

جامعة محمد بوضياف – المسيلة –

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم علوم الإعلام و الاتصال



رقم:...../2015.

إتجاهات الجمهور الجزائري

نحو القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر

– دراسة ميدانية لعينة من طلبة الماستر قسم علوم الإعلام والاتصال جامعة المسيلة –

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر

تخصص: صحافة مكتوبة

إشراف الأستاذ:

بلخير صالح

من إعداد الطالبة :

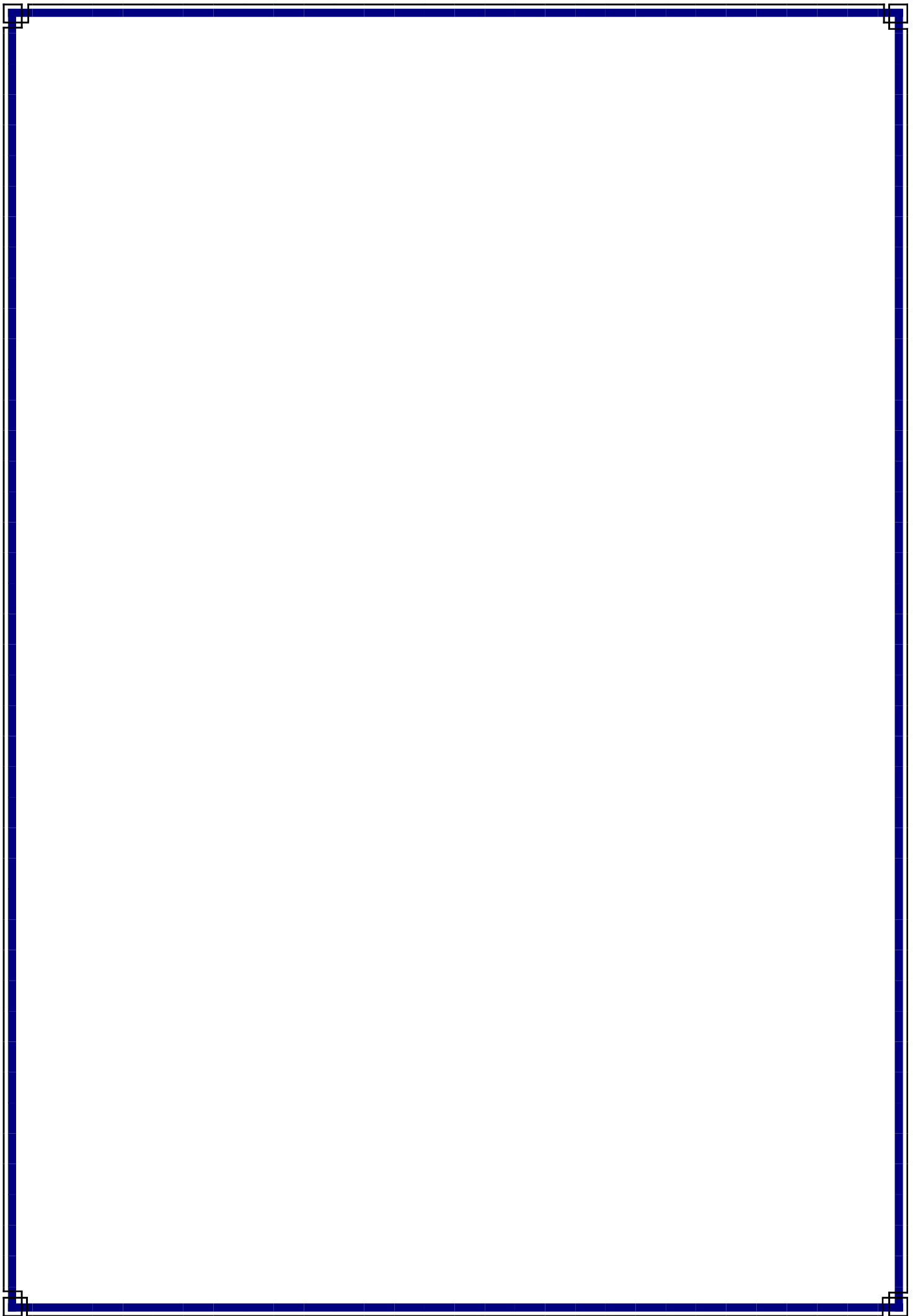
مشيكي ميادة

تاريخ المناقشة: 2015/06/07

لجنة المناقشة:

جامعة المسيلة	رئيسا	بلعباس محمد الحميد
جامعة المسيلة	ممتحنا	زواوي المصدي
جامعة المسيلة	مقررا ومشرفا	بلخير صالح

السنة الجامعية: 2014 – 2015



شكر وتقدير

الحمد لله رب العالمين والصلاة والسلام على اشرف المرسلين ، محمد ابن عبد الله وعلى
اله وصحبه أجمعين : أما بعد .

P (الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي لَمْ يَلَمْأْ مَا فِي السَّمَوَاتِ وَمَا فِي الْأَرْضِ وَلَهُ الْكَمَدُ فِي الْآخِرَةِ وَهُوَ

الْكَافِرُ الْخَيْرِ) الْآيَةُ 1 سُورَةُ سَبَأُ

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم "من اصطنع إليكم معروفًا فجازوه ، فان عجزتم عن
مجازاته فادعوا له حتى تعلموا أنكم قد شكرتم فان الشاكر يجب الشاكرين "

رواه الطبراني

وفي هذا المقام لا يسعني أن أتقدم بالشكر الجزيل والعرفان الجميل للأستاذ "بلخيري
صالح" الذي اشرف علي في انجاز هذه المذكرة الذي قدم لي النصائح والتوجيهات ،
متمنية له دوام الصحة والمداومة في خدمة العلم والبحث العلمي.

كما يسرني أن أتقدم بالشكر الجزيل إلى أسرة قسم علوم الإعلام والاتصال وعلى
رأسهم رئيس القسم " بوعزيز بوبكر" وخاصة الأستاذ الكريم " يوسف عبد العلي"
الذي لم ييخل علي بتوجيهاته ونصائحه رغم كثرة مسؤولياته واهتماماته أتقدم له
بخالص الشكر وعمق الامتنان متمنية له المزيد من النجاحات في كافة مجالات حياته.

كما أتقدم بالشكر للأستاذة الأفاضل " ربيع رضوان ، طيبي رابح ، سهام ، بوقرة

رضوان ، سعاد ولد جاب الله، براردي نعيمة "

كما لا يفوتني أن أتقدم بالشكر الجزيل إلى طاقم مكتبة السلام والى كل من ساعدني
على إتمام هذا البحث سواء من بعيد أو قريب ، بالقليل أو بالكثير فألف شكر للجميع
ولهم مني كامل الشكر والتقدير والاحترام و ألف تحية سلام.

ميادة

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

--	شكر وتقدير.....
أ-ب	مقدمة.....

الإطار المنهجي

5-4	1 الإشكالية.....
6-5	2 التساؤلات.....
7-6	3 أسباب اختيار الموضوع.....
7	4 أهمية الدراسة.....
7	5 أهداف الدراسة.....
8-7	6 تحديد المفاهيم المتعلقة بالدراسة.....
15-8	7 الدراسات السابقة.....
15	8 مجتمع البحث.....
16	9 عينة البحث.....
17	10 منهج الدراسة.....
19-17	11 أداة البحث.....
19	12 حدود الدراسة.....
29-19	13 المدخل النظري للدراسة.....
30	14 الصعوبات.....

الإطار النظري

الفصل الأول : دراسة الاتجاهات

35-32	المبحث الأول :تعريف الاتجاهات وأهميتها.....
38-35	المبحث الثاني : أنواع الاتجاهات وخصائصها.....
40-38	المبحث الثالث : مقاييس الاتجاهات.....
43-41	المبحث الرابع : وظائف ومكونات الاتجاهات.....
47-43	المبحث الخامس:المراحل والعوامل المؤثرة في تكوين الاتجاهات وشروط تكوينها.....

المبحث السادس: طرق تغيير الاتجاهات والعوامل المساعدة في تغييرها. 49-47

الفصل الثاني: قطاع السمعى البصري والقنوات الفضائية الخاصة في الجزائر

51المبحث الأول : تعريف القنوات الفضائية الخاصة.....
53-52المبحث الثاني : تجربة البث الفضائي في الجزائر
56-54المبحث الثالث: نشأة التلفزيون في الجزائر.....
66-56المبحث الرابع : مراحل الإعلام المرئي في التشريعات الإعلامية
70-66المبحث الخامس: عوامل فتح قطاع السمعى البصري أمام الخواص.....
76-70المبحث السادس: واقع قطاع السمعى البصري حسب المختصين.....

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي

82-80المبحث الأول: لمحة عن القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر.....
108-82المبحث الثاني : التحليل الكمي و الكيفي للجداول الإحصائية.
110-109المبحث الثالث: صياغة النتائج.....
111-110أهم الاقتراحات و التوصيات.....
113خاتمة.....
118-114قائمة المصادر و المراجع.....
124-120الملاحق.....

الصفحة	فهرس الجدول
82	الجدول "01" يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس.
83	الجدول "02" يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن.
84	الجدول "03" يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي.
85	الجدول "04" يوضح توزيع أفراد العينة حسب التخصص .
86	الجدول "05" يوضح توزيع أفراد العينة حسب مشاهدة القنوات الفضائية الخاصة.
87	الجدول "06" يوضح أهم القنوات الفضائية الخاصة مشاهدة.
88	الجدول رقم "07" يوضح أوقات طبيعة مشاهدة القنوات الخاصة .
89	الجدول رقم "08" يوضح الحجم الساعي الذي يستغرقه المشاهد في القنوات الخاصة.
90	الجدول رقم "09" يوضح الأوقات المفضلة في مشاهدة القنوات.
91	الجدول رقم "10" يوضح الأسباب الدافعة لمشاهدة القنوات .
92	الجدول رقم "11" يوضح هل التنوع في القنوات الخاصة يخدم حرية الإعلام اجتماعيا سياسيا وثقافيا؟
93	الجدول رقم "12" يوضح طبيعة البرامج التي يشاهدها الجمهور في القنوات الخاصة.
94	الجدول رقم "13" يوضح الاتجاه نحو العبارة: برامج القنوات الفضائية الخاصة تتوافق مع قيم الجمهور ومواقفه نحو القضايا التي تطرح.
95	الجدول رقم "14" يوضح الاتجاه نحو العبارة: القنوات الخاصة تتمتع بحرية في معالجتها لمشكلات المجتمع الجوهريّة والمشاكل السياسية والاجتماعية.
96	الجدول رقم "15" يوضح الاتجاه نحو العبارة: هناك تزيف في مضامين القنوات الخاصة من خلال الصور والأحداث التي يبثها.
97	الجدول رقم "16" يوضح الاتجاه نحو العبارة : استطاعت القنوات الخاصة أن تتطور في الأداء المهني من خلال المضمون الإعلامي.
98	الجدول رقم "17" يوضح الاتجاه نحو العبارة: استطاعت القنوات الفضائية الخاصة أن تقدم خطابا إعلاميا مقنعا بالنسبة للمشاهدين .
99	الجدول رقم "18" يوضح الاتجاه نحو العبارة : أحدثت القنوات الفضائية الخاصة انقلابا

	وقفزة نوعية على مستوى تكريس مفاهيم حرية التعبير والاستقلالية.
100	الجدول رقم "19" يوضح الاتجاه نحو العبارة: تراعي القنوات الفضائية الخاصة خصوصيات الجمهور المشاهد وثقافته.
101	الجدول رقم "20" يوضح الاتجاه نحو 97 العبارة : تلتزم القنوات الفضائية بأخلاقيات المهنة.
102	الجدول رقم "21" يوضح الاتجاه نحو العبارة: معظم برامج هذه القنوات هي برامج ذات مصداقية واحترافية.
103	الجدول رقم "22" يوضح الاتجاه نحو العبارة: القائمون بالاتصال يأخذون بعين الاعتبار أذواق الجمهور ورغباته الإعلامية عند إعداد البرامج والتخطيط لها.
104	جدول رقم "23" يوضح الاتجاه نحو العبارة :يعتبر مستوى أداء الصحفي في القنوات التلفزيونية الخاصة مستوى جيد جدا.
105	الجدول رقم "24" يوضح الاتجاه نحو العبارة :تبدو برامج القنوات الخاصة هي برامج ناجحة.
106	الجدول رقم "25" يوضح الاتجاه نحو العبارة: يعتبر أداء الخدمة العمومية في القنوات الخاصة في مستوى جيد جدا.
107	الجدول رقم "26" يوضح الاتجاه نحو العبارة :تقوم القنوات الفضائية الخاصة في الحفاظ على هوية المجتمع.
108	الجدول رقم "27" يوضح أهم الاقتراحات التي يوجهها الجمهور للقنوات الخاصة من اجل تطوير مضامينها وكسب جمهورها.

تزايدت الفضائيات العالمية منها والعربية على وجه الخصوص بشكل ملفت لانتباه في السنوات العشر الأخيرة وأصبح عدد الفضائيات العربية يتزايد يوم بعد يوم فمنها ما هو مشفر ومنها ما هو مفتوح ومتخصص ، وكل هذه القنوات تتنافس فيما بينها من اجل الوصول إلى عدد كبير من المشاهدين في الوطن العربي ، ومن هنا بدا التفكير في فتح القطاع السمعي البصري في جزء من الوطن العربي وخاصة في دول المغرب العربي وبالخصوص الجزائر التي كانت هذه الأخيرة تحتكر القطاع السمعي البصري، وقد بات من الضروري حصول هذا الانفتاح وإعطاء الأولوية للمنتجات التلفزيونية الوطنية والعمل على تعزيزها وتطويرها وإنشاء قنوات جديدة للمشاهدين وقد تأكد هذا الأخير وحتى المسؤولين على أن القنوات التابعة للقطاع العام لا تخدم اتجاهاته ومتطلباته حول القضايا والموضوعات التي تمهه ، وبالتالي بدأت السلطات الجزائرية تقتنع بفتح القطاع السمعي البصري في الجزائر لان الزمن تغير والتقدم التكنولوجي فرض الانفتاح وجعله أمرا واقعا وجديدا .

بعد سيطرة الحكومة الجزائرية منذ الاستقلال على الإعلام خاصة السمعي البصري لمدة طويلة اكتشف المواطن الجزائري أن هذا الإعلام لا يخدم تطلعاته وبالتالي يتجه إلى القنوات الأجنبية وعربية تخدم هذه التطلعات لان هذا الإعلام كان يخدم الحزب الواحد وهذا ما جعل الإعلام الجزائري يفقد مصداقيته وكان ضعيفا في تأثيره على الجمهور المشاهدين لان هذا الأخير عرف أن إعلامه يمجّد الرئيس الحاكم وانجازاته دون أن يتقبل رأي أو نقد مخالف له وهكذا بدا الإعلام الرسمي يفقد مكانته شيئا فشيئا مع توجه المشاهدين نحو الإعلام الأجنبي والعربي .

فقد شهد القطاع السمعي البصري في السنوات الأخيرة تعدد قنوات فضائية الخاصة في الجزائر ، حيث جعل التطور التكنولوجي من الصعب التستر على المعلومات والبيانات أو منع نشرها أو بثها مثلما كان عليه من قبل ، وهذا التعدد وان جاء متأخرا من حيث الزمن فهو يعتبر خطوة في مسار بناء المشهد الإعلامي وخاصة في القطاع السمعي البصري الذي ظل لفترة طويلة يعاني من أحادية الاتجاه ، فهذه القنوات لا تزال في بدايتها الأولى ولكنها قدمت بإعلامها فرصة

للجمهورية الجزائرية أن يعبر عن متطلباته واتجاهاته نحو القضايا التي تهتمه بالإضافة إلى همومه ومشاكله المختلفة وهذه القنوات أصبحت تجلب أكبر عدد من المشاهدين لها. وسوف نتناول في هذه الدراسة موضوعا عن اتجاهات الجمهورية الجزائرية نحو القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر

وقد تطرقنا إلى هذا الموضوع من خلال الإطار المنهجي، النظري والتطبيقي أما فيما يخص الإطار المنهجي حيث قمنا بتخصيصه لطرح الإشكالية والتساؤلات المدرجة عن الأسئلة ثم أسباب اختيار الموضوع، أهمية وأهداف الدراسة، ثم تطرقنا إلى تحديد المفاهيم المتعلقة بالدراسة، الدراسات السابقة، مجتمع البحث، وعينة، المنهج المستخدم، وأدوات جمع البيانات، حدود الدراسة، المدخل النظري للدراسة، وأخيرا الصعوبات أما الإطار النظري فقد قسم إلى فصلين :

الفصل الأول: تناولنا فيه دراسة الاتجاهات وقسم إلى ست مباحث.

الفصل الثاني: تناولنا فيه قطاع السمع البصري في الجزائر وقد قسم كذلك إلى ست مباحث. أما الإطار التطبيقي فقد كان كفصل ثالث خصص للدراسة الميدانية تم فيه إعطاء لمحة عن القنوات الفضائية الخاصة تم تفريغ بيانات الاستمارة في جداول إحصائية لمعرفة اتجاهات الجمهورية الجزائرية نحو القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر.

وخرجنا في النهاية إلى نتائج الدراسة واهم الاقتراحات التي وجهها طلبت الماستر للقنوات الفضائية الخاصة من أجل تطوير مضامينها وكسب جمهورها.

الفصل التمهيدي : الإطار المنهجي

1. الإشكالية
2. التساؤلات
3. أسباب اختيار الموضوع
4. أهمية الدراسة
5. أهداف الدراسة
6. تحديد المفاهيم والمصطلحات
7. الدراسات السابقة
8. مجتمع البحث وعينته
9. منهج الدراسة
10. أداة الدراسة
11. حدود الدراسة
12. المدخل النظري للدراسة
13. الصعوبات

1/الإشكالية:

يشكل الإعلام في وقتنا الحالي عصب الحياة ولا ينكر احد منا مدى الانتشار الواسع للبحث الإعلامي وتجاوزه لجميع الحدود الجغرافية وقد أصبح أثره واضحا على جميع الأصعدة ،وأكثرها وضوحا في الواقع للاجتماعي الذي يشكل ثقافة المجتمع وعقائده.¹ لذا فهو من المواضيع ذات الأهمية البالغة لذا تسعى كل الدول سواء المتقدمة أو المتخلفة إلى إعطائه أهمية خاصة مما جعل دور وسائل الإعلام تتعاظم بصفة مذهلة خاصة الوسائل السمعية البصرية وخاصة وسيلة التلفزيون الذي يعد من أهم وسائل الاتصال الجماهيرية أكثر الأجهزة الإعلامية تأثيرا على المتلقي بالصوت والصورة ،وقد شهدت الأعوام المنصرمة تطورات كبيرة في هذه الوسيلة المرئية وذلك من خلال ظهور القنوات الفضائية وانتشارها عبر الأقمار الصناعية .وقد أدى هذه الانتشار إلى نشأة اهتمامات خاصة ومحددة لدى جمهور المشاهدين وأصبح مطلوبا من القائمين على الصناعة التلفزيونية التعبير عن هذه الاهتمامات الخاصة والاستجابة لتطلعات الجمهور ومن هنا برزت الحاجة إلى بعث قنوات خاصة من حيث المحتوى وطبيعة الخطاب الإعلامي لتلبية الاحتياجات الذاتية للمشاهد .وقد تمكنت الثورة الرقمية والتطور التكنولوجي الذي رافق إطلاق الأقمار الصناعية من تكريس عصر السماوات المفتوحة، وتنامت وظيفة التلفزيون باعتباره وسيلة اتصال ناجعة يمكنها أن تتحول إلى مجال استثمار مربح ، وقد أدى هذا إلى بروز قنوات تلفزيونية خاصة إلى جانب القنوات العمومية وأصبح السعي مركزا على تلبية حاجات معينة للجمهور المشاهد.²

والجزائر من بين الدول التي أولت مؤخرا أهمية كبيرة في المجال الإعلامي خاصة السمعي البصري فالسياسة الجزائرية جعلت منه أداة قوية وفعالة من الناحية التقنية في حين ظلت الرسالة الإعلامية

¹ سامية حضر صالح، القنوات الفضائية الخاصة ومزلة التربية الاتصالية ،مجلة فصلية ،اتحاد إذاعات الدول العربية، الجامعة المصرية ، ع 3، 2006، ص34.

