام المشاهد الجزائري للتعبير عن انشغالاته و مشاكله و متطلباته الاجتماعية و السياسية و الثقافية فهي تبث كل ما يتعلق بالاجتمع الجزائري ، كما تعتبر القنوات الفضائية الاخبارية أحد افرازات التغيير الاعلامي الجزائري المراد منها لعب دور مهم و رئيسي في نقل الأخبار و الحقائق بكل شفافية و موضوعية و اعتماد السرعة و الآنية في نقلها.

و في هذا الصدد عرف المشهد الاعلامي بروز الخدمة الاخبارية و الاعلامية كميزة و خاصية مرتبطة بالتلفزيون بظهور و تنامي قنوات فضائية متخصصة في الأخبار المحلية و العالمية لتكون مصدرا لنقلها للجمهور و توجيه اهتماماتها بعرض أهم الأحداث و الأخبار و معالجة مختلف القضايا المحلية .

وسوف نتناول في هذه الدراسة موضوعا عن الاشباع المحققة من استخدام الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية ، و قد تطرقنا لهذا الموضوع من خلال الإطار المنهجي ، النظري و التطبيقي .

¹ حسن عماد مكاوي ، تكنولوجيا الاتصال في عصر المعلومات ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ص 241

في البداية تطرقنا و بشيء من التفصيل إلى الجوانب المنهجية للدراسة حيث مهدنا للموضوع و طرحنا الاشكالية و ضمت كل من التساؤلات ، أهمية الدراسة ، أهداف الدراسة ، أسباب اختيار الموضوع، ثم قمنا بتحديد المنهج الملائم للدراسة و حصرنا الأدوات و الأساليب ، و ضبطنا عينة الدراسة الميدانية، و شرحنا دلالات و مفاهيم بعض المصطلحات ذات العلاقة بالدراسة ، في الأخير الدراسات السابقة المشابهة لبحثنا بشيء من الإيجاز ، وصولا الى تحديد الصعوبات التي واجهتنا أثناء اجراء الدراسة .

أما الإطار النظري فقد ضم فصلين ، الأول خصصناه كمدخل لنظرية الاستخدامات و الاشباعات من خلال العناصر التالية : تطور المدخل ، فروض المدخل ، أما الفصل الثاني فقد خصصناه للبث الفضائي و القنوات الاخبارية بالتطرق للعناصر التالية: البث الفضائي المباشر النشأة و التطور ، القنوات الجزائرية الخاصة ، ماهية الفضائيات الاخبارية.

أما الإطار التطبيقي فقد خصص لعرض و تحليل و مناقشة النتائج ، لنصل إلى جملة من الاستنتاجات ، و قمنا بعرض خاتمة و أهم التوصيات في ظل ما تم التطرق اليه في الجانبين النظري و التطبيقي .

1. إشكالية الدراسة:

في ضوء الانفتاح الإعلامي الذي يعيشه العالم بفضل البث الفضائي المباشر ، و هي سمة عصر أصبحت فيه تكنولوجيا الإعلام و الاتصال مهيمنة ، حيث أسست لظهور عدة وسائل إعلامية متطورة ، كان من أهمها القنوات الفضائية ، ومع مرور الوقت تطورت و نضجت تجربتها و اتسعت أهدافها مسيرة مع الاعتماد على وسائل الإعلام في شتى مجالات الحياة ، فظهرت الحاجة إلى إعلام تلفزيوني متخصص سمح ببعث العديد من القنوات الجديدة .

و تعتبر الجزائر من الدول التي شهدت ميلاد مجموعة من القنوات الفضائية الخاصة فتحت المجال للمشاهد الجزائري للتعبير عن انشغالاته و مشاكله و متطلباته الحياتية ، ومن أهم النتائج التي أفرزها الإعلام الفضائي المتخصصة ، ظهور القنوات الفضائية الإخبارية ، المراد منها لعب دور رئيسي في نقل الأخبار و الحقائق بموضوعية.

و من بين المتلقين الذين تستهدفهم هذه القنوات الإخبارية فئة الشباب بشكل عام و الشباب الجامعي بشكل خاص، لما لهذه الفئة من أهمية في المجتمع كذلك كون هذه الشريحة الأكثر قابلية للتأثر بهذه القنوات بفعل ارتفاع حجم تعرضهم لها. في ضوء ذلك كله تتبلور مشكلة الدراسة كما يلي:

ما مدى استخدام طلبة علوم الإعلام و الاتصال للقنوات الإخبارية الجزائرية ؟

2. التساؤلات:

- 1- ما هي عادات و أنماط تعرض طلبة علوم الإعلام و الاتصال للقنوات الإخبارية الجزائرية ؟
- 2- ما هي دوافع متابعة طلبة علوم الإعلام و الاتصال للقنوات الإخبارية الجزائرية ؟
- 3- ما هي الإشباع المحققة من متابعة طلبة علوم الإعلام و الاتصال للقنوات الإخبارية الجزائرية ؟

3. أهمية الدراسة :

تكمن أهمية الدراسة فيما يلي:

- أهمية الإعلام، بعد أن أصبح ظاهرة فضائية تحاول كل القوى من خلالها أن تحدث من التأثيرات و التغييرات ما يتلاءم و مصالحها و لا شك أننا في أمتنا نشعر بوطأة هذه الظاهرة أكثر من غيرنا و من ثم يجب أن نوليها ما تستحق من اهتمام .
- أهمية الفئة - الطلبة الجامعيين- باعتبارها عماد الأمة وركيزة الحاضر و ذخيرة المستقبل المنشود، و هم الفئة الأكثر حيوية و تحمسا و عادة ما تميل لاستكشاف كل ما هو جديد خاصة في مجال الإعلام.

4. أهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى ما يلي:

- التعرف على عادات و أنماط تعرض الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية.
- معرفة دوافع متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية.
- التعرف على الإشباع المحققة من متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية .

5. أسباب اختيار الموضوع :

إن عملية اختيار موضوع للبحث يعد اللبنة الأولى للبحث العلمي ، و الحسم و الثبات على موضوع معين في مجال علوم الإعلام و الاتصال لم يعد سهلا بعد التطور المذهل الذي شهده هذا المجال و الذي ميز ظهور وسائل جديدة و تطور الوسائل القديمة، و تتمثل الأسباب التي دفعتنا في اختيار موضوعنا في ما يلي:

أ- الأسباب موضوعية:

- التلفزيون وسيلة اتصال سمعية بصرية لها قوة كبيرة في التأثير لاعتماده على عنصري الصوت و الصورة و تحظى بمتابعة الجمهور و لا يمكن الاستغناء عنه.
- ظهور العديد من القنوات الخاصة على الساحة الإعلامية في الجزائر بعد أن كان الأمر يقتصر فقط على القنوات العامة.
- تزايد الاهتمام الجماهيري بالقنوات الفضائية الإخبارية و أهميتها كمصدر لنقل الأخبار.

ب- الأسباب الذاتية:

- يعتبر الموضوع مهماً و صالحاً للدراسة خاصة في ظل ظهور القنوات المتخصصة و لعبها دوراً هاماً في التغيير و توجيه الرأي العام خاصة الإخبارية منها.
- الاهتمام الشخصي بالبث الفضائي الإخباري في الجزائر.
- التعرف على مدى استخدام الطلبة للقنوات الفضائية الإخبارية في ظل التطور التكنولوجي الذي مس قطاع الإعلام.

6. منهج الدراسة و أدواتها:

يعد المنهج في البحث العلمي العمود الفقري لكل دراسة ، فهو الضابط و الموجه الأساسي لكل باحث ، يتحدد استعماله حسب هدف الدراسة و الإشكالية العلمية المعالجة و جدير بنا إلى أن نشير إلى التنوع الكبير لمعنى هذا المصطلح ، إلا أنه لا يمكننا الخوض في هذا الكم المتنوع ، بينما يمكننا أن نورد بعضها ، فالمنهج هو الطريقة أو الأسلوب الذي ينتهجه العالم في بحثه أو دراسة مشكلة و الوصول إلى بعض النتائج¹ ، و يعرفه المنجد الفرنسي "le dictionnaires encyclopédique 2000" بأنه مجموعة من القواعد و المبادئ و المراحل المنظمة التي تتيح للباحث بلوغ النتائج (الأهداف)².

ويعتبر المنهج العلمي طريقة منظمة ، تتيح أسلوباً و خطة معينة لدراسة ظاهرة ما و يهدف التوصل إلى الحقائق و ترسيخ المعارف و اختبارها بعد التأكد من صحتها³.

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية و في إطارها استخدمنا منهج المسح بوصفه أنسب المناهج العلمية لجمع البيانات الميدانية عن ظاهرة معينة و توضيحها و تفسيرها و شرح العلاقات الارتباطية بين متغيراتها ، كما أنه يسمح بتكثيم الظواهر العلمية ، و هو يسمح بالخروج بتعميمات علمية و استخلاصات قابلة لإعادة الاختبار و التحقق من صحتها .

وفي إطار منهج المسح اعتمدت الدراسة على أسلوب المسح بالعينة، و ذلك لصعوبة إجراء الدراسة على المجتمع الكامل للدراسة (الطلبة الجامعيين).

¹ عبد الرحمان العيساوي، مناهج البحث العلمي في الفكر الإسلامي و الفكر الحديث، دار الراجب الجامعية ، لبنان، ص13.

² أحمد عظيمي، منهجية كتابة المذكرات و أطروحات الدكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 2009، ص12.

³ عقيل حسين عقيل، فلسفة مناهج البحث العلمي، مكتبة مدبولي، مصر ، 1999، ص47.

وقد اعتمدت الدراسة أداة الاستمارة في جمع المعلومات وهي قائمة تتضمن مجموعة من الأسئلة معدة بدقة ترسل إلى عدد كبير من أفراد المجتمع يكونون العينة الممثلة للحصول على حقائق وبيانات تتعلق بالظروف الاجتماعية القائمة بالفعل أو موضوعات ترتبط بأهداف الدراسة¹.

- اختبارات الصدق و الثبات:

يتعرض الباحث أثناء تصميمه لأداة البحث التي تتمثل في دراستنا في استمارة الاستبيان إلى أخطاء متنوعة تتعلق بتصميم المقاييس التي تستخدم لقياس الظاهرة محل البحث والدراسة لأن استمارة الاستبيان عبارة عن مجموعة من المقاييس صممت لتجيب على التساؤلات المطروحة في الدراسة، وأخطاء تتعلق بالمبحوثين وهي خارجة عن إرادة الباحث، و للتعرف على هذه الأخطاء و تجنبها وجب علينا القيام ببعض الاختبارات على استمارة الاستبيان قبل توزيعها من بين الاختبارات الواجب على الباحث إجراؤها ما يلي:

1. اختبارات الصدق:

عرض القائمة على الأساتذة المحكمين:

يتمثل هذا الاختبار في معرفة ما إذا كانت الأداة صادقة أي أن تصميم الأداة كان بشكل جيد وسليم، يمكننا من قياس موضوع الدراسة.

أ- صدق المحتوى:

عرضت الصورة الأولية لاستمارة الاستبيان على الأساتذة المحكمين الأستاذ اسعيداني سلامي و الأستاذ عبد المالك صاوي وذلك للحكم الظاهري على صلاحية و مناسبة العبارات الموضوعية لدراسة ، وكذا إضافة بعض الأسئلة التي من شأنها إثراء الاستبيان، بحذف أو تعديل ومعرفة مدى إلمام استمارة الاستبيان بجميع التساؤلات، وقد أسفرت العملية على جملة من الملاحظات أخذت بعين الاعتبار حيث تم إجراء بعض التعديلات المناسبة كإضافة بعض الأسئلة.

ب- الصدق البنائي:

أجمع المحكمين على أن محاور استمارة الاستبيان المصممة ملمة بجميع التساؤلات المطروحة في الجانب المنهجي المتعلق بالدراسة.

¹ حسن السعاتي ، تصميم البحوث الاجتماعية ، دار النهضة العربية للطباعة والنشر بيروت ، 1982 ، ص 182 .

الصورة المعدلة للاستبيان:

بعد تعديل الاستبيان والأخذ بعين الاعتبار كل ملاحظات الأساتذة المحكمين تكونت الصورة النهائية المعدة للتطبيق من 03 محاور 26 سؤال.

2. اختبارات الثبات:

المقصود بثبات الاستبيان أن يعطي نفس النتائج إذا أعيد تطبيقه عدة مرات متتالية ، فكلما زاد عدد الأسئلة كلما ارتفع الثبات ، وكلما كان عدد الفقرات أو الأسئلة في الاستبيان أكثر كلما ارتفع معامل الارتباط، لأن العلاقة بين طول الاستبيان وثباته علاقة طردية.

اعتمدنا في دراستنا على طريقة الاختبار وإعادة الاختبار على مجموعة من الطلبة تمثلت في 10 أفراد بفاصل زمني قدره يوم واحد من التوزيع الأول.

تقدر قيمة الثبات كميًا بحساب معامل الارتباط بحيث تكون القيمة محصورة بين (1+) و (1-) فكلما اقتربت نتيجة الاختبار من (1+) كلما كان المقياس على درجة عالية من الثبات والعكس فقد تم حساب معامل الارتباط بناء على نتائج الاختبارات المتمثلة في طريقة الاختبار وإعادة الاختبار على 10 أفراد من عينة الدراسة بالطريقة التالية:

حساب معامل الارتباط لبيرسون:

$$Reliability = \frac{2(r)}{1 + (r)}$$

وقيمة r لبيرسون يتم حسابها من العلاقة التالية :

$$r = \frac{\sum XY - \frac{(\sum X)(\sum Y)}{n}}{\sqrt{\left(\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}\right)\left(\sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n}\right)}}$$

r : معامل الارتباط.

X: نتائج الاختبار الأول.

Y: نتائج الاختبار الثاني.

n: عدد أفراد العينة.

∑: المجموع.

من خلال حساب معامل الارتباط للمقاييس المصممة في استمارة الاستبيان تحصلنا على النتيجة التالية:

وجدنا ثبات أداة البحث ككل يساوي $r=0.94$ ومنه تأكد لنا أن الأداة على درجة كبيرة من الثبات.

7. عينة الدراسة الميدانية:

من المقرر علمياً أنه يتعذر على باحث دراسة شاملة لكل مفردات المجتمع المدروس حيث أن البحث تحكمه عوامل مادية وطاقت بشرية وكذلك مدة زمنية لإنهائه¹.

وتعرف العينة على أنها مجموعة من الأفراد مشتقة من المجتمع الأصلي ، ويفترض فيها أنها تمثل المجتمع الأصل تمثيلاً حقيقياً².

و قد طبقت الدراسة على عينة قصدية قوامها 60 مفردة من طلبة الماستر في قسم علوم الاعلام و الاتصال الذين يمتلكون و يشاهدون القنوات الاخبارية الجزائرية و ذلك لضمان دقة اجابتهم على جميع الأسئلة نتيجة تعرضهم باستمرار لهذه القنوات.

وصف عينة الدراسة:

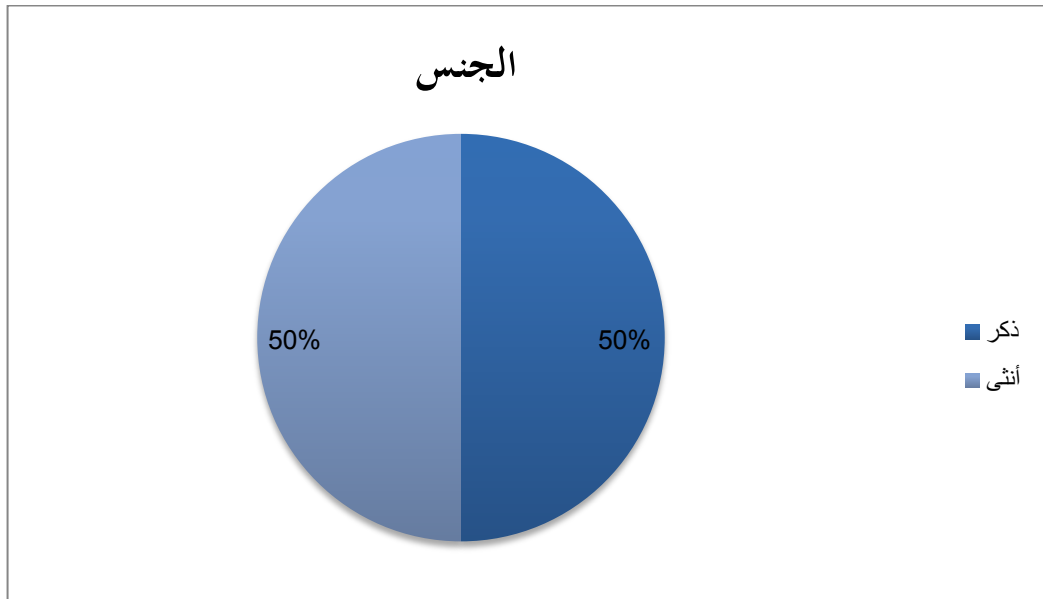
بعد أن تم توزيع 60 استمارة استبيان على طلبة علوم الإعلام و الاتصال في طور الماستر للسنة الأولى والثانية ماستر تخصص اتصال و علاقات عامة و صحافة مكتوبة و بعد استرجاعها تم إحصاء 60 استمارة تعتبر صالحة لإجراء الدراسة و قد توزعت عينة الدراسة الحالية المكونة من 60 فردا حسب متغير الجنس إلى 30 ذكرا و 30 أنثى كما هو موضح في الجدول التالي:

¹ محمد زيان عمر، البحث العلمي ومناهجه وتقنياته ، دار الشروق، جدة ، 1983 ، ص 28 .

² حمدي أبو الفتوح عطية ، منهجية البحث العلمي وتطبيقاتها في الدراسات التربوية والنفسية ، دار النشر للجامعات، القاهرة ، 1996 ، ص 271.

الجدول رقم 01: يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس.

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	30	%50
أنثى	30	%50
المجموع	60	%100



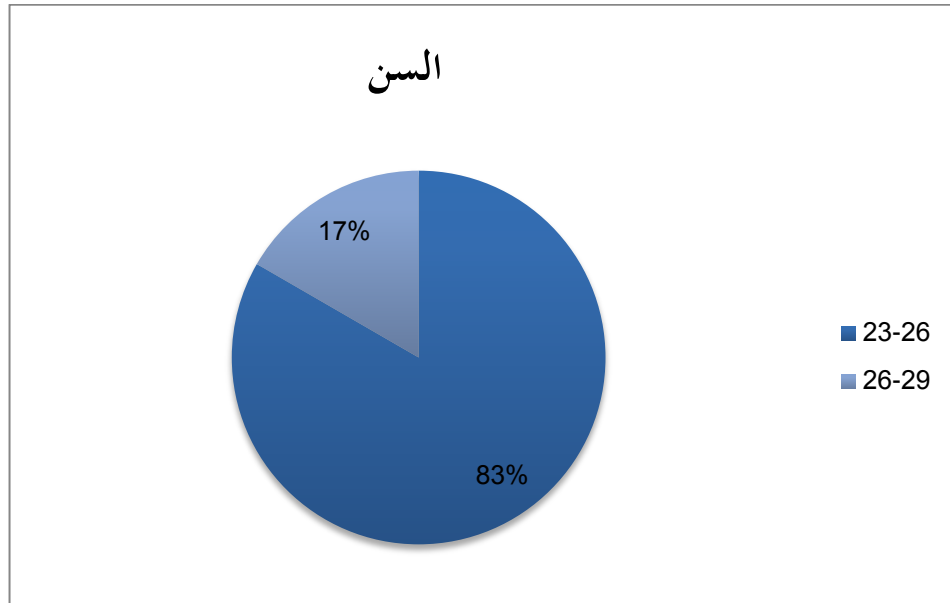
الشكل رقم 03: دائرة نسبية توضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس.

يتبين لنا من خلال النتائج الواردة في الجدول و الشكل رقم 01 أن هناك تساوي في نسبة أفراد العينة من

جنس الذكر و الأنثى بنسبة %50.

الجدول رقم 02: يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن.

السن	التكرار	النسبة المئوية
26-23	50	83%
30-27	10	%17
المجموع	60	%100

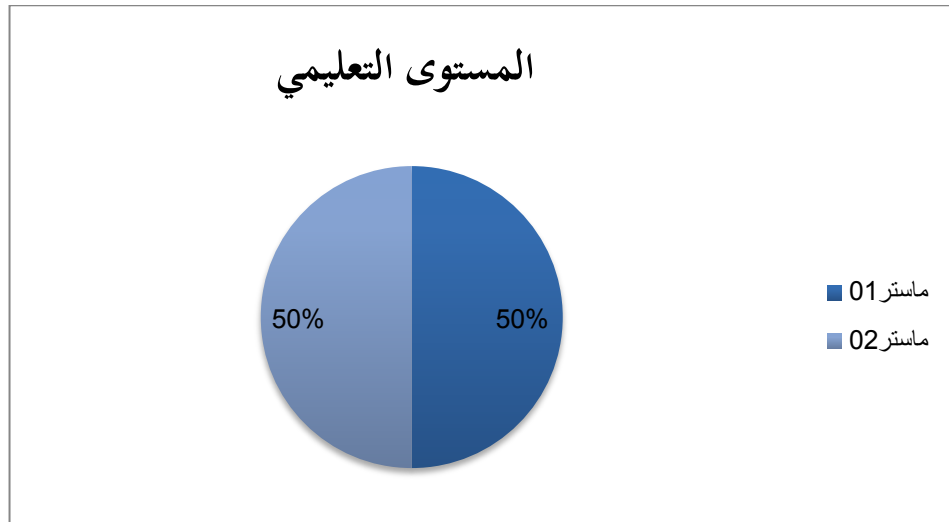


الشكل رقم 04: دائرة نسبية توضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن.

يتضح لنا من خلال الجدول و الشكل رقم 02 اللذان يوضحان توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن أن نسبة الطلبة الذين يتراوح سنهم بين 23-26 سنة هم أكثر نسبة مقدرة بنسبة 83% تليها نسبة 17% للطلبة الذين يقدر سنهم بين 29-29 بنسبة 17%.

الجدول رقم 03: يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي.

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
%50	30	ماستر 01
%50	30	ماستر 02
%100	60	المجموع



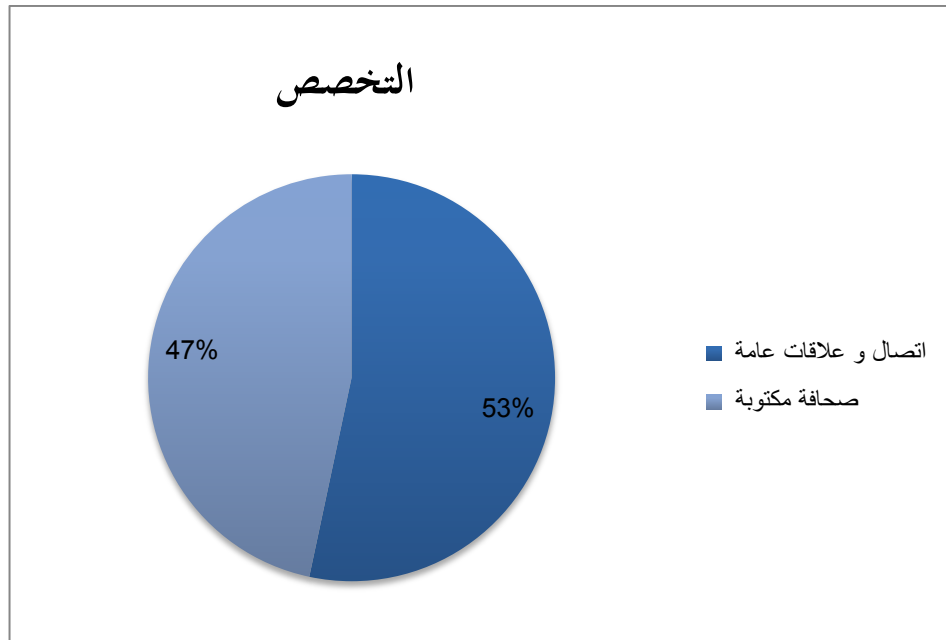
الشكل رقم 05: دائرة نسبية توضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي.

يتبين لنا من خلال النتائج الواردة في الجدول و الشكل رقم 03 أن هناك تساوي في نسبة أفراد العينة من

تخصص الماستر 01 و الماستر 02 بنسبة 50%.

الجدول رقم 04: يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير التخصص.

التخصص	التكرار	النسبة المئوية
اتصال و علاقات عامة	32	%53
صحافة مكتوبة	28	%47
المجموع	60	%100



الشكل رقم 06: دائرة نسبية توضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير التخصص.

يتضح لنا من خلال الجدول و الشكل رقم 04 اللذان يوضحان توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير التخصص أن نسبة الطلبة الذين يدرسون بتخصص اتصال و علاقات عامة هم أكبر نسبة تمثلت في %53 يليها طلبة تخصص الصحافة المكتوبة بنسبة %47

8. تحديد المفاهيم:

● الاستخدام:

تعريف الاستخدام لغة:

الاستخدام في اللغة العربية مأخوذ من: استخدم (الرجل غيره) استخدمه استخداما فهو مستخدم، والآخر مستخدم أي اتخذه خادما، طلب منه أن يخدمه.

واستخدم الإنسان الآلة أو السيارة استعمالها في خدمة نفسه.¹

والاستخدام يعني الاستعمال في اللغة الفرنسية: استخدام - استعمال: utilization, usage ، emploi

و في اللغة الإنجليزية يأتي بمعنى : الاستعمال: to employ ، to use ، taking, أو التوظيف : to recruit ، to engage .

تعريف الاستخدام اصطلاحا:

هو استعمال شيء ما أداة أو وسيلة أو عدة أشياء، واستغلالها لتلبية حاجات معينة لدى الأفراد في حياتهم.

يشير الدكتور عبد الوهاب بوخنوفة ، إلى أن مفهوم الاستخدام يؤدي إلى المعنى ماذا يفعل الناس حقيقة بالأدوات أو الأشياء التقنية ؟ مفهوم الاستخدام يقتضي أولا الوصول إلى التقنية أو الوسيلة ، بمعنى أن تكون متوفرة ماديا² ، ثم يأتي بعد ذلك العوامل الاجتماعية و الفردية و التي تعمل على تشجيع الاستخدام أو تعمل على إعاقته .

¹ عصام نور الدين، معجم نور الدين الوسيط عربي-عربي، دار الكتب العلمية ، بيروت، 2005 ، ص102

² عبد الوهاب بوخنوفة ، الأطفال و الثورة المعلوماتية ، التمثل و الاستخدامات، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية ، العدد 02.

إن مفهوم الاستخدام "usage" الذي ظهر في اللغة الفرنسية في القرن 17م يشير إلى نشاط اجتماعي يتم ملاحظته بسبب تواتره ، و يتمثل استخدام شيء ما و الاستفادة منه لغاية محددة أو لتلبية حاجة معينة ، فالاستخدام يشير إلى ممارسة كما يحيل أيضا إلى تصرفات أو عادات ¹.

إجرائيا :

يقصد "بالاستخدام" في دراستنا كيفية تعرض الطلبة للقنوات الفضائية الإخبارية الجزائرية و كذا متابعتهم لها من خلال عاداتهم و أنماطهم.

• الإشباع:

تعريف الإشباع لغة :

أشبعه أي وفره، وكل ما وفرته فقد أشبعته، حتى الكلام يشبع فتوفر حروفه ² ، وجاء في المعجم العربي الأساسي لاروس: اشبع يشبع إشباعا، اشبع الشيء: بالغ فيه، اشبع الطفل ضربا: بالغ في ضربه، اشبع نحمه العلمي: أكثر من البحث والقراءة، اشبع الشيء : وفاه. ³

تعريف الإشباع اصطلاحا :

هو إرضاء رغبة أو بلوغ هدف ، أو خفض دافع ما ، و تدل الكلمة على الحال التي يتم فيها ذلك ، ويعني الإشباع في نظرية التحليل النفسي، خفض التنبيه والتخلص من التوتر، فالتراكم ، والتنبيه يولد إحساسا بالألم، ويدفع الجهاز إلى العمل لكي يحدث مرة أخرى حالة إشباع يدرك فيها خفض للتنبيه كأنه لذة. ⁴ و في مجال الاتصال الجماهيري كاتر و بلومر "أول من طرحا هذه الرؤية الجديدة لدراسة الاتصال الجماهيري في كتابهما الشهير "استخدامات وسائل الاتصال الجماهيري" عام 1974 ، و هي رؤية تفترض أن يكون التساؤل الأساسي ما الذي يفعله الناس بوسائل الإعلام ؟ و ليس ما الذي تفعله وسائل الإعلام بالناس ؟ ⁵.

¹ عبد الوهاب بوخونوفة ، المدرسة ، التلميذ و المعلم و تكنولوجيايات الإعلام و الاتصال ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في الإعلام و الاتصال ، قسم علوم الإعلام و الاتصال ، جامعة الجزائر ، 2006 ، 2007 ، ص 35 .

² محب الدين أبي فيض السيد الحسيني، تاج العروس من جواهر القاموس، المجلد 11، دار الفكر للطباعة و النشر والتوزيع، 1994، ص293.

³ تأليف جماعة من كبار المؤلفين العرب، المعجم العربي الأساسي لاروس، المنظمة العربية للثقافة و العلوم ، ص.426.

⁴ محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر، مصر ، 2004 ، ص 74.

⁵ رشيد حجاب ، الموسوعة الإعلامية ، المجلد السابع ، القاهرة دار الفجر للنشر و التوزيع ، 2003 ، ص 403.

• الحاجات و الدوافع:

مصطلحان يستعملان بصفة متبادلة من قبل الباحثين في هذا التقليد من الأبحاث الخاصة بالاستخدامات و الإشباعات ، و يعرف محمد منير حجاب الدافع على أنه عامل انفعالي حركي فطري أو مكتسب شعوريا و لا شعوري يسير نشاط الفرد للأداء و الإنجاز ، أو تحقيق غاية و ينشأ داخل الفرد كنتيجة لخبراته السابقة توجهه لتحقيق هدف معين¹. و تعتبر الحاجات و الدوافع من العوامل المحركة للاتصال ، و تكمن أهميته بالنسبة للفرد في إمكانية هذا الأخير أي الاتصال في إشباع حاجات الفرد و تلبية دوافعه ، و تتحدد هذه الدوافع و الحاجات بعوامل بيولوجية و نفسية و اجتماعية و التي يشبعها الأفراد تبعا لظروفهم عن طريق الوسائل الطبيعية من خلال التفاعل و الاتصال وجها لوجه ، أو من خلال اللجوء إلى التعرض لوسائل الإعلام².

تعريف الدوافع لغة :

الدافع مشتق من دفع ، الدفع: الإزالة بقوة³ ، دفعته دفعا نحيته فاندفع ، ودفعت القول رددته بالحجة ودفعت الوديعة إلى صاحبها رددتها إليه⁴ ، واستدفع الله الأسوء ، طلب منه أن يدفعها عنه ، وتدافعوا في الحرب دفع بعضهم بعضا⁵.

تعريف الدوافع اصطلاحا :

يعرفه محمد مصطفى زيدان أنه : (حالة فسيولوجية وسيكولوجية داخل الفرد تجعله ينزع إلى القيام بأنواع معينة من السلوك في اتجاه معين ، بهدف خفض حالة التوتر لدى الكائن الحي وتخليصه من حالة عدم التوازن عن طريق إزالة الظروف المثيرة وبالتالي إشباع الدافع الذي يحركه)⁶ ، كما يعرف على أنه قوة نظرية كامنة تحض الإنسان على ما يجلب له الملذة والمسرة أو يشبع حاجته الضرورية أو يرد الخطر الذي يعود عليه بالألم والحسرة و

¹ محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، المجلد الثالث، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، ص 161

² السعيد بومعيرة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، أطروحة لنيل شهادة دكتورا دولة في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2005/2006، ص 61.

³ ابن منظور ، لسان العرب ، مج2، دار المعارف ، ص 1394

⁴ أحمد الفيومي ، كتاب المصباح المنير في غريب الشرح الكبير للرافعي ، دار القلم ، بيروت ، ص 266-267 .

⁵ مجد الدين الفيروز أبادي، القاموس المحيط ، مج3 ، دار الكتاب العربي ، ص 21 .

⁶ محمد مصطفى زيدان، الدوافع والانفعالات ، ط1، دار عكاظ للطباعة والنشر، جدة ، 1984 ، ص 36.

حالة داخلية ، جسدية أو نفسية ، فطرية أو مكتسبة ، تثير السلوك وتحدد نوعيته واتجاهه ، وتسير به نحو تحقيق أهداف معينة من شأنها إرضاء جانب معين من جوانب الحياة الإنسانية¹.

و يعرفه قباري محمد إسماعيل الدافع بأنه : (مثير أو منبه له تأثير مستمر يسيطر على سلوك الإنسان الفرد حتى يتحقق النزوع أو الاستجابة التي تغير من الموقف كله بعد إتمام عملية نشاط ديناميكي تؤدي إلى إشباع هذا المثير بحيث يستجيب الفرد بشكل يؤدي إلى زوال حدة التوتر أو التأثير المنبه)².

تعريف الدوافع إجرائيا:

في دراستنا نقصد بالدوافع العوامل و الأسباب التي تؤدي الطلبة لمشاهدة و متابعة القنوات الاخبارية الجزائرية.

تعريف الحاجات لغة:

الحاجة أو الحاجة : المأرية ، الحاجة في كلام العرب الأصل فيها حائجة حذفوا منها الياء ، فلما جمعوها ردوا إليها ما حذفوا فقالوا حاجة وحوائج حيث ذكر ابن السكيت في كتابه الألفاظ باب الحوائج يقال في جمع حاجة ، حاجات وحاج ، وحوج وحوائج³

تعريف الحاجات اصطلاحا:

عرف هيل Hill الحاجة أنها حالة لدى الكائن الحي ينشأ عن انحراف أو حيد العوامل البيئية عن الشروط البيولوجية المثلى اللازمة (حفظ بقاء الكائن الحي) وهي التي تحدد سلوك الكائن لأنها هي التي تحتها على أن يحدث الاستجابة المناسبة التي تعمل على إشباعها أو اختزالها⁴.

و عرفت بأنها حالة من التوتر أو عدم التوازن تتطلب نوعا من النشاط لإشباع هذه الحاجة¹.

¹ محمد السيد محمد الزعبلاوي ، المراهق المسلم -خصائص النمو المسلم - ، ط1 ، مؤسسة الكتب الثقافية، المملكة العربية السعودية ، 1998 ص 11.

² قباري محمد إسماعيل علم الاجتماع الجماهيري وبناء الاتصال ، دراسة في الاعلام واتجاهات الرأي العام ، منشأة المعارف الإسكندرية ، 1984، ص184.

³ ابن منظور ، مرجع سابق ، ص. ص 1038 - 1039 .

⁴ محمد مصطفى زيدان الدوافع والانفعالات، ط1 ، دار عكاظ للطباعة والنشر، جدة ، 1984 ، ص29.

وقد قدم ماسلو Maslow تقسيماً على شكل هرم في ست أنواع للحاجات في نظام تسلسلي حيث تشكل قاعدته الحاجات الفسيولوجية ثم تليها حاجات الشعور بالأمان ثم حاجات الحب والشعور بالانتماء وبعد ذلك تأتي حاجات الشعور بالاعتبار ثم حاجات تحقيق الذات ثم سادسا وأخيرا حاجات الفهم والمعرفة التي تظهر من خلال الرغبة في الكشف ومعرفة حقائق الأمور وحب الاستطلاع ، حيث يذكر ماسلو أن هذا النوع السادس قد تكون فيه الحاجات واضحة عند بعض الأفراد أكثر مما تكون لدى البعض الآخر ، وقد تأخذ هذه الحاجات صورة أعمق في بعض مظاهر السلوك لدى بعض الأفراد وتبدو في الرغبة في التحليل والتنظيم والربط وإيجاد العلاقات بين الأشياء ، و يؤكد ماسلو على أهمية ضرورة نظام التسلسل في إشباع الحاجات ابتداء بالحاجات الفسيولوجية التي تمثل قاعدة هذا النظام قبل محاولة إشباع أي مستوى آخر يتلو هذه المرحلة².

• تعريف التلفزيون:

يعرف بأنه وسيلة نقل الصورة و الصوت في وقت واحد بطريق الدفع الكهربائي يتكون من مقطعين (tele) ويعني عن بعد و الثاني (VISION) و يعني الرؤية³ و جاء تعريفه في معجم المصطلحات الإعلامية أنه " وسيلة من وسائل الاتصال تعتمد على الصورة و الصوت في آن واحد ، جمعت بين خواص الإذاعة المسموعة و خواص الرسالة المرئية ، و يعني معناه اللفظي نقل الصور و المرئيات من بعيد ، و يعمل التلفزيون على أساس تحويل الصور و الأشكال إلى أشعة ، لتتحول بواسطتها إلى موجات أثرية تنتشر في الجو و يصبح بالإمكان التقاطها بواسطة أجهزة خاصة من أجهزة الاستقبال التي تحول الموجات الأثرية إلى أشعة من جديد ثم إلى صورة ، و يعتبر من أكثر وسائل الاتصال انتشارا و تأثيرا "⁴.

• الفضاءيات:

تعريف الفضاءيات لغة:

من الفضاء وهو من الكواكب والنجوم من مسافات مثال :أطلق صاروخا في الفضاء، ورجل الفضاء هو الذي ينتقل في عربة فضائية خارج أجواء الأرض، والفضائية هي جهاز متعلق بالفضاء⁵.

¹ عمر لعوية ، علم النفس التربوي ، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة ، 2004 ، ص 34 .

² محمد مصطفى زيدان الدوافع والانفعالات، ط1 ، دار عكاظ للطباعة و النشر، جدة ، 1984 ، ص،ص 44-45

³ محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر، القاهرة ، مصر، 2004، ص 114.

⁴ محمد شطاح ، الإعلام التلفزيوني ، مرجع سابق ، ص 12.

⁵ مجموعة مؤلفين: المنجد في اللغة العربية، دار الشرق للطباعة ، ط2 ، 2001 ، ص 322.

تعريف الفضائيات اصطلاحاً:

هي قنوات تبث عبر شبكة من الأقمار الصناعية التي تدور حول الأرض في مسارات محددة عموماً بالزاوية والاتحاد على البوصلة، لتحديد اتجاه التقاط كل مجموعة من القنوات التي يتم بثها، ولكي يتجاوز هذا الإرسال نطاق الحدود الجغرافية لدولة الإرسال، حيث يمكن استقباله في دول ومناطق أخرى عبر أجهزة خاصة لاستقبال والتقاط الإشارات الوافدة من القمر الصناعي ويمكن التقاط بثها التلفزيوني في مناطق عديدة عبر أجهزة الاستقبال والأطباق اللاقطة¹

وهي الصورة المطورة عبر الشبكات التلفزيونية الأرضية والكابلية، التي توفر إمكانية الوصول المباشر إلى قنوات تلفزيونية، بحيث تضع بتصريف المتلقي عدداً هائلاً منها، وبالنظر إلى قنوات الاتصال - بدءاً من أبعادها الواسعة أو من الربط على مسافات طويلة - فإن الأداة التي حسمت هذه التغييرات هو القمر الصناعي المتوضع على مسافة من الأرض يستطيع معها أن يحتفظ دوماً بالمكان نفسه بالنسبة إلى الأرض².

• الفضائيات الإخبارية:

هي القنوات المتخصصة في تقديم الخدمة الإخبارية بأشكالها ومضامينها المختلفة، على مستوى النشرات و البرامج الإخبارية، و البرامج التي تناقش قضايا الساعة في كل المجالات³.

أي هي نمط من أنماط التلفزيون الذي يكرس جل وقته للأخبار والتعليق عليها والبرامج الإخبارية ويستخدم الأقمار الصناعية للوصول إلى مشاهديه⁴.

و في دراستنا هي القنوات الإخبارية الجزائرية " الشروق News ، دزائر News ، المغاربية ، نوميديا News ، النهار TV ، قناة الخبر KBC .

¹ هناء السيد، الفضائيات وقادة الرأي، ط1، العربي للنشر، مصر ، 2005 ، ص 37.

² فريال مهنا، علوم الإعلام و الاتصال في المجتمعات الرقمية، دار الفكر المعاصر، بيروت، 2002، ص 390.

³ عادل عبد الغفار، تقويم الأداء المهني للقنوات الفضائية الإخبارية ، الفضائيات العربية و متغيرات العصر، الدار المصرية و اللبنانية ، القاهرة 2005 ، ص314.

⁴ www.athagafy.com/Media/start3.htm ، 2016 / 02 / 25 .

• الجامعة :

لا يوجد تعريف قائم بذاته أو تحديد شخصي وعلمي لمفهوم الجامعة، لذلك فإنّ كل مجتمع ينشئ جامعتة ويحدد أهدافها بناء على ما تملّيه عليه مشاكله ومطامحه وتوجيهه السياسي والاقتصادي والاجتماعي، فالجامعة مؤسسة تكوينية لا تحدد بمفردها أهدافها وتوجيهات تلك الأهداف، بل العكس فهي تتلقاها من المجتمع الذي يعتبر الأساس، وهو الوحيد الذي بإمكانه أن يمدها بالحياة وبالمدلول وبالواقع.

وقد تعددت تعاريف الجامعة "فهي مؤسسة أو مجموعة أشخاص يجمعهم نظام أو نسق خاصين، تستعمل الوسائل وتنسق بين مهام مختلفة للوصول بطريقة ما إلى معرفة"¹، تهدف إلى هدف واحد وهو المعرفة؛ أو "هي مجموعة من الناس وهبوا أنفسهم لطلب العلم دراسة وبجثا" أي تنحصر في الطلبة والأساتذة.²

كما تعتبر الجامعة أيضا مؤسسة تعليمية و في دراستنا تتمثل في جامعة محمد بوضياف بالمسيلة.

• الطالب الجامعي :

هو ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءته العلمية بالانتقال من المرحلة الثانوية أو مرحلة التكوين المهني أو الفني العالي إلى الجامعة تبعا لتخصصه الفرعي بواسطة شهادة تؤهله لذلك. ويعتبر الطالب احد العناصر الأساسية والفعالية في العملية التربوية طيلة تكوين الجامعي إذ انه يمثل عدديا النسبة العالية في المؤسسة الجامعية يرى علي حلمي : " إن المجتمعات تعمل على أن يفتح الطلبة على وعي اجتماعي وسياسي يتجه في سبيل المجتمع وتماسكه"³

و في دراستنا يتمثل في طلبة الإعلام و الاتصال بجامعة المسيلة مستوى ماستر 1 و ماستر 2 تخصص اتصال و علاقات عامة و صحافة مكتوبة .

¹ فضيل دلبو وآخرون، إشكالية المشاركة الديمقراطية منشورات جامعة قسنطينة، الجزائر 2001، ص7.

² تركي رابح، أصول التربية والتعليم ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1990، ص7.

³ علي حلمي، دور الشباب في التنمية الاجتماعية و الاقتصادية، المكتبة الأنجلو المصرية، مصر، 1997، ص254.

9. الدراسات السابقة :

من خلال عملية البحث المتواصل و بعد القراءة المتأنية لبعض الدراسات التي أتاحت إلينا وجدنا بعض الدراسات المشابهة للموضوع و هي كالتالي :

أولا :

- استخدامات الشباب العربي للقنوات الفضائية و تأثيراتها فيهم "دراسة حالة لطلاب معهد البحوث و الدراسات العربية" من إعداد : الأستاذة الدكتورة منى سعيد الحديدي، الأستاذة الدكتور عاطف العبد ، الدكتور أيمن منصور ندا ، 2006

انطلقوا من الإشكالية التالية :

"في ضوء ذلك كله تتبلور مشكلة الدراسة و تتحدد أهدافها في التعرف على استخدامات الشباب العربي للقنوات الفضائية و إشباعاتهم المتحققة من هذا التعرض ، و تأثير ذلك في بعض الأبعاد و الجوانب النفسية و الاجتماعية و المعرفية و السياسية لدى هؤلاء الشباب ، وصولا إلى رؤية كاملة لتأثيرات هذه القنوات سلبا و إيجابا."

• أهداف الدراسة :

- أ- تعرف أنماط تعرض الشباب العربي للقنوات الفضائية و عاداته من خلال معدل مشاهدة الشباب العربي للقنوات الفضائية ، و نوعية القنوات التي يحرص الشباب على متابعتها ، و المضامين التي يشاهدونه .
- ب- تعرف دوافع الشباب العربي من وراء التعرض للقنوات الفضائية و استخداماته إياها و الإشباعات التي تحققها له .
- ت- قياس أنماط التعرض للقنوات الاختبارية و قنوات الدراما و الرياضة و عاداته و تأثيراتها في الشباب العربي .

و كانت خطة الدراسة كالتالي :

- مقدمة الدراسة
- الفصل الأول : الإطار النظري للدراسة
- تمهيد
- نظرية الغرس الثقافي و فروضها

- مدخل الاستخدامات و الإشباعات
- الفصل الثاني : الدراسات السابقة
- الفصل الثالث : الإطار المنهجي للدراسة
- الفصل الرابع : النتائج العامة للدراسة
- الفصل الخامس : نتائج اختبارات الفروض
- الخلاصة

اعتمدت الدراسة على منهج المسح بأسلوب المسح بالعينة " طلبة معهد البحوث و الدراسات العربية و استخدمت استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات و توصلوا من خلالها للنتائج التالية :

- ارتفاع معدل تعرض الشباب للقنوات الفضائية بصفة عامة و القنوات العربية بصفة خاصة
- إن أكثر القنوات التي يتعرض إليها الشباب العربي و يفضلها هي تلك القنوات التي تتسم بالطابع العربي.
- سيطرة القنوات الفضائية الخليجية باختلاف أنواعها و مضامينها على قائمة تفضيلات المبحوثين.
- بروز قنوات الدراما و الأفلام في قائمة تفضيلات المشاهدة لدى الشباب العربي .
- انخفاض مستوى المعرفة السياسية لدى الشباب العربي.

ثانيا :

" دور الفضائيات الإخبارية الجزائرية في تنمية الوعي السياسي لدى أساتذة الجامعة -دراسة ميدانية على عينة من أساتذة كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية جامعة الدكتور يحي فارس المدية" - مذكرة لنيل شهادة الماستر اتصال و علاقات عامة 2014 / 2015

من إعداد الطالبة : جمعي فتيحة

انطلقت من الإشكالية التالية:

" هل للقنوات الفضائية الإخبارية الجزائرية الخاصة دور في تنمية الوعي السياسي للأساتذة الجامعيين بجامعة د يحي فارس بالمدية ؟ "

و تفككت للتساؤلات التالية :

- ما مدى ثقة الأساتذة في القنوات الفضائية الإخبارية الجزائرية الخاصة ؟
- ما مدى تلبية القنوات الفضائية الإخبارية الجزائرية الخاصة لحاجات ورغبات الأساتذة ؟
- ما مدى تأثير الأساتذة الجامعيين بالقنوات الفضائية الإخبارية الجزائرية الخاصة؟
- هل يفضل الأساتذة الجامعيين القنوات الفضائية الإخبارية الجزائرية الخاصة مقارنة بوسائل أخرى؟

و كانت خطة الدراسة كالتالي :

مقدمة

- الإطار المنهجي

- 1- إشكالية الدراسة
- 2- تساؤلات الدراسة
- 3- أهمية الدراسة
- 4- أهداف الدراسة
- 5- أسباب اختيار الموضوع
- 6- تحديد المفاهيم و المصطلحات
- 7- منهج الدراسة و أدواتها
- 8- مجتمع البحث و عينة الدراسة
- 9- الدراسات السابقة
- 10- صعوبات الدراسة

- الإطار النظري

● الفصل الأول : ماهية القنوات الفضائية الجزائرية

المبحث الأول : نبذة عن القنوات الفضائية العربية

المبحث الثاني : مفهوم القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة

المبحث الثالث: تصنيفات القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة

المبحث الرابع : أهم القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة

المبحث الخامس : العوامل المساعدة على ظهور القنوات الإخبارية الخاصة

● الفصل الثاني : ماهية الوعي السياسي

تمهيد

المبحث الأول : مفهوم الوعي السياسي

المبحث الثاني : أنماط الوعي السياسي

المبحث الثالث : أبعاد الوعي السياسي و أدوات تكوينه

المبحث الرابع : أهمية الوعي السياسي

- الاطار التطبيقي :

● الفصل الثالث : تحليل العينة و استخلاص النتائج

المبحث الأول : التحليل حسب العينة العامة

المبحث الثاني : التحليل حسب متغيرات الدراسة

نتائج الدراسة

خاتمة

نتائج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح و على الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات و قد تضمنت عينة الدراسة 45 أستاذا بجامعة المدية ، و خلصت للنتائج التالية :

- معظم الأساتذة (ذكورا و إناثا) أحيانا ما يشاهدون القنوات الإخبارية الجزائرية الخاصة على اختلاف درجتهم العلمية وعلى اختلاف تخصصاتهم.
- الشروق نيوز و النهار تيفي و المغاربية الأكثر تفضيلا للمشاهدة من قبل الأساتذة المبحوثين ذكورا و إناثا
- أغلبية الأساتذة الجامعيين يفضلون الفترة المسائية لمشاهدة القنوات الإخبارية الجزائرية الخاصة.
- يفضل الأساتذة الجامعيين مشاهدة القنوات الإخبارية الجزائرية الخاصة في جماعة من أجل مناقشة المواضيع السياسية وتنمية معلوماتهم ، في حين يفضل البعض الآخر مشاهدتها بمفرده من أجل التركيز و الاستيعاب و الفهم الجيد ، وفي نفس الوقت يجمعون كلهم على أنه ليس هناك أفضلية حسب الظروف التي يعيشها كل أستاذ.

- البرامج السياسية و نشرات الأخبار و النشرات و التحليل الرياضية - هي الأكثر مشاهدة من طرف الذكور بينما موجز الأنباء و البرامج السياسية و الوثائقية هي الأكثر مشاهدة من طرف الإناث
 - الأغلبية الساحقة من الأساتذة يجمعون على أن الخبر هو أكثر ما يشدهم في القنوات الإخبارية الجزائرية الخاصة
 - جميع الأساتذة ذكور و إناث يرون بأن هذه القنوات هي ذات موضوعية نسبية .
 - الأغلبية الساحقة من الأساتذة يرون بأن القنوات الإخبارية الجزائرية الخاصة لا تلي احتياجاتهم و رغبتهم في المجال السياسي .
 - يتأثر معظم الأساتذة بالقنوات الإخبارية الجزائرية الخاصة سلبيا .
- 10. التعقيب على الدراسات السابقة :**

بعد استعراض الدراسات السابقة تبين أن كل من الدراستين تناولت القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر و بشكل أدق الدراسة الثانية التي تناولت القنوات الفضائية الإخبارية من عدة جوانب كتعرض أفراد العينة لهذه القنوات و تفضيلاتهم لبرامجها ، كما أن معظم التساؤلات تمحورت حول معرفة آراء الجمهور و عاداتهم و استخداماتهم لهذه القنوات و تأثيرها فيهم ، بالتالي فقد ساعدت الدراسات السابقة على إثراء الدراسة الحالية بإعطائنا خلفية معرفية جيدة و لمحة عن كيفية التعامل مع هذا النوع من الدراسات خاصة في جانبها الميداني فكون هذه الدراسات تستهدف الفضائيات المتخصصة -القنوات الإخبارية في الدراسة الثانية أفادتنا نتائجها من خلال منحنا مؤشرات ميدانية ارتكز عليها هذا البحث و اعتمدنا عليها كمعطيات أولية .

الدراسة الأولى اهتمت بدراسة القنوات الفضائية في اطار نظرية الاستخدامات و الإشباعات بالتالي فهي تعطينا قاعدة نطلق منها مع بعض الإجراءات المنهجية خاصة المتعلقة بتصميم استمارة الاستبيان و صياغة الأسئلة، أما الدراسة الثانية تعاطت مع القنوات الفضائية المتخصصة على أنها وسيلة جديدة في المجتمع الجزائري بالتالي أعطتنا لمحة نظرية نطلق منها في دراستنا.

11. صعوبات الدراسة :

لقد واجهتني في هذه الدراسة عدة صعوبات منها :

- قلة الكتب و المراجع المتعلقة بالقنوات الاخبارية الجزائرية الخاصة نظرا لحدثة هذه القنوات في الجزائر.
- صعوبة استرجاع الاستمارة و تناقض في اجابات بعض المبحوثين و لعل هذا راجع لعدم التركيز.
- صعوبة في استخدام برامج التحليل الإحصائي الذي يعتمد الطريقة الآلية في تحليل الاحصائيات.
- ضيق الوقت و تصادف العمل التطبيقي مع العطل خاصة أن عينة الدراسة تتمثل في الطلبة.

تمهيد:

لقد اختلفت النظريات التي تناولت تأثير وسائل الاتصال على سلوكيات واتجاهات الأفراد و تعددت النماذج التي درست التأثير التقليدي لوسائل الاتصال الجماهيرية، والتي كان أهمها المدخل الوظيفي الذي حاول تحديد ماذا يفعل الناس بوسائل الاتصال ؟ والذي يقوم كذلك على أن الجمهور يطلب ما يحتاج إليه من مواد إعلامية، من أجل خدمة أهدافه وإشباع رغباته، وفي نفس الوقت ظهر مدخل الاستخدامات و الإشباعات الذي ركز على كيفية استجابة وسائل الاتصال لدوافع واحتياجات الجمهور من منظور دراسة وظيفية منتظمة¹.

ويرى مدخل الاستخدامات و الإشباعات أن الجمهور بإمكانه اختيار الوسيلة الإعلامية التي يستخدمها إضافة على المحتويات التي تتضمنها هذه الوسيلة وفي نفس السياق ينطلق المدخل من دوافع استخدام الأفراد لوسائل الاتصال بناء على الدور الإيجابي الذي يلعبونه في عملية الاتصال ، بفضل الخصائص التي يتميز بها هذا الجمهور والمتمثلة في الإيجابية، النشاط، الاختيار الواعي ، التفكير الجيد².

ومع ظهور تكنولوجيات الاتصال والإعلام ، ارتفعت نسبة تأثير هذه المواد خاصة على مستوى الاستخدام، وكذا عملية الاتصال الجماهيري ، وازدادت فرص المستخدمين في التحكم في عملية الاتصال إذ لم تعد مضامين وسائل الإعلام مفروضة على الجمهور مثلما كان عليه الحال في السابق، بل أصبح الأفراد يلعبون دورا فعالا على مستويات التفكير والمشاركة في صياغة هذه المضامين ويبقى طرح كاتز ELIHUKATZ عام 1959 يمثل التصور الجديد لمدخل الاستخدامات و الإشباعات والذي جاء في مقال رد فيه على رؤية برنارد بيلسون Bernard Berison التي أكدت موت حقل بحوث الإعلام وأشار كاتز إلى أن أبحاث الإعلام أصبحت فعلا تبدو وكأنها كذلك ، خاصة الأبحاث المتعلقة بالإقناع والتي استهدفت أغلبها اختيار تأثير الحملات الإقناعية على الجماهير بمعرفة ماذا تفعل الوسيلة الإعلامية بالناس ولا بد أن ندرس لماذا يستخدم الناس وسائل الاتصال ، وهو الاقتراح الذي يرتبط بوجود استعمال مدخل الاستخدامات و الإشباعات الذي يدرس الحاجات التي يحققها الناس من استخدامهم لوسائل الاتصال والدوافع التي تجعلهم يقبلون عليها³.

وفي تناوله لهذه الدراسات رأى ماكويل Mc quail أن هناك العديد من أوجه التشابه بين هذه البحوث ، فيما يتعلق بمستويات التعرض والإشباع من جراء استخدام وسائل الاتصال الذي يتجلى في إشباع الحاجات المرتبطة بالظروف الاجتماعية والنفسية للأفراد عند تعرضهم لبرامج وسائل الاتصال مثل اكتساب الأخبار المعلومات الجديدة التي تهتم بالمحيط الذي يعيشون فيه ، وبفضل هذا الدراسات أصبح من الممكن تفسير الحاجات التي تلبسها وسائل الاتصال للأفراد⁴.

¹ محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، ط2 ، عالم الكتب، مصر ، 2004 ، ص 270.

² حسن عماد مكاي ، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق ، ص 240.

³ محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، مرجع سابق ، ص 173.

⁴ حسن عماد مكاي ، الشريف سامي ، نظريات الإعلام ، مصر ، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح ، 2000 ، ص 207.

أولاً : تطور المدخل :

ساهمت الدراسة التي قامت بها هيرتا هيرزوج Herta herzog في عام 1944 ، التي استهدفت معرفة أسباب الاستماع إلى مسلسلات " سوب أوبيرا SOAPOPERAS " و الإشباعات المحققة من جراء هذا الاستماع في ظهور البوادر الأولى لمدخل الاستخدامات و الإشباعات ، حيث توصلت إلى تصنيف هذه الاشباعات إلى إشباعات عاطفية تتعلق بالتعويض عن النواقص الاجتماعية والنفسية و إشباعات تهتم بتحقيق المتعة ، وأخرى تخص تحقيق النصيحة من وراء هذا الاستماع ، كما توصلت إلى أن الرضا و الإشباع عند السيدات يختلف باختلاف الظروف الفردية ومشاكلها.

وقد ركزت الدراسات التي تلت دراسة هيرزوج على استخدامات الجمهور لمضامين وسائل الاتصال الجماهيرية ، على غرار دراسة ستشمان Suchman حول دوافع استماع الأفراد للموسيقى الكلاسيكية سنة 1942 و الإشباعات المحققة من هذا الاستماع، بالإضافة إلى دراسة بيرسو BERELSON عام 1945 التي أجراها بعد إضراب عمال التوزيع في نيويورك .

واستهدفت الدراسة الكشف عن موقع الصحف لدى القراء ، وماذا تعني الصحيفة عند القارئ وبالتالي الاشباعات المحققة لديه من جراء قراءة الصحف وتوصل إلى أن الصحف تحقق مجموعة من الإشباعات وهي الحصول على المعلومات بمختلف أنواعها خاصة المتعلقة بالأوضاع العامة ، ومعلومات تخص المالية والطقس ، والحصول على المكانة الاجتماعية، والهروب من المشاكل اليومية فضلا عن كون القراءة هي أداة للتفاعل الاجتماعي¹ .

ومثلت دراسة ريلي وريلي Riley & Riley سنة 1951 بداية الدراسات التي تبحث في الجانب الميداني لاستخدامات وسائل الاتصال ، وذلك من خلال الدراسة التي تناولت فيها استخدام الأطفال القصص المغامرات التي تعرضها وسائل الإعلام، وتوصلا إلى أن الأطفال الأكثر اندماجا في البيئة الاجتماعية يستخدمون هذه القصص، بهدف اللعب بصفة جماعية مع أقرانهم، أما الأطفال المنطوين على أنفسهم ، وغير المندمجين مع أقرانهم يستغلونها من أجل التخيل فقط² .

واستمر الاهتمام بهذه الدراسات في بداية الستينات ، حيث توصل كل من لا يل وباركر وشرام Lyle and parker ، schramm ، إلى أن القدرة الذهنية للأطفال تؤثر في استخدام الأطفال للتلفزيون ، كما تؤثر في علاقتهم مع المحيط الذي يعيشون فيه فضلا عن رغبتهم الخاصة المتعلقة بالترفيه والتقليد³ .

وتطور مفهوم الاستخدامات و الاشباعات في الدراسة التي قدمها كاتر وبلومر Katz and Blunler عام 1969 حول الانتخابات العامة البريطانية، والتعرف على أسباب مشاهدة الحملات الانتخابية من عدمها وفي

¹ حسن عماد مكاوي ، الشريف سامي ، مرجع سابق، ص 273.

² حسن عماد مكاوي ، ليلي حسين السيد ، مرجع سابق ، ص 242.

³ المرجع نفسه ، ص 243 .

الفصل الأول : مدخل لنظرية الاستخدامات و الإشباعات

عام 1974 ربط كل من قورمنتش وكاتز وبلومر اختصاصات مدخل الاستخدامات و الإشباعات بالأصول النفسية والاجتماعية للاحتياجات والتوقعات من وسائل الاتصال والتي تؤدي إلى نماذج مختلفة للتعرض لنوع الوسيلة والاندماج في أنشطة تنتج عن الاحتياجات و الإشباعات¹ .

وتطورت هذه الأبحاث في فترة الثمانينات ، بعد أن قدم لورانس وينز عام 1985 نموذجاً للإشباعات يضم إشباعات ناتجة عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام ، وأخرى ناتجة عن عملية الاتصال ونوع الوسيلة التي يتعرض لها الفرد .

ولقد مر مدخل الاستخدامات و الاشباعات بثلاث مراحل متميزة في تطوره يمكن تقسيمها زمنياً كالتالي²:

1- **مرحلة الطفولة (المرحلة الوصفية) :** اهتمت بتقديم وصف لتوجهات الجماعات الفرعية لجمهور وسائل الاتصال فيما يتعلق باختبارها للأشكال المختلفة من محتوى وسائل الاتصال ، و قد امتدت هذه المرحلة في خلال عقدا الأربعينيات و الخمسينيات من القرن الماضي³ .

2- **مرحلة المراهقة (المرحلة التطبيقية) :** هي مرحلة ذات توجه ميداني ، إذ كانت تركز على المتغيرات النفسية و الاجتماعية التي تؤدي إلى نمط مختلف من استخدام وسائل الاعلام ، و كان من أهم نتائجها أن الجمهور يستخدم الوسيلة لإشباع حاجات معينة لديه ، و قد امتدت هذه المرحلة في خلال عقد الستينيات من القرن الماضي .

3- **مرحلة البلوغ (المرحلة التفسيرية) :** و كان التركيز فيها على الاشباعات المتحققة نتيجة التعرض لوسائل الاتصال ، و أعدت قوائم الاستخدامات و الاشباعات ، و قد امتدت هذه المرحلة منذ عقد السبعينيات من القرن الماضي حتى الآن⁴ .

¹ حسن عماد مكاوي ، ليلي حسين السيد ، مرجع سابق ، ص 243 .

² منى سعيد الحديدي و آخرون ، استخدامات الشباب العربي للقنوات الفضائية و تأثيراتها فيهم -دراسة حالة لطلاب معهد البحوث و الدراسات العربية- ، مصر ، مطبعة الجامعة العربية ، 2006 ، ص ، ص 37 - 45 .

³ مصطفى حمدي أحمد ، استخدامات المراهقين للقنوات الفضائية و الاشباعات المحققة ، دراسة مسحية مقارنة على عينة من المراهقين في المنيا و القاهرة ، رسالة ماجستير ، 2002 ، ص 46 .

⁴ المرجع نفسه ، ص 47 .

ثانيا : فروض المدخل:

يقوم مدخل الاستخدامات و الاشباعات على ربط حاجات الفرد بوسائل الاتصال التي تنشأ في ظل بيئة اجتماعية ونفسية معينة ، ولهذا يسعى المدخل إلى تفسير استخدام الأفراد لوسائل الاتصال ، ومعرفة الاحتياجات التي يسعون لتحقيقها من خلال تعرضهم لهذه الوسائل، أو وسائل أخرى غير وسائل الاتصال حيث يفترض المدخل أن هناك دوافع معينة تجعل الفرد يتعرض لوسائل الاتصال ، ويتوقع أن تحقق له مجموعة من الإشباعات¹. ويقوم هذا المدخل على عدد من الافتراضات التي استنتجها كل من ليند برج وهولتن عام 1968 ، من الدراسات التي تناولت جمهور وسائل الاتصال ويمكن تلخيص الفروض الأساسية لمدخل الاستخدامات و الإشباعات في ما يلي² :

- 1) يهدف جمهور وسائل الاتصال إلى تحقيق أهداف محددة من خلال استخدامه لهذه الوسائل بصفة إيجابية ، لأن أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال ، واستخدامهم لوسائل الاتصال يحقق لهم أهدافا مقصودة تلبي توقعاتهم ، وبالتالي فالسلوك الاتصالي هو سلوك هادف وذو دوافع معينة.
- 2) الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معينة واختيار وسيلة إعلام محددة يرجع إلى الجمهور نفسه ، الذي يكون استخدامه لهذه الوسائل من أجل تحقيق احتياجاته الأساسية وتلبية رغباته.
- 3) استجابة الفرد السلوكية لوسائل الاتصال ، تملئها مجموعة من العوامل النفسية والاجتماعية كالأسرة ، و الأصدقاء ، والعلاقات الاجتماعية ، والبيئة التي يعيش فيها، حيث تمثل هذه المتغيرات وسيطا بين وسائل الاتصال والجمهور .
- 4) تؤثر وسائل الاتصال في سمات الفرد ، وفي جميع مناحي حياته وحتى في البنية الاجتماعية والثقافية والاقتصادية للمجتمع ، حيث يمكن الحكم على هذه المعايير انطلاقا من استخدام أفراد المجتمع لوسائل الاتصال ، وليس من خلاله محتوى الرسائل التي تقدمها هذه الوسائل .
- 5) تتنافس وسائل الإعلام مع مصادر الاتصال الأخرى، الموجودة في محيط الفرد على عمليات الانتقاء و الاستخدام التي يقوم بها الجمهور من أجل إشباع رغباته وحاجاته ، باعتبار أن تلبية وسائل الإعلام لهذه الاحتياجات تختلف من فرد لآخر ، وباختلاف البيئة الاجتماعية.

¹ محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير ، الدار العالمية للنشر و التوزيع ، مصر، 2003 ، ص254 .

² حسن عماد مكاوي، الشريف سامي، مرجع سابق، ص 208.

ثالثا : العناصر الرئيسية التي تشكل المدخل :

اعتبر كل من كاتز وبلومر أن هناك خمسة عناصر رئيسية تشكل مدخل الاستخدامات و الإشباعات وهي :

1) افتراض الجمهور النشط:

كانت النظريات القديمة كنظرية الرصاصة أو الحقنة تحت الجلد ترى أن الجمهور مجرد متلق سلبي ، لكن مع ظهور مدخل الاستخدامات و الاشباعات ظهر مفهوم الجمهور النشط الذي يبحث عن المضمون الاعلامي المناسب بالنسبة إليه و يتحكم في اختيار الوسيلة التي تقدم هذا المحتوى¹ ، و يعرف ذلك بالانتقاء النسبي أو توقع المكافأة ، و هو الموازنة بين قدر الاشباع الذي سيحصل عليه الفرد في مقابل الجهد المبذول للحصول على هذا الإشباع .

يعتبر مدخل الاستخدامات و الاشباعات أن استخدام الجمهور لوسائل الاتصال يرتبط باحتياجاته وأهدافه، بالإضافة إلى أن الأسباب التي تدفعه لاستخدام هذه الوسائل تنبع من الوعي الذي يتمتع به في اختيار أي وسيلة من وسائل الإعلام وتؤكد معظم الدراسات التي تناولت مدخل الاستخدامات و الإشباعات أن مفهوم الجمهور النشط لا يتعلق باختيار الوسيلة التي تتشبع رغبته فحسب ، أي أن هذا المفهوم يقتصر على الرسالة الإعلامية فقط ، بل يخص المعاني التي تفسر هذه الرسائل، وبالتالي فتفسير الرسالة الإعلامية يتحدد على ضوء الاستعداد الذهني لأفراد الجمهور الذي تحققة الاستعدادات النفسية والعلاقات الاجتماعية والمحيط الذي يعيش فيه الفرد ، فضلا عن نوعية الرسائل الإعلامية ومدى توافقها أو تعارضها مع اتجاهات الجمهور² .