² المنصف العياري ومحمد عبد الكافي، القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة ،سلسلة بحث ودراسات إذاعية

(56)، تونس، 2006، ص 6. 3

منذ الاستقلال ضعيفة وخالية من أي مضمون جاد وانحصرت مهمتها فقط في إعادة الخطب الرسمي للحزب الواحد. مما جعل المشاهد يعزف عن هذه الوسائل ويتوجه نحو القنوات الأجنبية الخاصة¹، وبعد أن ظلت الحكومة حريصة لمدة طويلة على احتكار وسائل الإعلام خاصة السمي البصري وبالخصوص البث التلفزيوني حيث أصبح هذا البث مجال استقطاب المستثمرين ورجال الأعمال وتمكنهم من فتح القنوات الفضائية مع بداية التعددية الإعلامية خاصة، بعد مصادقة المجلس الشعبي الوطني في جانفي في العام الماضي على القانون المنظم للسمعي البصري وصدوره بالجريدة الرسمية في 23 مارس 2014، حيث عرف هذا القطاع السمي البصري تحولات كبيرة سواء ما تعلق بطبيعة النشاط الإعلامي في الوسائل المسموعة والمرئية أو ما تعلق بالهياكل وعدد القنوات وخصائصها وقد أصبح هناك منافسة بين هذه القنوات لجلب أكبر عدد ممكن من المشاهدين من خلال تلبية احتياجاتهم وتحقيق اشباعاتهم التي كانوا يحققونها في القنوات الأجنبية، ومن خلال هذه الطرح تنطلق الإشكالية على النحو التالي :

ما هي اتجاهات الجمهور الجزائري نحو القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر؟

2/التساؤلات:

من خلال الإشكالية يمكن تفكيكها إلى تساؤلات فرعية على النحو التالي :

— ما هي أهم القنوات الفضائية الخاصة التي يشاهدها الجمهور؟

— كيف ساهمت القنوات الفضائية الخاصة في التأثير على الجمهور المشاهد؟

— ما هي دوافع وأنماط الجمهور المشاهد لهذه القنوات؟

— هل يأخذ القائمون بالاتصال بعين الاعتبار بأذواق الجمهور ورغباته الإعلامية عند التخطيط

وصياغة البرامج؟

— ما هي أهم البرامج التي يشاهدها الجمهور في هذه القنوات؟

¹ جمال العيفة، مؤسسات الإعلام والاتصال، الوظائف، الهياكل، الأدوار، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ص191.

الفصل التمهيدي — الإطار المنهجي

- ما هي أهم الاقتراحات التي يوجهها الجمهور للقنوات الفضائية الخاصة لتطور مضامينها وكسب جمهورها؟

3/ أسباب اختيار الموضوع:

من بين الأسباب التي دفعتنا لدراسة هذا الموضوع هي أسباب كثيرة و عديدة من بينها :

— استمرار ظهور القنوات الفضائية الخاصة و زيادة اهتمام الجمهور بها من خلال م تبثه من مضامين إعلامية .

— قلة الدراسات التي تناولت هذا الموضوع وذلك باعتبار القانون السمعي البصري تم المصادقة عليه من طرف المجلس الشعبي الوطني في العام الماضي "2014" وهو موضوع جديد بالدراسة الكافية من قبل الباحثين والمختصين .

— يمثل التحول الذي نلاحظه في الساحة الإعلامية في الجزائر خاصة نقلة نوعية خاصة في الإعلام المرئي الذي يهيم شرائح كبيرة في المجتمع بعدما كان محتكر من طرف الدولة لمدة طويلة .

— التعرف على دوافع الجمهور المشاهد والأسباب التي جعلته يتعرض لها .

4/ أهمية الدراسة:

تكمن أهمية موضوعنا باعتبار أن القنوات الفضائية الخاصة ظهرت في السنوات الأخيرة وخاصة بعد المصادقة على القانون السمعي البصري من طرف المجلس الشعبي الوطني الذي فتح المجال أمام الخواص وأصحاب رؤوس الأموال حيث تعد هذه القنوات ضرورة عصرية ونمطا حديثا من أنماط الإعلام الذي فرض نفسه في الساحة الإعلامية ومعرفة اتجاهات واهتمامات الجمهور الجزائري نحوها ودوافع استخدامه لها في تلبية حاجاته ورغباته.

5/ أهداف الدراسة:

هناك مجموعة من الأهداف نسعى وراء تحقيقها من خلال هذه الدراسة :

— التعرف على القنوات الفضائية الخاصة ومدى تلبية احتياجات الجمهور الجزائري .

— التعرف على مدى متابعة الجمهور لبرامج هذه القنوات ودوافع استخدامه لها .

الفصل التمهيدي — الإطار المنهجي

— مدى مساهمة القنوات الفضائية الخاصة في تأثيرها على الجمهور المشاهد .

6/تحديد أهم المفاهيم المتعلقة بالدراسة:

مفهوم الاتجاهات لغة: تناولت مختلف المعاجم والقواميس بتعريف الاتجاه خاصة تلك المتخصصة في علم النفس والاجتماع ويعرف بأنه هيئة ،موقف حالة أو وضع وهو أيضا موقف أو ميل راسخ نسبيا سواء كان رأيا أو اهتماما أو غرضا منبها لاستجابة مناسبة¹ .

اصطلاحا:يمكن تحديد الاتجاه على انه عبارة عن استجابات تقويمية متعلقة بإزاء الموضوعات أو الأحداث أو غير ذلك من الميزات ،وعندما يقال أن الاتجاه عبارة عن استجابة تقويمية متعلمة مثيرها فان ذلك يفسر المفهوم تفسيراً جزئياً فقط لان الاتجاه له مكونات مختلفة تتحدد فيها لتكوين الاستجابة النهائية الشاملة² .

تعريف الاتجاهات إجرائيا: هي مواقف ووجهات نظر الجمهور المشاهد اتجاه القنوات الفضائية الخاصة وما تبثه من برامج مختلفة وهذا ما لاحظناه على ارض الواقع فهذه الاتجاهات تختلف من شخص إلى آخر

الجمهور لغة: من الفعل جمهر له الخبر بطرف له على غير وجهة وجمهور الناس جلهم جماهير³

الجمهور اصطلاحا: يقصد به جماعة من الناس يتميز عن غيرها بصفات خاصة كما يرتبط أفرادها بروابط معينة وهذه الجماعة من الناس تقع في محيط نشاط المنشأة أو المؤسسة الإعلامية تؤثر فيه وتتأثر به، أي أن هناك تفاعلا متبادلا بين الطرفين كما أن هناك مصلحة مشتركة بين هؤلاء الناس.

¹ بودر باله محمد، اتجاهات جمهور الطلبة والموظفين والإداريين نحو برامج الوطني، رسالة لنيل شهادة الماجستير في

علم النفس الاجتماعي ، معهد علم النفس وعلوم التربية ،قسم علوم الإعلام والاتصال ،جامعة الجزائر، 1996—1997،ص 16

² محمد جمال الفار ،المعجم الإعلامي ،دار أسامة للنشر والتوزيع،عمان، 2010،ص 6.

³ ابن منظور،لسان العرب ،مج 2، دار الحديث للنشر والتوزيع،القاهرة ،2003،ص 210.

الفصل التمهيدي — الإطار المنهجي

تعريف الجمهور إجرائيا : هو مجموعة من الناس لديهم اتجاهات ومواقف معينة نحو مشاهدتهم للقنوات الفضائية الخاصة وفي هذه الدراسة نركز على أهم الاتجاهات الجمهور المشاهد لهذه القنوات وما هي دوافعه لمشاهدتها ونقصد بالجمهور المشاهد المتلقي لبرامج معينة التي تبثها القنوات الفضائية الخاصة في أوقات محددة .

القنوات الفضائية الخاصة: هي محطات تلفزيونية تبث إرسالها عبر الأقمار الصناعية لكي يتجاوز هذا الإرسال نطاق الحدود الجغرافية لمنطقة الإرسال في مناطق أخرى عبر أجهزة خاصة باستقبال وإرسال الإشارات الوافدة من القمر الصناعي هذه الأجهزة التي يقوم بمعالجة تلك البيانات وعرضها على شاشة التلفزيون .

تعريف القنوات الفضائية الخاصة إجرائيا: هي القنوات الخاصة الجزائرية التي ظهرت في الآونة الأخيرة وهي تقابل القنوات العمومية ويكون رأس مالها من القطاع الخاص وتكون ملكيتها لرأس المال الغالب وفي هذه سنحاول التعرف على أهم القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر التي يشاهدها الجمهور .

7/الدراسات السابقة :

حرصا من الاستفادة مما تم تقديمه من خلال النتائج التي توصلت إليها بعض الدراسات التي تناولت نفس موضوع البحث أو المشابهة له وبعد قراءة متأنية فيما أتيح لنا من دراسات وجدنا أن انسب ما يمكن إدراجه في إطار الدراسات السابقة هو ما تم تقديمه في الدراسات التالية:

الدراسة الأولى:نعيمي مليكة وبوحزام نوال ،القنوات الفضائية الخاصة ودورها في تشكيل الرأي العام ،دراسة ميدانية على تمثلات مدينة معسكر ،2014 . حيث تناولت إشكالية أساسية وهي منصبه حول المجال العام وعلاقته بالقنوات الفضائية الخاصة وهي تطرح جملة من التساؤلات التي تحتاج إلى تفسيرات وربطها بتحليل أعمق على تمثلات الشباب الجزائري لإعلام الخاص ودوره في معالجة قضايا المجال العام ،ومدى اعتماد الشباب الجزائري على الفضائيات

الفصل التمهيدي — الإطار المنهجي

الخاصة في جلب المعلومات والأخبار في تشكيل المجال العمومي ؟ وفيما تتمثل أهم البرامج التي تنتج هذا الهدف؟ وأي هذه القنوات لها علاقة في تشكيل المجال العمومي لدى الشباب الجزائري مع تغيير المعادلة السياسية ؟ واعتمدت هذه الدراسة على نظرية واحدة وهي: ساهم الإعلام الخاص في الجزائر بقنواته الفضائية (الشروق والجزائرية) في تشكيل المجال العمومي للشباب الجزائري.

أما فيما يخص نوع الدراسة فهي اعتمدت على الدراسة السوسولوجية لاتصال واستعملت أداة المقابلة والاستبيان .بالإضافة إلى نوع العينة فهي عينة عشوائية ، حيث توصلت هذه الدراسة إلى نتائج وهي:

- اعتبار أن الإعلام الخاص دور فريد في تغطية الأحداث السياسية والبارزة وفترة الانتقالات التاريخية ونقل المفارقات والأزمات السياسية المجتمعية ولهذا وقفت القانتين موقف الوسيط بين السلطة والمجتمع المدني هذا الدور الذي يعتبر فرصة واختبار موضوعي لكشف مصداقية الإعلام الجزائري خصوصا بعدما كان التدخل السياسي في توجيه الرسالة الإعلامية والقرار العلمي هو السمة الغالبة على هذه المهنة (مهنة الصحافة) ¹.

- التحول الديمقراطي في الجزائر هو الذي عمل على كسر الطابوهات في الممارسة الإعلامية لكن على الرغم من ذلك تبقى تجربة الإعلام الخاص في الجزائر تعاني من قصور حاد وخصوصا ما يعرف بالإعلام الموضوعي المحايد والمتوازن الذي يدخل في سياق وشروط والمعايير المهنية للعناصر (الإعلاميين)

-أصبح الإعلام الخاص مرتبطا بالترفيه السياسي الذي يجسد في برامج قناة الجزائرية ووسيلة لإخفاء عن حالة الفراغ السياسي الذي يعيشه المجتمع الجزائري اليوم وبالتالي لا يمكن الحديث عن

¹ نعيمة مليكة بوحزام نوال، ، القنوات الفضائية الخاصة ودورها في تشكيل المجال العمومي دراسة ميدانية على تمثلات مدينة معسكر،مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية،جامعة الوادي ، ع 6،أفريل 1014،ص،77.

الفصل التمهيدي — الإطار المنهجي

إمكانية الوصول إلى إعلام موضوعي الذي يرسمه قانون الإعلام الجزائري في المادة 2" من حق المواطن في إعلام كامل وموضوعي."

- أما بخصوص الإعلام في إحداث الفعل التغييري وتشكيل المجال العام فهو نتاج لتلك المؤسسة سواء بطريقة مقصودة أو غير ذلك وبالتالي ساهم في رسم معالم التغيير ونحت الوعي لدى الشباب الجزائري .

- كما يبقى مبدأ الاعتمادية أكثر على قناة الشروق في تشكيل الفضاء العمومي ومعرفة السياسة التداولية من طرف الفاعلين السياسيين وذلك من خلال الحصص الإعلامية التي تبثها تلك القناة حيث وضحت بصورة نسبية وذلك مقارنة مع قناة الجزائرية خاصة وقت الأزمات¹.

الدراسة الثانية: بشرى مداسي ، الحق في الإعلام من خلال القوانين والنصوص التطبيقية للمؤسسات الإعلامية في الجزائر السمعية البصرية ، الصحافة ووكالة الأنباء . دراسة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 2011، هذه الدراسة شملت إشكالية أساسية وهي: إلى أي مدى تجسد القوانين والنصوص التنظيمية للمؤسسات الإعلامية بالجزائر مفهوم الحق في الإعلام (السمعية البصرية ، الصحافة المكتوبة ، وكالة الأنباء)؟ وللإجابة على هذه الإشكالية طرحت الباحثة عدة تساؤلات فرعية على النحو التالي:

1— ما هي الأسس القانونية لضمان ممارسة المؤسسات الإعلامية الحق في الإعلام؟

2— ما مدى تجسيد القوانين الدولية والإقليمية للحق في الإعلام للمؤسسات الإعلامية؟ وما هي آليات تطبيقه وحمايته؟ وكيف تطرقت إلى ذلك دساتير دول الأنظمة الشمولية والليبرالية والدول العربية؟

3— هل نصت القوانين الإعلامية والنصوص المنظمة للمؤسسات الإعلامية السمعية البصرية ووكالة الأنباء والصحافة المكتوبة على مبدأ الحق في الإعلام ضمن موادها؟

¹ المرجع نفسه، ص ص 89—90.

4 — ما هي القيود والعوائق للحق في الإعلام التي تضمنتها هاته القوانين والنصوص التنظيمية؟ وما هي الآفاق والتحديات في مجال الأحداث التشريعية الجزائرية لتأكيد الحق في الإعلام للمؤسسة الإعلامية؟

ووضعت الباحثة عدة فرضيات لهذه الدراسة وهي كالتالي :

- هناك أسس قانونية تضمن للمؤسسة الإعلامية تأدية الحق في الإعلام .

- هناك عدة نصوص قانونية في الشرعية الدولية الأممية والإقليمية كرست مبدأ الحق في الإعلام أية وسيلة كانت وعلى المستوى الإقليمي والدولي هناك آليات لحماية الحق في الإعلام للمؤسسات الإعلامية.

- هناك بعض القوانين الإعلامية والنصوص التنظيمية للمؤسسات الإعلام بالجزائر نصت على الحق في الإعلام ، كما تضمنت العديد من القيود والعوائق تتعارض مع هذا المفهوم .

وقد تم استخدام المنهج الوصفي التحليلي حيث أن الدراسة ضمن الدراسات الوصفية وتم اختيار العينة القصدية وهذه العينة تتمثل في القوانين والنصوص التنظيمية للمؤسسات السمعية البصرية التلفزيون الإذاعة وكالة الأنباء الجزائرية ، وتم استخدام المنهج الوصفي التحليلي حيث تدرج هذه الدراسة ضمن البحوث الوصفية التي تهدف أساسا للتعرف على ظاهرة معينة .

وتوصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج أهمها:

- حددت القوانين الدولية والإعلان العالمي لحقوق الإنسان التي يتمتع بها الإنسان حقه في التعبير عن رأيه ، وفي تلقي المعلومات وحرية في إعادة بثها وإذاعتها.

- اهتمت المنظمات الإقليمية بالحق في الإعلام ووسائل الإعلام وكرست الاتفاقية الأوربية والأمريكية لحقوق الإنسان والميثاق الإفريقي والميثاق العربي ، وما أكدته الميثاق الدولية حول الحق في الإعلام وبأية وسيلة كانت من وسائل الإعلام ، كما وضعت آليات لضمانه وتفعيله .

- بالمقارنة مع النصوص القانونية الدولية والإقليمية نجد الاتفاقية الأوربية لحماية حقوق الإنسان، المادة (10) نصت على انه يمكن إخضاع اللاذعة والتلفزيون لنظام الترخيص.

الفصل التمهيدي — الإطار المنهجي

- تميز التنظيم القانوني للمؤسسة الإعلامية خلال مرحلة الحزب الواحد بالاتجاه الأحادي وسيطرت حزب جبهة التحرير عليها، لتأتي مرحلة التعددية الحزبية بمكاسب كرسست خلال قانون الإعلام 1990 ممارسة المؤسسات الإعلامية الحق في الإعلام، وحقوق الصحفيين في الحصول على المعلومة، وشروط الضمير .

- جسدت النصوص التنظيمية الحق في الإعلام من خلال نصها على التعددية والاستقلالية وتكوين الصحفي وأخلاقيات المهنة التي تعتبر شرط لحق المواطن في الإعلام الصادق والموضوعي.¹

- هناك عدة قيود تعيق دور المؤسسة من تمكين المواطن من حقه في الإعلام وسلب ما منحتة من مواد ومن حرية أجهزة وسائل الإعلام، هذه القيود نص عنها قانون الإعلام وقانون العقوبات، بالإضافة إلى القيود المالية.

- أعدت المنظومة القانونية الإعلامية عدة مشاريع تمهيدية بداية من 1997 نصت على حرية المؤسسات الإعلامية وتحرير السمعى البصري، ومشروع قانون الإشهار لكن بقية حبر على الورق، لتتم المصادقة على قانون العضوي 2012 الذي أعطى هامش أوسع لحرية المؤسسات الإعلامية (السمعى البصري وللصحفيين) وهذا لايعني انه لا يخلو من القيود والعوائق في انتظار صدور قانون لتنظيم السمعى البصري (إنشاء سلطة ضبط للصحافة المكتوبة والسمعى البصري)².

الدراسة الثالثة : محمد بودر بالة ، اتجاهات جمهور الطلبة والموظفين والإداريين نحو برامج التلفزيون الوطني رسالة لنيل شهادة الماجستير في علم النفس الاجتماعي ، معهد علم النفس وعلوم التربية ، 1996 – 1997. وتمت صياغة الإشكالية على النحو التالي : ماهي اتجاهات الجمهور من الطلبة والموظفين والإداريين نحو برامج التلفزيون الوطني؟

وتندرج ضمن هذه الإشكالية تساؤلات فرعية هي:

¹ مداسي بشرى، الحق في الإعلام من خلال القوانين والنصوص التنظيمية للمؤسسات الإعلامية في الجزائر السمعية البصرية، الصحافة المكتوبة ووكالة الأنباء، كلية العلوم السياسية والإعلام، تخصص تشريعات إعلامية، قسم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2011، ص 3-2.

² نفس المرجع ، ص 3.

الفصل التمهيدي — الإطار المنهجي

- ما هي المتغيرات التي تتحكم في تحديد اتجاهات الجمهور نحو برامج التلفزيون؟
 - إذا كانت برامج التلفزيون الوطني لا تلبى رغبات الجمهور فما هي الأسباب؟
 - لماذا يقبل الجمهور في الجزائر على متابعة برامج القنوات الأجنبية؟
وهناك فرضيات للدراسة:
 - اتجاهات الجمهور نحو البرامج التي تبثها المؤسسة الوطنية للتلفزيون لاعتقاده أنها ليست في مستوى تطلعاته .
 - تعود سلبية اتجاهات نحو برامج التلفزيون الوطني التي كونها لا تتوافق مع قيم الجمهور .
 - تؤثر متغيرات الجنس، المستوى التعليمي، الوظيفة، ودرجاتها تأثيرا كبيرا في تحديد اتجاهات أفراد الجمهور نحو برامج التلفزيون.
 - إن القائمين على البرمجة يحملون قيم واتجاهات الجمهور ورغباته.
 - وغزارة المادة الإعلامية والتقنيات العالية في العمل الإعلامي، وأيضا تعويض النقص في القناة التلفزيونية الوطنية .
- ومن النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة :
- إن نسبة كبيرة من الجمهور في العينة حصلت على اتجاهات سلبية نحو برامج التلفزيون الوطني واعتبرها غير ملبية لرغبات الإعلامية للمشاهدين وتعود أسباب ذلك كون اغلب برامجها لا تتوافق مع قيم الجمهور ولا تطرح اغلب مشاكل وانشغالات المواطنين .
 - إن الجمهور لا يشارك في صياغة البرامج في التلفزة الوطنية ولا تؤخذ رغباته بعين الاعتبار .
 - إن معدل مشاهدة برامج التلفزيون يوميا عند الإناث أكثر من الذكور وعند الطلبة أكثر منها عند الموظفين وعند الثانويين أكثر من الجامعيين .
- الدراسة الرابعة : ليلي حسن السيد، اتجاهات الجمهور نحو القنوات الفضائية المصرية الخاصة مجلة بحوث الرأي العام، كلية الإعلام بجامعة القاهرة، مج 4 العدد المزدوج /ديسمبر 2003.
- وقد درست هذه الدراسة اتجاهات نحو القنوات المصرية الخاصة وقد اعتمدت على العينة القصيدة

قوامها 300 مبحوث ممن يمتلكون أجهزة استقبال البث الفضائي في مدينة القاهرة واستمدت الدراسة إطارها النظري من النظرية البنائية الوظيفية .

وكان من ابرز ما توصلت إليه الدراسة من نتائج هي:

- من جانب التعرض للبرامج الحوارية والسياسية والرياضية التي كانت العلاقة الارتباطية لصالح الذكور وتبين أن 58% من العينة لديهم اتجاهات ايجابية نحو القنوات الفضائية المصرية الخاصة و 0,5% لديهم اتجاهات سلبية و 41% لديهم اتجاهات محايدة .

- وجود علاقة من حيث المبحوث وكثافة التعرض إذا كانت نسبة الإناث اكبر من الذكور وظهرت علاقة ارتباط بين متغير الجنس وكل من أغاني الفيديو كليب والأفلام والمسلسلات وبرامج المرأة لصالح الإناث ، ويمكن قياس هذا القياس على القنوات الفضائية المتخصصة .

- عدم وجود فروق ذات علاقة دالة إحصائية لحجم التعرض ومتوسط زمن التعرض على شدة الاتجاه الايجابي نحو الفضائيات المصرية الخاصة .

نقد الدراسات السابقة :

من خلال الدراسات السابقة التي اعتمدنا عليها في هذه الدراسة فهي تعتبر أهمية كبيرة لدى كافة الباحثين والاكاديميين وقد يستفيد الباحثون والجهات المعنية الأخرى بشرط أن تكون هذه الدراسات تتعلق بمضامين بحوثهم أو تقترب منها في الإجابة على تساؤلات الدراسة أو تحقق أهدافهم من ما توصل إليه الباحثون من نتائج قد تسهم في إثراء مواضيعهم البحثية والتي من شأنها تعرف النقائص التي سبقتها في الدراسة التي سبقتها. ونلاحظ أن الدراسات التي اعتمدها في هذه الدراسة بالرغم من قلتها فإنها تناولت إلى حد ما بعض جوانب الدراسة حيث أشارت إلى

الجمهور المشاهد يتجه إلى القنوات الفضائية الخاصة من اجل تلبية احتياجاته المختلفة الإعلامية بعد ما كان يلبسها في القنوات الأجنبية.

- أظهرت الدراسات السابقة رغم ظهور القنوات الفضائية الخاصة أن هناك اهتمام بحثي حول القطاع السمعي البصري .

الفصل التمهيدي — الإطار المنهجي

- أظهرت الدراسات السابقة مدى اعتماد الجمهور الجزائري إلى الإعلام الخاص في جلب المعلومات والأخبار .

- أهملت الدراسات السابقة معرفة اتجاهات الجمهور الجزائري نحو القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر.

8/مجمع البحث وعينته:

إن مجتمع البحث في العلوم الإنسانية هو مجموعة منتهية وغير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي تركز عليها الملاحظات ومثال ذلك سكان الجزائر أي مجموع الأشخاص أو الأفراد المقيمين بالجزائر أو مجموع كتب المكتبة¹

ويقصد به أيضا جميع المفردات والأشياء التي نريد معرفة خصائص معينة عنها²

ومجتمع بحثنا يتمثل في جمهور القنوات الفضائية الخاصة الذي يشاهد برامجها وتم الاعتماد على توزيع الاستمارة في ولاية المسيلة ويتمثل هذا الجمهور في طلبة الماستر قسم علوم الإعلام و الاتصال بجامعة المسيلة و قد اخترنا هذا الجمهور باعتقادنا على انه هو الذي يمكنه الحكم على ما تقدمه هذه القنوات من مضامين إعلامية وتقييمها تقييما إعلاميا يبرز توجهاتهم نحو هذه القنوات الخاصة .

¹ مورييس أنجرس ، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون ، دار القصة للنشر، الجزائر، 2006، ص198.

² محمد منير حجاب ، أساليب البحوث الإعلامية و الاجتماعية ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2005، ص 104.

عينة البحث:

العينة هي جزء من الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية وهي تعتبر جزء من الكل. بمعنى انه توجد مجموعة من أفراد المجتمع على أن تكون ممثلة لمجتمع البحث¹.

ولقد اتجهنا نحو أسلوب البحث بالعينات وذلك ما تحمله من مميزات التي يتمتع بها البحث عن طريق العينة مقارنة بالحصر الشامل ومن أهمها:

- اختصار الجهد والاقتصاد في التكاليف .

- تمكن الباحث عن طريق العينة من الحصول على الإجابات الدقيقة إذا ما تم استخدام جزء من المجتمع الكلي².

أما نوع العينة التي تم اعتمادها في هذه الدراسة هي العينة القصدية والتي يمكن تعريفها بأنها "العينة التي يتم انتقاء أفرادها بشكل مقصود من قبل الباحث نظرا لتوافر بعض الخصائص في أولئك الأفراد دون غيرهم ولكن تلك الخصائص هي من الأمور الهامة بالنسبة للدراسة كما يتم اللجوء لهذا النوع من العينات في حالة توافر البيانات الدراسة لدى فئة محددة من مجتمع الدراسة الأصلي³. ويمكن تعريفها أيضا تلك العينة التي يعتمد الباحث فيها أن تكون وحدات معينة اعتقادا منه أنها تمثل المجتمع الأصلي خير تمثيل ، فالباحث في هذه الحالة من يختار مناطق محددة تتميز بخصائص ومزايا إحصائية بتمثيلية للمجتمع وهذه النتائج اقرب ما تكون إلى النتائج التي يمكن أن يصل إليها الباحث⁴.

¹ رشيد زرواتي ، مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار الهدى للطبع والنشر ، د ن س ص 334.

² المرجع نفسه، ص 346.

³ محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات ، ط2، دار وائل للنشر ، عمان، 1999، ص 96.

⁴ فاطمة عوض صابر، وميرفت خفاجة ، أسس ومبادئ البحث العلمي ، ط1، مطبعة الإشعاع الفنية، الإسكندرية ، 2002 ، ص 196.

الفصل التمهيدي — الإطار المنهجي

وفي هذه الدراسة توجهنا إلى الأفراد الذين يشاهدون القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر اعتقادا منا أن هذه العينة ستفيدنا في الحصول على المعلومات والبيانات المتعلقة بهذه القنوات والاشباعات التي تحققها لهذه الأفراد .

9/ منهج الدراسة:

وتندرج دراستنا ضمن الدراسات الوصفية والتي يمكن تعريفها " بأنها بحوث تسمح بدراسة وتطور الظاهرة عبر فترة زمنية معينة وللدراسات الوصفية أنواع هي بحوث وصفية تركز في عملها على جماعات أو جمهور معين يكون الهدف هو استطلاع آراء الناس ومعرفة الاتجاهات التي يميلون نحوها.¹

وفي الدراسات الإعلامية تستخدم الدراسات الوصفية لأغراض الوصف المجرد والمقارن لأفراد وجماعات ووصف الاتجاهات والدوافع والحاجات واستخدام وسائل الإعلام والوقائع والأحداث.²

وتم الاعتماد على المنهج المسحي باعتباره ملائم لهذه الدراسة فهو الذي يساعد على مسح جوانب الظاهرة المدروسة أي العناصر المكونة لها والعلاقات السائدة فيها أو على مسح جانب واحد من جوانب الظاهرة إلى جانب ذلك وظف هذا المنهج في مسح الظواهر الاجتماعية فهو مسح ميداني ومن بين الأهداف هذا المنهج

هو التعرف ميدانيا على الآراء والأفكار والاتجاهات والقيم والمفاهيم والتأثيرات الخاصة لجمهور معين.³

10/ أدوات جمع البيانات:

اعتمدنا في دراستنا هذه على مجموعة من الأدوات لجمع المعلومات والبيانات التي تخدم

الظاهرة المدروسة وهي كالتالي:

¹ عامر مصباح ، المرجع السابق ، ص 286.

² محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، ط 1 ، عالم الكتب ، القاهرة ، 2004 ، ص 13.

³ عامر مصباح ، المرجع السابق، ص 80.

1 - أدوات أكاديمية : وهي المراجع التي تتمثل في الكتب والدراسات والمجلات والمقالات بالإضافة إلى المواقع الإلكترونية ، والملتقيات .

2 - أداة الاستمارة: فهي من الأدوات البحث العلمي الأكثر تطبيقا في البحوث ويمكن تعريفها بأنها "وسيلة لجمع البيانات وتعتمد على مجموعة من الأسئلة " فالاستمارة تبحث في مؤشرات الدراسة لاكتشاف حقائق عن¹ الموضوع المدروس.

وتعرف الاستمارة بالاستلانة وهي مجموعة من الأسئلة المكتوبة التي تعد بقصد الحصول على المعلومات آراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين وتعد الاستبانة من أكثر الأدوات المستخدمة في جمع البيانات الخاصة بالعلوم الاجتماعية التي تتطلب الحصول على معلومات أو معتقدات أو تصورات أو الآراء الأفراد ومن بين أهم ما تتميز به الاستبانة هو توفير الكثير من الوقت والجهد.²

وتعرف الاستمارة أيضا" بأنها مجموعة من الأسئلة ترسل أو تسلم إلى الأفراد الذين يتم اختيارهم لموضوع البحث ليقوموا بتسجيل إجاباتهم على الأسئلة.³

وقد تم تصميم استمارة استقصاء وفق الموضوع المعالج وبهدد الانتهاء منها تم توزيعها على مجموعة من الأساتذة من اجل تحكيمها في قسم علوم الإعلام والاتصال وهم: يوسف عبد العالي، ربيع رضوان ، سعاد ولد جاب الله وبوقره رضوان ، طيبي رابح، وهذا لمعرفة مدى صلاحية هذه الاستمارة وبعد وضع التصحيح الذي شمل الإضافة والحذف وإعادة وغيرها من الأخطاء أو المعلومات التي يمكن إضافتها أو حذفها وبعد ذلك قمنا بإعادة تصميم الاستمارة في صورتها النهائية والتي تتضمن ثلاث محاور الأول يتمثل في لبيانات الشخصية للمبحوثين والمحور الثاني يتمثل في أنماط ودوافع استخدام الجمهور للقنوات أما المحور الثالث فتضمن قياس الاتجاهات وقد

¹ رشيد زرواتي، مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار الهدى للطبع والنشر، 2007، ص 182

² محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2، دار وائل للنشر والتوزيع ، عمان، 1999، ص 63.

³ عامر مصباح ، منهجية البحث العلمي في العلوم السياسية والإعلام ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2008، ص 219.

اعتمدنا على مقياس " ليكرت " وهذا المحور ، حيث قمنا بتوزيع الاستمارة التجريبية على الجمهور والمتمثل في 10 مفردات لمعرفة هل مازال هناك خلل أو نقص في هذه الاستمارة وكان ذلك 25 افريل 2015 ، ثم قمنا بتوزيعها على الطلبة ودام ذلك يومان .

11/حدود الدراسة :

إن أي بحث يرسم هدف محددًا من اجل تحقيقه ضمن حدود معينة تكون في متناول إمكانيات الباحث النظرية والمنهجية والمادية وهذه الدراسة لا تخرج هذا التقليد وبالتالي سنحاول رسم حدود لهذه الدراسة على النحو التالي :

الحدود المكانية: وقد تم إجراء هذه الدراسة في ولاية المسيلة جامعة محمد بوضياف كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم علوم الإعلام والاتصال مستهدفة بذلك طلبة الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة وصحافة مكتوبة .

الحدود البشرية: المتمثل في الجمهور المشاهد للقنوات الفضائية الخاصة في الجزائر الذين شملتهم الدراسة .

الحدود الزمنية : تم إجراء هذه الدراسة في عام 1014 — 2015 ، وتم القيام بجمع المعلومات والبيانات النظرية والمنهجية وكذلك إعداد العمل الميداني وتوزيع الاستمارة الذي دام مدة يومين وكان في نهاية افريل ، ثم تحرير الدراسة في شكلها النهائي.

12/المدخل النظري للدراسة:

مدخل إلى نظرية الاستخدامات و الإشباعات :

يعد مدخل الاستخدامات و الإشباعات بمثابة نقلة فكرية في مجال دراسة تأثير وسائل الإعلام والاتصال حيث يعد النموذج البديل لنموذج التأثيرات التقليدي الذي يركز على كيفية تأثير وسائل الإعلام والاتصال على كيفية استجابة وسائل الاتصال لدوافع واحتياجات الجمهور الإنسانية ويتميز الجمهور في ظل مدخل الاستخدامات و الإشباعات بالنشاط والايجابية والقدرة

على الاختيار الواعي والتفكير وبذلك يتغير المفهوم التقليدي للتأثير والذي يعني بما تفعله وسائل الإعلام بالجمهور إلى دراسة ما يفعل الجمهور بالوسائل¹.

ويركز مدخل الاستخدامات الإشباعية على مجموعة من الأهداف من بينها:

- تفسير وتحليل كيفية استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام المختلفة لإشباع حاجاتهم وتوقعاتهم.

- التعرف على دوافع وأنماط وخصائص التعرض لوسائل الإعلام .

- معرفة حقيقة الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام المختلفة من خلال قياس النتائج المترتبة على التعرض لتلك الوسائل.

فروض نظرية الاستخدامات و الإشباعيات :

يمكن بلورة العناصر الرئيسية للمدخل فيما يلي:

1- الأصول النفسية و الاجتماعية: يرى باحثو الاستخدامات والإشباعيات أن العديد من الاحتياجات المرتبطة بوسائل الإعلام لدى الأفراد تنشأ نتيجة تفاعلهم مع بيئاتهم الاجتماعية ومع العوامل المجتمعية الأخرى، كما تلعب العوامل النفسية والفروق الفردية إلى وجود حوافز ومثيرات منبهات لدى أفراد الجمهور من مستخدمي وسائل الإعلام.

2- افتراض الجمهور النشط : أعاد هذا الافتراض النظرية التي كانت تنظر للجمهور باعتباره متلقيا سلبيا لا حول له ولا قوة ، ويسهل التأثير عليه ، وأصبح ينظر إليه علة انه جمهور نشيط ينتقي ويختار ما يهمه من رسائل الاتصال ، ليشبع احتياجاته في النهاية ويتوقف ذلك على عنصر المنفعة التي تعود عليه من استخداماته لوسائل الإعلام والاتصال لذلك يتم انتقاء المضامين التي تعكس اهتماماتهم وتفضيلا لهم لخدمة دوافعهم المختلفة.

كما قدم "جاي بلومر" jay blumler العديد من المعاني التي تشرح هذا المفهوم باعتباره نشطا وفعالا حددها في الأبعاد التالية:

1- المنفعة المتحققة من استخدامات وسائل الإعلام : ويقصد بها أن وسائل الإعلام لها استخدامات محددة من قبل جمهورها ، ويتم استيعاب رسائلها ومضامينها في إطار تلك

¹ رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الالكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص33.

الاستخدامات ،وعليه فاستخدامات الجمهور لتلك الوسائل رهن بما يعود عليهم من إشباع احتياجاتهم .

2— الانتقائية : ويقصد بها اختيار الجمهور لوسائل إعلامية بعينها وكذا لمضامين محددة تعكس طبيعة اهتماماتهم وتفضيلاتهم .

3 — العمد والقصد :ويقصد به أن استخدام الجمهور لمضمون وسائل الإعلام تحكمه دوافع الجمهور.¹

4 — مقاومة التأثير :ويقصد بذلك أن الجمهور عنيد لا يقبل سيطرة من الآخرين ومن أي شيء حتى وسائل الإعلام نفسها، الأمر الذي يؤكد صعوبة التأثير على الجمهور.

2 — دوافع استخدامات وسائل الإعلام :

نستخدم كلمة "دافع" في الحياة المعاشة بمعان متعددة اعم واشمل من معناها السيكولوجي ،فتشمل الحاجات والحوافز والمثيرات والبواعث والعادات والأهداف والانفعالات ،في حين يشير معناها السيكولوجي إلى درجة التغير أو التعديل الذي يطرأ على السلوك البشري وفقاً لتعرضه أو تعريضه لعمليات معينة .

فالدافع إذا عبارة عن ميل قوي للبحث عن هدف أو مجموعة الأهداف وتحقيقها لأنها محرك قوي للسلوك يقود الفرد نحو هدف ما.والدافع عبارة عن حالة داخلية فسيولوجية أو نفسية تدفع الفرد نحو السلوك وتوجيهه نحو غاية معينة.²

البدايات الأولى: لظهور مدخل الاستخدامات و الإشباعات:

إن نظرية الاستخدامات و الإشباعات تهتم بدراسة الاتصال الجماهيري دراسة وظيفية منظمة فخلال عقد الأربعينيات من القرن العشرين أدى إدراك عواقب الفروق الفردية و التباين الاجتماعي على إدراك السلوك المرتبط بوسائل الإعلام إلى بداية منظور جديد للعلاقة بين الجماهير ووسائل الإعلام و كان ذلك تحولا من رؤية الجماهير على إنها عنصر سلبي غير فعال ، إلى رؤيتها على أنها فعالة في انتقاء أفرادها لرسائل و مضمون من وسائل الإعلام و كانت النظريات المبكرة من نظرية الآثار الموحدة أو الرصاصة السحرية ترى الجماهير عبارة عن كائنات سلبية و منفصلة و

¹ حسن عماد مكاوي .ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة ، الدار المصرية اللبنانية ، 2006، ص 242 — 244.

² حسن عماد مكاوي ،ليلي السيد، المرجع نفسه، ص 244 — 245.

تصرف بناء على نسق واحد ، أما و قد اتضح الدور الفني للمتغيرات في المعرفة و الإدراك والثقافات الفرعية ، فلم يعد ممكنا فهم الجماهير لهذه الطريقة ، إلا أن البحث في أنواع الاحتياجات التي يحققها استخدام وسائل الإعلام قد بدأت منذ وقت مبكر في الثلاثينات حيث أجريت دراسات عديدة في هذا المنظور على قراءة الكتب و مسلسلات الراديو و الصحف اليومية و الموسيقى الشعبية و أفلام السينما و ذلك للتعرف على ذلك للرأي العام و خلال سنوات الحرب العالمية الثانية أصبح هناك وفرة من المعلومات حول استخدامات وسائل الإعلام و الإشاعات التي يحققها.¹

و استمر الاهتمام بهذه الدراسات في الأربعينات ، من خلال بحوث لازر سفيلد و زملائه كانت تمثل لانطلاقة الحقيقية و العلمية في الدراسات الإعلامية التي مهدت الطريق و حددت الاتجاهات و طورت المنهجية للمهتمين بالقضايا الإعلامية ، و في نفس المرحلة إزدهرت البحوث الإعلامية بفضل دوافع عدة منها العلمية و التجارية و السياسية و كانت هذه البحوث تكشف عن نتائج لم تكن متضمنة فرضيات الباحثين ، و بالتالي أصبحت هذه لنتائج نفسها موضوع فرضيات أبحاث لاحقة توصلت كلها إلى نظرية قوة و فعالية وسائل الإعلام في التأثير في الجمهور¹ ، و يقوم نموذج الاستخدامات و الإشاعات بمجموعة من المفاهيم و الشواهد التي تؤكد على أسلوب الأفراد أمام وسائل الإعلام أكثر قوة من المتغيرات الاجتماعية و السكانية و الشخصية ، و يذهب "إدلستاين"

و زملاؤه إلى تأسيس نموذج الاستخدامات كما توصل الباحثان " ورنند وهانري " (1948) من خلال الدراسة حول المسلسلات الإذاعية اليومية إلى أن من بين الرغبات الأساسية التي يشبعها الجمهور تتمثل في كونها تساعدهم على تجاوز ثقافتهم الاجتماعية . في نهاية الأربعينات كان "لاسيويل و رايت" أرسى دعائم الوظيفة البنيوية في البحوث الإعلامية حيث ميز " لا سيويل " بين ثلاث وظائف لوسائل الإعلام .

1 - حراسة المحيط

2- ربط أجزاء المجتمع في استجابته للمحيط

3 - و نقل التراث الاجتماعي من حين إلى آخر .

¹ المرجع نفسه، 239.

بينما " رايت " أضاف وظيفة رابعة هي الترفيه .

اهتم " كانتر " و زملاؤه بصياغة العلاقة بين حاجات الفرد و اتجاهاته السلوكية لإشباعها من بين البدائل المختلفة ، منها وسائل الإعلام و محتواها و ذلك في المقالة التي نشرها أكثر من مرة بعنوان " استخدامات الأفراد لوسائل الإعلام و في استعداداتهم للبحوث السابقة ركزوا على بحث أجري في السويد عام 1968 ، اهتم فيه الباحثان بثلاثة عوامل فرضية أساسية تتمثل في الآتي :

1 - إن جوهر الفرض الخاص بالاستخدام هو اعتبار المتلقي ايجابيا و نشاطا في سلوكه الاتصالي مع وسائل الإعلام .

2 - الاختبار يكون في يد الأفراد من المتلقين بناء على الحاجة إلى الإشباع

3 - تنافس وسائل الإعلام مع المصادر الأخرى لإشباع الحاجات .¹

و بناءا على نتائج العديد من بحوث صاغ و زملاؤه نموذجا للعلاقة بين استخدام الأفراد لوسائل الإعلام و ما يمكن أن تشبعه من حاجات لدى هؤلاء الأفراد و مقارنة بالبدائل الأخرى الوظيفية التي قد يتجه إليها الفرد لتلبية الحاجات مثل الأنشطة الثقافية الأخرى.²

جاء كرد فعل لمفهوم قوة وسائل الإعلام الطاغية و يتضمن هذا النموذج صفة ايجابية على جمهور وسائل الإعلام من خلال منظور الاستخدامات لا تعد الجماهير مجرد مستطلين سلبيين لرسائل الاتصال الجماهيري و إنما يختار الأفراد بوعي وسائل الاتصال التي يرغبون في التعرض إليها و وقوع المضمون الذي يلي حاجاتهم النفسية و الاجتماعية من خلال قنوات المعلومات و الترفيه المتاحة .

و يحقق منظور الاستخدامات و الإشباعات ثلاثة أهداف رئيسية هي :

1 - السعي إلى إكتشاف كيف يستخدم الأفراد وسائل الاتصال و ذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار و يستخدم الوسائل التي تشبع حاجاته و توقعاته .