ويتعارض هذا المفهوم مع النظريات القديمة التي كانت تنظر للجمهور على أنه متلقيا سلبيا بفعل التأثير الفعال للرسالة الإعلامية ، إضافة إلى وجود معنى للرسالة يفسر في إطاره كل أفراد الجمهور لمفرداتها . ويرجع الفضل إلى " إلباهو كاتز " الذي قلل من أهمية النظرة التي تقول ما يفعله الناس بتلك الوسائل ومن ثم التأكيد على أن الجمهور نشط في اختيار الرسائل التي يتعرض لها ، كما أنه نشط في تفسير كل معاني الرسالة بالطريقة التي تلبي حاجاته ، والتي قد تتعارض مع الأهداف التي يرمي القائم بالاتصال إلى تحقيقها .

¹ منى سعيد الحديدي و آخرون ، مرجع سابق ، ص 39.

² حسن حمدي ، وظائف الاتصال الجماهيري ، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام دار الفكر العربي ، القاهرة، 1991، ص15.

الفصل الأول : مدخل لنظرية الاستخدامات و الإشباعات

وتزداد إيجابية هذا الجمهور من خلال الدراسات التي تتناول استخداما لتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال ، حيث تشير إلى أن التطور التكنولوجي يرفع من درجات نشاط الجمهور بفضل الإمكانيات التي تتيحها هذه التكنولوجيات، خاصة كسر احتكار الدول لوسائل الإعلام والقضاء على مفهوم الحدود وتنوع الرسائل الإعلامية وإلغاء السيطرة على مصادر المعلومات.

و من الجدير بالذكر أن المضمون الإعلامي الواحد يحقق اشباعا متفاوتة لدى فئات من الجمهور فمثلا برنامج يحتوي على مشاهد عنف قد يكون مادة ترفيهية بالنسبة إلى بعض المشاهدين و مادة تعليمية بالنسبة إلى بعضهم الآخر¹.

2) الأصول النفسية و الاجتماعية لاستخدامات وسائل الاتصال :

يرجع الفضل في اكتشاف العلاقة بين الأصول الاجتماعية و النفسية و دوافع التعرض لوسائل الاتصال إلى الباحث ماتيلدا رايلي Matilda Raily عام 1951² ، و في ما يلي نقدم عرضا للأصول النفسية و الاجتماعية لاستخدام وسائل الاتصال :

1-2 الأصول الاجتماعية لاستخدامات وسائل الاتصال :

لا يتعامل أفراد الجمهور مع وسائل الاتصال بوصفهم أفرادا معزولين عن واقعهم الاجتماعي ، و إنما بوصفهم أعضاء في جماعات اجتماعية منظمة³ ، و بذلك فالعوامل الديموغرافية و الاجتماعية مثل : النوع و السن و المهنة و المستوى التعليمي لها تأثيراتها في استخدام أفراد الجمهور لوسائل الاتصال ، و بذلك تبين عدم جدوى مفهوم الجمهور الحشد ، بعد ظهور مدخل الاستخدامات و الاشباعات⁴.

وفي هذا السياق توصل " جون جوستون John stane " في دراسته التي أجراها في عام 1958 حول استخدام وسائل الإعلام من طرف المراهقين الأمريكيين و التكامل الاجتماعي إلى أن أفراد الجمهور لا يتعاملون مع هذه الرسائل باعتبارهم أفراد معزولين أو في جماعات مختلفة وإنما بصفتهم أعضاء في جماعات منظمة ، وتعارض

¹ هبة شاهين ، استخدامات الجمهور المصري للقنوات الفضائية العربية ، دراسة تحليلية ميدانية ، رسالة دكتوراه ، القاهرة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، 2000 ، ص 239.

² أماني فهمي ، دوافع استخدام المرأة المصرية لقنوات التلفزيون الدولية ، المجلة المصرية لبحوث الاعلام ، العدد الثاني ، أبريل 1997 ، ص 123 .

³ حسن عماد مكاي ، سامي الشريف ، نظريات الإعلام ، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح ، القاهرة ، 2000 ، ص 211.

⁴ مصطفى حمدي أحمد ، مرجع سابق ، ص 55 .

الفصل الأول : مدخل لنظرية الاستخدامات و الإشباعات

هذه الرؤية استخدام مصطلح "الحشد" لتمييز جمهور وسائل الإعلام والذي قد يشمل العائلة الأصدقاء وبالتالي فتفاعل الفرد مع بيئته الاجتماعية يرتبط باحتياجاته التي تحققها وسائل الاتصال¹.

وأشار بريسوتا Prisuta إلى أن الوضع الاجتماعي يؤثر بشكل مباشر على حاجات الأفراد ، بحيث يسعى الفرد إلى تحقيق مجموعة في الحاجات من وسائل الإعلام بناء على مكانته الاجتماعية والهيئة التي ينتمي إليها وتتضاءل هذه الحاجات كلما تعلق الأمر بالأفراد غير المنتمين إلى هذه الهيئات ، فالفرد الذي لا يتحرك من دون المعلومات أو المعارف التي تقدمها وسائل الإعلام لا يمكن أن يسعى وراء تحقيق هذه الحاجات لذلك يرى أصحاب هذا الإتجاه أن العلاقة بين الفرد و الوسيلة الإعلامية مسألة الزامية في المجتمع المعاصر² ، وصنف كل من كاتز وجيروفيش وهاس Katz ، gurevitch، has احتياجات الفرد من وسائل الاتصال على الشكل التالي³:

- الحاجات المعرفية:

وهي حاجات الفرد إلى الأخبار والمعارف بمختلف أنواعها باعتبار الخبر هو أهم سلعة "حية" تنفرد بتقديمها وسائل الاتصال ، كما أن للفرد احتياجات تتعلق بفهم محيطه وما يدور فيه.

- الحاجات العاطفية :

وهي حاجيات الفرد إلى الاستمتاع التي تتجلى في المشاعر كالإحساس بالأخوة والمحبة والفرح والسعادة، ويظهر ذلك في الرسائل الإعلامية مثل المسلسلات والأفلام .

- حاجات التكامل الشخصي:

وهي الحاجات المتعلقة بدعم المصداقية ، والثقة والاستقرار وهي ناتجة عن تحقيق الذات.

- حاجات التكامل الاجتماعي:

وتخص تقوية الروابط الأسرية ، ودعم العلاقات مع الأصدقاء والمحيط الاجتماعي ، وترتبط هذه الحاجة مع رغبات الفرد في الاندماج ضمن بيئته الاجتماعية.

¹ حسن حمدي ، وظائف الاتصال الجماهيري ، الوظيفة الاخبارية لوسائل الإعلام ، دار الفكر العربي، 1991 ، ص22 .

² محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، ط3 ، عالم الكتاب ، مصر ، 1993 ، ص 280.

³ عبد الرحمان عزي ، دراسات في نظريات الاتصال ، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت، 2003 ، ص 115.

- حاجات تخفيف التوتر و الاسترخاء:

وهي حاجات تنشأ من رغبة الفرد في الهروب والتحرر من كل أشكال التوتر بواسطة استخدام وسائل الاتصال من أجل التسلية والترفيه.

2-2 الأصول النفسية لاستخدامات وسائل الاتصال :

تؤدي العوامل النفسية - في بعض الأحيان - إلى وجود حوافز أو دوافع معينة بحاجة للإشباع ، و من ثم تحدد كثيرا من الاستخدامات لوسائل الاعلام ، إذ يقوم مدخل الاستخدامات و الاشباع على افتراض أن الأفراد المختلفين يختارون لأنفسهم مضامين إعلامية مختلفة و فقا للفروق النفسية بينهم ، إذ تعد الظروف النفسية لأفراد الجمهور مشكلات تواجههم ، و تحقق مشاهدة التلفزيون -على سبيل المثال- علاجاً لمثل هذه المشكلات¹.

و قد صنف بالمجرين و روبين Palmgreen & Rubin الدوافع النفسية إلى أربعة اصناف و هي : دوافع مزاجية ، دوافع معرفية ، و دوافع عاطفية ، و دوافع اجتماعية و تعويضية² .

ورأى ماكويل أن هناك أربع فئات للحاجات والدوافع المرتبطة باستخدام الأفراد لوسائل الإعلام وهي : دعم العلاقات الشخصية ، التسلية والهروب من الروتين ، دعم القيم والأمن اكتشاف الحقائق³ .

3) دوافع تعرض الجمهور لوسائل الاتصال (أنواعها و وظائفها) :

اختلف علماء الاتصال و علم النفس في تحديد دوافع التعرض لوسائل الاتصال الجماهيري ، و كان هذا الاختلاف امتداداً لتحديد مفهوم الدافع⁴ ، الذي يعرفه حامد زهران بأنه : حالة جسمية أو نفسية داخلية تؤدي إلى توجيه الكائن الحي نحو أهداف معينة من شأنها أن تؤدي إلى حدوث استجابة معينة لدى الكائن الحي ، و يمكن ملاحظة الدوافع عن طريق السلوك الناتج عنها⁵ .

¹ منى سعيد الحديدي و آخرون ، مرجع سابق ، ص 40.

² أماني فهمي، مرجع سابق، ص 124.

³ محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق ، ص 286 .

⁴ مصطفى حمدي ، مرجع سابق ، ص 59.

⁵ حامد زهران ، علم النفس الاجتماعي ، ط5 ، عالم الكتاب، القاهرة ، 1984 ، ص 105 .

الفصل الأول : مدخل لنظرية الاستخدامات و الإشباعات

و تتفق معظم الدراسات على أن هناك نوعين من الدوافع هما : الدوافع النفعية و الدوافع الطقوسية¹ :

1-3 دوافع نفعية :

و تستهدف تعرف الذات و اكتساب المعرفة و المعلومات و الخبرات² ، و مراقبة البيئة التي ترتبط باستخدام مضامين معينة كمنشورات الأخبار و برامج المعلومات ، إذ إن وسائل الاعلام تجمع لنا معلومات عن أشياء و أماكن لا يمكننا بوصفها أفراد جمهور أو نصل إليها بأنفسنا ، خاصة مع ظهور القنوات الإخبارية المتخصصة التي تبث معظم ارسالها على مدى أربع و عشرين ساعة ، كما تتضمن الدوافع النفعية الحصول على النصيحة أو الرأي في مختلف الموضوعات و التعلم الذاتي ف مجالات عدة³ .

2-3 دوافع طقوسية :

تشبع رغبات الفرد في تضييق الوقت و الاسترخاء و الصداقة و الألفة مع الوسيلة و الهروب من المشكلات ، و تنعكس هذه الفئة في المسلسلات و برامج المنوعات و البرامج الترفيهية المختلفة ، و بوجه عام يعتبر التلفزيون وسيلة ترفيهية بالدرجة الأولى ، في حين يعد البعض الوسائل المكتوبة و وسائل تثقيفية⁴ .

4- إشباعات و وسائل الاتصال :

يتم وفقا لمدخل الاستخدامات و الإشباعات وصف جمهور يختار من بين وسائل الاتصال و من المضامين التي تقدمها ما يشبع حاجاته و يلبي رغباته⁵ ، بغية الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها الإشباعات ، و يرى يرى سوانسون Swanson إمكان ربط محتوى الرسالة بالإشباع المتحققة ، فبرامج الدراما و الترفيه و المنوعات يمكن أن تحقق إشباع التنفيس و التخلص من الملل و القلق و الهروب من المشكلات اليومية ، أما برامج الأخبار و المعلومات و الشؤون الجارية فتحقق إشباع مراقبة البيئة الذي يتمثل في الحصول على المعلومات و الخبرات و المهارات⁶ .

¹ حسن عماد مكاوي ، ليلي حسين السيد ، مرجع سابق ، ص 247 - 246.

² حسن عماد مكاوي ، سامي الشريف ، مرجع سابق ، ص 246.

³ منى سعيد الحديدي و آخرون ، مرجع سابق ، ص 41.

⁴ المرجع نفسه ، ص 42.

⁵ محمد البشير ، قصور النظرية في الدراسات الإعلامية ، المجلة العربية للعلوم الانسانية ، العدد 83 ، 2008 ، ص 99.

⁶ حسن عماد مكاوي ، ليلي حسين ، مرجع سابق ، ص 248 - 249.

الفصل الأول : مدخل لنظرية الاستخدامات و الإشباعات

و تنبع الاشباعات المحققة أو المطلوبة من وسائل الاتصال من ثلاثة مصادر رئيسية هي :

- محتوى الوسيلة : الذي ينعكس من خلال تفضيلات الأفراد لبرامج أو مضامين محددة ، أو من خلال التعرض المخطط المقصود لبرامج معينة .
 - التعرض للوسيلة : فالتعرض لبعض وسائل الاتصال في حد ذاته يمكن أن يشبع احتياجات معينة ، مثل : الترفيه ، و الاسترخاء و الهروب .
 - السياق أو الاطار الاجتماعي أو البيئة الاجتماعية المحيطة باستخدام الوسيلة : مثل وجود الأفراد الآخرين أو غيابهم في أثناء التعرض للوسيلة ، مثل أفراد الأسرة أو الأصدقاء ، و يكون دور الوسيلة الاحلال محل هؤلاء الأفراد أو تكميل أدوارهم على أقل تقدير¹ .
- و يوجد نوعان من الاشباعات هما² :

أ) **إشباعات المحتوى** : وتتعلق هذه الإشباعات بمضامين وسائل الإعلام ، وتنقسم إلى إشباعات توجيهية مثل الحصول على المعلومات والأخبار والبرامج الإخبارية و مراقبة البيئة و هي اشباعات ترتبط بكثرة التعرض و الاهتمام بالوسائل و الاعتماد عنها ، و إشباعات اجتماعية والتي ترتبط فيها هذه المعلومات بحياة الفرد و علاقاته الاجتماعية إذ يستخدم الجمهور وسائل الاعلام للاتصال بينهم من خلال تحقيق اشباعات مثل : إيجاد موضوعات للحداد و النقاش مع الآخرين .

ب) **إشباعات العملية** : تنتج اشباعات العملية عن عملية الاتصال نفسها ، و اختيار وسيلة اتصال معينة و لا ترتبط مباشرة بسمات المضمون و خصائصه ، و تتمثل في "اشباعات شبه توجيهية" : و تتحقق من خلال تخفيف الاحساس بالتوتر و الدفاع عن الذات ، و تنعكس في البرامج التسلية و الترفيه و الاثارة ، و "اشباعات شبه اجتماعية" تتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الاعلام ، و تزيد مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية و زيادة إحساسه بالعزلة .

¹ منى سعيد الحديدي و آخرون ، مرجع سابق ، ص 43

² حسن عماد مكاوي ، الشريف سامي ، مرجع سابق ، ص 215

5- العلاقة بين الاستخدام و الاشباع :

لقد ركز كاتز وزملاؤه على ضرورة إيجاد العلاقة بين حاجات الفرد واتجاهاته السلوكية التي يرغب في إشباعها من خلال تعرضه لوسائل الإعلام ومن أجل إيجاد هذه العلاقة قام كاتز وزملاءه باستعادة كل البحوث السابقة التي تناولت مدخل الاستخدامات و الإشباعات و إعادة صياغتها بناء على ثلاثة اتجاهات وهي¹ :

- اتجاه يرى أن سلوك الفرد المتمثل في مشاهدة مضمون معين يكون بشكل غير مخطط بدافع العادة .
 - و اتجاه يرى أن الدافع هو شيء داخلي لا يؤثر مباشرة في الفرد ، لذا فمن الصعب تحويله إلى شيء مادي متمثل في سلوك معين .
 - و اتجاه يرى أن الدافع يؤثر بشكل مباشر في الفرد بوصفه حاجة ملحة لا تهدأ إلا بعد أن يتم اشباعها.
- و لذلك اهتم بعض الباحثين - ومنهم كاتز و زملاؤه- بتوضيح العلاقة بين حاجات الفرد و دوافعه و محاولة اشباعها ، من خلال محتوى وسائل الاعلام ، ووضع الباحثون ثلاثة فروض أساسية و هي :

- عد الملتقى فردا ايجابيا و نشطا في اتصاله مع وسائل الإعلام.
- للأفراد المتلقين الحرية في الاختيار حسب الحاجة إلى الاشباع .
- التنافس بين وسائل الاعلام و مصادر أخرى حول اشباع الحاجات .

ويرى أصحاب هذا الاتجاه وجود بعض العوامل الاجتماعية و النفسية التي تولد الفرد الذي يبدأ في توقعه عن مدى تلبية وسائل الاعلام لهذه الحاجات مقارنة مع وسائل أخرى تدخل في المنافسة² .

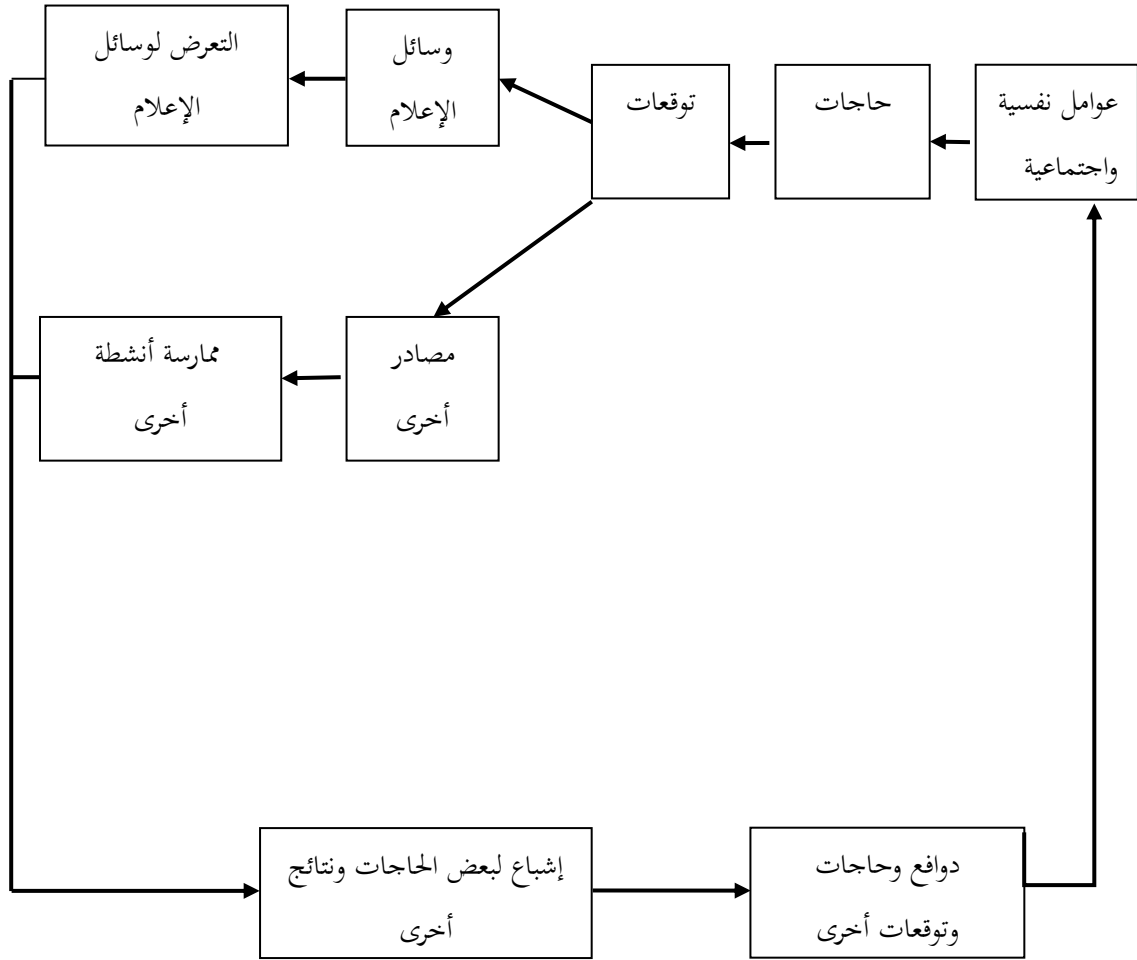
كما يوجد اتجاه يوضح أهمية الحاجات التي تقع في قمة هرم ماسلو Maslow مثل الحاجة إلى الصحة و الحب و القبول و تحقيق الذات ، و علاقاتها بنموذج الاستخدامات و الاشباعات .

كما يركز هذا الاتجاه على المشكلات التي تؤثر في سلوك الفرد و يحتاج إلى حلول لها ، و تكون عملية البحث عن حلول قوة دافعة للتعرض لوسائل الاعلام ، و بذلك تؤدي المشكلات من ناحية و الحاجات من ناحية أخرى إلى التعرض للوسائل المختلفة لإشباع الاحتياجات أو حل المشكلات .

¹ محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير ، ص 282-283 .

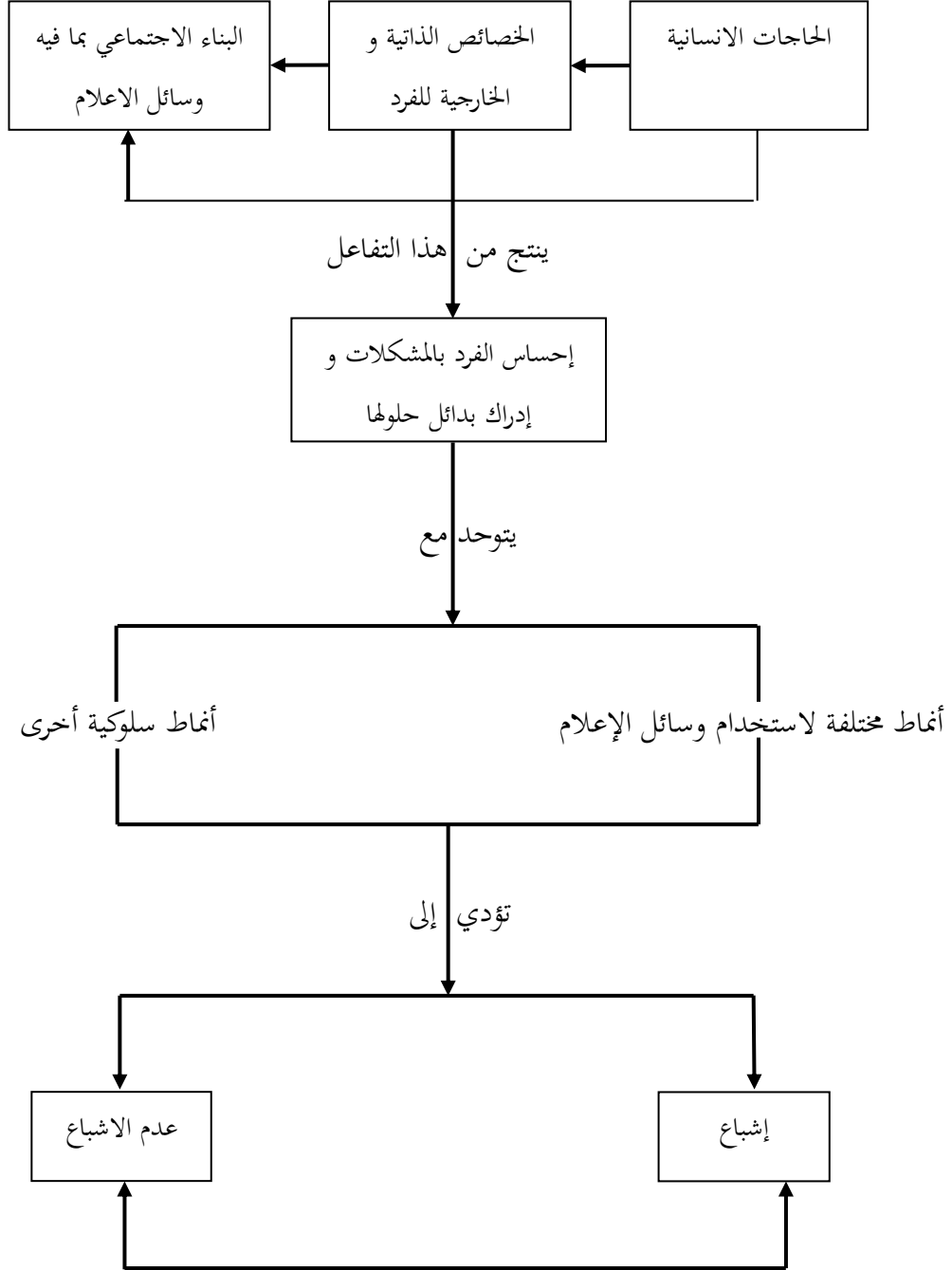
² منى سعيد الحديدي و آخرون ، مرجع سابق ، ص 45 .

الشكل رقم (06) : يبين نموذج كاتز للاستخدامات و الإشباع.



المصدر: محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص 284.

الشكل رقم (07) : نموذج روزنجرين Rozengerer الذي يمثل فيه العلاقة بين الاستخدامات و الإشباع.



و يمكن أن يتأثر ذلك بالخصائص الذاتية المحيطة بالفرد مثل بناء وسائل الاعلام و التركيبة الاجتماعية

المصدر: محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص 284.

الإطار المنهجي للدراسة

- 1) إشكالية الدراسة.
- 2) تساؤلات الدراسة.
- 3) أهمية الدراسة.
- 4) أهداف الدراسة.
- 5) أسباب اختيار الموضوع.
- 6) منهج الدراسة و أدواته.
- 7) عينة الدراسة الميدانية.
- 8) تحديد المفاهيم.
- 9) الدراسات السابقة.
- 10) التعقيب على الدراسات السابقة.
- 11) صعوبات الدراسة.

الفصل الأول: مدخل لنظرية الاستخدامات و الإشباعات

تمهيد.

أولاً : تطور المدخل.

- 1- مرحلة الطفولة (المرحلة الوصفية)
- 2- مرحلة المراهقة (المرحلة التطبيقية)
- 3- مرحلة البلوغ (المرحلة التفسيرية).

ثانياً : فروض المدخل.

ثالثاً : العناصر الأساسية التي تشكل المدخل.

- 1- افتراض الجمهور النشط.
- 2- الأصول الاجتماعية و النفسية لاستخدامات وسائل الاعلام.
 - 1-2- الأصول الاجتماعية لاستخدام وسائل الاتصال.
 - 2-2- الأصول النفسية لاستخدام وسائل الاتصال .
- 3- دوافع تعرض الجمهور لوسائل الاتصال (أنواعها و وظائفها).
 - 1-3- دوافع نفعية .
 - 2-3- دوافع طقوسية.
- 4- اشباعات وسائل الاتصال.
- 5- العلاقة بين الاستخدام و الاشباع.

الفصل الثاني : البث الفضائي و القنوات الاخبارية

أولاً : البث الفضائي المباشر النشأة و التطور .

1- مكونات البث الفضائي المباشر .

1-1 القمر الصناعي .

1-2 الهوائيات .

2- بدايات البث الفضائي المباشر .

ثانياً : القنوات الجزائرية الخاصة .

1- تعريف القنوات الجزائرية الخاصة .

2- العوامل المساعدة على ظهور القنوات الجزائرية الخاصة .

ثالثاً : ماهية الفضائيات الإخبارية .

1- مفهوم الفضائيات الاخبارية .

2- نشأة الفضائيات الاخبارية .

3- أهداف الفضائيات الاخبارية .

4- أهم القنوات الاخبارية الجزائرية .

الإطار التطبيقي للدراسة

1. عرض وتحليل ومناقشة النتائج.

المحور الأول : عادات و أنماط تعرض الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية.

المحور الثاني : دوافع متابعة القنوات الإخبارية الجزائرية.

المحور الثالث : الإشباع المحققة من متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية.

2. استنتاجات.

3. خاتمة و توصيات الدراسة.

الإطار المنهجي للدراسة

الإطار التطبيقي للدراسة

الإطار النظري للدراسة

مقدمة

الملاحق

قائمة المصادر و المراجع

فهرس المحتويات

فهرس الجداول و الأشكال

خاتمة

ملخص الدراسة

الفصل الأول : مدخل لنظرية

الاستخدامات و الاشباعات

الفصل الثاني : البث الفضائي

و القنوات الاخبارية

خطة الدراسة

أولا : البث الفضائي المباشر النشأة و التطور

لقد كان لتكنولوجيا الاتصال تأثير كبير على تطور البث التلفزيوني المباشر وتوسيع طاقات الكابل التي تنقل ذبذبات الصور المرئية من خلال أشعة الليزر، وأصبح البث الفضائي المباشر السمة المميزة لعقد التسعينيات إذ انتقل التنافس إلى الفضاء الخارجي واحتدم الصراع الثقافي بين الدول والشركات العالمية، فأصبحت الأقمار الاصطناعية تجوب الفضاء لتبث بكل اللغات العالم أنواعا وأشكالا شتى من البرامج الترفيهية، الأفلام والمهرجانات والحروب والكوارث التي يتابعها المشاهد لحظة حدوثها¹.

لكن وقبل التطرق لتاريخ أو بدايات البث الفضائي المباشر لابد من إعطاء مفهوم لهذا المصطلح، حيث تعددت تعريفات البث الفضائي المباشر أو ما يعرف أيضا بالبث التلفزيوني المباشر.

فالْبث في اللغة العربية يشر إلى " فرقة ونشرة، والخبر إذاعة " وهذا التعريف اللغوي يشير إلى وجود رسالة ذات مضمون وهذه الرسالة يتم من خلال البث إذاعتها ونشرها في أكبر حيز ممكن وبهذا يتضمن التعريف عنصرين من عناصر البث هما: مصدر الرسالة والرسالة ذاتها².

ويضيف جلال عبد الفتاح عنصرين آخرين من خلال تعريفه للبث التلفزيوني المباشر على أنه " إمكانية التقاط البرامج التلفزيونية في المنازل مباشرة عبر هوائي مخروطي دون تدخل أي محطات أرضية"³.

لكن إبراهيم إمام " يربط جهاز استقبال الهوائي بجهاز الإرسال ونعني به القمر الصناعي حيث يعرف البث التلفزيوني المباشر على أنه إمكانية الاتصال بين القطاع الفضائي (لأقمار الصناعية) وأجهزة الاستقبال في البيوت مباشرة (الهوائيات) دون المرور على المحطات الأرضية"⁴.

ومن خلال هذا التعريف الذي جاء به الدكتور إبراهيم إمام يمكننا لم كنا التركيز على نقطتين أساسيتين في الجانب التاريخي والتطور للبث الفضائي المباشر عبر العالم وهما: الأقمار الاصطناعية أو الصناعية وأجهزة الاستقبال المتمثلة في الهوائيات.

1- مكونات البث التلفزيوني المباشر:

كما أسلفنا سابقا وحسب التعريف الذي أورده إبراهيم إمام عن البث الفضائي المباشر فإن نظام البث التلفزيوني المباشر يتكون من: الأقمار الصناعية والهوائيات دون المرور على المحطات الأرضية، لكن وحسب ما أورده الدكتور محمد جاد أحمد أن من بين المكونات أيضا المحطات الأرضية لكن نحن فضلنا الاعتماد على ما جاء في تعريف إبراهيم إمام فإن مكونات البث الفضائي التلفزيوني المباشر هي كالاتي:

¹ عبد المالك ردمان الدناني، تطور تكنولوجيا الاتصال وعمولة المعلومات، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2008، ص، ص 26-28.

² محمد جاد أحمد، الإعلام الفضائي وآثاره التربوية، ط 1، العلم والإيمان للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2008، ص، ص 18-19.

³ جلال عبد الفتاح، البث الإذاعي والتلفزيوني المباشر، ط 1، الهيئة المصرية العامة للكتاب القاهرة، 1994، ص 23.

⁴ إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي و التلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة، 1979، ص 85.

1-1 القمر الصناعي :

يعد القمر الصناعي (satellite) المكون الأساسي من مكونات نظام البث المباشر وهو عبارة عن أسطوانة أو جسم دوار يتم إطلاقه من قاعدة أرضية إلى مدار معين حول الأرض يشبه مدار القمر الطبيعي، ويستمر في هذا الدوران بحكم الجاذبية بنفس السرعة التي أطلق بها ما لم يؤثر على دورانه عامل خارجي وهذه الأسطوانة تبرز عن سطوحها قطبان معدنية كأجهزة الرصد وهوائيات لأجهزة الإذاعة والاتصال اللاسلكي كما أن بداخلها حاسبات إلكترونية غاية في التعقيد تعمل على تسجيل ما ترصده الأجهزة ثم تقوم بإرسال هذه المعلومات والصور إلى محطات المتابعة الأرضية المنتشرة في أماكن متفرقة على الأرض.

2-1 الهوائيات :

وتعد هذه الهوائيات المستقبلات للرسائل المرسله عبر الأقمار الصناعية وهذه الهوائيات لا يزيد قطر الواحد منها عن 3 أمتار مع محور مندر مركب في الجهاز العادي ويمكن أيضا لنفس الهوائي والمحول أن يغذي أكثر من جهاز استقبال عادي كبير أو في منطقة محدودة. ولا يحتاج هذا البث المباشر إلى محطات أرضية، ويوفر نظام البث المباشر مميزات أكثر من نظام الشبكات الأرضية التلفزيونية في أنه يمكن به خدمة منطقة بأكملها من خلال إرسال قناة. ونتيجة الارتفاع الشاهق لقمر الإرسال فإن الاستقبال نادرا ما يتأثر بعوامل الاعتراض والمباني ولذلك بدأت الهوائيات الطبقيّة ذات السطح المقعر تحتل أماكن فوق أعالي العمارات مواجهة سطوحها نحو السماء وأصبحت بديلا للهوائيات التي تتعامل مع محطات التلفزيون الأرض¹.

2- بدايات البث الفضائي المباشر :

حدثت الكثير من التطورات التكنولوجية ما بين عام 1945 وحتى الوقت الحالي نهاية القرن العشرين على مستوى الاتصالات الفضائية عبر الأقمار الصناعية، ففي عام 1945 أطلق البريطاني (أرثر كلارك) فكرة استخدام الأقمار الصناعية للاتصالات، وكانت الفكرة ثلاث أقمار صناعية متزامنة تدور حول الأرض وتقوم بالتغطية الشاملة لشتى أرجاء المعمورة.

وكما هو معلوم عصر الفضاء بدء في الرابع من أكتوبر عام 1957 حين أطلق الاتحاد السوفياتي -سابقا- أول قمر صناعي في العالم يدور حول الأرض في الفضاء، ولكن هذا القمر الصناعي السوفياتي الذي يحمل اسم سبوتنيك 1 (SPUTNICK-1) لم يكن إلا قنطرة من غيث، كما لم يكن إلا شرارة أشعلت نار المنافسة بين العلماء السوفيّات والأمريكيين، إذ لم يمض أكثر من شهر واحد بعد إطلاق القمر الصناعي السوفياتي الأول حتى أطلق القمر الصناعي الثاني (SPUTNICK-2) في 2 نوفمبر 1957 ولم تشأ الولايات المتحدة الأمريكية أن تترك الاتحاد السوفياتي يستأثر بركب الفضاء وحده دون أن تلحق به. وبعد أربعة أشهر أطلقت قمرها الصناعي الأول الكاشف (1 EXPLORER) في 31 فبراير 1985 ليأتي بعده القمر الثاني (JUPITER-H)

¹ محمد أحمد جاد، مرجع سابق، ص، ص 24-23.

لقد توالى سلسلة التجارب الخاصة بالأقمار الصناعية لمختلف الأغراض العلمية لتحقيق التكامل العلمي عن المعلومات الفضائية¹.

فعلى سبيل المثال تجاور عدد الأقمار الصناعية من طراز كوسموز (COSMOS) حتى عام 1971 أزيد من 40 قمرا صناعيا و ارتفع إلى 52 قمرا صناعيا بعد منتصف عام 1973 .

ولم تلبث الأبحاث العلمية بالأقمار الصناعية أن تحولت إلى ميدان التطبيق وفتحت الباب لتطورات عديدة، ومن أبرز مجالات التطبيق التي استخدمت فيها الأقمار الصناعية تحقيق الاتصالات اللاسلكية لمساحات بعيدة لم تعهد بأقوى الأجهزة من قبل ونقل المكالمات الهاتفية في آن واحد عبر القارات ونقل البث الإذاعي والتلفزيوني إلى مسافات طويلة.

استخدمت هذه الأقمار أيضا لأغراض التنبؤ الجوي لعدة أيام والمساعدة اللاسلكية للسفن والبواخر والطائرات عند تنقلها عبر المحيطات بالإضافة إلى ذلك تحقيق الاستطلاع العسكري فوق أراضي الدول الأخرى أو بمعنى أدق استخدامها لأغراض تجسسية.

أما بالنسبة لأنواع أقمار الاتصالات فنجد هناك نوعان هما: أقمار صناعية سائلة وأخرى موجبة، الأولى عبارة عن بالون كبير ذي سطح معدني يقوم بعكس الإشارات المرسله وإعادتها إلى الأرض مرة أخرى.

ومن أشهر أنواع أقمار الاتصالات السالبة القمر الصناعي (SCORE) الذي أطلقته الو.م.أ عام 1958 والقمر الصناعي (COURRIER) عام 1960 .

أما الأقمار الموجبة فتحتوي على أجهزة استقبال وإرسال وتسجيل وكل ما يحتاجه العمل الإذاعي والتلفزيوني، لذلك فهي بحاجة إلى طاقة تشغيل تستمدتها من البطاريات الشمسية الموجودة على سطحها². وهناك ثلاثة أنماط لاستخدام أقمار الاتصال:

- الأول يقوم على نظام الاتصال من نقطة، ويقوم على بث الإشارات التلفزيونية عن طريق المحطات الأرضية إلى القمر الصناعي الذي يقوم بدوره بالتقاط الإشارات وإعادة بثها إلى محطة أرضية أخرى تقوم بتوزيعها عن طريق شبكة الاتصالات المحلية .

- أما النمط الثاني فهو أقمار التوزيع التي تقوم بتوزيع الإشارات التلفزيونية إلى مناطق واسعة بتكلفة أقل ويعتمد هذا النظام على محطات صغيرة متنقلة، تقوم بتغطية والأحداث أينما تقع وتبثها للقمر الذي يعيد الإشارة إلى المحطات الأرضية الأخرى، ومن أمثلة الشبكات التي تستخدم هذا النظام شبكة أقمار مولينا التي تغطي مناطق الاتحاد السوفيتي - سابقا - .

¹ نصير بوعلي، التلفزيون الفضائي وأثره على الشباب في الجزائر، دار الهدى للطباعة والنشر و التوزيع، عين مليلة، الجزائر، 2005، ص، ص 64-63.

² نصير بو علي، مرجع سابق.ص، ص، 64 - 66 .

- بينما يسمى النمط الثالث أقمار البث المباشر الذي يقوم بإرسال الإشارات التلفزيونية وغيرها دون الحاجة إلى محطات أرضية ولا بد من التمييز بين صنفين من الأقمار إذا ما أخذنا استخدمنا التلفزيون للأقمار الصناعية بعين الاعتبار هي:

أ- أقمار الخدمة الثابتة (FSS) fixed satellite service :

وشاع هذا الصنف من الأقمار على المستوى التجاري لا سيما في المجال الوطني بسبب تقديمه خدمات مكثفة لا تقتصر على التلفزيون فحسب وإنما في الاتصالات الهاتفية والتلكس ونقل البيانات والمعلومات ونقل صفحات كاملة من الصحف من مكان إلى آخر فضلا عن نقل البرامج الإذاعية والتلفزيونية وكان قمر من هذا النوع هو القمر الأمريكي تليستار¹.

ب- أقمار البث المباشر عالية التردد: direct broad casting satellite (DBS)

وتقوم أقمار هذا الصنف بإرسال إشارة قوية يمكن استقبالها مباشرة بواسطة أجهزة التلفزيون العادية المجهزة بهوائي خاص، بمعنى أن الإشارة المرسله من القمر الصناعي لا تمر بمحطات أرضية تتولى إعادة بثها على الشبكات التلفزيونية المحلية².

إن أحسن التجارب في المجال البث التلفزيوني الفضائي المباشر عرفتها المنطقة الغربية لحوض البحر الأبيض المتوسط خلال منتصف الثمانينات والتسعينات من القرن الفارط، فقد أطلقت فرنسا أول قمر صناعي خاص بالبث المباشر في أكتوبر سنة 1985 يسمى TDF1 الذي أعقبه فيما بعد قمرها الصناعي TDF2 في أبريل من عام 1990، وقد تم توزيع قنوات القمر الأول على القناة الفرنسية الأولى (TF1) و القناة الفرنسية الثانية (F2) و القناة الفرنسية السابعة (TV7)، أما قنوات القمر الثاني فتم توزيعها على القناة الفرنسية الخامسة (LA5) و قناة (M6) و القناة الفرنسية (+ CANAL). وبداية من 1994 أدرجت كل القنوات الفرنسية في الاتصال الفضائي كالقناة الفضائية الثالثة (F3) و القناة المشتركة الألمانية (RTI) و قناة (ARTE)، كما أطلقت ألمانيا في شهر أوت سنة 1988 أول قمر صناعي خاص بالبث المباشر ويسمى (TVSAT) وكان من المفروض حسب الخبراء أن يكون هو أول قمر أوروبي للبث المباشر لولا التجارب الألمانية التي تعطلت وفشلت.

وفي جوان سنة 1989 أطلقت وكالة الفضاء الأوروبية أول قمر صناعي أوروبي خاص بالبث المباشر بواسطة صاروخ آريان ويسمى هذا القمر الذي تشترك فيه مجموعة من الدول الأوروبية بالقمر الصناعي أولمبيس (OLYMPUS)، وقررت هيئة الإذاعة البريطانية استخدام قناتيه ذات القدرة العالمية لموجب عقد مدته خمس سنوات³.

¹ إياد شاكرك البكري، حرب المحطات الفضائية، ط1، الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 1999، ص، ص20-21.

² المرجع نفسه، ص21.

³ نصير بو علي، مرجع سابق، ص، ص67-68.

لكن وقبل ذلك كانت الاهتمامات الأول لبريطانيا في مجال الأقمار الصناعية الخاصة بالبث المباشر ترجع لسنة 1980 حيث شكلت وزارة الداخلية البريطانية المسؤولة من الناحية الرسمية عن الإذاعة لجنة لدراسة آثار أقمار البث المباشر بالنسبة لبريطانيا، وفي ضوء تقرير اللجنة اتخذ القرار باستخدام الأقمار المباشر للتغطية التلفزيونية عام 1982 في عهد حكومة المحافظين وأعلن عن قيام شركة الأقمار المتحدة الصناعية- يونيسات - UNISAT التي تكونت من شركة ماركوبي ووكالة الفضاء والطيران البريطانية وهيئة المواصلات السلوكية واللاسلكية بهدف تصنيع أول قمر صناعي بريطاني للإذاعة المباشرة لبث البرامج البريطانية وقد أطلق عام 1986 بواسطة الصاروخ آريان .وقد كلف المشروع 24 مليون باوند كل عام ولمدة سبع سنوات ولهذا المشروع فوائد تجارية وثقافية وصناعية وخدمات وتوزيع المعلومات داخل المملكة المتحدة، وخدمات القياسات عن بعد وربط شبكات المناطق المحلية ونقل فائض الشبكات الرقمية البريطانية وتوزيع البرامج التلفزيونية الوطنية وخدمات نقل الصوت والمعلومات.

وفي شهر آب (أغسطس) 1989 أطلقت بريطانيا القمر (BSB) بمعنى : british-satellite-broadcasting ويحمل خمس قنوات للبث التلفزيوني المباشر إذ يشمل قناة الأفلام (مشفرة) والقناة الرياضية وقناة جلاكسي وتقدم برامج للأطفال نهارا وبرامج ترفيهية في المساء وقناة (NEW) الترفيهية الموجهة للمرأة وقناة الموسيقى البوب والروك¹.

أما إيطاليا فقد أطلقت قمرها الصناعي الأول الخاص بالبث المباشر في شهر أبريل سنة 1990 ثم أطلقت قمرها الصناعي الثاني الاحتياطي في سنة 1993 وعليه ثلاث قنوات للبث المباشر في حين وضعت إسبانيا خطة لإطلاق قمرين صناعيين عام 1991 ، ونجحت في ذلك، حيث بدأ تشغيلها مباشرة في صائفة 1992 وذلك بمناسبة الدورة الأولمبية والاحتفال بمرور خمسمائة عام على اكتشاف كولومبوس لأمريكا، وقد كان القمر 9 قنوات خصص منها ثلاثة للتلفزيون الاسباني وهي القنوات الرئيسة في إسبانيا التي يتم التقاطها حاليا في مجتمعات حوض البحر الأبيض المتوسط².

أما البرنامج السويدي تيلي أكس (TELE.X) فهو يعتمد على البرامج الفرنسي الألماني المشترك بمشاركة شركات سويدية، وتضمن هذا البرنامج أو المشروع إطلاق قمر صناعي واحد عام 1989 بسعة ثلاث قنوات بث عالية الطاقة إضافة إلى قنوات اتصال اعتيادية، وأطلق في كانون الأول- ديسمبر 1988 -القمر الأوربي أسترا (ASTRA) التابع لدولة لكسمبورغ ويستقبل إرساله في معظم أنحاء أوروبا، إذ يحمل 16 قناة تلفزيونية تجارية ويعد أكبر مشروع للقمر الصناعي الأوربي للبث المباشر، وبعد إطلاق القمر الثالث في نهاية 1993 وتم إضافة 16 قناة تلفزيونية جديدة لأقمار أسترا تبث باللغات الإنجليزية والألمانية ووقعت عقدا بث قناتين باللغة الإسبانية

¹ إياد شاكر البكري، مرجع سابق، ص ، ص 28-29.

² نصير بوعلي، مرجع سابق، ص ، ص 68-69.

الفصل الثاني: البث الفضائي و القنوات الإخبارية

ويحمل القمر أسترا حالياً حوالي 322 قناة من خلال جهاز الاستقبال الذي يشير لذلك منها قنوات مشفرة وأخرى غير مشفرة¹.

أما بالنسبة لآسيا فتعد اليابان أول من بدأت البث التلفزيوني المباشر بواسطة أقمار البث التلفزيونية المباشرة وكان ذلك في يوليو عام 1987 ليغطي إرساله الجزر اليابانية ويستمر على مدى الأربع والعشرين ساعة يوميا، وبذلك سجلت اليابان أنها أول دولة في العالم تستخدم أقمار البث التلفزيوني المنزلية مباشرة عن طريق قمر صناعي خاص واستخدام هوائي².

وبالنسبة لقارة آسيا عموماً فهناك نظام للبث المباشر بين الدول الأعضاء في اتحاد الإذاعات الآسيوية (ABU) الذي يتم فيه تحديد البث المباشر من قبل السياسيين في هذه الدول، وتستفيد من هذا النظام 13 خدمة تلفزيونية في مجال تبادل النشرات الإخبارية حيث ازدادت استعانة هيئات التلفزيون في المنظمة بالأقمار الصناعية خلال السنوات الأخيرة كما وسع الاتصال المباشر بين هيئات التلفزيون في شبكة "آسيا فزيون" وبين "الأنتلستات" وتم تقسيم المنطقة التي تخدمها الشبكة الآسيوية إلى ثلاث مناطق هي المنطقة (A) ومركز تنسيقها اليابان والمنطقة (B) ومركز تنسيقها الملايو، والمنطقة (C) ومركز تنسيقها إيران ووفقاً لهذا التقسيم بدأ بأول تبادل للأخبار المحلية فيما بينها³.

وإزاء عزو الفضاء وتدفق الأقمار الصناعية العاملة في هذا الكون تراحم خدمات القنوات الفضائية والمنافسة الشديدة بينها لكسب الجمهور مجاناً أو مقابل (ادفع وشاهد) ناهيك عن فرض أسلوبها وخطاها الإعلامي باتجاه واحد وتدفع برامجها دون اهتمامها بنوعية المشاهدين، ودعت الحاجة إلى إيجاد هوية تلفزيونية فضائية عربية بقمرها وسواتلها وبثها الرقمي وبرامجها المتنوعة المتحضرة وبكوارر عربية لمواجهة هذا التوافد الفضائي الذي اخترق الحواجز لإصدار وبدون رادع وقبل ذلك حاجة أعضاء الأسرة العربية في المهاجر إلى قناة عربية خاصة بهم لأن المحطات العربية هي النوافذ الوحيدة التي يطلون منها على البرامج الإخبارية والوثائقية⁴.

إن رد فعل العالم العربي الثقافي القادم من الفضاء تمثل بخلق وسائله الإعلامية العربية وبذلك إحداث قنوات فضائية عربية خاصة به هدفها الرئيسي استقطاب المواطن العربي الذي أصبح عرضة للقنوات الأجنبية مما قد يؤدي هذا حتماً إلى انسلاخه واغترابه.

ففي أبريل سنة 1991 بعد انتهاء حرب الخليج انطلقت من لندن محطة MBC التي سرعان ما فرضت نفسها نتيجة للحاجة لمثل هذه الوسيلة الإعلامية ولنوعية برامجها. بدأت MBC بثها انطلاقاً من القمر الأوروبي أوتيل سات-2 (EUTILSAT-2) الذي أضيف إلى عربسات وهو أول قمر صناعي عربي للبث الفضائي

¹ إياد شاكرك البكري، مرجع سابق، ص، ص 32-33.

² محمد جاد أحمد، مرجع سابق، ص 26.

³ إياد شاكرك البكري، مرجع سابق، ص 36.

⁴ محمد هاشم الهاشمي، الإعلام المعاصر و تقنياته الحديثة ط 1، عمان، دار المناهج للنشر والتوزيع، 2006، ص، ص 162-163.

في المباشر أطلق عام 1992 ، ومن ثم قمر سات كوم (SATCOM OF 2R) لينتج تغطية جيدة للعالم العربي ولأوروبا وأمريكا الشمالية في نفس الوقت.

وبعد عام عقب إنشاء محطة MBC أنشأت محطة التلفزيون عربية مباشرة هي راديو وتلفزيون العرب (ART) المتواجد في روما والتي طورت نمطا جديدا واستغلت مرامي خاصة جديدة وهي حيز التلفزيون القنوات المتخصصة.

تشابه المحطتان "أرت" و"أم بي سي" في ناحيتين أنهما محطتان خاصتان برؤوس أموال عربية أساسا سعودية في الحاليتين ومتواجدين في خارج العلم العربي أي محطات تلفزيونية عربية أي تقع خارج الأراضي الإقليمية العربية مما يسمح لها بلا شك أن تحصل على بعض الاستقلالية. وفي سنة 1996 برر توجهه أو اتجاه جديد هو إيجاد محطات عربية متخصصة للبث الواسع عبر القمر الصناعية، ولكن هذه المرة نحو البلدان العربية¹.

وهكذا في أواخر عام 1996 انطلقت من قطر قناة الجزيرة تبعها عام 1997 محطة الإمارات المتحدة (أي بي سي) (EBC) التي تطمح كما يوحي اسمها إلى منافسه أم بي سي وبموازنة هذه القنوات التي يستلمها كل من ملك جهاز استقبال وصحنا هوائيا وموجها، هذا بالإضافة إلى محطات تلفزيونية عربية ليست مجانية أو مدفوعة الأجر مقابل الاشتراك شهري خرجت للوجود تحتاج إلى جهاز فك شيفرة وكانت أول منظمة من هذا النوع تسمى أوربيت (ORBIT) من تمويل سعودي قد بدأت الإرسال في نوفمبر 1994 وموقعها روما ويلتقط إرسالها بالشكل خاص في مصر والسعودية وتشتري برامج تنتجها محطات تلفزيونية أخرى أمريكية أو أوروبية أو ستيوهات إنتاج عربية، ثم ظهرت إلى الوجود بعد ذلك مجموعتان تلفزيونيتان عن طريق الاشتراك إلى جانب "أوربيت وشوتايتم" وبرؤوس أموال كويتية وأمريكية وهذه القنوات هي السعودية 3 و CFI الكويتية².

إن انتشار الفضائيات العربية مثل (ANN,ART,MBC) والأفكار تتسع لإطلاق قنوات جديدة تنتج أوسع فرص الاختيار أمام ملايين المشاهدين العرب أينما كانوا، تحتاج عمليات استيعاب تلك النقلة الهائلة في عصر استقبال البث الفضائي العربي من ملايين المشاهدين فترات أطول في عمليات الانتقاء والاختيار المطلوب مشاهدته والمطالبة لتحقيق رغبات تعطي كل محطة قضاية عربية هويتها المتميزة وجهدها لتمتلك التكنولوجيا الحديثة والطاقات المبدعة، وضوح الأهداف³.

وإن من أهم النتائج التي حققتها هذه القنوات أن الوطن العربي أصبح بضغط زر ينتقل من دبي إلى دمشق إلى بيروت إلى تونس، مروراً بالقاهرة، وجاءت أمال المشاهدين الكبيرة وهو الذي كان يعاني يومياً من التدفق الإعلامي والثقافي الغربي الذي يقابله ويواجهه في كل وسيلة من وسائل الإعلام، لكن سرعان ما تبددت أحلام المشاهدين

¹ نصير بوعلي، مرجع سابق، ص، ص 75 - 76.

² المرجع نفسه، ص 77.

³ مجد هاشم الهاشمي، مرجع سابق، ص 164.

الفصل الثاني: البث الفضائي و القنوات الإخبارية

العربي في الفضاء الإعلامي العربي وأصبح يتساءل هل هذه الفضائيات جاءت نقمة لتكمل ما أبقاه الإعلام العربي¹.

فالحلل لبرنامج القنوات الفضائية العربية يجد أن معظم القنوات الفضائية غلب على إنتاجها البراجمي الطابع الترفيهي المقلد لما ينتجه الغرب، والادل على ذلك انتشار الأغنيات التلفازية المنفذة بأسلوب ما يعرف "بالفيديو كليب" التي تعد فيه المرأة قاسما مشتركا والأداة الرئيسية للجذب وهي بهذا المنظور الترويجي في منزلة أي سلعة استهلاكية مما يحط من كرامتها ويحرمها حقوقها المكفولة من المنظور الإسلامي الذي بؤها منزلة كبيرة في المجتمع. ومما يدعو للدهشة أن نسبة كبيرة من البرامج التي تقدمها الفضائيات العربية تحاول فيها تقليد الغرب إلا أن نسبة لا بأس بها منقولة تماما من برامج أجنبية ولأن الإيداع العربي اكتفى الاقتباس والإعادة فقط².

إن مدار الدول العربية هو جزء من المدار الاستوائي الثابت الذي يمكن مشاهدته بواسطة محطات الإرسال والاستقبال ويقع هذا الجزء بين درجة 27.5 غربا و 359 درجة شرقا وفي هذا الجزء من المدار الاستوائي الثابت يمكن وضع الأقمار لتوفير البث التلفزيوني لجميع الدول العربية، إن هذه الوضعية المدارية للدول العربية أفرزت العديد من النتائج من بينها العدد القنوات الفضائية التي تبث برامجها من مناطق مختلفة سواء بالطريقة المشفرة أو الطريقة العادية³.

أما بالنسبة للجزائر فقد دخلت البث التلفزيوني الفضائي المباشر رسميا منذ منتصف الثمانينات وذلك من جراء إطلاق فرنسا لقمريها الصناعي الأول (TDF1) الخاص بالبث المباشر في أكتوبر من سنة 1985 فقد قدر الملاحظون -آنذاك- أن مساحة بث هذا القمر تمتد من إسبانيا والبرتغال غربا إلى مجتمعات أوروبا الشرقية ومن الدول الاسكندنافية شمالا إلى مجتمعات المغرب العربي جنوبا. ولم يكن المختصون في الثمانينات يتوقعون أن عملية البث بواسطة الأقمار الصناعية ستتطور بهذه السرعة إذ من العقبات التي كانت تشد أنظار المختصين والمهتمين بقطاع الصناعة الأقمار الصناعية للبث التلفزيوني المباشر هي صعوبات تقنية وتكلفة لأجهزة الاستقبال وخاصة الهوائيات المقعرة، فلم يكن يوسع المتلقين التقاط البرامج التلفزيونية بواسطة الأقمار الصناعية إلا بتوفير شروط أو ظروف مساعدة وفي مقدمتها هوائي مقعر يزيد قطره عن متر. من هناك عملية الاستقبال في الجزائر مقصورة - في البداية - على وضعيات معينة أو أماكن عمومية مثل دور السينما وقاعات الحفلات حيث كان رياض الفتح بالجزائر العاصمة السباق لهذا النوع من الاتصال التلفزيوني حيث جهز بهوائي كبير مكنه من التقاط أربعة قنوات تلفزيونية وهي: راي الايطالية، ميوزيك بوكس الألمانية (Music Box) و TV5 الفرنسية و قناة أوروبا (EUROPA)، و قد بلغ ثمن الهوائي المقعر آنذاك حوالي 12 مليون سنتيم جزائري هذه الوضعية جعلت امتلاك الهوائيات المقعرة في البداية وقفا على المؤسسات العامة وكذلك الفئات الميسورة اجتماعيا، واليوم

¹ محمد قيراط، الفضائيات العربية بحث عن الذات أم تقليد الأمر، جريدة البيان الإماراتية العدد 334، أكتوبر 1997، ص 2.

² محمد جاد أحمد، مرجع سابق، ص 65.

³ نصير بوعلي، مرجع سابق، ص 78.

تأتي الجزائر في مقدمة بلدان العالم الثالث من حيث اقتناء الهوائيات المقعرة، ومع الثورة الرقمية في الجديدة أصبح المواطن في الجزائر بإمكانه التقاط مئات القنوات الفضائية¹.

ثانيا : القنوات الجزائرية الخاصة

1- تعريف القنوات الجزائرية الخاصة

تعرف القنوات الفضائية على أنّها عرض تلفزيوني مرئي يبث عبر شبكة من الأقمار الصناعية تدور حول الأرض في مسارات محددة معروفة، وتحدد بالزاوية والاتجاه على البوصلة لتحديد اتجاه التقاط كل مجموعة منها². وتعرف أيضا أنّها: استقبال الإرسال التلفزيوني من الأقمار الصناعية مباشرة بأجهزة الاستقبال المنزلية دون تدخل من محطات الاستقبال الأرضية الكبيرة³.

أو هي تلك الترددات التي تلتقط من قبل قمر محدد وتبث من مركز البث الخاص بها لكل من يستقبلها خلال طبق خاص⁴.

و تعرف أيضا بأنها قيام الأقمار الصناعية بالتقاط البث التلفزيوني في بلد من البلدان وبثه مباشرة إلى أماكن أخرى تبعد عن مكان البث الأصلي مسافات بعيدة تحول دون التقاط البث دون وسيط.

وبما أنّ القنوات الفضائية هي محطات تلفزيونية تبث إرسالتها عبر الأقمار الصناعية، وهذا الإرسال يتجاوز الدولة المرسله إلى دول أخرى عبر الأقمار الصناعية ليلتقط من خلال أجهزة خاصة للاستقبال وأطباق لاقطة⁵، فإنّ ظهورها كان سمة من سمات مواكبة العصر، وقد تميزت هذه القنوات بكونها شاملة وجامعة، حيث امتازت برامجها بالتوجه نحو جمهور عريض من مختلف الأعمار والأذواق كما أنه من مختلف الفئات الاجتماعية والفكرية والثقافية⁶، وعليه يمكن تعريف القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة حسب المادة (12) من قانون الإعلام 2014 التي تنص على ما يلي: "تشكل خدمات الاتصال السمعي البصري المرخص لها من القنوات الموضوعاتية المنشأة من قبل مؤسسات وهيئات وأجهزة للقطاع العمومي أو أشخاص معنويين يخضعون للقانون الجزائري، ويمتلك رأسمالها أشخاص طبيعيين أو معنويين يتمتعون بالجنسية الجزائرية"⁷.

ومن خلال ما سبق يمكن تعريف القنوات الفضائية الإخبارية الجزائرية الخاصة على أنّها مؤسسات إعلامية تلفزيونية يملكها حواص جزائريون وهي تقوم بتغطية الأحداث الوطنية والدولية عن طريق شبكة من المراسلين داخل الوطن وخارجه، وبث نشرات و مواجيز إخبارية، وتقديم برامج حوارية وتحليلات إخبارية.

¹ نصير بوعلي، مرجع سابق، ص، ص 81-83.

² عبد الكريم الحربي، الأنترنت والقنوات الفضائية، ط 1، المملكة العربية السعودية، 2003، ص 98.

³ العمر ناصر سليمان، البث المباشر حقائق وأرقام، ط 1، دار الوطن، الرياض، 2007، ص 67.

⁴ سالم القحطاني، أثر القنوات على النشر، رسالة ماجستير، السودان، 2007، ص 78.

⁵ هناء السيد، الفضائيات وقادة الرأي: دراسة أثرها على السلوك، ط 1، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005، ص 32.

⁶ نصر الدين العياضي، يوسف تمار، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2007، ص 54-55.

⁷ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، قانون الاعلام، العدد 06، مارس 2014، ص 8.

2- العوامل المساعدة على ظهور القنوات الجزائرية الخاصة

يمكن إرجاع أسباب ظهور القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة إلى:

- من أهم الأسباب التي أدت إلى ظهور قنوات فضائية جزائرية هو الحد من التدفق الإعلامي الأجنبي على الفرد الجزائري مع مراعاة حاجات ورغبات المواطن الجزائري الإعلامية.
- الانفتاح الإعلامي، بعدما سعت الدولة الجزائرية بعد عقود من احتكار مجال السمعى البصري بالجزائرية إلى فتح هذا المجال على القطاع الخاص، بعد التحولات السياسية والاجتماعية التي عرفتتها بعض الدول العربية من خلال ما بات يعرف بالربيع العربي.
- العوامل التكنولوجية الحديثة التي ساهمت في تطور تقنيات البث خاصة تقنية البث المباشر والوسائل الحديثة في مجال إنتاج الصورة وتسويقها.
- تراكم المخزون السمعي والبصري الذي كان نتيجة سنوات تمثل في الكثير من الأفلام السينمائية والعديد من الحفلات الموسيقية البرامج الوثائقية، هذا المخزون ساهم في إيجاد نوع من الإنتاج القابل لإعادة البث¹.
- زيادة رؤوس أموال المستثمرة والممولين في مجال الإعلام الذي أدى إلى ظهور الإعلام الخاص الذي كان له أهدافه ونظراته للإعلام، بعدما كان الإعلام الحكومي هو المسيطر ولمدة طويلة.
- التطور التكنولوجي في العالم و ظهور الفضائيات المتخصصة مما أدى إلى زيادة وعي المواطن بوضعه و حقوقه و واجباته.
- ثورة وسائل الاتصال ممثلة في تكنولوجيا الاتصال الحديثة والتي بدأت بالاتصالات اللاسلكية والسلكية، مروراً بالتلفزيون والنصوص المتلفزة، وانتهت بالأقمار الصناعية².

ثالثاً : ماهية الفضائيات الإخبارية :

شهدت الفترة الأخيرة انتشار واسعاً للقنوات المتخصصة، وقد بدأت تطرح أفكاراً ، لقنوات فضائية متخصصة في مجالات مختلفة إخبارية، رياضية إعلامية، تربوية ودينية وغيرها، وقد تسارعت الشركات والمؤسسات الخاصة والحكومية وأصحاب رؤوس الأموال لإطلاق العشرات من القنوات المتخصصة³ . وما من شك في أن تحرك هذه القنوات في اتجاه تجاوز المحظورات وكسر المحرمات قد انبثق عنه إعلام جديد وخاصة في العالم العربي يقوم بدور فعال في صياغة الرأي العام⁴ .

¹ المنصف العياري، محمد عبد الكافي ، القنوات التلفزيونية الخاصة، سلسلة بحوث ودراسات، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس 2006 ، ص 14-13.

² محمد شطاح، إشكالية الهوية والحوار مع الآخر في الفضائيات العربية على الموقع: www.foxitreader.com، 16 / 03 / 2016

³ صفاء أبو سعيد وفيروز شحادة: الاعتماد على القنوات الإخبارية، ص 41.

⁴ المنصف العياري، محمد عبد الكافي، القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2006، ص 50.

وتعتبر وظيفة الأخبار من أهم الوظائف التي يقدمها الإعلام وبالأخص القنوات الإخبارية، فقد أصبحت هذه الأخيرة تشكل جزءا من حياة الناس وآرائهم وأفكارهم ومواقفهم، ففي السابق وعلى سبيل المثال لا الحصر في الدول العربية، كان الناس ملتزمين بمتابعة ومشاهدة التلفزيون الرسمي في بلدهم الذي يختار لهم الأخبار والأفلام والمسلسلات، وذلك ليسوغهم في مسار وقالب تفكير واحد¹.

1- مفهوم الفضائيات الإخبارية:

ظهرت الفضائيات الإخبارية كمفهوم حديث في عالم القنوات الفضائية، وتعتبر من الفضائيات المتخصصة في المضمون أو طبيعة الخطاب الإعلامي ذلك أنها تقدم مادة ذات نوعية محددة ألا وهي الأخبار والبرامج الإخبارية. وهي تبث إرسالها على مدار الساعة لمواكبة الحراك والمنافسة القوية في مجال صناعة الأخبار خاصة في ظل تحول الإعلام إلى صناعة تستهدف الربح بعد تحرره من السيطرة الحكومية وانتشار مبدأ الخصخصة². يمكن القول أن الفضائيات الإخبارية هي تلك القنوات التي تبث على مدار الساعة برامج ذات طابع إخباري، وهناك بعض من هذه القنوات تكتسي الصبغة التجارية التي هدفها الربح وأخرى ذات صبغة إعلامية بحتة. تقوم هذه الفضائيات بتقديم نشرات ومواجيز إخبارية في مواعيد محددة، وتتميز أخبار هذه القنوات في الغالب بالسرعة والدقة والشمول.

وتعد النشرات الإخبارية أبرز المضامين المقدمة في الفضائيات الإخبارية لما لها من تأثيرات كبيرة على الجمهور، وهي تختلف من حيث الشكل والمضمون وفقا لتباين البيئة الاتصالية التي باتت فيها صناعة الأخبار مكلفة جدا بما جعلها تقتصر على الشركات متعددة الجنسيات والتكتلات الإعلامية الضخمة الشيء الذي أفرز مشكلة انحياز هاته الجهات لخدمة مصالحها.

إلى جانب النشرات، تقدم الفضائيات الإخبارية التحليلات الإخبارية التي أساسها الشرح والتفسير، برامج الشؤون الجارية القائمة على تقديم الأحاديث، المناقشات، المقابلات والتحقيقات من موقع الحدث عن القضايا الجارية لتدعيم الفهم الإخباري لدى المشاهد. كذلك التعليقات الإخبارية التي تقدم الرأي وتبدي وجهات النظر المختلفة إزاء الأحداث؛ وهي عدة أنواع أهمها: التعليق الذي يقدم دعوة للعمل، التفسيري، الجدلي، الإقناعي. إذ أن أهم ما يتميز به التعليق صراحة الدعوة لاعتناق وجهة نظر معينة أو رؤية تفسيرية لحدث ما³.

2- نشأة الفضائيات الإخبارية

تعود فكرة تأسيس أول محطة تلفزيونية إخبارية خاصة إلى الأمريكي " روبرت ادوارد تيرنر " عام 1970، والتي تقوم على التغطية الحية للأحداث العالمية على مدار 24 ساعة يوميا باستخدام الأقمار الصناعية، وقد تحقق له ذلك عندما أعلن عن تأسيسه لهذه المحطة عام 1979 باسم CNN وباشرت القناة عملها بشكل رسمي من

¹ صفاء أبو سعيد و فيروز شحادة، مرجع سابق، ص 45.

² عاطف عدلي العبد، القنوات المتخصصة أنواعها جمهورها بحوثها وأخلاقياتها، دار الإيمان للطباعة، القاهرة، 2006، ص 41.

³ نفي عطف عدلي العبد، صناعة الأخبار التلفزيونية في عصر البث الفضائي، دار الفكر العربي القاهرة، ط 1، 2007، ص 21 - 23.

أطلقوا في الفاتح من جوان سنة 1980 . وقد لجأت المحطة في أيامها الأولى إلى الاستعانة بالعناصر ذات الخبرة الكبيرة ممن كانوا يعملون في الصحافة والتلفزيون، كما استعانت بأصحاب المواهب من الشباب الذين أعطوا للمحطة القدرة على تجاوز قلة الإمكانيات¹.

وقد قوبلت هذه القناة عند ظهورها بانتقاد وسخرية الكثيرين الذين اعتبروها أشبه بديك سانج، وبعد خمس

سنوات من إطلاقها بدأت تبث نسخة عالمية هي CNN international

وبعد إطلاقها بشهور قليلة حققت نجاحا باهرا، فيما اعتبر البعض أن الأخبار لا تعد أخبارا إلا عندما تبثها CNN².

أما بالنسبة لبريطانيا فقد وافقت الحكومة على قيام قناة BBC (والتي تعود ملكيتها إلى محطة BBC المرتبطة رسميا بجهاز الدولة) وذلك عام 1986 وهي مسؤولة على محطتين هما BBC1 و BBC2 . وكانت هذه القناة رسمت لنفسها هدفا استراتيجيا يتمثل في الوصول إلى الجمهور عبر أنحاء العالم وهذا ما تحقق لها عام 1993³.

وقد شكل النجاح الذي حققته CNN و BBC حافزا للدول الأوروبية لإنشاء قناة مشتركة بينها، ومن ثم كانت فكرة إنشاء قناة EUROBEWS الأوروبية وهي تعتبر أول قناة إخبارية مشتركة ، حيث تعود فكرة تأسيسها إلى عام 1986 حين قامت لجنة الخبراء للبث التلفزيوني والسمعي بعرض مشروع إنشاء محطة مشتركة مخصصة للأخبار، وذلك لتغطية العجز الذي كان يعاني منه التلفزيون الأوروبي في مواكبة التطور الإخباري خلال الثمانينيات⁴.

وقد بدأت المحطة إرسالها من مدينة ليون الفرنسية لتقوم بتقديم خدمة إخبارية على مدى 24 ساعة يوميا، وتقدم نشراتها بسبع لغات أوروبية إلى جانب العربية باعتبارها موجهة بالدرجة الأولى إلى المشاهدين في أوروبا وحوض البحر الأبيض المتوسط⁵.

أما عن الأنظمة العربية فقد عملت في السابق على احتكار وسائل الإعلام خاصة قطاع السمعي البصري ، ولا يزال بعضها اليوم على هذا الحال حيث لم تسمح للمستثمرين الخواص خوض تجربة الإعلام المستقل إلا بعد الضغوطات المعنوية التي مارسها القنوات الأجنبية على المشاهد العربي الذي عزف عن مشاهدة القنوات الوطنية . من هنا ظهرت الحاجة الملحة لإعلام مغاير للاتجاه الواحد، فقد ظهرت عدة محاولات عربية لفك قيد الرأي العام العربي، ففترة ما بين الحربين الخليجيتين الأولى والثانية شهدت ميلاد قنوات إخبارية عربية تمكنت من فرض نفسها في قلب الأحداث الدولية المتسارعة والرقمي إلى مستوى المنافسة العالمية.

¹ إياد شاكر البكري، مرجع سابق ، ص173.

² مجد هاشم الهاشمي، المرجع نفسه، ص150.

³ علي محمد شمو، تكنولوجيا الفضاء وأقمار الاتصالات الإسكندرية، ط1، دار الإشعاع، 2002، ص115.

⁴ إياد شاكر البكري ، مرجع سابق، ص205.

⁵ فارس عطوان، الفضائيات العربية و دورها الإعلامي ، ط1، دار أسامة للنشر، عمان، 2009، ص 209.

فكان تأسيس قناة الجزيرة الفضائية (JSC) في الفاتح من نوفمبر من عام 1996 ، و تعتبر القناة الأولى من نوعها في الوطن العربي والتي تحمل شعار الرأي والرأي الآخر¹.

3- أهداف الفضائيات الإخبارية.

- ظهرت الفضائيات الإخبارية وهي تحمل أهدافا عدة تطمح إلى تحقيقها، إن الفضائيات الإخبارية أصبحت جزءا من الواقع السياسي والأهداف السياسية للأطراف المتعاملة، والمؤثرة على أحداث هذه الحرب².
- ويمكن القول أن الفضائيات الإخبارية تهدف إلى ما يلي :
- تقديم خدمة إخبارية باللغة العربية كبديل للمشاهد العربي عن القنوات الأجنبية بحيث تخاطبه في جميع الدول العربية من جهة وتكون في الوقت نفسه جسرا إعلاميا بين الشرق والغرب.
- نقل آخر المستجدات من خلال الابتعاد عن صفتي المحلية والإقليمية.
- منافسة الإنتاج الإخباري الأجنبي شكلا و مضمونا من خلال تقديم نشرات إخبارية بإيقاع سريع يعتمد الصورة أكثر من الخبر المقروء، إضافة إلى نقل الحدث من موقعه بواسطة شبكة المراسلين المنتشرين في أنحاء العالم.
- اعتماد خدمة إخبارية موضوعية تصحبها صور فيلمية ذات إيقاع سريع.
- تعزيز حق الإنسان في المعرفة عن طريق التوعية بالقضايا التي تمم الجمهور لتكون جسرا بين الشعوب والثقافات.
- إثراء صناعة الأخبار والبرامج الحوارية بإضافة أبعاد جديدة تتخلص من الإعلام الترفيهي وتسعى لتقديم خدمة إخبارية ثقافية وموضوعية جريئة متحررة من القيود الحكومية.
- تحرير الإعلام والسياسات الإعلامية من التبعية الحكومية ، فالإعلام الحر وحده يتيح لوسائل الإعلام الاضطلاع بدور نشط في التعبير عن المجتمع والارتقاء بأفراده بل ومراقبة أداء مؤسساته.
- تحقيق الاستقلال المادي للمؤسسات الإعلامية لتضلل بمنأى عن تقلبات رأس المال والمصالح الاقتصادية.
- رفع هامش الحرية الممنوح للإعلاميين ليتاح لهم التعبير عن أنفسهم ومجتمعاتهم دون قيود، ومنحهم المزيد من ضمانات العمل والحرية.
- تحديث برامج التأهيل المهني والعلمي والتثقيف السياسي ، وهذا للارتقاء بالأداء الإعلامي للإعلاميين والمؤسسات الإعلامية على حد سواء.
- كما تهدف هذه القنوات لأن تكون جسرا إعلاميا يسهل انتقال الخبر للمشاهدين والذي يتيح لهم الاطلاع الدائم والمستمر على آخر المستجدات في العالم في شتى المجالات.
- محاولة تقديم تغطية إخبارية شاملة لقضايا الساعة وتزويد المشاهد بكافة وجهات النظر دون تحيز.
- محاولة توفير خدمة إخبارية على أعلى مستوى من الاحترافية والكفاءة.

¹ إياد شاكرا البكري ، مرجع سابق، ص132.

² منى سعيد الحديدي، حسن عماد مكاوي، الفضائيات العربية ومتغيرات العصر- أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام ط1،الدار المصرية اللبنانية، القاهرة ، 2005 ، ص 279 .

الفصل الثاني: البث الفضائي و القنوات الإخبارية

- إعداد برامج إخبارية وتحقيقات تهدف إلى رفع الوعي السياسي والاقتصادي والاجتماعي للمشاهدين.
- التغطية الفورية للأحداث المهمة في جميع أنحاء العالم من خلال شبكة من المراسلين والمندوبين المتواجدين في معظم عواصم العالم.

- الانتقال من مرحلة التأثير إلى واقع التأثير والفعل¹.

4- أهم القنوات الفضائية الإخبارية الجزائرية.

من أهم القنوات الإخبارية الجزائرية الخاصة نجد ما يلي:

أ- المغربية :

هي قناة حوارية وإخبارية تأسست في نوفمبر 2011 وبدأت في بث برامجها يوم 06 ديسمبر 2011 تعمل على تسليط الضوء على القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية تهتم المواطنين في جميع الدول المغربية وتبث مباشرة من المملكة المتحدة بريطانيا، وقد أعلنت قناة المغربية أنّها قناة موجهة بنسبة 50 إلى 60% من شبكتها البرمجية للمشاهد الجزائري مع برجة متنوعة وإخبارية وأسئلة موضوعاتية ومختلف الآراء، وقد أعلن سليم صالحى أن أحد مؤسسيها هو نجل عباسي مدني رئيس الجبهة الإسلامية للإنقاذ المحظورة والذي يعيش حاليا في قطر.

وتهدف قناة المغربية من خلال مختلف موادها الإعلامية إلى مدّ جسور التواصل بين شعوب المنطقة والمساهمة في تكريس حق المواطنين في الوصول الى المعلومة الصحيحة ومتابعة خدمة إعلامية تعتمد الرصانة والموضوعية وترتكز على المهنية والحرفية وتضمن حرية التعبير وتبرز الرأي و الرأي الآخر تحت شعار مغربية بلا حدود.

وتسعى قناة المغربية لأن تكون فضاء لتواصل الشعوب المغربية، يطلعون من خلاله على واقعهم دون تعميم أو تزييف ويطلون منه على العالم وتجارب شعوبه، كما تفتح المجال أمام جمهورها للمساهمة في نصرة القيم الإنسانية وتعزيزها وعلى أرسها قيم الحرية والمساواة وحقوق الإنسان².

من أهم برامجها نجد:

- صدى الشارع

- قالت الصحف

- الحدث المغربي

- العالم اليوم

- مواطنون مع وقف التنفيذ

¹ صفاء أبو سعيد ، فيروز شحادة، مرجع سابق ، ص ، ص52-56.

² <http://www.startimes.com/faspix?t=29879209> / 03 / 24 / 2016

- واش قالو في الجرنال

ب- النهار tv :

هي قناة جزائرية مستقلة أنشأها مجموعة من الإعلاميين والصحفيين الجزائريين، انطلق البث التحريبي للقناة يوم 6 مارس 2012 بأول نشرة إخبارية قدمت من طرف الثنائي الإعلامي رياض بن عمر ونور اليقين مغريش ، اتخذت القناة مقرها الرئيسي بالعاصمة الأردنية عمان، ليبدأ البث من هناك على قمر نايل سات، تهتم القناة بالشأن الإخباري والسياسي في الجزائر، حيث أنّ برامجها كانت مزيجاً بين نشرات الأخبار الرياضية واخبار الاقتصاد في الجزائر وكذا أخبار الصحف الوطنية.

أهم البرامج التي تقدمها:

- نشرات الأخبار.

- أخبار النهار .

- الحدث .

- متفرقات .

- معرض الصحافة .

- في الواجهة عين على الأحداث.

- برامج اجتماعية.

- برامج رياضية.

- الأركان السياسية¹.

ج- نوميديا نيوز :

هي قناة إخبارية جزائرية مستقلة، وقد اتخذت هذا الاسم تيمناً بمملكة نوميديا الأمازيغية التي قامت في عصور ما قبل الميلاد وهي الجازر حالياً، انطلق بثها في 11 ديسمبر 2012 في الذكرى الأولى لانطلاق وكالة نوميديا نيوز وهو تاريخ يصادف يوم خروج الجزائريين طلباً للتححر سنة 1961 ، وتهتم ببث آخر المستجدات السياسية والرياضية على الساحة الجزائرية العربية والدولية، وهي قناة إخبارية لكون معظم برامجها ذات صيغة إخبارية إلى جانب بعض البرامج الحوارية والتفاعلية والاجتماعية، وانطلقت القناة تحت شعار " إعلام جديد " ويتواجد المقر المركزي للقناة بجنيف سويسرا إلى جانب مقر فرعي بالجزائر وفروع أخرى بدول الخليج وأمريكا.

- تهدف القناة بالدرجة الأولى إلى إيصال صورتها إلى مختلف أرجاء العالم وهذا من خلال بثها لنشرات إخبارية تتابع الأحداث في كل مكان وبكل مصداقية، خاصة وأنّ القناة تحصلت على رخص في أكبر الهيئات العالمية ، وتبث إلى جانب اللغة العربية باللغة الأمازيغية والفرنسية والإنجليزية والإسبانية¹.

¹ موقع موسوعة ويكيبيديا الالكترونية: www.wikipedia.org ، 2016/02/18.

ومن جهة أخرى تهدف إلى توصيل الصورة الحقيقية للأحداث دون تحريف أو تزييف، وهذا ما تتحدث عنه في مختلف برامجها بلدان العالم أهمها مكتب واشنطن، ومكتب فينا، ومن ثم مكتب القاهرة ومكتبي باريس ودبي إلى جانب مكاتب أخرى مثل مكتب صنعاء ومسقط وعمان، باماكو والخرطوم وغيرها... من أهم برامج القناة :

- نشرة الجزائر: التي تسلط الضوء على أهم المستجدات السياسية في الجزائر.
- نشرة المغرب العربي والساحل: وتهتم بأخبار دول المغرب العربي ودول الساحل .
- نشرة اليمن وشبه الجزيرة العربية: وتهتم بأخبار مستجدات منطقة شبه الجزيرة العربية واليمن .
- نشرة فلسطين: وهي نشرة خاصة بدولة فلسطين المحتلة وأهم مجريات الأحداث فيها .
- نشرة تركيا وما جاورها: وهي نشرة خاصة بتركيا و العراق وسوريا ومختلف الدول القريبة إلى تركيا .
- نشرة أوروبا الشرقية: وهي نشرة تهتم بأخبار دول أوروبا الشرقية مثل اليونان والمجر وغيرها .
- المجلة الأوروبية: نشرة عامة عن أخبار دول أوروبا .
- نشرة أمريكا : وهي نشرة تلم بأهم الأخبار والأحداث في قارة أمريكا .
- رأي في الحدث بالإضافة إلى برنامج سري جدا مع طوني خليفة .
- عدسة المراسلين: تسلط الضوء على أهم التقارير التي قام بها مراسلو نوميديا نيوز عبر العالم .
- تحقيقات: الذي يسلط الضوء على مظاهر الفساد وغيرها في الوطن و العالم .
- فلاش سبور : ملخص لأهم الأحداث الرياضية اليومية .
- المجلة الرياضية : خلاصة لأهم الأحداث الرياضية العالمية.
- نيوتيك : يقدم أهم مستجدات التكنولوجيا والاتصال² .

د- الشروق نيوز :

هي قناة إخبارية تابعة لمؤسسة الشروق حيث انطلق البث الرسمي لها يوم 09 مارس 2014 في احتفالية خاصة بمناسبة السنة الثانية لإطلاق أول قناة تابعة للمؤسسة تهتم بتغطية الأحداث الوطنية والدولية شعارها " كن أول من يعلم " ويدير القناة سمير بوجاجة.

الشروق نيوز جاءت لتواكب الأحداث العامة التي تشهدها الساحة السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، الرياضية والثقافية، وتسعى القناة للالتزام بالمهنية والموضوعية وحق كل الحساسيات والاتجاهات في الإعلام، كما

¹ المرجع نفسه.

² الموقع الإلكتروني لقناة نوميديا نيوز: <http://www.numidianews.com/apst,266624> ، 2016/03/04.

الفصل الثاني: البث الفضائي و القنوات الإخبارية

سخرت القناة كل الإمكانيات المادية لتزويد جميع المراسلين داخل الوطن وخارجه بأحدث الوسائل في القطاع السمعي البصري لمواكبة الأحداث الوطنية والدولية وتغطيتها بكل حيادية ومهنية.
من أهم برامجها:

- الأخبار : موجز الأنباء ، أخبار الاقتصاد ، النشرات .
- البرامج الحوارية السياسية : هنا الجزائر ، الساعة الدولية .
- البرامج الحوارية الرياضية : ستوديو فوت .
- الحلقة المفقودة .
- يحدث في العالم ¹ .

٥- دزاير نيوز :

قام رجل الأعمال الجزائرية صاحب شركة حداد للأشغال العمومية علي حداد بإنشاء قناة دزاير نيوز والتي هي عبارة عن قناة اخبارية بامتياز وقد ظهرت قناة دزاير نيوز في الجزائر مكان قناة الوثام تفي وتبث القناة مجموعة من البرامج و الحصص المتنوعة في مختلف المجالات أهمها البرامج السياسية والرياضية بالإضافة الى الحصص الدينية ² .

¹ <http://www.startimes.com/faspX?t=29879209> ، 18/03/2016.

² <http://www.dz.madarm.com/2014/05/dzair-newstv-channel-frequency-nilesat> ، 18/11/2016.

أولاً : عرض وتحليل ومناقشة النتائج:

بعد جمع استمارة الاستبيان من طرف أفراد عينة الدراسة المقدر عددهم ب 60 فرد، و بعد استيفائها للإجابات الكاملة، قمنا بعملية ترميز البيانات الخاصة باستمارة الاستبيان وتفريغ الإجابات في برنامج Microsoft Excel و الذي تحصلنا من خلاله على النتائج التالية:

التساؤل الأول:

نص التساؤل الأول على ما يلي: " ما هي عادات و أنماط تعرض طلبة علوم الإعلام و الاتصال للقنوات الإخبارية الجزائرية؟".

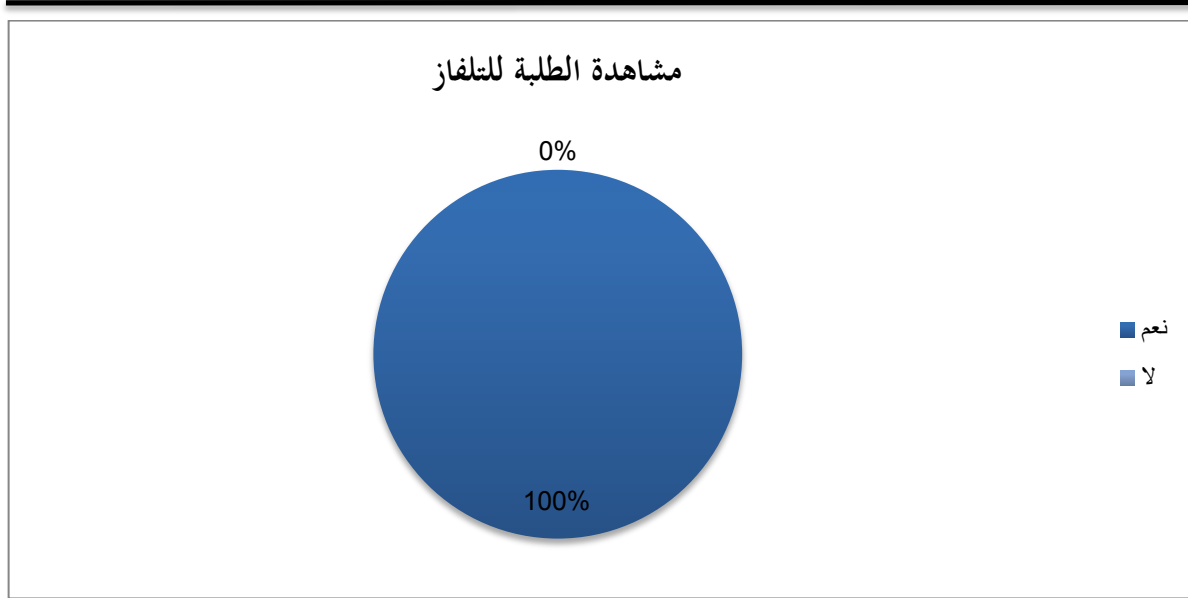
و بعد المعالجة الإحصائية توصلنا إلى النتيجة التالية:

أ) المحور الأول: عادات و أنماط تعرض طلبة علوم الإعلام و الاتصال للقنوات الإخبارية الجزائرية.

الجدول رقم 05: يوضح مشاهدة الطلبة للتلفاز.

1. هل تشاهد التلفاز؟

هل تشاهد التلفاز؟	التكرار	النسبة المئوية
نعم	60	100%
لا	0	0%
المجموع	60	100%



الشكل رقم 07: دائرة نسبية توضح مشاهدة الطلبة للتلفاز

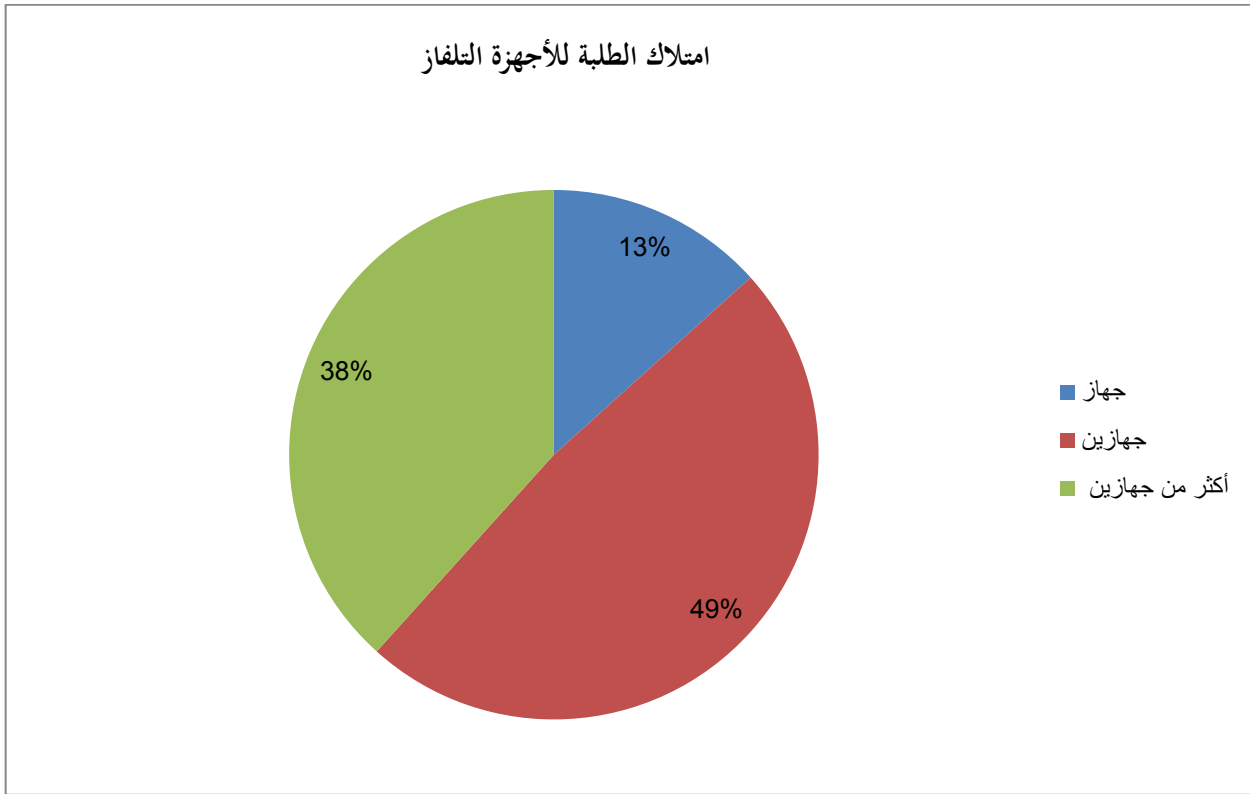
أوضحت النتائج المبينة في الجدول أعلاه الذي يوضح مشاهدة الطلبة للتلفاز أن كل الطلبة يشاهدون التلفاز بنسبة مئوية تساوي 100%، و لا يوجد من بين الطلبة من لا يشاهد التلفاز.

نلاحظ من خلال النتائج أن جميع الطلبة يشاهدون التلفاز و بالتالي ستم الإجابة على بقية أسئلة الاستمارة فليس هناك من لا يشاهد التلفاز و بالتالي من يشاهد التلفاز سيتعرض للقنوات الإخبارية الجزائرية.

الجدول رقم 06: يوضح امتلاك الطلبة لأجهزة التلفاز.

2. كم جهاز تلفاز لديك؟

النسبة المئوية	التكرار	كم جهاز تلفاز لديك؟
13%	8	جهاز
48%	29	جهازين
38%	23	أكثر من جهازين
100%	60	المجموع



الشكل رقم 08: دائرة نسبية توضح امتلاك الطلبة لأجهزة التلفاز.

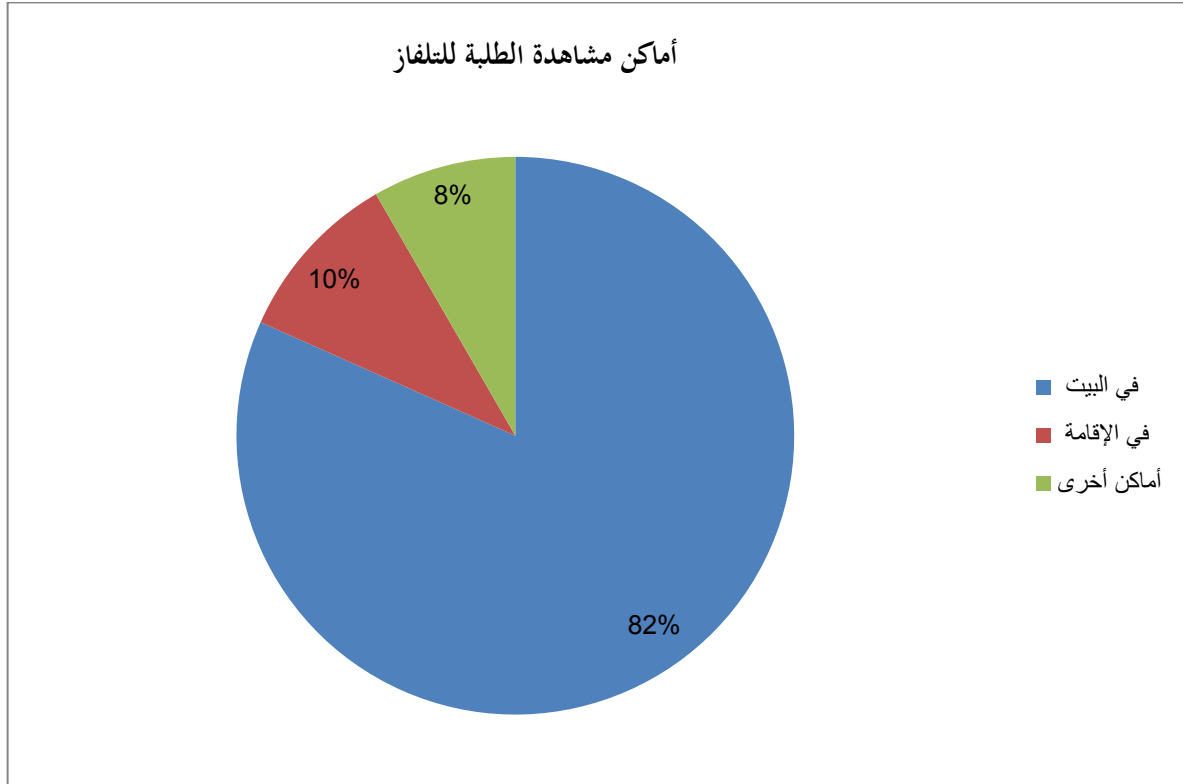
أوضحت النتائج المبينة في الجدول أعلاه الذي يوضح امتلاك الطلبة لأجهزة التلفاز أن أكبر نسبة كانت من نصيب من لديهم جهازين تلفاز من بين الطلبة بنسبة 48% تليها نسبة 38% لمن لديهم أكثر من جهازين، أما من لديهم جهاز واحد هم بنسبة 13%.

نلاحظ من خلال النتائج أن الطلبة الذين يملكون جهاز تلفاز واحد لا يشاهدون التلفاز بكثرة أما من لديهم جهازين فيإمكانهم مشاهدته أكثر ممن يمتلك جهاز واحد لامتلاك الخيار في المتابعة من خلال الجهاز الآخر أما من لديهم أكثر من جهازين فهم من يشاهدونه أكثر لأنه كلما زاد عدد الأجهزة كلما زادت نسبة المشاهدة.

الجدول رقم 07: يوضح أماكن مشاهدة الطلبة للتلفاز.

3. أين تشاهد التلفاز؟

النسبة المئوية	التكرار	أين تشاهد التلفاز؟
82%	49	في البيت
10%	6	في الإقامة
8%	5	أماكن أخرى
100%	60	المجموع



الشكل رقم 09: دائرة نسبية توضح أماكن مشاهدة الطلبة للتلفاز.

الإطار التطبيقي للدراسة

أوضحت النتائج المبينة في الجدول أعلاه الذي يوضح أماكن مشاهدة الطلبة للتلفاز أن أكبر نسبة هي للطلبة الذين يشاهدون التلفاز في البيت قدرت بنسبة %82 يأتي بعدها الطلبة الذين يشاهدونه في الإقامة بنسبة %10 أما من يشاهدونه في أماكن أخرى هم بنسبة %8.

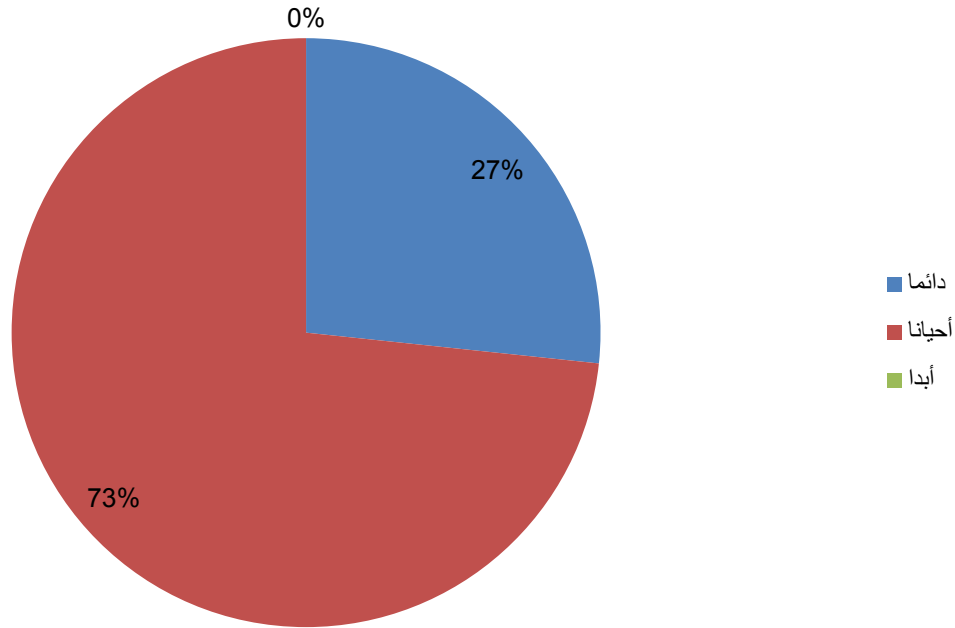
نلاحظ من خلال النتائج أن نسبة متابعة الطلبة للتلفاز في البيت هي أكبر نسبة لأن التلفاز يتابع في البيت بشكل كبير وكون الطالب الجامعي ليس لديه جهاز تلفاز خاص به سواء في الإقامة أو في أماكن أخرى لذا شهدت هذه الأماكن نسب قليلة تتعلق بأماكن متابعة الطلبة للتلفاز.

الجدول رقم 08: يوضح مدى متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية.

4. ما مدى متابعتك للقنوات الإخبارية الجزائرية؟

هل تتابع القنوات الإخبارية الجزائرية؟	التكرار	النسبة المئوية
دائما	16	%27
أحيانا	44	%73
أبدا	0	%0
المجموع	60	100%

متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية



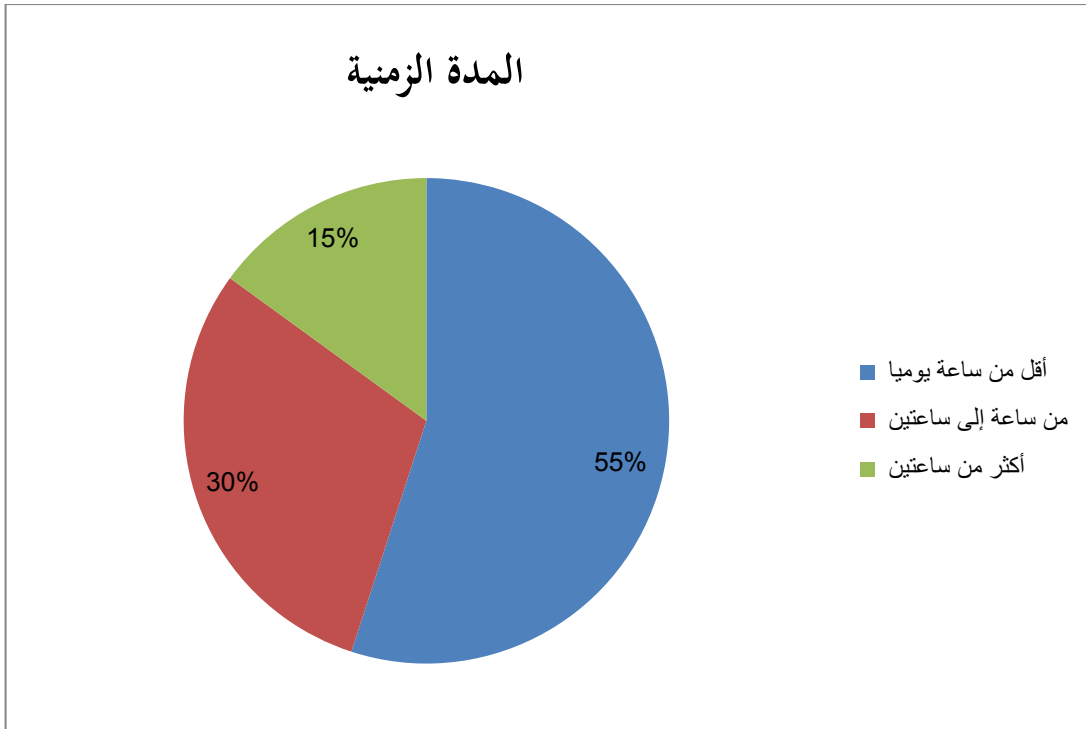
الشكل رقم 10: دائرة نسبية توضح متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية.

أوضحت النتائج المبينة في الجدول أعلاه الذي يوضح متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية أن الطلبة الذين يتابعون القنوات الإخبارية الجزائرية أحيانا هم في الدرجة الأولى بنسبة 73% يليها الطلبة الذين يتابعونها دائما بنسبة 27% ولا يوجد من الطلبة من لا يتابع القنوات الإخبارية الجزائرية فنسبتهم منعدمة تماما. نلاحظ من خلال النتائج أن متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية تكون أحيانا كأعلى نسبة سجلتها النتائج لأن اهتمامات الطلبة بالمواضيع الشبابية و العلمية أكثر منها بالمواضيع الإخبارية وليس هناك من الشباب من لا يتابع القنوات الإخبارية لأنهم بحاجة إلى معرفة ما يدور حولهم من أخبار من خلال متابعة القنوات الإخبارية الجزائرية.

الجدول رقم 09: يوضح المدة التي يقضيها الطلبة يوميا في مشاهدة القنوات الإخبارية الجزائرية.

5. كم ساعة تقضيها يوميا في مشاهدة القنوات الإخبارية الجزائرية؟

النسبة المئوية	التكرار	كم ساعة تقضيها يوميا في مشاهدة القنوات الإخبارية الجزائرية؟
55%	33	أقل من ساعة يوميا
30%	18	من ساعة إلى ساعتين
15%	9	أكثر من ساعتين
100%	60	المجموع



الشكل رقم 11: دائرة نسبية توضح المدة التي يقضيها الطلبة يوميا في مشاهدة القنوات الإخبارية الجزائرية.

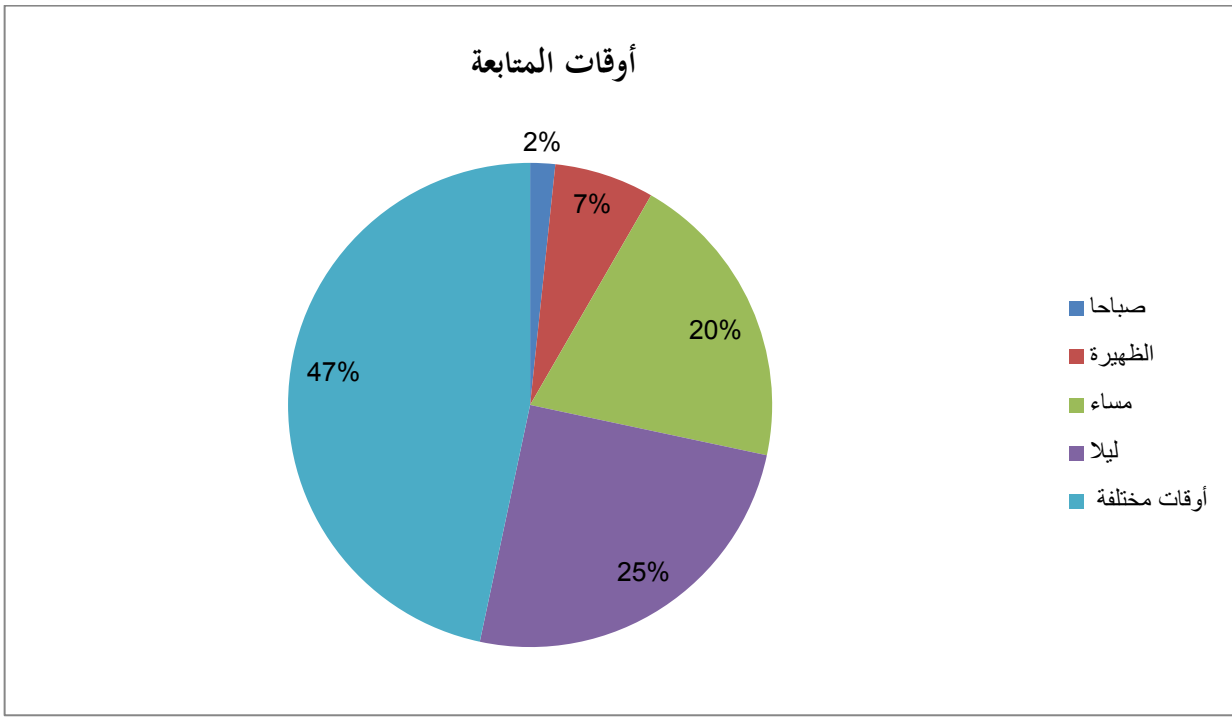
أوضحت النتائج المبينة في الجدول أعلاه الذي يوضح المدة التي يقضيها الطلبة يوميا في مشاهدة القنوات الإخبارية الجزائرية أن أغلبية الطلبة الذين يقضون أقل من ساعة يوميا في مشاهدة القنوات الإخبارية هم الأغلبية وفي المرتبة الأولى بنسبة 55% و في المرتبة الثانية للطالبة ممن يقضي من ساعة إلى ساعتين يوميا في مشاهدتها بنسبة 30% في الأخير هناك من الطلبة من يقضي أكثر من ساعتين يوميا في مشاهدة القنوات الإخبارية الجزائرية هم بنسبة 15%.

نلاحظ من خلال النتائج أن المدة التي يقضيها الطلبة يوميا في مشاهدة القنوات الإخبارية الجزائرية هي أقل من ساعة يوميا و هو متوسط نشرات الأخبار كمتابعة الأخبار التي تهمه فقط في قنوات معينة وهناك من الطلبة من يتابعها من ساعة إلى ساعتين بنسبة قليلة و ذلك من خلال التنقل بين القنوات الإخبارية و متابعة الأخبار المختلفة فلا يقتصر وقت المتابعة على قناة إخبارية واحدة بل يتابع من كل قناة إخبارية مدة معينة أما من يتابعون القنوات الإخبارية الجزائرية أكثر من ساعتين فهم قلة لأن المدة الزمنية لمتابعة هذه القنوات طويلة نوعا ما و هناك قنوات أخرى تهم الشباب أكثر من القنوات الإخبارية.

الجدول رقم 10: يوضح أوقات متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية.

6. متى تتابع القنوات الإخبارية الجزائرية؟

النسبة المئوية	التكرار	متى تتابع القنوات الإخبارية الجزائرية؟
2%	1	صباحا
7%	4	الظهيرة
20%	12	مساء
25%	15	ليلا
47%	28	أوقات مختلفة
100%	60	المجموع



الشكل رقم 12: دائرة نسبية توضح أوقات متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية.

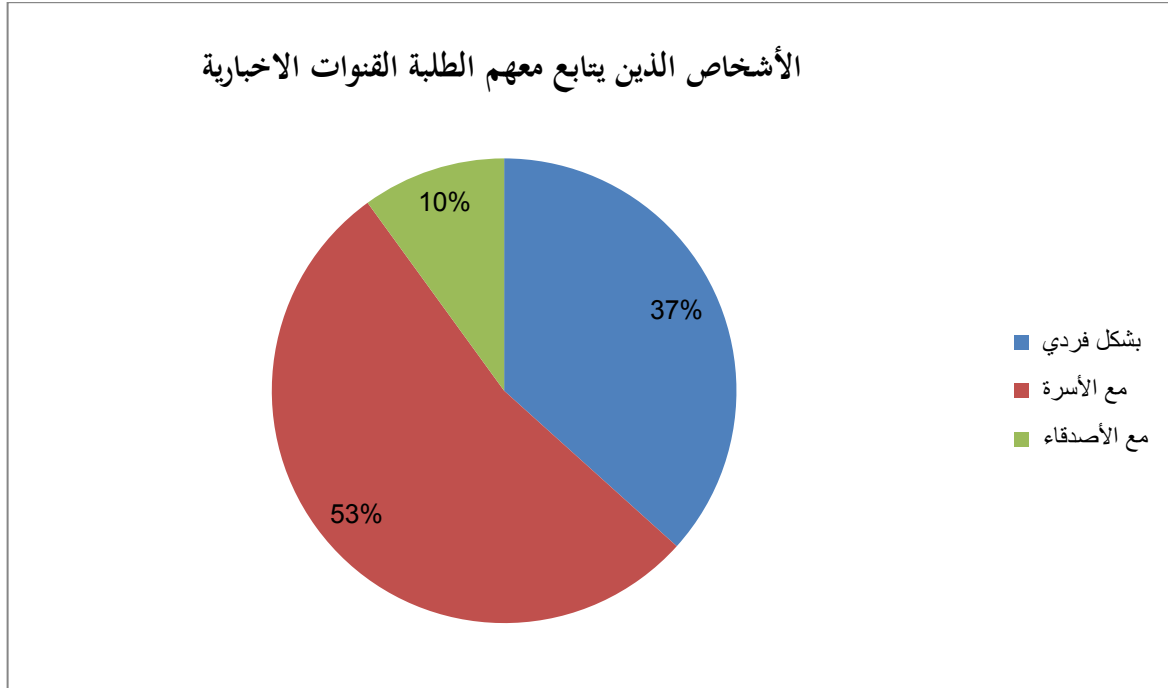
أوضحت النتائج المبينة في الجدول أعلاه الذي يوضح أوقات متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية أن أكثر الطلبة يتابعون القنوات الإخبارية الجزائرية في أوقات مختلفة بنسبة 47% يليها الطلبة المتابعون لها ليلا بنسبة 25% ثم يأتي بعدها المتابعون مساءً بنسبة 20% يليها الطلبة المتابعون لها في وقت الظهرية بنسبة 7% و أخيرا الطلبة المتابعون للقنوات الإخبارية صباحا التي تكاد تنعدم بنسبة 2%.

نلاحظ من خلال النتائج المستخلصة أن متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية تكون في أوقات مختلفة بنسبة كبيرة لأن الطالب يقضي جل وقته في الدراسة و بالتالي يتابع هذه القنوات متى ما سمح له الوقت في أوقات مختلفة، لا يتابعها بكثرة في الفترة الصباحية لالتحاق معظم الطلبة بمقاعد الجامعة نفس الشيء بالنسبة لفترة الظهرية يكون الطلبة معظمهم خارج البيت في الجامعة وتزداد النسبة ليلا لالتحاق أغلبية الطلبة بمنازهم و تفرغهم لمشاهدة التلفاز.

الجدول رقم 11: يوضح الأشخاص الذين يتابع معهم الطلبة القنوات الإخبارية الجزائرية.

7. مع من تشاهد القنوات الإخبارية الجزائرية؟

النسبة المئوية	التكرار	مع من تشاهد القنوات الإخبارية الجزائرية؟
37%	22	بشكل فردي
53%	32	مع الأسرة
10%	6	مع الأصدقاء
100%	60	المجموع



الشكل رقم 13: دائرة نسبية توضح الأشخاص الذين يتابع معهم الطلبة القنوات الإخبارية الجزائرية.

الإطار التطبيقي للدراسة

أوضحت النتائج المبينة في الجدول أعلاه الذي يوضح الأشخاص الذين يتابع معهم الطلبة القنوات الإخبارية الجزائرية فأغلبية الطلبة يتابعونها مع الأسرة بنسبة **53%** يليها الطلبة الذين يشاهدونها بشكل فردي بنسبة **37%** و في الأخير الطلبة الذين يشاهدون القنوات الإخبارية الجزائرية مع الأصدقاء بنسبة **10%**.

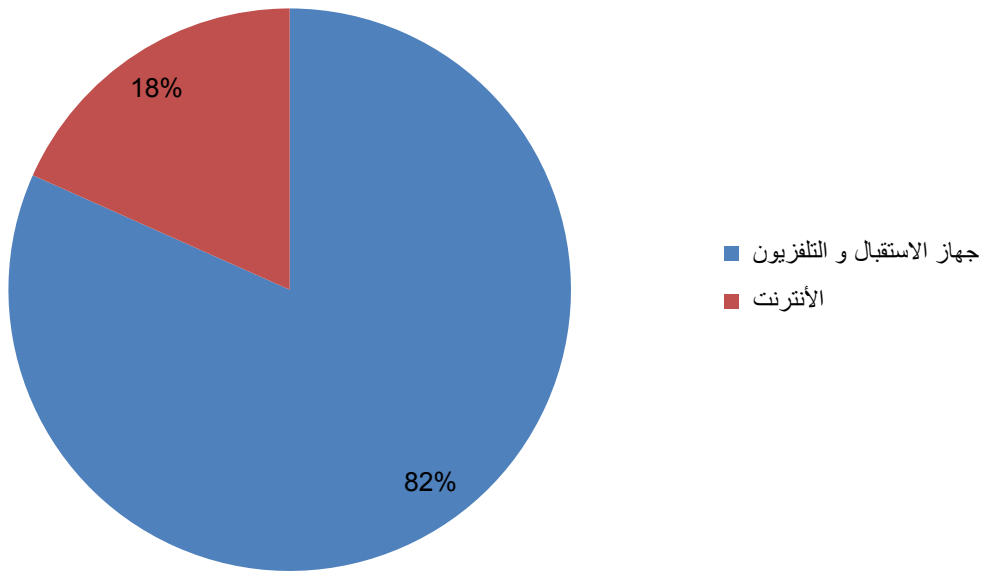
نلاحظ من خلال النتائج أن أغلبية الطلبة يتابعون القنوات الإخبارية مع الأسرة لأن الأسرة كثيرا ما تجتمع أمام التلفاز لمتابعة الأخبار أما بقية الطلبة يتابعونها بشكل فردي و مع الأصدقاء بنسبة قليلة لأن قنوات أخرى يهتم الطلبة بمشاهدتها.

الجدول رقم **12**: يوضح الوسائل التي يتابع من خلالها الطلبة القنوات الإخبارية الجزائرية.

8. هل تتابع القنوات الإخبارية الجزائرية عن طريق؟

هل تتابع القنوات الإخبارية الجزائرية عن طريق؟	التكرار	النسبة المئوية
جهاز الاستقبال و التلفزيون	49	82%
الأنترنت	11	18%
المجموع	60	100%

وسائل متابعة القنوات الاخبارية



الشكل رقم 14: دائرة نسبية توضح الوسائل التي يتابع من خلالها الطلبة القنوات الاخبارية الجزائرية.

أوضحت النتائج المبينة في الجدول أعلاه الذي يوضح الوسائل التي يتابع من خلالها الطلبة القنوات الاخبارية الجزائرية أن جهاز الاستقبال و التلفزيون احتل المرتبة الأولى بنسبة 82% تليه مباشرة الانترنت بنسبة 18%.

نلاحظ من خلال النتائج المبينة أن أغلبية الطلبة يتابعون القنوات الاخبارية الجزائرية عن طريق جهاز الاستقبال و التلفزيون لأنه موجود في كل بيت جزائري وسهول المتابعة من خلاله على عكس الانترنت وأغلبية القنوات الاخبارية الجزائرية ليس لديها بث مباشر لقنواتها الاخبارية.

II) المحور الثاني: دوافع متابعة القنوات الإخبارية الجزائرية.

التساؤل الثاني:

نص التساؤل الثاني على ما يلي: " ما هي دوافع متابعة طلبة علوم الإعلام و الاتصال للقنوات الإخبارية

الجزائرية؟

الجدول رقم 13: يوضح القنوات الإخبارية التي يفضل الطلبة مشاهدتها حسب الأولوية.

9. ما هي القنوات الإخبارية التي تفضل مشاهدتها رتبها حسب الأولوية؟

أوضحت النتائج المبينة في الجدول أعلاه الذي يوضح القنوات الإخبارية التي يفضل الطلبة مشاهدتها حسب

الأولوية أن قناة الشروق نيوز احتلت المرتبة الأولى تليها قناة النهار تأتي بعدها قناة دزاير نيوز ثم قناة الخبر بعدها

المجموع	الخبر KBC	النهار TV	نوميديا NEWS	المغربية	دزاير NEWS	الشروق NEWS	القناة الرتبة
60	2	11	1	9	5	32	الرتبة 01
60	7	18	4	5	6	20	الرتبة 02
60	16	4	8	4	21	7	الرتبة 03
60	14	7	16	5	17	1	الرتبة 04
60	9	9	19	13	10	-	الرتبة 05
60	12	11	12	24	1	-	الرتبة 06
	60	60	60	60	60	60	المجموع

الإطار التطبيقي للدراسة

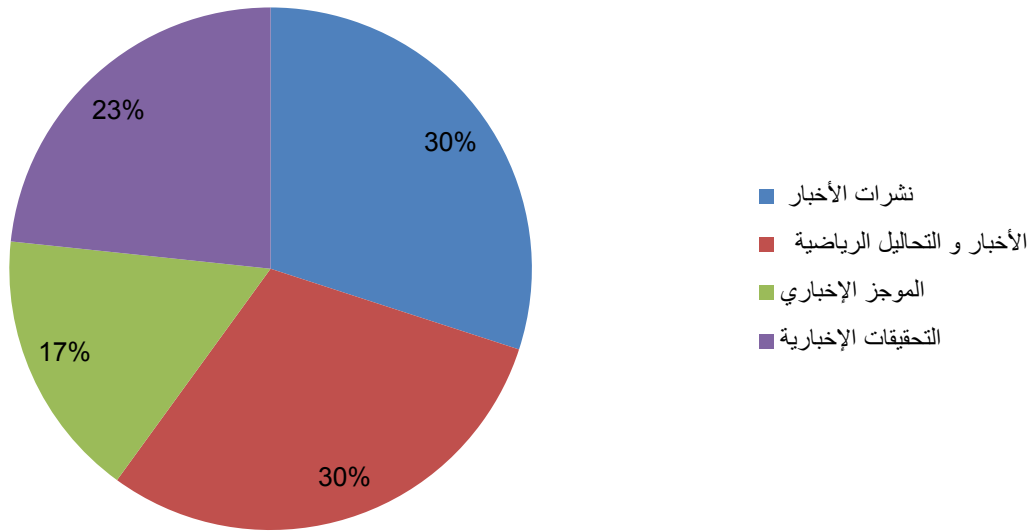
نوميديا نيوز و في الأخير قناة المغاربية، و قد تحصلنا على النتائج بمعرفة ترتيب القنوات من خلال قراءة عمودية للجدول و ذلك بحساب أكبر تكرار للقناة في كل رتبة من الرتب.

الجدول رقم 14: يوضح البرامج التي يفضل الطلبة مشاهدتها في القنوات الإخبارية الجزائرية.

10. ما هي البرامج التي تفضل مشاهدتها في القنوات الإخبارية الجزائرية؟

النسبة المئوية	التكرار	ما هي البرامج التي تفضل مشاهدتها في القنوات الإخبارية الجزائرية؟
30%	18	نشرات الأخبار
30%	18	الأخبار و التحليل الرياضية
17%	10	الموجز الإخباري
23%	14	التحقيقات الإخبارية
100%	60	المجموع

البرامج المفضلة في القنوات الإخبارية الجزائرية



الشكل رقم 15: دائرة نسبية توضح البرامج التي يفضل الطلبة مشاهدتها في القنوات الإخبارية الجزائرية

أوضحت النتائج المبينة في الجدول أعلاه الذي يوضح البرامج التي يفضل الطلبة مشاهدتها في القنوات الإخبارية الجزائرية أن أغلبية الطلبة يفضلون مشاهدة نشرات الأخبار و التحليل الرياضية بالدرجة الأولى و بنسبة 30% تليها التحقيقات الإخبارية بنسبة 23% و في الأخير تأتي المواضيع الإخبارية بنسبة 17%.

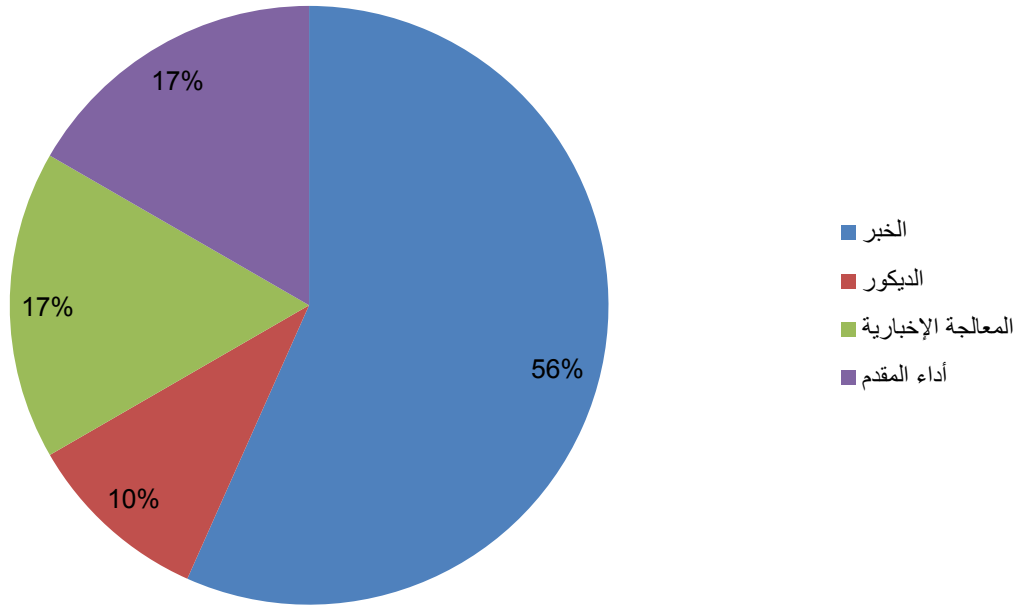
نلاحظ من خلال النتائج المتحصل عليها أن البرامج التي يفضل الطلبة مشاهدتها في القنوات الإخبارية هي نشرات الأخبار و التحليل الرياضية خاصة الذكور لأنهم يهتمون كثيرا بأخبار الرياضة، تأتي بعدها التحقيقات الإخبارية التي تحقق في المواضيع المختلفة في نشرات الأخبار أو برامج خاصة بالتحقيق و في الأخير تأتي المواضيع الإخبارية بنسبة قليلة.

الجدول رقم 15: يوضح أكثر ما يشد انتباه الطلبة في القنوات الإخبارية الجزائرية.

11. ما أكثر ما يشد انتباهك في القنوات الإخبارية الجزائرية؟

النسبة المئوية	التكرار	ما أكثر ما يشد انتباهك في القنوات الإخبارية الجزائرية؟
57%	34	الخبر
10%	6	الديكور
17%	10	المعالجة الإخبارية
17%	10	أداء المقدم
100%	60	المجموع

أكثر ما يشد انتباه الطلبة في القنوات الاخبارية



الشكل رقم 16: دائرة نسبية توضح أكثر ما يشد انتباه الطلبة في القنوات الإخبارية الجزائرية.

أوضحت النتائج المبينة في الجدول أعلاه الذي يوضح أكثر ما يشد انتباه الطلبة في القنوات الإخبارية الجزائرية بالدرجة الأولى هو الخبر بنسبة 57% تأتي بعدها المعالجة الإخبارية و أداء المقدم بنسبة 17% و يأتي الديكور في الأخير بنسبة 10%.

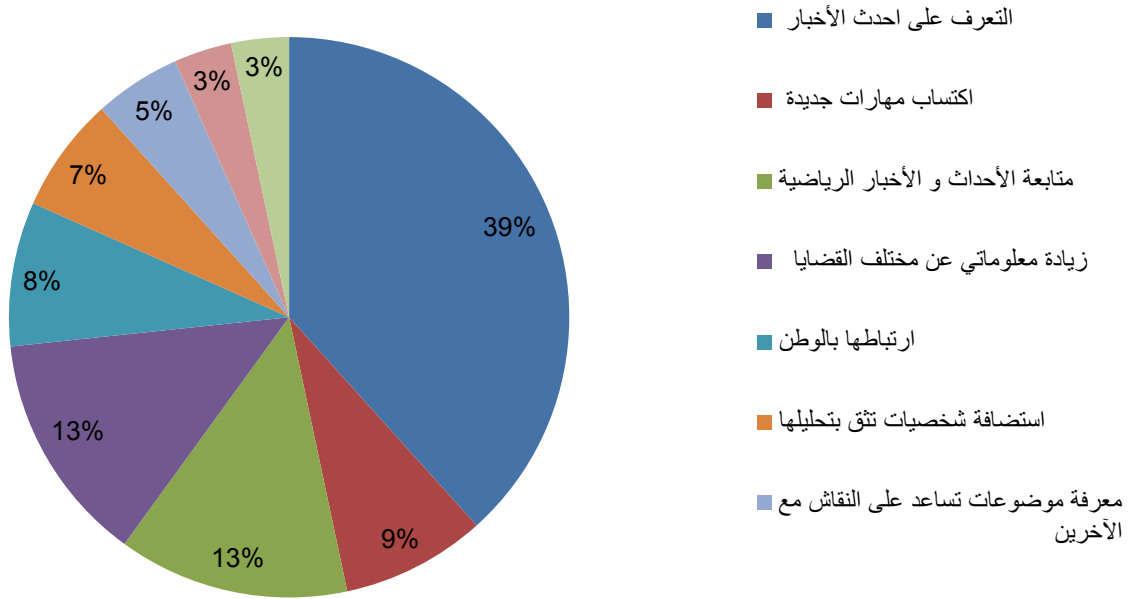
نلاحظ من خلال النتائج المستخلصة أن أكثر ما يشد انتباه الطلبة في القنوات الإخبارية هو الخبر لأن الأساس من متابعة القنوات الإخبارية هو الاطلاع على الأخبار بنسبة كبيرة ثم يشد انتباهه بعد متابعته للخبر الطريقة التي تم بها معالجة الخبر ثم أداء المقدم وطريقة إلقاءه للخبر و يكون الديكور هو آخر ما يشد انتباه الطلبة لأن الأخبار لا تعتمد على ديكور مبهرج وملفت للنظر بقدر ما يجب أن يكون ديكور الأخبار بسيط لا يشد انتباه الطلبة عن متابعتهم للخبر بالدرجة الأولى.

الجدول رقم 16: يوضح أسباب مشاهدة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية.

12. ما هي أسباب مشاهدتك للقنوات الإخبارية الجزائرية؟

النسبة المئوية	التكرار	ما هي أسباب مشاهدتك للقنوات الإخبارية الجزائرية؟
38%	23	التعرف على أحدث الأخبار
8%	5	اكتساب مهارات جديدة
13%	8	متابعة الأحداث و الأخبار الرياضية
13%	8	زيادة معلوماتي عن مختلف القضايا
8%	5	ارتباطها بالوطن
7%	4	استضافة شخصيات تثق بتحليلها
5%	3	معرفة موضوعات تساعد على النقاش مع الآخرين
3%	2	مستقلة عن الإعلام الحكومي
3%	2	اعتمادها على مصادر موثوقة
100%	60	المجموع

أسباب مشاهدة الطلبة للقنوات الاخبارية الجزائرية



الشكل رقم 17: دائرة نسبية توضح أسباب مشاهدة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية.

أوضحت النتائج المبينة في الجدول أعلاه الذي يوضح أسباب مشاهدة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية أن السبب الأول لمتابعة الطلبة لهذه القنوات يتمثل في التعرف على أحدث الأخبار بنسبة 38% تليها متابعة الأحداث و الأخبار الرياضية و زيادة معلوماتهم عن مختلف القضايا بنسبة 13% يليها السبب الآخر و هو اكتساب مهارات جديدة و ارتباطها بالوطن بنسبة 8% تأتي بعدها استضافة شخصيات تثق بتحليلها بنسبة 7% ثم يأتي السبب الآخر و هو معرفة موضوعات تساعد على النقاش مع الآخرين بنسبة 5% والسبب الأخير هو اعتمادها على مصادر موثوقة و أنها مستقلة عن الإعلام الحكومي بنسبة 3%.

نلاحظ من خلال النتائج المتحصل عليها السبب الأساسي لمشاهدة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية هو التعرف على أحدث الأخبار وهو أهم سبب كون القنوات إخبارية بالدرجة الأولى إضافة إلى متابعة الأخبار الرياضية و التعرف على مختلف القضايا التي تشغل الرأي العام التي تزودهم بها الأخبار كون هذه الأخبار مرتبطة بالوطن وكون الأخبار تقدم أساليب إقناعيه في تقديمها للأخبار باستضافة شخصيات تثق في تحقيقها و تقدم أدلة حول الحدث كما أنها تفتح المجال للنقاش و تعدد الآراء و حرية التعبير عن الرأي والمصادر التي تعتمد عليها القنوات الإخبارية الجزائرية مصادر معتمدة وموثوق بها و معروفة كما أن استقلالها عن الإعلام الحكومي يسمح لها بحرية الرأي والتعبير و تزويد الطلبة والجمهور بمختلف الأخبار بكل صدق و موضوعية.

(III) المحور الثالث: الإشباع المحققة من متابعة طلبة علوم الإعلام و الاتصال للقنوات الإخبارية الجزائرية.

التساؤل الثالث:

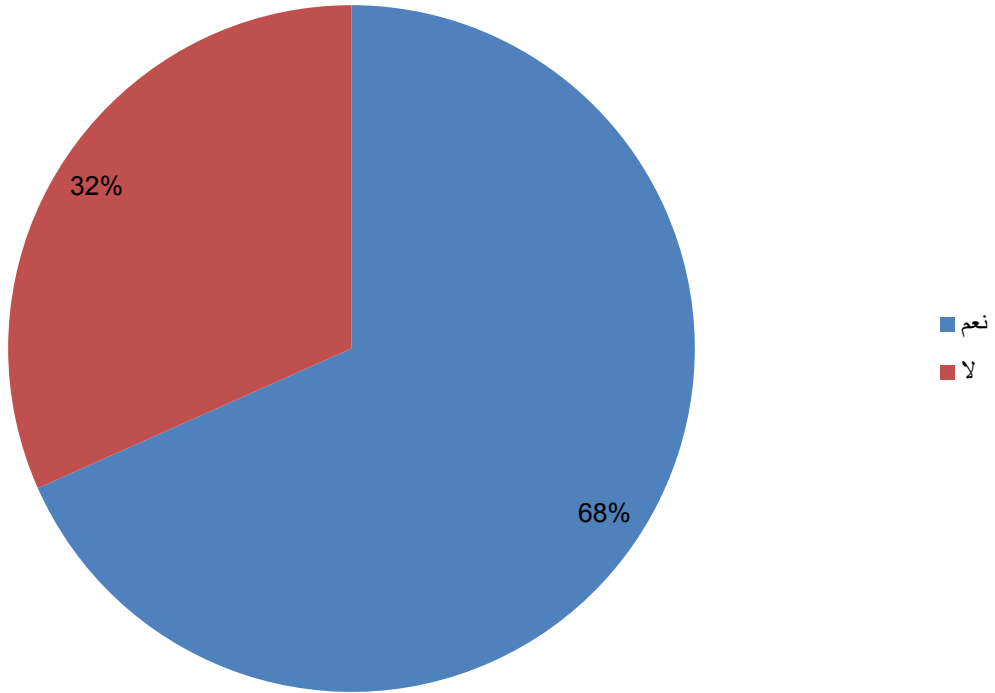
نص التساؤل الثالث على ما يلي: " ما هي الإشباع المحققة من متابعة طلبة علوم الاعلام و الاتصال للقنوات الإخبارية الجزائرية؟".

الجدول رقم 17: تلبية القنوات الإخبارية الجزائرية لحاجات الطلبة.

13. هل القنوات الإخبارية الجزائرية تلي حاجات الطلبة ؟

النسبة المئوية	التكرار	هل القنوات الإخبارية الجزائرية تلي حاجات الطلبة؟
68%	41	نعم
32%	19	لا
100%	60	المجموع

تلبية القنوات لحاجيات الطلبة



الشكل رقم 18: دائرة نسبية توضح الإشباع المحققة من متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية.