2 - شرح دوافع التعرض لوسيلة معينة من وسائل الاتصال والتفاعل الذي يحدث نتيجة هذا التعرض .

3- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاتصال بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري .

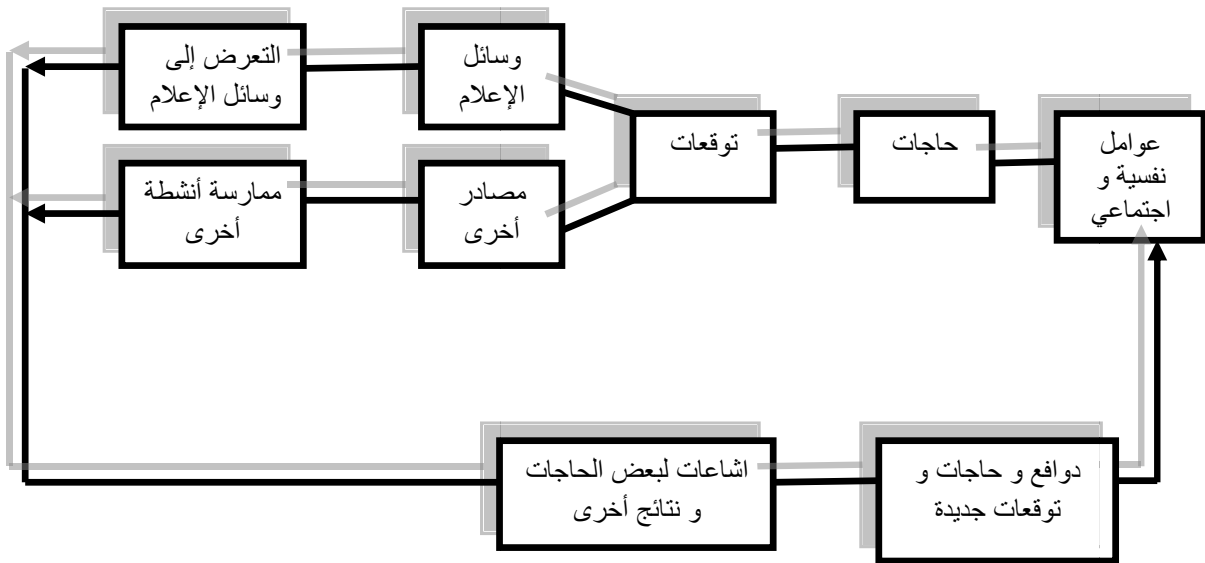
¹ مي عبد الله ، نظريات الاتصال ، ط2، دار النهضة للنشر والتوزيع ، دن ب ، 2006 ، ص289.

² شهيناز طلعة محمد طلعت ، وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية دراسة نظرية مقارنة وميدانية في المجتمع الريفي ، ط3، مكتبة الانجلو

المصرية للنشر، القاهرة، 1995، ص 105.

الفصل التمهيدي — الإطار المنهجي

وبخصوص نظرية الاستعمالات وإشباع الرغبات يرجع أصلها إلى عدة دراسات في الأربعينات والخمسينات، من بين هذه الدراسات هورزوغ في 1940 و حول مسألة الرغبات التي يشبعها الجمهور برنامج ألعاب إذاعي ، إذ كشفت دراستها على أن من الرغبات المشبعة التي أفصح عنها المستجوبون أساسا هي التنافس و الترفيه و التقييم الذاتي و استخلصت الباحثة أ البرنامج الإذاعي يتيح الفرصة لمستمعيه لإشباع بعض الرغبات البسيكولوجية . و في دراسة ثانية لنفس الباحثة في عام 1942 بعنوان : ماذا تعرف حول مستمعي المسلسلات الإذاعية اليومية ؟ قامت باستجواب 2500 مستمع و توصلت إلى تحديد أنواع الرغبات التي يشبعها جمهور المسلسلات الإذاعية اليومية و تمثل في التنفيس العاطفي ، الاستغراق في أحلام اليقظة و السلوك الاجتماعي اللائق .¹



نموذج كارتر للاستخدامات و الإشباع .

و يعكس النموذج السابق الفروض الأساسية التي تقوم عليها نظرية الاستخدامات و الإشباع في نموذج كارتر و زملاؤه ، و يمكن تلخيصها في الفروض الخمسة التالية :

1 - جمهور المتلقين هو جمهور نشط ، و استخدامه لوسائل الإعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.

¹ حسن عماد مكاوي مرجع سبق ذكره، ص241.

2 - يمتلك أعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات و اختيار و وسائل معينة يرى أنها تشيع حاجاته.

3 - تنافس وسائل الإعلام ، مصادر أخرى للإشباع الحاجات و مثل الاتصال الشخصي أو المؤسسات الأكاديمية أو غيرها من المؤسسات ، فالعلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام تتأثر بعوامل البيئة عديدة و هذا ما عبر عنه " كلاير " بتأثيرات العوامل الوسيطة .

4 - الجمهور هو وحده القادر على تحديد الصورة الحقيقية لاستخدامه وسائل الإعلام ، لأنه هو الذي يحدد اهتماماته و حاجاته و بالتالي اختيار الوسائل التي تشيع حاجاته .¹

5 - الأحكام حول قيمة العلاقة بين حاجات الجمهور و استخدامه لوسيلة أو محتوى معين يجب أن يحددها الجمهور نفسه ، لأن الناس قد تستخدم نفس المحتوى بطرق مختلفة بالإضافة إلى أن المحتوى يمكن أن يكون له نتائج مختلفة .²

و في إطار اهتم " روز نيجرين " بناء نموذج للاستخدامات و الإشباعات يجدد فيه أهمية الحاجات التي تقع في أعلى هرم ماسلو مثل الحاجة إلى الصحبة / الحب / القبول تحقيق الذات في ارتباطها أكثر نموذج الاستخدامات و الإشباعات مقارنة الحاجة العضوية و الحاجات النفسية الأساسية مثل تحقيق الأمن .

و يركز أيضا بجانب الحاجات على المشكلات التي تدفع الفرد إلى سلوك معين و هذه المشكلات لا تتعارض مع الحاجات و تحتاج من الفرد إلى إدراك سبل حل هذه المشكلات و بالتالي شكل قوة دافعة للتعرض من خلال اختيار أنماط حل المشكلات بجانب أنماط دوافع الإشباع و هي كلها سوف تؤدي إلى الفعل الذي يتمثل في استخدام وسائل الإعلام أو أي سلوك آخر .

و تختلف الحاجات و المشكلات و الدوافع باختلاف الأفراد و الجماعات و بالتالي فإننا نتوقع اختلافا في نماذج السلوك و اختيار المحتوى و يترتب على ذلك أيضا إشباع أو عدم إشباع نتيجة عملية الإختبار و التعرض إلى وسائل الإعلام و محتواها .

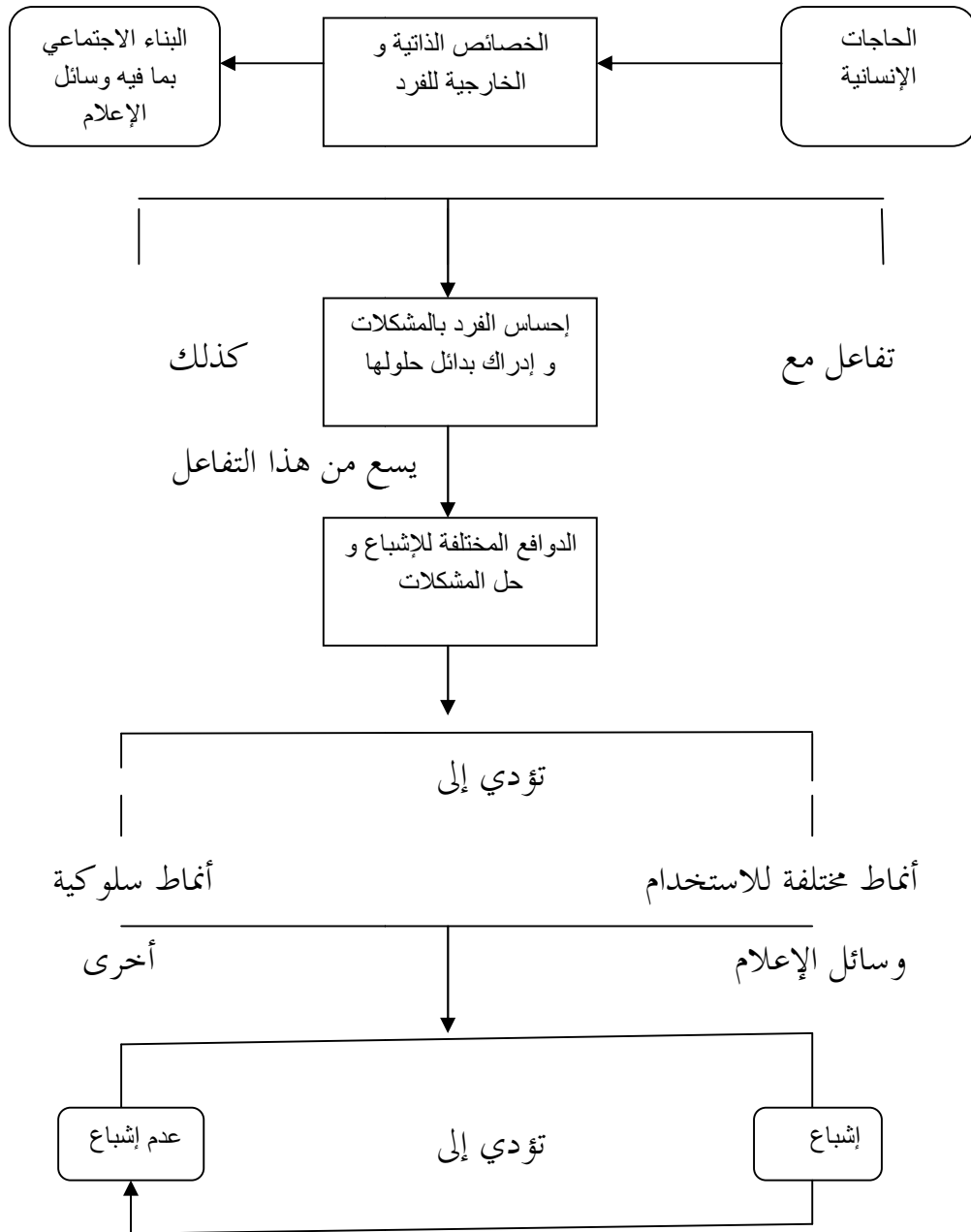
و يمكن تلخيص العلاقات البنائية في نموذج " روز نيجرين " في الآتي :

¹ محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام والتأثير ، ط3 ، عالم الكتب للنشر والتوزيع ، د ن ب ، ص284.

² محمد عبد الحميد ، المرجع نفسه ، 284 ، 286.

- 1 - تتمثل البداية في وجود الحاجات الفردية العامة و النفسية و كذلك مع البناء الاجتماعي المحيط بالفرد بما فيه بناء وسائل الإعلام .
 - 2 - يترتب على ذلك ظهور مشكلات الفرد و سواء كان نشورة بها قويا أو ضعيفا فإنه يبحث عن حل لها من بين البدائل المختلفة في محاولة للسلوك الذي تؤدي إلى إشباع أو حل المشكلات .
 - 3 - و نتيجة لهذا السلوك تظهر أنماط مختلفة للاستخدام الحالي لوسائل الإعلام و كذلك أنها سلوكية أخرى خلاف استخدام وسائل الإعلام لتحقيق الإشباع أو حل المشكلات .
 - 4 - تؤدي الأنماط السلوكية المختلفة مع وسائل الإعلام أو غيرها إما إلى نماذج الإشباع أو عدم الإشباع .
 - 5 - و هذا من الممكن أن يتأثر أيضا بالخصائص العامة و النفسية و العوامل¹ .
- البنية و الاجتماعية المحيطة بالفرد ، مثل بناء وسائل الإعلام و البناء السياسي و الاقتصادي و الثقافي في المجتمع ، و هذه في النهاية تمثل تأثيرات عملية الاستخدام و الإشباع التي تعتمد على المتلقي بالدرجة الأولى .
- ويرى "روزنجرين" أن عملية الاستخدامات و الإشباع ربما تؤثر على كل من المجتمع و وسائل الإعلام في المجتمع

¹ المرجع نفسه ، ص 286,285.



و هذا من الممكن أن يتأثر أيضا بالخصائص الذاتية الخارجية المحيطة بالفرد مثل بناء وسائل الإعلام و البناء الثنائي و السياسي و الاقتصادي في المجتمع. نموذج روز نجرين للاستخدامات و الإشباعات¹.

وتعاني نظرية الاستخدامات و الإشباعات من غياب نظرية متقاربة من الاحتياجات الاجتماعية والسيكولوجية و ليس المقصود هنا هو الاقتصار لمرجع الاحتياجات و لكن القصد هنا

¹ المرجع نفسه : ص 286 - 287 .

هو تجميع و ترتيب الاحتياجات طبقا لمجموعة من المستويات و تحديد القروض التي ترتبط بين احتياجات معينة من الإشباعات من بعض وسائل الاتصال و من الانتقادات التي وجهت لهذه النظرية أيضا أنها لم تميز بوضوح بين عمليتين منفصلتين و لكنهما مترابطتين في آن واحد ، الأولى هي العلاقة بين مضمون الرسالة من جهة و إشباع الاحتياجات من جهة أخرى إن لم توضح العلاقة بطريقة يمكن اختيارها برغم وجود قوائم متداخلة تتماثل مع الاحتياجات لوسيلة اتصال معينة .

لقد كان من أكبر الانتقادات التي وجهت لهذه النظرية أنها فشلت في تأخذ في الاعتبار أن نفس الاختلافات بين ما يبحث عنه الجمهور و ما يحصلون عليه بالفعل من جراء التعرض لوسيلة ما ، و لقد قرر عدد من الباحثين أنه أصبح من المواضيع يوم بعد يوم . أن هناك فروقا بين الاتجاهات المقصودة و الإشباعات المتحققة بالفعل¹ .

الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات و الإشباعات .

منذ أن أصبحت نظرية الاستخدامات و الإشباعات في مقدمة نظريات الإعلام تماثل الأصوات تثير عدة تساؤلات و من الانتقادات التي وجهت لهذه النظرية :

لقد جلب أحد فروض هذه النظرية بعض الباحثين و هو الفرض القائل : أن التعرض لوسائل الاتصال موجة من العقل و ذو هدف حيث يرى بعض الباحثين أن هذا الفرض لم يتم إتباعه نظريا أو عمليا عند التصميم الأبحاث الخاصة بالاستخدامات و الإشباعات ، ففي حالة التعرض شخص ما لمادة أو برنامج ما في أحد وسائل الاتصال و هو متوقعا الحصول على اشباعات ما من جراء المشاهدة فقد حدث شيء من شيعين إما أن تحصل على هذه الإشباعات نفسها التي توقعها أو إما أن يحصل على اشباعات جديدة لم يتوقعها قبل المشاهدة ، و في حالة رضائه عن هذه الإشباعات الجديدة فمن المتوقع حينئذ أن تحرص على مشاهدة نفس البرنامج مرة أخرى ، فإن الغرض لوسائل الاتصال قد لا تكون موجة من العقل و ذو هدف محدد كما تدعي هذه النظرية .

¹ أماني عمر الحسيني ، الإعلام و المجتمع ، أطفال في ظروف صحية ووسائل الإعلام المؤثرة ، ط 1 ، عالم الكتب للنشر و التوزيع و الطباعة، بيروت ، 2005 ، ص 90 — 91 .

و من الانتقادات الأخرى التي وجهت لهذه النظرية ما قاله "بلوملر" بأنه حيث يتعرض الشخص على مادة أو برنامج ما في إحدى وسائل الاتصال فإنه يكون حينئذ ادراكات لما سوف تقدمه له هذه المادة أو هذا البرنامج ، و بذلك تصبح هذه الادراكات استمالاته المدركة و لكن ليس بالضرورة أنها تحتوي على ادراكات المعاني و القيم التي تم توصيلها له بالفعل من خلال هذه المادة و تترجم هذه الميول لدى الجمهور إلى التوقعات ثم دوافع للمشاهدة أو القراءة و إذا تم تأكيدها حينئذ تتحول إلى احتياجات و تكون هي الدافع للمشاهدة مرة أخرى هذه النظرة الواسعة نتج عنها مجموعة من الملاحظات الهامة و لكن قد قام بعض الباحثين بتوجيه أسئلة كثيرة بخصوص جوهر هذه النظرية فمثلا اقترح "بالوملر" أن يتناول الباحثون السؤال التالي : ما هي الإشباعات التي يبحث عنها الجمهور من أية مضامين لتسهيل تأثيرات معينة ؟ و لقد أعرب "بيكر" عن قلقه من صعوبة تمييز الاحتياجات المرتبطة بوسائل الاتصال و الاحتياجات غير المتصلة بما يقوى أن الإشباعات لا تبدو مرتبطة بوسائل معينة و أن الإشباعات معينة تبحث عنها الجمهور في وسيلة ما سوف يبحث عنها أيضا في مصادر أخرى¹ .

و تعاني نظرية الاستخدامات و الإشباعات من غياب نظرية متقاربة من الاحتياجات الاجتماعية و السيكولوجية و ليس المقصود هنا هو الاختيار لمرجع الاحتياجات و لكن القصد هنا من تجميع و ترتيب الاحتياجات طبقا لمجموعة من المستويات و تحديد الفروض التي ترتبط بين الاحتياجات معينة من الإشباعات من بعض وسائل الاتصال .

و لقد كان من أكبر الانتقادات التي وجهت لهذه النظرية أنها فشلت في الاختبارات أو أن نفس الاختلافات بين ما يبحث عنه الجمهور وما يحصلون عليه بالفعل من جراء التعرض لوسيلة ما ، و لقد قرر عدد من الباحثين أنه أصبح من الواضح يوم بعد يوم أن هناك فروقا بين الاحتياجات المقصودة و الإشباعات المنخفضة بالفعل² .

¹ أماني عمر الحسيني : المرجع ، نفسه ، ص 89 - 90 .

² أماني عمر الحسيني ، المرجع نفسه ، ص 90 - 91 .

13/الصعوبات :

لقد واجهتني في هذه الدراسة عدة صعوبات منها:

- باعتبار ظهور القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر في الآونة الأخيرة وجدت قلة الدراسات التي تتناول هذا الموضوع بالإضافة قلة الكتب.
- صعوبة الوصول إلى المعلومات المتعلقة بهذا الموضوع.
- صعوبة استرجاع الاستمارة من المبحوثين
- ندرة الدراسات التي تناولت القطاع البصري الخاص .

الفصل الأول :

دراسات اتجاهات

تمهيد

المبحث الأول :تعريف الاتجاهات وأهميتها .

المبحث الثاني : أنواع الاتجاهات وخصائصها .

المبحث الثالث : مقاييس الاتجاهات .

المبحث الرابع : وظائف ومكونات الاتجاهات

المبحث الخامس:المراحل والعوامل المؤثرة في تكوين الاتجاهات وشروط تكوينها

المبحث السادس:طرق تغيير الاتجاهات والعوامل التي تساعد في تغييرها.

تمهيد:

سنحاول من خلال هذا الفصل التطرق إلى دراسة الاتجاهات من خلال تعريفها وأهميتها والوقوف عند خصائصها وأنواعها ومقاييسها ووظائفها ومكوناتها بالإضافة إلى المراحل والعوامل المؤثرة في تكوين الاتجاهات وشروط تكوينها وصولاً إلى طرق تغيير الاتجاهات والعوامل التي تساعد في تغييرها.

المبحث الأول : تعريف الاتجاهات وأهميتها.

1- تعريف الاتجاهات:

يقترن مصطلح "الاتجاهات" عادة بمصطلح القيم نظراً للترابط القائم بينهما فالقيم تولد اتجاه الفرد نحو المواضيع المختلفة التي يواجهها، وتحتل دراسة الاتجاه مكاناً بارزاً من قبل علماء النفس والاجتماع في كثير من الدراسات الشخصية وديناميات الجماعة وفي كثير من المجالات التطبيقية مثل التربية العلاقات العامة، والإدارة والتدريب القيادي وتوجيه الرأي العام.¹ وقد طرحت مئات التعريفات المشابهة لمفهوم الاتجاه واحتفظ معظمهم بفكرة أن الاتجاهات والمواقف ما هي إلا نوع من الاستعداد المسبق المتعلم والمكتسب، وان هذه الاتجاهات والمواقف تلعب دوراً قوياً في تشكيل السلوك.

هو حالة استعداد عقلي كونه التجارب أو الظروف التي مرت بالفرد لجميع المواقف والأشياء و يرتبط الاتجاه بتأهب الفرد و استعدادة لكن يتأثر بمثير ما في موقف فيتصرف تصرفاً معيناً . يمكن تحديد الاتجاهات على أنها عبارة عن استجابات تقويمية متعلمة إزاء الموضوعات أو الأحداث أو غير ذلك من المثيرات و عندما يقال أن الاتجاه عبارة عن استجابة تقويمية متعلمة لمثيرها فإن ذلك يفسر المفهوم تفسيراً جزئياً فقط لأن الاتجاه هو مكونات مختلفة تتحدد فيما بينها لتكوين الاستجابة النهائية الشاملة.²

¹ بودر بالة محمد، اتجاهات الطلبة والموظفين والإداريين نحو برامج التلفزيون الوطني، رسالة نيل شهادة الماستر، علم النفس الاجتماعي، جامعة المسيلة، 1996-1997، ص 14.