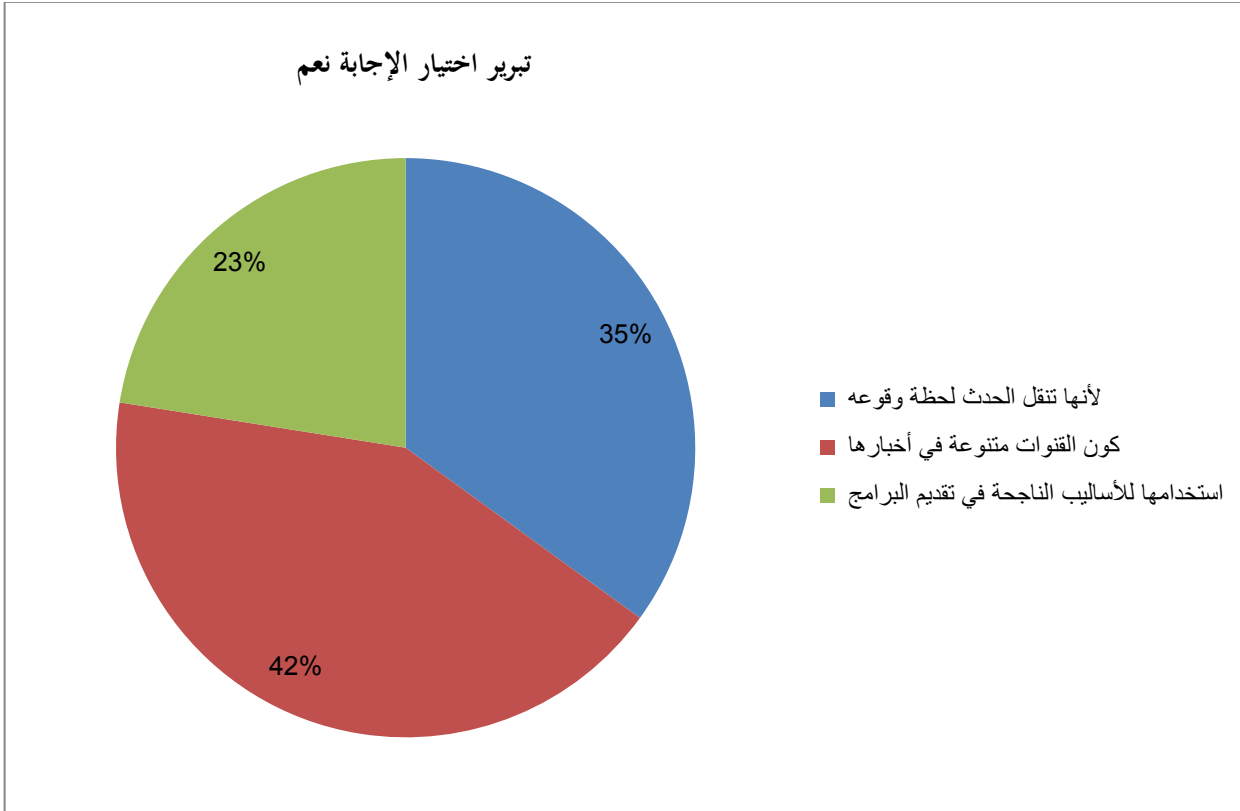
أوضحت النتائج المبينة في الجدول أعلاه الذي يوضح ما إذا كانت القنوات الإخبارية الجزائرية تلبي حاجات الطلبة حيث اتفق أغلبية الطلبة على أن القنوات الإخبارية الجزائرية تلبي حاجاتهم بنسبة 68% أما الطلبة الآخرون فكانت نسبتهم 32% ممن لا تلبي حاجياتهم تلك القنوات.

نلاحظ من خلال النتائج المستخلصة أن أغلبية الطلبة وبنسبة كبيرة تلبي القنوات الإخبارية الجزائرية حاجياتهم في تزويدهم بمختلف الأخبار فهي المصدر الأساسي الذي يعتمدون عليه بشكل كبير في عملية التعرف على ما يدور في الساحة الإعلامية من أخبار و يتابع الطلبة القنوات الإخبارية بنسبة كبيرة للتعرف على الأخبار لأنها المصدر الرئيسي لهم في عملية استقاء الأخبار المختلفة .

الجدول رقم 18: يوضح تبرير اختيار الإجابة نعم.

1.14- في حالة الإجابة بنعم:

النسبة المئوية	التكرار	في حالة الإجابة بنعم
35%	14	لأنها تنقل الحدث لحظة وقوعه الاهتمام بالآنية
43%	17	كون القنوات متنوعة في أخبارها التنوع في المواضيع التي يتم تناولها
23%	9	استخدامها للأساليب الناجحة في تقديم البرامج.
100%	40	المجموع



الشكل رقم 19: دائرة نسبية توضح تبرير اختيار الإجابة نعم.

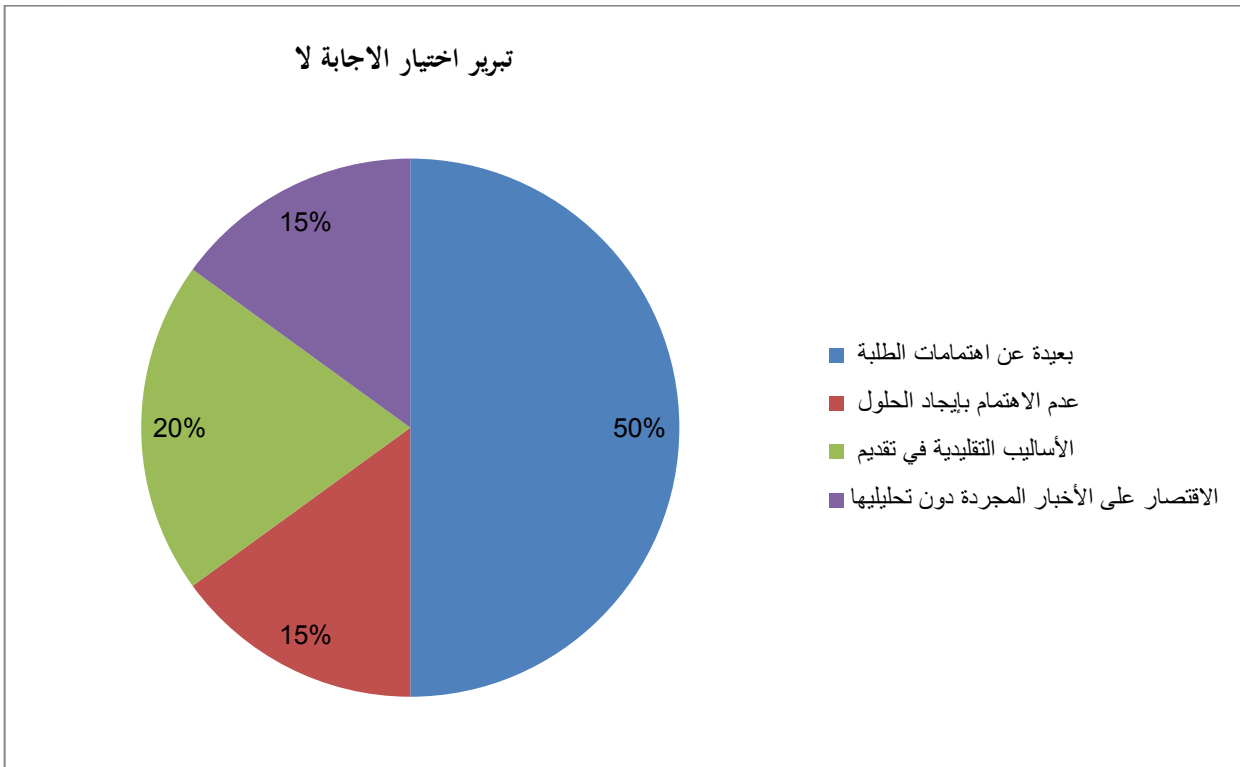
أوضحت النتائج المبينة في الجدول أعلاه الذي يوضح تبرير اختيار الإجابة نعم أن القنوات الإخبارية الجزائرية تلي حاجات الطلبة كونها متنوعة في أخبارها بالدرجة الأولى و بنسبة 43% يليها اختيار هذه القنوات لأنها تنقل الحدث لحظة وقوعه بنسبة 35% و في الأخير استخدامها للأساليب الناجحة في تقديم البرامج بنسبة 23%.

نلاحظ من خلال الجداول المتحصل عليها أن أغلبية الطلبة و بنسبة كبيرة تلي القنوات الإخبارية احتياجهم كونها متنوعة المواضيع التي تقدمها من مواضيع اجتماعية، اقتصادية، سياسية و ثقافية، إضافة إلى كون هذه القنوات تنقل الحدث لحظة وقوعه فهي تتميز بالسبق الصحفي والسرعة في تغطية الأحداث و نقلها وكذا استخدامها لأساليب ناجحة في تقديم البرامج الإخبارية التي تلي حاجيات الطلبة كاستخدام أساليب إقناعية للطلاب تزوده بالأدلة والبراهين و الإحصائيات التي تقنعهم هذه القنوات لما تقدمه من أخبار.

الجدول رقم 19: يوضح تبرير اختيار الإجابة لا.

2.14- في حالة الإجابة بلا:

النسبة المئوية	التكرار	في حالة الإجابة بلا
50%	10	بعيدة عن اهتمامات الطلبة
15%	3	عدم الاهتمام بإيجاد الحلول
20%	4	الأساليب التقليدية في التقديم
15%	3	الاقتصار على الأخبار المجردة دون تحليلها
100%	20	المجموع



الشكل رقم 20: دائرة نسبية توضح تبرير اختيار الإجابة لا.

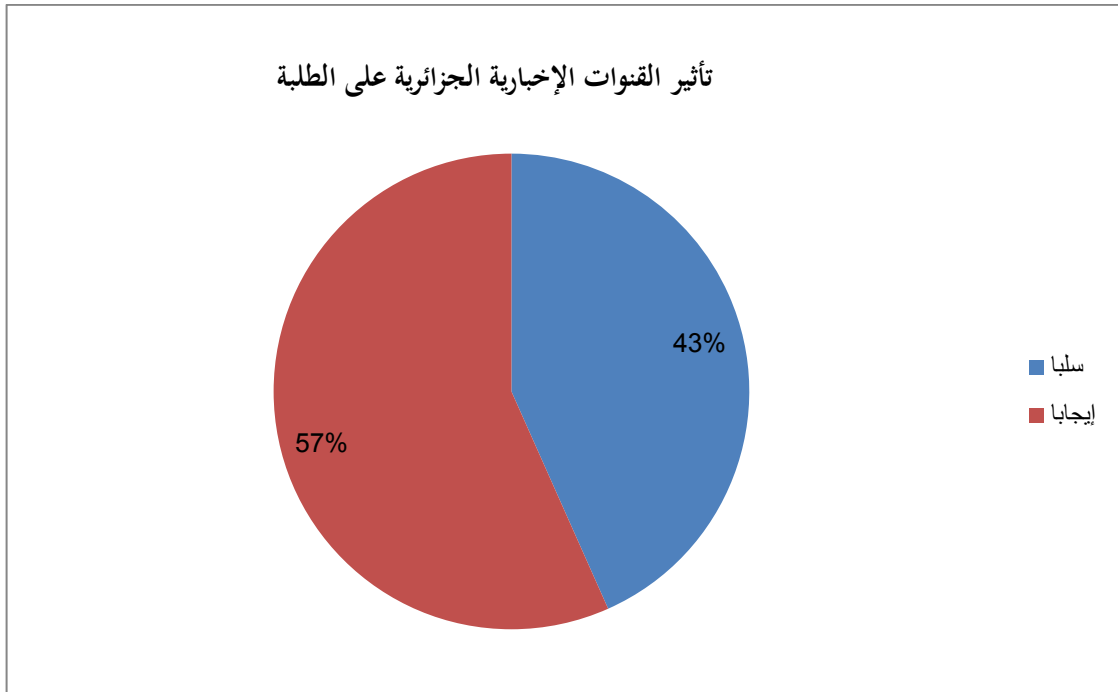
أوضحت النتائج المبينة في الجدول أعلاه الذي يوضح تبرير اختيار الإجابة لا أن سبب عدم تلبية القنوات الإخبارية لحاجيات الطلبة كونها بعيدة عن اهتمامات الطلبة بنسبة 50% تليها الأساليب التقليدية في التقديم بنسبة 20% يأتي بعدها في الأخير عدم الاهتمام بإيجاد الحلول و الاقتصار على الأخبار المجردة دون تحليلها بنسبة 15% .

نلاحظ من خلال النتائج المتحصل عليها أن القنوات الإخبارية لا تلبي حاجيات الطلبة لأنها بعيدة عن اهتماماتهم ولا تتطرق لأخبارهم الخاصة بيهم و الخاصة بالجامعة و هو ما يفسر بعد المواضيع التي تبثها القنوات على اهتمامات الطلبة و عدم الاهتمام بما يجب القيام به و معالجتها للمواضيع بسطحية خاصة الأساليب التي تستخدمها هذه الأخيرة فهي أساليب تقليدية تقدم بها الخبر إضافة إلى أنها تقدم الخبر بشكل تقليدي كذلك دون أن تقوم بتحليله و فتح باب النقاش حول الموضوع فهي تقوم بمجرد نقل الخبر و فقط.

الجدول رقم 20: يوضح تأثير القنوات الإخبارية الجزائرية على الطلبة.

14. هل تعتقد أن القنوات الإخبارية الجزائرية تؤثر على الطلبة؟

النسبة المئوية	التكرار	هل تعتقد أن القنوات الإخبارية الجزائرية تؤثر على الطلبة؟
43%	26	سلبي
57%	34	إيجابي
100%	60	المجموع



الشكل رقم 21: دائرة نسبية توضح تأثير القنوات الإخبارية الجزائرية على الطلبة.

الإطار التطبيقي للدراسة

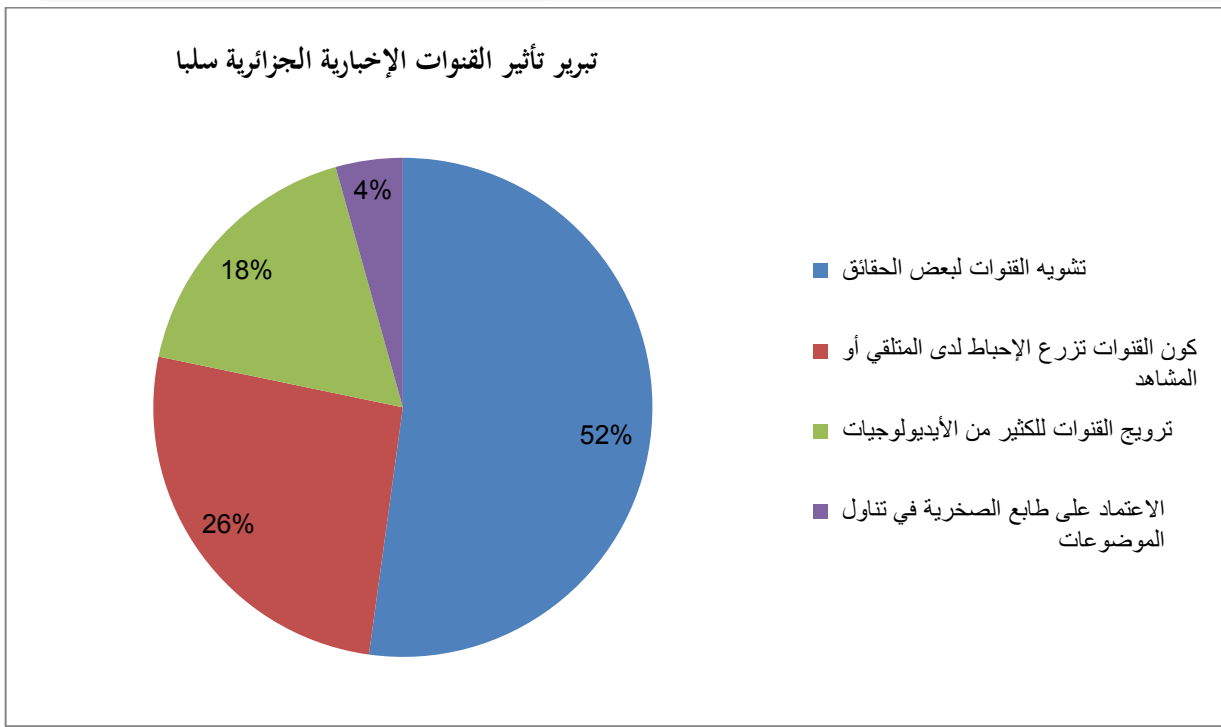
أوضحت النتائج المبينة في الجدول أعلاه الذي يوضح اعتقاد ما إذا كانت تؤثر القنوات الإخبارية الجزائرية على الطلبة حيث كان التأثير إيجابيا يحتل المرتبة الأولى بنسبة **75%** يليه التأثير السلبي بنسبة **43%**.

نلاحظ من خلال النتائج المبينة أن أغلبية الطلبة وبنسبة كبيرة تؤثر فيهم القنوات الإخبارية الجزائرية إيجابيا كونها تزودهم بالأخبار و المعلومات حول مختلف المجريات و الأحداث و العديد من الأسباب المختلفة و المتنوعة و بقية الطلبة تؤثر عليهم سلبا لأسباب أخرى سنتعرف عليها في النتائج القادمة.

الجدول رقم **21**: يوضح تبرير تأثير القنوات الإخبارية الجزائرية على الطلبة سلبا.

1.15- في حالة إجابتك سلبا فهل يعود ذلك إلى:

النسبة المئوية	التكرار	في حالة إجابتك سلبا فهل يعود ذلك إلى:
52%	12	تشويه القنوات لبعض الحقائق
26%	6	كون القنوات تزرع الإحباط لدى المتلقي أو المشاهد
17%	4	ترويج القنوات للكثير من الأيديولوجيات
4%	1	الاعتماد على طابع السخرية في تناول الموضوعات
100%	23	المجموع



الشكل رقم 22: دائرة نسبية توضح تبرير تأثير القنوات الإخبارية الجزائرية على الطلبة سلبا.

أوضحت النتائج المبينة في الجدول أعلاه الذي يوضح تبرير اعتقاد ما إذا كانت تؤثر القنوات الإخبارية الجزائرية على الطلبة سلبا بالدرجة الأولى هو تشويه القنوات لبعض الحقائق بنسبة **52%** يليه كون القنوات تزرع الإحباط لدى المتلقي أو المشاهد بنسبة **26%** يأتي بعده ترويج القنوات للكثير من الأيديولوجيات بنسبة **17%** و في الأخير الاعتماد على طابع الصخرية في تناول الموضوعات بنسبة **4%**.

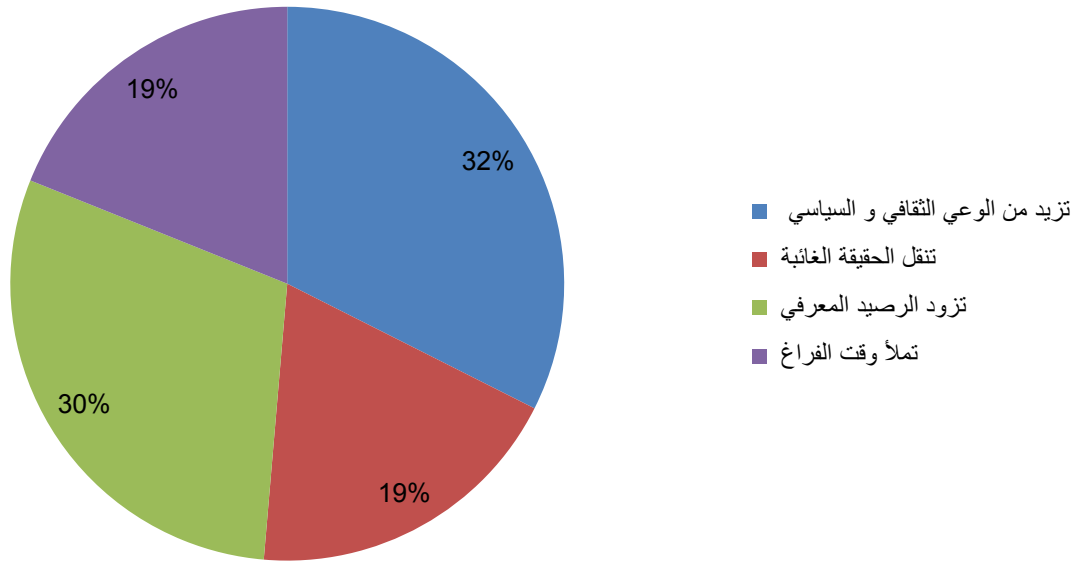
نلاحظ من خلال النتائج المتحصل عليها أن القنوات الإخبارية تؤثر سلبا على الطلبة لأنها تشوه بعض الحقائق وتزيّفها دون أن تقوم بنقلها كما هي وفقا لما يخدم سياسة القناة الإخبارية كما تقوم هذه القنوات بالترويج لأيديولوجيات معينة بالترويج لأفكارها من خلال الأخبار التي تقدمها و تزرع الإحباط لدى المتلقي بعدم تلبية رغبته ولا تمدّه بالأخبار كما يتوقعها كما أن القنوات الإخبارية الجزائرية تتناول بعض المواضيع المهمة و الجدية بطابع من الصخرية.

الجدول رقم 22: يوضح تبرير تأثير القنوات الإخبارية الجزائرية على الطلبة إيجابا.

2.15- إذا كانت إجابتك إيجابا فهل يعود ذلك إلى:

النسبة المئوية	التكرار	إذا كانت إجابتك إيجابا فهل يعود ذلك إلى:
32%	12	تزيد من الوعي الثقافي و السياسي
19%	7	تنقل الحقيقة الغائبة
30%	11	تزود الرصيد المعرفي
19%	7	تملأ وقت الفراغ
100%	37	المجموع

تبرير تأثير القنوات الإخبارية الجزائرية على الطلبة إيجابا



الشكل رقم 23: دائرة نسبية توضح تبرير تأثير القنوات الإخبارية الجزائرية على الطلبة إيجابا.

أوضحت النتائج المبينة في الجدول أعلاه الذي يوضح تبرير اعتقاد ما إذا كانت تؤثر القنوات الإخبارية الجزائرية على الطلبة إيجابا بالدرجة الأولى هو أنها تزيد من الوعي الثقافي و السياسي بنسبة **32%** و تزيد الرصيد المعرفي للطلاب بنسبة **30%** زيادة إلى أنها تنقل الحقيقة الغائبة و تملأ وقت الفراغ بنسبة **19%**. نلاحظ من خلال النتائج المتحصل عليها أن القنوات الإخبارية الجزائرية تؤثر إيجابا على الطلبة لسبب رئيسي يتمثل في زيادة الوعي الثقافي و السياسي من خلال اطلاعهم على مختلف الأخبار الثقافية و السياسية التي تساهم في زيادة رصيدهم المعرفي إضافة إلى نقل الحقيقة والأخبار المختلفة والمتنوعة كما هي و مملأ وقت الفراغ للطلاب ففي وقت فراغه يقوم بمتابعة ما يحدث من أخبار حوله.

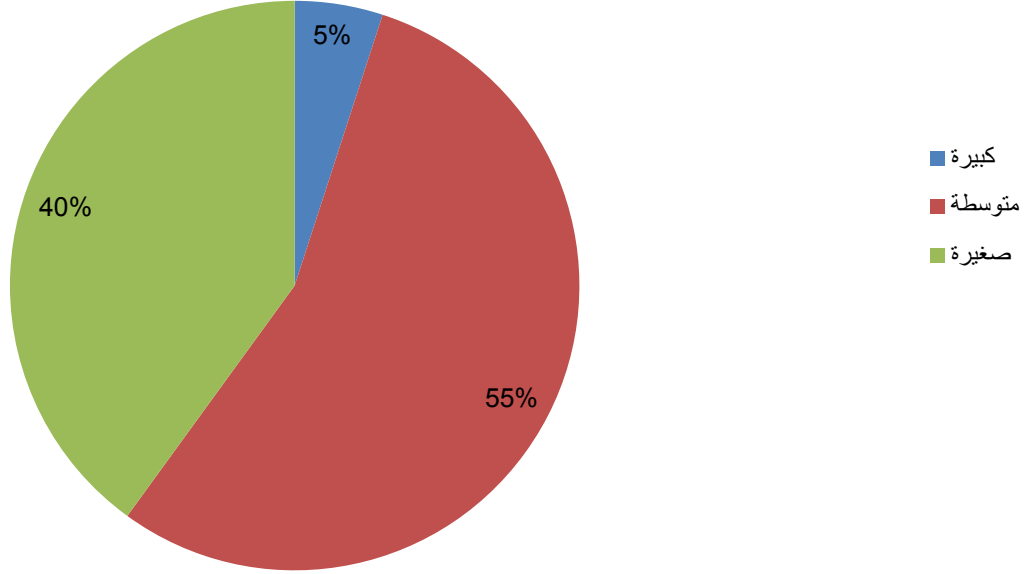
الجدول رقم 23: يوضح استغناء الطلبة عن القنوات الأجنبية بمتابعة القنوات الإخبارية الجزائرية.

15. هل تغنيك القنوات الإخبارية الجزائرية على متابعة نظيرتها الأجنبية بنسبة:

ترجمتها و ربطها بالتنافسية مع القنوات

النسبة المئوية	التكرار	هل تغنيك القنوات الإخبارية الجزائرية على متابعة نظيرتها الأجنبية بنسبة؟
5%	3	كبيرة
55%	33	متوسطة
40%	24	صغيرة
100%	60	المجموع

استغناء الطلبة عن القنوات الأجنبية بسبب القنوات الإخبارية الجزائرية



الشكل رقم 24: دائرة نسبية توضح ما إذا كانت القنوات الإخبارية الجزائرية تغني الطلبة على متابعة نظيرتها الأجنبية.

أوضحت النتائج المبينة في الجدول أعلاه الذي يوضح ما إذا كانت القنوات الإخبارية الجزائرية تغني الطلبة على متابعة نظيرتها الأجنبية أن أغلبية الطلبة تغنيهم بنسبة متوسطة هي 55% تليها من تغنيهم بنسبة صغيرة تمثلت في 40% و في الأخير هناك من تغنيهم بدرجة كبيرة بنسبة 5%.

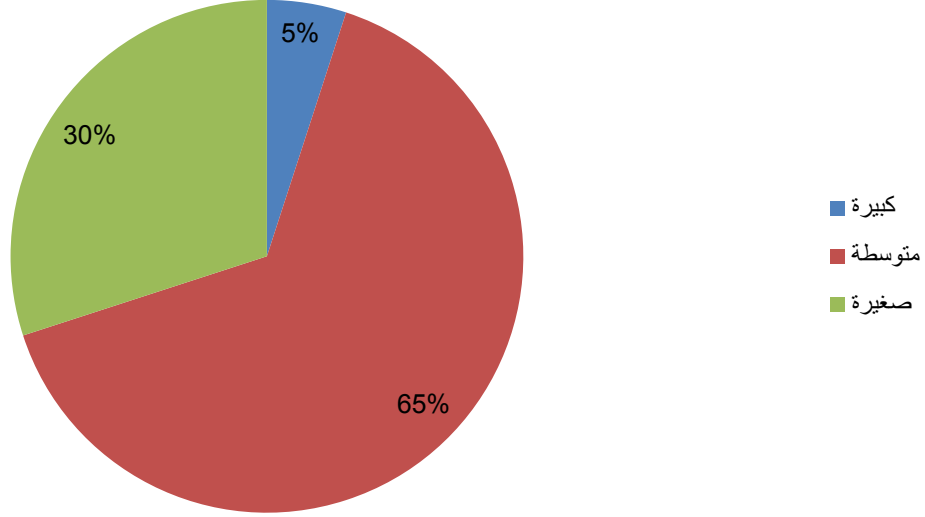
نلاحظ من خلال النتائج أن استغناء الطلبة عن القنوات الأجنبية مقارنة بنظيرتها الجزائرية يكون بدرجة متوسطة فهناك اعتدال في متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية مع نظيرتها الأجنبية للاطلاع على الأخبار المختلفة سواء المتعلقة بأخبار الوطن أو ما يحدث في العالم فنسبة الاستغناء بدرجة كبيرة و صغيرة تلي الاستغناء عنها بدرجة متوسطة للاطلاع على مختلف الأخبار و قد يلجأ الطلبة لمتابعة القنوات الأجنبية لعدم تناول القنوات الإخبارية الجزائرية لمواضيع خارجة عن نطاق الوطن بإسهاب.

الجدول رقم 24: يوضح درجة تمتع القنوات الإخبارية بالحرية في نشرها للأخبار.

16. هل ترى تمتعها بالحرية في نشر الأخبار بشكل:

النسبة المئوية	التكرار	هل ترى تمتعها بالحرية في نشر الأخبار بشكل
5%	3	كبيرة
65%	39	متوسطة
30%	18	صغيرة
100%	60	المجموع

درجة تمتع القنوات الإخبارية بالحرية في نشرها للأخبار



الشكل رقم 25: دائرة نسبية توضح درجة تمتع القنوات الإخبارية بالحرية في نشرها للأخبار.

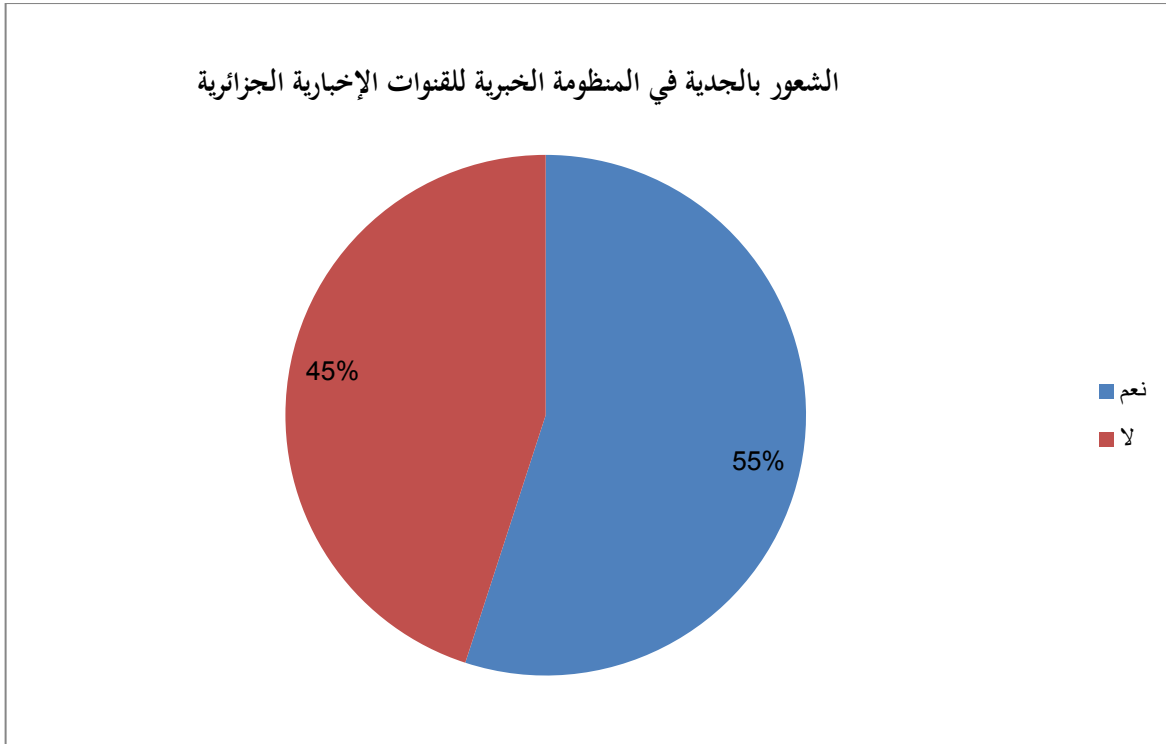
أوضحت النتائج المبينة في الجدول أعلاه الذي يوضح درجة تمتع القنوات الإخبارية بالحرية في نشرها للأخبار أن تمتعها بالحرية كان بدرجة متوسطة و بنسبة **65%** يليها التمتع بالحرية بدرجة صغيرة في نشر الأخبار بنسبة **30%** و في الأخير التمتع بالحرية بدرجة كبيرة في نشر الأخبار بنسبة **5%**.

نلاحظ من خلال النتائج المستخلصة أن القنوات الإخبارية الجزائرية تتمتع بالحرية بدرجة متوسطة في نشرها للأخبار لأن هناك قيود تتحكم فيها و لا توجد حرية تامة في نقلها للأخبار نظرا للسياسة التي تتبعها والضغوطات التي تمارسها عليها الجهات الممولة لها ويرها من الأسباب المختلفة و المتنوعة أي أن هناك اعتدال في تمتع القنوات الإخبارية الجزائرية بالحرية في نشرها للأخبار بين درجة صغيرة و كبيرة فالاعتدال يمثل الدرجة المتوسطة و يسمح بحرية التعبير فيما تسمح به الحدود المفترضة.

الجدول رقم 25: يوضح شعور الطلبة بالجدية في المنظومة الخيرية لهذه القنوات الإخبارية.

17. هل تشعر بالجدية في المنظومة الخيرية لهذه القنوات؟

النسبة المئوية	التكرار	هل تشعر بالجدية في المنظومة الخيرية لهذه القنوات؟
55%	33	نعم
45%	27	لا
100%	60	المجموع



الشكل رقم 26: دائرة نسبية توضح شعور الطلبة بالجدية في المنظومة الخيرية لهذه القنوات الإخبارية.

الإطار التطبيقي للدراسة

أوضحت النتائج المبينة في الجدول أعلاه الذي يوضح شعور الطلبة بالجدية في المنظومة الخيرية لهذه القنوات الإخبارية أن من يشعرون بالجدية في المنظومة الخيرية لهذه القنوات الإخبارية هم أكثر نسبة قدرت بنسبة **55%** يليها الطلبة الذين لا يشعرون بجديتها بنسبة **45%**.

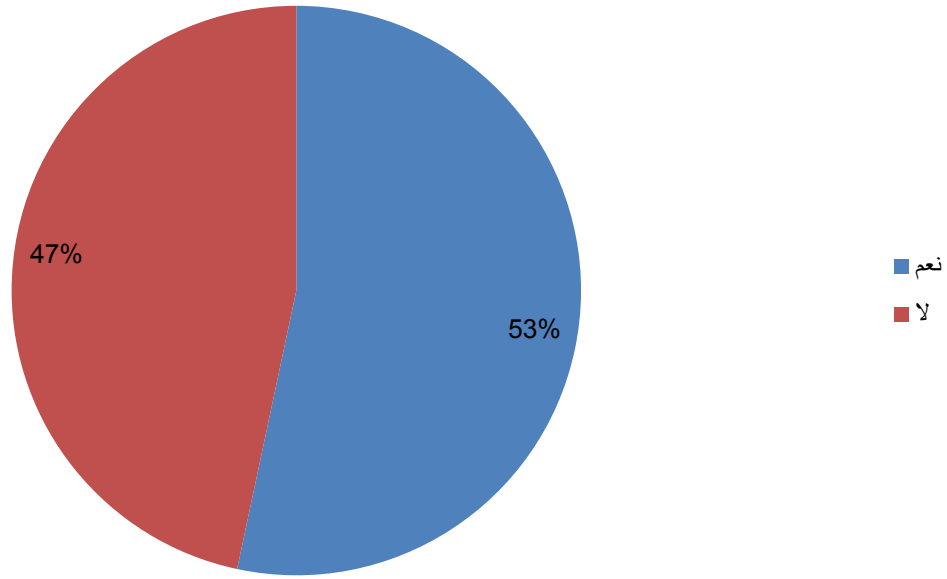
نلاحظ من خلال النتائج المستخلصة أن أغلبية الطلبة يشعرون بالجدية في المنظومة الخيرية لهذه القنوات الإخبارية الجزائرية و هذا ما تتطلبه طبيعة هذه القنوات كونها متخصصة في نقل الأخبار التي تتطلب الكثير من الجدية و الصرامة في نقل الخبر على عكس ما يشعر به بقية الطلبة بعدم الجدية في هذه المنظومة.

الجدول رقم **26**: يوضح شعور الطلبة بالصدق اتجاه القنوات الإخبارية.

18. هل تشعر بالصدق اتجاه هذه القنوات؟

هل تشعر بالصدق اتجاه هذه القنوات؟	التكرار	النسبة المئوية
نعم	32	53%
لا	28	47%
المجموع	60	100%

الشعور بالصدق اتجاه القنوات الإخبارية



الشكل رقم 27: دائرة نسبية توضح شعور الطلبة بالصدق اتجاه القنوات الإخبارية.

أوضحت النتائج المبينة في الجدول أعلاه الذي يوضح شعور الطلبة بالصدق اتجاه القنوات الإخبارية أن من يشعرون بالصدق اتجاه القنوات الإخبارية هم أكبر نسبة قدرت بنسبة **53%** يليها من لا يشعرون بالصدق اتجاه القنوات الإخبارية هم أقل نسبة قدرت بنسبة **47%**.

نلاحظ من خلال النتائج المستخلصة أن أغلبية الطلبة يشعرون بالصدق اتجاه القنوات الإخبارية الجزائرية بنسبة كبيرة وهذا ما يجعلهم يتابعونها و يعتمدونها كمصدر أساسي و مهم لاستقاء الأخبار أما بقية الطلبة فلا يشعرون بصدق هذه الأخيرة هذا ما يجعلهم في غنى عنها فيتم اللجوء في هذه الحالة إلى اعتماد قنوات إخبارية أخرى تمدهم بالأخبار التي يرونها صادقة حسب وجهة نظرهم.

ثانيا : استنتاجات:

من خلال الدراسة التي أجريناها حول موضوع الإشباع المحققة من استخدام الطلبة للقنوات الفضائية الإخبارية الجزائرية و بعد إجراء الدراسة الميدانية على عينة من طلبة الماستر في علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسبلة و بعد جمع المعلومات من طرف أفراد عينة الدراسة عن طريق استمارة الاستبيان تم التوصل إلى النتائج التالية :

1) " ما هي عادات و أنماط تعرض طلبة علوم الإعلام و الاتصال للقنوات الإخبارية الجزائرية؟"
تمثلت عادات و أنماط تعرض الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية فيما يلي:

- يتعرض الطلبة بنسبة كبيرة للتلفاز فكل الطلبة يشاهدون التلفاز ما يعني إمكانية متابعتهم للقنوات الإخبارية الجزائرية من خلال جهاز التلفاز.
- أغلبية الطلبة لديهم جهازين تلفاز ما يسمح لهم بمشاهدة القنوات الإخبارية الجزائرية والتعرض لها.
- يشاهد الطلبة التلفاز في البيت بعد تفرغهم من الدراسة و لتواجد جهاز التلفاز بالبيت و في كل بيت جزائري.
- يتابع جل الطلبة القنوات الإخبارية الجزائرية أحيانا بنسبة كبيرة مما يعني أن التعرض يكون بشكل معتدل للقنوات الإخبارية الجزائرية من حين لآخر.
- يقضي معظم الطلبة أقل من ساعة يوميا في متابعة القنوات الإخبارية الجزائرية و هو الوقت المعتدل الذي تستغرقه مدة عرض الأخبار.
- يتابع الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية في أوقات مختلفة تتراوح بين فترة المساء و الليل بنسبة كبيرة بعد تفرغهم من الدراسة و عودتهم إلى البيت.
- الأشخاص الذين يتابع معهم الطلبة القنوات الإخبارية الجزائرية هم الأسرة وقت اجتماع الأسرة تتم متابعة القنوات الإخبارية الجزائرية كبرنامج جدير بالمتابعة وكذا إمكانية مشاهدته مع الأسرة و أفراد العائلة.
- الوسائل التي يتابع من خلالها الطلبة القنوات الإخبارية الجزائرية بشكل كبير هي جهاز الاستقبال و التلفزيون لسهولة استقبال هذه القنوات من خلاله وتوفره لدى الجميع.

(2) "ما هي دوافع متابعة طلبة علوم الإعلام و الاتصال للقنوات الإخبارية الجزائرية؟"

تمثلت دوافع متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية فيما يلي:

- القنوات الإخبارية التي يفضل الطلبة مشاهدتها حسب الأولوية هي قناة الشروق نيوز في المرتبة الأولى تليها قناة النهار تأتي بعدها قناة دزاير نيوز ثم قناة الخبر بعدها نوميديا نيوز و في الأخير قناة المغاربية.
- البرامج التي يفضل الطلبة مشاهدتها في القنوات الإخبارية الجزائرية تتمثل في نشرات الأخبار و التحليل الرياضية بالدرجة الأولى.
- أكثر ما يشد انتباه الطلبة في القنوات الإخبارية الجزائرية هو الخبر كونه العنصر الأهم و الأساسي الذي تقدمه القنوات الإخبارية الجزائرية.
- أسباب مشاهدة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية تتمثل في التعرف على أحدث الأخبار التي تقدمها هاته الأخيرة كسبب رئيسي.

(3) ما هي الإشباعات المحققة من متابعة طلبة علوم الإعلام و الاتصال للقنوات الإخبارية الجزائرية؟"

تمثلت الإشباعات المحققة من متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية فيما يلي:

- اتفق أغلبية الطلبة على أن القنوات الإخبارية الجزائرية تلبي حاجاتهم .
- تلي القنوات الإخبارية الجزائرية حاجات الطلبة كونها متنوعة في أخبارها.
- لا تلي القنوات الإخبارية الجزائرية حاجات الطلبة كونها بعيدة عن اهتمامات الطلبة.
- يعتقد الطلبة أن القنوات الإخبارية الجزائرية تؤثر على الطلبة إيجابا.
- يعتقد الطلبة أن القنوات الإخبارية الجزائرية تؤثر على الطلبة إيجابا كونها تزيد من الوعي الثقافي و السياسي.
- يعتقد الطلبة أن القنوات الإخبارية الجزائرية تؤثر على الطلبة سلبا كونها تقوم بعملية تشويه بعض الحقائق.
- تغني القنوات الإخبارية الجزائرية الطلبة على متابعة نظيرتها الأجنبية بنسبة متوسطة.
- تمتع القنوات الإخبارية في نشرها للأخبار بدرجة متوسطة.
- يشعر الطلبة بالجدية في المنظومة الخبرية لهذه القنوات الإخبارية.
- يشعر الطلبة بالصدق اتجاه القنوات الإخبارية.

ثالثا : خاتمة و توصيات البحث:

نختم فيها البحث ونلخص النتائج النهائية له من حيث الإجابة على التساؤلات المتعلقة بالدراسة وفيه تتجلى قيمة البحث العلمي ومساهمته في بحوث دراسات الإشباع المحققة من استخدام الطلبة للقنوات الفضائية الإخبارية الجزائرية حيث نقف من خلال دراستنا هذه على عادات و أنماط تعرض الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية، دوافع متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية و الإشباع المحققة من متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية، لذا يمكننا الخروج بالتوصيات التالية التي نراها مناسبة في بحثنا هذا و أهمها ما يلي:

- الاهتمام بالمواضيع الهامة و التي تفيد و تجذب اهتمامهم جميع شرائح الجمهور المتعرض.
- التنوع في البرامج و القضايا التي يتم التطرق إليها في القنوات الإخبارية الجزائرية لجذب اهتمام الجمهور مع اختيار الوقت المناسب لبتها .
- يجب التحلي بالجدية و الموضوعية في تناول المواضيع من طرف القنوات الإخبارية الجزائري و اقتراح حلول لمختلف المشاكل و ليس فقط الاكتفاء بالمعالجة السطحية لمختلف القضايا .
- منح حرية أكبر للقطاع السمعي البصري الخاصة من طرف الحكومة بواسطة سن تشريعات و فتح المجال أمام هذا القطاع .

أولا : الكتب :

- 1) أحمد محمد جاد ، الإعلام الفضائي وآثاره التربوية ، ط 1، العلم والإيمان للنشر والتوزيع ،الإسكندرية ،2008.
- 2) إسماعيل قباري محمد ، علم الاجتماع الجماهيري وبناء الاتصال ، دراسة في الاعلام واتجاهات الرأي العام ، منشأة المعارف الإسكندرية ، 1984.
- 3) إسماعيل محمود حسن ، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير ، الدار العالمية للنشر و التوزيع ، مصر، 2003.
- 4) إمام إبراهيم ، الإعلام الإذاعي و التلفزيوني ، دار الفكر العربي ، القاهرة، 1979.
- 5) البشير محمد ، قصور النظرية في الدراسات الإعلامية ، المجلة العربية للعلوم الانسانية ، العدد 83 ، 2008.
- 6) البكري إياد شاكر ، حرب المحطات الفضائية ، ط1، الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 1999.
- 7) بوخنوفة عبد الوهاب ، الأطفال و الثورة المعلوماتية ، التمثل و الاستخدامات، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية ، العدد 02.
- 8) بوعلي نصير ، التلفزيون الفضائي وأثره على الشباب في الجزائر، دار الهدى للطباعة و النشر و التوزيع، عين مليلة، الجزائر ، 2005.
- 9) الحديددي منى سعيد ، حسن عماد مكاوي، الفضائيات العربية ومتغيرات العصر-أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام ط1،الدار المصرية اللبنانية، القاهرة ، 2005.
- 10) الحربي عبد الكريم ، الأنترنت والقنوات الفضائية، ط 1، المملكة العربية السعودية، 2003.
- 11) حلمي علي ، دور الشباب في التنمية الاجتماعية و الاقتصادية، المكتبة الأنجلو مصرية، مصر، 1997.
- 12) حمدي حسن ، وظائف الاتصال الجماهيري ، الوظيفة الاخبارية لوسائل الإعلام ، دار الفكر العربي، 1991.
- 13) الحميد محمد عبد ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، ط2 ، عالم الكتب، مصر ، 2004.
- 14) الحميد محمد عبد ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، ط3 ، عالم الكتاب، مصر ، 1993.
- 15) الدناني عبد المالك ردمان ، تطور تكنولوجيا الاتصال وعولمة المعلومات، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية ، 2008.
- 16) رابح تركي ، أصول التربية والتعليم ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1990.
- 17) الزعبلوي محمد السيد محمد ، المراهق المسلم -خصائص النمو المسلم - ، ط 1 ، مؤسسة الكتب الثقافية، المملكة العربية السعودية ، 1998.
- 18) زهران حامد ، علم النفس الاجتماعي ، ط 5 ، عالم الكتاب، القاهرة ، 1984.

قائمة المصادر و المراجع

- 19 زيدان محمد مصطفى ، الدوافع والانفعالات، ط1 ، دار عكاظ للطباعة و النشر، جدة ، 1984.
- 20 السعاطي حسن ، تصميم البحوث الاجتماعية ، دار النهضة العربية للطباعة والنشر بيروت ، 1982.
- 21 سليمان العمر ناصر ، البث المباشر حقائق وأرقام، ط1، دار الوطن، الرياض، 2007.
- 22 السيد هناء ، الفضائيات وقادة الرأي :دراسة أثرها على السلوك، ط1 ، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005 .
- 23 شمو علي محمد ، تكنولوجيا الفضاء وأقمار الاتصالات الإسكندرية، ط1، دار الإشعاع، 2002.
- 24 صفاء أبو سعيد وفيروز شحادة :الاعتماد على القنوات الإخبارية.
- 25 عبد الغفار عادل ، تقويم الأداء المهني للقنوات الفضائية الإخبارية ، الفضائيات العربية و متغيرات العصر، الدار المصرية و اللبنانية ، القاهرة 2005.
- 26 عبد الفتاح جلال ، البث الإذاعي والتلفزيوني المباشر، ط1 ، الهيئة المصرية العامة للكتب القاهرة ، 1994.
- 27 العبد عاطف عدلي ، القنوات المتخصصة أنواعها جمهورها بحوثها وأخلاقياتها، ، دار الإيمان للطباعة، القاهرة، 2006 .
- 28 العبد نهي عطف عدلي ، صناعة الأخبار التلفزيونية في عصر البث الفضائي، دار الفكر العربي القاهرة ، ط1 ، 2007.
- 29 عزي عبد الرحمان ، دراسات في نظريات الاتصال ، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت، 2003 .
- 30 عطوان فارس ، الفضائيات العربية و دورها الإعلامي ، ط1، دار أسامة للنشر، عمان، 2009.
- 31 عطية حمدي أبو الفتوح ،منهجية البحث العلمي وتطبيقاتها في الدراسات التربوية والنفسية ، دار النشر للجامعات، القاهرة ، 1996.
- 32 عظيمي أحمد ،منهجية كتابة المذكرات و أطروحات الدكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 2009.
- 33 عمر محمد زيان ، البحث العلمي ومناهجه وتقنياته ، دار الشروق، جدة ، 1983.
- 34 العياري المنصف ، محمد عبد الكافي، القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2006.
- 35 العيساوي عبد الرحمان ،مناهج البحث العلمي في الفكر الإسلامي و الفكر الحديث، دار الراتب الجامعية ، لبنان.
- 36 قيراط محمد ، الفضائيات العربية بحث عن الذات أم تقليد الأمر، جريدة البيان الإماراتية العدد334 ، أكتوبر 1997 .
- 37 لعويورة عمر ، علم النفس التربوي ، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة ، 2004.

- 38) مكاوي حسن عماد ، الشريف سامي ، نظريات الإعلام ، مصر ، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح ، 2000.
- 39) مهنا فريال ، علوم الإعلام و الاتصال في المجتمعات الرقمية، دار الفكر المعاصر، بيروت، 2002.
- 40) الهاشمي مجد هاشم ، الإعلام المعاصر و تقنياته الحديثة ط1 ، عمان، دار المناهج للنشر والتوزيع، 2006.

ثانيا : المعاجم و الموسوعات :

- 1) أبادي مجد الدين الفيروز ، القاموس المحيط ، مج3 ، دار الكتاب العربي.
- 2) ابن منظور ، لسان العرب ، مج2، دار المعارف
- 3) تأليف جماعة من كبار المؤلفين العرب، المعجم العربي الأساسي لاروس، المنظمة العربية للثقافة و العلوم.
- 4) حجاب رشيد ، الموسوعة الإعلامية ، المجلد السابع ، القاهرة دار الفجر للنشر و التوزيع ، 2003.
- 5) حجاب محمد منير ، المعجم الإعلامي، دار الفجر، القاهرة ، مصر، 2004.
- 6) حجاب محمد منير ، الموسوعة الإعلامية، المجلد الثالث، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003.
- 7) الحسيني محب الدين أبي فيض السيد ، تاج العروس من جواهر القاموس، المجلد 11، دار الفكر للطباعة و النشر والتوزيع، 1994.
- 8) الفيومي أحمد ، كتاب المصباح المنير في غريب الشرح الكبير للرافعي ، دار القلم ، بيروت.
- 9) مجموعة مؤلفين: المنجد في اللغة العربية، دار الشرق للطباعة ، ط2 ، 2001.
- 10) نور الدين عصام ، معجم نور الدين الوسيط عربي-عربي، دار الكتب العلمية ، بيروت، 2005 .

ثالثا : البحوث و الدراسات الجامعية :

- 1) أحمد مصطفى حمد ، استخدامات المراهقين للقنوات الفضائية و الاشباع المحققة ، دراسة مسحية مقارنة على عينة من المراهقين في المنيا و القاهرة ، رسالة ماجستير ، 2002.
- 2) بوخنوفة عبد الوهاب ، المدرسة ، التلميذ و المعلم و تكنولوجيات الإعلام و الاتصال ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في الإعلام و الاتصال ، قسم علوم الإعلام و الاتصال ، جامعة الجزائر ، 2006 ، 2007.

- 3) بومعيرة السعيد، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، أطروحة لنيل شهادة دكتورا دولة في علوم الإعلام والاتصال، كلية العوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر ، 2006/2005.
- 4) شاهين هبة ، استخدامات الجمهور المصري للقنوات الفضائية العربية ، دراسة تحليلية ميدانية ، رسالة دكتوراه ، القاهرة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، 2000.
- 5) العياري المنصف ، محمد عبد الكافي ، القنوات التلفزيونية الخاصة، سلسلة بحوث ودراسات، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس 2006.
- 6) العياضي نصر الدين ، يوسف تمار، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2007.
- 7) القحطاني سالم ، أثر القنوات على النشء، رسالة ماجستير، السودان ، 2007.
- 8) منى سعيد الحديدي و آخرون ، استخدامات الشباب العربي للقنوات الفضائية و تأثيراتها فيهم —دراسة حالة لطلاب معهد البحوث و الدراسات العربية- ، مصر ، مطبعة الجامعة العربية ، 2006.

رابعا : المواقع الإلكترونية :

- 1) شطاح محمد ، إشكالية الهوية والحوار مع الآخر في الفضائيات العربية على الموقع:
www.foxitreader.com
- 2) <http://www.startimes.com/faspX?t=29879209>
- 3) موقع موسوعة ويكيبيديا الالكترونية: . www.wikipedia.org
- 4) الموقع الإلكتروني : . <http://www.numidianews.com/apst,266624>
- 5) <http://www.startimes.com/faspX?t=29879209>
- 6) <http://www.dz.madern.com/2014/05/dzair-newstv-channel-frequency-nilesat-htnl>

خامسا : المجالات و الدوريات :

- 1) البشير محمد ، قصور النظرية في الدراسات الإعلامية ، المجلة العربية للعلوم الانسانية ، العدد 83 ، 2008 ، ص 99.
- 2) الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، قانون الاعلام ، العدد 06 ، مارس 2014.
- 3) دليو فضيل وآخرون، إشكالية المشاركة الديمقراطية منشورات جامعة قسنطينة، الجزائر 2001.
- 4) فهمي أماني ، دوافع استخدام المرأة المصرية لقنوات التلفزيون الدولية ، المجلة المصرية لبحوث الاعلام ، العدد الثاني ، أفريل 1997.

استمارة استبيان لجمع المعلومات

تحية طيبة :

هذه الاستمارة تعد أداة بحث مهمة في دراستنا التي تندرج في إطار التحضير لشهادة الماستر و تتعلق بموضوع " استخدامات الطلبة الجزائريين للقنوات الفضائية الاخبارية و الإشاعات المحققة -دراسة ميدانية لعينة من طلبة الماستر إعلام و اتصال بجامعة المسيلة- " ، لذا يرجى منكم المساعدة بإجاباتكم الموضوعية و الدقيقة عن الأسئلة التي تتضمنها الاستمارة ، ونحيطكم علما أن المعلومات التي تدلون بها لن تستعمل إلا لغرض علمي بحث .

المطلوب منكم :

- القراءة المتأنية لكل سؤال .
- ضع علامة (x) داخل إطار الإجابة المناسبة.

إشراف الأستاذ:
أحمد مهدي الزواوي.

إعداد الطالب:
حبوش عبد الباسط.

البيانات الشخصية :

الجنس :

ذكر - أنثى

السن :

من 23 سنة إلى 26 سنة - من 27 سنة إلى 30 سنة

30 سنة فما فوق

المستوى التعليمي :

01 ماستر - 02 ماستر -

التخصص :

اتصال و علاقات عامة - صحافة مكتوبة

المحور الأول: عادات و أنماط تعرض الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية.

1- هل تشاهد التلفاز؟

نعم - لا

2- كم جهاز تلفاز لديكم في البيت؟

جهاز - جهازين - أكثر

3- أين تشاهد التلفاز؟

في البيت - في الإقامة - -أماكن أخرى

4- ما مدى متابعتك للقنوات الإخبارية الجزائرية؟

1- دائما

2- أحيانا

3- أبدا

5- إذا كنت لا تتابع القنوات الإخبارية الجزائرية لماذا ؟

- لا أشاهد التلفزيون
 - لا يوجد لدي وقت لمشاهدتها
 - لا تعرض شيئا مهما
- أخرى :

6- كم ساعة تقضيها يوميا في مشاهدة القنوات الإخبارية الجزائرية ؟

- 1- أقل من ساعة يوميا
 2- من ساعة إلى ساعتين
 3- أكثر من ساعتين

7- متى تتابع القنوات الإخبارية الجزائرية ؟

- صباحا
 - الظهيرة
 - مساء
 - ليلا
 - أوقات مختلفة.

8- مع من تشاهد القنوات الإخبارية الجزائرية ؟

- بشكل فردي
 - مع الأسرة
 - مع الأصدقاء
- أخرى :

9- هل تتابع القنوات الإخبارية الجزائرية عن طريق :

- جهاز الاستقبال و التلفزيون
 - الانترنت

المحور الثاني دوافع متابعة القنوات الإخبارية الجزائرية :

10- ما هي القنوات الإخبارية التي تفضل مشاهدتها رتبها حسب الأولوية ؟

- الشروق News
 - نوميديا News
 - دزاير News
 - النهار TV
 - قناة الخبر KBC
 - المغاربية

11- ما هي البرامج التي تفضل مشاهدتها في القنوات الإخبارية الجزائرية ؟

- نشرات الأخبار - الموجز الإخباري
 - الأخبار و التحليل الرياضية - التحقيقات الإخبارية
- أخرى :

12- ما أكثر ما يشد انتباهك في القنوات الإخبارية الجزائرية ؟

- الخبر - المعالجة الإخبارية
 - الديكور - أداء المقدم
- أخرى :

13- ما هي أسباب مشاهدتك للقنوات الإخبارية الجزائرية ؟

- التعرف على أحدث الأخبار - زيادة معلوماتي عن مختلف القضايا
 - اكتساب مهارات جديدة - ارتباطها بالوطن
 - متابعة الأحداث والأخبار الرياضية - استضافة شخصيات تشق بتحليلها
 - معرفة موضوعات تساعد على النقاش مع الآخرين
 - مستقلة عن الإعلام الحكومي
 - اعتمادها على مصادر موثوقة
- أخرى :

المحور الثالث: الإشباع المحققة من متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية

14- هل القنوات الإخبارية الجزائرية تلبي حاجيات الطلبة ؟

- نعم لا -

1-14 في حالة الإجابة بـ نعم :

- لأنها تنقل الحدث لحظة وقوعه
 - كون القنوات متنوعة في أخبارها
 - استخدام القنوات الفضائية الإخبارية للأساليب الناجحة في تقديم البرامج
- أخرى :

2-14 في حالة الإجابة بـ لا :

- كون برامج القنوات الإخبارية الجزائرية بعيدة عن اهتمامات الطلبة
- تقدم القنوات للأخبار وعدم اهتمامها بإيجاد الحلول.
- الأساليب التقليدية في تقديم الخبر
- اقتصر القنوات على الأخبار المجردة فقط دون تحليلها.
- أخرى :

15- هل تعتقد أن القنوات الإخبارية الجزائرية تؤثر على الطلبة :

- سلبي
- إيجابي

1-16 في حالة إجابتك سلبي فهل يعود ذلك إلى:

- تشويه القنوات لبعض الحقائق
- كون القنوات تزرع الإحباط لدى المتلقي أو المشاهد.
- ترويح القنوات للكثير من الإيديولوجيات.
- الاعتماد على طابع الصحفية في تناول الموضوعات
- أخرى :

2-16 إذا كانت إجابتك إيجابا فهل يعود ذلك إلى:

- تزيد من الوعي الثقافي و السياسي
- تنقل الحقيقة الغائبة.
- تزود الرصيد المعرفي
- تملأ وقت الفراغ
- أخرى :

17- هل تغنيك القنوات الإخبارية الجزائرية على متابعة نظيرتها الأجنبية بنسبة :

- كبيرة
- متوسطة
- صغيرة

18- هل ترى تمتعها بالحرية في نشر الأخبار بشكل :

- كبير - متوسط - قليل

19- هل تشعر بالجدية في المنظومة الخيرية لهذه القنوات ؟

- نعم - لا

20- هل تشعر بالصدق اتجاه هذه القنوات ؟

- نعم - لا



جامعة محمد بوضياف - المسيلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام و الاتصال



الإشباعات المحققة من استخدام الطلبة للقنوات الفضائية الإخبارية
الجزائرية.

"دراسة ميدانية على عينة من طلبة الماستر علوم الإعلام والاتصال جامعة محمد بوضياف بالمسيلة".

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال و علاقات عامة.

إشراف الأستاذ:

أحمد المهدي الزواوي

إعداد الطالب:

حيوش عبد الباسط

تاريخ المناقشة : 25 ماي 2016 على الساعة 11:30

الصفة	الجامعة	الاسم واللقب
رئيساً للجنة	جامعة محمد بوضياف - المسيلة -	أ- صالح بلخيري
مشرفاً ومقرراً		أ- أحمد مهدي الزواوي
عضواً مناقشاً		أ- سيفون باية

جوان 2016.

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
	شكر و عرفان
	ملخص الدراسة
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
أ - ب	مقدمة
الإطار المنهجي للدراسة	
05	1- إشكالية الدراسة
05	2- التساؤلات
06	3- أهمية الدراسة
06	4- أهداف الدراسة
06	5- أسباب اختيار الموضوع
07	6- منهج الدراسة و أدواته
10	7- عينة الدراسة الميدانية
21 - 15	8- تحديد المفاهيم
26 - 22	9- الدراسات السابقة
26	10- التعقيب على الدراسات السابقة
27	11- صعوبات الدراسة

فهرس المحتويات

الإطار النظري للدراسة	
الفصل الأول : مدخل لنظرية الاستخدامات و الاشباعات	
29	تمهيد
31-30	أولا : تطور المدخل
31	1- مرحلة الطفولة (المرحلة الوصفية)
31	2- مرحلة المراهقة (المرحلة التطبيقية)
31	3- مرحلة البلوغ (المرحلة التفسيرية)
32 – 31	ثانيا : فروض المدخل
39 – 33	ثالثا : العناصر الرئيسة التي تشكل المدخل
33	1- افتراض الجمهور النشط
34	2- الأصول الاجتماعية و النفسية لاستخدامات وسائل الاتصال
34	2-1- الأصول الاجتماعية لاستخدام وسائل الاتصال
36	2-2- الأصول النفسية لاستخدام وسائل الاتصال
36	3- دوافع تعرض الجمهور لوسائل الاتصال (أنواعها و وظائفها)
37	3-1- دوافع نفعية

فهرس المحتويات

37	3-2- دوافع طقوسية
38 - 37	4- اشباعات وسائل الاتصال
39	5- العلاقة بين الاستخدام و الاشباع
الفصل الثاني : البث الفضائي و القنوات الاخبارية	
43	أولا : البث الفضائي المباشر النشأة و التطور
44-43	1- مكونات البث الفضائي المباشر
44	1-1- القمر الصناعي
44	1-2- الهوائيات
51-44	2- بدايات البث الفضائي المباشر
52-51	ثانيا : القنوات الجزائرية الخاصة
51	1- تعريف القنوات الجزائرية الخاصة
52	2- العوامل المساعدة على ظهور القنوات الجزائرية الخاصة
59 - 52	ثالثا : ماهية الفضائيات الاخبارية
53	1- مفهوم القنوات الاخبارية
54-53	2- نشأة الفضائيات الاخبارية
55	3- أهداف الفضائيات الاخبارية
59-56	4- أهم القنوات الاخبارية الجزائرية

فهرس المحتويات

الاطار التطبيقي للدراسة	
97 -61	أولا : عرض و تحليل و مناقشة النتائج
72-61	المحور الأول: عادات و أنماط تعرض الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية
79-73	المحور الثاني: دوافع متابعة القنوات الإخبارية الجزائرية
97-80	المحور الثالث: الإشباعات المحققة من متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية.
99 -98	ثانيا : استنتاجات
100	ثالثا : خاتمة و توصيات البحث
قائمة المصادر و المراجع	
الملاحق	

1. إشكالية الدراسة:

في ضوء الانفتاح الإعلامي الذي يعيشه العالم بفضل البث الفضائي المباشر ، و هي سمة عصر أصبحت فيه تكنولوجيا الإعلام و الاتصال مهيمنة ، حيث أسست لظهور عدة وسائل إعلامية متطورة ، كان من أهمها القنوات الفضائية ، ومع مرور الوقت تطورت و نضجت تجربتها و اتسعت أهدافها مسيرة مع الاعتماد على وسائل الإعلام في شتى مجالات الحياة ، فظهرت الحاجة إلى إعلام تلفزيوني متخصص سمح ببعث العديد من القنوات الجديدة .

و تعتبر الجزائر من الدول التي شهدت ميلاد مجموعة من القنوات الفضائية الخاصة فتحت المجال للمشاهد الجزائري للتعبير عن انشغالاته و مشاكله و متطلباته الحياتية ، ومن أهم النتائج التي أفرزها الإعلام الفضائي المتخصصة ، ظهور القنوات الفضائية الإخبارية ، المراد منها لعب دور رئيسي في نقل الأخبار و الحقائق بموضوعية.

و من بين المتلقين الذين تستهدفهم هذه القنوات الإخبارية فئة الشباب بشكل عام و الشباب الجامعي بشكل خاص، لما لهذه الفئة من أهمية في المجتمع كذلك كون هذه الشريحة الأكثر قابلية للتأثر بهذه القنوات بفعل ارتفاع حجم تعرضهم لها. في ضوء ذلك كله تتبلور مشكلة الدراسة كما يلي:

ما مدى استخدام طلبة علوم الإعلام و الاتصال للقنوات الإخبارية الجزائرية ؟

2. التساؤلات:

- 1- ما هي عادات و أنماط تعرض طلبة علوم الإعلام و الاتصال للقنوات الإخبارية الجزائرية ؟
- 2- ما هي دوافع متابعة طلبة علوم الإعلام و الاتصال للقنوات الإخبارية الجزائرية ؟
- 3- ما هي الإشباع المحققة من متابعة طلبة علوم الإعلام و الاتصال للقنوات الإخبارية الجزائرية ؟

3. أهمية الدراسة :

تكمن أهمية الدراسة فيما يلي:

- أهمية الإعلام، بعد أن أصبح ظاهرة فضائية تحاول كل القوى من خلالها أن تحدث من التأثيرات و التغييرات ما يتلاءم و مصالحها و لا شك أننا في أمتنا نشعر بوطأة هذه الظاهرة أكثر من غيرنا و من ثم يجب أن نوليها ما تستحق من اهتمام .
- أهمية الفئة - الطلبة الجامعيين- باعتبارها عماد الأمة وركيزة الحاضر وذخيرة المستقبل المنشود، و هم الفئة الأكثر حيوية و تحمسا و عادة ما تميل لاستكشاف كل ما هو جديد خاصة في مجال الإعلام.

4. أهداف الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى ما يلي:

- التعرف على عادات و أنماط تعرض الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية.
- معرفة دوافع متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية.
- التعرف على الإشباع المحققة من متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية .

5. أسباب اختيار الموضوع :

إن عملية اختيار موضوع للبحث يعد اللبنة الأولى للبحث العلمي ، و الحسم و الثبات على موضوع معين في مجال علوم الإعلام و الاتصال لم يعد سهلا بعد التطور المذهل الذي شهده هذا المجال و الذي ميز ظهور وسائل جديدة و تطور الوسائل القديمة، و تتمثل الأسباب التي دفعتنا في اختيار موضوعنا في ما يلي:

أ- الأسباب موضوعية:

- التلفزيون وسيلة اتصال سمعية بصرية لها قوة كبيرة في التأثير لاعتماده على عنصري الصوت و الصورة و تحظى بمتابعة الجمهور و لا يمكن الاستغناء عنه.
- ظهور العديد من القنوات الخاصة على الساحة الإعلامية في الجزائر بعد أن كان الأمر يقتصر فقط على القنوات العامة.
- تزايد الاهتمام الجماهيري بالقنوات الفضائية الإخبارية و أهميتها كمصدر لنقل الأخبار.

ب- الأسباب الذاتية:

- يعتبر الموضوع مهماً و صالح للدراسة خاصة في ظل ظهور القنوات المتخصصة و لعبها دورا هاما في التغيير و توجيه الرأي العام خاصة الاخبارية منها.
- الاهتمام الشخصي بالبث الفضائي الإخباري في الجزائر.
- التعرف على مدى استخدام الطلبة للقنوات الفضائية الإخبارية في ظل التطور التكنولوجي الذي مس قطاع الإعلام.

6. منهج الدراسة و أدواتها:

يعد المنهج في البحث العلمي العمود الفقري لكل دراسة ، فهو الضابط و الموجه الأساسي لكل باحث ، يتحدد استعماله حسب هدف الدراسة و الإشكالية العلمية المعالجة و جدير بنا إلى أن نشير إلى التنوع الكبير لمعنى هذا المصطلح ، إلا أنه لا يمكننا الخوض في هذا الكم المتنوع ، بينما يمكننا أن نورد بعضها ، فالمنهج هو الطريقة أو الأسلوب الذي ينتهجه العالم في بحثه أو دراسة مشكلة و الوصول إلى بعض النتائج¹ ، و يعرفه المنجد الفرنسي "le dictionnaires encyclopédique 2000" بأنه مجموعة من القواعد و المبادئ و المراحل المنظمة التي تتيح للباحث بلوغ النتائج (الأهداف)².

ويعتبر المنهج العلمي طريقة منظمة ، تتيح أسلوبا و خطة معينة لدراسة ظاهرة ما و يهدف التوصل إلى الحقائق و ترسيخ المعارف واختبارها بعد التأكد من صحتها³.

تنتمي هذه الدراسة إلى الدراسات الوصفية و في إطارها استخدمنا منهج المسح بوصفه أنسب المناهج العلمية لجمع البيانات الميدانية عن ظاهرة معينة و توضيحها و تفسيرها و شرح العلاقات الارتباطية بين متغيراتها ، كما أنه يسمح بتكميم الظواهر العلمية ، و هو يسمح بالخروج بتعميمات علمية و استخلاصات قابلة لإعادة الاختبار و التحقق من صحتها .

وفي إطار منهج المسح اعتمدت الدراسة على أسلوب المسح بالعينة، و ذلك لصعوبة إجراء الدراسة على المجتمع الكامل للدراسة (الطلبة الجامعيين).

¹ عبد الرحمان العيساوي، مناهج البحث العلمي في الفكر الإسلامي و الفكر الحديث، دار الراتب الجامعية ، لبنان، ص13.

² أحمد عظيمي، منهجية كتابة المذكرات و أطروحات الدكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 2009، ص12.

³ عقيل حسين عقيل، فلسفة مناهج البحث العلمي، مكتبة مدبولي، مصر ، 1999، ص47.

وقد اعتمدت الدراسة أداة الاستمارة في جمع المعلومات وهي قائمة تتضمن مجموعة من الأسئلة معدة بدقة ترسل إلى عدد كبير من أفراد المجتمع يكونون العينة الممثلة للحصول على حقائق وبيانات تتعلق بالظروف الاجتماعية القائمة بالفعل أو موضوعات ترتبط بأهداف الدراسة¹.

- اختبارات الصدق و الثبات:

يتعرض الباحث أثناء تصميمه لأداة البحث التي تتمثل في دراستنا في استمارة الاستبيان إلى أخطاء متنوعة تتعلق بتصميم المقاييس التي تستخدم لقياس الظاهرة محل البحث والدراسة لأن استمارة الاستبيان عبارة عن مجموعة من المقاييس صممت لتجيب على التساؤلات المطروحة في الدراسة، وأخطاء تتعلق بالمبحوثين وهي خارجة عن إرادة الباحث، و للتعرف على هذه الأخطاء و تجنبها وجب علينا القيام ببعض الاختبارات على استمارة الاستبيان قبل توزيعها من بين الاختبارات الواجب على الباحث إجراؤها ما يلي:

1. اختبارات الصدق:

عرض القائمة على الأساتذة المحكمين:

يتمثل هذا الاختبار في معرفة ما إذا كانت الأداة صادقة أي أن تصميم الأداة كان بشكل جيد وسليم، يمكننا من قياس موضوع الدراسة.

أ- صدق المحتوى:

عرضت الصورة الأولية لاستمارة الاستبيان على الأساتذة المحكمين الأستاذ اسعيداني سلامي و الأستاذ عبد المالك صاوي وذلك للحكم الظاهري على صلاحية و مناسبة العبارات الموضوعية لدراسة ، وكذا إضافة بعض الأسئلة التي من شأنها إثراء الاستبيان، بحذف أو تعديل ومعرفة مدى إلمام استمارة الاستبيان بجميع التساؤلات، وقد أسفرت العملية على جملة من الملاحظات أخذت بعين الاعتبار حيث تم إجراء بعض التعديلات المناسبة كإضافة بعض الأسئلة.

ب- الصدق البنائي:

أجمع المحكمين على أن محاور استمارة الاستبيان المصممة ملمة بجميع التساؤلات المطروحة في الجانب المنهجي المتعلق بالدراسة.

¹ حسن السعاتي ، تصميم البحوث الاجتماعية ، دار النهضة العربية للطباعة والنشر بيروت ، 1982 ، ص 182 .

الصورة المعدلة للاستبيان:

بعد تعديل الاستبيان والأخذ بعين الاعتبار كل ملاحظات الأساتذة المحكمين تكونت الصورة النهائية المعدة للتطبيق من 03 محاور 26 سؤال.

2. اختبارات الثبات:

المقصود بثبات الاستبيان أن يعطي نفس النتائج إذا أعيد تطبيقه عدة مرات متتالية ، فكلما زاد عدد الأسئلة كلما ارتفع الثبات ، وكلما كان عدد الفقرات أو الأسئلة في الاستبيان أكثر كلما ارتفع معامل الارتباط، لأن العلاقة بين طول الاستبيان وثباته علاقة طردية.

اعتمدنا في دراستنا على طريقة الاختبار وإعادة الاختبار على مجموعة من الطلبة تمثلت في 10 أفراد بفاصل زمني قدره يوم واحد من التوزيع الأول.

تقدر قيمة الثبات كميًا بحساب معامل الارتباط بحيث تكون القيمة محصورة بين (1+) و (1-) فكلما اقتربت نتيجة الاختبار من (1+) كلما كان المقياس على درجة عالية من الثبات والعكس فقد تم حساب معامل الارتباط بناء على نتائج الاختبارات المتمثلة في طريقة الاختبار وإعادة الاختبار على 10 أفراد من عينة الدراسة بالطريقة التالية:

حساب معامل الارتباط لبيرسون:

$$Reliability = \frac{2(r)}{1 + (r)}$$

وقيمة r لبيرسون يتم حسابها من العلاقة التالية :

$$r = \frac{\sum XY - \frac{(\sum X)(\sum Y)}{n}}{\sqrt{\left(\sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}\right)\left(\sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n}\right)}}$$

r : معامل الارتباط.

X: نتائج الاختبار الأول.

Y: نتائج الاختبار الثاني.

n: عدد أفراد العينة.

∑: المجموع.

من خلال حساب معامل الارتباط للمقاييس المصممة في استمارة الاستبيان تحصلنا على النتيجة التالية:

وجدنا ثبات أداة البحث ككل يساوي $r=0.94$ ومنه تأكد لنا أن الأداة على درجة كبيرة من الثبات.

7. عينة الدراسة الميدانية:

من المقرر علمياً أنه يتعذر على باحث دراسة شاملة لكل مفردات المجتمع المدروس حيث أن البحث تحكمه عوامل مادية وطاقت بشرية وكذلك مدة زمنية لإنهائه¹.

وتعرف العينة على أنها مجموعة من الأفراد مشتقة من المجتمع الأصلي ، ويفترض فيها أنها تمثل المجتمع الأصل تمثيلاً حقيقياً².

و قد طبقت الدراسة على عينة قصدية قوامها 60 مفردة من طلبة الماستر في قسم علوم الاعلام و الاتصال الذين يمتلكون و يشاهدون القنوات الاخبارية الجزائرية و ذلك لضمان دقة اجابتهم على جميع الأسئلة نتيجة تعرضهم باستمرار لهذه القنوات.

وصف عينة الدراسة:

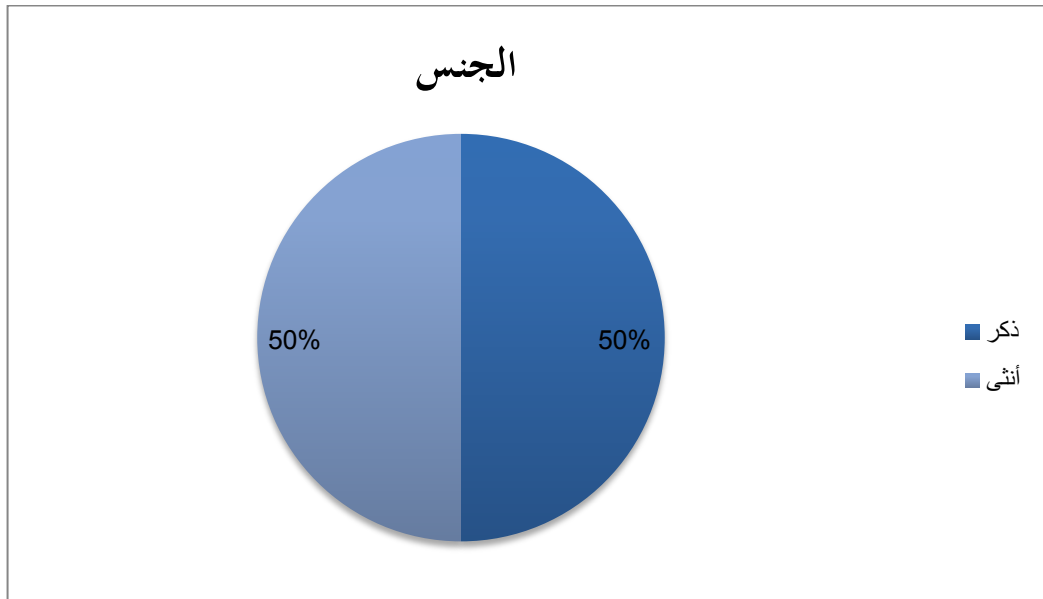
بعد أن تم توزيع 60 استمارة استبيان على طلبة علوم الإعلام و الاتصال في طور الماستر للسنة الأولى والثانية ماستر تخصص اتصال و علاقات عامة و صحافة مكتوبة و بعد استرجاعها تم إحصاء 60 استمارة تعتبر صالحة لإجراء الدراسة و قد توزعت عينة الدراسة الحالية المكونة من 60 فردا حسب متغير الجنس إلى 30 ذكرا و 30 أنثى كما هو موضح في الجدول التالي:

¹ محمد زيان عمر، البحث العلمي ومناهجه وتقنياته ، دار الشروق، جدة ، 1983 ، ص 28 .

² حمدي أبو الفتوح عطية ، منهجية البحث العلمي وتطبيقاتها في الدراسات التربوية والنفسية ، دار النشر للجامعات، القاهرة ، 1996 ، ص 271.

الجدول رقم 01: يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس.

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	30	%50
أنثى	30	%50
المجموع	60	%100



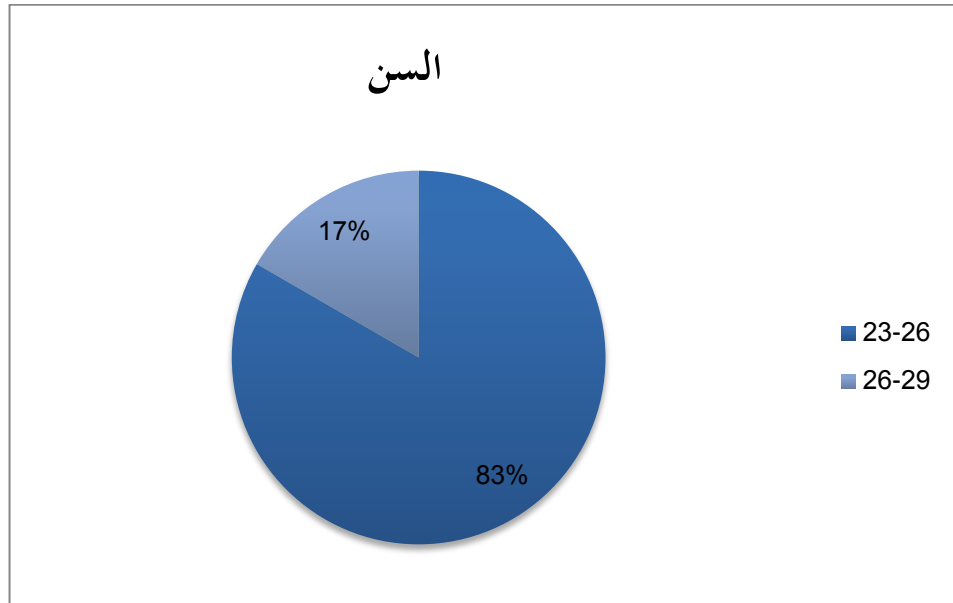
الشكل رقم 03: دائرة نسبية توضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس.

يتبين لنا من خلال النتائج الواردة في الجدول و الشكل رقم 01 أن هناك تساوي في نسبة أفراد العينة من

جنس الذكر و الأنثى بنسبة %50.

الجدول رقم 02: يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن.

السن	التكرار	النسبة المئوية
26-23	50	83%
30-27	10	%17
المجموع	60	%100

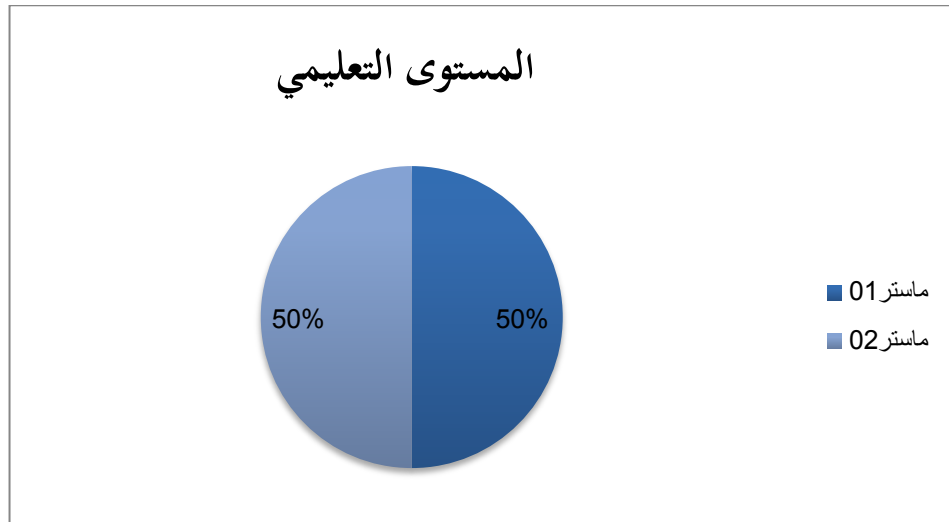


الشكل رقم 04: دائرة نسبية توضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن.

يتضح لنا من خلال الجدول و الشكل رقم 02 اللذان يوضحان توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن أن نسبة الطلبة الذين يتراوح سنهم بين 23-26 سنة هم أكثر نسبة مقدرة بنسبة 83% تليها نسبة 17% للطلبة الذين يقدر سنهم بين 29-29 بنسبة 17%.

الجدول رقم 03: يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي.

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
%50	30	ماستر 01
%50	30	ماستر 02
%100	60	المجموع



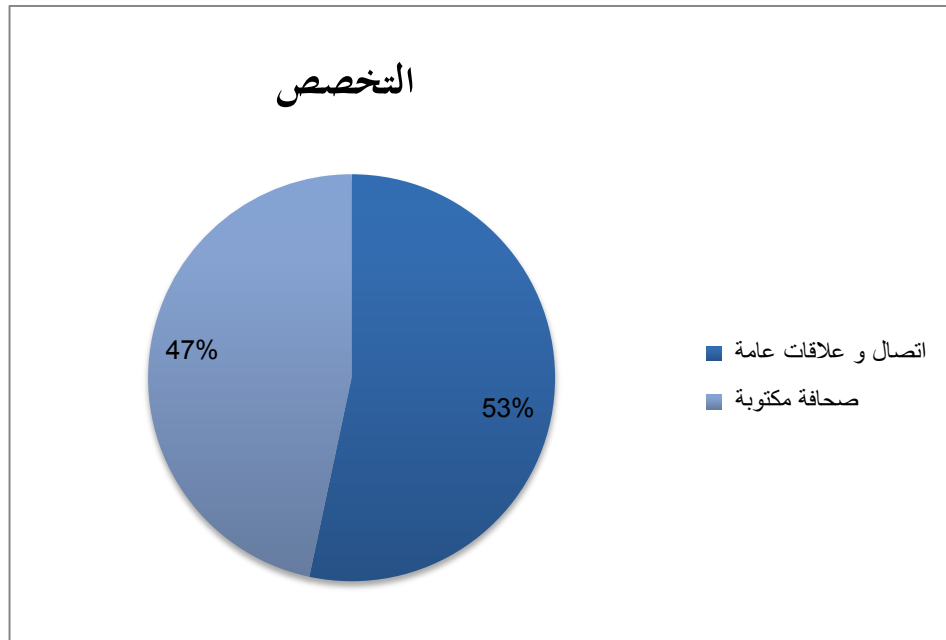
الشكل رقم 05: دائرة نسبية توضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي.

يتبين لنا من خلال النتائج الواردة في الجدول و الشكل رقم 03 أن هناك تساوي في نسبة أفراد العينة من

تخصص الماستر 01 و الماستر 02 بنسبة 50%.

الجدول رقم 04: يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير التخصص.

التخصص	التكرار	النسبة المئوية
اتصال و علاقات عامة	32	53%
صحافة مكتوبة	28	47%
المجموع	60	100%



الشكل رقم 06: دائرة نسبية توضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير التخصص.

يتضح لنا من خلال الجدول و الشكل رقم 04 اللذان يوضحان توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير التخصص أن نسبة الطلبة الذين يدرسون بتخصص اتصال و علاقات عامة هم أكبر نسبة تمثلت في 53% يليها طلبة تخصص الصحافة المكتوبة بنسبة 47%

8. تحديد المفاهيم:

• الاستخدام:

تعريف الاستخدام لغة:

الاستخدام في اللغة العربية مأخوذ من: استخدم (الرجل غيره) استخدمه استخداما فهو مستخدم، والآخر مستخدم أي اتخذه خادما، طلب منه أن يخدمه.

واستخدم الإنسان الآلة أو السيارة استعمالها في خدمة نفسه.¹

والاستخدام يعني الاستعمال في اللغة الفرنسية: استخدام - استعمال: utilization, usage ، emploi

و في اللغة الإنجليزية يأتي بمعنى : الاستعمال: to employ ، to use ، taking, أو التوظيف : to recruit ، to engage .

تعريف الاستخدام اصطلاحا:

هو استعمال شيء ما أداة أو وسيلة أو عدة أشياء، واستغلالها لتلبية حاجات معينة لدى الأفراد في حياتهم.

يشير الدكتور عبد الوهاب بوخنوفة ، إلى أن مفهوم الاستخدام يؤدي إلى المعنى ماذا يفعل الناس حقيقة بالأدوات أو الأشياء التقنية ؟ مفهوم الاستخدام يقتضي أولا الوصول إلى التقنية أو الوسيلة ، بمعنى أن تكون متوفرة ماديا² ، ثم يأتي بعد ذلك العوامل الاجتماعية و الفردية و التي تعمل على تشجيع الاستخدام أو تعمل على إعاقته .

¹ عصام نور الدين، معجم نور الدين الوسيط عربي-عربي، دار الكتب العلمية ، بيروت، 2005 ، ص102

² عبد الوهاب بوخنوفة ، الأطفال و الثورة المعلوماتية ، التمثل و الاستخدامات، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية ، العدد 02.

إن مفهوم الاستخدام "usage" الذي ظهر في اللغة الفرنسية في القرن 17م يشير إلى نشاط اجتماعي يتم ملاحظته بسبب تواتره ، و يتمثل استخدام شيء ما و الاستفادة منه لغاية محددة أو لتلبية حاجة معينة ، فالاستخدام يشير إلى ممارسة كما يحيل أيضا إلى تصرفات أو عادات ¹.

إجرائيا :

يقصد "بالاستخدام" في دراستنا كيفية تعرض الطلبة للقنوات الفضائية الإخبارية الجزائرية و كذا متابعتهم لها من خلال عاداتهم و أنماطهم.

• الإشباع:

تعريف الإشباع لغة :

أشبعه أي وفره، وكل ما وفرته فقد أشبعته، حتى الكلام يشبع فتوفر حروفه ² ، وجاء في المعجم العربي الأساسي لاروس: اشبع يشبع إشباعا، اشبع الشيء: بالغ فيه، اشبع الطفل ضربا: بالغ في ضربه، اشبع نحمه العلمي: أكثر من البحث والقراءة، اشبع الشيء : وفاه. ³

تعريف الإشباع اصطلاحا :

هو إرضاء رغبة أو بلوغ هدف ، أو خفض دافع ما ، و تدل الكلمة على الحال التي يتم فيها ذلك ، ويعني الإشباع في نظرية التحليل النفسي، خفض التنبيه والتخلص من التوتر، فالتراكم ، والتنبيه يولد إحساسا بالألم، ويدفع الجهاز إلى العمل لكي يحدث مرة أخرى حالة إشباع يدرك فيها خفض للتنبيه كأنه لذة. ⁴ و في مجال الاتصال الجماهيري كاتر و بلومر "أول من طرحا هذه الرؤية الجديدة لدراسة الاتصال الجماهيري في كتابهما الشهير "استخدامات وسائل الاتصال الجماهيري" عام 1974 ، و هي رؤية تفترض أن يكون التساؤل الأساسي ما الذي يفعله الناس بوسائل الإعلام ؟ و ليس ما الذي تفعله وسائل الإعلام بالناس ؟ ⁵.

¹ عبد الوهاب بوخونوفة ، المدرسة ، التلميذ و المعلم و تكنولوجيات الإعلام و الاتصال ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في الإعلام و الاتصال ، قسم علوم الإعلام و الاتصال ، جامعة الجزائر ، 2006 ، 2007 ، ص 35 .

² محب الدين أبي فيض السيد الحسيني، تاج العروس من جواهر القاموس، المجلد 11، دار الفكر للطباعة و النشر والتوزيع، 1994، ص293.

³ تأليف جماعة من كبار المؤلفين العرب، المعجم العربي الأساسي لاروس، المنظمة العربية للثقافة و العلوم ، ص.426.

⁴ محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر، مصر ، 2004 ، ص 74.

⁵ رشيد حجاب ، الموسوعة الإعلامية ، المجلد السابع ، القاهرة دار الفجر للنشر و التوزيع ، 2003 ، ص 403.

• الحاجات و الدوافع:

مصطلحان يستعملان بصفة متبادلة من قبل الباحثين في هذا التقليد من الأبحاث الخاصة بالاستخدامات و الإشباع، و يعرف محمد منير حجاب الدافع على أنه عامل انفعالي حركي فطري أو مكتسب شعوريا و لا شعوري يسير نشاط الفرد للأداء و الإنجاز ، أو تحقيق غاية و ينشأ داخل الفرد كنتيجة لخبراته السابقة توجهه لتحقيق هدف معين¹. و تعتبر الحاجات و الدوافع من العوامل المحركة للاتصال ، و تكمن أهميته بالنسبة للفرد في إمكانية هذا الأخير أي الاتصال في إشباع حاجات الفرد و تلبية دوافعه ، و تتحدد هذه الدوافع و الحاجات بعوامل بيولوجية و نفسية و اجتماعية و التي يشبعها الأفراد تبعا لظروفهم عن طريق الوسائل الطبيعية من خلال التفاعل و الاتصال وجها لوجه ، أو من خلال اللجوء إلى التعرض لوسائل الإعلام².

تعريف الدوافع لغة :

الدافع مشتق من دفع ، الدفع: الإزالة بقوة³ ، دفعته دفعا نحيته فاندفع ، ودفعت القول رددته بالحجة ودفعت الوديعة إلى صاحبها رددتها إليه⁴ ، واستدفع الله الأسوء ، طلب منه أن يدفعها عنه ، وتدافعوا في الحرب دفع بعضهم بعضا⁵.

تعريف الدوافع اصطلاحا :

يعرفه محمد مصطفى زيدان أنه : (حالة فسيولوجية وسيكولوجية داخل الفرد تجعله ينزع إلى القيام بأنواع معينة من السلوك في اتجاه معين ، بهدف خفض حالة التوتر لدى الكائن الحي وتخليصه من حالة عدم التوازن عن طريق إزالة الظروف المثيرة وبالتالي إشباع الدافع الذي يحركه)⁶ ، كما يعرف على أنه قوة نظرية كامنة تحض الإنسان على ما يجلب له الملذة والمسرة أو يشبع حاجته الضرورية أو يرد الخطر الذي يعود عليه بالألم والحسرة و

¹ محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، المجلد الثالث، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، ص 161

² السعيد بومعيرة، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، أطروحة لنيل شهادة دكتورا دولة في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2005/2006، ص 61.

³ ابن منظور ، لسان العرب ، مج2، دار المعارف ، ص 1394

⁴ أحمد الفيومي ، كتاب المصباح المنير في غريب الشرح الكبير للرافعي ، دار القلم ، بيروت ، ص 266-267 .

⁵ مجد الدين الفيروز أبادي، القاموس المحيط ، مج3 ، دار الكتاب العربي ، ص 21 .

⁶ محمد مصطفى زيدان، الدوافع والانفعالات ، ط1، دار عكاظ للطباعة والنشر، جدة ، 1984 ، ص 36.

حالة داخلية ، جسدية أو نفسية ، فطرية أو مكتسبة ، تثير السلوك وتحدد نوعيته واتجاهه ، وتسير به نحو تحقيق أهداف معينة من شأنها إرضاء جانب معين من جوانب الحياة الإنسانية¹.

و يعرفه قباري محمد إسماعيل الدافع بأنه : (مثير أو منبه له تأثير مستمر يسيطر على سلوك الإنسان الفرد حتى يتحقق النزوع أو الاستجابة التي تغير من الموقف كله بعد إتمام عملية نشاط ديناميكي تؤدي إلى إشباع هذا المثير بحيث يستجيب الفرد بشكل يؤدي إلى زوال حدة التوتر أو التأثير المنبه)².

تعريف الدوافع إجرائيا:

في دراستنا نقصد بالدوافع العوامل و الأسباب التي تؤدي الطلبة لمشاهدة و متابعة القنوات الاخبارية الجزائرية.

تعريف الحاجات لغة:

الحاجة أو الحاجة : المأرية ، الحاجة في كلام العرب الأصل فيها حائجة حذفوا منها الياء ، فلما جمعوها ردوا إليها ما حذفوا فقالوا حاجة وحوائج حيث ذكر ابن السكيت في كتابه الألفاظ باب الحوائج يقال في جمع حاجة ، حاجات وحاج ، وحوج وحوائج³

تعريف الحاجات اصطلاحا:

عرف هيل Hill الحاجة أنها حالة لدى الكائن الحي ينشأ عن انحراف أو حيد العوامل البيئية عن الشروط البيولوجية المثلى اللازمة (حفظ بقاء الكائن الحي) وهي التي تحدد سلوك الكائن لأنها هي التي تحتها على أن يحدث الاستجابة المناسبة التي تعمل على إشباعها أو اختزالها⁴.

و عرفت بأنها حالة من التوتر أو عدم التوازن تتطلب نوعا من النشاط لإشباع هذه الحاجة¹.

¹ محمد السيد محمد الزعبلاوي ، المراهق المسلم -خصائص النمو المسلم - ، ط1 ، مؤسسة الكتب الثقافية، المملكة العربية السعودية ، 1998 ص 11.

² قباري محمد إسماعيل علم الاجتماع الجماهيري وبناء الاتصال ، دراسة في الاعلام واتجاهات الرأي العام ، منشأة المعارف الإسكندرية ، 1984، ص184.

³ ابن منظور ، مرجع سابق ، ص. ص 1038 - 1039 .

⁴ محمد مصطفى زيدان الدوافع والانفعالات، ط1 ، دار عكاظ للطباعة والنشر، جدة ، 1984 ، ص29.

وقد قدم ماسلو Maslow تقسيماً على شكل هرم في ست أنواع للحاجات في نظام تسلسلي حيث تشكل قاعدته الحاجات الفسيولوجية ثم تليها حاجات الشعور بالأمان ثم حاجات الحب والشعور بالانتماء وبعد ذلك تأتي حاجات الشعور بالاعتبار ثم حاجات تحقيق الذات ثم سادسا وأخيرا حاجات الفهم والمعرفة التي تظهر من خلال الرغبة في الكشف ومعرفة حقائق الأمور وحب الاستطلاع ، حيث يذكر ماسلو أن هذا النوع السادس قد تكون فيه الحاجات واضحة عند بعض الأفراد أكثر مما تكون لدى البعض الآخر ، وقد تأخذ هذه الحاجات صورة أعمق في بعض مظاهر السلوك لدى بعض الأفراد وتبدو في الرغبة في التحليل والتنظيم والربط وإيجاد العلاقات بين الأشياء ، و يؤكد ماسلو على أهمية ضرورة نظام التسلسل في إشباع الحاجات ابتداء بالحاجات الفسيولوجية التي تمثل قاعدة هذا النظام قبل محاولة إشباع أي مستوى آخر يتلو هذه المرحلة².

• تعريف التلفزيون:

يعرف بأنه وسيلة نقل الصورة و الصوت في وقت واحد بطريق الدفع الكهربائي يتكون من مقطعين (tele) و يعني عن بعد و الثاني (VISION) و يعني الرؤية³ و جاء تعريفه في معجم المصطلحات الإعلامية أنه " وسيلة من وسائل الاتصال تعتمد على الصورة و الصوت في آن واحد ، جمعت بين خواص الإذاعة المسموعة و خواص الرسالة المرئية ، و يعني معناه اللفظي نقل الصور و المرئيات من بعيد ، و يعمل التلفزيون على أساس تحويل الصور و الأشكال إلى أشعة ، لتتحول بواسطتها إلى موجات أثرية تنتشر في الجو و يصبح بالإمكان التقاطها بواسطة أجهزة خاصة من أجهزة الاستقبال التي تحول الموجات الأثرية إلى أشعة من جديد ثم إلى صورة ، و يعتبر من أكثر وسائل الاتصال انتشارا و تأثيرا⁴ ."

• الفضاءيات:

تعريف الفضاءيات لغة:

من الفضاء وهو من الكواكب والنجوم من مسافات مثال: أطلق صاروخا في الفضاء، ورجل الفضاء هو الذي ينتقل في عربة فضائية خارج أجواء الأرض، والفضائية هي جهاز متعلق بالفضاء⁵.

¹ عمر لعوية ، علم النفس التربوي ، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة ، 2004 ، ص 34 .

² محمد مصطفى زيدان الدوافع والانفعالات، ط1 ، دار عكاظ للطباعة و النشر، جدة ، 1984 ، ص،ص 44-45

³ محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر، القاهرة ، مصر، 2004، ص 114 .

⁴ محمد شطاح ، الإعلام التلفزيوني ، مرجع سابق ، ص 12 .

⁵ مجموعة مؤلفين: المنجد في اللغة العربية، دار الشرق للطباعة ، ط2 ، 2001 ، ص 322 .

تعريف الفضائيات اصطلاحاً:

هي قنوات تبث عبر شبكة من الأقمار الصناعية التي تدور حول الأرض في مسارات محددة عموماً بالزاوية والاتحاد على البوصلة، لتحديد اتجاه التقاط كل مجموعة من القنوات التي يتم بثها، ولكي يتجاوز هذا الإرسال نطاق الحدود الجغرافية لدولة الإرسال، حيث يمكن استقباله في دول ومناطق أخرى عبر أجهزة خاصة لاستقبال والتقاط الإشارات الوافدة من القمر الصناعي ويمكن التقاط بثها التلفزيوني في مناطق عديدة عبر أجهزة الاستقبال والأطباق اللاقطة¹

وهي الصورة المطورة عبر الشبكات التلفزيونية الأرضية والكابلية، التي توفر إمكانية الوصول المباشر إلى قنوات تلفزيونية، بحيث تضع بتصريف المتلقي عدداً هائلاً منها، وبالنظر إلى قنوات الاتصال - بدءاً من أبعادها الواسعة أو من الربط على مسافات طويلة - فإن الأداة التي حسمت هذه التغييرات هو القمر الصناعي المتوضع على مسافة من الأرض يستطيع معها أن يحتفظ دوماً بالمكان نفسه بالنسبة إلى الأرض².

• الفضائيات الإخبارية:

هي القنوات المتخصصة في تقديم الخدمة الإخبارية بأشكالها ومضامينها المختلفة، على مستوى النشرات و البرامج الإخبارية، و البرامج التي تناقش قضايا الساعة في كل المجالات³.

أي هي نمط من أنماط التلفزيون الذي يكرس جل وقته للأخبار والتعليق عليها والبرامج الإخبارية ويستخدم الأقمار الصناعية للوصول إلى مشاهديه⁴.

و في دراستنا هي القنوات الإخبارية الجزائرية " الشروق News ، دزائر News ، المغاربية ، نوميديا News ، النهار TV ، قناة الخبر KBC .

¹ هناء السيد، الفضائيات وقادة الرأي، ط1، العربي للنشر، مصر ، 2005 ، ص 37.

² فريال مهنا، علوم الإعلام و الاتصال في المجتمعات الرقمية، دار الفكر المعاصر، بيروت، 2002، ص 390.

³ عادل عبد الغفار، تقويم الأداء المهني للقنوات الفضائية الإخبارية ، الفضائيات العربية و متغيرات العصر، الدار المصرية و اللبنانية ، القاهرة 2005 ، ص314.

⁴ www.athagafy.com/Media/start3.htm ، 2016 / 02 / 25 .

• الجامعة :

لا يوجد تعريف قائم بذاته أو تحديد شخصي وعلمي لمفهوم الجامعة، لذلك فإنّ كل مجتمع ينشئ جامعتة ويحدد أهدافها بناء على ما تملّيه عليه مشاكله ومطامحه وتوجيهه السياسي والاقتصادي والاجتماعي، فالجامعة مؤسسة تكوينية لا تحدد بمفردها أهدافها وتوجيهات تلك الأهداف، بل العكس فهي تتلقاها من المجتمع الذي يعتبر الأساس، وهو الوحيد الذي بإمكانه أن يمدها بالحياة وبالمدلول وبالواقع.

وقد تعددت تعاريف الجامعة "فهي مؤسسة أو مجموعة أشخاص يجمعهم نظام أو نسق خاصين، تستعمل الوسائل وتنسق بين مهام مختلفة للوصول بطريقة ما إلى معرفة"¹، تهدف إلى هدف واحد وهو المعرفة؛ أو "هي مجموعة من الناس وهبوا أنفسهم لطلب العلم دراسة وبجثا" أي تنحصر في الطلبة والأساتذة.²

كما تعتبر الجامعة أيضا مؤسسة تعليمية و في دراستنا تتمثل في جامعة محمد بوضياف بالمسيلة.

• الطالب الجامعي :

هو ذلك الشخص الذي سمحت له كفاءته العلمية بالانتقال من المرحلة الثانوية أو مرحلة التكوين المهني أو الفني العالي إلى الجامعة تبعا لتخصصه الفرعي بواسطة شهادة تؤهله لذلك. ويعتبر الطالب احد العناصر الأساسية والفعالية في العملية التربوية طيلة تكوين الجامعي إذ انه يمثل عدديا النسبة العالية في المؤسسة الجامعية يرى علي حلمي : " إن المجتمعات تعمل على أن يفتح الطلبة على وعي اجتماعي وسياسي يتجه في سبيل المجتمع وتماسكه"³

و في دراستنا يتمثل في طلبة الإعلام و الاتصال بجامعة المسيلة مستوى ماستر 1 و ماستر 2 تخصص اتصال و علاقات عامة و صحافة مكتوبة .

¹ فضيل دلبو وآخرون، إشكالية المشاركة الديمقراطية منشورات جامعة قسنطينة، الجزائر 2001، ص7.

² تركي رابح، أصول التربية والتعليم ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1990، ص7.

³ علي حلمي، دور الشباب في التنمية الاجتماعية و الاقتصادية، المكتبة الأنجلو المصرية، مصر، 1997، ص254.

9. الدراسات السابقة :

من خلال عملية البحث المتواصل و بعد القراءة المتأنية لبعض الدراسات التي أتاحت إلينا وجدنا بعض الدراسات المشابهة للموضوع و هي كالتالي :

أولا :

- استخدامات الشباب العربي للقنوات الفضائية و تأثيراتها فيهم "دراسة حالة لطلاب معهد البحوث و الدراسات العربية" من إعداد : الأستاذة الدكتورة منى سعيد الحديدي، الأستاذ الدكتور عاطف العبد ، الدكتور أيمن منصور ندا ، 2006

انطلقوا من الإشكالية التالية :

"في ضوء ذلك كله تتبلور مشكلة الدراسة و تتحدد أهدافها في التعرف على استخدامات الشباب العربي للقنوات الفضائية و إشباعاتهم المتحققة من هذا التعرض ، و تأثير ذلك في بعض الأبعاد و الجوانب النفسية و الاجتماعية و المعرفية و السياسية لدى هؤلاء الشباب ، وصولا إلى رؤية كاملة لتأثيرات هذه القنوات سلبا و إيجابا."

● أهداف الدراسة :

- أ- تعرف أنماط تعرض الشباب العربي للقنوات الفضائية و عاداته من خلال معدل مشاهدة الشباب العربي للقنوات الفضائية ، و نوعية القنوات التي يحرص الشباب على متابعتها ، و المضامين التي يشاهدونه .
- ب- تعرف دوافع الشباب العربي من وراء التعرض للقنوات الفضائية و استخداماته إياها و الإشباعات التي تحققها له .
- ت- قياس أنماط التعرض للقنوات الاختبارية و قنوات الدراما و الرياضة و عاداته و تأثيراتها في الشباب العربي .

و كانت خطة الدراسة كالتالي :

- مقدمة الدراسة
- الفصل الأول : الإطار النظري للدراسة
- تمهيد
- نظرية الغرس الثقافي و فروضها

- مدخل الاستخدامات و الإشباعات
- الفصل الثاني : الدراسات السابقة
- الفصل الثالث : الاطار المنهجي للدراسة
- الفصل الرابع : النتائج العامة للدراسة
- الفصل الخامس : نتائج اختبارات الفروض
- الخلاصة

اعتمدت الدراسة على منهج المسح بأسلوب المسح بالعينة " طلبة معهد البحوث و الدراسات العربية و استخدمت استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات و توصلوا من خلالها للنتائج التالية :

- ارتفاع معدل تعرض الشباب للقنوات الفضائية بصفة عامة و القنوات العربية بصفة خاصة
- إن أكثر القنوات التي يتعرض إليها الشباب العربي و يفضلها هي تلك القنوات التي تتسم بالطابع العربي.
- سيطرة القنوات الفضائية الخليجية باختلاف أنواعها و مضامينها على قائمة تفضيلات المبحوثين.
- بروز قنوات الدراما و الأفلام في قائمة تفضيلات المشاهدة لدى الشباب العربي .
- انخفاض مستوى المعرفة السياسية لدى الشباب العربي.

ثانيا :

"دور الفضائيات الإخبارية الجزائرية في تنمية الوعي السياسي لدى أساتذة الجامعة -دراسة ميدانية على عينة من أساتذة كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية جامعة الدكتور يحي فارس المدية" - مذكرة لنيل شهادة الماستر اتصال و علاقات عامة 2014 / 2015

من إعداد الطالبة : جمعي فتيحة

انطلقت من الإشكالية التالية:

" هل للقنوات الفضائية الإخبارية الجزائرية الخاصة دور في تنمية الوعي السياسي للأساتذة الجامعيين بجامعة د يحي فارس بالمدية ؟ "

و تفككت للتساؤلات التالية :

- ما مدى ثقة الأساتذة في القنوات الفضائية الإخبارية الجزائرية الخاصة ؟
- ما مدى تلبية القنوات الفضائية الإخبارية الجزائرية الخاصة لحاجات ورغبات الأساتذة ؟
- ما مدى تأثير الأساتذة الجامعيين بالقنوات الفضائية الإخبارية الجزائرية الخاصة؟
- هل يفضل الأساتذة الجامعيين القنوات الفضائية الإخبارية الجزائرية الخاصة مقارنة بوسائل أخرى؟

و كانت خطة الدراسة كالتالي :

مقدمة

- الإطار المنهجي

- 1- إشكالية الدراسة
- 2- تساؤلات الدراسة
- 3- أهمية الدراسة
- 4- أهداف الدراسة
- 5- أسباب اختيار الموضوع
- 6- تحديد المفاهيم و المصطلحات
- 7- منهج الدراسة و أدواتها
- 8- مجتمع البحث و عينة الدراسة
- 9- الدراسات السابقة
- 10- صعوبات الدراسة

- الإطار النظري

● الفصل الأول : ماهية القنوات الفضائية الجزائرية

المبحث الأول : نبذة عن القنوات الفضائية العربية

المبحث الثاني : مفهوم القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة

المبحث الثالث: تصنيفات القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة

المبحث الرابع : أهم القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة

المبحث الخامس : العوامل المساعدة على ظهور القنوات الإخبارية الخاصة

● الفصل الثاني : ماهية الوعي السياسي

تمهيد

المبحث الأول : مفهوم الوعي السياسي

المبحث الثاني : أنماط الوعي السياسي

المبحث الثالث : أبعاد الوعي السياسي و أدوات تكوينه

المبحث الرابع : أهمية الوعي السياسي

- الاطار التطبيقي :

● الفصل الثالث : تحليل العينة و استخلاص النتائج

المبحث الأول : التحليل حسب العينة العامة

المبحث الثاني : التحليل حسب متغيرات الدراسة

نتائج الدراسة

خاتمة

نتائج الدراسة:

اعتمدت الدراسة على منهج المسح و على الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات و قد تضمنت عينة الدراسة 45 أستاذا بجامعة المدية ، و خلصت للنتائج التالية :

- معظم الأساتذة (ذكورا و إناثا) أحيانا ما يشاهدون القنوات الإخبارية الجزائرية الخاصة على اختلاف درجتهم العلمية وعلى اختلاف تخصصاتهم.
- الشروق نيوز و النهار تيفي و المغاربية الأكثر تفضيلا للمشاهدة من قبل الأساتذة المبحوثين ذكورا و إناثا
- أغلبية الأساتذة الجامعيين يفضلون الفترة المسائية لمشاهدة القنوات الإخبارية الجزائرية الخاصة.
- يفضل الأساتذة الجامعيين مشاهدة القنوات الإخبارية الجزائرية الخاصة في جماعة من أجل مناقشة المواضيع السياسية وتنمية معلوماتهم ، في حين يفضل البعض الآخر مشاهدتها بمفرده من أجل التركيز و الاستيعاب و الفهم الجيد ، وفي نفس الوقت يجمعون كلهم على أنه ليس هناك أفضلية حسب الظروف التي يعيشها كل أستاذ.

- البرامج السياسية و نشرات الأخبار و النشرات و التحليل الرياضية - هي الأكثر مشاهدة من طرف الذكور بينما موجز الأنباء و البرامج السياسية و الوثائقية هي الأكثر مشاهدة من طرف الإناث
- الأغلبية الساحقة من الأساتذة يجمعون على أن الخبر هو أكثر ما يشدهم في القنوات الإخبارية الجزائرية الخاصة
- جميع الأساتذة ذكور و إناث يرون بأن هذه القنوات هي ذات موضوعية نسبية .
- الأغلبية الساحقة من الأساتذة يرون بأن القنوات الإخبارية الجزائرية الخاصة لا تلي احتياجاتهم و رغباتهم في المجال السياسي .
- يتأثر معظم الأساتذة بالقنوات الإخبارية الجزائرية الخاصة سلبيا .

10. التعقيب على الدراسات السابقة :

بعد استعراض الدراسات السابقة تبين أن كل من الدراستين تناولت القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر و بشكل أدق الدراسة الثانية التي تناولت القنوات الفضائية الإخبارية من عدة جوانب كتعرض أفراد العينة لهذه القنوات و تفضيلاتهم لبرامجها ، كما أن معظم التساؤلات تمحورت حول معرفة آراء الجمهور و عاداتهم و استخداماتهم لهذه القنوات و تأثيرها فيهم ، بالتالي فقد ساعدت الدراسات السابقة على إثراء الدراسة الحالية بإعطائنا خلفية معرفية جيدة و لمحة عن كيفية التعامل مع هذا النوع من الدراسات خاصة في جانبها الميداني فكون هذه الدراسات تستهدف الفضائيات المتخصصة -القنوات الإخبارية في الدراسة الثانية أفادتنا نتائجهما من خلال منحنا مؤشرات ميدانية ارتكز عليها هذا البحث و اعتمدنا عليها كمعطيات أولية .

الدراسة الأولى اهتمت بدراسة القنوات الفضائية في اطار نظرية الاستخدامات و الإشباعات بالتالي فهي تعطينا قاعدة نطلق منها مع بعض الإجراءات المنهجية خاصة المتعلقة بتصميم استمارة الاستبيان و صياغة الأسئلة، أما الدراسة الثانية تعاطت مع القنوات الفضائية المتخصصة على أنها وسيلة جديدة في المجتمع الجزائري بالتالي أعطتنا لمحة نظرية نطلق منها في دراستنا.

11. صعوبات الدراسة :

لقد واجهتني في هذه الدراسة عدة صعوبات منها :

- قلة الكتب و المراجع المتعلقة بالقنوات الاخبارية الجزائرية الخاصة نظرا لحدثة هذه القنوات في الجزائر.
- صعوبة استرجاع الاستمارة و تناقض في اجابات بعض المبحوثين و لعل هذا راجع لعدم التركيز.
- صعوبة في استخدام برامج التحليل الإحصائي الذي يعتمد الطريقة الآلية في تحليل الاحصائيات.
- ضيق الوقت و تصادف العمل التطبيقي مع العطل خاصة أن عينة الدراسة تتمثل في الطلبة.

يمثل الاتصال جوهر الحياة الاجتماعية و رمز التطورات التي عرفتها البشرية من المنمنمات و الرسومات الصخرية مرورا بالطباعة التي مثلت نقلة نوعية في نشر و تعميم المعرفة ، وصولا إلى تكنولوجيا الاتصال الحديثة التي طبعت حياتنا اليومية ، و الذي يعد الاتصال التلفزيوني عبر الأقمار الصناعية أحد أهم سماتها ، فإذا كان الانفجار المعرفي هو أحد المظاهر البارزة للعمولة ، فإن ما يمكن تسميته بالانفجار الفضائي هو أحد التحليلات الأكثر وضوحا لهذا الانفجار المعرفي¹ ، فقد شهد البث الفضائي العربي بشكل عام و في الجزائر بشكل خاص تزايدا ملحوظا في عدد القنوات الفضائية الخاصة خصوصا عبر القمر الصناعي "نايل سات" ، إلى جانب ما حدث من متغيرات و يحدث من حراك اجتماعي و سياسي في العالم ككل و إعادة النظر في التشريعات الاعلامية من خلال تحيينها بما يتماشى مع هذه التحولات و التغيرات التي تحدث داخل الأنساق الاجتماعية .

و تعتبر الجزائر من بين الدول التي مستها التطورات و التحولات السياسية و الاجتماعية التي شهدتها الأقطار العربية ، و ما نتج عنها من قنوات خاصة ، رغم أنها ما زالت تعمل على أساس أنها قنوات أجنبية و هي مرخص لها مثلها مثل البقية القنوات الفضائية العربية و الأجنبية الأخرى التي تمتلك مكاتب لها بالجزائر ، بالرغم من هذه الاشكالية القانونية من عدمها إلا أنها فتحت المجال أمام المشاهد الجزائري للتعبير عن انشغالاته و مشاكله و متطلباته الاجتماعية و السياسية و الثقافية فهي تبث كل ما يتعلق بالاجتمع الجزائري ، كما تعتبر القنوات الفضائية الاخبارية أحد افرازات التغيير الاعلامي الجزائري المراد منها لعب دور مهم و رئيسي في نقل الأخبار و الحقائق بكل شفافية و موضوعية و اعتماد السرعة و الآنية في نقلها.

و في هذا الصدد عرف المشهد الاعلامي بروز الخدمة الاخبارية و الاعلامية كميزة و خاصية مرتبطة بالتلفزيون بظهور و تنامي قنوات فضائية متخصصة في الأخبار المحلية و العالمية لتكون مصدرا لنقلها للجمهور و توجيه اهتماماتها بعرض أهم الأحداث و الأخبار و معالجة مختلف القضايا المحلية .

وسوف نتناول في هذه الدراسة موضوعا عن الاشباع المحققة من استخدام الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية ، و قد تطرقنا لهذا الموضوع من خلال الإطار المنهجي ، النظري و التطبيقي .

¹ حسن عماد مكاوي ، تكنولوجيا الاتصال في عصر المعلومات ، القاهرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ص 241

في البداية تطرقنا و بشيء من التفصيل إلى الجوانب المنهجية للدراسة حيث مهدنا للموضوع و طرحنا الاشكالية و ضمت كل من التساؤلات ، أهمية الدراسة ، أهداف الدراسة ، أسباب اختيار الموضوع، ثم قمنا بتحديد المنهج الملائم للدراسة و حصرنا الأدوات و الأساليب ، و ضبطنا عينة الدراسة الميدانية، و شرحنا دلالات و مفاهيم بعض المصطلحات ذات العلاقة بالدراسة ، في الأخير الدراسات السابقة المشابهة لبحثنا بشيء من الإيجاز ، وصولا الى تحديد الصعوبات التي واجهتنا أثناء اجراء الدراسة .

أما الإطار النظري فقد ضم فصلين ، الأول خصصناه كمدخل لنظرية الاستخدامات و الاشباعات من خلال العناصر التالية : تطور المدخل ، فروض المدخل ، أما الفصل الثاني فقد خصصناه للبث الفضائي و القنوات الاخبارية بالتطرق للعناصر التالية: البث الفضائي المباشر النشأة و التطور ، القنوات الجزائرية الخاصة ، ماهية الفضائيات الاخبارية.

أما الإطار التطبيقي فقد خصص لعرض و تحليل و مناقشة النتائج ، لنصل إلى جملة من الاستنتاجات ، و قمنا بعرض خاتمة و أهم التوصيات في ظل ما تم التطرق اليه في الجانبين النظري و التطبيقي .

تمهيد:

لقد اختلفت النظريات التي تناولت تأثير وسائل الاتصال على سلوكيات واتجاهات الأفراد و تعددت النماذج التي درست التأثير التقليدي لوسائل الاتصال الجماهيرية، والتي كان أهمها المدخل الوظيفي الذي حاول تحديد ماذا يفعل الناس بوسائل الاتصال ؟ والذي يقوم كذلك على أن الجمهور يطلب ما يحتاج إليه من مواد إعلامية، من أجل خدمة أهدافه وإشباع رغباته، وفي نفس الوقت ظهر مدخل الاستخدامات و الإشباعات الذي ركز على كيفية استجابة وسائل الاتصال لدوافع واحتياجات الجمهور من منظور دراسة وظيفية منتظمة¹.

ويرى مدخل الاستخدامات و الإشباعات أن الجمهور بإمكانه اختيار الوسيلة الإعلامية التي يستخدمها إضافة على المحتويات التي تتضمنها هذه الوسيلة وفي نفس السياق ينطلق المدخل من دوافع استخدام الأفراد لوسائل الاتصال بناء على الدور الإيجابي الذي يلعبونه في عملية الاتصال ، بفضل الخصائص التي يتميز بها هذا الجمهور والمتمثلة في الإيجابية، النشاط، الاختيار الواعي ، التفكير الجيد².

ومع ظهور تكنولوجيات الاتصال والإعلام ، ارتفعت نسبة تأثير هذه المواد خاصة على مستوى الاستخدام، وكذا عملية الاتصال الجماهيري ، وازدادت فرص المستخدمين في التحكم في عملية الاتصال إذ لم تعد مضامين وسائل الإعلام مفروضة على الجمهور مثلما كان عليه الحال في السابق، بل أصبح الأفراد يلعبون دورا فعلا على مستويات التفكير والمشاركة في صياغة هذه المضامين ويبقى طرح كاتز ELIHUKATZ عام 1959 يمثل التصور الجديد لمدخل الاستخدامات و الإشباعات والذي جاء في مقال رد فيه على رؤية برنارد بيلسون Bernard Berelson التي أكدت موت حقل بحوث الإعلام وأشار كاتز إلى أن أبحاث الإعلام أصبحت فعلا تبدو وكأنها كذلك ، خاصة الأبحاث المتعلقة بالإقناع والتي استهدفت أغلبها اختيار تأثير الحملات الإقناعية على الجماهير بمعرفة ماذا تفعل الوسيلة الإعلامية بالناس ولا بد أن ندرس لماذا يستخدم الناس وسائل الاتصال ، وهو الاقتراح الذي يرتبط بوجود استعمال مدخل الاستخدامات و الإشباعات الذي يدرس الحاجات التي يحققها الناس من استخدامهم لوسائل الاتصال والدوافع التي تجعلهم يقبلون عليها³.

وفي تناوله لهذه الدراسات رأى ماكويل Mc quail أن هناك العديد من أوجه التشابه بين هذه البحوث ، فيما يتعلق بمستويات التعرض والإشباع من جراء استخدام وسائل الاتصال الذي يتجلى في إشباع الحاجات المرتبطة بالظروف الاجتماعية والنفسية للأفراد عند تعرضهم لبرامج وسائل الاتصال مثل اكتساب الأخبار المعلومات الجديدة التي تهتم بالمحيط الذي يعيشون فيه ، وبفضل هذا الدراسات أصبح من الممكن تفسير الحاجات التي تلبسها وسائل الاتصال للأفراد⁴.

¹ محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، ط2 ، عالم الكتب، مصر ، 2004 ، ص270.

² حسن عماد مكاي ، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مرجع سابق ، ص240.

³ محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، مرجع سابق ، ص 173.

⁴ حسن عماد مكاي ، الشريف سامي ، نظريات الإعلام ، مصر ، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح ، 2000 ، ص 207.

أولاً : تطور المدخل :

ساهمت الدراسة التي قامت بها هيرتا هيرزوج Herta herzog في عام 1944 ، التي استهدفت معرفة أسباب الاستماع إلى مسلسلات " سوب أوبيرا SOAPOPERAS " و الإشباعات المحققة من جراء هذا الاستماع في ظهور البوادر الأولى لمدخل الاستخدامات و الإشباعات ، حيث توصلت إلى تصنيف هذه الاشباعات إلى إشباعات عاطفية تتعلق بالتعويض عن النواقص الاجتماعية والنفسية و إشباعات تهتم بتحقيق المتعة ، وأخرى تخص تحقيق النصيحة من وراء هذا الاستماع ، كما توصلت إلى أن الرضا و الإشباع عند السيدات يختلف باختلاف الظروف الفردية ومشاكلها.

وقد ركزت الدراسات التي تلت دراسة هيرزوج على استخدامات الجمهور لمضامين وسائل الاتصال الجماهيرية ، على غرار دراسة ستشمان Suchman حول دوافع استماع الأفراد للموسيقى الكلاسيكية سنة 1942 و الإشباعات المحققة من هذا الاستماع، بالإضافة إلى دراسة بيرسو BERELSON عام 1945 التي أجراها بعد إضراب عمال التوزيع في نيويورك .

واستهدفت الدراسة الكشف عن موقع الصحف لدى القراء ، وماذا تعني الصحيفة عند القارئ وبالتالي الاشباعات المحققة لديه من جراء قراءة الصحف وتوصل إلى أن الصحف تحقق مجموعة من الإشباعات وهي الحصول على المعلومات بمختلف أنواعها خاصة المتعلقة بالأوضاع العامة ، ومعلومات تخص المالية والطقس ، والحصول على المكانة الاجتماعية، والهروب من المشاكل اليومية فضلا عن كون القراءة هي أداة للتفاعل الاجتماعي¹ .

ومثلت دراسة ريلي وريلي Riley & Riley سنة 1951 بداية الدراسات التي تبحث في الجانب الميداني لاستخدامات وسائل الاتصال ، وذلك من خلال الدراسة التي تناولت فيها استخدام الأطفال القصص المغامرات التي تعرضها وسائل الإعلام، وتوصلا إلى أن الأطفال الأكثر اندماجا في البيئة الاجتماعية يستخدمون هذه القصص، بهدف اللعب بصفة جماعية مع أقرانهم، أما الأطفال المنطوين على أنفسهم ، وغير المندمجين مع أقرانهم يستغلونها من أجل التخيل فقط² .

واستمر الاهتمام بهذه الدراسات في بداية الستينات ، حيث توصل كل من لايل وباركر وشرام Lyle and parker ، schramm ، إلى أن القدرة الذهنية للأطفال تؤثر في استخدام الأطفال للتلفزيون ، كما تؤثر في علاقتهم مع المحيط الذي يعيشون فيه فضلا عن رغبتهم الخاصة المتعلقة بالترفيه والتقليد³ .

وتطور مفهوم الاستخدامات و الاشباعات في الدراسة التي قدمها كاتز وبلومر Katz and Blunler عام 1969 حول الانتخابات العامة البريطانية، والتعرف على أسباب مشاهدة الحملات الانتخابية من عدمها وفي

¹ حسن عماد مكاوي ، الشريف سامي ، مرجع سابق، ص 273.

² حسن عماد مكاوي ، ليلي حسين السيد ، مرجع سابق ، ص 242.

³ المرجع نفسه ، ص 243 .

الفصل الأول : مدخل لنظرية الاستخدامات و الإشباعات

عام 1974 ربط كل من قورمنتش وكاتز وبلومر اختصاصات مدخل الاستخدامات و الإشباعات بالأصول النفسية والاجتماعية للاحتياجات والتوقعات من وسائل الاتصال والتي تؤدي إلى نماذج مختلفة للتعرض لنوع الوسيلة والاندماج في أنشطة تنتج عن الاحتياجات و الإشباعات¹ .

وتطورت هذه الأبحاث في فترة الثمانينات ، بعد أن قدم لورانس وينز عام 1985 نموذجاً للإشباعات يضم إشباعات ناتجة عن التعرض لمحتوى وسائل الإعلام ، وأخرى ناتجة عن عملية الاتصال ونوع الوسيلة التي يتعرض لها الفرد .

ولقد مر مدخل الاستخدامات و الاشباعات بثلاث مراحل متميزة في تطوره يمكن تقسيمها زمنياً كالتالي²:

1- **مرحلة الطفولة (المرحلة الوصفية) :** اهتمت بتقديم وصف لتوجهات الجماعات الفرعية لجمهور وسائل الاتصال فيما يتعلق باختبارها للأشكال المختلفة من محتوى وسائل الاتصال ، و قد امتدت هذه المرحلة في خلال عقدا الأربعينيات و الخمسينيات من القرن الماضي³ .

2- **مرحلة المراهقة (المرحلة التطبيقية) :** هي مرحلة ذات توجه ميداني ، إذ كانت تركز على المتغيرات النفسية و الاجتماعية التي تؤدي إلى نمط مختلف من استخدام وسائل الاعلام ، و كان من أهم نتائجها أن الجمهور يستخدم الوسيلة لإشباع حاجات معينة لديه ، و قد امتدت هذه المرحلة في خلال عقد الستينيات من القرن الماضي .

3- **مرحلة البلوغ (المرحلة التفسيرية) :** و كان التركيز فيها على الاشباعات المتحققة نتيجة التعرض لوسائل الاتصال ، و أعدت قوائم الاستخدامات و الاشباعات ، و قد امتدت هذه المرحلة منذ عقد السبعينيات من القرن الماضي حتى الآن⁴ .

¹ حسن عماد مكاوي ، ليلي حسين السيد ، مرجع سابق ، ص 243 .

² منى سعيد الحديدي و آخرون ، استخدامات الشباب العربي للقنوات الفضائية و تأثيراتها فيهم -دراسة حالة لطلاب معهد البحوث و الدراسات العربية- ، مصر ، مطبعة الجامعة العربية ، 2006 ، ص ، ص 37 - 45 .

³ مصطفى حمدي أحمد ، استخدامات المراهقين للقنوات الفضائية و الاشباعات المحققة ، دراسة مسحية مقارنة على عينة من المراهقين في المنيا و القاهرة ، رسالة ماجستير ، 2002 ، ص 46 .

⁴ المرجع نفسه ، ص 47 .

ثانيا : فروض المدخل:

يقوم مدخل الاستخدامات و الاشباعات على ربط حاجات الفرد بوسائل الاتصال التي تنشأ في ظل بيئة اجتماعية ونفسية معينة ، ولهذا يسعى المدخل إلى تفسير استخدام الأفراد لوسائل الاتصال ، ومعرفة الاحتياجات التي يسعون لتحقيقها من خلال تعرضهم لهذه الوسائل، أو وسائل أخرى غير وسائل الاتصال حيث يفترض المدخل أن هناك دوافع معينة تجعل الفرد يتعرض لوسائل الاتصال ، ويتوقع أن تحقق له مجموعة من الإشباعات¹. ويقوم هذا المدخل على عدد من الافتراضات التي استنتجها كل من ليند برج وهولتن عام 1968 ، من الدراسات التي تناولت جمهور وسائل الاتصال ويمكن تلخيص الفروض الأساسية لمدخل الاستخدامات و الإشباعات في ما يلي² :

- 1) يهدف جمهور وسائل الاتصال إلى تحقيق أهداف محددة من خلال استخدامه لهذه الوسائل بصفة إيجابية ، لأن أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال ، واستخدامهم لوسائل الاتصال يحقق لهم أهدافا مقصودة تلبي توقعاتهم ، وبالتالي فالسلوك الاتصالي هو سلوك هادف وذو دوافع معينة.
- 2) الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معينة واختيار وسيلة إعلام محددة يرجع إلى الجمهور نفسه ، الذي يكون استخدامه لهذه الوسائل من أجل تحقيق احتياجاته الأساسية وتلبية رغباته.
- 3) استجابة الفرد السلوكية لوسائل الاتصال ، تملئها مجموعة من العوامل النفسية والاجتماعية كالأسرة ، و الأصدقاء ، والعلاقات الاجتماعية ، والبيئة التي يعيش فيها، حيث تمثل هذه المتغيرات وسيطا بين وسائل الاتصال والجمهور .
- 4) تؤثر وسائل الاتصال في سمات الفرد ، وفي جميع مناحي حياته وحتى في البنية الاجتماعية والثقافية والاقتصادية للمجتمع ، حيث يمكن الحكم على هذه المعايير انطلاقا من استخدام أفراد المجتمع لوسائل الاتصال ، وليس من خلاله محتوى الرسائل التي تقدمها هذه الوسائل .
- 5) تتنافس وسائل الإعلام مع مصادر الاتصال الأخرى، الموجودة في محيط الفرد على عمليات الانتقاء و الاستخدام التي يقوم بها الجمهور من أجل إشباع رغباته وحاجاته ، باعتبار أن تلبية وسائل الإعلام لهذه الاحتياجات تختلف من فرد لآخر ، وباختلاف البيئة الاجتماعية.

¹ محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير ، الدار العالمية للنشر و التوزيع ، مصر، 2003 ، ص254 .

² حسن عماد مكاوي، الشريف سامي، مرجع سابق، ص 208.

ثالثا : العناصر الرئيسية التي تشكل المدخل :

اعتبر كل من كاتز وبلومر أن هناك خمسة عناصر رئيسية تشكل مدخل الاستخدامات و الإشباعات وهي :

1) افتراض الجمهور النشط:

كانت النظريات القديمة كنظرية الرصاصة أو الحقنة تحت الجلد ترى أن الجمهور مجرد متلق سلبي ، لكن مع ظهور مدخل الاستخدامات و الاشباعات ظهر مفهوم الجمهور النشط الذي يبحث عن المضمون الاعلامي المناسب بالنسبة إليه و يتحكم في اختيار الوسيلة التي تقدم هذا المحتوى¹ ، و يعرف ذلك بالانتقاء النسبي أو توقع المكافأة ، و هو الموازنة بين قدر الاشباع الذي سيحصل عليه الفرد في مقابل الجهد المبذول للحصول على هذا الإشباع .

يعتبر مدخل الاستخدامات و الاشباعات أن استخدام الجمهور لوسائل الاتصال يرتبط باحتياجاته وأهدافه، بالإضافة إلى أن الأسباب التي تدفعه لاستخدام هذه الوسائل تنبع من الوعي الذي يتمتع به في اختيار أي وسيلة من وسائل الإعلام وتؤكد معظم الدراسات التي تناولت مدخل الاستخدامات و الإشباعات أن مفهوم الجمهور النشط لا يتعلق باختيار الوسيلة التي تتشبع رغبته فحسب ، أي أن هذا المفهوم يقتصر على الرسالة الإعلامية فقط ، بل يخص المعاني التي تفسر هذه الرسائل، وبالتالي فتفسير الرسالة الإعلامية يتحدد على ضوء الاستعداد الذهني لأفراد الجمهور الذي تحققه الاستعدادات النفسية والعلاقات الاجتماعية والمحيط الذي يعيش فيه الفرد ، فضلا عن نوعية الرسائل الإعلامية ومدى توافقها أو تعارضها مع اتجاهات الجمهور² .

ويتعارض هذا المفهوم مع النظريات القديمة التي كانت تنظر للجمهور على أنه متلقيا سلبيا بفعل التأثير الفعال للرسالة الإعلامية ، إضافة إلى وجود معنى للرسالة يفسر في إطاره كل أفراد الجمهور لمفرداتها . ويرجع الفضل إلى " إلباهو كاتز " الذي قلل من أهمية النظرة التي تقول ما يفعله الناس بتلك الوسائل ومن ثم التأكيد على أن الجمهور نشط في اختيار الرسائل التي يتعرض لها ، كما أنه نشط في تفسير كل معاني الرسالة بالطريقة التي تلبي حاجاته ، والتي قد تتعارض مع الأهداف التي يرمي القائم بالاتصال إلى تحقيقها .

¹ منى سعيد الحديدي و آخرون ، مرجع سابق ، ص 39.

² حسن حمدي ، وظائف الاتصال الجماهيري ، الوظيفة الإخبارية لوسائل الإعلام دار الفكر العربي ، القاهرة، 1991، ص15.

الفصل الأول : مدخل لنظرية الاستخدامات و الإشباعات

وتزداد إيجابية هذا الجمهور من خلال الدراسات التي تتناول استخداما لتكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال ، حيث تشير إلى أن التطور التكنولوجي يرفع من درجات نشاط الجمهور بفضل الإمكانيات التي تتيحها هذه التكنولوجيات، خاصة كسر احتكار الدول لوسائل الإعلام والقضاء على مفهوم الحدود وتنوع الرسائل الإعلامية وإلغاء السيطرة على مصادر المعلومات.

و من الجدير بالذكر أن المضمون الإعلامي الواحد يحقق اشباعات متفاوتة لدى فئات من الجمهور فمثلا برنامج يحتوي على مشاهد عنف قد يكون مادة ترفيهية بالنسبة إلى بعض المشاهدين و مادة تعليمية بالنسبة إلى بعضهم الآخر¹.