² محمد جمال الفار، المرجع السابق، ص 6.

هناك بعض الآراء التي عرفت الاتجاهات على أنها ميول أو نزاعات و هذا على إعتبار أن الاتجاه استعداد للاستجابة و ليس الاستجابة نفسها و هذا ما أشار إليه "بوجاردس" في تعريفه للاتجاه بأنه عبارة عن الميل الذي يوجه السلوك قريبا من عوامل البيئة أو تعبيرا عنها بحيث يضمني عليها بعض المعايير الايجابية أو السلبية طبقا لقربه أو بعده عنها .

و عرف كامبل مستشيرا 1950 Cambell : الاتجاهات بأنها عبارة عن الاتساق الاستجابي المتزامن نحو موضوعات اجتماعية معينة و مثيرا بذلك إلى ترابط الاستجابة بالنسبة للفرد نحو مجموعة من المشكلات الاجتماعية و قد إتفق معه (أحمد زكي صالح 1979) من حيث الاتساق سواء كان ايجابيا أو سلبيا إزاء موضوع معين .

و تعريف (فؤاد أبو حطب 1983) للاتجاه : بأنه "حالة تهيؤ عقلي يستلزم الهدوء و التأهب أو الاستعداد للاستجابة سواء قبول أو رفض الأشياء الاجتماعية."¹

2 – أهمية الاتجاهات

إن اهتمام علماء النفس الاجتماعي ، و السياسة ، و الباحثين في مؤسسات سير الآراء بدراسة الاتجاهات يعود إلى أهميتها وعليها يبني السياسيون أحكامهم ويخططون لمشاريعهم ، ويحلل النفسانيون سلوك الفرد في الجماعة، فاتجاه الفرد نحو المواضيع المتعددة التي يواجهها أمر لا مفر منه وتكمن أهمية الاتجاهات فيما يلي:

1 – استخدام الاتجاهات في مجالات واسعة

تتم عدة فروع معرفية بدراسة الاتجاهات وتوظيف النتائج في هذه مجالات ، ومنها الدعاية التجارية، السياسية ، و علم النفس في العمل والتنظيم و علم الاجتماع ، وغيرها باعتبار أن الاتجاه ظاهرة تتحكم فيها عدة متغيرات نفس – اجتماعية وحتى سياسية وثقافية .²

¹ الدسوقي إبراهيم ، وسائل وأساليب الاتصال الجماهيرية والاتجاهات الاجتماعية ،، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الاسكندرية ، دن س ، ص

143-146.

² محمد بودر بالة ، المرجع السابق، ص 21-22.

2- الاتجاه يتحكم في سلوك الفرد :

يكون السلوك تعبيراً عن الاتجاه على أرض الواقع، و"اتجاهات الفرد تفرض عليه سلوكاً معيناً يحاول أن يكون مطابقاً للاتجاهات التي يحملها والمعتقدات التي يؤمن بها، وفي حالة ما إذا تصرف تصرفاً أو قام بسلوك مخالف لاتجاهاته ومعتقداته، فإنه يعيش حالة من التوتر واللاتوازن الداخلي، وفي هذه الحالة فإنه لا بد أن يعمل على إعادة توازن الداخلي"

ولكن هل يكون السلوك دائماً مترجماً للاتجاه؟

فالكثير من الناس يقومون بسلوكيات لا تعبر عن الاتجاهات التي يحملونها وقد تناقضها تماماً في العديد من الأحيان، ويكون هذا في ظروف معينة.

3- أهمية الاتجاهات في ميدان العمل والتنظيم:

أعطى المهتمون بالعمل والتنظيم وخاصة في المؤسسات الاقتصادية أهمية كبرى للاتجاه ليس كمفهوم نظري بل كتطبيق هدفه تحسين الإنتاج ومن بين هؤلاء ماكيلاند 1961، ودوتش 1974 وأكد بأنه "إذا كانت الدوافع والقيم والاتجاهات عناصر ثقافية فإنها هي التي تحدد إلى حد بعيد النمو الاقتصادي ومستوى التطور". وتبعاً لهذا يقوم الباحثون في الدول المصنعة خاصة بدراسة اتجاهات العمال في المؤسسات الاقتصادية نحو ظروف العمل والمؤولين والأجور باعتبارها محددات أساسية لرفع الإنتاج.

4- الاتجاهات مقاومة لتغير النسق الاجتماعي :

تقوم بحماية النسق الاجتماعي من أي تحويل يتعرض له، باعتبارها "تشكل جزءاً كبيراً من الثقافة الموروثة الخاصة بهذه المجتمعات، والتي يصعب زحزحتها بسهولة وبسرعة في أي اتجاه" وهناك في المقابل بعض الاتجاهات السلبية، تكون معرقة للتطور، كالاتجاهات العنصرية نحو الأجناس.¹

¹ محمد بودر بالة، المرجع نفسه، ص22.

5- أهمية الاتجاهات في ميدان الاتصال:

لما كان الفرد لا يستطيع أن يعيش وحده، ووجب عليه تكوين شبكة من العلاقات مع الآخرين الذي يتفاعل معهم عن طريق عملية الاتصال ليحقق حاجياته، وبهذا فهو يكون اتجاهات مختلفة نحو الأشخاص والمواضيع بفضل الاتصال، ومن بينها اتجاهاته نحو وسائل الإعلام، إذ "لكل من المرسل والمستقبل اتجاهها إيجابيا أو سلبيا نحو الآخر، ونحو الموضوع الذي يدور حوله الاتصال وكذلك نحو الأشياء والأشخاص والمواقف الأخرى التي ترد في الرسالة، والاتصال هو في الواقع محاولة من المرسل للتأثير على اتجاهات وأفكار المستقبل

ولذلك فإن وسائل الإعلام تعمل على التأثير على جمهورها وإقناعهم وتوجيههم حسب أهداف مختلف السياسات العامة.¹

المبحث الثاني: أنواع الاتجاهات وخصائصها

1- أنواع الاتجاهات

للإتجاهات الاجتماعية أنواع عديدة ، و تختلف تسميات هذه الأنواع باختلاف الزاوية أو الإتجاه النظري الذي ينظر به العلماء إلى هذه الإتجاهات و أهم أنواع الإتجاهات ما يلي :

1 - إتجاهات عامة :- نشر توعية .

2 - إتجاهات اجتماعية - فردية .

3- إتجاهات ظاهرة - خفية .

4 - إتجاهات موجبة - سالبة .

5 - إتجاهات مرنة - جامدة.²

1 - تشير الآراء إلى الإتجاهات العامة على أنها نوع من أنواع الإتجاهات التي تهتم أساسا بالنواحي الكلية الموضوعات الشاملة ، و هذا ما أكدته أبحاث "هازيلبي" الميدانية و التي أجراها على التعصب

¹ المرجع نفسه ، ص22.

² الدسوقي عبده ابراهيم ، المرجع السابق، ص 152-153.

الفصل الأول ————— دراسة الاتجاهات

القومي و العنصري حيث استطاع من خلال دراسته إلى التوصل بأن هناك اتجاهات عامة لدى أفراد المجتمع الأمريكي ينحصر ضد اليهود أو الزنوج ، و أما الاتجاهات النوعية فإنها تنصب أساسا¹ على النواحي الذاتية ، و هذا ما أشار إليه "كانزويل" من خلال أبحاثه التي اهتمت بتعميق الاتجاهات الاجتماعية حيث صنفها إلى اتجاهات عامة و نوعية ، كما أنه أكد على ان الاتجاهات العامة تكون أكثر ثباتا و استقرارا من الاتجاهات النوعية .

2 - و هناك بعض الآراء التي صنفت الاتجاهات الاجتماعية إلى اتجاهات جماعية و فردية ، و الاتجاهات تشير إلى الاتجاهات المشتركة بين عدد كبير من الناس في المجتمع الواحد مثلا إعجاب الناس بالأبطال و الزعماء و الممثلين و لاعبي الكرة أما الاتجاهات الفردية فهي التي تميز فردا عن آخر غيره مثل إعجاب الشخص بصديقه و هذا النوع من الاتجاهات على الذاتية .

3 - و على جانب آخر استطاع علماء الاجتماع تصنيف الاتجاهات الاجتماعية من حيث درجة الموضوع إلى اتجاهات علنية و اتجاهات سرية ، و يشير الاتجاهات العلنية إلى ذلك النوع من الاتجاهات التي لا يجد الفرد منها حرجا لإظهارها أو التحدث عنها أمام الناس .

أما الاتجاهات السرية فهي التي يرغب الفرد في عدم التحدث عنها و يحتفظ بها في قرارات نفسه .

4 - و من جانب آخر تمكن علماء الاجتماع من تعميق الاتجاهات من حيث الهدف إلى (موجبة و سالبة) فالاتجاهات الموجبة تجعل الفرد يتجه نحو الشيء و يقبله و يوافق عليه ، بعكس الاتجاهات السالبة التي تجعل الفرد يبعد أو ينفّر منها .

5- و كما حاول علماء الاجتماع أيضا تصنيف الاتجاهات من حيث قوتها إلى نوعين هما : اتجاهات قوية و ضعيفة و تشير الاتجاهات القوية إلى موقف الفرد عن هدف الاتجاه ، و هل هذا الموقف موقفا حاسما أم لا ، بينما الاتجاهات الضعيفة تشير إلى موقف الفرد الضعيف و المستسلم و الذي لا يستطيع المقاومة أو الاحتمال.

¹ المرجع نفسه ، ص 152-153.

خصائص الاتجاهات .

تؤدي الاتجاهات الاجتماعية دورا كبيرا في حياة الإنسان ، باعتبارها كدوافع لسلوكه في أوجه حياته المختلفة و ارتباطها بالإنسان منذ طفولته و في جميع مراحل عمره المختلفة. بمعنى أنها تزداد بتقدم عمر الإنسان و يتأثر في الوقت نفسه بعملية التنمية الاجتماعية و المؤسسات الاجتماعية و المهنية على اختلاف أنواعها على سبيل المثال التعليمية ، و الثقافية ، و الصحية و غيرها من المؤسسات و كذلك دور وسائل الإعلام و الاتصال و خاصة التلفزيون في الآونة الأخيرة و يتضح ذلك من الخصائص التالية :

- 1- أن الاتجاه مفهوم يستدل عليه و ليس شيئا واحدا يرى بشكل مباشر و أنه يشير إلى التنظيم أو التنسيق الفريد الذي يضم كلا من معارف الشخص أو معلوماته و دوافعه أو انفعالاته و سلوكه و تصرفاته التي تتخذ طابع القبول أو الرفض سواء الموافقة أو المعارضة لموضوع معين .
- 2 - تشير الاتجاهات الاجتماعية إلى نتائج تأثر مشاعر الفرد و آرائه و سلوكه بالمنبهات الاجتماعية التي يتلقاها أثناء تعامله مع الآخرين خلال مراحل عمره المتتالية سواء داخل الأسرة أو خارجها أو من خلال وسائل الاتصال الجماهيرية .⁽¹⁾
- 3 - يمكن معرفة الاتجاهات لشخص معين نحو أحد الموضوعات من خلال استقراء آرائه و معتقداته و تصرفاته نحو هذا الموضوع في مواقف متعددة مثل اتجاه الشخص نحو المرأة ، و الذي يمكن استخلاص آرائه و سلوكه حول أهمية تعلم المرأة تعليما عاليا عمل المرأة و كفاءة أدائها لواجباتها ، و غير ذلك من الموضوعات الأخرى ذات الارتباط الوثيق بقضايا التنمية في المجتمع .
- 4 - تكتسب الاتجاهات ببطء على مدى سنوات تنشئة الفرد اجتماعيا و يتم اكتسابها بمقتضى قوانين التعليم و اكتساب الخبرات ، كما أنها تمتاز بنوع من الاستقرار النسبي و لذا فإنها لا تغير بسرعة ، و موضوعات الاتجاهات متعددة و متنوعة قد تكون مرتبطة بالنواحي السياسية مثل الاتجاه نحو الديمقراطية ، و المشاركة السياسية ، الاقتصادية مثل الاتجاه نحو المكينة الحديثة ، طرق

(1) المرجع نفسه ، ص 138- 153 .

الزراعة الآليةو كذلك النواحي الاجتماعية مثل القيم و العادات و التقاليد و مكافحة الإجرام و التطرف ، و غير ذلك من المجالات ذات الصلة الوثيقة بالاتجاهات الاجتماعية .

5 - إن الاتجاهات الاجتماعية لها علاقة قوية بعملية الوعي و الشعور الذي يحد النشاط الفردي الممكن ، أو الواقعي بالنظر إلى القيم الاجتماعية ، و في ضوءها يمثل هذا الفعل أو النشاط بأي شكل من أشكاله ، و هو يربط بينه و بين قيمه و معايير الاجتماعية السائدة في مجتمعه ، و يساعده في تحقيق أهدافه .

6 - الاتجاهات الاجتماعية قابلة للاكتساب و التعلم و لذا فإنها استعداد للاستجابة و ليس للاستجابة نفسها و أنها ترتبط بالإدراك ارتباطا مباشرا ، باعتبارها حلقة الوصل بين الفرد و موضوع معين .

7 - ارتباط الاتجاهات الاجتماعية بوسائل الاتصال و الإعلام الجماهيرية و منها التلفزيون باعتباره أحدث الوسائل و أكثرها في إحداث الإثارة التي تقوم بدور المثير الذي يؤثر في الاستجابة كما أنها تتأثر بدرجة التطور العلمي و التكنولوجي و لذا فهي عرضة للتغيير تحت أي ظروف معينة سواء كانت سلبية أو إيجابية .

8 - تتضمن الاتجاهات الاجتماعية مجموعة كبيرة من المعاني المرتبطة بالكائن الحي مثل الميول المركبة و المستمرة نسبيا بالنسبة للفعل كاتجاهات الشخص نحو موضوع معين ، و كثيرا ما نستخدم مصطلح الاتجاهات للإشارة إلى السلوك الفيزيقي الظاهر .¹

المبحث الثالث :مقاييس الاتجاهات :

وهي التي تهدف إلى تقدير رأي الفرد أو اتجاهه نحو الأشياء أو الموضوعات أو الآخرين بما يؤدي إلى تصنيف أو تقدير موضوع الاتجاهات من خلال نتائج استخدام هذه المقاييس، ولذلك يطلق عليها بعض الخبراء مقاييس تصنيف الآخر أو تنتمي إلى مقاييس تقدير الآخرين .²

¹ المرجع نفسه ، ص 140-141.

² محمد بودر بالة ، المرجع السابق، ص27.

الفصل الأول ————— دراسة الاتجاهات

ومثل هذه المقاييس تصلح للاستخدام في قياس الرأي العام والاتجاهات الكامنة للأفراد نحو الموضوعات والأفكار والأشخاص في وقت إجراء القياس. وتعتبر الأكثر صدقا لتصنيف آراء الأفراد واتجاهاتهم نحو هذه الأمور . حيث لا يكفي معظم الأحوال تصنيف الأفراد ،أو تصنيفهم لأنفسهم بناء على درجة الموافقة أو المعارضة فقط،ولكن يتطلب الأمر قياس درجات الشدة أو الكثافة في التأييد أو المعارضة.¹

عمل علماء النفس الاجتماعي على إخضاع الاتجاه القياسي نظرا لأهميته وحتى تصبح نتائجه علمية ودقيقة والقياس النفسي حسب جيلفورد 1954 ، واستازي 1976 ووصف البيانات بشكل حسابي ... وهدفه الاسمي هو تحقيق الوصف الموضوعي للظواهر النفسية وللسلوك بصفة عامة. وهناك عدة مقاييس لاتجاهات أهمها:

1— مقياس ثيرستون: يتلخص هذا المقياس في المقارنة بين شيئين ،أو مشيرين لتوضيح أيهما أفضل من الآخر أو أقوى وقد صمم على أساس أن لكل موقف تدرجا معيناً يبدأ بالاجيائية المتطرفة وينتهي بالسلبية المتطرفة ، ونشر عام 1928 في دراسة "ثيرستون" حول التعصب القومي . ووجهت انتقادات لهذا القياس ،منها انه يحتاج إلى عدد هائل من المقارنات الزوجية حتى في حالة وجود عدد من المتغيرات .²

ويمكن تعريفه أيضا: وهو يعتمد على التدرج المسافات المتساوية تقريبا بين العبارات التي تصف موضوع العبارات الدالة للتأييد أو المعارضة ، وتمثل مستويات التأييد أو المعارضة بمجالات متساوية بين الأطراف المتشددة .³

2— مقياس بوجاردوس : صمم من طرف العالم بوجاردوس بعد إجراءاته عدة بحوث تدور حول قياس وتحليل المواقف المتحيزة أي مواقف الحب والكراهية التي يحملها أبناء المجتمع تجاه الأقليات

¹ محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، المرجع السابق، ص343.

² محمد بودر بالة المرجع السابق، ص27.

³ فضيل دليو ، تقنيات تحليل البيانات في العلوم الاجتماعية والإعلامية، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، الجزائر، 2010، ص51.

الفصل الأول ————— دراسة الاتجاهات

القومية والعنصرية في المجتمع، واستعمله في دراسة أعدها لقياس اتجاه أفراد المجتمع الأمريكي نحو الزنوج في الولايات المتحدة.¹

3— مقياس اوزغود: ويسمى مقياس التمايز اللفظي وانشاه اوزغود سنة 1957، وموضوع هذا الاتجاه يقدر على عدة مقاييس مكونة من عدة صفات ثنائية القطبية مثلا: جيد سيئ وقوي — ضعيف، والهدف منه هو التعرف على أين يضع الفرد مفهوما معينا لان بين القطبين درجات متفاوتة في القوة من واحد إلى سبعة، أو من واحد إلى خمسة مع تمثيل الحياد بالوسط المتمثل في الرقم أربعة أو ثلاثة إذا كان من واحد إلى خمسة.

4— مقياس ليكرت: استخدم "ليكرت" خمسة اختيارات تعبر على درجات مختلفة من الموافقة وعدم الموافقة حول الموضوع المراد قياسه... وبجيث أن لكل عبارة خمسة اختيارات يطلب من الجيب أن يختار إجابة واحدة من خمسة إجابات على النحو التالي: أوافق بشدة، أوافق، غير متأكد وأعارض، أعارض بشدة وتعطى كل إجابات درجات من خمسة إلى واحدة إذا كانت الجملة تعبر عن معنى مؤيد لاتجاه وتعطى عكس هذه الدرجات من واحد إلى خمسة إذا كان معناها معارضا.² ولقد وضع "ليكرت" عام 1932 واحدا من أقدم المقاييس لقياس الاتجاهات فقد فحص خمس مجالات أساسية للاتجاهات، "العلاقات الدولية، العلاقات العرقية، الصراع الاقتصادي، الصراع السياسي"، حيث وضع ليكرت بيانات محددة للمجالات الخمسة في الاتجاهات وهناك عدد من الأنماط لأسئلة المختلفة فالبعض يطلق عليها الاستجابات المقيدة في صورة نعم او لا، والبعض يتضمن الاختيار.

ويطلب من المبحوث أن يضع علامة x في المكان الذي يوافق اتجاهه بالنسبة لكل عبارة ابتداء من الموافقة التامة إلى عدم الموافقة المطلقة، وفيما يلي نموذج لمقياس ليكرت: تعدد القنوات التلفزيونية تلي الحاجات الثقافة المحلية: أوافق بشدة، وافق، محايد، لا أوافق، لا وافق بشدة.³

¹ محمد بودر بالة السابق، ص 27-28.

² المرجع نفسه، ص 28.

³ محمد ربوح، اتجاهات المستهلك نحو الإعلان "دراسة ميدانية"، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات العامة، جامعة قسنطينة، 2008-2009.

المبحث الرابع: وظائف الاتجاهات ومكوناتها

1- وظائف الاتجاهات:

تؤدي الاتجاهات الاجتماعية العديد من الوظائف و المهام التي تسير للانسان على التعامل مع المواقف و الأوضاع الاجتماعية و غير الاجتماعية في معرفة وظائف الاتجاهات تساعد في توضيح دورها في الحياة ، و أن الطرق المناسبة لتغير الاتجاهات تعتمد على الوظائف التي تؤديها هذه الاتجاهات يقول "كاتز 1960" في هذا الصدد أن الدراسة الوظيفية للاتجاه محاولة لفهم الأسباب التي تدعو الناس إلى تكوين الاتجاهات ، و هذا بالرغم من ارتباطها بالحوادث و الظروف الخارجية و الداخلية .

و قد قسم كاتز هذه الوظائف إلى أربعة أنواع و قد اتفق معه الباحثين في هذا التقسيم لأنه اعتمد مع الأسس الدافعية للاتجاه و هذه الأنواع هي :

1 - **الوظائف النفعية أو التكوينية** : و التي يسعى من خلالها لتحقيق قيمه و أهدافه باعتباره عضوا في جماعة ينتمي إليها ، و أن الإنسان بطبيعته مديني يحب المعيشة في جماعات ، و لذا فالالاتجاهات تساعد في تكوين اتجاهات (إيجابية) مقبولة لهذه الجماعة كما أنها تساعد بذلك أيضا على التكيف الاجتماعي .