2) الأصول النفسية و الاجتماعية لاستخدامات وسائل الاتصال :

يرجع الفضل في اكتشاف العلاقة بين الأصول الاجتماعية و النفسية و دوافع التعرض لوسائل الاتصال إلى الباحث ماتيلدا رايلي Matilda Raily عام 1951² ، و في ما يلي نقدم عرضا للأصول النفسية و الاجتماعية لاستخدام وسائل الاتصال :

1-2 الأصول الاجتماعية لاستخدامات وسائل الاتصال :

لا يتعامل أفراد الجمهور مع وسائل الاتصال بوصفهم أفرادا معزولين عن واقعهم الاجتماعي ، و إنما بوصفهم أعضاء في جماعات اجتماعية منظمة³ ، و بذلك فالعوامل الديموغرافية و الاجتماعية مثل : النوع و السن و المهنة و المستوى التعليمي لها تأثيراتها في استخدام أفراد الجمهور لوسائل الاتصال ، و بذلك تبين عدم جدوى مفهوم الجمهور الحشد ، بعد ظهور مدخل الاستخدامات و الاشباعات⁴.

وفي هذا السياق توصل " جون جوستون John stane " في دراسته التي أجراها في عام 1958 حول استخدام وسائل الإعلام من طرف المراهقين الأمريكيين و التكامل الاجتماعي إلى أن أفراد الجمهور لا يتعاملون مع هذه الرسائل باعتبارهم أفراد معزولين أو في جماعات مختلفة وإنما بصفتهم أعضاء في جماعات منظمة ، وتعارض

¹ هبة شاهين ، استخدامات الجمهور المصري للقنوات الفضائية العربية ، دراسة تحليلية ميدانية ، رسالة دكتوراه ، القاهرة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، 2000 ، ص 239.

² أماني فهمي ، دوافع استخدام المرأة المصرية لقنوات التلفزيون الدولية ، المجلة المصرية لبحوث الاعلام ، العدد الثاني ، أبريل 1997 ، ص 123 .

³ حسن عماد مكاي ، سامي الشريف ، نظريات الإعلام ، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح ، القاهرة ، 2000 ، ص 211.

⁴ مصطفى حمدي أحمد ، مرجع سابق ، ص 55 .

الفصل الأول : مدخل لنظرية الاستخدامات و الإشباعات

هذه الرؤية استخدام مصطلح "الحشد" لتمييز جمهور وسائل الإعلام والذي قد يشمل العائلة الأصدقاء وبالتالي فتفاعل الفرد مع بيئته الاجتماعية يرتبط باحتياجاته التي تحققها وسائل الاتصال¹.

وأشار بريسوتا Prisuta إلى أن الوضع الاجتماعي يؤثر بشكل مباشر على حاجات الأفراد ، بحيث يسعى الفرد إلى تحقيق مجموعة في الحاجات من وسائل الإعلام بناء على مكانته الاجتماعية والهيئة التي ينتمي إليها وتتضاءل هذه الحاجات كلما تعلق الأمر بالأفراد غير المنتمين إلى هذه الهيئات ، فالفرد الذي لا يتحرك من دون المعلومات أو المعارف التي تقدمها وسائل الإعلام لا يمكن أن يسعى وراء تحقيق هذه الحاجات لذلك يرى أصحاب هذا الإتجاه أن العلاقة بين الفرد و الوسيلة الإعلامية مسألة الزامية في المجتمع المعاصر² ، وصنف كل من كاتز وجيروفيش وهاس Katz ، gurevitch، has احتياجات الفرد من وسائل الاتصال على الشكل التالي³:

- الحاجات المعرفية:

وهي حاجات الفرد إلى الأخبار والمعارف بمختلف أنواعها باعتبار الخبر هو أهم سلعة "حية" تنفرد بتقديمها وسائل الاتصال ، كما أن للفرد احتياجات تتعلق بفهم محيطه وما يدور فيه.

- الحاجات العاطفية :

وهي حاجيات الفرد إلى الاستمتاع التي تتجلى في المشاعر كالإحساس بالأخوة والمحبة والفرح والسعادة، ويظهر ذلك في الرسائل الإعلامية مثل المسلسلات والأفلام .

- حاجات التكامل الشخصي:

وهي الحاجات المتعلقة بدعم المصداقية ، والثقة والاستقرار وهي ناتجة عن تحقيق الذات.

- حاجات التكامل الاجتماعي:

وتخص تقوية الروابط الأسرية ، ودعم العلاقات مع الأصدقاء والمحيط الاجتماعي ، وترتبط هذه الحاجة مع رغبات الفرد في الاندماج ضمن بيئته الاجتماعية.

¹ حسن حمدي ، وظائف الاتصال الجماهيري ، الوظيفة الاخبارية لوسائل الإعلام ، دار الفكر العربي، 1991 ، ص22 .

² محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، ط3 ، عالم الكتاب ، مصر ، 1993 ، ص 280.

³ عبد الرحمان عزي ، دراسات في نظريات الاتصال ، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت، 2003 ، ص 115.

- حاجات تخفيف التوتر و الاسترخاء:

وهي حاجات تنشأ من رغبة الفرد في الهروب والتحرر من كل أشكال التوتر بواسطة استخدام وسائل الاتصال من أجل التسلية والترفيه.

2-2 الأصول النفسية لاستخدامات وسائل الاتصال :

تؤدي العوامل النفسية - في بعض الأحيان - إلى وجود حوافز أو دوافع معينة بحاجة للإشباع ، و من ثم تحدد كثيرا من الاستخدامات لوسائل الاعلام ، إذ يقوم مدخل الاستخدامات و الاشباع على افتراض أن الأفراد المختلفين يختارون لأنفسهم مضامين إعلامية مختلفة و فقا للفروق النفسية بينهم ، إذ تعد الظروف النفسية لأفراد الجمهور مشكلات تواجههم ، و تحقق مشاهدة التلفزيون -على سبيل المثال- علاجاً لمثل هذه المشكلات¹.

و قد صنف بالمجرين و روبين Palmgreen & Rubin الدوافع النفسية إلى أربعة اصناف و هي : دوافع مزاجية ، دوافع معرفية ، و دوافع عاطفية ، و دوافع اجتماعية و تعويضية² .

ورأى ماكويل أن هناك أربع فئات للحاجات والدوافع المرتبطة باستخدام الأفراد لوسائل الإعلام وهي : دعم العلاقات الشخصية ، التسلية والهروب من الروتين ، دعم القيم والأمن اكتشاف الحقائق³ .

3) دوافع تعرض الجمهور لوسائل الاتصال (أنواعها و وظائفها) :

اختلف علماء الاتصال و علم النفس في تحديد دوافع التعرض لوسائل الاتصال الجماهيري ، و كان هذا الاختلاف امتداداً لتحديد مفهوم الدافع⁴ ، الذي يعرفه حامد زهران بأنه : حالة جسمية أو نفسية داخلية تؤدي إلى توجيه الكائن الحي نحو أهداف معينة من شأنها أن تؤدي إلى حدوث استجابة معينة لدى الكائن الحي ، و يمكن ملاحظة الدوافع عن طريق السلوك الناتج عنها⁵ .

¹ منى سعيد الحديدي و آخرون ، مرجع سابق ، ص 40.

² أماني فهمي، مرجع سابق، ص 124.

³ محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق ، ص 286 .

⁴ مصطفى حمدي ، مرجع سابق ، ص 59.

⁵ حامد زهران ، علم النفس الاجتماعي ، ط5 ، عالم الكتاب، القاهرة ، 1984 ، ص 105 .

الفصل الأول : مدخل لنظرية الاستخدامات و الإشباعات

و تتفق معظم الدراسات على أن هناك نوعين من الدوافع هما : الدوافع النفعية و الدوافع الطقوسية¹ :

1-3 دوافع نفعية :

و تستهدف تعرف الذات و اكتساب المعرفة و المعلومات و الخبرات² ، و مراقبة البيئة التي ترتبط باستخدام مضامين معينة كمنشورات الأخبار و برامج المعلومات ، إذ إن وسائل الاعلام تجمع لنا معلومات عن أشياء و أماكن لا يمكننا بوصفها أفراد جمهور أو نصل إليها بأنفسنا ، خاصة مع ظهور القنوات الإخبارية المتخصصة التي تبث معظم ارسالها على مدى أربع و عشرين ساعة ، كما تتضمن الدوافع النفعية الحصول على النصيحة أو الرأي في مختلف الموضوعات و التعلم الذاتي ف مجالات عدة³ .

2-3 دوافع طقوسية :

تشبع رغبات الفرد في تضييق الوقت و الاسترخاء و الصداقة و الألفة مع الوسيلة و الهروب من المشكلات ، و تنعكس هذه الفئة في المسلسلات و برامج المنوعات و البرامج الترفيهية المختلفة ، و بوجه عام يعتبر التلفزيون وسيلة ترفيهية بالدرجة الأولى ، في حين يعد البعض الوسائل المكتوبة و وسائل تثقيفية⁴ .

4- إشباعات و وسائل الاتصال :

يتم وفقا لمدخل الاستخدامات و الإشباعات وصف جمهور يختار من بين وسائل الاتصال و من المضامين التي تقدمها ما يشبع حاجاته و يلبي رغباته⁵ ، بغية الحصول على نتائج خاصة يطلق عليها الإشباعات ، و يرى يرى سوانسون Swanson إمكان ربط محتوى الرسالة بالإشباع المتحققة ، فبرامج الدراما و الترفيه و المنوعات يمكن أن تحقق إشباع التنفيس و التخلص من الملل و القلق و الهروب من المشكلات اليومية ، أما برامج الأخبار و المعلومات و الشؤون الجارية فتحقق إشباع مراقبة البيئة الذي يتمثل في الحصول على المعلومات و الخبرات و المهارات⁶ .

¹ حسن عماد مكاوي ، ليلي حسين السيد ، مرجع سابق ، ص 247 - 246.

² حسن عماد مكاوي ، سامي الشريف ، مرجع سابق ، ص 246.

³ منى سعيد الحديدي و آخرون ، مرجع سابق ، ص 41.

⁴ المرجع نفسه ، ص 42.

⁵ محمد البشير ، قصور النظرية في الدراسات الإعلامية ، المجلة العربية للعلوم الانسانية ، العدد 83 ، 2008 ، ص 99.

⁶ حسن عماد مكاوي ، ليلي حسين ، مرجع سابق ، ص 248 - 249.

الفصل الأول : مدخل لنظرية الاستخدامات و الإشباعات

و تنبع الاشباعات المحققة أو المطلوبة من وسائل الاتصال من ثلاثة مصادر رئيسية هي :

- محتوى الوسيلة : الذي ينعكس من خلال تفضيلات الأفراد لبرامج أو مضامين محددة ، أو من خلال التعرض المخطط المقصود لبرامج معينة .
 - التعرض للوسيلة : فالتعرض لبعض وسائل الاتصال في حد ذاته يمكن أن يشبع احتياجات معينة ، مثل : الترفيه ، و الاسترخاء و الهروب .
 - السياق أو الاطار الاجتماعي أو البيئة الاجتماعية المحيطة باستخدام الوسيلة : مثل وجود الأفراد الآخرين أو غيابهم في أثناء التعرض للوسيلة ، مثل أفراد الأسرة أو الأصدقاء ، و يكون دور الوسيلة الاحلال محل هؤلاء الأفراد أو تكميل أدوارهم على أقل تقدير¹ .
- و يوجد نوعان من الاشباعات هما² :

أ) **إشباعات المحتوى** : وتتعلق هذه الإشباعات بمضامين وسائل الإعلام ، وتنقسم إلى إشباعات توجيهية مثل الحصول على المعلومات والأخبار والبرامج الإخبارية و مراقبة البيئة و هي اشباعات ترتبط بكثرة التعرض و الاهتمام بالوسائل و الاعتماد عنها ، و إشباعات اجتماعية والتي ترتبط فيها هذه المعلومات بحياة الفرد و علاقاته الاجتماعية إذ يستخدم الجمهور وسائل الاعلام للاتصال بينهم من خلال تحقيق اشباعات مثل : إيجاد موضوعات للحداث و النقاش مع الآخرين .

ب) **إشباعات العملية** : تنتج اشباعات العملية عن عملية الاتصال نفسها ، و اختيار وسيلة اتصال معينة و لا ترتبط مباشرة بسمات المضمون و خصائصه ، و تتمثل في "اشباعات شبه توجيهية" : و تتحقق من خلال تخفيف الاحساس بالتوتر و الدفاع عن الذات ، و تنعكس في البرامج التسلية و الترفيه و الاثارة ، و "اشباعات شبه اجتماعية" تتحقق من خلال التوحد مع شخصيات وسائل الاعلام ، و تزيد مع ضعف علاقات الفرد الاجتماعية و زيادة إحساسه بالعزلة .

¹ منى سعيد الحديدي و آخرون ، مرجع سابق ، ص 43

² حسن عماد مكاوي ، الشريف سامي ، مرجع سابق ، ص 215

5- العلاقة بين الاستخدام و الاشباع :

لقد ركز كاتز وزملاؤه على ضرورة إيجاد العلاقة بين حاجات الفرد واتجاهاته السلوكية التي يرغب في إشباعها من خلال تعرضه لوسائل الإعلام ومن أجل إيجاد هذه العلاقة قام كاتز وزملاءه باستعادة كل البحوث السابقة التي تناولت مدخل الاستخدامات و الإشباعات و إعادة صياغتها بناء على ثلاثة اتجاهات وهي¹ :

- اتجاه يرى أن سلوك الفرد المتمثل في مشاهدة مضمون معين يكون بشكل غير مخطط بدافع العادة .
 - و اتجاه يرى أن الدافع هو شيء داخلي لا يؤثر مباشرة في الفرد ، لذا فمن الصعب تحويله إلى شيء مادي متمثل في سلوك معين .
 - و اتجاه يرى أن الدافع يؤثر بشكل مباشر في الفرد بوصفه حاجة ملحة لا تهدأ إلا بعد أن يتم اشباعها.
- و لذلك اهتم بعض الباحثين - ومنهم كاتز و زملاؤه- بتوضيح العلاقة بين حاجات الفرد و دوافعه و محاولة اشباعها ، من خلال محتوى وسائل الاعلام ، ووضع الباحثون ثلاثة فروض أساسية و هي :

- عد الملتقى فردا ايجابيا و نشطا في اتصاله مع وسائل الإعلام.
- للأفراد المتلقين الحرية في الاختيار حسب الحاجة إلى الاشباع .
- التنافس بين وسائل الاعلام و مصادر أخرى حول اشباع الحاجات .

ويرى أصحاب هذا الاتجاه وجود بعض العوامل الاجتماعية و النفسية التي تولد الفرد الذي يبدأ في توقعه عن مدى تلبية وسائل الاعلام لهذه الحاجات مقارنة مع وسائل أخرى تدخل في المنافسة² .

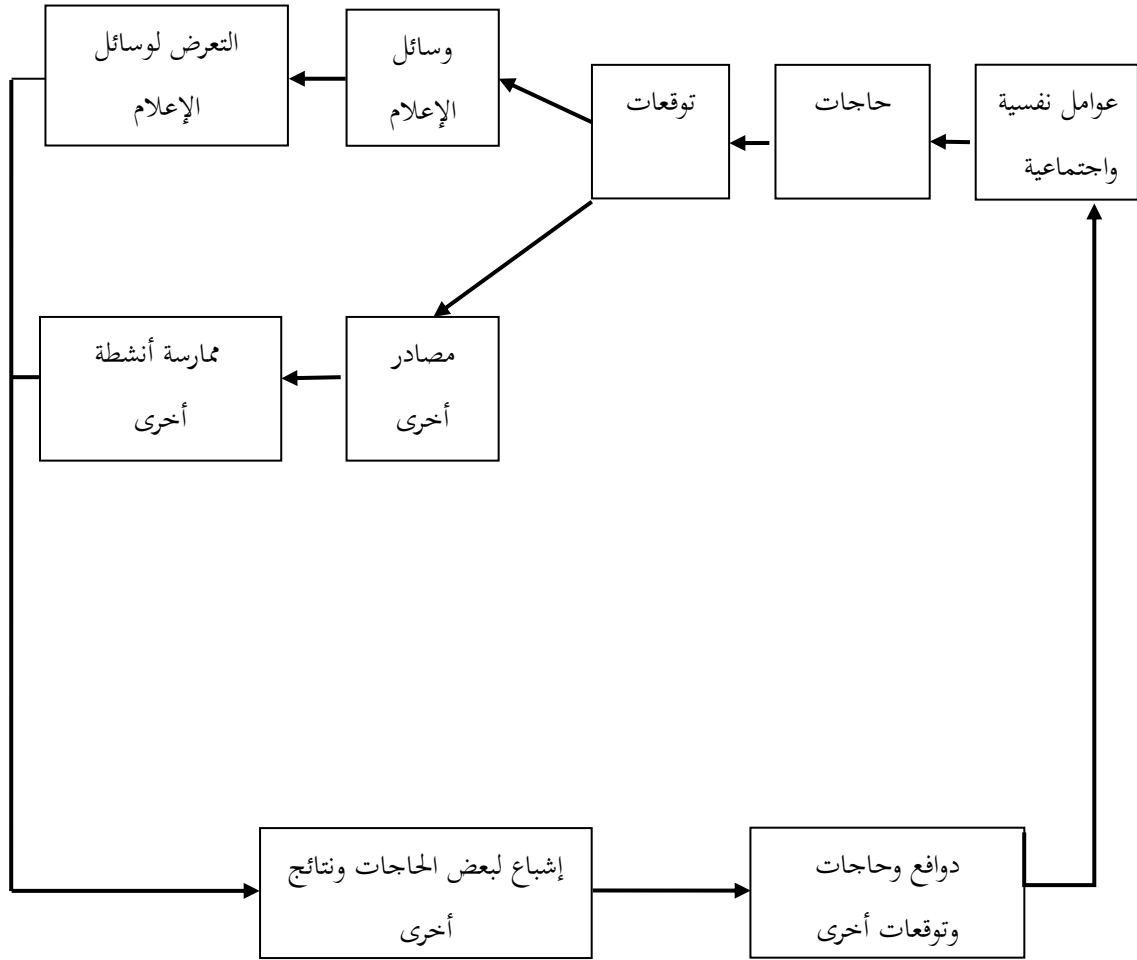
كما يوجد اتجاه يوضح أهمية الحاجات التي تقع في قمة هرم ماسلو Maslow مثل الحاجة إلى الصحة و الحب و القبول و تحقيق الذات ، و علاقاتها بنموذج الاستخدامات و الاشباعات .

كما يركز هذا الاتجاه على المشكلات التي تؤثر في سلوك الفرد و يحتاج إلى حلول لها ، و تكون عملية البحث عن حلول قوة دافعة للتعرض لوسائل الاعلام ، و بذلك تؤدي المشكلات من ناحية و الحاجات من ناحية أخرى إلى التعرض للوسائل المختلفة لإشباع الاحتياجات أو حل المشكلات .

¹ محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير ، ص 282-283 .

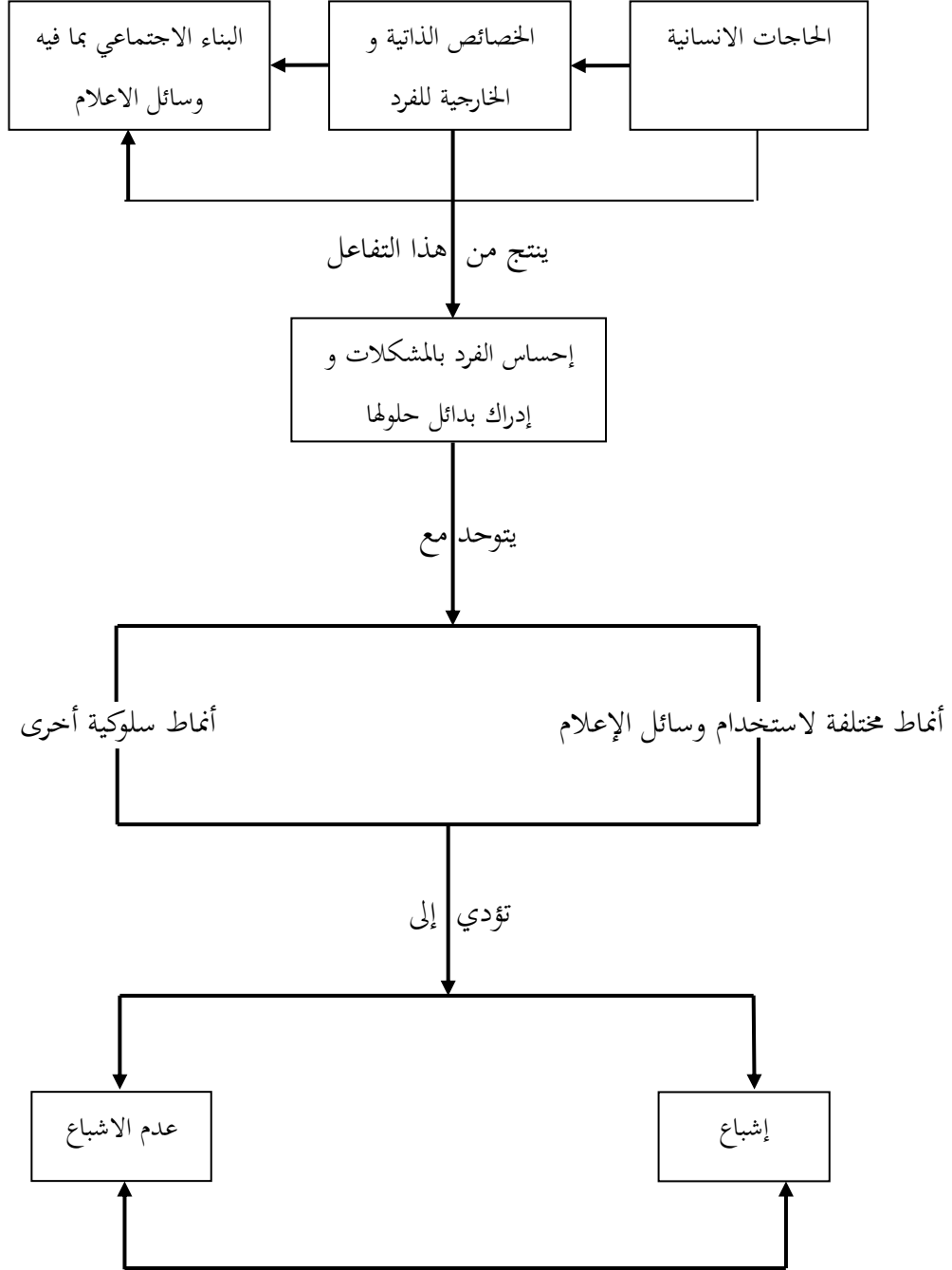
² منى سعيد الحديدي و آخرون ، مرجع سابق ، ص 45 .

الشكل رقم (06) : يبين نموذج كاتز للاستخدامات و الإشباع.



المصدر: محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص 284.

الشكل رقم (07) : نموذج روزنجرين Rozengerer الذي يمثل فيه العلاقة بين الاستخدامات و الإشباع.



و يمكن أن يتأثر ذلك بالخصائص الذاتية المحيطة بالفرد مثل بناء وسائل الاعلام و التركيبة الاجتماعية

المصدر: محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، مرجع سابق، ص 284.

الإطار المنهجي للدراسة

- 1) إشكالية الدراسة.
- 2) تساؤلات الدراسة.
- 3) أهمية الدراسة.
- 4) أهداف الدراسة.
- 5) أسباب اختيار الموضوع.
- 6) منهج الدراسة و أدواته.
- 7) عينة الدراسة الميدانية.
- 8) تحديد المفاهيم.
- 9) الدراسات السابقة.
- 10) التعقيب على الدراسات السابقة.
- 11) صعوبات الدراسة.

الفصل الأول: مدخل لنظرية الاستخدامات و الإشباعات

تمهيد.

أولاً : تطور المدخل.

- 1- مرحلة الطفولة (المرحلة الوصفية)
- 2- مرحلة المراهقة (المرحلة التطبيقية)
- 3- مرحلة البلوغ (المرحلة التفسيرية).

ثانياً : فروض المدخل.

ثالثاً : العناصر الأساسية التي تشكل المدخل.

- 1- افتراض الجمهور النشط.
- 2- الأصول الاجتماعية و النفسية لاستخدامات وسائل الاعلام.
 - 1-2- الأصول الاجتماعية لاستخدام وسائل الاتصال.
 - 2-2- الأصول النفسية لاستخدام وسائل الاتصال .
- 3- دوافع تعرض الجمهور لوسائل الاتصال (أنواعها و وظائفها).
 - 1-3- دوافع نفعية .
 - 2-3- دوافع طقوسية.
- 4- اشباعات وسائل الاتصال.
- 5- العلاقة بين الاستخدام و الاشباع.

الفصل الثاني : البث الفضائي و القنوات الاخبارية

أولاً : البث الفضائي المباشر النشأة و التطور .

1- مكونات البث الفضائي المباشر .

1-1 القمر الصناعي .

1-2 الهوائيات .

2- بدايات البث الفضائي المباشر .

ثانياً : القنوات الجزائرية الخاصة .

1- تعريف القنوات الجزائرية الخاصة .

2- العوامل المساعدة على ظهور القنوات الجزائرية الخاصة .

ثالثاً : ماهية الفضائيات الإخبارية .

1- مفهوم الفضائيات الاخبارية .

2- نشأة الفضائيات الاخبارية .

3- أهداف الفضائيات الاخبارية .

4- أهم القنوات الاخبارية الجزائرية .

الإطار التطبيقي للدراسة

1. عرض وتحليل ومناقشة النتائج.

المحور الأول : عادات و أنماط تعرض الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية.

المحور الثاني : دوافع متابعة القنوات الإخبارية الجزائرية.

المحور الثالث : الإشباع المحققة من متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية.

2. استنتاجات.

3. خاتمة و توصيات الدراسة.

الإطار المنهجي للدراسة

الإطار التطبيقي للدراسة

الإطار النظري للدراسة

مقدمة

الملاحق

قائمة المصادر و المراجع

فهرس المحتويات

فهرس الجداول و الأشكال

خاتمة

ملخص الدراسة

الفصل الأول : مدخل لنظرية

الاستخدامات و الاشباعات

الفصل الثاني : البث الفضائي

و القنوات الاخبارية

خطة الدراسة

أولا : البث الفضائي المباشر النشأة و التطور

لقد كان لتكنولوجيا الاتصال تأثير كبير على تطور البث التلفزيوني المباشر وتوسيع طاقات الكابل التي تنقل ذبذبات الصور المرئية من خلال أشعة الليزر، وأصبح البث الفضائي المباشر السمة المميزة لعقد التسعينيات إذ انتقل التنافس إلى الفضاء الخارجي واحتدم الصراع الثقافي بين الدول والشركات العالمية، فأصبحت الأقمار الاصطناعية تجوب الفضاء لتبث بكل اللغات العالم أنواعا وأشكالا شتى من البرامج الترفيهية، الأفلام والمهرجانات والحروب والكوارث التي يتابعها المشاهد لحظة حدوثها¹.

لكن وقبل التطرق لتاريخ أو بدايات البث الفضائي المباشر لابد من إعطاء مفهوم لهذا المصطلح، حيث تعددت تعريفات البث الفضائي المباشر أو ما يعرف أيضا بالبث التلفزيوني المباشر.

فالْبث في اللغة العربية يشر إلى " فرقة ونشرة، والخبر إذاعة " وهذا التعريف اللغوي يشير إلى وجود رسالة ذات مضمون وهذه الرسالة يتم من خلال البث إذاعتها ونشرها في أكبر حيز ممكن وبهذا يتضمن التعريف عنصرين من عناصر البث هما: مصدر الرسالة والرسالة ذاتها².

ويضيف جلال عبد الفتاح عنصرين آخرين من خلال تعريفه للبث التلفزيوني المباشر على أنه " إمكانية التقاط البرامج التلفزيونية في المنازل مباشرة عبر هوائي مخروطي دون تدخل أي محطات أرضية"³.

لكن إبراهيم إمام " يربط جهاز استقبال الهوائي بجهاز الإرسال ونعني به القمر الصناعي حيث يعرف البث التلفزيوني المباشر على أنه إمكانية الاتصال بين القطاع الفضائي (لأقمار الصناعية) وأجهزة الاستقبال في البيوت مباشرة (الهوائيات) دون المرور على المحطات الأرضية"⁴.

ومن خلال هذا التعريف الذي جاء به الدكتور إبراهيم إمام يمكننا لم كنا التركيز على نقطتين أساسيتين في الجانب التاريخي والتطور للبث الفضائي المباشر عبر العالم وهما: الأقمار الاصطناعية أو الصناعية وأجهزة الاستقبال المتمثلة في الهوائيات.

1- مكونات البث التلفزيوني المباشر:

كما أسلفنا سابقا وحسب التعريف الذي أورده إبراهيم إمام عن البث الفضائي المباشر فإن نظام البث التلفزيوني المباشر يتكون من: الأقمار الصناعية والهوائيات دون المرور على المحطات الأرضية، لكن وحسب ما أورده الدكتور محمد جاد أحمد أن من بين المكونات أيضا المحطات الأرضية لكن نحن فضلنا الاعتماد على ما جاء في تعريف إبراهيم إمام فإن مكونات البث الفضائي التلفزيوني المباشر هي كالاتي:

¹ عبد المالك ردمان الدناني، تطور تكنولوجيا الاتصال و عوامة المعلومات، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2008، ص، ص 26-28.

² محمد جاد أحمد، الإعلام الفضائي وآثاره التربوية، ط 1، العلم والإيمان للنشر والتوزيع، الإسكندرية، 2008، ص، ص 18-19.

³ جلال عبد الفتاح، البث الإذاعي والتلفزيوني المباشر، ط 1، الهيئة المصرية العامة للكتاب القاهرة، 1994، ص 23.

⁴ إبراهيم إمام، الإعلام الإذاعي و التلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة، 1979، ص 85.

1-1 القمر الصناعي :

يعد القمر الصناعي (satellite) المكون الأساسي من مكونات نظام البث المباشر وهو عبارة عن أسطوانة أو جسم دوار يتم إطلاقه من قاعدة أرضية إلى مدار معين حول الأرض يشبه مدار القمر الطبيعي، ويستمر في هذا الدوران بحكم الجاذبية بنفس السرعة التي أطلق بها ما لم يؤثر على دورانه عامل خارجي وهذه الأسطوانة تبرز عن سطوحها قطبان معدنية كأجهزة الرصد وهوائيات لأجهزة الإذاعة والاتصال اللاسلكي كما أن بداخلها حاسبات إلكترونية غاية في التعقيد تعمل على تسجيل ما ترصده الأجهزة ثم تقوم بإرسال هذه المعلومات والصور إلى محطات المتابعة الأرضية المنتشرة في أماكن متفرقة على الأرض.

2-1 الهوائيات :

وتعد هذه الهوائيات المستقبلات للرسائل المرسلة عبر الأقمار الصناعية وهذه الهوائيات لا يزيد قطر الواحد منها عن 3 أمتار مع محور مندر مركب في الجهاز العادي ويمكن أيضا لنفس الهوائي والمحول أن يغذي أكثر من جهاز استقبال عادي كبير أو في منطقة محدودة. ولا يحتاج هذا البث المباشر إلى محطات أرضية، ويوفر نظام البث المباشر مميزات أكثر من نظام الشبكات الأرضية التلفزيونية في أنه يمكن به خدمة منطقة بأكملها من خلال إرسال قناة. ونتيجة الارتفاع الشاهق لقمر الإرسال فإن الاستقبال نادرا ما يتأثر بعوامل الاعتراض والمباني ولذلك بدأت الهوائيات الطبقيّة ذات السطح المقعر تحتل أماكن فوق أعالي العمارات مواجهة سطوحها نحو السماء وأصبحت بديلا للهوائيات التي تتعامل مع محطات التلفزيون الأرضية¹.

2- بدايات البث الفضائي المباشر :

حدثت الكثير من التطورات التكنولوجية ما بين عام 1945 وحتى الوقت الحالي نهاية القرن العشرين على مستوى الاتصالات الفضائية عبر الأقمار الصناعية، ففي عام 1945 أطلق البريطاني (أرثر كلارك) فكرة استخدام الأقمار الصناعية للاتصالات، وكانت الفكرة ثلاث أقمار صناعية متزامنة تدور حول الأرض وتقوم بالتغطية الشاملة لشتى أرجاء المعمورة.

وكما هو معلوم عصر الفضاء بدء في الرابع من أكتوبر عام 1957 حين أطلق الاتحاد السوفياتي -سابقا- أول قمر صناعي في العالم يدور حول الأرض في الفضاء، ولكن هذا القمر الصناعي السوفياتي الذي يحمل اسم سبوتنيك 1 (SPUTNICK-1) لم يكن إلا قنطرة من غيث، كما لم يكن إلا شرارة أشعلت نار المنافسة بين العلماء السوفيّات والأمريكيين، إذ لم يمض أكثر من شهر واحد بعد إطلاق القمر الصناعي السوفياتي الأول حتى أطلق القمر الصناعي الثاني (SPUTNICK-2) في 2 نوفمبر 1957 ولم تشأ الولايات المتحدة الأمريكية أن تترك الاتحاد السوفياتي يستأثر بركب الفضاء وحده دون أن تلحق به. وبعد أربعة أشهر أطلقت قمرها الصناعي الأول الكاشف (1 EXPLORER) في 31 فبراير 1985 ليأتي بعده القمر الثاني (JUPITER-H)

¹ محمد أحمد جاد، مرجع سابق، ص، ص 24-23.

الفصل الثاني: البث الفضائي و القنوات الإخبارية

لقد توالى سلسلة التجارب الخاصة بالأقمار الصناعية لمختلف الأغراض العلمية لتحقيق التكامل العلمي عن المعلومات الفضائية¹.

فعلى سبيل المثال تجاور عدد الأقمار الصناعية من طراز كوسموز (COSMOS) حتى عام 1971 أزيد من 40 قمرا صناعيا و ارتفع إلى 52 قمرا صناعيا بعد منتصف عام 1973 .

ولم تلبث الأبحاث العلمية بالأقمار الصناعية أن تحولت إلى ميدان التطبيق وفتحت الباب لتطورات عديدة، ومن أبرز مجالات التطبيق التي استخدمت فيها الأقمار الصناعية تحقيق الاتصالات اللاسلكية لمساحات بعيدة لم تعهد بأقوى الأجهزة من قبل ونقل المكالمات الهاتفية في آن واحد عبر القارات ونقل البث الإذاعي والتلفزيوني إلى مسافات طويلة.

استخدمت هذه الأقمار أيضا لأغراض التنبؤ الجوي لعدة أيام والمساعدة اللاسلكية للسفن والبواخر والطائرات عند تنقلها عبر المحيطات بالإضافة إلى ذلك تحقيق الاستطلاع العسكري فوق أراضي الدول الأخرى أو بمعنى أدق استخدامها لأغراض تجسسية.

أما بالنسبة لأنواع أقمار الاتصالات فنجد هناك نوعان هما: أقمار صناعية سائلة وأخرى موجبة، الأولى عبارة عن بالون كبير ذي سطح معدني يقوم بعكس الإشارات المرسله وإعادتها إلى الأرض مرة أخرى.

ومن أشهر أنواع أقمار الاتصالات السالبة القمر الصناعي (SCORE) الذي أطلقته الو.م.أ عام 1958 والقمر الصناعي (COURRIER) عام 1960 .

أما الأقمار الموجبة فتحتوي على أجهزة استقبال وإرسال وتسجيل وكل ما يحتاجه العمل الإذاعي والتلفزيوني، لذلك فهي بحاجة إلى طاقة تشغيل تستمدتها من البطاريات الشمسية الموجودة على سطحها². وهناك ثلاثة أنماط لاستخدام أقمار الاتصال:

- الأول يقوم على نظام الاتصال من نقطة، ويقوم على بث الإشارات التلفزيونية عن طريق المحطات الأرضية إلى القمر الصناعي الذي يقوم بدوره بالتقاط الإشارات وإعادة بثها إلى محطة أرضية أخرى تقوم بتوزيعها عن طريق شبكة الاتصالات المحلية .

- أما النمط الثاني فهو أقمار التوزيع التي تقوم بتوزيع الإشارات التلفزيونية إلى مناطق واسعة بتكلفة أقل ويعتمد هذا النظام على محطات صغيرة متنقلة، تقوم بتغطية والأحداث أينما تقع وتبثها للقمر الذي يعيد الإشارة إلى المحطات الأرضية الأخرى، ومن أمثلة الشبكات التي تستخدم هذا النظام شبكة أقمار مولينا التي تغطي مناطق الاتحاد السوفيتي - سابقا - .

¹ نصير بو علي، التلفزيون الفضائي وأثره على الشباب في الجزائر، دار الهدى للطباعة والنشر و التوزيع، عين مليلة، الجزائر، 2005، ص، ص 64-63.

² نصير بو علي، مرجع سابق.ص، ص، 64 - 66 .

- بينما يسمى النمط الثالث أقمار البث المباشر الذي يقوم بإرسال الإشارات التلفزيونية وغيرها دون الحاجة إلى محطات أرضية ولا بد من التمييز بين صنفين من الأقمار إذا ما أخذنا استخدمنا التلفزيون للأقمار الصناعية بعين الاعتبار هي:

أ- أقمار الخدمة الثابتة (FSS) fixed satellite service :

وشاع هذا الصنف من الأقمار على المستوى التجاري لا سيما في المجال الوطني بسبب تقديمه خدمات مكثفة لا تقتصر على التلفزيون فحسب وإنما في الاتصالات الهاتفية والتلكس ونقل البيانات والمعلومات ونقل صفحات كاملة من الصحف من مكان إلى آخر فضلا عن نقل البرامج الإذاعية والتلفزيونية وكان قمر من هذا النوع هو القمر الأمريكي تليستار¹.

ب- أقمار البث المباشر عالية التردد: direct broad casting satellite (DBS)

وتقوم أقمار هذا الصنف بإرسال إشارة قوية يمكن استقبالها مباشرة بواسطة أجهزة التلفزيون العادية المجهزة بهوائي خاص، بمعنى أن الإشارة المرسله من القمر الصناعي لا تمر بمحطات أرضية تتولى إعادة بثها على الشبكات التلفزيونية المحلية².

إن أحسن التجارب في المجال البث التلفزيوني الفضائي المباشر عرفتها المنطقة الغربية لحوض البحر الأبيض المتوسط خلال منتصف الثمانينات والتسعينات من القرن الفارط، فقد أطلقت فرنسا أول قمر صناعي خاص بالبث المباشر في أكتوبر سنة 1985 يسمى TDF1 الذي أعقبه فيما بعد قمرها الصناعي TDF2 في أبريل من عام 1990، وقد تم توزيع قنوات القمر الأول على القناة الفرنسية الأولى (TF1) و القناة الفرنسية الثانية (F2) و القناة الفرنسية السابعة (TV7)، أما قنوات القمر الثاني فتم توزيعها على القناة الفرنسية الخامسة (LA5) و قناة (M6) و القناة الفرنسية (+ CANAL). وبداية من 1994 أدرجت كل القنوات الفرنسية في الاتصال الفضائي كالقناة الفضائية الثالثة (F3) و القناة المشتركة الألمانية (RTI) و قناة (ARTE)، كما أطلقت ألمانيا في شهر أوت سنة 1988 أول قمر صناعي خاص بالبث المباشر ويسمى (TVSAT) وكان من المفروض حسب الخبراء أن يكون هو أول قمر أوروبي للبث المباشر لولا التجارب الألمانية التي تعطلت وفشلت.

وفي جوان سنة 1989 أطلقت وكالة الفضاء الأوروبية أول قمر صناعي أوروبي خاص بالبث المباشر بواسطة صاروخ آريان ويسمى هذا القمر الذي تشترك فيه مجموعة من الدول الأوروبية بالقمر الصناعي أولمبيس (OLYMPUS)، وقررت هيئة الإذاعة البريطانية استخدام قناتيه ذات القدرة العالمية لموجب عقد مدته خمس سنوات³.

¹ إياد شاكرك البكري، حرب المحطات الفضائية، ط1، الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 1999، ص، ص20-21.

² المرجع نفسه، ص21.

³ نصير بو علي، مرجع سابق، ص، ص67-68.

لكن وقبل ذلك كانت الاهتمامات الأول لبريطانيا في مجال الأقمار الصناعية الخاصة بالبث المباشر ترجع لسنة 1980 حيث شكلت وزارة الداخلية البريطانية المسؤولة من الناحية الرسمية عن الإذاعة لجنة لدراسة آثار أقمار البث المباشر بالنسبة لبريطانيا، وفي ضوء تقرير اللجنة اتخذ القرار باستخدام الأقمار المباشر للتغطية التلفزيونية عام 1982 في عهد حكومة المحافظين وأعلن عن قيام شركة الأقمار المتحدة الصناعية- يونيسات - UNISAT التي تكونت من شركة ماركوبي ووكالة الفضاء والطيران البريطانية وهيئة المواصلات السلوكية واللاسلكية بهدف تصنيع أول قمر صناعي بريطاني للإذاعة المباشرة لبث البرامج البريطانية وقد أطلق عام 1986 بواسطة الصاروخ آريان .وقد كلف المشروع 24 مليون باوند كل عام ولمدة سبع سنوات ولهذا المشروع فوائد تجارية وثقافية وصناعية وخدمات وتوزيع المعلومات داخل المملكة المتحدة، وخدمات القياسات عن بعد وربط شبكات المناطق المحلية ونقل فائض الشبكات الرقمية البريطانية وتوزيع البرامج التلفزيونية الوطنية وخدمات نقل الصوت والمعلومات.

وفي شهر آب (أغسطس) 1989 أطلقت بريطانيا القمر (BSB) بمعنى : british-satellite-broadcasting ويحمل خمس قنوات للبث التلفزيوني المباشر إذ يشمل قناة الأفلام (مشفرة) والقناة الرياضية وقناة جلاكسي وتقدم برامج للأطفال نهارا وبرامج ترفيهية في المساء وقناة (NEW) الترفيهية الموجهة للمرأة وقناة الموسيقى البوب والروك¹.

أما إيطاليا فقد أطلقت قمرها الصناعي الأول الخاص بالبث المباشر في شهر أبريل سنة 1990 ثم أطلقت قمرها الصناعي الثاني الاحتياطي في سنة 1993 وعليه ثلاث قنوات للبث المباشر في حين وضعت إسبانيا خطة لإطلاق قمرين صناعيين عام 1991 ، ونجحت في ذلك، حيث بدأ تشغيلها مباشرة في صائفة 1992 وذلك بمناسبة الدورة الأولمبية والاحتفال بمرور خمسمائة عام على اكتشاف كولومبوس لأمريكا، وقد كان القمر 9 قنوات خصص منها ثلاثة للتلفزيون الاسباني وهي القنوات الرئيسة في إسبانيا التي يتم التقاطها حاليا في مجتمعات حوض البحر الأبيض المتوسط².

أما البرنامج السويدي تيلي أكس (TELE.X) فهو يعتمد على البرامج الفرنسي الألماني المشترك بمشاركة شركات سويدية، وتضمن هذا البرنامج أو المشروع إطلاق قمر صناعي واحد عام 1989 بسعة ثلاث قنوات بث عالية الطاقة إضافة إلى قنوات اتصال اعتيادية، وأطلق في كانون الأول- ديسمبر 1988 -القمر الأوربي أسترا (ASTRA) التابع لدولة لكسمبورغ ويستقبل إرساله في معظم أنحاء أوروبا، إذ يحمل 16 قناة تلفزيونية تجارية ويعد أكبر مشروع للقمر الصناعي الأوربي للبث المباشر، وبعد إطلاق القمر الثالث في نهاية 1993 وتم إضافة 16 قناة تلفزيونية جديدة لأقمار أسترا تبث باللغات الإنجليزية والألمانية ووقعت عقدا بث قناتين باللغة الإسبانية

¹ إياد شاكر البكري، مرجع سابق، ص ، ص 28-29.

² نصير بوعلي، مرجع سابق، ص ، ص 68-69.

الفصل الثاني: البث الفضائي و القنوات الإخبارية

ويحمل القمر أسترا حاليًا حوالي 322 قناة من خلال جهاز الاستقبال الذي يشير لذلك منها قنوات مشفرة وأخرى غير مشفرة¹.

أما بالنسبة لآسيا فتعد اليابان أول من بدأت البث التلفزيوني المباشر بواسطة أقمار البث التلفزيونية المباشرة وكان ذلك في يوليو عام 1987 ليغطي إرساله الجزر اليابانية ويستمر على مدى الأربع والعشرين ساعة يوميًا، وبذلك سجلت اليابان أنها أول دولة في العالم تستخدم أقمار البث التلفزيوني المنزلية مباشرة عن طريق قمر صناعي خاص واستخدام هوائي².

وبالنسبة لقارة آسيا عموماً فهناك نظام للبث المباشر بين الدول الأعضاء في اتحاد الإذاعات الآسيوية (ABU) الذي يتم فيه تحديد البث المباشر من قبل السياسيين في هذه الدول، وتستفيد من هذا النظام 13 خدمة تلفزيونية في مجال تبادل النشرات الإخبارية حيث ازدادت استعانة هيئات التلفزيون في المنظمة بالأقمار الصناعية خلال السنوات الأخيرة كما وسع الاتصال المباشر بين هيئات التلفزيون في شبكة "آسيا فزيون" وبين "الأنتلستات" وتم تقسيم المنطقة التي تخدمها الشبكة الآسيوية إلى ثلاث مناطق هي المنطقة (A) ومركز تنسيقها اليابان والمنطقة (B) ومركز تنسيقها الملايو، والمنطقة (C) ومركز تنسيقها إيران ووفقاً لهذا التقسيم بدأ بأول تبادل للأخبار المحلية فيما بينها³.

وإزاء عزو الفضاء وتدفق الأقمار الصناعية العاملة في هذا الكون تراحم خدمات القنوات الفضائية والمنافسة الشديدة بينها لكسب الجمهور مجاناً أو مقابل (ادفع وشاهد) ناهيك عن فرض أسلوبها وخطاها الإعلامي باتجاه واحد وتدفق برامجها دون اهتمامها بنوعية المشاهدين، ودعت الحاجة إلى إيجاد هوية تلفزيونية فضائية عربية بقمرها وسواتلها وبثها الرقمي وبرامجها المتنوعة المتحضرة وبكوارر عربية لمواجهة هذا التوافد الفضائي الذي اخترق الحواجز لإصدار وبدون رادع وقبل ذلك حاجة أعضاء الأسرة العربية في المهاجر إلى قناة عربية خاصة بهم لأن المحطات العربية هي النوافذ الوحيدة التي يطلون منها على البرامج الإخبارية والوثائقية⁴.

إن رد فعل العالم العربي الثقافي القادم من الفضاء تمثل بخلق وسائله الإعلامية العربية وبذلك إحداث قنوات فضائية عربية خاصة به هدفها الرئيسي استقطاب المواطن العربي الذي أصبح عرضة للقنوات الأجنبية مما قد يؤدي هذا حتماً إلى انسلاخه واغترابه.

ففي أبريل سنة 1991 بعد انتهاء حرب الخليج انطلقت من لندن محطة MBC التي سرعان ما فرضت نفسها نتيجة للحاجة لمثل هذه الوسيلة الإعلامية ولنوعية برامجها. بدأت MBC بثها انطلاقة من القمر الأوروبي أوتيل سات-2 (EUTILSAT-2) الذي أضيف إلى عربسات وهو أول قمر صناعي عربي للبث الفضائي

¹ إياد شاكر البكري، مرجع سابق، ص، ص 32-33.

² محمد جاد أحمد، مرجع سابق، ص 26.

³ إياد شاكر البكري، مرجع سابق، ص 36.

⁴ محمد هاشم الهاشمي، الإعلام المعاصر و تقنياته الحديثة ط 1، عمان، دار المناهج للنشر والتوزيع، 2006، ص، ص 162-163.

في المباشر أطلق عام 1992 ، ومن ثم قمر سات كوم (SATCOM OF 2R) لينتج تغطية جيدة للعالم العربي ولأوروبا وأمريكا الشمالية في نفس الوقت.

وبعد عام عقب إنشاء محطة MBC أنشأت محطة التلفزيون عربية مباشرة هي راديو وتلفزيون العرب (ART) المتواجد في روما والتي طورت نمطا جديدا واستغلت مرامي خاصة جديدة وهي حيز التلفزيون القنوات المتخصصة.

تشابه المحطتان "أرت" و"أم بي سي" في ناحيتين أنهما محطتان خاصتان برؤوس أموال عربية أساسا سعودية في الحاليتين ومتواجدين في خارج العلم العربي أي محطات تلفزيونية عربية أي تقع خارج الأراضي الإقليمية العربية مما يسمح لها بلا شك أن تحصل على بعض الاستقلالية. وفي سنة 1996 برر توجهه أو اتجاه جديد هو إيجاد محطات عربية متخصصة للبث الواسع عبر القمر الصناعية، ولكن هذه المرة نحو البلدان العربية¹.

وهكذا في أواخر عام 1996 انطلقت من قطر قناة الجزيرة تبعها عام 1997 محطة الإمارات المتحدة (أي بي سي) (EBC) التي تطمح كما يوحي اسمها إلى منافسه أم بي سي وبموازنة هذه القنوات التي يستلمها كل من ملك جهاز استقبال وصحنا هوائيا وموجها، هذا بالإضافة إلى محطات تلفزيونية عربية ليست مجانية أو مدفوعة الأجر مقابل الاشتراك شهري خرجت للوجود تحتاج إلى جهاز فك شيفرة وكانت أول منظمة من هذا النوع تسمى أوربيت (ORBIT) من تمويل سعودي قد بدأت الإرسال في نوفمبر 1994 وموقعها روما ويلتقط إرسالها بالشكل خاص في مصر والسعودية وتشتري برامج تنتجها محطات تلفزيونية أخرى أمريكية أو أوروبية أو ستيوهات إنتاج عربية، ثم ظهرت إلى الوجود بعد ذلك مجموعتان تلفزيونيتان عن طريق الاشتراك إلى جانب "أوربيت وشوتايتم" وبرؤوس أموال كويتية وأمريكية وهذه القنوات هي السعودية 3 و CFI الكويتية².

إن انتشار الفضائيات العربية مثل (ANN,ART,MBC) والأفكار تتسع لإطلاق قنوات جديدة تنتج أوسع فرص الاختيار أمام ملايين المشاهدين العرب أينما كانوا، تحتاج عمليات استيعاب تلك النقلة الهائلة في عصر استقبال البث الفضائي العربي من ملايين المشاهدين فترات أطول في عمليات الانتقاء والاختيار المطلوب مشاهدته والمطالبة لتحقيق رغبات تعطي كل محطة قضاية عربية هويتها المتميزة وجهدها لتمتلك التكنولوجيا الحديثة والطاقت المبدعة، وضوح الأهداف³.

وإن من أهم النتائج التي حققتها هذه القنوات أن الوطن العربي أصبح بضغط زر ينتقل من دبي إلى دمشق إلى بيروت إلى تونس، مروراً بالقاهرة، وجاءت أمال المشاهدين كبيرة وهو الذي كان يعاني يوماً من التدفق الإعلامي والثقافي الغربي الذي يقابله ويواجهه في كل وسيلة من وسائل الإعلام، لكن سرعان ما تبددت أحلام المشاهدين

¹ نصير بوعلي، مرجع سابق، ص، ص 75 - 76.

² المرجع نفسه، ص 77.

³ مجد هاشم الهاشمي، مرجع سابق، ص 164.

الفصل الثاني: البث الفضائي و القنوات الإخبارية

العربي في الفضاء الإعلامي العربي وأصبح يتساءل هل هذه الفضائيات جاءت نقمة لتكمل ما أبقاه الإعلام العربي¹.

فالحلل لبرنامج القنوات الفضائية العربية يجد أن معظم القنوات الفضائية غلب على إنتاجها البراجمي الطابع الترفيهي المقلد لما ينتجه الغرب، والادل على ذلك انتشار الأغنيات التلفازية المنفذة بأسلوب ما يعرف "بالفيديو كليب" التي تعد فيه المرأة قاسما مشتركا والأداة الرئيسية للجذب وهي بهذا المنظور الترويجي في منزلة أي سلعة استهلاكية مما يحط من كرامتها ويحرمها حقوقها المكفولة من المنظور الإسلامي الذي بؤها منزلة كبيرة في المجتمع. ومما يدعو للدهشة أن نسبة كبيرة من البرامج التي تقدمها الفضائيات العربية تحاول فيها تقليد الغرب إلا أن نسبة لا بأس بها منقولة تماما من برامج أجنبية ولأن الإيداع العربي اكتفى الاقتباس والإعادة فقط².

إن مدار الدول العربية هو جزء من المدار الاستوائي الثابت الذي يمكن مشاهدته بواسطة محطات الإرسال والاستقبال ويقع هذا الجزء بين درجة 27.5 غربا و 359 درجة شرقا وفي هذا الجزء من المدار الاستوائي الثابت يمكن وضع الأقمار لتوفير البث التلفزيوني لجميع الدول العربية، إن هذه الوضعية المدارية للدول العربية أفرزت العديد من النتائج من بينها العدد القنوات الفضائية التي تبث برامجها من مناطق مختلفة سواء بالطريقة المشفرة أو الطريقة العادية³.

أما بالنسبة للجزائر فقد دخلت البث التلفزيوني الفضائي المباشر رسميا منذ منتصف الثمانينات وذلك من جراء إطلاق فرنسا لقمريها الصناعي الأول (TDF1) الخاص بالبث المباشر في أكتوبر من سنة 1985 فقد قدر الملاحظون -آنذاك- أن مساحة بث هذا القمر تمتد من إسبانيا والبرتغال غربا إلى مجتمعات أوروبا الشرقية ومن الدول الاسكندنافية شمالا إلى مجتمعات المغرب العربي جنوبا. ولم يكن المختصون في الثمانينات يتوقعون أن عملية البث بواسطة الأقمار الصناعية ستتطور بهذه السرعة إذ من العقبات التي كانت تشد أنظار المختصين والمهتمين بقطاع الصناعة الأقمار الصناعية للبث التلفزيوني المباشر هي صعوبات تقنية وتكلفة لأجهزة الاستقبال وخاصة الهوائيات المقعرة، فلم يكن يوسع المتلقين التقاط البرامج التلفزيونية بواسطة الأقمار الصناعية إلا بتوفير شروط أو ظروف مساعدة وفي مقدمتها هوائي مقعر يزيد قطره عن متر. من هناك عملية الاستقبال في الجزائر مقصورة - في البداية - على وضعيات معينة أو أماكن عمومية مثل دور السينما وقاعات الحفلات حيث كان رياض الفتح بالجزائر العاصمة السباق لهذا النوع من الاتصال التلفزيوني حيث جهز بهوائي كبير مكنه من التقاط أربعة قنوات تلفزيونية وهي: راي الايطالية، ميوزيك بوكس الألمانية (Music Box) و TV5 الفرنسية و قناة أوروبا (EUROPA)، و قد بلغ ثمن الهوائي المقعر آنذاك حوالي 12 مليون سنتيم جزائري هذه الوضعية جعلت امتلاك الهوائيات المقعرة في البداية وقفا على المؤسسات العامة وكذلك الفئات الميسورة اجتماعيا، واليوم

¹ محمد قيراط، الفضائيات العربية بحث عن الذات أم تقليد الأمر، جريدة البيان الإماراتية العدد 334، أكتوبر 1997، ص 2.

² محمد جاد أحمد، مرجع سابق، ص 65.

³ نصير بوعلي، مرجع سابق، ص 78.

تأتي الجزائر في مقدمة بلدان العالم الثالث من حيث اقتناء الهوائيات المقعرة، ومع الثورة الرقمية في الجديدة أصبح المواطن في الجزائر بإمكانه التقاط مئات القنوات الفضائية¹.

ثانيا : القنوات الجزائرية الخاصة

1- تعريف القنوات الجزائرية الخاصة

تعرف القنوات الفضائية على أنّها عرض تلفزيوني مرئي يبث عبر شبكة من الأقمار الصناعية تدور حول الأرض في مسارات محددة معروفة، وتحدد بالزاوية والاتجاه على البوصلة لتحديد اتجاه التقاط كل مجموعة منها². وتعرف أيضا أنّها: استقبال الإرسال التلفزيوني من الأقمار الصناعية مباشرة بأجهزة الاستقبال المنزلية دون تدخل من محطات الاستقبال الأرضية الكبيرة³.

أو هي تلك الترددات التي تلتقط من قبل قمر محدد وتبث من مركز البث الخاص بها لكل من يستقبلها خلال طبق خاص⁴.

و تعرف أيضا بأنها قيام الأقمار الصناعية بالتقاط البث التلفزيوني في بلد من البلدان وبثه مباشرة إلى أماكن أخرى تبعد عن مكان البث الأصلي مسافات بعيدة تحول دون التقاط البث دون وسيط.

وبما أنّ القنوات الفضائية هي محطات تلفزيونية تبث إرسالها عبر الأقمار الصناعية، وهذا الإرسال يتجاوز الدولة المرسله إلى دول أخرى عبر الأقمار الصناعية ليلتقط من خلال أجهزة خاصة للاستقبال وأطباق لاقطة⁵، فإنّ ظهورها كان سمة من سمات مواكبة العصر، وقد تميزت هذه القنوات بكونها شاملة وجامعة، حيث امتازت برامجها بالتوجه نحو جمهور عريض من مختلف الأعمار والأذواق كما أنه من مختلف الفئات الاجتماعية والفكرية والثقافية⁶، وعليه يمكن تعريف القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة حسب المادة (12) من قانون الإعلام 2014 التي تنص على ما يلي: "تشكل خدمات الاتصال السمعي البصري المرخص لها من القنوات الموضوعاتية المنشأة من قبل مؤسسات وهيئات وأجهزة للقطاع العمومي أو أشخاص معنويين يخضعون للقانون الجزائري، ويمتلك رأسمالها أشخاص طبيعيين أو معنويين يتمتعون بالجنسية الجزائرية"⁷.

ومن خلال ما سبق يمكن تعريف القنوات الفضائية الإخبارية الجزائرية الخاصة على أنّها مؤسسات إعلامية تلفزيونية يملكها حواص جزائريون وهي تقوم بتغطية الأحداث الوطنية والدولية عن طريق شبكة من المراسلين داخل الوطن وخارجه، وبث نشرات و مواجيز إخبارية، وتقديم برامج حوارية وتحليلات إخبارية.

¹ نصير بوعلي، مرجع سابق، ص، ص 81-83.

² عبد الكريم الحربي، الأنترنت والقنوات الفضائية، ط 1، المملكة العربية السعودية، 2003، ص 98.

³ العمر ناصر سليمان، البث المباشر حقائق وأرقام، ط 1، دار الوطن، الرياض، 2007، ص 67.

⁴ سالم القحطاني، أثر القنوات على النشر، رسالة ماجستير، السودان، 2007، ص 78.

⁵ هناء السيد، الفضائيات وقادة الرأي: دراسة أثرها على السلوك، ط 1، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005، ص 32.

⁶ نصر الدين العياضي، يوسف تمار، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2007، ص 54-55.

⁷ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، قانون الإعلام، العدد 06، مارس 2014، ص 8.

2- العوامل المساعدة على ظهور القنوات الجزائرية الخاصة

يمكن إرجاع أسباب ظهور القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة إلى:

- من أهم الأسباب التي أدت إلى ظهور قنوات فضائية جزائرية هو الحد من التدفق الإعلامي الأجنبي على الفرد الجزائري مع مراعاة حاجات ورغبات المواطن الجزائري الإعلامية.
- الانفتاح الإعلامي، بعدما سعت الدولة الجزائرية بعد عقود من احتكار مجال السمعي البصري بالجزائرية إلى فتح هذا المجال على القطاع الخاص، بعد التحولات السياسية والاجتماعية التي عرفتتها بعض الدول العربية من خلال ما بات يعرف بالربيع العربي.
- العوامل التكنولوجية الحديثة التي ساهمت في تطور تقنيات البث خاصة تقنية البث المباشر والوسائل الحديثة في مجال إنتاج الصورة وتسويقها.
- تراكم المخزون السمعي والبصري الذي كان نتيجة سنوات تمثل في الكثير من الأفلام السينمائية والعديد من الحفلات الموسيقية البرامج الوثائقية، هذا المخزون ساهم في إيجاد نوع من الإنتاج القابل لإعادة البث¹.
- زيادة رؤوس أموال المستثمرة والممولين في مجال الإعلام الذي أدى إلى ظهور الإعلام الخاص الذي كان له أهدافه ونظراته للإعلام، بعدما كان الإعلام الحكومي هو المسيطر ولمدة طويلة.
- التطور التكنولوجي في العالم و ظهور الفضائيات المتخصصة مما أدى إلى زيادة وعي المواطن بوضعه و حقوقه و واجباته.
- ثورة وسائل الاتصال ممثلة في تكنولوجيا الاتصال الحديثة والتي بدأت بالاتصالات اللاسلكية والسلكية، مروراً بالتلفزيون والنصوص المتلفزة، وانتهت بالأقمار الصناعية².

ثالثاً : ماهية الفضائيات الإخبارية :

شهدت الفترة الأخيرة انتشار واسعاً للقنوات المتخصصة، وقد بدأت تطرح أفكاراً ، لقنوات فضائية متخصصة في مجالات مختلفة إخبارية، رياضية إعلامية، تربوية ودينية وغيرها، وقد تسارعت الشركات والمؤسسات الخاصة والحكومية وأصحاب رؤوس الأموال لإطلاق العشرات من القنوات المتخصصة³ . وما من شك في أن تحرك هذه القنوات في اتجاه تجاوز المحظورات وكسر المحرمات قد انبثق عنه إعلام جديد وخاصة في العالم العربي يقوم بدور فعال في صياغة الرأي العام⁴ .

¹ المنصف العياري، محمد عبد الكافي ، القنوات التلفزيونية الخاصة، سلسلة بحوث ودراسات، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس 2006 ، ص 14-13.

² محمد شطاح، إشكالية الهوية والحوار مع الآخر في الفضائيات العربية على الموقع: www.foxitreader.com، 16 / 03 / 2016

³ صفاء أبو سعيد وفيروز شحادة :الاعتماد على القنوات الإخبارية، ص 41.

⁴ المنصف العياري، محمد عبد الكافي، القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2006، ص 50.

وتعتبر وظيفة الأخبار من أهم الوظائف التي يقدمها الإعلام وبالأخص القنوات الإخبارية، فقد أصبحت هذه الأخيرة تشكل جزءا من حياة الناس وآرائهم وأفكارهم ومواقفهم، ففي السابق وعلى سبيل المثال لا الحصر في الدول العربية، كان الناس ملتزمين بمتابعة ومشاهدة التلفزيون الرسمي في بلدهم الذي يختار لهم الأخبار والأفلام والمسلسلات، وذلك ليسوغهم في مسار وقالب تفكير واحد¹.

1- مفهوم الفضائيات الإخبارية:

ظهرت الفضائيات الإخبارية كمفهوم حديث في عالم القنوات الفضائية، وتعتبر من الفضائيات المتخصصة في المضمون أو طبيعة الخطاب الإعلامي ذلك أنها تقدم مادة ذات نوعية محددة ألا وهي الأخبار والبرامج الإخبارية. وهي تبث إرسالها على مدار الساعة لمواكبة الحراك والمنافسة القوية في مجال صناعة الأخبار خاصة في ظل تحول الإعلام إلى صناعة تستهدف الربح بعد تحرره من السيطرة الحكومية وانتشار مبدأ الخصخصة². يمكن القول أن الفضائيات الإخبارية هي تلك القنوات التي تبث على مدار الساعة برامج ذات طابع إخباري، وهناك بعض من هذه القنوات تكتسي الصبغة التجارية التي هدفها الربح وأخرى ذات صبغة إعلامية بحتة. تقوم هذه الفضائيات بتقديم نشرات ومواجيز إخبارية في مواعيد محددة، وتتميز أخبار هذه القنوات في الغالب بالسرعة والدقة والشمول.

وتعد النشرات الإخبارية أبرز المضامين المقدمة في الفضائيات الإخبارية لما لها من تأثيرات كبيرة على الجمهور، وهي تختلف من حيث الشكل والمضمون وفقا لتباين البيئة الاتصالية التي باتت فيها صناعة الأخبار مكلفة جدا بما جعلها تقتصر على الشركات متعددة الجنسيات والتكتلات الإعلامية الضخمة الشيء الذي أفرز مشكلة انحياز هاته الجهات لخدمة مصالحها.

إلى جانب النشرات، تقدم الفضائيات الإخبارية التحليلات الإخبارية التي أساسها الشرح والتفسير، برامج الشؤون الجارية القائمة على تقديم الأحاديث، المناقشات، المقابلات والتحقيقات من موقع الحدث عن القضايا الجارية لتدعيم الفهم الإخباري لدى المشاهد. كذلك التعليقات الإخبارية التي تقدم الرأي وتبدي وجهات النظر المختلفة إزاء الأحداث؛ وهي عدة أنواع أهمها: التعليق الذي يقدم دعوة للعمل، التفسيري، الجدلي، الإقناعي. إذ أن أهم ما يتميز به التعليق صراحة الدعوة لاعتناق وجهة نظر معينة أو رؤية تفسيرية لحدث ما³.

2- نشأة الفضائيات الإخبارية

تعود فكرة تأسيس أول محطة تلفزيونية إخبارية خاصة إلى الأمريكي " روبرت ادوارد تيرنر " عام 1970، والتي تقوم على التغطية الحية للأحداث العالمية على مدار 24 ساعة يوميا باستخدام الأقمار الصناعية، وقد تحقق له ذلك عندما أعلن عن تأسيسه لهذه المحطة عام 1979 باسم CNN وباشرت القناة عملها بشكل رسمي من

¹ صفاء أبو سعيد و فيروز شحادة، مرجع سابق، ص 45.

² عاطف عدلي العبد، القنوات المتخصصة أنواعها جمهورها بحوثها وأخلاقياتها، دار الإيمان للطباعة، القاهرة، 2006، ص 41.

³ نفي عطف عدلي العبد، صناعة الأخبار التلفزيونية في عصر البث الفضائي، دار الفكر العربي القاهرة، ط 1، 2007، ص 21 - 23.

أطلقوا في الفاتح من جوان سنة 1980 . وقد لجأت المحطة في أيامها الأولى إلى الاستعانة بالعناصر ذات الخبرة الكبيرة ممن كانوا يعملون في الصحافة والتلفزيون، كما استعانت بأصحاب المواهب من الشباب الذين أعطوا للمحطة القدرة على تجاوز قلة الإمكانيات¹.

وقد قوبلت هذه القناة عند ظهورها بانتقاد وسخرية الكثيرين الذين اعتبروها أشبه بديك سانج، وبعد خمس

سنوات من إطلاقها بدأت تبث نسخة عالمية هي CNN international

وبعد إطلاقها بشهور قليلة حققت نجاحا باهرا، فيما اعتبر البعض أن الأخبار لا تعد أخبارا إلا عندما تبثها CNN².

أما بالنسبة لبريطانيا فقد وافقت الحكومة على قيام قناة BBC (والتي تعود ملكيتها إلى محطة BBC المرتبطة رسميا بجهاز الدولة) وذلك عام 1986 وهي مسؤولة على محطتين هما BBC1 و BBC2 . وكانت هذه القناة رسمت لنفسها هدفا استراتيجيا يتمثل في الوصول إلى الجمهور عبر أنحاء العالم وهذا ما تحقق لها عام 1993³.