2 - **وظائف الدفاع عن الذات** : حيث تقوم الاتجاهات بحماية الفرد من دوافعه التي يمنحها و من القوى التي تهدد هذه الذات من الخارج كما إنها في الوقت نفسه تؤدي إلى القلق الناشئ عن التهديدات الداخلية أيضا و تساعد الاتجاهات في التغلب على الصراعات التي يتعرض لها الفرد .

3- **الوظيفة التعبيرية**: و هي التي تمكن الشخص من التعبير الايجابي عن قيمه و عن نوع شخصيته و تعكس المعتقدات الدينية و المقدسة عند الشخص و فكرته عن نفسه و تساعد في تكوين الرضا و القناعة .

4 - الوظيفة المعرفية : وأحيانا ما يطلق عليها البعض (الوظائف الاقتصادية) لأنها تساعد الشخص في توضيح معارفه و سلوكه نحو أشياء معينة مثلما يظهر في العلم ، كما أنها تساعد الشخص في تصنيف المعارف المتشابهة و تصنيفها و إيجاد ترابط بينهما .¹

2- مكونات الاتجاهات .

اهتم علماء الاجتماع بدراسة المكونات الرئيسية للاتجاهات الاجتماعية من زوايا و جوانب مختلفة ، مما أدى على اختلاف وجهات النظر في هذا الشأن ، و اختلاف الاتجاهات النظرية حولها ، حيث أشارت بعض الآراء إلى أن الاتجاهات ذات طبيعة بسيطة و أنها أحادية التكوين ، كما تتكون من ثلاث عناصر رئيسية هي : (الشعور ، التفكير ، السلوك) و يشير الجانب الشعوري للاتجاه ، إلى ما يظهره الفرد من آراء نحو موضوع الاتجاه من إقبال و نفور ، أو حب أو كراهية ، و أحيانا ما يطلق عليه البعض (الجانب الوجداني) بينما يشير الجانب الفكري إلى مجموعة الأفكار و المعتقدات و الحجج التي يتقبلها الشخص نحو موضوع الاتجاه في حين يشير الجانب السلوكي إلى السلوك الظاهر نحو الموضوع ، و هذا ما أشار إليه بعض العلماء و الباحثين أمثال (عبد الستار إبراهيم) من الاتجاهات الاجتماعية لها ثلاث مكونات رئيسية (الجانب الشعوري و الفكري و السلوكي) .

و على جانب آخر يشير (مختار حمزة) إلى مكونات الاتجاه على أنها مرحلة إدراكية تنطوي على اتصال الفرد اتصالا مباشرا ببعض عناصر البيئة الطبيعية و الاجتماعية ، مما يؤدي إلى تبلور الاتجاه و تكوينه نحو هذه الأشياء ، و يطلق عليها المرحلة الإدراكية الأولى من مراحل تكوين الاتجاه ، و تشير المرحلة الثانية إلى الميل نحو هذه الأشياء الاجتماعية بالرغم من إختلاف درجة الميل و أنواعه ، أما المرحلة الثالثة و الأخيرة فهي تعني ثبات الاتجاه .

و مع تطور المجتمعات و تعرضها للعديد من التغيرات الاجتماعية عبر مراحل التطور التاريخي إزداد اهتمام العلماء و الباحثين في مجال الاجتماع بالاتجاهات الاجتماعية ، لارتباطها بكافة الأشياء

¹ الدوسوقي عبده إبراهيم ، المرجع السابق، ص 154-155.

الاجتماعية في المجتمع ، و أشار أيضا هذا الرأي إلى أن الاتجاهات الاجتماعية تتضمن ثلاث مكونات رئيسية تسهم في تكوين الاتجاهات و هي :

1 المكون الانفعالي العاطفي: و هذا المكون يشير إلى مشاعر الحب و الكراهية التي يوجهها الفرد نحو موضوع الاتجاه .

أي أن المكون المعرفي للاتجاه هو مجموع الأفكار والقناعات والاعتقادات المتعلقة بموضوع معين يمتلكها صاحب الاتجاه، وهو أيضا يطور اعتقاده تجاه الأشياء.

2 المكون المعرفي (العقلي): هذا المكون يوجد بجانب المكون الانفعالي و يرتبط به و يتضمن الحقائق الموضوعية المتوافرة لدى الفرد نحو موضوع الاتجاه¹.

أي أن المكون المعرفي للاتجاه هو مجموع الأفكار والقناعات والاعتقادات المتعلقة بموضوع معين يمتلكها صاحب الاتجاه، وهو أيضا يطور اعتقاده تجاه الأشياء.

3 المكون التروعي أو السلوكي : يتضمن هذا المكون جميع الاستعداد السلوكية التي ترتبط باتجاه الفرد ، فعندما يمتلك الفرد اتجاهها ايجابي نحو شيء أو موضوع معين ، فإنه يسعى إلى المساندة وتدعيم هذا الاتجاه. أما إذا امتلك اتجاه سلبي نحو موضوع معين فإنه يظهر سلوكا معاديا لطلب الموضوع. بمعنى هذا المكون يمثل أساليب الفرد السلوكية إزاء المثير سواء كان ايجابيا أو سلبيا.²

المبحث الخامس : مراحل وعوامل المؤثرة في تكوين الاتجاهات وشروط تكوينها :

1- مراحل تكوين الاتجاه: يمر تكوين الاتجاهات بثلاث مراحل أساسية وهي :

1- المرحلة الإدراكية (المعرفية) : يكون الاتجاه في هذه المرحلة ظاهرة إدراكية أو معرفية تتضمن تعرف الفرد بصورة مباشرة على بعض عناصر البيئة الطبيعية والبيئة الاجتماعية التي تكون طبيعته المحتوى العام لطبيعة المجتمع الذي يعيش فيه فمثلا قد يتبلور الاتجاه من شأنه حول الأشياء المادية ، كالبيت المريح أو الحديقة الهادئة وحول نوع خاص من الأفراد كالإخوة أو الأصدقاء والجيران ،

¹ الدسوقي عبده إبراهيم ، المرجع نفسه، ص 148-149.

² منال قدواح ، اتجاهات الصحفيين نحو استخدام الصحافة الإلكترونية ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال جامعة

قسنطينة، 2008-2009. ص 117.

الفصل الأول ————— دراسة الاتجاهات

وحول نوع محدد من الجماعات كالأسرة والنادي أو حول بعض القيم الاجتماعية كالشرف الكرم والتضحية... الخ¹

2- مرحلة نمو الميل نحو شيء معين : وتتميز هذه المرحلة بميل الفرد نحو شيء معين، فمثلا إن أي طعام حتى يتعرض للجائع، ولكن الفرد إلى بعض أصنافه، وقد يميل إلى تناول طعامه على الشاطئ، وبمعنى أدق إن هذه المرحلة من نشوء الاتجاه يستند إلى خليط من المنطق الموضوعي والمشاعر و الإحساسات الذاتية. بمعنى إن الفرد في هذه المرحلة يحاول تقسيم نتائج تفاعله مع المثيرات ويكون التقسيم مستندا إلى ذلك الإطار المعرفي الذي كونه الفرد لهذه المثيرات بالإضافة إلى عدة اطر أخرى منها ما هو ذاتي غير موضوعي أي يحتوي على الكثير من الأحاسيس والمشاعر المتصلة بهذا المثير.

3- مرحلة الثبوت والاستقرار (المرحلة التقريرية) : الثبوت هو المرحلة الأخيرة وتعني تبيان الشكل الذي أصبح عليه الاتجاه وثبوت الميل نحو الأشياء لتشكيل الاتجاه أي أن هذه المرحلة تتميز بثبوت الفرد على شيء ما وبالتالي تعد هذه المرحلة الأخيرة التي يتخذ فيها القرار.

2 - العوامل المؤثرة في الاتجاهات :

اهتم علماء الاجتماع بدراسة العوامل المؤثرة في تكوين الاتجاهات الاجتماعية ، من خلال دراستهم و تحليلهم لكيفية تكوينها ، حيث أشارت معظم هذه الآراء إلى أهم هذه العوامل كما يتضح على النحو التالي :

أ - الإطار الثقافي :

من المعروف أن الإنسان يعيش في إطار ثقافي ، يتألف من العادات و التقاليد و القيم و المعتقدات و الاتجاهات ، و هي جميعا تتفاعل مع بعضها البعض ديناميكيا لتؤثر في الفرد ، و تساعد في تكوين الاتجاهات من خلال علاقاته الاجتماعية و بيئته التي يعيش فيها ، بمعنى أن الإطار الثقافي يتأثر بكل هذه الأشياء في المجتمع كما أن هذا التراث الثقافي يساهم في تحديد طبيعة هذه الاتجاهات .

¹ المرجع نفسه، ص 18.

ب - الأسرة :

تعتبر أيضا من العوامل الهامة و المؤثرة في تكوين اتجاهات الفرد الاجتماعية ، لأن الأسرة المؤسسة الأولى التي تكسب الفرد اتجاهات من خلال عملية التنشئة الاجتماعية ، و تشير معظم الآراء في هذا الشأن بأن العلاقة بين اتجاهات الوالدين نحو الأبناء ، تكون أكثر من العلاقة الموجودة بين الأبناء بعضهم البعض في الأسرة الواحدة ، و يظهر هذا بوضوح في الأسر ذات المستويات الاقتصادية المنخفضة ، و هذا يرجع إلى أن الأسرة تقوم بتوجيه الاتجاهات الأبناء من النواحي اللفظية و التربوية و السلوك الفعلي للأباء ، و هذا من خلال التنشئة الاجتماعية

ج - العلاقات الاجتماعية خارج نطاق الأسرة .¹

و تشير إلى العلاقات التي تحدث بين أفراد المجتمع خارج نطاق الأسرة مثلما يحدث بين بعض جماعات الأصدقاء ، أعضاء النقابات و المؤسسات الرسمية و غير الرسمية ، الأقارب و الجيران و هذا ما أشار إليه كلا من (مورجان و رمز) من خلال دراستهم و أبحاثهم التي اهتمت بتحليل دور جماعة الأصدقاء و القرابة و دور المدرسة و غيرها من المؤسسات الاجتماعية في تكوين الاتجاهات .

د - عامل الجنس و السن :

و تشير الآراء أن الاتجاهات تتأثر في تكوينها بعامل الجنس (ذكر / أنثى) لأنها تختلف لدى الرجل عن الإناث ، كما أنها في نفس الوقت تختلف من حيث السن ، حيث تشير بعض² الدراسات إلى أن الاتجاهات الاجتماعية تختلف لدى الأطفال (مرحلة الطفولة) عن (مرحلة المراهقة) عن (الرشد و الشيخوخة) .

س - وسائل الإعلام و الاتصال : (التلفزيون)

أصبحت وسائل الإعلام و الاتصال من العوامل الهامة و المؤثرة في تكوين الاتجاهات الاجتماعية و لاسيما التلفزيون ، نظرا للمزايا العديدة التي يتمتع بها و التي تميزه عن غيره من

¹ الدسوقي عبده إبراهيم، المرجع السابق، ص144-146.

² المرجع نفسه ، ص144-146.

وسائل الاتصال الجماهيرية ، فهو يستطيع من خلال الصوت و الصورة التأثير مباشرة في اتجاهات الأفراد داخل المجتمع ، كما أنه يستطيع أن يساهم بدور كبير في تغيير هذه الاتجاهات و تعديلها ، و توجيهها طبقا لمتطلبات العصر و المجتمع ، و هذا ما أشارت إليه بعض الأبحاث و الدراسات مثل (محمود عودة 1971) ، و أساليب الاتصال و التعبير الاجتماعي (إسراح الشال 1985) عن الطفل المصري بين التلفزيون و الفيديو و الغزو الثقافي و غير ذلك من الدراسات .

ه - العوامل النفسية التي تؤثر في نشأة و تكوين الاتجاهات :

و أحيانا ما يطلق عليها البعض العوامل الداخلية ، و هي تؤثر في نشأة و تكوين الاتجاهات الاجتماعية بين الأفراد ، و تؤدي إلى وجود اختلافات بين اتجاهات الأفراد و خاصة عند تعرضهم لتنظيم اجتماعي واحد ، أو بنوع واحد من الإعلام و هذا يرجع إلى الحاجات النفسية للفرد لإشباع رغباته و تحقيق أهدافه ، و هذه الحاجات تسهم في نشأة و تكوين الاتجاهات .

3: شروط تكوين الاتجاهات .

بالرغم من تناول الباحث لأهم العوامل التي ساهمت في تكوين الاتجاهات و العوامل المؤثرة في نشأتها و تكوينها إلا أن هذه العوامل ترتبط ببعض العوامل الأخرى التي ساعدت في تكوينها ، و التي يسميها البعض شروط تكوين الاتجاهات و منها :

أ - التكامل :

و تشير الآراء إلى أن الاتجاهات الاجتماعية تكون لدى الأفراد عندما تتكامل الخبرات الفردية المتشابهة في وحدة كلية ، و هذه الوحدة تصبح إطارا و مقياسا تصدر عنه أحكامنا و استجاباتنا للمواقف الشبيهة بمواقف تلك الخبرات الماضية مثل فشل الطالب في فهم موضوع معين أو كتاب مثلا لمؤلف معين ، و تكرار هذا الفشل¹ .

عدت مرات فإنه يكون اتجاهه نحوه أو ينفر منه ، و يحاول إقناع أقاربه و أصدقائه بهجر و عدم قراءة كتب هذا المؤلف ، مما جعل البعض مثير إلى أهمية التكامل بالنسبة لتكوين الاتجاهات .

¹ المرجع نفسه ، ص 144-146.

ع - التمايز :

تشى الآراء إلى أن تصميم الاتجاهات الفردية المتتالية يساعد في تحديد الاتجاهات الخاصة بالفرد تحديدا واضحا ، و هذا يؤدي إلى نمو و تطور الاتجاه و اكتمال نضجه و بذلك يميزه عن غيرها و يكتسب ذاتيته التي توضح معالمه .

ذ - الانفعالات الحادة :

تؤدي الانفعالات الحادة دورا كبيرا في تكوين الاتجاهات حيث يثير عطف الفرد إزاء اتجاه شعب معين من شعوب العالم و حبه له يمثل اتجاهها عاما ، و أحيانا ما يتغير هذا الاتجاه إلى إتجاه مضاد ، و هذا في حالات الانفعالات الحادة بالنسبة لهذا الشعب ، مما يجعل الفرد يغير منه أو يكرهه ، و بالتالي يغير الفرد اتجاهه نحو هذا الشعب، و هذا ما نراه بوضوح بالنسبة لإسرائيل في احتلالها لبعض أجزاء من الدول العربية و اتجاه العرب نحوها ، و هذا يعني مدى أهمية الانفعالات الحادة في تكوين الاتجاهات .

د - التقليد :

يعد عامل التقليد من العوامل الهامة في تكوين الاتجاهات الاجتماعية ، لأن الفرد يكتسب اتجاهاته من أسرته وهو صغير ، باعتبارها الجماعة الأولى التي تقوم بدور كبير في تكوين اتجاهاته ، و تحدد معاييرها الاجتماعية المرتبطة بها من خلال عملية التنشئة الاجتماعية ، و التي يعتمد الطفل في هذه المراحل على التقليد ، و لذا يعتبرها البعض بأنها أولى العمليات في تكوين اتجاهات الفرد ، و لذا يركز علماء الاجتماع على أهمية دور الأسرة في تكوين الاتجاهات.¹

المبحث السادس: طرق تغيير الاتجاهات والعوامل التي تساعد في تغييرها.

1- طرق تغيير الاتجاهات

ازداد الاهتمام في السنوات الأخيرة بدراسة تغير الاتجاهات ، و محاولة استنباط طرق جديدة ، مما أدى إلى انتشار هذه الطرق و تعددها لأن معظمها يهدف إلى الإسراع إلى التغيير ، الأمر الذي

¹ المرجع نفسه ، ص 148-149.

الفصل الأول ————— دراسة الاتجاهات

جعل بعض الباحثين و الدارسين في علم الاجتماع و علم النفس الاجتماعي يهتمون بدراسة أساليب تغيير الاتجاهات ، و سوف يشير الباحث إلى أهمها كما يلي :

تعرض الفرد للمؤثرات الخارجية حيث تساهم المؤثرات الخارجية في تغيير اتجاهات الأفراد في المجتمع و أهمها :وسائل الإعلام و الاتصال و خاصة التلفزيون ، التعليم ، الثقافة ، المثيرات التي يكتسبها أو يتعلمها من البيئة ، و هذه المؤثرات الخارجية تساعد في معرفة التغيرات التي تحدث في اتجاهات الأفراد في طريق الاختلاط و الاحتكاك ، و من خلال طرق غير مباشرة تعتمد على تزويد الفرد بالمعلومات كما في التعليم و وسائل الإعلام و الاتصال و هذا ما أوضحه (محمود عوده) من خلال دراسته عن أساليب الاتصال و التغيير الاجتماعي¹ و أما عن طرق التغيير التي تحدث من خلال المناقشة و القرار الجماعي مثلما يحدث في المدارس و الجامعات و المنظمات الاجتماعية الرسمية و غير الرسمية ، و كذلك طرق التعبير التي تحدث نتيجة للتقدم التكنولوجي ، و كما أوضح (جابر عبد الحميد) بعض طرق تغيير الاتجاهات من خلال عمليات الاتصال الرئيسية و التي تتضمن (المرسل ، محتوى الرسالة ، و خصائص الجمهور المستقبل للرسالة) حيث تعتمد النفس هنا على عملية الإقناع ، كما أن عملية الاقتناع ترتبط بدرجة الثقة و مكانة مصدر الرسالة في المجتمع- و أسلوب الرسالة نفسها و مضمونها و مدى ارتباطها بالواقع الاجتماعي و الهدف منها ، مدى حاجة أفراد المجتمع لهذه الرسالة و هل هي تشبع رغبتهم أم لا ، و هل تساعد في علاج مشاكلهم و دور القيم و العادات و التقاليد السائدة في المجتمع نحو هذه الأشياء .

و يتفق كل من (محمود عوده ، لازويل، كارل هوفلاند) في أن معظم طرق تغيير الاتجاهات تهتم بتغيير المواقف و السلوك و الدوافع من خلال وسائل الإعلام و الاتصال الجماهيري و أهميتها في تقديم المعلومات والحقائق و تأثيرها بالأحداث الهامة و ارتباطها بالواقع الاجتماعي².

حيث أكدت معظم الآراء على أهمية الدور الفعال الذي تؤديه وسائل الإعلام و الاتصال الجماهيري و هذا ما أشار إليه (هابرماس) من خلال دراسته و تحليله لهيمنة رجال السلطة و

¹ المرجع نفسه، ص 161-163.

² - المرجع نفسه ، ص 161 - 163.

القادة السياسيون ، و رجال الأحزاب لهذه الوسائل في تغيير اتجاهات جماهير الشعب إزاء موضوعات معينة ، نخدم قضايا معينة و يستطيع من خلالها أن تنشر سياستها و تنظم سلطتها .

2 - العوامل التي تساعد في تغير الاتجاهات :

قسمت معظم الآراء هذه العوامل إلى نوعين هما :

-عوامل تجعل تغيير الاتجاهات أمرا سهلا .

-و عوامل أخرى تجعل من هذا التغير أمرا صعبا .

حيث تشير العوامل التي تجعله أمرا سهلا إلى ضعف الاتجاهات و عدم استقرارها و ثباتها ، مما يجعلها عرضة للتغيير بسهولة ، كما أن وجود بعض الاتجاهات في حالة عدم توازن أو اتساق ، و في هذه الحالة يمكن لأحدهما التغلب أو السيطرة على الآخر كما أن التباين في الآراء بين معظم هذه الاتجاهات تشير إلى عدم وضوح الاتجاه نحو الأشياء و الموضوعات ، و بالتالي تكون فرصة مهيأة للتعبير .

و أما عن العوامل التي تجعل تغيير الاتجاهات أمرا صعبا فهي العوامل التي تضمن في محتواها قوة الاتجاه و ثباته و استقراره ، و مدى درجة وضوح هذا الاتجاه لدى الفرد و اتسام هذا الاتجاه بالجمود الفكري و قوة الرأي العام عند الأفراد تعرض الأفراد للانفعالات الشديدة ، التي كثيرا ما تحول الاتجاه إلى تعصب أعمى و عدم فهم إدراك الاتجاه الجديد فهما واضحا ، أو الاقتصار في محاولات التغيير على الأفراد و ليس الجماعات، وهذه العوامل تحد من تغير الاتجاهات .¹

الفصل الثاني :

القطاع السمعي البصري في الجزائر

تمهيد

المبحث الأول : تعريف القنوات الفضائية الخاصة

المبحث الثاني : تجربة البث الفضائي في الجزائر

المبحث الثالث: نشأة التلفزيون في الجزائر

المبحث الرابع: مراحل الإعلام المرئي في التشريع الجزائري

المبحث الخامس : الدوافع الإعلامية والسياسية في الجزائر

المبحث السادس : واقع السمعي البصري في الجزائر حسب المختصين

الفصل الثاني ————— القطاع السمعي البصري في الجزائر

تمهيد:

يشهد الإعلام الجزائري اليوم خاصة السمعي البصري تحولات كبيرة سواء ما تعلق بطبيعة النشاط السمعي البصري أو ما تعلق بتعدد قنواته وخصائصها ، وقد جاء هذا التحول بعدما بدأت الحكومة الجزائرية تتلقى رسائل وإشارات من الجمهور تؤكد انه لاستفيد كل ما يصدر من التلفزيون العمومي خاصة بعد ما أصبح يشاهد أمور تعبر عن واقعه لا يجدها في إعلامه فبدا يتجه نحو الإعلام الأجنبي ، حيث يتلقى مضامين تلي اهتماماته، وإذا أخذنا بعين الاعتبار مبادئ الإعلان العالمي لحقوق الإنسان خاصة المادة المتعلقة بحرية الرأي والتعبير إلى جانب حقه في الإعلام ،وقد كان لزاما على الحكومة من تسمح بخلق إعلام يختلف عن الإعلام السابق ويكون هذا الإعلام مقنعا ،متفتحا، وموضوعيا في طرح المواضيع والحقائق.

المبحث الأول : تعريف القنوات الفضائية الخاصة

هي محطات تلفزيونية تبث إرسالها عبر الأقمار الصناعية لكي يتجاوز هذا الإرسال نطاق الحدود الجغرافية لمنطقة الإرسال حيث يمكن استقباله عبر أجهزة خاصة باستقبال الإشارات الوافدة من القمر الصناعي وهذه الأجهزة التي تقوم بمعالجة تلك البيانات وعرضها على شاشة التلفزيون .¹

ويمكن تعريفها أيضا القنوات التي تمتلكها وتديرها رؤوس أموال والتي جاءت نتاجا لثورة اتصالات مما ساعد على كسر احتكار الدولة للإعلام المسموع والمرئي ودخول رأس المال الخاص في مجال الإنتاج التلفزيوني وأيضا في مجال إنتاج المواد الإخبارية التي تسعى إلى شرح وتفسير القضايا والأخبار وتقديم وجهات نظر متعددة ، وذلك من خلال طرح مجموعة م البرامج التي تهدف إلى تقديم خدمة إخبارية متنوعة للمشاهد.²

¹ نعيمة موكس، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القنوات الفضائية العربية "القنوات الفضائية الخاصة"، مذكرة لنيل شهادة

الماستير في علوم الإعلام والاتصال ،تخصص سينما وتلفزيون، جامعة الجزائر، 2013—2014، ص56.

علاء محمد عبد العاطي، تأثير نمط الملكية في القنوات التلفزيونية الإخبارية على وظيفتها السياسية ، دراسة تحليلية مقارنة، المؤتمر العلمي

الأول لكلية التربية النوعية، جامعة منصور، 12- 13، 2006، ص17.

الفصل الثاني ————— القطاع السمعي البصري في الجزائر

المبحث الثاني: تجربة البث الفضائي في الجزائر

إن البث المباشر عبر الأقمار الصناعية يعرف بأنه ذلك الاتصال الذي يتم بصفة آنية من محطة الإرسال مباشرة إلى جهاز فردي، دون وسيط سوى ذلك الجهاز المسمى بالهوائية المقرة ويتمثل هذا الإرسال بالاتصال الإذاعي الذي لا يقيد بحدود المكان والزمان.

ويقصد بالبث المباشر الاستلام المباشر من القمر الصناعي إلى جهاز الاستقبال، عبر الكابل المرتبط بمحطة استقبال وتوزيع ترددات القمر.¹

وقد دخلت الجزائر ميدان البث التلفزيوني الفضائي منذ منتصف الثمانينيات، وذلك من جراء إطلاق فرنسا لقمرها الصناعي الأول TDF1 الخاص بالبث المباشر في أكتوبر 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 .

من هنا كانت عملية الاستقبال في الجزائر مقصورة - في البداية - على وضعيات معينة وأماكن عمومية مثل دور السينما وقاعات الحفلات، وقد كان رياض الفتح في الجزائر العاصمة السباق لهذا النوع من الاتصال التلفزيوني حيث جهز بهوائي كبير مكنه من التقاط العديد من القنوات.

وقد بلغ ثمن الهوائي المقعر في فرنسا حوالي 15 ألف فرنك فرنسي، وهو ما يعادل 12 مليون سنتم جزائري هذه الوضعية جعلت امتلاك الهوائيات المقعرة في البداية وقف على المؤسسات العامة، وكذلك الفئات الميسور اجتماعيا لينتشر فيما بعد بفضل الاتجاه إلى إنتاج الهوائيات المقعرة الصغيرة ذات الاستعمال الفردي والجماعي .

واليوم تأتي الجزائر في مقدمة بلدان العالم الثالث من حيث اقتناء الهوائيات المقعرة، وتعتبر سوقا حقيقيا لترويج وسيلة الإتصال هذه، كما أن سهولة تداول الهوائيات يعود في الأساس إلى الفراغ القانوني في هذا المجال، ومن الطبيعي أن تكون الأرضية الأساسية ونقطة الارتكاز المحورية هي التعرف على واقع الجمهور الجزائري، الذي بات يتمتع بحرية التنقل بين عشرات القنوات الفضائية العامة والمتخصصة.²

¹ محمد هاشم الهاشمي، تكنولوجيا وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري مدخل إلى الاتصال وتقنياته، دار أسامة للنشر والتوزيع ، ص199.

² ناصر بوعلوي، تأثير البث التلفزيوني "البث الفضائي" على الشباب الجزائري، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه دولة في علوم الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر ، 2003، ص ص 66—67.

الفصل الثاني ————— القطاع السمعي البصري في الجزائر

ومن هنا جاء السعي لإطلاق قناة تلفزيونية ثانية في الجزائر، وعلى الأقل إيصال القناة المحلية بشكل أو بآخر عبر الساتل خارج الحدود الوطنية، وبهذه الأهداف شرعت التلفزة الوطنية في بث برامجها باتجاه دول شمال إفريقيا و جنوب أوروبا بواسطة القمر الصناعي الأوربي اوتل سات، الذي يشمل حقل تغطية شمال الصحراء ابتداء من 20 أوت 1994، و هذه القفزة الفريدة من نوعها منذ الاستقلال ستمكن الجالية المقيمة بأوروبا والمغرب العربي من التقاط هذه البرامج التلفزيونية عن طريق الهوائيات المقعرة، وقد تم اختيار تاريخ 20 أوت 1994 لانطلاق البث التجريبي لقناتنا نحو الخارج.

وفي تصريح للصحافة الوطنية أشار المدير العام للمؤسسة الوطنية للتلفزيون " زبير زمزوم "آنذاك إلى أن هذا المشروع ذو طابع سياسي و ثقافي واقتصادي، وأن التلفزة الوطنية عازمة على إطلاق قناتها الثانية خلال السداسي الأول من سنة 1995، ومن أهم الإنجازات التي حققتها المؤسسة العمومية للتلفزيون مع بداية التسعينيات إنشاء قنوات تعبر الحدود، وتكون أداة تواصل مع الجالية الجزائرية في الخارج و لهذا كان ميلاد قناة الجزائر canal Algérie في أكتوبر 1994، وقد بدأت القناة ببث نشرة أخبار واحدة على السابعة مساء عددها اليوم ثلاث نشرات، أما من الناحية التقنية فقد عرفت القناة تطورا ملحوظا وأصبح بثها يتم عبر النظام التماثلي في 28 أوت 2001.

وما هي إلا سنوات قليلة لتعرف الجزائر ميلاد القناة التلفزيونية الثالثة عبر القمر الصناعي عرب سات، وهو مشروع يعود إلى نوفمبر 1998، تم تنفيذه في ديسمبر 1999 لتعرف القناة ميلادها الفعلي في 05 جويلية 2001.¹

¹ نور الدين تواتي ، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر ، دار الخلدونية للنشر والتوزيع ، الجزائر، 2008، ص 143-144.

الفصل الثاني ————— القطاع السمعي البصري في الجزائر

المبحث الثالث: نشأة التلفزيون في الجزائر

انطلق البث بالإذاعة والتلفزيون بالجزائر في العشرينيات إبان فترة الاستعمار بينما ظهر التلفزيون بالجزائر سنة 1956 وتقع برأس تمنفوست على بعد 20 كلم شرق مدينة الجزائر استرجاع الإذاعة والتلفزة الجزائرية (ENTV) ديوان الإذاعة والتلفزة الفرنسية وفي الفترة الاستعمارية كانت توجد محطة كهوية تابعة لديوان الإذاعة والتلفزة الفرنسية، وقد تأسست المؤسسة الوطنية للتلفزيون بموجب مرسوم رقم 147-86 المؤرخ في 1 جويلية 1986 ومقرها بالجزائر العاصمة وهي مؤسسة ذات طابع صناعي ولها مهمة اجتماعية وثقافية وتمتع بالشخصية المعنوية وتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلالية المالية، وتابعة لوصاية وزارة الاتصال وتمثل مهمتها في الإعلام والتبليغ وبث التحقيقات والحصص والبرامج المتعلقة بالحياة الوطنية و الجهوية والمحلية والعالمية.¹

وبعد خروج الاستعمار من الجزائر كانت السياسة الجزائرية في قطاع الاتصال لا تزال مركزة في الميدان السمعي البصري ، وخاصة الراديو والتلفزيون ويعود ذلك لسببين:

السبب الأول: هو تقليدي أو تبعي ، فقد استقلت الجزائر في فترة عرفت ازدهارا كبيرا للتلفزيون في العالم الغربي وهذا الانتشار بدوره اثر على السياسة الجزائرية في هذا الميدان .

السبب الثاني: يعود إلى الظروف المحلية والوطنية المتسمة آنذاك بتفش الأمية وبوضعية الراديو والتلفزيون وهي وسائل تسيطر عليها السلطات ، وهذه الوضعية شجعت السلطات بالاهتمام بهذه الوسائل وقد اخذ هذا الاهتمام يتبلور في ثلاث اتجاهات :

الإعانات ، وتوسيع الشبكات وانتشار أجهزة الراديو.²

¹ جمال العيفة ، المرجع السابق،ص 131—132.

² زهير احdden . مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2002، ص 106.

الفصل الثاني ————— القطاع السمعي البصري في الجزائر

ورغم الظروف الصعبة وقلة الكفاءات وضعف القدرات المالية فقد كان التحدي كبيرا أمام السلطة الجزائرية التي أدركت بصفة واضحة الدور الاستراتيجي لهذه الوسيلة الإعلامية والى ضرورة تطويرها وتكييفها في الجزائر المستقلة ، هذه المرحلة هامة إذ تعتبر نقطة تحول جذرية من نظام استعماري كولونيا لي غاشم ومستبد ، إلى نظام اشتراكي مستقل بعيد عن قيود التبعية والاستعمار في جميع الميادين لذلك عمدت التلفزة على جزارة التنظيمات الداخلية، ولقد كانت مهمة تجديدي هياكل التلفزيون الإدارية وإعادة تنظيمها لمنطلق جديد يحقق تحولا ذهنيا للجماهير حتى وذلك عن طريق:

-إعادة تنظيم الهياكل الإدارية

-إتباع سياسة محكمة في مجال التكوين المهني

وزيادة على هذا فلا بد من الإشارة إلى طرفين كان لهما اثر في توجيه السياسة الجزائرية في توحيد الإعلام السمعي البصري هما:

1 -صادف استقلال الجزائر انتشار التلفزيون في العالم الغربي من جهة فأصبح الاهتمام بهذه

التقنيات من الضروريات التي لا بد من الاعتناء بها ، وكان ذلك ما فعلته السلطات الجزائرية من جهة أخرى.

2 -الظرف الثاني الواقع الجزائري الموروث والتميز بوجود نسبة كبيرة من الأمية ، ولا يمكن

حينئذ للسلطات الاتصال بها إلا بالوسائل الشفوية يعني بالدرجة الأولى الإذاعة والتلفزيون وخاصة التلفزيون ريثما يتيسر القضاء على الأمية .¹

وبدا الاهتمام بالتلفزيون سنة 1968 عندما انشأت دور الإذاعة والتلفزيون بقسنطينة ،

وأصبحت منطقة هذه الناحية تستطيع رؤية التلفزيون وبعد ذلك انشأت عدة محطات للربط

1، المرجع نفسه ، ص104.

الفصل الثاني ————— القطاع السمعي البصري في الجزائر

والتوزيع ، حيث أصبح شمال البلاد يستطيع مشاهدة التلفزيون سنة 1970 ، وفي عام 1972 انشأت محطتان بسوق الاهراس ومغنية ، وفي سنة 1974 محطة بياتنة وفي سنة 1975 محطتان بالمشرية والمدية ، حيث أصبح سنة 1976 ، 95% من التراب الوطني يشاهد التلفزيون.¹

المبحث الرابع: مراحل الإعلام المرئي في التشريعات الجزائرية

أولا :مراحل الإعلام المرئي في الجزائر

المرحلة الأولى: 1962- 1965:

بعد الاستقلال تم تبني النظام الاشتراكي من خلال المؤتمر الثالث لحزب جبهة التحرير الوطني في أفريل 1964، و قد شاهدت السلطة صراع و تحدي في مجال الإعلام (محاولة وضع سياسة إعلامية وطنية تستجيب لمتطلبات الفترة) التي ميزتها مشاكل عديدة أبرزها:

*قلة الإمكانيات و التجهيزات التقنية*مشكل التوزيع و الانتشار عبر كامل التراب الوطني.

*مشكل التأهيل و التكوين الأكاديمي للإعلاميين.

*عدم وجود قانون يهيكل قطاع الإعلام، و هو أهم مشكل، حيث اكتفت السلطة للإشارة إلى الحق أو حرية الإعلام من خلال المواثيق و الدساتير أو من خلال التصريحات.²

إن هذه المرحلة رغم قصرها ، فإنها كانت بمثابة الإرهاصات الأولى لإقامة إعلام وطني يستجيب لحاجيات المواطن و الوطن ويساهم كغيره من القطاعات الأخرى في مسيرة التنمية واهم ما يميز

¹ زهير احد ادن ، المرجع نفسه، ص 107.

² يوسف عبد العالي ، دراسة لمشاريع قانون الإعلام في الجزائر من خلال الصحف "الخبر ، الشعب،ELMOUDJAHID،ELWATAN"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والاجتماعية، جامعة الجزائر ،2006—2007.

الفصل الثاني ————— القطاع السمعي البصري في الجزائر

هذه المرحلة هو العمل على تحرير مختلف وسائل الإعلام من السيطرة الفرنسية من حيث الملكية والإدارة والإشراف.¹

المرحلة الثانية: 1965 - 1976

تميزت هذه المرحلة بإصدار مراسيم جديدة في مجال الإعلام وألغى بالقوانين الفرنسية ، التي كانت تنظم النشاطات الإعلامية ، التي تم تمديد العمل بها بعد الاستقلال لأسباب ظرفية ، في 1967 قد عبر رئيس مجلس الثورة آنذاك "هواري بومدين" عن سبب هذا الإلغاء و وفي سنة 1973 بمناسبة تنصيب اللجنة الوطنية للتشريع في قوله "لمن غير المعقول أن تواصل الثورة مفعولها بقوانين غير ثورية ... "

وباستثناء هذه المراسيم التنظيمية الحزبية التي اتبعت في تلك الفترة اتسمت بالكثير من الغموض سواء على الصعيد القانوني أو الميداني ، إذ انه إلى غاية 1976 لم يكن هناك

قانون لإعلام ينظم ممارسة الأنشطة الإعلامية بم فيه القطاع المرئي الذي انعكس سلبا على نشاط وسائل الإعلام ما جعل احد المختصين يصف هذه المرحلة " مرحلة السبات الشتوي " المرحلة

الثالثة: 1976 - 1990

شهدت هذه المرحلة بداية الاهتمام الفعلي بقضايا الإعلام ووسائل ومنها الوسائل السمعية البصرية خصوصا في ظل استكمال مختلف المؤسسات والهياكل السياسية والاقتصادية ، وبدأت معالم السياسة الإعلامية في القطاع تتضح مع صدور الميثاق الوطني عام 1976 ، حيث أشار إلى الدور الاستراتيجي لوسائل الإعلام في خدمة أهداف التنمية كما دعا إلى ضرورة استصدار قوانين وتشريعات تحدد تحديدا سليما لدور الصحافة والإذاعة والتلفزيون والسينما في مختلف المشاريع

1 محمد شطاح ، السمعي البصري في التشريع الإعلامي الجزائري " قراءة في القوانين والمشاريع ، ص 3-4.

الفصل الثاني ————— القطاع السمعي البصري في الجزائر

الوطنية والاهتمام بالتكوين في مجال الإعلام ، وتوفير الكوادر الإعلامية اللازمة لمواكبة خطط التنمية ، وإشباع مختلف حاجات الجماهير في إعلام موضوعي وجيد .

وعرفت بدايات الثمانينات مناقشة أول مشروع لملف السياسة الإعلامية في الجزائر منذ الاستقلال ، وتم تحديد في ضوء ذلك بان مفهوم الجزائر للإعلام كبلد اشتراكي ينتمي إلى العالم الثالث تقوم على أساس الملكية الجماعية لوسائل الإعلام ، وان الإعلام جزء لا يتجزأ من السلطة السياسية المتمثلة في حزب جبهة التحرير الوطني وأداة من أدواتها في أداء مهمات التوجيه والرقابة والتنشيط، وتم تحديد وظائف الإعلام في المجتمع الجزائري على النحو التالي :

- التربية والتكوين .

- التوعية والتجنيد .¹

- التعبئة والرقابة شعبية .

- التصدي للغزو الثقافي .

كما عرفت المرحلة صدور أول قانون لإعلام في الجزائر عام 1982 في ظل الحزب الواحد ضمن الخطوط العامة للميثاق والدستور العام 1976 .

المرحلة الرابعة: 1990 - 2003

بدأت هذه المرحلة منذ عام 1990 بصدور الدستور الجديد الذي نص في مادته 40 على التعددية وحرية إنشاء الجمعيات ذات الطابع السياسي ، وتميزت هذه المرحلة بصدور العشرات من الصحف خاصة بعد صدور القانون الإعلام لعام 1990 الذي أكد على إنشاء العناوين الصحفية المستقلة إلا أن القطاع السمعي البصري بقي تحت ملكية الدولة

¹ المرجع نفسه ، ص 4 — 5 .

الفصل الثاني ————— القطاع السمعي البصري في الجزائر

وصدر منذ 1990 مشروعان تمهيديان لقانون الإعلام لسنة 1989 — 2002. وقد تناولا القطاع السمعي البصري بشيء من التوسع والتركيز ولكن يبدو أن حساسية القطاع السمعي البصري خاصة التلفزيون يجعل الدولة مترددة في تحريره وفتحه لاستثمارات الخاصة و المستقلة إلى جانب التردد في إصدار قانون جديد يوضح وضعية القطاع في الخريطة الإعلامية¹

المرحلة الخامسة 2011 إلى يومنا هذا

لطالما اعتبر الإعلام واجهة للسياسة وقد سماه البعض بالسلطة الرابعة أو كما سماه البعض بالنافذة التي تطل على العالم من كل ناحية ، وفي عصرنا يشهد العالم بعصره ثورات إعلامية بعضها تحكمها تطورات تكنولوجية والأخرى مقاييس فكرية وقانونية وعليه فإن هذه التحولات أدت بالدولة الجزائرية إلى تغيير تفكيرها وهذا ما جعل الإعلام الرسمي في الجزائر يشهد الانفتاح على في أواخر سنة 2011 ضمن سلسلة من الإصلاحات التي جاء بها الرئيس عبد العزيز بوتفليقة وقد جاء هذا القرار بعد حصار دام قرابة نصف قرن.²

يبدو من خلال النظر في القوانين التي صاحبة هذا الانفتاح الإعلامي أن المشرع الجزائري في مجال قانون الإعلام لم يضع أطرا ضابطة لهذا العمل فقد خصص مادتين (44)(45) في عام 2011 للحد من الهيئة التي عوضت المجلس الأعلى للإعلام وهي تؤسس سلطة ضبط للسمعي البصري، وهي سلطة مستقلة تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي أما المادة الأخرى فتحدد تشكيلة سلطة الضبط السمعي البصري وسيرها وصلاحياتها في القانون المتعلق بالنشاط.³

فقد شهد قطاع الإعلام السمعي البصري في الجزائر خاصة بعد المصادقة على قانون السمعي البصري في مارس 2014 حيث حظي هذا القانون بظهور قنوات فضائية خاصة وحسب

¹ المرجع نفسه ، ص 6

² نعيمة موكس، مرجع سبق ذكره، ص ص 67-68

³ صليحة العابد، القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر حرية في التعبير ام فوضى في التعبير، مجلة فكر ومجتمع ، ع 22، 2014

الفصل الثاني ————— القطاع السمعي البصري في الجزائر

المختصين في هذا المجال فالقطاع لم يشهد بعد حراكا يعيد تعريف ما ظل متوقعا من صدور القانون لاسيما وان التباطؤ في استصحاب التشريع بتدابير تنفيذية سواء على المستوى القانوني أو الإداري البيروقراطي قدسأهم في استمرار الوضع على ما هو عليه، فقد كان أولى محاولات السمعي البصري قامت بها صحف مطبوعة تحولت إلى قنوات تبث برامجها دون إعداد كاف لانتقال من المطبوع إلى المرئي.¹

ثانيا - السمعي البصري في التشريع الجزائري:

السمعي البصري في قانون 1982 :

تناول هذا القانون ولأول مرة مختلف جوانب النشاط الإعلامي وحدد الإطار العام لمفهوم الإعلام في الإعلام في الجزائر ، حيث جاء في مادته الأولى² "الإعلام قطاع من قطاعات السيادة الوطنية ،يعبر الإعلام سيادة حزب جبهة التحرير الوطني، وفي إطار الاختيارات الاشتراكية المحددة في الميثاق عن إرادة الثورة وترجمة لمطامح الجماهير الشعبية يعمل الإعلام على تعبئة كل القطاعات وتنظيمها لتحقيق أهداف وطنية" حيث يكشف هذه القانون عن المصادر التي يستلهم منها مبادئه وهي الميثاق الوطني ومختلف التوصيات الصادرة عن مؤتمرات حزب جبهة التحرير الوطني وقد اعتبر هذا القانون أن الإعلام جزء من السيادة الوطنية وهو إعلام "ثوري" يسعى إلى تحقيق أهداف الثورة الاشتراكية بقيادة حزب الواحد.³

¹ منتديات ستار تايمز، القنوات الفضائية الخاصة عندما تحول الى علب فضاء،

<http://www.elhyat.net/article8462.html>

² قانون الإعلام 19982، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ،1982،ص 3،

³ محمد شطاح، المرجع السابق،ص 7.