وقد شكل النجاح الذي حققته CNN و BBC حافزا للدول الأوروبية لإنشاء قناة مشتركة بينها، ومن ثم كانت فكرة إنشاء قناة EUROBEWS الأوروبية وهي تعتبر أول قناة إخبارية مشتركة ، حيث تعود فكرة تأسيسها إلى عام 1986 حين قامت لجنة الخبراء للبث التلفزيوني والسمعي بعرض مشروع إنشاء محطة مشتركة مخصصة للأخبار، وذلك لتغطية العجز الذي كان يعاني منه التلفزيون الأوروبي في مواكبة التطور الإخباري خلال الثمانينيات⁴.

وقد بدأت المحطة إرسالها من مدينة ليون الفرنسية لتقوم بتقديم خدمة إخبارية على مدى 24 ساعة يوميا، وتقدم نشراتها بسبع لغات أوروبية إلى جانب العربية باعتبارها موجهة بالدرجة الأولى إلى المشاهدين في أوروبا وحوض البحر الأبيض المتوسط⁵.

أما عن الأنظمة العربية فقد عملت في السابق على احتكار وسائل الإعلام خاصة قطاع السمعي البصري ، ولا يزال بعضها اليوم على هذا الحال حيث لم تسمح للمستثمرين الخواص خوض تجربة الإعلام المستقل إلا بعد الضغوطات المعنوية التي مارسها القنوات الأجنبية على المشاهد العربي الذي عزف عن مشاهدة القنوات الوطنية . من هنا ظهرت الحاجة الملحة لإعلام مغاير للاتجاه الواحد، فقد ظهرت عدة محاولات عربية لفك قيد الرأي العام العربي، ففترة ما بين الحربين الخليجتين الأولى والثانية شهدت ميلاد قنوات إخبارية عربية تمكنت من فرض نفسها في قلب الأحداث الدولية المتسارعة والرقمي إلى مستوى المنافسة العالمية.

¹ إياد شاكرا البكري، مرجع سابق ، ص173.

² مجد هاشم الهاشمي، المرجع نفسه، ص150.

³ علي محمد شمو، تكنولوجيا الفضاء وأقمار الاتصالات الإسكندرية، ط1، دار الإشعاع، 2002، ص115.

⁴ إياد شاكرا البكري ، مرجع سابق، ص205.

⁵ فارس عطوان، الفضائيات العربية و دورها الإعلامي ، ط1، دار أسامة للنشر، عمان، 2009، ص 209.

فكان تأسيس قناة الجزيرة الفضائية (JSC) في الفاتح من نوفمبر من عام 1996 ، و تعتبر القناة الأولى من نوعها في الوطن العربي والتي تحمل شعار الرأي والرأي الآخر¹.

3- أهداف الفضائيات الإخبارية.

- ظهرت الفضائيات الإخبارية وهي تحمل أهدافا عدة تطمح إلى تحقيقها، إن الفضائيات الإخبارية أصبحت جزءا من الواقع السياسي والأهداف السياسية للأطراف المتعاملة، والمؤثرة على أحداث هذه الحرب².
- ويمكن القول أن الفضائيات الإخبارية تهدف إلى ما يلي :
- تقديم خدمة إخبارية باللغة العربية كبديل للمشاهد العربي عن القنوات الأجنبية بحيث تخاطبه في جميع الدول العربية من جهة وتكون في الوقت نفسه جسرا إعلاميا بين الشرق والغرب.
- نقل آخر المستجدات من خلال الابتعاد عن صفتي المحلية والإقليمية.
- منافسة الإنتاج الإخباري الأجنبي شكلا و مضمونا من خلال تقديم نشرات إخبارية بإيقاع سريع يعتمد الصورة أكثر من الخبر المقروء، إضافة إلى نقل الحدث من موقعه بواسطة شبكة المراسلين المنتشرين في أنحاء العالم.
- اعتماد خدمة إخبارية موضوعية تصحبها صور فيلمية ذات إيقاع سريع.
- تعزيز حق الإنسان في المعرفة عن طريق التوعية بالقضايا التي تمم الجمهور لتكون جسرا بين الشعوب والثقافات.
- إثراء صناعة الأخبار والبرامج الحوارية بإضافة أبعاد جديدة تتخلص من الإعلام الترفيهي وتسعى لتقديم خدمة إخبارية ثقافية وموضوعية جريئة متحررة من القيود الحكومية.
- تحرير الإعلام والسياسات الإعلامية من التبعية الحكومية ، فالإعلام الحر وحده يتيح لوسائل الإعلام الاضطلاع بدور نشط في التعبير عن المجتمع والارتقاء بأفراده بل ومراقبة أداء مؤسساته.
- تحقيق الاستقلال المادي للمؤسسات الإعلامية لتضلل بمنأى عن تقلبات رأس المال والمصالح الاقتصادية.
- رفع هامش الحرية الممنوح للإعلاميين ليتاح لهم التعبير عن أنفسهم ومجتمعاتهم دون قيود، ومنحهم المزيد من ضمانات العمل والحرية.
- تحديث برامج التأهيل المهني والعلمي والتثقيف السياسي ، وهذا للارتقاء بالأداء الإعلامي للإعلاميين والمؤسسات الإعلامية على حد سواء.
- كما تهدف هذه القنوات لأن تكون جسرا إعلاميا يسهل انتقال الخبر للمشاهدين والذي يتيح لهم الاطلاع الدائم والمستمر على آخر المستجدات في العالم في شتى المجالات.
- محاولة تقديم تغطية إخبارية شاملة لقضايا الساعة وتزويد المشاهد بكافة وجهات النظر دون تحيز.
- محاولة توفير خدمة إخبارية على أعلى مستوى من الاحترافية والكفاءة.

¹ إياد شاكرا البكري ، مرجع سابق، ص132.

² منى سعيد الحديدي، حسن عماد مكاوي، الفضائيات العربية ومتغيرات العصر- أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام ط1،الدار المصرية اللبنانية، القاهرة ، 2005 ، ص 279 .

الفصل الثاني: البث الفضائي و القنوات الإخبارية

- إعداد برامج إخبارية وتحقيقات تهدف إلى رفع الوعي السياسي والاقتصادي والاجتماعي للمشاهدين.
- التغطية الفورية للأحداث المهمة في جميع أنحاء العالم من خلال شبكة من المراسلين والمندوبين المتواجدين في معظم عواصم العالم.

- الانتقال من مرحلة التأثير إلى واقع التأثير والفعل¹.

4- أهم القنوات الفضائية الإخبارية الجزائرية.

من أهم القنوات الإخبارية الجزائرية الخاصة نجد ما يلي:

أ- المغربية :

هي قناة حوارية وإخبارية تأسست في نوفمبر 2011 وبدأت في بث برامجها يوم 06 ديسمبر 2011 تعمل على تسليط الضوء على القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية تهتم المواطنين في جميع الدول المغربية وتبث مباشرة من المملكة المتحدة بريطانيا، وقد أعلنت قناة المغربية أنّها قناة موجهة بنسبة 50 إلى 60% من شبكتها البرمجية للمشاهدين الجزائري مع برجة متنوعة وإخبارية وأسئلة موضوعاتية ومختلف الآراء، وقد أعلن سليم صالحى أن أحد مؤسسيها هو نجل عباسي مدني رئيس الجبهة الإسلامية للإنقاذ المحظورة والذي يعيش حاليا في قطر.

وتهدف قناة المغربية من خلال مختلف موادها الإعلامية إلى مدّ جسور التواصل بين شعوب المنطقة والمساهمة في تكريس حق المواطنين في الوصول الى المعلومة الصحيحة ومتابعة خدمة إعلامية تعتمد الرصانة والموضوعية وترتكز على المهنية والحرفية وتضمن حرية التعبير وتبرز الرأي و الرأي الآخر تحت شعار مغربية بلا حدود.

وتسعى قناة المغربية لأن تكون فضاء لتواصل الشعوب المغربية، يطلعون من خلاله على واقعهم دون تعميم أو تزييف ويطلون منه على العالم وتجارب شعوبه، كما تفتح المجال أمام جمهورها للمساهمة في نصرة القيم الإنسانية وتعزيزها وعلى أرسها قيم الحرية والمساواة وحقوق الإنسان².

من أهم برامجها نجد:

- صدى الشارع

- قالت الصحف

- الحدث المغربي

- العالم اليوم

- مواطنون مع وقف التنفيذ

¹ صفاء أبو سعيد ، فيروز شحادة، مرجع سابق ، ص ، ص52-56.

² <http://www.startimes.com/faspix?t=29879209> / 03 / 24 / 2016

- واش قالو في الجرنال

ب- النهار tv :

هي قناة جزائرية مستقلة أنشأها مجموعة من الإعلاميين والصحفيين الجزائريين، انطلق البث التحريبي للقناة يوم 6 مارس 2012 بأول نشرة إخبارية قدمت من طرف الثنائي الإعلامي رياض بن عمر ونور اليقين مغريش ، اتخذت القناة مقرها الرئيسي بالعاصمة الأردنية عمان، ليبدأ البث من هناك على قمر نايل سات، تهتم القناة بالشأن الإخباري والسياسي في الجزائر، حيث أنّ برامجها كانت مزيجاً بين نشرات الأخبار الرياضية واخبار الاقتصاد في الجزائر وكذا أخبار الصحف الوطنية.

أهم البرامج التي تقدمها:

- نشرات الأخبار.

- أخبار النهار .

- الحدث .

- متفرقات .

- معرض الصحافة .

- في الواجهة عين على الأحداث.

- برامج اجتماعية.

- برامج رياضية.

- الأركان السياسية¹.

ج- نوميديا نيوز :

هي قناة إخبارية جزائرية مستقلة، وقد اتخذت هذا الاسم تيمناً بمملكة نوميديا الأمازيغية التي قامت في عصور ما قبل الميلاد وهي الجازر حالياً، انطلق بثها في 11 ديسمبر 2012 في الذكرى الأولى لانطلاق وكالة نوميديا نيوز وهو تاريخ يصادف يوم خروج الجزائريين طلباً للتححر سنة 1961 ، وتهتم ببث آخر المستجدات السياسية والرياضية على الساحة الجزائرية العربية والدولية، وهي قناة إخبارية لكون معظم برامجها ذات صيغة إخبارية إلى جانب بعض البرامج الحوارية والتفاعلية والاجتماعية، وانطلقت القناة تحت شعار " إعلام جديد " ويتواجد المقر المركزي للقناة بجنيف سويسرا إلى جانب مقر فرعي بالجزائر وفروع أخرى بدول الخليج وأمريكا.

- تهدف القناة بالدرجة الأولى إلى إيصال صورتها إلى مختلف أرجاء العالم وهذا من خلال بثها لنشرات إخبارية تتابع الأحداث في كل مكان وبكل مصداقية، خاصة وأنّ القناة تحصلت على رخص في أكبر الهيئات العالمية ، وتبث إلى جانب اللغة العربية باللغة الأمازيغية والفرنسية والإنجليزية والإسبانية¹.

¹ موقع موسوعة ويكيبيديا الالكترونية: www.wikipedia.org ، 2016/02/18.

ومن جهة أخرى تهدف إلى توصيل الصورة الحقيقية للأحداث دون تحريف أو تزييف، وهذا ما تتحدث عنه في مختلف برامجها بلدان العالم أهمها مكتب واشنطن، ومكتب فينا، ومن ثم مكتب القاهرة ومكتبي باريس ودبي إلى جانب مكاتب أخرى مثل مكتب صنعاء ومسقط وعمان، باماكو والخرطوم وغيرها... من أهم برامج القناة :

- نشرة الجزائر: التي تسلط الضوء على أهم المستجدات السياسية في الجزائر.
- نشرة المغرب العربي والساحل: وتهتم بأخبار دول المغرب العربي ودول الساحل .
- نشرة اليمن وشبه الجزيرة العربية: وتهتم بأخبار مستجدات منطقة شبه الجزيرة العربية واليمن .
- نشرة فلسطين: وهي نشرة خاصة بدولة فلسطين المحتلة وأهم مجريات الأحداث فيها .
- نشرة تركيا وما جاورها: وهي نشرة خاصة بتركيا و العراق وسوريا ومختلف الدول القريبة إلى تركيا .
- نشرة أوروبا الشرقية: وهي نشرة تهتم بأخبار دول أوروبا الشرقية مثل اليونان والمجر وغيرها .
- المجلة الأوروبية: نشرة عامة عن أخبار دول أوروبا .
- نشرة أمريكا : وهي نشرة تلم بأهم الأخبار والأحداث في قارة أمريكا .
- رأي في الحدث بالإضافة إلى برنامج سري جدا مع طوني خليفة .
- عدسة المراسلين: تسلط الضوء على أهم التقارير التي قام بها مراسلو نوميديا نيوز عبر العالم .
- تحقيقات: الذي يسلط الضوء على مظاهر الفساد وغيرها في الوطن و العالم .
- فلاش سبور : ملخص لأهم الأحداث الرياضية اليومية .
- المجلة الرياضية : خلاصة لأهم الأحداث الرياضية العالمية.
- نيوتيك : يقدم أهم مستجدات التكنولوجيا والاتصال² .

د- الشروق نيوز :

هي قناة إخبارية تابعة لمؤسسة الشروق حيث انطلق البث الرسمي لها يوم 09 مارس 2014 في احتفالية خاصة بمناسبة السنة الثانية لإطلاق أول قناة تابعة للمؤسسة تهتم بتغطية الأحداث الوطنية والدولية شعارها " كن أول من يعلم " ويدير القناة سمير بوجاجة.

الشروق نيوز جاءت لتواكب الأحداث العامة التي تشهدها الساحة السياسية، الاقتصادية، الاجتماعية، الرياضية والثقافية، وتسعى القناة للالتزام بالمهنية والموضوعية وحق كل الحساسيات والاتجاهات في الإعلام، كما

¹ المرجع نفسه.

² الموقع الإلكتروني لقناة نوميديا نيوز: <http://www.numidianews.com/apst,266624> ، 2016/03/04.

الفصل الثاني: البث الفضائي و القنوات الإخبارية

سخرت القناة كل الإمكانيات المادية لتزويد جميع المراسلين داخل الوطن وخارجه بأحدث الوسائل في القطاع السمعي البصري لمواكبة الأحداث الوطنية والدولية وتغطيتها بكل حيادية ومهنية.
من أهم برامجها:

- الأخبار : موجز الأنباء ، أخبار الاقتصاد ، النشرات .
- البرامج الحوارية السياسية : هنا الجزائر ، الساعة الدولية .
- البرامج الحوارية الرياضية : ستوديو فوت .
- الحلقة المفقودة .
- يحدث في العالم ¹ .

٥- دزاير نيوز :

قام رجل الأعمال الجزائرية صاحب شركة حداد للأشغال العمومية علي حداد بإنشاء قناة دزاير نيوز والتي هي عبارة عن قناة اخبارية بامتياز وقد ظهرت قناة دزاير نيوز في الجزائر مكان قناة الوثام تفي وتبث القناة مجموعة من البرامج و الحصص المتنوعة في مختلف المجالات أهمها البرامج السياسية والرياضية بالإضافة الى الحصص الدينية ² .

¹ <http://www.startimes.com/faspix?t=29879209> ، 18/03/2016.

² <http://www.dz.madarm.com/2014/05/dzair-newstv-channel-frequency-nilesat> ، 18/11/2016.

استمارة استبيان لجمع المعلومات

تحية طيبة :

هذه الاستمارة تعد أداة بحث مهمة في دراستنا التي تندرج في إطار التحضير لشهادة الماستر و تتعلق بموضوع " استخدامات الطلبة الجزائريين للقنوات الفضائية الاخبارية و الإشاعات المحققة -دراسة ميدانية لعينة من طلبة الماستر إعلام و اتصال بجامعة المسيلة- " ، لذا يرجى منكم المساعدة بإجاباتكم الموضوعية و الدقيقة عن الأسئلة التي تتضمنها الاستمارة ، ونحيطكم علما أن المعلومات التي تدلون بها لن تستعمل إلا لغرض علمي بحث .

المطلوب منكم :

- القراءة المتأنية لكل سؤال .
- ضع علامة (x) داخل إطار الإجابة المناسبة.

إشراف الأستاذ:

أحمد مهدي الزواوي.

إعداد الطالب:

حبوش عبد الباسط.

البيانات الشخصية :

الجنس :

ذكر - أنثى

السن :

من 23 سنة إلى 26 سنة من 27 سنة إلى 30 سنة
 30 سنة فما فوق

المستوى التعليمي :

01 ماستر - 02 ماستر

التخصص :

اتصال و علاقات عامة صحافة مكتوبة

المحور الأول: عادات و أنماط تعرض الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية.

1- هل تشاهد التلفاز؟

نعم - لا

2- كم جهاز تلفاز لديكم في البيت؟

جهاز - جهازين - أكثر

3- أين تشاهد التلفاز؟

في البيت - في الإقامة - أماكن أخرى

4- ما مدى متابعتك للقنوات الإخبارية الجزائرية؟

1- دائما

2- أحيانا

3- أبدا

5- إذا كنت لا تتابع القنوات الإخبارية الجزائرية لماذا ؟

- لا أشاهد التلفزيون
 - لا يوجد لدي وقت لمشاهدتها
 - لا تعرض شيئا مهما
- أخرى :

6- كم ساعة تقضيها يوميا في مشاهدة القنوات الإخبارية الجزائرية ؟

- 1- أقل من ساعة يوميا
 2- من ساعة إلى ساعتين
 3- أكثر من ساعتين

7- متى تتابع القنوات الإخبارية الجزائرية ؟

- صباحا
 - الظهيرة
 - مساء
 - ليلا
 - أوقات مختلفة.

8- مع من تشاهد القنوات الإخبارية الجزائرية ؟

- بشكل فردي
 - مع الأسرة
 - مع الأصدقاء
- أخرى :

9- هل تتابع القنوات الإخبارية الجزائرية عن طريق :

- جهاز الاستقبال و التلفزيون - الانترنت

المحور الثاني دوافع متابعة القنوات الإخبارية الجزائرية :

10- ما هي القنوات الإخبارية التي تفضل مشاهدتها رتبها حسب الأولوية ؟

- الشروق News - نوميديا News
 - دزاير News - النهار TV
 - المغاربية - قناة الخبر KBC

11- ما هي البرامج التي تفضل مشاهدتها في القنوات الإخبارية الجزائرية ؟

- نشرات الأخبار - الموجز الإخباري
 - الأخبار و التحليل الرياضية - التحقيقات الإخبارية
- أخرى :

12- ما أكثر ما يشد انتباهك في القنوات الإخبارية الجزائرية ؟

- الخبر - المعالجة الإخبارية
 - الديكور - أداء المقدم
- أخرى :

13- ما هي أسباب مشاهدتك للقنوات الإخبارية الجزائرية ؟

- التعرف على أحدث الأخبار - زيادة معلوماتي عن مختلف القضايا
 - اكتساب مهارات جديدة - ارتباطها بالوطن
 - متابعة الأحداث والأخبار الرياضية - استضافة شخصيات تشق بتحليلها
 - معرفة موضوعات تساعد على النقاش مع الآخرين
 - مستقلة عن الإعلام الحكومي
 - اعتمادها على مصادر موثوقة
- أخرى :

المحور الثالث: الإشباع المحققة من متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية

14- هل القنوات الإخبارية الجزائرية تلبي حاجيات الطلبة ؟

- نعم لا -

1-14 في حالة الإجابة بـ نعم :

- لأنها تنقل الحدث لحظة وقوعه
 - كون القنوات متنوعة في أخبارها
 - استخدام القنوات الفضائية الإخبارية للأساليب الناجحة في تقديم البرامج
- أخرى :

2-14 في حالة الإجابة بـ لا :

- كون برامج القنوات الإخبارية الجزائرية بعيدة عن اهتمامات الطلبة
- تقدم القنوات للأخبار وعدم اهتمامها بإيجاد الحلول.
- الأساليب التقليدية في تقديم الخبر
- اقتصر القنوات على الأخبار المجردة فقط دون تحليلها.
- أخرى :

15- هل تعتقد أن القنوات الإخبارية الجزائرية تؤثر على الطلبة :

- سلبي
- إيجابي

1-16 في حالة إجابتك سلبي فهل يعود ذلك إلى:

- تشويه القنوات لبعض الحقائق
- كون القنوات تزرع الإحباط لدى المتلقي أو المشاهد.
- ترويح القنوات للكثير من الإيديولوجيات.
- الاعتماد على طابع الصحفية في تناول الموضوعات
- أخرى :

2-16 إذا كانت إجابتك إيجابا فهل يعود ذلك إلى:

- تزيد من الوعي الثقافي و السياسي
- تنقل الحقيقة الغائبة.
- تزود الرصيد المعرفي
- تملأ وقت الفراغ
- أخرى :

17- هل تغنيك القنوات الإخبارية الجزائرية على متابعة نظيرتها الأجنبية بنسبة :

- كبيرة
- متوسطة
- صغيرة

18- هل ترى تمتعها بالحرية في نشر الأخبار بشكل :

- كبير - متوسط - قليل

19- هل تشعر بالجدية في المنظومة الخيرية لهذه القنوات ؟

- نعم - لا

20- هل تشعر بالصدق اتجاه هذه القنوات ؟

- نعم - لا

أولاً : عرض وتحليل ومناقشة النتائج:

بعد جمع استمارة الاستبيان من طرف أفراد عينة الدراسة المقدر عددهم ب 60 فرد، و بعد استيفائها للإجابات الكاملة، قمنا بعملية ترميز البيانات الخاصة باستمارة الاستبيان وتفرغ الإجابات في برنامج Microsoft Excel و الذي تحصلنا من خلاله على النتائج التالية:

التساؤل الأول:

نص التساؤل الأول على ما يلي: " ما هي عادات و أنماط تعرض طلبة علوم الإعلام و الاتصال للقنوات الإخبارية الجزائرية؟".

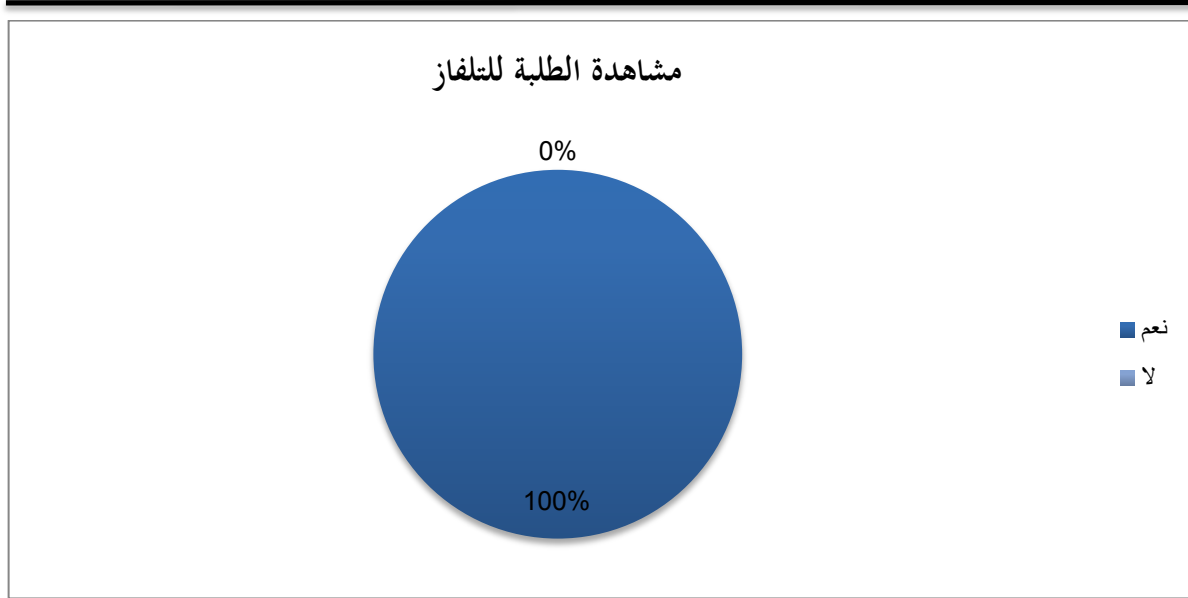
و بعد المعالجة الإحصائية توصلنا إلى النتيجة التالية:

أ) المحور الأول: عادات و أنماط تعرض طلبة علوم الإعلام و الاتصال للقنوات الإخبارية الجزائرية.

الجدول رقم 05: يوضح مشاهدة الطلبة للتلفاز.

1. هل تشاهد التلفاز ؟

هل تشاهد التلفاز؟	التكرار	النسبة المئوية
نعم	60	100%
لا	0	0%
المجموع	60	100%



الشكل رقم 07: دائرة نسبية توضح مشاهدة الطلبة للتلفاز

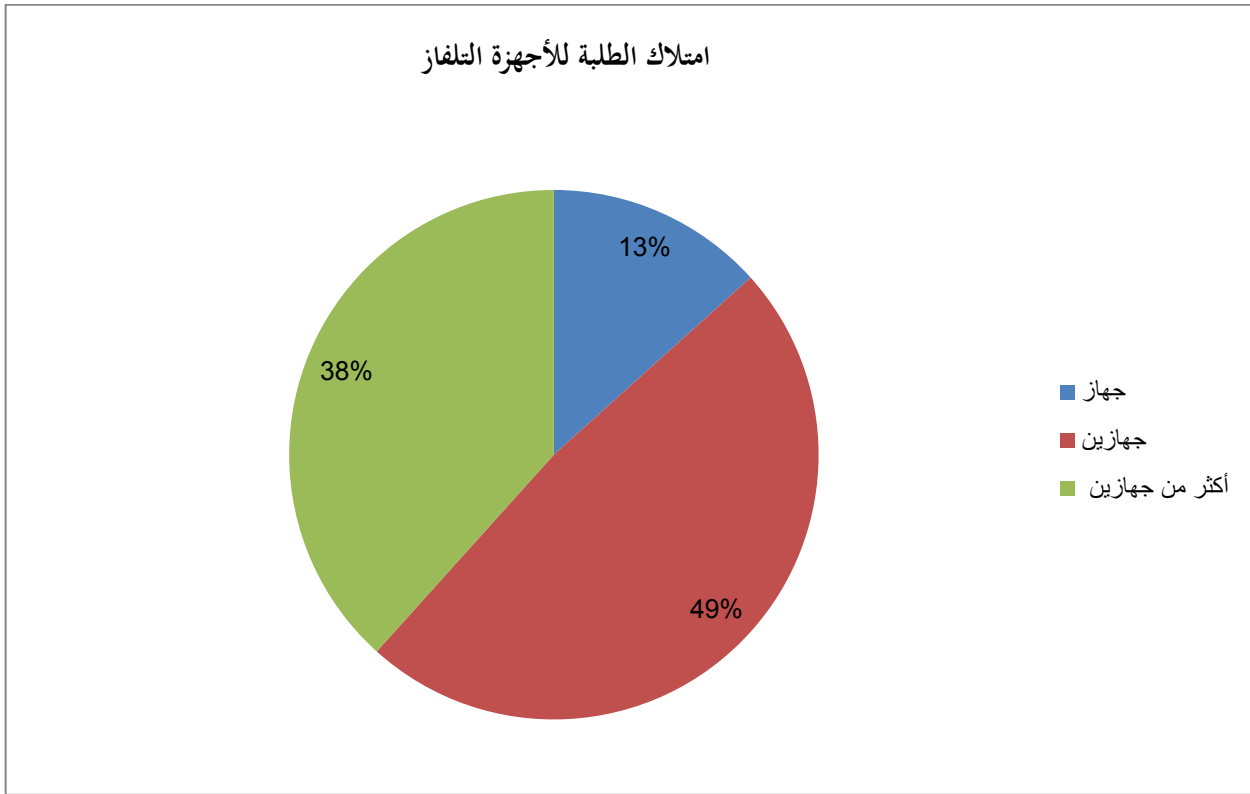
أوضحت النتائج المبينة في الجدول أعلاه الذي يوضح مشاهدة الطلبة للتلفاز أن كل الطلبة يشاهدون التلفاز بنسبة مئوية تساوي 100%، و لا يوجد من بين الطلبة من لا يشاهد التلفاز.

نلاحظ من خلال النتائج أن جميع الطلبة يشاهدون التلفاز و بالتالي ستم الإجابة على بقية أسئلة الاستمارة فليس هناك من لا يشاهد التلفاز و بالتالي من يشاهد التلفاز سيتعرض للقنوات الإخبارية الجزائرية.

الجدول رقم 06: يوضح امتلاك الطلبة لأجهزة التلفاز.

2. كم جهاز تلفاز لديك؟

النسبة المئوية	التكرار	كم جهاز تلفاز لديك؟
13%	8	جهاز
48%	29	جهازين
38%	23	أكثر من جهازين
100%	60	المجموع



الشكل رقم 08: دائرة نسبية توضح امتلاك الطلبة لأجهزة التلفاز.

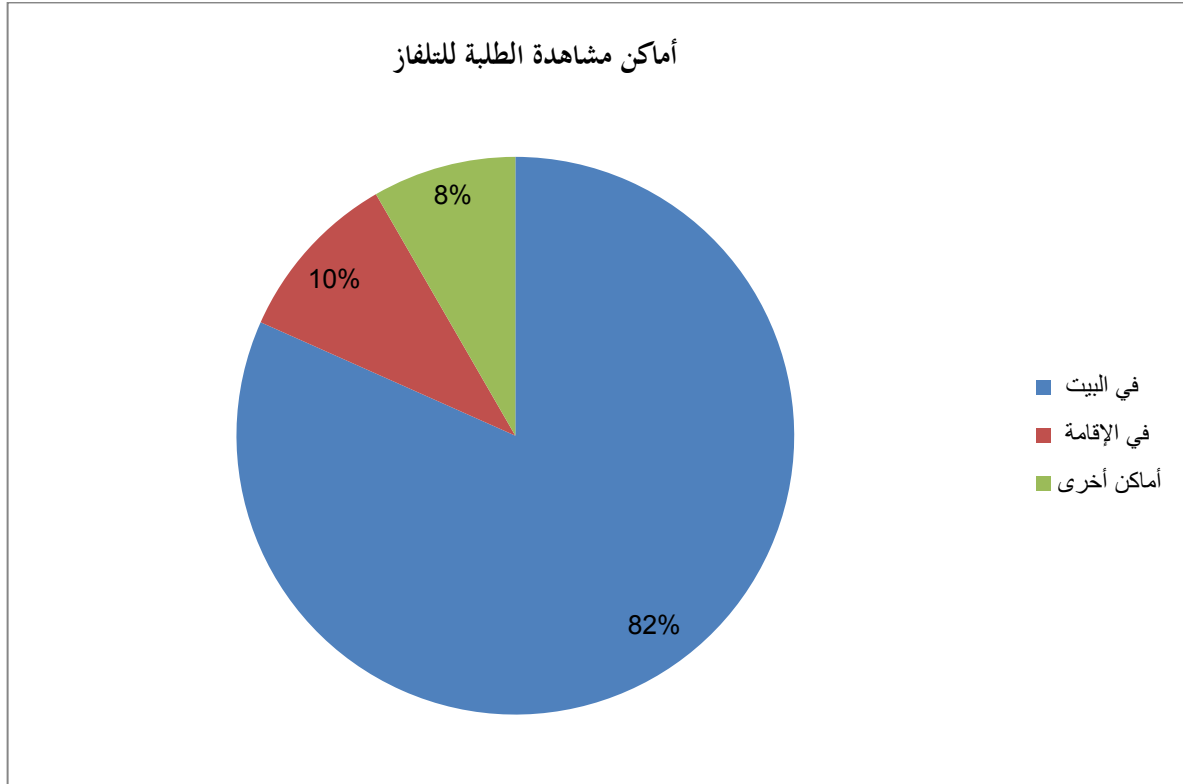
أوضحت النتائج المبينة في الجدول أعلاه الذي يوضح امتلاك الطلبة لأجهزة التلفاز أن أكبر نسبة كانت من نصيب من لديهم جهازين تلفاز من بين الطلبة بنسبة 48% تليها نسبة 38% لمن لديهم أكثر من جهازين، أما من لديهم جهاز واحد هم بنسبة 13%.

نلاحظ من خلال النتائج أن الطلبة الذين يملكون جهاز تلفاز واحد لا يشاهدون التلفاز بكثرة أما من لديهم جهازين فيإمكانهم مشاهدته أكثر ممن يمتلك جهاز واحد لامتلاك الخيار في المتابعة من خلال الجهاز الآخر أما من لديهم أكثر من جهازين فهم من يشاهدونه أكثر لأنه كلما زاد عدد الأجهزة كلما زادت نسبة المشاهدة.

الجدول رقم 07: يوضح أماكن مشاهدة الطلبة للتلفاز.

3. أين تشاهد التلفاز؟

النسبة المئوية	التكرار	أين تشاهد التلفاز؟
82%	49	في البيت
10%	6	في الإقامة
8%	5	أماكن أخرى
100%	60	المجموع



الشكل رقم 09: دائرة نسبية توضح أماكن مشاهدة الطلبة للتلفاز.

الإطار التطبيقي للدراسة

أوضحت النتائج المبينة في الجدول أعلاه الذي يوضح أماكن مشاهدة الطلبة للتلفاز أن أكبر نسبة هي للطلبة الذين يشاهدون التلفاز في البيت قدرت بنسبة %82 يأتي بعدها الطلبة الذين يشاهدونه في الإقامة بنسبة %10 أما من يشاهدونه في أماكن أخرى هم بنسبة %8.

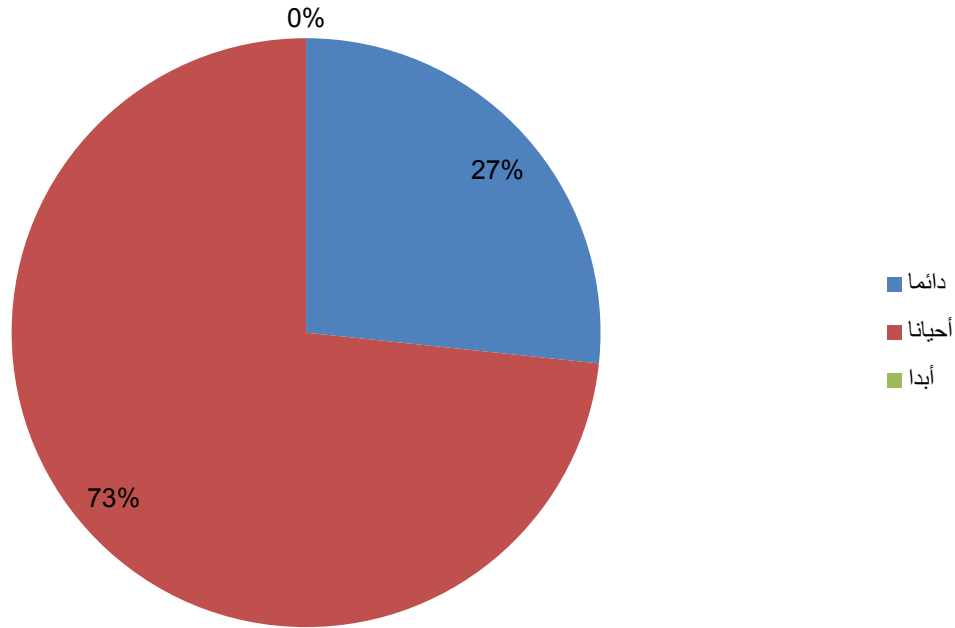
نلاحظ من خلال النتائج أن نسبة متابعة الطلبة للتلفاز في البيت هي أكبر نسبة لأن التلفاز يتابع في البيت بشكل كبير وكون الطالب الجامعي ليس لديه جهاز تلفاز خاص به سواء في الإقامة أو في أماكن أخرى لذا شهدت هذه الأماكن نسب قليلة تتعلق بأماكن متابعة الطلبة للتلفاز.

الجدول رقم 08: يوضح مدى متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية.

4. ما مدى متابعتك للقنوات الإخبارية الجزائرية؟

هل تتابع القنوات الإخبارية الجزائرية؟	التكرار	النسبة المئوية
دائما	16	%27
أحيانا	44	%73
أبدا	0	%0
المجموع	60	100%

متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية



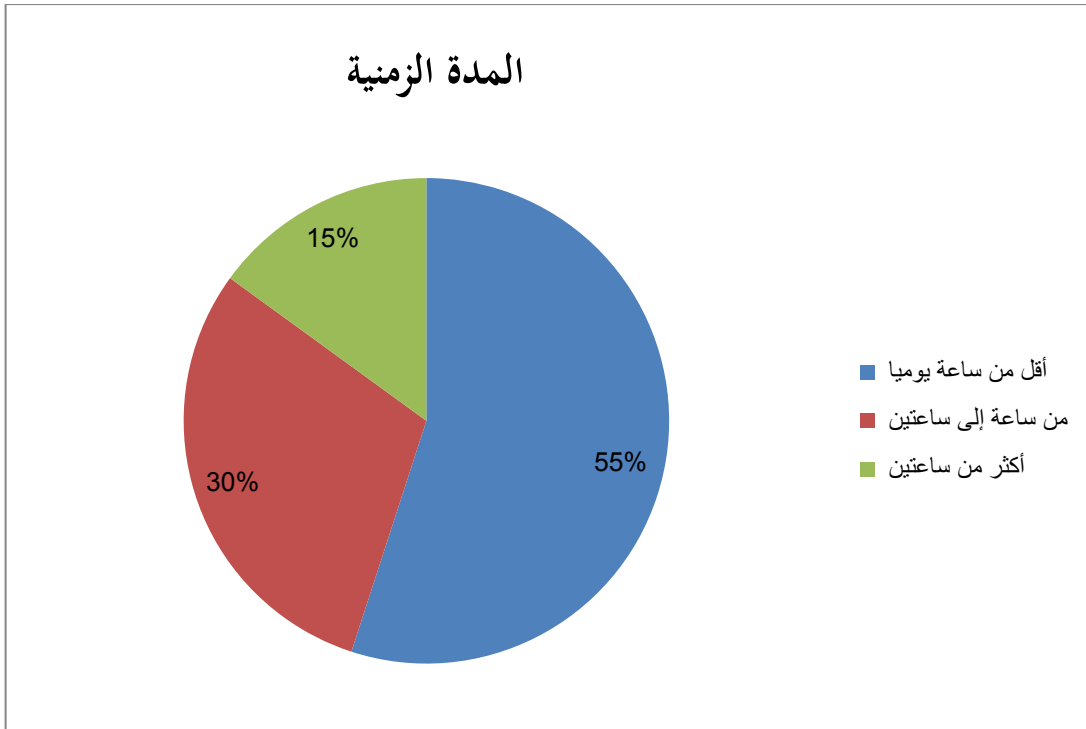
الشكل رقم 10: دائرة نسبية توضح متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية.

أوضحت النتائج المبينة في الجدول أعلاه الذي يوضح متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية أن الطلبة الذين يتابعون القنوات الإخبارية الجزائرية أحيانا هم في الدرجة الأولى بنسبة 73% يليها الطلبة الذين يتابعونها دائما بنسبة 27% ولا يوجد من الطلبة من لا يتابع القنوات الإخبارية الجزائرية فنسبتهم منعدمة تماما. نلاحظ من خلال النتائج أن متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية تكون أحيانا كأعلى نسبة سجلتها النتائج لأن اهتمامات الطلبة بالمواضيع الشبابية و العلمية أكثر منها بالمواضيع الإخبارية وليس هناك من الشباب من لا يتابع القنوات الإخبارية لأنهم بحاجة إلى معرفة ما يدور حولهم من أخبار من خلال متابعة القنوات الإخبارية الجزائرية.

الجدول رقم 09: يوضح المدة التي يقضيها الطلبة يوميا في مشاهدة القنوات الإخبارية الجزائرية.

5. كم ساعة تقضيها يوميا في مشاهدة القنوات الإخبارية الجزائرية؟

النسبة المئوية	التكرار	كم ساعة تقضيها يوميا في مشاهدة القنوات الإخبارية الجزائرية؟
55%	33	أقل من ساعة يوميا
30%	18	من ساعة إلى ساعتين
15%	9	أكثر من ساعتين
100%	60	المجموع



الشكل رقم 11: دائرة نسبية توضح المدة التي يقضيها الطلبة يوميا في مشاهدة القنوات الإخبارية الجزائرية.

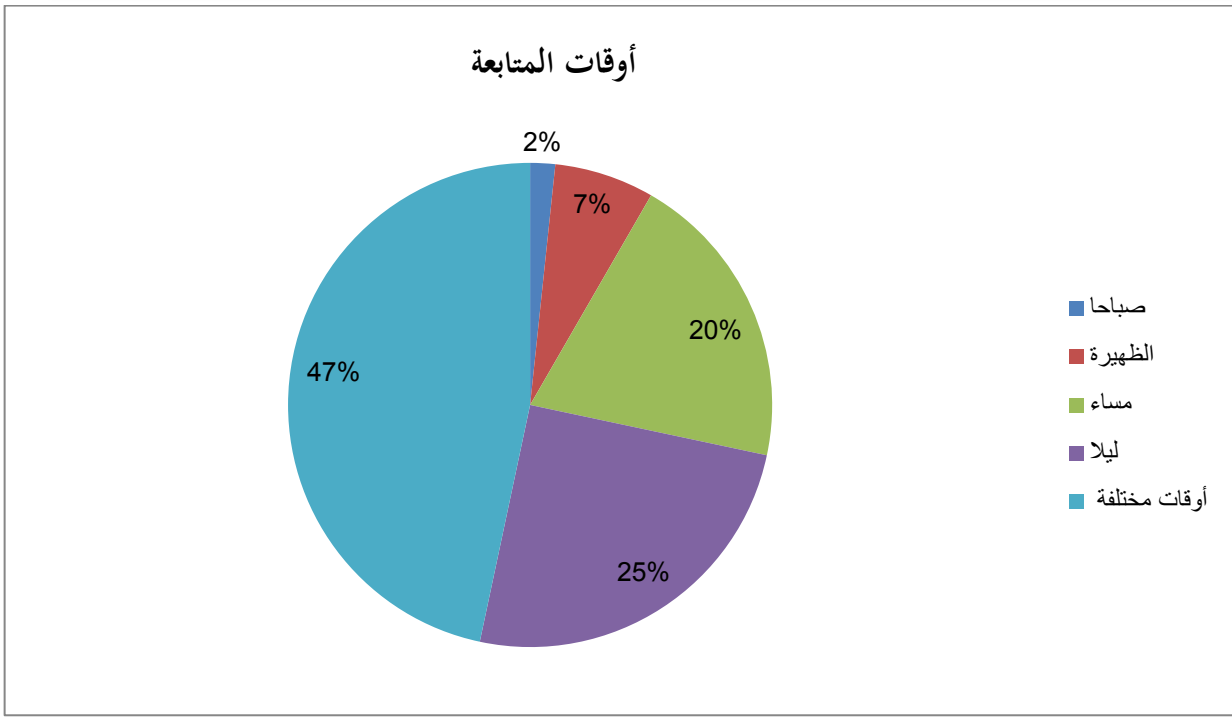
أوضحت النتائج المبينة في الجدول أعلاه الذي يوضح المدة التي يقضيها الطلبة يوميا في مشاهدة القنوات الإخبارية الجزائرية أن أغلبية الطلبة الذين يقضون أقل من ساعة يوميا في مشاهدة القنوات الإخبارية هم الأغلبية وفي المرتبة الأولى بنسبة 55% و في المرتبة الثانية للطلبة ممن يقضي من ساعة إلى ساعتين يوميا في مشاهدتها بنسبة 30% في الأخير هناك من الطلبة من يقضي أكثر من ساعتين يوميا في مشاهدة القنوات الإخبارية الجزائرية هم بنسبة 15%.

نلاحظ من خلال النتائج أن المدة التي يقضيها الطلبة يوميا في مشاهدة القنوات الإخبارية الجزائرية هي أقل من ساعة يوميا و هو متوسط نشرات الأخبار كمتابعة الأخبار التي تهمه فقط في قنوات معينة وهناك من الطلبة من يتابعها من ساعة إلى ساعتين بنسبة قليلة و ذلك من خلال التنقل بين القنوات الإخبارية و متابعة الأخبار المختلفة فلا يقتصر وقت المتابعة على قناة إخبارية واحدة بل يتابع من كل قناة إخبارية مدة معينة أما من يتابعون القنوات الإخبارية الجزائرية أكثر من ساعتين فهم قلة لأن المدة الزمنية لمتابعة هذه القنوات طويلة نوعا ما و هناك قنوات أخرى تهم الشباب أكثر من القنوات الإخبارية.

الجدول رقم 10: يوضح أوقات متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية.

6. متى تتابع القنوات الإخبارية الجزائرية؟

النسبة المئوية	التكرار	متى تتابع القنوات الإخبارية الجزائرية؟
2%	1	صباحا
7%	4	الظهيرة
20%	12	مساء
25%	15	ليلا
47%	28	أوقات مختلفة
100%	60	المجموع



الشكل رقم 12: دائرة نسبية توضح أوقات متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية.

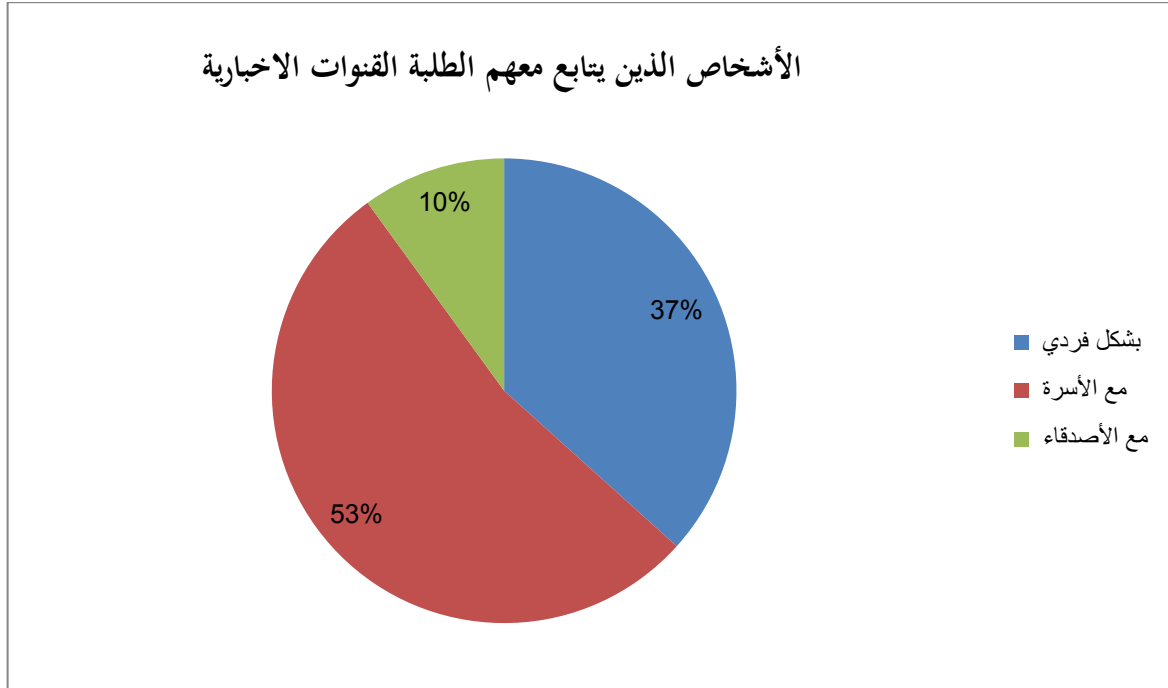
أوضحت النتائج المبينة في الجدول أعلاه الذي يوضح أوقات متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية أن أكثر الطلبة يتابعون القنوات الإخبارية الجزائرية في أوقات مختلفة بنسبة 47% يليها الطلبة المتابعون لها ليلا بنسبة 25% ثم يأتي بعدها المتابعون مساءً بنسبة 20% يليها الطلبة المتابعون لها في وقت الظهرية بنسبة 7% و أخيرا الطلبة المتابعون للقنوات الإخبارية صباحا التي تكاد تنعدم بنسبة 2%.

نلاحظ من خلال النتائج المستخلصة أن متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية تكون في أوقات مختلفة بنسبة كبيرة لأن الطالب يقضي جل وقته في الدراسة و بالتالي يتابع هذه القنوات متى ما سمح له الوقت في أوقات مختلفة، لا يتابعها بكثرة في الفترة الصباحية لالتحاق معظم الطلبة بمقاعد الجامعة نفس الشيء بالنسبة لفترة الظهرية يكون الطلبة معظمهم خارج البيت في الجامعة وتزداد النسبة ليلا لالتحاق أغلبية الطلبة بمنزلهم و تفرغهم لمشاهدة التلفاز.

الجدول رقم 11: يوضح الأشخاص الذين يتابع معهم الطلبة القنوات الإخبارية الجزائرية.

7. مع من تشاهد القنوات الإخبارية الجزائرية؟

النسبة المئوية	التكرار	مع من تشاهد القنوات الإخبارية الجزائرية؟
37%	22	بشكل فردي
53%	32	مع الأسرة
10%	6	مع الأصدقاء
100%	60	المجموع



الشكل رقم 13: دائرة نسبية توضح الأشخاص الذين يتابع معهم الطلبة القنوات الإخبارية الجزائرية.

الإطار التطبيقي للدراسة

أوضحت النتائج المبينة في الجدول أعلاه الذي يوضح الأشخاص الذين يتابع معهم الطلبة القنوات الإخبارية الجزائرية فأغلبية الطلبة يتابعونها مع الأسرة بنسبة **53%** يليها الطلبة الذين يشاهدونها بشكل فردي بنسبة **37%** و في الأخير الطلبة الذين يشاهدون القنوات الإخبارية الجزائرية مع الأصدقاء بنسبة **10%**.

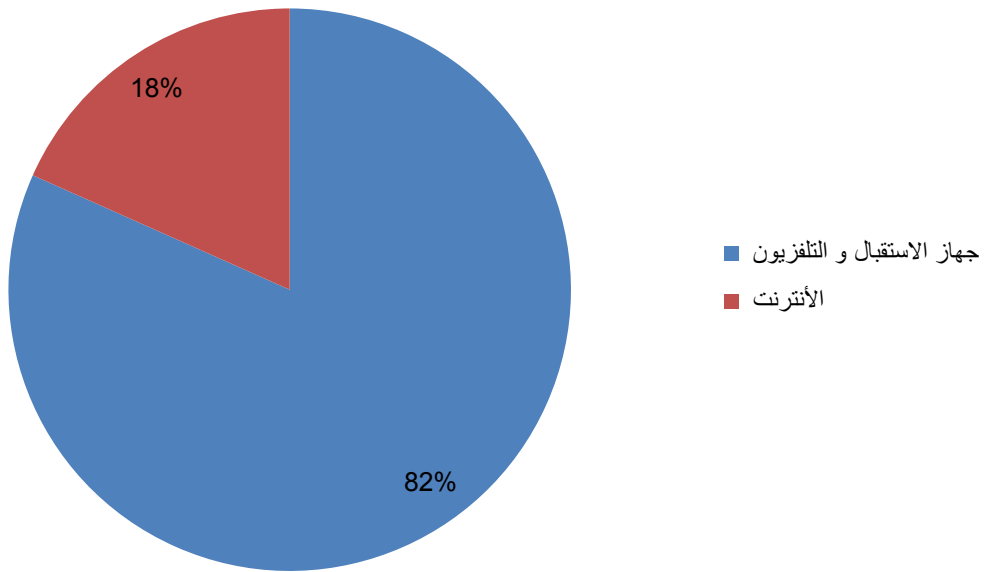
نلاحظ من خلال النتائج أن أغلبية الطلبة يتابعون القنوات الإخبارية مع الأسرة لأن الأسرة كثيرا ما تجتمع أمام التلفاز لمتابعة الأخبار أما بقية الطلبة يتابعونها بشكل فردي و مع الأصدقاء بنسبة قليلة لأن قنوات أخرى يهتم الطلبة بمشاهدتها.

الجدول رقم **12**: يوضح الوسائل التي يتابع من خلالها الطلبة القنوات الإخبارية الجزائرية.

8. هل تتابع القنوات الإخبارية الجزائرية عن طريق؟

هل تتابع القنوات الإخبارية الجزائرية عن طريق؟	التكرار	النسبة المئوية
جهاز الاستقبال و التلفزيون	49	82%
الأنترنت	11	18%
المجموع	60	100%

وسائل متابعة القنوات الاخبارية



الشكل رقم 14: دائرة نسبية توضح الوسائل التي يتابع من خلالها الطلبة القنوات الإخبارية الجزائرية.

أوضحت النتائج المبينة في الجدول أعلاه الذي يوضح الوسائل التي يتابع من خلالها الطلبة القنوات الإخبارية الجزائرية أن جهاز الاستقبال و التلفزيون احتل المرتبة الأولى بنسبة 82% تليه مباشرة الأنترنت بنسبة 18%.

نلاحظ من خلال النتائج المبينة أن أغلبية الطلبة يتابعون القنوات الإخبارية الجزائرية عن طريق جهاز الاستقبال و التلفزيون لأنه موجود في كل بيت جزائري وسهول المتابعة من خلاله على عكس الأنترنت وأغلبية القنوات الإخبارية الجزائرية ليس لديها بث مباشر لقنواتها الإخبارية.

II) المحور الثاني: دوافع متابعة القنوات الإخبارية الجزائرية.

التساؤل الثاني:

نص التساؤل الثاني على ما يلي: " ما هي دوافع متابعة طلبة علوم الإعلام و الاتصال للقنوات الإخبارية

الجزائرية؟

الجدول رقم 13: يوضح القنوات الإخبارية التي يفضل الطلبة مشاهدتها حسب الأولوية.

9. ما هي القنوات الإخبارية التي تفضل مشاهدتها رتبها حسب الأولوية؟

أوضحت النتائج المبينة في الجدول أعلاه الذي يوضح القنوات الإخبارية التي يفضل الطلبة مشاهدتها حسب

الأولوية أن قناة الشروق نيوز احتلت المرتبة الأولى تليها قناة النهار تأتي بعدها قناة دزاير نيوز ثم قناة الخبر بعدها

المجموع	الخبر KBC	النهار TV	نوميديا NEWS	المغربية	دزاير NEWS	الشروق NEWS	القناة الرتبة
60	2	11	1	9	5	32	الرتبة 01
60	7	18	4	5	6	20	الرتبة 02
60	16	4	8	4	21	7	الرتبة 03
60	14	7	16	5	17	1	الرتبة 04
60	9	9	19	13	10	-	الرتبة 05
60	12	11	12	24	1	-	الرتبة 06
	60	60	60	60	60	60	المجموع

الإطار التطبيقي للدراسة

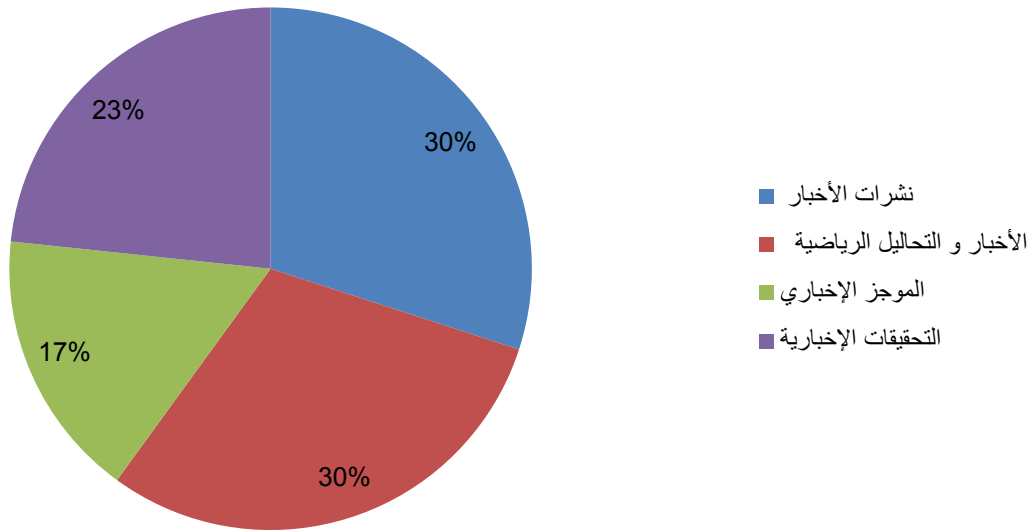
نوميديا نيوز و في الأخير قناة المغاربية، و قد تحصلنا على النتائج بمعرفة ترتيب القنوات من خلال قراءة عمودية للجدول و ذلك بحساب أكبر تكرار للقناة في كل رتبة من الرتب.

الجدول رقم 14: يوضح البرامج التي يفضل الطلبة مشاهدتها في القنوات الإخبارية الجزائرية.

10. ما هي البرامج التي تفضل مشاهدتها في القنوات الإخبارية الجزائرية؟

النسبة المئوية	التكرار	ما هي البرامج التي تفضل مشاهدتها في القنوات الإخبارية الجزائرية؟
30%	18	نشرات الأخبار
30%	18	الأخبار و التحليل الرياضية
17%	10	الموجز الإخباري
23%	14	التحقيقات الإخبارية
100%	60	المجموع

البرامج المفضلة في القنوات الإخبارية الجزائرية



الشكل رقم 15: دائرة نسبية توضح البرامج التي يفضل الطلبة مشاهدتها في القنوات الإخبارية الجزائرية

أوضحت النتائج المبينة في الجدول أعلاه الذي يوضح البرامج التي يفضل الطلبة مشاهدتها في القنوات الإخبارية الجزائرية أن أغلبية الطلبة يفضلون مشاهدة نشرات الأخبار و التحليل الرياضية بالدرجة الأولى و بنسبة 30% تليها التحقيقات الإخبارية بنسبة 23% و في الأخير تأتي المواضيع الإخبارية بنسبة 17%.

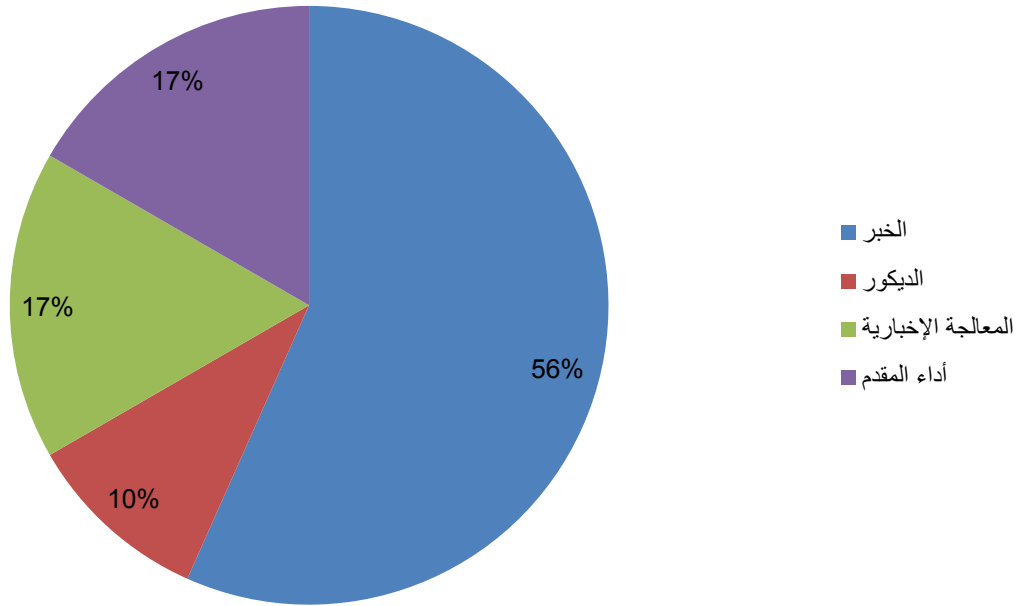
نلاحظ من خلال النتائج المتحصل عليها أن البرامج التي يفضل الطلبة مشاهدتها في القنوات الإخبارية هي نشرات الأخبار و التحليل الرياضية خاصة الذكور لأنهم يهتمون كثيرا بأخبار الرياضة، تأتي بعدها التحقيقات الإخبارية التي تحقق في المواضيع المختلفة في نشرات الأخبار أو برامج خاصة بالتحقيق و في الأخير تأتي المواضيع الإخبارية بنسبة قليلة.

الجدول رقم 15: يوضح أكثر ما يشد انتباه الطلبة في القنوات الإخبارية الجزائرية.

11. ما أكثر ما يشد انتباهك في القنوات الإخبارية الجزائرية؟

النسبة المئوية	التكرار	ما أكثر ما يشد انتباهك في القنوات الإخبارية الجزائرية؟
57%	34	الخبر
10%	6	الديكور
17%	10	المعالجة الإخبارية
17%	10	أداء المقدم
100%	60	المجموع

أكثر ما يشد انتباه الطلبة في القنوات الاخبارية



الشكل رقم 16: دائرة نسبية توضح أكثر ما يشد انتباه الطلبة في القنوات الإخبارية الجزائرية.

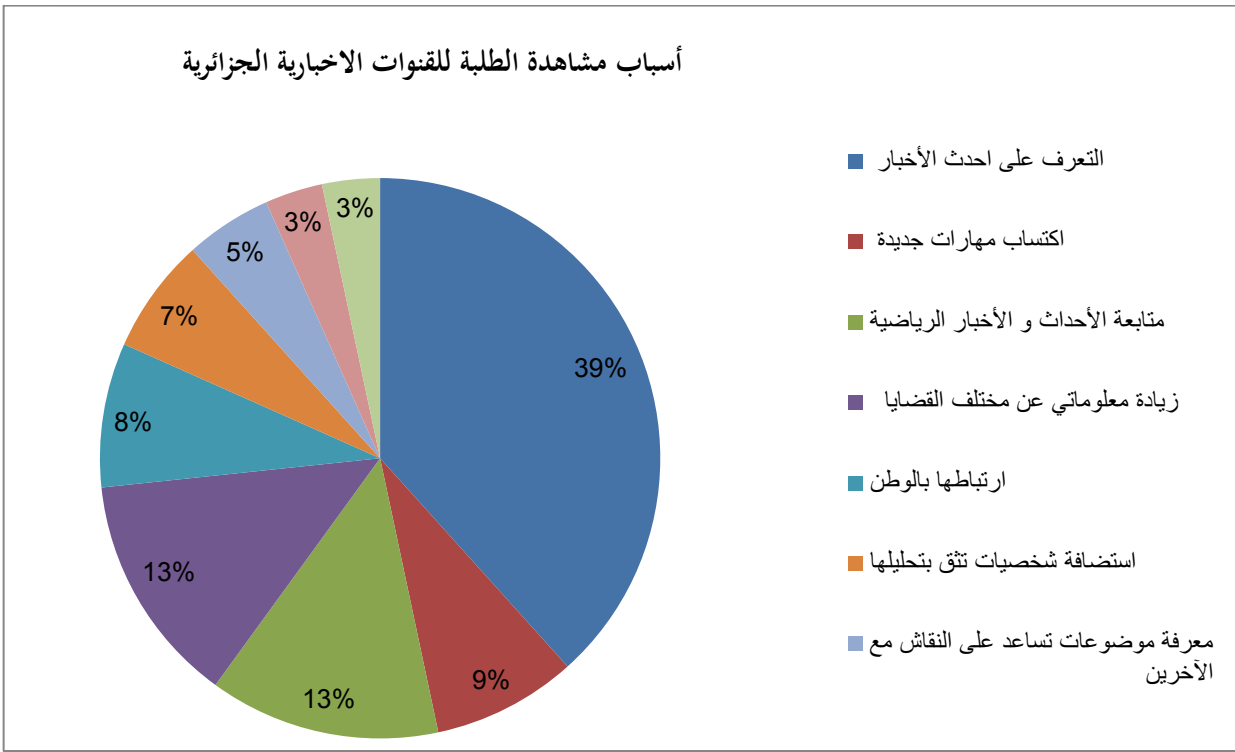
أوضحت النتائج المبينة في الجدول أعلاه الذي يوضح أكثر ما يشد انتباه الطلبة في القنوات الإخبارية الجزائرية بالدرجة الأولى هو الخبر بنسبة 57% تأتي بعدها المعالجة الإخبارية و أداء المقدم بنسبة 17% و يأتي الديكور في الأخير بنسبة 10%.

نلاحظ من خلال النتائج المستخلصة أن أكثر ما يشد انتباه الطلبة في القنوات الإخبارية هو الخبر لأن الأساس من متابعة القنوات الإخبارية هو الاطلاع على الأخبار بنسبة كبيرة ثم يشد انتباهه بعد متابعته للخبر الطريقة التي تم بها معالجة الخبر ثم أداء المقدم وطريقة إلقاءه للخبر و يكون الديكور هو آخر ما يشد انتباه الطلبة لأن الأخبار لا تعتمد على ديكور مبهرج وملفت للنظر بقدر ما يجب أن يكون ديكور الأخبار بسيط لا يشد انتباه الطلبة عن متابعتهم للخبر بالدرجة الأولى.

الجدول رقم 16: يوضح أسباب مشاهدة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية.

12. ما هي أسباب مشاهدتك للقنوات الإخبارية الجزائرية؟

النسبة المئوية	التكرار	ما هي أسباب مشاهدتك للقنوات الإخبارية الجزائرية؟
38%	23	التعرف على أحدث الأخبار
8%	5	اكتساب مهارات جديدة
13%	8	متابعة الأحداث و الأخبار الرياضية
13%	8	زيادة معلوماتي عن مختلف القضايا
8%	5	ارتباطها بالوطن
7%	4	استضافة شخصيات تثق بتحليلها
5%	3	معرفة موضوعات تساعد على النقاش مع الآخرين
3%	2	مستقلة عن الإعلام الحكومي
3%	2	اعتمادها على مصادر موثوقة
100%	60	المجموع



الشكل رقم 17: دائرة نسبية توضح أسباب مشاهدة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية.

أوضحت النتائج المبينة في الجدول أعلاه الذي يوضح أسباب مشاهدة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية أن السبب الأول لمتابعة الطلبة لهذه القنوات يتمثل في التعرف على أحدث الأخبار بنسبة 38% تليها متابعة الأحداث و الأخبار الرياضية و زيادة معلوماتهم عن مختلف القضايا بنسبة 13% يليها السبب الآخر و هو اكتساب مهارات جديدة و ارتباطها بالوطن بنسبة 8% تأتي بعدها استضافة شخصيات تثق بتحليلها بنسبة 7% ثم يأتي السبب الآخر و هو معرفة موضوعات تساعد على النقاش مع الآخرين بنسبة 5% والسبب الأخير هو اعتمادها على مصادر موثوقة و أنها مستقلة عن الإعلام الحكومي بنسبة 3%.

نلاحظ من خلال النتائج المتحصل عليها السبب الأساسي لمشاهدة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية هو التعرف على أحدث الأخبار وهو أهم سبب كون القنوات إخبارية بالدرجة الأولى إضافة إلى متابعة الأخبار الرياضية و التعرف على مختلف القضايا التي تشغل الرأي العام التي تزودهم بها الأخبار كون هذه الأخبار مرتبطة بالوطن وكون الأخبار تقدم أساليب إقناعيه في تقديمها للأخبار باستضافة شخصيات تثق في تحقيقها و تقدم أدلة حول الحدث كما أنها تفتح المجال للنقاش و تعدد الآراء و حرية التعبير عن الرأي والمصادر التي تعتمد عليها القنوات الإخبارية الجزائرية مصادر معتمدة وموثوق بها و معروفة كما أن استقلالها عن الإعلام الحكومي يسمح لها بحرية الرأي والتعبير و تزويد الطلبة والجمهور بمختلف الأخبار بكل صدق و موضوعية.

(III) المحور الثالث: الإشباع المحققة من متابعة طلبة علوم الإعلام و الاتصال للقنوات الإخبارية الجزائرية.

التساؤل الثالث:

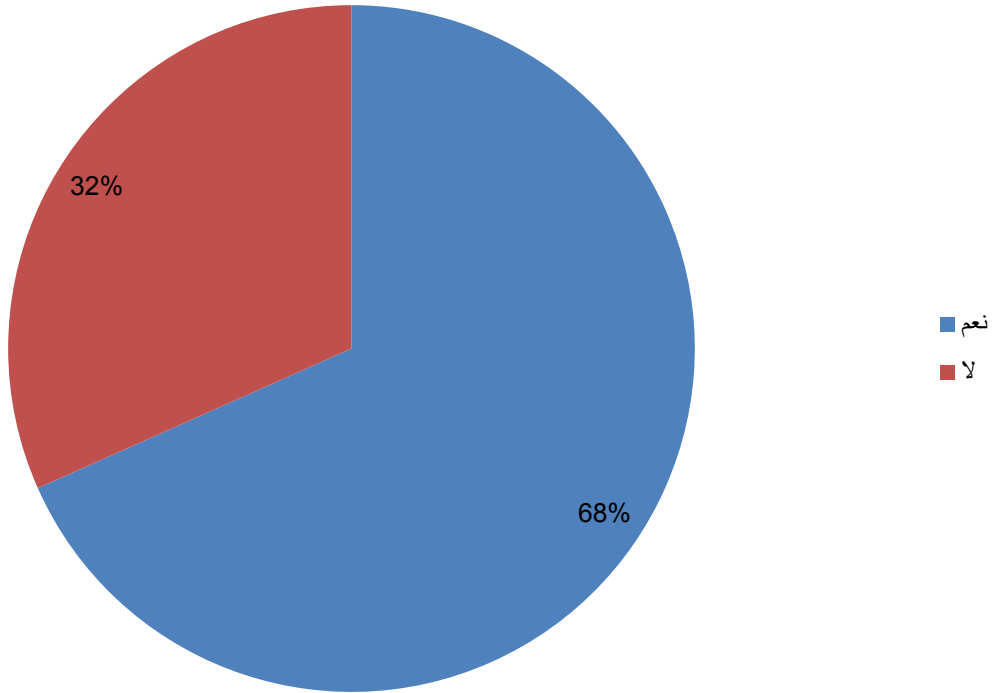
نص التساؤل الثالث على ما يلي: " ما هي الإشباع المحققة من متابعة طلبة علوم الاعلام و الاتصال للقنوات الإخبارية الجزائرية؟".

الجدول رقم 17: تلبية القنوات الإخبارية الجزائرية لحاجات الطلبة.

13. هل القنوات الإخبارية الجزائرية تلبية حاجات الطلبة ؟

النسبة المئوية	التكرار	هل القنوات الإخبارية الجزائرية تلبية حاجات الطلبة؟
68%	41	نعم
32%	19	لا
100%	60	المجموع

تلبية القنوات لحاجيات الطلبة



الشكل رقم 18: دائرة نسبية توضح الإشباع المحققة من متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية.

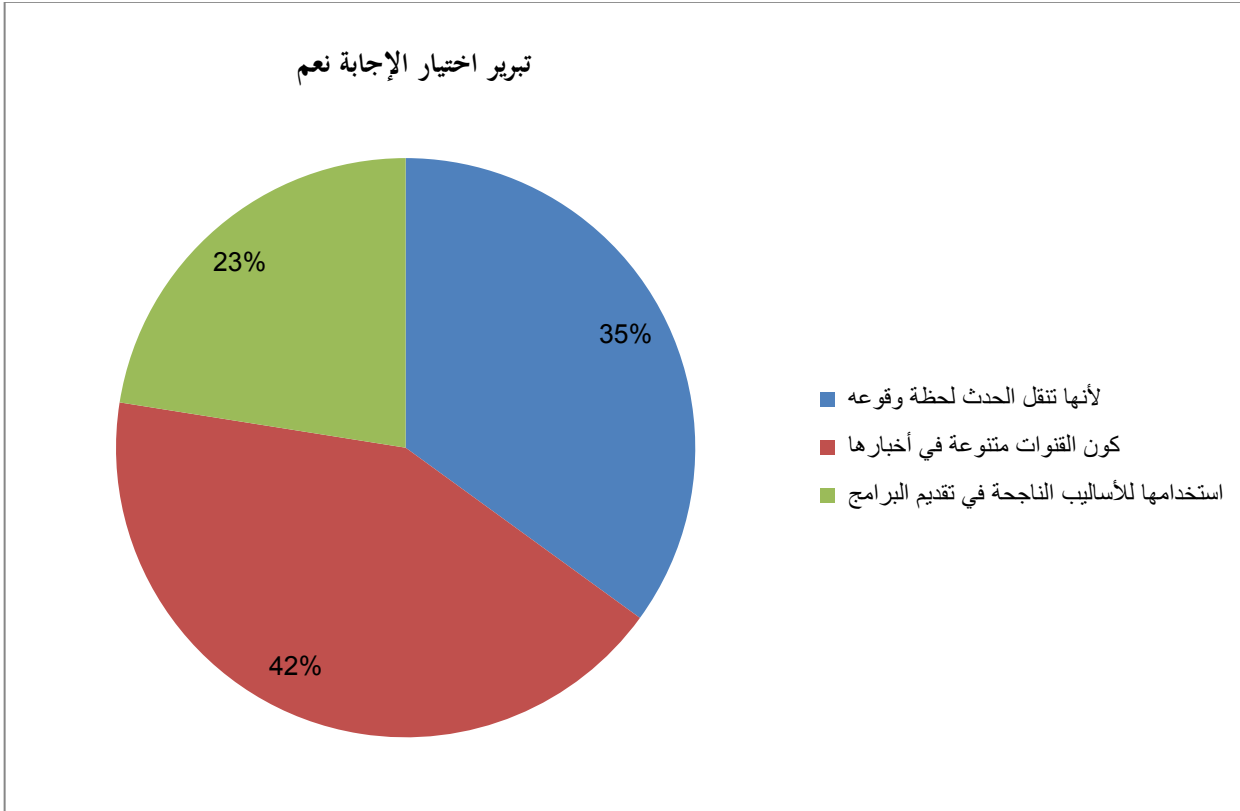
أوضحت النتائج المبينة في الجدول أعلاه الذي يوضح ما إذا كانت القنوات الإخبارية الجزائرية تلبي حاجات الطلبة حيث اتفق أغلبية الطلبة على أن القنوات الإخبارية الجزائرية تلبي حاجاتهم بنسبة 68% أما الطلبة الآخرون فكانت نسبتهم 32% ممن لا تلبي حاجياتهم تلك القنوات.

نلاحظ من خلال النتائج المستخلصة أن أغلبية الطلبة وبنسبة كبيرة تلبي القنوات الإخبارية الجزائرية حاجياتهم في تزويدهم بمختلف الأخبار فهي المصدر الأساسي الذي يعتمدون عليه بشكل كبير في عملية التعرف على ما يدور في الساحة الإعلامية من أخبار و يتابع الطلبة القنوات الإخبارية بنسبة كبيرة للتعرف على الأخبار لأنها المصدر الرئيسي لهم في عملية استقاء الأخبار المختلفة .

الجدول رقم 18: يوضح تبرير اختيار الإجابة نعم.

1.14- في حالة الإجابة بنعم:

النسبة المئوية	التكرار	في حالة الإجابة بنعم
35%	14	لأنها تنقل الحدث لحظة وقوعه الاهتمام بالآنية
43%	17	كون القنوات متنوعة في أخبارها التنوع في المواضيع التي يتم تناولها
23%	9	استخدامها للأساليب الناجحة في تقديم البرامج.
100%	40	المجموع



الشكل رقم 19: دائرة نسبية توضح تبرير اختيار الإجابة نعم.

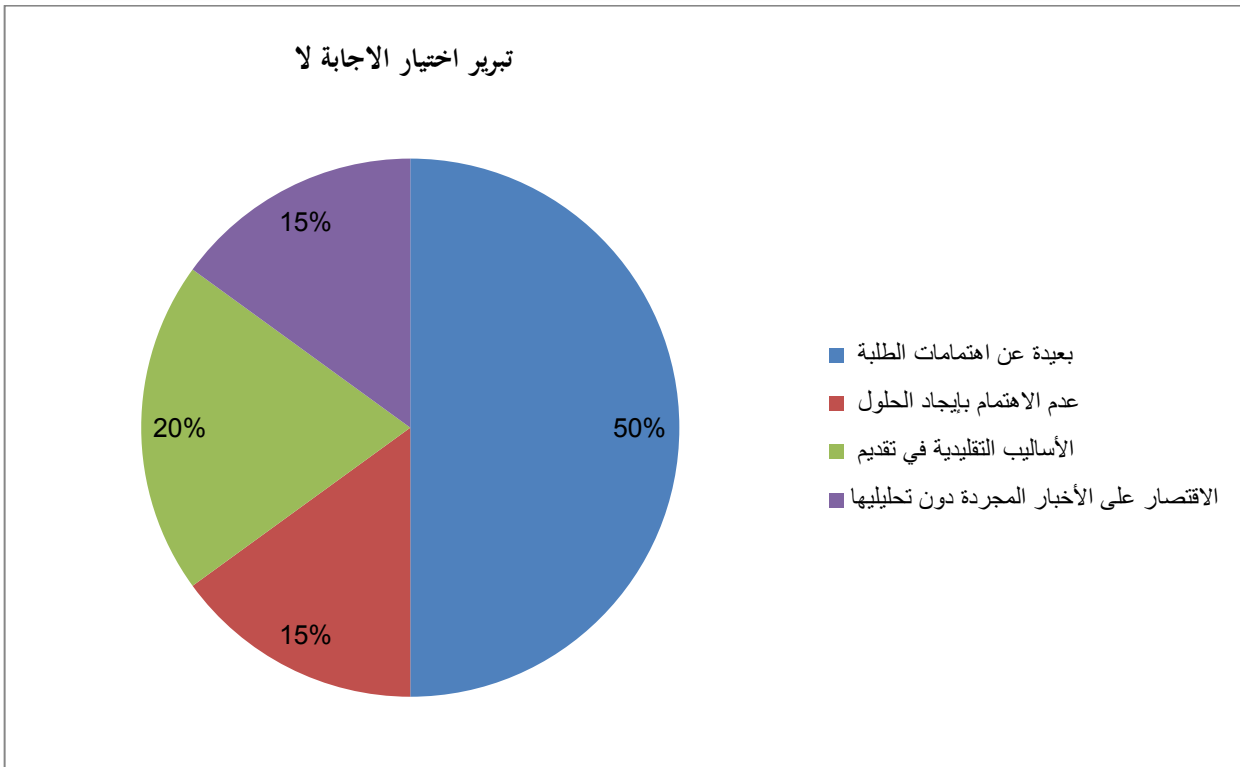
أوضحت النتائج المبينة في الجدول أعلاه الذي يوضح تبرير اختيار الإجابة نعم أن القنوات الإخبارية الجزائرية تلي حاجات الطلبة كونها متنوعة في أخبارها بالدرجة الأولى و بنسبة 43% يليها اختيار هذه القنوات لأنها تنقل الحدث لحظة وقوعه بنسبة 35% و في الأخير استخدامها للأساليب الناجحة في تقديم البرامج بنسبة 23%.

نلاحظ من خلال الجداول المتحصل عليها أن أغلبية الطلبة و بنسبة كبيرة تلي القنوات الإخبارية احتياجهم كونها متنوعة المواضيع التي تقدمها من مواضيع اجتماعية، اقتصادية، سياسية و ثقافية، إضافة إلى كون هذه القنوات تنقل الحدث لحظة وقوعه فهي تتميز بالسبق الصحفي والسرعة في تغطية الأحداث و نقلها وكذا استخدامها لأساليب ناجحة في تقديم البرامج الإخبارية التي تلي حاجيات الطلبة كاستخدام أساليب إقناعية للطلاب تزوده بالأدلة والبراهين و الإحصائيات التي تقنعهم هذه القنوات لما تقدمه من أخبار.

الجدول رقم 19: يوضح تبرير اختيار الإجابة لا.

2.14- في حالة الإجابة بلا:

النسبة المئوية	التكرار	في حالة الإجابة بلا
50%	10	بعيدة عن اهتمامات الطلبة
15%	3	عدم الاهتمام بإيجاد الحلول
20%	4	الأساليب التقليدية في التقديم
15%	3	الاقتصار على الأخبار المجردة دون تحليلها
100%	20	المجموع



الشكل رقم 20: دائرة نسبية توضح تبرير اختيار الإجابة لا.

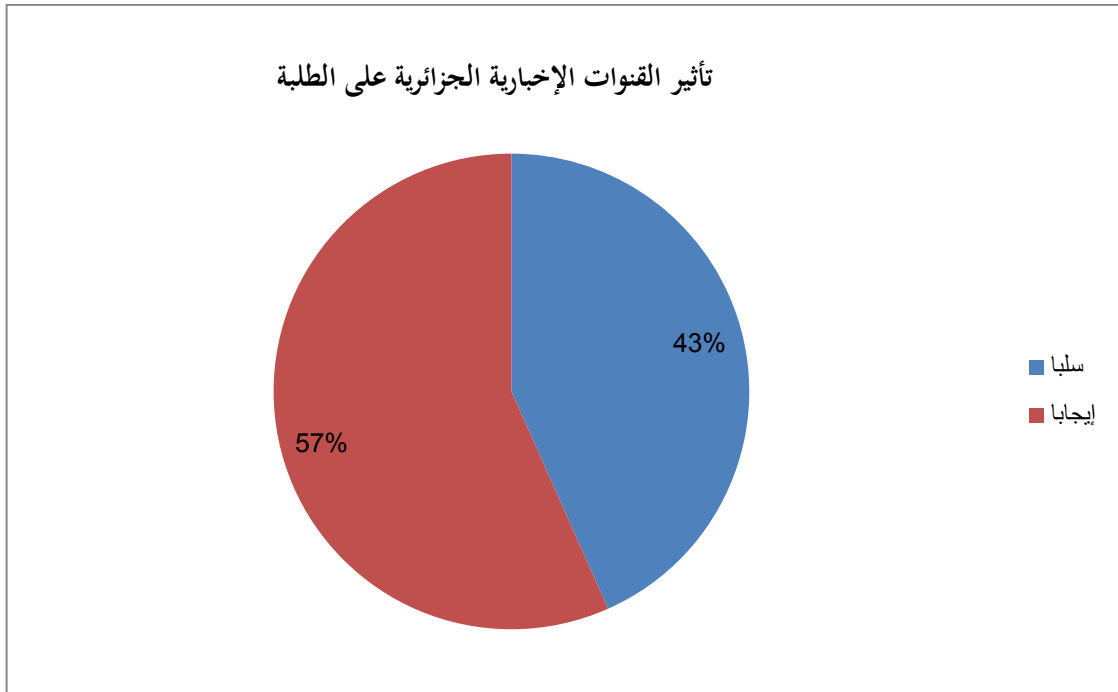
أوضحت النتائج المبينة في الجدول أعلاه الذي يوضح تبرير اختيار الإجابة لا أن سبب عدم تلبية القنوات الإخبارية لحاجيات الطلبة كونها بعيدة عن اهتمامات الطلبة بنسبة 50% تليها الأساليب التقليدية في التقديم بنسبة 20% يأتي بعدها في الأخير عدم الاهتمام بإيجاد الحلول و الاقتصار على الأخبار المجردة دون تحليلها بنسبة 15% .

نلاحظ من خلال النتائج المتحصل عليها أن القنوات الإخبارية لا تلبي حاجيات الطلبة لأنها بعيدة عن اهتماماتهم ولا تتطرق لأخبارهم الخاصة بهم و الخاصة بالجامعة و هو ما يفسر بعد المواضيع التي تبثها القنوات على اهتمامات الطلبة و عدم الاهتمام بما يجب القيام به و معالجتها للمواضيع بسطحية خاصة الأساليب التي تستخدمها هذه الأخيرة فهي أساليب تقليدية تقدم بها الخبر إضافة إلى أنها تقدم الخبر بشكل تقليدي كذلك دون أن تقوم بتحليله و فتح باب النقاش حول الموضوع فهي تقوم بمجرد نقل الخبر و فقط.

الجدول رقم 20: يوضح تأثير القنوات الإخبارية الجزائرية على الطلبة.

14. هل تعتقد أن القنوات الإخبارية الجزائرية تؤثر على الطلبة؟

النسبة المئوية	التكرار	هل تعتقد أن القنوات الإخبارية الجزائرية تؤثر على الطلبة؟
43%	26	سلبا
57%	34	إيجابا
100%	60	المجموع



الشكل رقم 21: دائرة نسبية توضح تأثير القنوات الإخبارية الجزائرية على الطلبة.

الإطار التطبيقي للدراسة

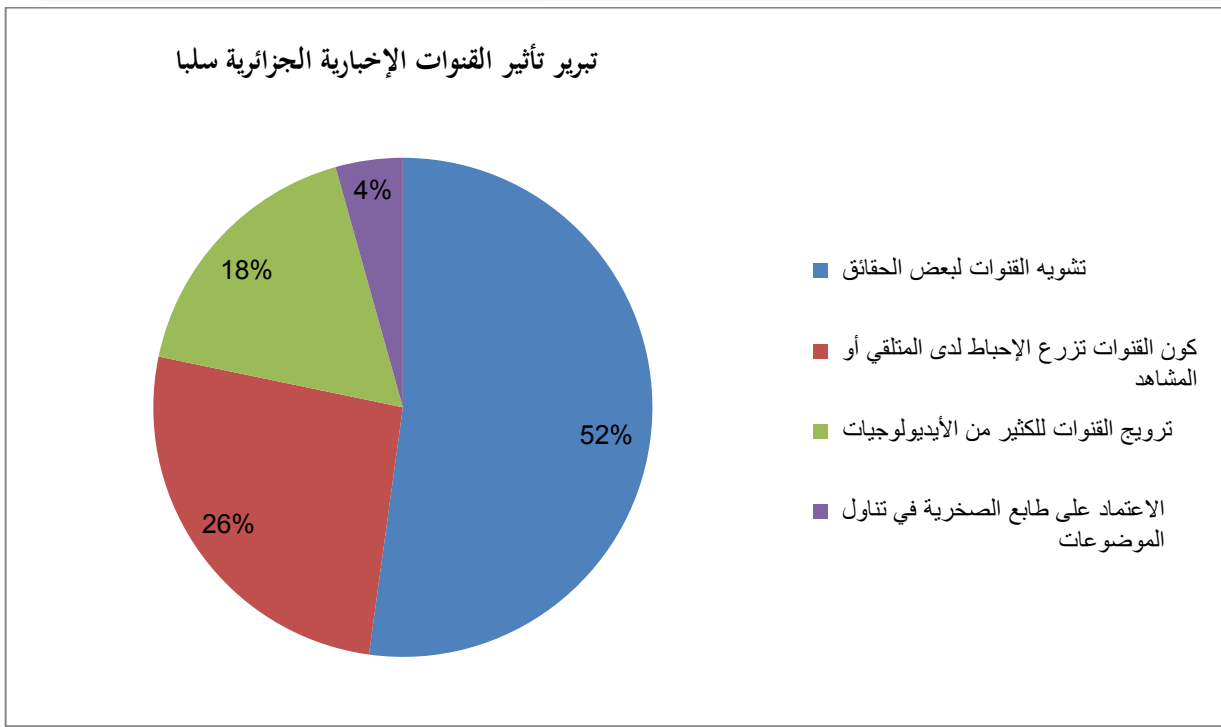
أوضحت النتائج المبينة في الجدول أعلاه الذي يوضح اعتقاد ما إذا كانت تؤثر القنوات الإخبارية الجزائرية على الطلبة حيث كان التأثير إيجابيا يحتل المرتبة الأولى بنسبة **75%** يليه التأثير السلبي بنسبة **43%**.

نلاحظ من خلال النتائج المبينة أن أغلبية الطلبة وبنسبة كبيرة تؤثر فيهم القنوات الإخبارية الجزائرية إيجابيا كونها تزودهم بالأخبار و المعلومات حول مختلف المجريات و الأحداث و العديد من الأسباب المختلفة و المتنوعة و بقية الطلبة تؤثر عليهم سلبا لأسباب أخرى سنتعرف عليها في النتائج القادمة.

الجدول رقم **21**: يوضح تبرير تأثير القنوات الإخبارية الجزائرية على الطلبة سلبا.

1.15- في حالة إجابتك سلبا فهل يعود ذلك إلى:

النسبة المئوية	التكرار	في حالة إجابتك سلبا فهل يعود ذلك إلى:
52%	12	تشويه القنوات لبعض الحقائق
26%	6	كون القنوات تزرع الإحباط لدى المتلقي أو المشاهد
17%	4	ترويج القنوات للكثير من الأيديولوجيات
4%	1	الاعتماد على طابع السخرية في تناول الموضوعات
100%	23	المجموع



الشكل رقم 22: دائرة نسبية توضح تبرير تأثير القنوات الإخبارية الجزائرية على الطلبة سلبا.

أوضحت النتائج المبينة في الجدول أعلاه الذي يوضح تبرير اعتقاد ما إذا كانت تؤثر القنوات الإخبارية الجزائرية على الطلبة سلبا بالدرجة الأولى هو تشويه القنوات لبعض الحقائق بنسبة **52%** يليه كون القنوات تزرع الإحباط لدى المتلقي أو المشاهد بنسبة **26%** يأتي بعده ترويج القنوات للكثير من الأيديولوجيات بنسبة **17%** و في الأخير الاعتماد على طابع الصخرية في تناول الموضوعات بنسبة **4%**.

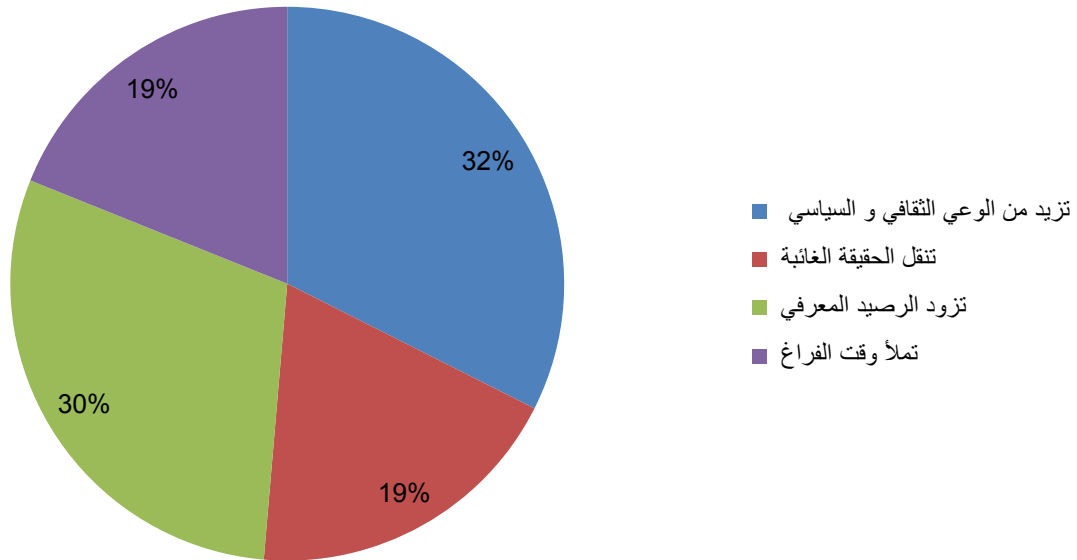
نلاحظ من خلال النتائج المتحصل عليها أن القنوات الإخبارية تؤثر سلبا على الطلبة لأنها تشوه بعض الحقائق وتزيّفها دون أن تقوم بنقلها كما هي وفقا لما يخدم سياسة القناة الإخبارية كما تقوم هذه القنوات بالترويج لأيديولوجيات معينة بالترويج لأفكارها من خلال الأخبار التي تقدمها و تزرع الإحباط لدى المتلقي بعدم تلبية رغبته ولا تمدّه بالأخبار كما يتوقعها كما أن القنوات الإخبارية الجزائرية تتناول بعض المواضيع المهمة و الجدية بطابع من الصخرية.

الجدول رقم 22: يوضح تبرير تأثير القنوات الإخبارية الجزائرية على الطلبة إيجابا.

2.15- إذا كانت إجابتك إيجابا فهل يعود ذلك إلى:

النسبة المئوية	التكرار	إذا كانت إجابتك إيجابا فهل يعود ذلك إلى:
32%	12	تزيد من الوعي الثقافي و السياسي
19%	7	تنقل الحقيقة الغائبة
30%	11	تزود الرصيد المعرفي
19%	7	تملاً وقت الفراغ
100%	37	المجموع

تبرير تأثير القنوات الإخبارية الجزائرية على الطلبة إيجابا



الشكل رقم 23: دائرة نسبية توضح تبرير تأثير القنوات الإخبارية الجزائرية على الطلبة إيجابا.

أوضحت النتائج المبينة في الجدول أعلاه الذي يوضح تبرير اعتقاد ما إذا كانت تؤثر القنوات الإخبارية الجزائرية على الطلبة إيجابا بالدرجة الأولى هو أنها تزيد من الوعي الثقافي و السياسي بنسبة **32%** و تزيد الرصيد المعرفي للطلاب بنسبة **30%** زيادة إلى أنها تنقل الحقيقة الغائبة و تملأ وقت الفراغ بنسبة **19%**. نلاحظ من خلال النتائج المتحصل عليها أن القنوات الإخبارية الجزائرية تؤثر إيجابا على الطلبة لسبب رئيسي يتمثل في زيادة الوعي الثقافي و السياسي من خلال اطلاعهم على مختلف الأخبار الثقافية و السياسية التي تساهم في زيادة رصيدهم المعرفي إضافة إلى نقل الحقيقة والأخبار المختلفة والمتنوعة كما هي و مملأ وقت الفراغ للطلاب ففي وقت فراغه يقوم بمتابعة ما يحدث من أخبار حوله.

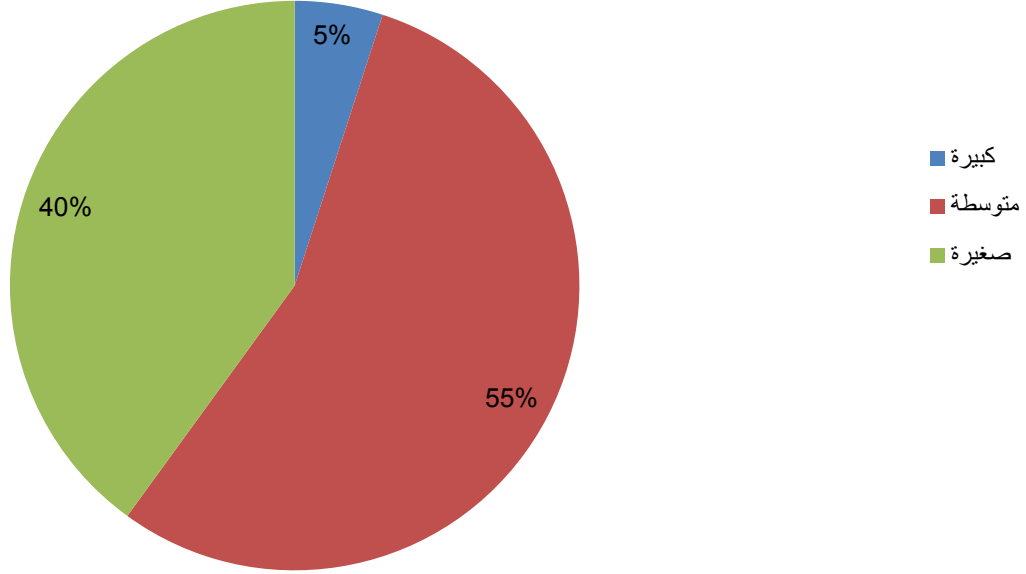
الجدول رقم 23: يوضح استغناء الطلبة عن القنوات الأجنبية بمتابعة القنوات الاخبارية الجزائرية.

15. هل تغنيك القنوات الإخبارية الجزائرية على متابعة نظيرتها الأجنبية بنسبة:

ترجمتها و ربطها بالتنافسية مع القنوات

النسبة المئوية	التكرار	هل تغنيك القنوات الإخبارية الجزائرية على متابعة نظيرتها الأجنبية بنسبة؟
5%	3	كبيرة
55%	33	متوسطة
40%	24	صغيرة
100%	60	المجموع

استغناء الطلبة عن القنوات الأجنبية بسبب القنوات الإخبارية الجزائرية



الشكل رقم 24: دائرة نسبية توضح ما إذا كانت القنوات الإخبارية الجزائرية تغني الطلبة على متابعة نظيرتها الأجنبية.

أوضحت النتائج المبينة في الجدول أعلاه الذي يوضح ما إذا كانت القنوات الإخبارية الجزائرية تغني الطلبة على متابعة نظيرتها الأجنبية أن أغلبية الطلبة تغنيهم بنسبة متوسطة هي 55% تليها من تغنيهم بنسبة صغيرة تمثلت في 40% و في الأخير هناك من تغنيهم بدرجة كبيرة بنسبة 5%.

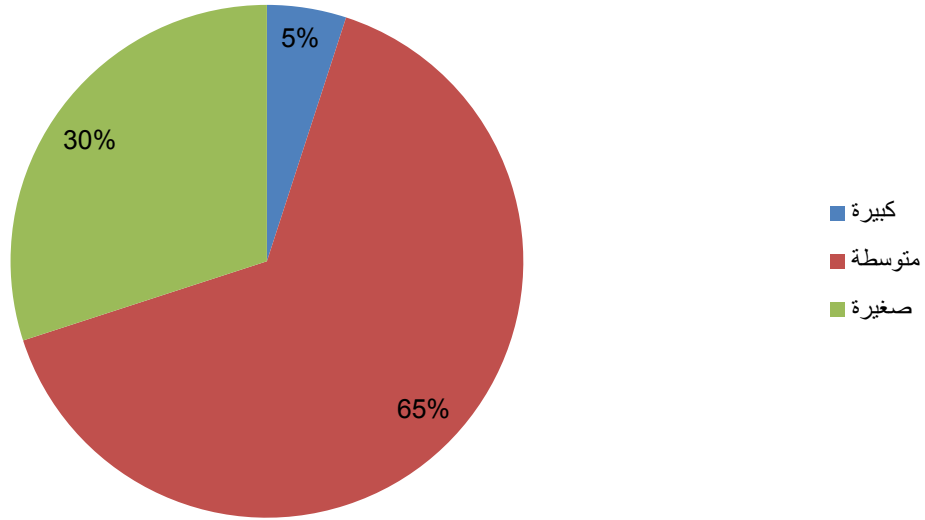
نلاحظ من خلال النتائج أن استغناء الطلبة عن القنوات الأجنبية مقارنة بنظيرتها الجزائرية يكون بدرجة متوسطة فهناك اعتدال في متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية مع نظيرتها الأجنبية للاطلاع على الأخبار المختلفة سواء المتعلقة بأخبار الوطن أو ما يحدث في العالم فنسبة الاستغناء بدرجة كبيرة و صغيرة تلي الاستغناء عنها بدرجة متوسطة للاطلاع على مختلف الأخبار و قد يلجأ الطلبة لمتابعة القنوات الأجنبية لعدم تناول القنوات الإخبارية الجزائرية لمواضيع خارجة عن نطاق الوطن بإسهاب.

الجدول رقم 24: يوضح درجة تمتع القنوات الإخبارية بالحرية في نشرها للأخبار.

16. هل ترى تمتعها بالحرية في نشر الأخبار بشكل:

النسبة المئوية	التكرار	هل ترى تمتعها بالحرية في نشر الأخبار بشكل
5%	3	كبيرة
65%	39	متوسطة
30%	18	صغيرة
100%	60	المجموع

درجة تمتع القنوات الإخبارية بالحرية في نشرها للأخبار



الشكل رقم 25: دائرة نسبية توضح درجة تمتع القنوات الإخبارية بالحرية في نشرها للأخبار.

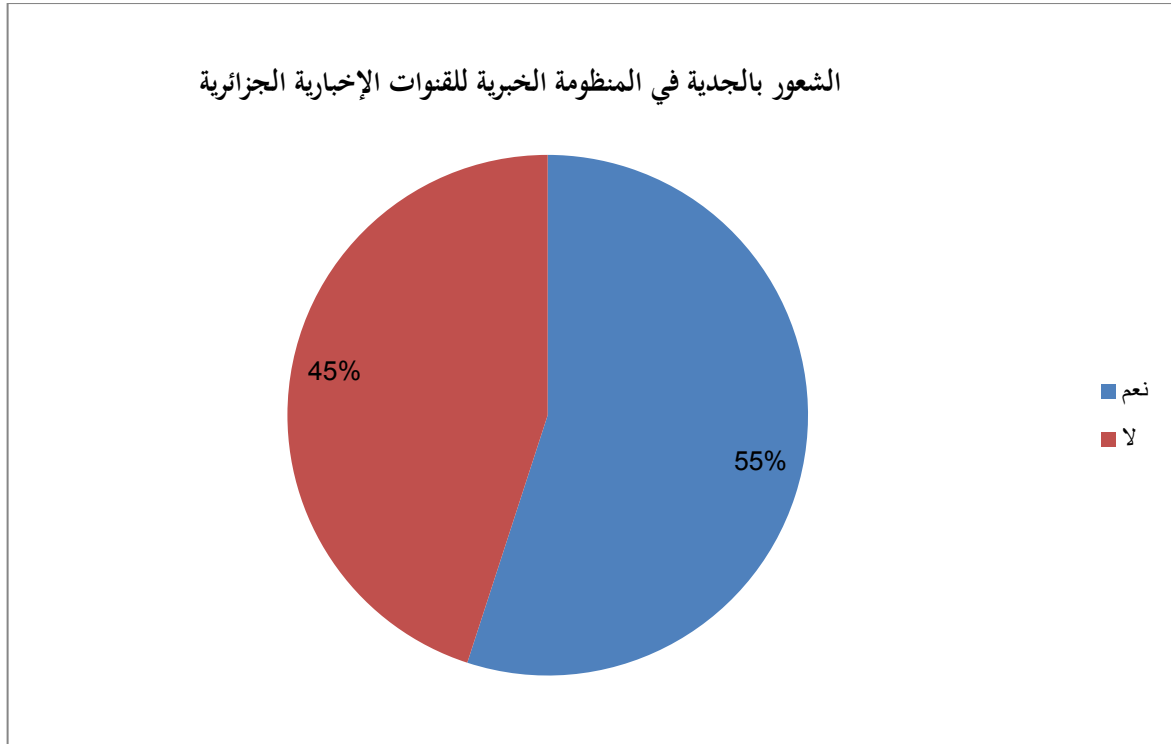
أوضحت النتائج المبينة في الجدول أعلاه الذي يوضح درجة تمتع القنوات الإخبارية بالحرية في نشرها للأخبار أن تمتعها بالحرية كان بدرجة متوسطة و بنسبة **65%** يليها التمتع بالحرية بدرجة صغيرة في نشر الأخبار بنسبة **30%** و في الأخير التمتع بالحرية بدرجة كبيرة في نشر الأخبار بنسبة **5%**.

نلاحظ من خلال النتائج المستخلصة أن القنوات الإخبارية الجزائرية تتمتع بالحرية بدرجة متوسطة في نشرها للأخبار لأن هناك قيود تتحكم فيها و لا توجد حرية تامة في نقلها للأخبار نظرا للسياسة التي تتبعها والضغوطات التي تمارسها عليها الجهات الممولة لها ويرها من الأسباب المختلفة و المتنوعة أي أن هناك اعتدال في تمتع القنوات الإخبارية الجزائرية بالحرية في نشرها للأخبار بين درجة صغيرة و كبيرة فالاعتدال يمثل الدرجة المتوسطة و يسمح بحرية التعبير فيما تسمح به الحدود المفترضة.

الجدول رقم 25: يوضح شعور الطلبة بالجدية في المنظومة الخيرية لهذه القنوات الإخبارية.

17. هل تشعر بالجدية في المنظومة الخيرية لهذه القنوات؟

النسبة المئوية	التكرار	هل تشعر بالجدية في المنظومة الخيرية لهذه القنوات؟
55%	33	نعم
45%	27	لا
100%	60	المجموع



الشكل رقم 26: دائرة نسبية توضح شعور الطلبة بالجدية في المنظومة الخيرية لهذه القنوات الإخبارية.

الإطار التطبيقي للدراسة

أوضحت النتائج المبينة في الجدول أعلاه الذي يوضح شعور الطلبة بالجدية في المنظومة الخيرية لهذه القنوات الإخبارية أن من يشعرون بالجدية في المنظومة الخيرية لهذه القنوات الإخبارية هم أكثر نسبة قدرت بنسبة **55%** يليها الطلبة الذين لا يشعرون بجديتها بنسبة **45%**.

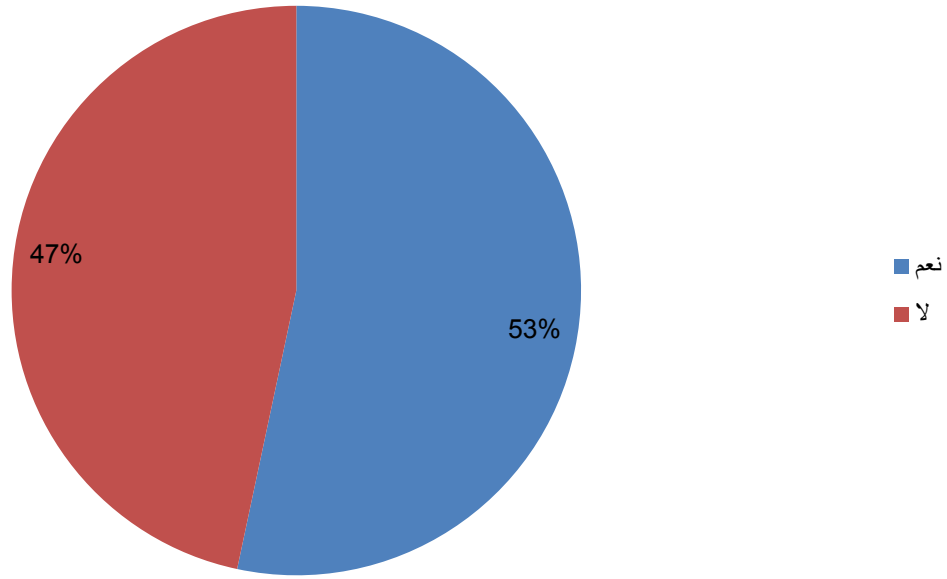
نلاحظ من خلال النتائج المستخلصة أن أغلبية الطلبة يشعرون بالجدية في المنظومة الخيرية لهذه القنوات الإخبارية الجزائرية و هذا ما تتطلبه طبيعة هذه القنوات كونها متخصصة في نقل الأخبار التي تتطلب الكثير من الجدية و الصرامة في نقل الخبر على عكس ما يشعر به بقية الطلبة بعدم الجدية في هذه المنظومة.

الجدول رقم **26**: يوضح شعور الطلبة بالصدق اتجاه القنوات الإخبارية.

18. هل تشعر بالصدق اتجاه هذه القنوات؟

هل تشعر بالصدق اتجاه هذه القنوات؟	التكرار	النسبة المئوية
نعم	32	53%
لا	28	47%
المجموع	60	100%

الشعور بالصدق اتجاه القنوات الإخبارية



الشكل رقم 27: دائرة نسبية توضح شعور الطلبة بالصدق اتجاه القنوات الإخبارية.

أوضحت النتائج المبينة في الجدول أعلاه الذي يوضح شعور الطلبة بالصدق اتجاه القنوات الإخبارية أن من يشعرون بالصدق اتجاه القنوات الإخبارية هم أكبر نسبة قدرت بنسبة **53%** يليها من لا يشعرون بالصدق اتجاه القنوات الإخبارية هم أقل نسبة قدرت بنسبة **47%**.

نلاحظ من خلال النتائج المستخلصة أن أغلبية الطلبة يشعرون بالصدق اتجاه القنوات الإخبارية الجزائرية بنسبة كبيرة وهذا ما يجعلهم يتابعونها و يعتمدونها كمصدر أساسي و مهم لاستقاء الأخبار أما بقية الطلبة فلا يشعرون بصدق هذه الأخيرة هذا ما يجعلهم في غنى عنها فيتم اللجوء في هذه الحالة إلى اعتماد قنوات إخبارية أخرى تمدهم بالأخبار التي يرونها صادقة حسب وجهة نظرهم.

ثانيا : استنتاجات:

من خلال الدراسة التي أجريناها حول موضوع الإشباع المحققة من استخدام الطلبة للقنوات الفضائية الإخبارية الجزائرية و بعد إجراء الدراسة الميدانية على عينة من طلبة الماستر في علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف بالمسبلة و بعد جمع المعلومات من طرف أفراد عينة الدراسة عن طريق استمارة الاستبيان تم التوصل إلى النتائج التالية :

1) " ما هي عادات و أنماط تعرض طلبة علوم الإعلام و الاتصال للقنوات الإخبارية الجزائرية؟"
تمثلت عادات و أنماط تعرض الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية فيما يلي:

- يتعرض الطلبة بنسبة كبيرة للتلفاز فكل الطلبة يشاهدون التلفاز ما يعني إمكانية متابعتهم للقنوات الإخبارية الجزائرية من خلال جهاز التلفاز.
- أغلبية الطلبة لديهم جهازين تلفاز ما يسمح لهم بمشاهدة القنوات الإخبارية الجزائرية والتعرض لها.
- يشاهد الطلبة التلفاز في البيت بعد تفرغهم من الدراسة و لتواجد جهاز التلفاز بالبيت و في كل بيت جزائري.
- يتابع جل الطلبة القنوات الإخبارية الجزائرية أحيانا بنسبة كبيرة مما يعني أن التعرض يكون بشكل معتدل للقنوات الإخبارية الجزائرية من حين لآخر.
- يقضي معظم الطلبة أقل من ساعة يوميا في متابعة القنوات الإخبارية الجزائرية و هو الوقت المعتدل الذي تستغرقه مدة عرض الأخبار.
- يتابع الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية في أوقات مختلفة تتراوح بين فترة المساء و الليل بنسبة كبيرة بعد تفرغهم من الدراسة و عودتهم إلى البيت.
- الأشخاص الذين يتابع معهم الطلبة القنوات الإخبارية الجزائرية هم الأسرة وقت اجتماع الأسرة تتم متابعة القنوات الإخبارية الجزائرية كبرنامج جدير بالمتابعة وكذا إمكانية مشاهدته مع الأسرة و أفراد العائلة.
- الوسائل التي يتابع من خلالها الطلبة القنوات الإخبارية الجزائرية بشكل كبير هي جهاز الاستقبال و التلفزيون لسهولة استقبال هذه القنوات من خلاله وتوفره لدى الجميع.

(2) "ما هي دوافع متابعة طلبة علوم الإعلام و الاتصال للقنوات الإخبارية الجزائرية؟"

تمثلت دوافع متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية فيما يلي:

- القنوات الإخبارية التي يفضل الطلبة مشاهدتها حسب الأولوية هي قناة الشروق نيوز في المرتبة الأولى تليها قناة النهار تأتي بعدها قناة دزاير نيوز ثم قناة الخبر بعدها نوميديا نيوز و في الأخير قناة المغاربية.
- البرامج التي يفضل الطلبة مشاهدتها في القنوات الإخبارية الجزائرية تتمثل في نشرات الأخبار و التحليل الرياضية بالدرجة الأولى.
- أكثر ما يشد انتباه الطلبة في القنوات الإخبارية الجزائرية هو الخبر كونه العنصر الأهم و الأساسي الذي تقدمه القنوات الإخبارية الجزائرية.
- أسباب مشاهدة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية تتمثل في التعرف على أحدث الأخبار التي تقدمها هاته الأخيرة كسبب رئيسي.

(3) ما هي الإشباعات المحققة من متابعة طلبة علوم الإعلام و الاتصال للقنوات الإخبارية الجزائرية؟"

تمثلت الإشباعات المحققة من متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية فيما يلي:

- اتفق أغلبية الطلبة على أن القنوات الإخبارية الجزائرية تلبي حاجاتهم .
- تلي القنوات الإخبارية الجزائرية حاجات الطلبة كونها متنوعة في أخبارها.
- لا تلي القنوات الإخبارية الجزائرية حاجات الطلبة كونها بعيدة عن اهتمامات الطلبة.
- يعتقد الطلبة أن القنوات الإخبارية الجزائرية تؤثر على الطلبة إيجابا.
- يعتقد الطلبة أن القنوات الإخبارية الجزائرية تؤثر على الطلبة إيجابا كونها تزيد من الوعي الثقافي و السياسي.
- يعتقد الطلبة أن القنوات الإخبارية الجزائرية تؤثر على الطلبة سلبا كونها تقوم بعملية تشويه بعض الحقائق.
- تغني القنوات الإخبارية الجزائرية الطلبة على متابعة نظيرتها الأجنبية بنسبة متوسطة.
- تمتع القنوات الإخبارية في نشرها للأخبار بدرجة متوسطة.
- يشعر الطلبة بالجدية في المنظومة الخبرية لهذه القنوات الإخبارية.
- يشعر الطلبة بالصدق اتجاه القنوات الإخبارية.

ثالثا : خاتمة و توصيات البحث:

نختم فيها البحث ونلخص النتائج النهائية له من حيث الإجابة على التساؤلات المتعلقة بالدراسة وفيه تتجلى قيمة البحث العلمي ومساهمته في بحوث دراسات الإشباع المحققة من استخدام الطلبة للقنوات الفضائية الإخبارية الجزائرية حيث نقف من خلال دراستنا هذه على عادات و أنماط تعرض الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية، دوافع متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية و الإشباع المحققة من متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية، لذا يمكننا الخروج بالتوصيات التالية التي نراها مناسبة في بحثنا هذا و أهمها ما يلي:

- الاهتمام بالمواضيع الهامة و التي تفيد و تجذب اهتمامهم جميع شرائح الجمهور المتعرض.
- التنوع في البرامج و القضايا التي يتم التطرق إليها في القنوات الإخبارية الجزائرية لجذب اهتمام الجمهور مع اختيار الوقت المناسب لبتها .
- يجب التحلي بالجدية و الموضوعية في تناول المواضيع من طرف القنوات الإخبارية الجزائري و اقتراح حلول لمختلف المشاكل و ليس فقط الاكتفاء بالمعالجة السطحية لمختلف القضايا .
- منح حرية أكبر للقطاع السمعي البصري الخاصة من طرف الحكومة بواسطة سن تشريعات و فتح المجال أمام هذا القطاع .

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
11	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	01
12	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن.	02
13	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي	03
14	توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير التخصص	04
61	مشاهدة الطلبة للتلفاز	05
62	امتلاك الطلبة لأجهزة التلفاز	06
64	أماكن مشاهدة الطلبة للتلفاز	07
65	متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية	08
67	المدة التي يقضيها الطلبة يوميا في مشاهدة القنوات الإخبارية الجزائرية	09
68	أوقات متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية	10
70	الأشخاص الذين يتابع معهم الطلبة القنوات الإخبارية الجزائرية	11
71	الوسائل التي يتابع من خلالها الطلبة القنوات الإخبارية الجزائرية	12
73	يوضح القنوات الإخبارية التي يفضل الطلبة مشاهدتها حسب الأولوية.	13
74	البرامج التي يفضل الطلبة مشاهدتها في القنوات الإخبارية الجزائرية.	14
76	أكثر ما يشد انتباه الطلبة في القنوات الإخبارية الجزائرية.	15
78	أسباب مشاهدة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية	16
80	تلبية القنوات الإخبارية الجزائرية حاجات الطلبة.	17
82	تبرير اختيار الإجابة نعم	18
84	تبرير اختيار الإجابة لا	19
86	تأثير القنوات الإخبارية الجزائرية على الطلبة.	20
87	تبرير تأثير القنوات الإخبارية الجزائرية على الطلبة سلبا	21
89	تبرير تأثير القنوات الإخبارية الجزائرية على الطلبة إيجابا	22
91	استغناء الطلبة عن القنوات الأجنبية بمتابعة القنوات الإخبارية الجزائرية.	23
93	درجة تمتع القنوات الإخبارية بالحرية في نشرها للأخبار.	24
95	شعور الطلبة بالجدية في المنظومة الخيرية لهذه القنوات الإخبارية.	25
96	شعور الطلبة بالصدق اتجاه القنوات الإخبارية.	26

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	رقم الشكل
11	دائرة نسبية توضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس	01
12	دائرة نسبية توضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن	02
13	دائرة نسبية توضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب المستوى التعليمي	03
14	دائرة نسبية توضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير التخصص	04
40	نموذج كاتز للاستخدامات و الاشباكات	05
41	نموذج روزنجرين للعلاقة بين الاستخدامات و الاشباكات	06
62	دائرة نسبية توضح مشاهدة الطلبة للتلفاز	07
63	دائرة نسبية توضح امتلاك الطلبة لأجهزة التلفاز	08
64	دائرة نسبية توضح أماكن مشاهدة الطلبة للتلفاز	09
66	دائرة نسبية توضح متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية	10
67	دائرة نسبية توضح المدة التي يقضيها الطلبة يوميا في مشاهدة القنوات الإخبارية الجزائرية.	11
69	دائرة نسبية توضح أوقات متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية	12
70	دائرة نسبية توضح الأشخاص الذين يتابع معهم الطلبة القنوات الإخبارية الجزائرية	13
72	دائرة نسبية توضح الوسائل التي يتابع من خلالها الطلبة القنوات الإخبارية الجزائرية	14 15
75	دائرة نسبية توضح البرامج التي يفضل الطلبة مشاهدتها في القنوات الإخبارية الجزائرية.	16
77	دائرة نسبية توضح أكثر ما يشد انتباه الطلبة في القنوات الإخبارية الجزائرية.	17
79	دائرة نسبية توضح أسباب مشاهدة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية.	18
81	دائرة نسبية توضح الإشباكات المحققة من متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية.	19
83	دائرة نسبية توضح تبرير اختيار الإجابة نعم.	20
85	دائرة نسبية توضح تبرير اختيار الإجابة لا.	21
86	دائرة نسبية توضح تأثير القنوات الإخبارية الجزائرية على الطلبة	22

فهرس الجداول و الأشكال

88	دائرة نسبية توضح تبرير تأثير القنوات الإخبارية الجزائرية على الطلبة سلبا	23
90	دائرة نسبية توضح تبرير تأثير القنوات الإخبارية الجزائرية على الطلبة إجابا	24
92	دائرة نسبية توضح استغناء الطلبة عن القنوات الأجنبية بمتابعة القنوات الإخبارية الجزائرية.	25
94	دائرة نسبية توضح درجة تمتع القنوات الإخبارية في نشرها للأخبار	26
95	دائرة نسبية توضح شعور الطلبة بالجدية في المنظومة الخيرية لهذه القنوات الإخبارية.	27
97	دائرة نسبية توضح شعور الطلبة بالصدق اتجاه القنوات الإخبارية.	28

أولا : الكتب :

- 1) أحمد محمد جاد ، الإعلام الفضائي وآثاره التربوية ، ط 1، العلم والإيمان للنشر والتوزيع ،الإسكندرية ،2008.
- 2) إسماعيل قباري محمد ، علم الاجتماع الجماهيري وبناء الاتصال ، دراسة في الاعلام واتجاهات الرأي العام ، منشأة المعارف الإسكندرية ، 1984.
- 3) إسماعيل محمود حسن ، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير ، الدار العالمية للنشر و التوزيع ، مصر، 2003.
- 4) إمام إبراهيم ، الإعلام الإذاعي و التلفزيوني ، دار الفكر العربي ، القاهرة، 1979.
- 5) البشير محمد ، قصور النظرية في الدراسات الإعلامية ، المجلة العربية للعلوم الانسانية ، العدد 83 ، 2008.
- 6) البكري إياد شاكر ، حرب المحطات الفضائية ، ط1، الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 1999.
- 7) بوخنوفة عبد الوهاب ، الأطفال و الثورة المعلوماتية ، التمثل و الاستخدامات، مجلة اتحاد إذاعات الدول العربية ، العدد 02.
- 8) بوعلي نصير ، التلفزيون الفضائي وأثره على الشباب في الجزائر، دار الهدى للطباعة و النشر و التوزيع، عين مليلة، الجزائر ، 2005.
- 9) الحديددي منى سعيد ، حسن عماد مكاوي، الفضائيات العربية ومتغيرات العصر-أعمال المؤتمر العلمي الأول للأكاديمية الدولية لعلوم الإعلام ط1،الدار المصرية اللبنانية، القاهرة ، 2005.
- 10) الحربي عبد الكريم ، الأنترنت والقنوات الفضائية، ط 1، المملكة العربية السعودية، 2003.
- 11) حلمي علي ، دور الشباب في التنمية الاجتماعية و الاقتصادية، المكتبة الأنجلو مصرية، مصر، 1997.
- 12) حمدي حسن ، وظائف الاتصال الجماهيري ، الوظيفة الاخبارية لوسائل الإعلام ، دار الفكر العربي، 1991.
- 13) الحميد محمد عبد ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، ط2 ، عالم الكتب، مصر ، 2004.
- 14) الحميد محمد عبد ، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير ، ط3 ، عالم الكتاب، مصر ، 1993.
- 15) الدناني عبد المالك ردمان ، تطور تكنولوجيا الاتصال وعولمة المعلومات، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية ، 2008.
- 16) رابع تركي ، أصول التربية والتعليم ، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1990.
- 17) الزعبلوي محمد السيد محمد ، المراهق المسلم -خصائص النمو المسلم - ، ط 1 ، مؤسسة الكتب الثقافية، المملكة العربية السعودية ، 1998.
- 18) زهران حامد ، علم النفس الاجتماعي ، ط 5 ، عالم الكتاب، القاهرة ، 1984.

- 19 زيدان محمد مصطفى ، الدوافع والانفعالات، ط1 ، دار عكاظ للطباعة و النشر، جدة ، 1984.
- 20 السعاطي حسن ، تصميم البحوث الاجتماعية ، دار النهضة العربية للطباعة والنشر بيروت ، 1982.
- 21 سليمان العمر ناصر ، البث المباشر حقائق وأرقام، ط1، دار الوطن، الرياض، 2007.
- 22 السيد هناء ، الفضائيات وقادة الرأي :دراسة أثرها على السلوك، ط1 ، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005 .
- 23 شمو علي محمد ، تكنولوجيا الفضاء وأقمار الاتصالات الإسكندرية، ط1، دار الإشعاع، 2002.
- 24 صفاء أبو سعيد وفيروز شحادة :الاعتماد على القنوات الإخبارية.
- 25 عبد الغفار عادل ، تقويم الأداء المهني للقنوات الفضائية الإخبارية ، الفضائيات العربية و متغيرات العصر، الدار المصرية و اللبنانية ، القاهرة 2005.
- 26 عبد الفتاح جلال ، البث الإذاعي والتلفزيوني المباشر، ط1 ، الهيئة المصرية العامة للكتب القاهرة ، 1994.
- 27 العبد عاطف عدلي ، القنوات المتخصصة أنواعها جمهورها بحوثها وأخلاقياتها، ، دار الإيمان للطباعة، القاهرة، 2006 .
- 28 العبد نهي عطف عدلي ، صناعة الأخبار التلفزيونية في عصر البث الفضائي، دار الفكر العربي القاهرة ، ط1 ، 2007.
- 29 عزي عبد الرحمان ، دراسات في نظريات الاتصال ، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت، 2003 .
- 30 عطوان فارس ، الفضائيات العربية و دورها الإعلامي ، ط1، دار أسامة للنشر، عمان، 2009.
- 31 عطية حمدي أبو الفتوح ،منهجية البحث العلمي وتطبيقاتها في الدراسات التربوية والنفسية ، دار النشر للجامعات، القاهرة ، 1996.
- 32 عظيمي أحمد ،منهجية كتابة المذكرات و أطروحات الدكتوراه في علوم الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 2009.
- 33 عمر محمد زيان ، البحث العلمي ومناهجه وتقنياته ، دار الشروق، جدة ، 1983.
- 34 العياري المنصف ، محمد عبد الكافي، القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2006.
- 35 العيساوي عبد الرحمان ،مناهج البحث العلمي في الفكر الإسلامي و الفكر الحديث، دار الراتب الجامعية ، لبنان.
- 36 قيراط محمد ، الفضائيات العربية بحث عن الذات أم تقليد الأمر، جريدة البيان الإماراتية العدد334 ، أكتوبر 1997 .
- 37 لعويورة عمر ، علم النفس التربوي ، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، عين مليلة ، 2004.

قائمة المصادر و المراجع

- 38) مكاوي حسن عماد ، الشريف سامي ، نظريات الإعلام ، مصر ، مركز جامعة القاهرة للتعليم المفتوح ، 2000.
- 39) مهنا فريال ، علوم الإعلام و الاتصال في المجتمعات الرقمية، دار الفكر المعاصر، بيروت، 2002.
- 40) الهاشمي مجد هاشم ، الإعلام المعاصر و تقنياته الحديثة ط1 ، عمان، دار المناهج للنشر والتوزيع، 2006.

ثانيا : المعاجم و الموسوعات :

- 1) أبادي مجد الدين الفيروز ، القاموس المحيط ، مج3 ، دار الكتاب العربي.
- 2) ابن منظور ، لسان العرب ، مج2، دار المعارف
- 3) تأليف جماعة من كبار المؤلفين العرب، المعجم العربي الأساسي لاروس، المنظمة العربية للثقافة و العلوم.
- 4) حجاب رشيد ، الموسوعة الإعلامية ، المجلد السابع ، القاهرة دار الفجر للنشر و التوزيع ، 2003.
- 5) حجاب محمد منير ، المعجم الإعلامي، دار الفجر، القاهرة ، مصر، 2004.
- 6) حجاب محمد منير ، الموسوعة الإعلامية، المجلد الثالث، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003.
- 7) الحسيني محب الدين أبي فيض السيد ، تاج العروس من جواهر القاموس، المجلد 11، دار الفكر للطباعة و النشر والتوزيع، 1994.
- 8) الفيومي أحمد ، كتاب المصباح المنير في غريب الشرح الكبير للرافعي ، دار القلم ، بيروت.
- 9) مجموعة مؤلفين: المنجد في اللغة العربية، دار الشرق للطباعة ، ط2 ، 2001.
- 10) نور الدين عصام ، معجم نور الدين الوسيط عربي-عربي، دار الكتب العلمية ، بيروت، 2005 .

ثالثا : البحوث و الدراسات الجامعية :

- 1) أحمد مصطفى حمد ، استخدامات المراهقين للقنوات الفضائية و الاشباع المحققة ، دراسة مسحية مقارنة على عينة من المراهقين في المنيا و القاهرة ، رسالة ماجستير ، 2002.
- 2) بوخنوفة عبد الوهاب ، المدرسة ، التلميذ و المعلم و تكنولوجيات الإعلام و الاتصال ، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه دولة في الإعلام و الاتصال ، قسم علوم الإعلام و الاتصال ، جامعة الجزائر ، 2006 ، 2007.

- 3) بومعيرة السعيد، أثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب، أطروحة لنيل شهادة دكتورا دولة في علوم الإعلام والاتصال، كلية العوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر ، 2006/2005.
- 4) شاهين هبة ، استخدامات الجمهور المصري للقنوات الفضائية العربية ، دراسة تحليلية ميدانية ، رسالة دكتوراه ، القاهرة ، كلية الإعلام ، جامعة القاهرة ، 2000.
- 5) العياري المنصف ، محمد عبد الكافي ، القنوات التلفزيونية الخاصة، سلسلة بحوث ودراسات، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس 2006.
- 6) العياضي نصر الدين ، يوسف تمار، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2007.
- 7) القحطاني سالم ، أثر القنوات على النشء، رسالة ماجستير، السودان ، 2007.
- 8) منى سعيد الحديدي و آخرون ، استخدامات الشباب العربي للقنوات الفضائية و تأثيراتها فيهم —دراسة حالة لطلاب معهد البحوث و الدراسات العربية- ، مصر ، مطبعة الجامعة العربية ، 2006.

رابعا : المواقع الإلكترونية :

- 1) شطاح محمد ، إشكالية الهوية والحوار مع الآخر في الفضائيات العربية على الموقع:
www.foxitreader.com
- 2) <http://www.startimes.com/faspX?t=29879209>
- 3) موقع موسوعة ويكيبيديا الالكترونية: . www.wikipedia.org
- 4) الموقع الإلكتروني : . <http://www.numidianews.com/apst,266624>
- 5) <http://www.startimes.com/faspX?t=29879209>
- 6) <http://www.dz.madern.com/2014/05/dzair-newstv-channel-frequency-nilesat-htnl>

خامسا : المجالات و الدوريات :

- 1) البشير محمد ، قصور النظرية في الدراسات الإعلامية ، المجلة العربية للعلوم الانسانية ، العدد 83 ، 2008 ، ص 99.
- 2) الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، قانون الاعلام، العدد 06 ، مارس 2014.
- 3) دليو فضيل وآخرون، إشكالية المشاركة الديمقراطية منشورات جامعة قسنطينة، الجزائر 2001.
- 4) فهمي أماني ، دوافع استخدام المرأة المصرية لقنوات التلفزيون الدولية ، المجلة المصرية لبحوث الاعلام ، العدد الثاني ، أفريل 1997.

الإشباع المحققة من استخدام الطلبة للقنوات الفضائية الإخبارية الجزائرية.

الملخص بالعربية:

يعد الهدف من دراستنا الحالية محاولة التعرف على الإشباع المحققة من استخدام الطلبة للقنوات الفضائية الإخبارية الجزائرية من خلال إجراء دراسة ميدانية على عينة من طلبة الماستر علوم الإعلام والاتصال جامعة محمد بوضياف بالمسيلة لمعرفة عادات و أنماط تعرض الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية، دوافع متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية و الإشباع المحققة من متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية.

ولبلوغ أهداف الدراسة قمنا بتصميم استمارة استبيان لجمع المعلومات و الإجابة على تساؤلات الدراسة التي احتوتها الاستمارة وفقا لما يلي:

- الجزء الأول: يحتوي البيانات الشخصية.
- الجزء الثاني: يحتوي على ثلاث محاور (عادات و أنماط تعرض الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية دوافع متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية و الإشباع المحققة من متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية).

كما اقتضت طبيعة الموضوع والمجال البشري للدراسة اللجوء إلى أسلوب المعاينة غير الاحتمالي، وإلى نوع العينة القصدية و بلغ عدد الاستبيانات الموزعة 60 استمارة استبيان على أفراد العينة طلبة الماستر علوم الإعلام و الاتصال.

وتلخصت أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة فيما يلي:

- عادات و أنماط تعرض الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية تمثلت أهمها فيما يلي: يتعرض الطلبة بنسبة كبيرة للتلفاز، أغلبية الطلبة لديهم جهازي تلفاز، يشاهد الطلبة التلفاز في البيت، يتابع جل الطلبة القنوات الإخبارية الجزائرية أحيانا مع الأسرة في أوقات مختلفة أقل من ساعة يوميا.
- دوافع متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية تمثلت أهمها فيما يلي: البرامج التي يفضل الطلبة مشاهدتها في القنوات الإخبارية الجزائرية تتمثل في نشرات الأخبار و التحليل الرياضية، أكثر ما يشد انتباه الطلبة في القنوات الإخبارية الجزائرية هو الخبر، أسباب مشاهدة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية تمثلت في التعرف على أحدث الأخبار.
- الإشباع المحققة من متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية تمثلت أهمها فيما يلي: تلي القنوات الإخبارية الجزائرية حاجات الطلبة كونها متنوعة في أخبارها، تؤثر على الطلبة إيجابا كونها تزيد من الوعي الثقافي و السياسي.

الإشباع المحققة من استخدام الطلبة للقنوات الفضائية الإخبارية الجزائرية.

الملخص بالعربية:

يعد الهدف من دراستنا الحالية محاولة التعرف على الإشباع المحققة من استخدام الطلبة للقنوات الفضائية الإخبارية الجزائرية من خلال إجراء دراسة ميدانية على عينة من طلبة الماستر علوم الإعلام والاتصال جامعة محمد بوضياف بالمسيلة لمعرفة عادات و أنماط تعرض الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية، دوافع متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية و الإشباع المحققة من متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية.

ولبلوغ أهداف الدراسة قمنا بتصميم استمارة استبيان لجمع المعلومات و الإجابة على تساؤلات الدراسة التي احتوتها الاستمارة وفقا لما يلي:

- الجزء الأول: يحتوي البيانات الشخصية.
- الجزء الثاني: يحتوي على ثلاث محاور (عادات و أنماط تعرض الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية دوافع متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية و الإشباع المحققة من متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية).

كما اقتضت طبيعة الموضوع والمجال البشري للدراسة اللجوء إلى أسلوب المعاينة غير الاحتمالي، وإلى نوع العينة القصدية و بلغ عدد الاستبيانات الموزعة 60 استمارة استبيان على أفراد العينة طلبة الماستر علوم الإعلام و الاتصال.

وتلخصت أبرز النتائج التي توصلت إليها الدراسة فيما يلي:

- عادات و أنماط تعرض الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية تمثلت أهمها فيما يلي: يتعرض الطلبة بنسبة كبيرة للتلفاز، أغلبية الطلبة لديهم جهازي تلفاز، يشاهد الطلبة التلفاز في البيت، يتابع جل الطلبة القنوات الإخبارية الجزائرية أحيانا مع الأسرة في أوقات مختلفة أقل من ساعة يوميا.
- دوافع متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية تمثلت أهمها فيما يلي: البرامج التي يفضل الطلبة مشاهدتها في القنوات الإخبارية الجزائرية تتمثل في نشرات الأخبار و التحليل الرياضية، أكثر ما يشد انتباه الطلبة في القنوات الإخبارية الجزائرية هو الخبر، أسباب مشاهدة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية تتمثل في التعرف على أحدث الأخبار.
- الإشباع المحققة من متابعة الطلبة للقنوات الإخبارية الجزائرية تمثلت أهمها فيما يلي: تلي القنوات الإخبارية الجزائرية حاجات الطلبة كونها متنوعة في أخبارها، تؤثر على الطلبة إيجابا كونها تزيد من الوعي الثقافي و السياسي.