الفصل الثاني ————— القطاع السمعي البصري في الجزائر

وقد أشار القانون إلى حق المواطن في الإعلام حيث جاء في المادة الثانية " الحق في الإعلام حق أساسي لجميع المواطنين، تعمل الدولة على توفير إعلام كامل وموضوعي " وحدد الخطوط العامة لممارسة النشاط الإعلامي ضمن السياسة العامة للدولة المنصوص عليها في الدستور والميثاق. وجاء في المادة الثالثة يمارس حق الإعلام بكل حرية ضمن نطاق الاختيارات الاديولوجية للبلاد والقيم الأخلاقية العامة وتوجيهات القيادة السياسية المنبثقة عن الميثاق الوطني مع مراعاة الأحكام التي يتضمنها الدستور خاصة في مادتيه 55 و73 .

وقد نصت المادة رقم 4 على " مع العمل دوما على استعمال اللغة العربية وتعميمها ، يتم الإعلام من خلال نشرها إخبارية عامة ، ونشرها متخصصة ووسائل سمعية بصرية. "

وباختصار فان قانون الإعلام 1982 يبدو من خلال تحليل مضمونه انه قانون جاء لينظم قطاع المطبوعات والصحافة المكتوبة والسمعية البصرية سوى ضمن ايطار عام ، وكان المشروع يلحق بمصطلح الوسائل السمعية البصرية وكلما كان الحديث عن الممارسة الإعلامية والوسائل كان هناك حساسية حول المؤسسات السمعية البصرية خاصة التلفزيون .

قانون الإعلام 1990:

صدر هذا القانون في 3 افريل 1993 ونشر بالجريدة الرسمية يوم 4 افريل من نفس السنة ، وجاءت هذه الوثيقة تماشيا مع الدستور الجديد للبلاد الذي فتح مجال التعددية السياسية التي تتضمن منطقيا التعددية الإعلامية ، حيث جاء في المادة 2 "الحق في الإعلام يجسده حق المواطن في الاطلاع بكيفية كاملة وموضوعية على الوقائع التي تهم المجتمع على الصعيدين الوطني والدولي ، وحق مشاركته في الإعلام . بممارسة للحريات الأساسية في التفكير والرأي والتعبير طبقا للمواد 35 39 40 من الدستور.

وفي المادة 3 تحدثت الوثيقة عن حرية ممارسة الحق في الإعلام " يمارس الحق في الإعلام مع احترام كرامة الشخصية الإنسانية المقتضيات السياسة الخارجية والدفاع الوطني " ، أما المادة 4 فوضحت

الفصل الثاني ————— القطاع السمعي البصري في الجزائر

الوسائل التي من خلالها يمارس هذا الحق حيث جاء فيها "يمارس الحق في الإعلام خصوصا من خلال ما يلي:

- عناوين الإعلام وأجهزته في القطاع العام
- العناوين والأجهزة التي ينشئها الأشخاص المعنويين الخاصين للقانون الجزائري
- يمارس من خلال أي سند اتصال كتابي أو إذاعي أو صوتي أو تلفزيوني.¹

المشروع التمهيدي الخاص بقانون الإعلام 1998:

ولأول مرة جري تقديم لمصطلح الاتصال السمعي بعد ما كانت القوانين السابقة تعتبر مجرد سند إذاعي أو صوتي أو التلفزيوني. يمارس الحق في الإعلام.

وقد نصت المادة (2) من مشروع قانون 1998 فالاتصال السمعي البصري يقصد به ((كل ما يوضع في متناول الجمهور أو فئات منه بواسطة أحد أسباب الاتصال السلبي واللاسلكي من رموز وإشارات وحروف خطية ، صور أو رسائل من مختلف الأنواع وعلى اختلاف طبيعتها والتي ليس لها طابع المراسلة الشخصية.²

وجاء في نص المادة (28) من مشروع القانون، استعراض لفكرة طلب حبيسة عقود من الزمن، وتعلق بفتح المجال السمعي البصري أمام المواطن، فقد سمح المشرع بإشراك الخواص في القطاع السمعي البصري ويحدد الفصل الثاني من الباب الثاني في مشروع قانون الإعلام 1998 خدمات البث الإذاعي السمعي والتلفزيوني المرخص بها .

حيث نصت المادة على انه "يمكن للمؤسسات العمومية للبث الإذاعي والمرئي أن تفتح رأس مالها ، في إطار الشراكة لمؤسسات متخصصة تابعة للقطاع الخاص وفقا للتشريع المعمول به".³

- المشروع التمهيدي لقانون الإعلام 2002:

¹ الجريدة الرسمية لقانون الإعلام 1990، 1990/4/3.

² وزارة الاتصال والثقافة ، مشروع تمهيدي ، لقانون عضوي يتعلق بالإعلام ، مارس 1998، ص 2

³ المرجع ، نفسه، ص 7.

الفصل الثاني ————— القطاع السمعي البصري في الجزائر

لقد جاء تفنين القطاع السمعي البصري في مشروع القانون (2002) من خلال الباب الثالث الذي يتحدث عن النشاط السمعي البصري وحددت المادة (34) المقصود بالاتصال السمعي البصري ما يلي ((يقصد بالاتصال السمعي البصري في مفهوم هذا القانون ، وضع تحت تصرف الجمهور أو فئات منه علامات وصور و إشارات)).

وحدد المادة (35) من المشروع أليا وأدوات ممارسة النشاط الاتصالي السمعي البصري بما يلي :
نشاط السمعي البصري حر يمارس من طرف مؤسسات وهيئات القطاع العام.

المؤسسات والشركات الخاضعة للقانون الجزائري الخاص وطبقا لأحكام هذا القانون والقوانين اللاحقة إطار حدود العوائق التقنية بالموجات الكهرو إذاعية . ما يلاحظ على المشروع التمهيدي لسنة 2002 بأنه تحدث بوفرة عن قطاع السمعي البصري في الجزائر، بعد أن أجمعت في حقه فالقوانين السابقة ليأتي ويعطي إرهابات في مادته (34) و(35) بجزية قطاع السمعي البصري.¹

- قانون السمعي البصري الجديد بالجزائر:

بعد انتظار دام أكثر من عامين، عرض مشروع قانون السمعي البصري ضمن مشاريع الإصلاح السياسي التي أعلن عنها الرئيس "عبد العزيز بوتفليقة في افريل 2011. ورغم أهميته فان السلطة تأخرت في عرض التقرير التمهيدي على مستوى البرلمان .

ومنذ إقرار القانون العضوي للنشاط السمعي البصري في فيفري 2012 في إطار الإصلاحات السابقة ، والجدل مستمر بشأن نية السلطة في الذهاب نحو الانفتاح في مجال السمعي البصري بالجزائر، إلا أن هذا الجدل عاد إلى الواجهة مجددا بعد عرض المشروع على البرلمان لمناقشته.²

¹ المشروع التمهيدي لقانون الإعلام 2002، ص1.

² ياسين بودهان، قانون السمعي البصري ماله وما عليه ، ، الجزيرة نت، www.aljazeera.net/news/reportsens viewo/2014/1/11

الفصل الثاني ————— القطاع السمعي البصري في الجزائر

- ففي الوقت الذي اعتبر البعض استمرار الاحتكار الدولة، وتكريسا لتسلط السلطة ، اعتبرتها أطراف أخرى مكسبا جديدا يعزز العملية الديمقراطية وحرية الصحافة والإعلام.

- ويعد القانون المنظم للنشاط السمعي البصري يضمن مشاريع الإصلاح التي أعلن عنها الرئيس عبد العزيز بوتفليقة في أبريل 2011، رغم أهمية فإن السلطة تأخرت وتما طلب .

حسب البعض في عرض التقرير التمهيدي للمشروع على مستوى البرلمان

— ومنذ إقرار القانون العضوي المتعلق بالأعلام في 2012، في إطار الإصلاحات السابق

ذكرها، والجدل مستمر بشأن نية السلطة في الذهاب نحو الانفتاح في مجال السمعي

البصري الجزائر ، وقد ناقش البرلمان بغرفة نشاط السمعي البصري وأسفرت عن هذه

المناقشة وثيقة ((مشروع القانون المتعلق بالنشاط السمعي البصري) من طرف وزارة

الاتصال في سبتمبر 2013.¹

ووسط تضارب في الآراء، من طرف ذوي الاختصاص ، وقد صودق على قانون السمعي

البصري في الجريدة الرسمية في 23 مارس 2014 وبالتالي أصبح قانونا رسميا يعرف بقانون

السمعي البصري بعد أن كان عبارة عن مشروع تمهيدي.

مضامين قانون السمعي البصري الجديد:

بمقتضى قانون العضوي رقم 12.05. المؤرخ في 18 صفر عام 1433 الموافق لـ 12 يناير

سنة 2012 والمتعلق بالإعلام فإن قانون السمعي البصري يتضمن ما يلي :

الباب الأول : أحكام عامة

¹ وزارة الاتصال ، المشروع التمهيدي لقانون المتعلق بالنشاط السمعي البصري ،سبتمبر2013.

الفصل الثاني ————— القطاع السمعي البصري في الجزائر

الفصل الأول من هذا الباب : الموضوع ومجال التطبيق والذي يتضمن (5 مواد).

الفصل الثاني من الباب الأول : يتضمن تعاريف في مادة 7 ويتضمن 27 مصطلح معرف.

الباب الثاني :خدمات الاتصال السمعي البصري

الفصل الأول: خدمات الاتصال السمعي البصري التابعة للقطاع العمومي ويتضمن 09 مادة.

الفصل الثاني: خدمات الاتصال السمعي البصري المرخصة ويتضمن 29 مادة.

الفصل الثالث: أحكام مشتركة لكافة خدمات الاتصال السمعي البصري، يتضمن 5 مواد.

الباب الثالث: سلطة ضبط السمعي البصري وتتضمن 2 مادة

الفصل الأول: مهام وصلاحيات سلطة ضبط السمعي البصري وتتضمن 3 مواد.

الفصل الثاني: تشكيل وتنظيم وسير سلطة ضبط السمعي البصري ويحتوي على 32 مادة.

الباب الرابع: إيداع القانون والأرشفة السمعية البصرية.

الفصل الأول: إيداع القانون 2 مواد.

الفصل الثاني: الأرشفة السمعية البصرية 7 مواد.

الباب الخامس:العقوبات الإدارية 12 مادة.

الباب السادس: الأحكام الجزائية 5 مواد.

الباب السابع: الأحكام الانتقالية والنهائية 2 مواد.¹

- ما يمكن استنتاجه من قانون السمعي البصري ، بأنه قانون يحتوي على كثير من المواد

القانونية بـ 43 مادة ويليه الباب الثالث الخاص بتشكيل وتنظيم سير سلطة ضبط السمعي

¹ الجريدة الرسمية ، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ،قانون السمعي البصري ، المؤرخ 23 مارس 2014،العدد 16،الصادر يوم 23،مارس 2014.

الفصل الثاني ————— القطاع السمعي البصري في الجزائر

البصري بـ 37 مادة وما يمكن استنتاجه من ذلك أن مشروع هذا القانون يركز على

الجانبين الأساسيين .

الجانب الأول: يمكن في تنظيم حقل سمعي بصري الهدف منه الوصول إلى الاحترافية وتطوير

وترقية الإنتاج والإبداع السمعي البصري والحفاظ على الثوابت الوطنية و مراعاة خصائص

المجتمع الجزائري .

الجانب الثاني : يكمن في مهام سلطة ضبط السمعي البصري التي أوكلت لها أربعة مهام وهي

"الضبط" و "المراقبة" و الاستثمار وتسوية التزاغات .

المبحث الخامس: الدوافع الإعلامية والسياسية لفتح القطاع أمام الخواص

1- الدوافع الإعلامية لفتح القطاع السمعي البصري أمام الخواص

وفقا للتغيرات التي سمحت بها التكنولوجيات الجديدة للإعلام والاتصال وخاصة ما يتعلق بتطبيق النظام الرقمي التقاء صناعة الإعلام المرئي والمسموع بصناعة الإعلام الآلي وصناعة الاتصالات مما سمح لهذه الأخيرة في إطار تقاربي - يأخذ بعد استراتيجي جديد يتم فيه العمل على تكييف العرض مع الطلب من اجل استرجاع الجمهور والحفاظ على الفضاء الإعلامي الوطني والتصدي للمنافسة التي فرضت على الأسواق الوطنية في ظل تنوع العرض ووفرته من خلال البرامج والقنوات التي تبث على نطاق عالمي فاستنادا لهذا نجد أنفسنا متسائلين ما الذي دفع بالدولة إلى خوض غمار الإعلام المرئي والمسموع بعد طول غياب .

وفي حديثنا عن الدوافع الإعلامية يمكن أن نلمح الرغبة الملحة في إعطاء نفس جديد لإعلام السمعي البصري يبدأ من كونه ساحة مفتوحة أمام كل جبهة قادرة على أن تأتي بالجديد في القطاع .

الدافع إلى اكتساب قوة إعلامية في السمعي البصري قادرة على المنافسة على الصعيدين العالمي والقاري، واثبات وجود عربي فبالرغم من أن الجزائر كانت سباقة إلى فتح مجال السمعي البصري

الفصل الثاني ————— القطاع السمعي البصري في الجزائر

في الوطن العربي إلا أنها عرفت تأخرا كبيرا احتار فيه الكثير من الإعلاميين ولم يجدوا له تفسيراً سوى أن الجزائر قد عانت ظروفًا قاهرة أبعدها عن ما هو إصلاح إعلامي وهذا ما صرح به الصحفي والأمين العام لاتحاد النقابي في التلفزيون الجزائري "جمال معا" في بقوله "التلفزيون انشأ في فترة التي انشأ فيها الاستعمار الفرنسي لتلفزيونه الفرنسي وعلى الرغم من هذا فان الظروف وتواريخ كانت واحدة إلا أن السيورة في الجزائر تأخرت¹، فهذا يمكن اتخاذه من أقوى الدوافع التي تبدو كهدف إعلامي مسطر خصوصا وان اسم الجمهور المحلي أو حتى المشاهد المحلي لم يعد مستخدما وهذا ما أكده الصحفي والشاعر "إبراهيم صديقي" على أساس أن المشاهد الجزائري لم يعد أسيرا لبرامج "اليتيمة" بل هو مجال مفتوح أمام الأقمار الصناعية الغربية والعربية²

كما يمكن أن نميز الدافع الثاني في تنوع البرامج وهو محاولة إعطاء طابع التخصص على القنوات المراد تأسيسها والتي شكلت ولازالت تشكل الفارق الأساسي في تقديم نوعية البرامج المقدمة وإعطاء مبدأ الأفضلية لقناة أو مجموع القنوات على أخرى مثلما هو الحال في القنوات العربية الأخرى حاليا ، كما يمكن أن نلاحظ الحالة الإعلامية الراهنة والطلب المتزايد على الصحف الخاصة وهذا على الرغم من تواضع برامجها الإعلامية والتي يمكن اعتباره كدافع إعلامي مهم للولوج بالميدان السمعي البصري في محاولة إلى تغيير الوجهة الجماهيرية من القنوات العالمية إلى القنوات الجزائرية الجديدة وأهمية القطاع الجديد تكمل في عدم إمكانية الصحافة المكتوبة في تلبية رغبات الجميع خصوصا مع محدودية القراءة والصورة مهمة جدا لأنها تصل إلى كافة شرائح المجتمع .

الدافع الثالث :يتمثل في النقائص والثغرات التي يعاني منها التلفزيون العمومي والتي يعلق عليها بعض الإعلاميين والمختصين في دعوتهم إلى فتح المجال أمام الخواص وهذا من أبواب مختلفة الوسائط تعتمد إلى الرقمي .مستوى التلفزيون الجزائري على العموم³، فقد أكد الدكتور "احمد عظيمي" أن عدد الجزائريين الذين لا يزالون يشاهدون التلفزة الوطنية لا يتجاوز 15% في ظل غزو الفضائيات

¹ جمال معافي ، ملتقى حول فتح القطاع السمعي البصري في الجزائر ، جامعة الجزائر ، الأربعاء 01/05/2015.

² إبراهيم صديقي ، ملتقى حول فتح مجال السمعي البصري في الجزائر، 03، الأربعاء 01/05/2011.

³ نعيمة موكس، المرجع السابق، ص 69.

الفصل الثاني ————— القطاع السمعي البصري في الجزائر

مستشهدا بما قاله احد الكتاب "أن النضال من اجل تلفزيون وطني هو مثل النضال من اجل مدرسة وطنية تزداد بالنظر إلى تزايد عدد الفضائيات العربية الذي تتجاوز ألف قناة ناهيك عن باقي القنوات الأوربية. والآسيوية والأمريكية .

الفصل الثاني ————— القطاع السمعي البصري في الجزائر

2 -الدوافع السياسية لفتح القطاع السمعي البصري أمام الخواص

لقد بات الإعلام الثقيل من اكبر الدعائم التي تعتمد عليها الدولة وتركز عليها وأصبح وسيلة سياسية تتبناها الحكومة بامتياز وتتخذها كنافذة لنشر إيديولوجياتها ورسائلها الضمنية بل حتى المباشرة وهذا السبب مبهمه تمثل محور عجز لدى المشاهد وتتطلب احترافية ومهنية لتفكيكها وهذا بهدف السيطرة على العقول المكبوتة في الجماهير وكما اتخذ الإعلام الثقيل كاستحقاق ووسيلة للدفاع الوطني وكذا لتحسين الصورة السياسية والدعائية وتسويقها لبلوغ الأهداف السياسية المرجوة.

واستنادا لهذا يمكن أن نخلص إلى نتيجة أن هذا القرار يحمل دوافع سياسية تتلخص في: خلال تنشيط لندوة من تنظيم مركز الدراسات الإستراتيجية والأمنية تتمحور حول الخدمة العمومية في ظل التعدد السمعي البصري¹، حيث شدد الأستاذ "احمد عظيمي" على أن فتح المجال أمام بروز قنوات تلفزيونية جديدة إلى جانب التلفزيون العمومي هو أمر ليس من باب الترف وإنما هو ضرورة حتمية لضمان الأمن الداخلي للبلاد ونقل صورة ايجابية عنها²،² وعليه فان امن وسيادة البلاد ضرورة حتمية جعلها المشرع الأول في الجزائر من أولويات ما يجب التفكير فيه وكذا الحفاظ عليه فمن مصلحة الشخص تسقط في مقابل مصلحة الجماعة فإذا كانت مصلحة الوطن والأمة كافة فإنها لمن كبائر الحتميات التي تعتبر الإعلام الثقيل سيدا عليها فعلى الرغم من أن القطاع العمومي لم يكد يكون واجهة للدولة إلا أن بدا الخدمة العمومية لم يكن أبدا حكرا على القطاع الحكومي فالانفتاح كما يقول الدكتور والحلل السياسي " محمد لعقاب " لا يفني بالضرورة ودفعة واحدة تمكين القطاع الخاص من إنشاء القنوات الفضائية بالتدرج على الطريقة التالية :

1- فتح نوافذ تعبيرية حوارية في التلفزيون الوطني بمختلف قنواته .

¹ نعيمة موكس، المرجع نفسه، ص 69-70.

² احمد عظيمي ، ندوة لمركز الدراسات الإستراتيجية ، www.akhbarelyoum.dz

الفصل الثاني ————— القطاع السمعي البصري في الجزائر

2 - إنشاء قنوات موضوعاتية للدراما والرياضية بحيث تكون كل قناة مستقلة عن الأخرى وتحت إشراف الدولة مثلما هناك صحف تابعة للدولة لكنها مستقلة عن بعضها البعض .

3 - إشراك القطاع الخاص في القنوات الموضوعاتية بنسبة تقل عن 50% .

4 - وفي المرحلة الرابعة ، وبعد مرحلة النضج لا ينبغي أن تعمر طويلا يمكن فتح المجال للخواص لامتلاك نسب عالية أو إنشاء قنوات خاصة وفق دفتر الشروط .

والدوافع التي اتخذتها السياسة الجزائرية بالحسبان يمكننا الحديث عن ما سماه البعض بأبواق التعبير وهو المتسع من المجال لإبداء كل رأي أو وجهة نظر تنحدر من سلك الديمقراطية فكما صرح الدكتور "مخلوف بوكروح" على موضوع فتح المجال أمام الخواص وغير الخواص هو ضرورة حتمية ينبغي أن تستكمل المسيرة التي انطلقت بها التعددية السياسية و الإعلامية، كما أكد الدكتور على تأخر القطاع تأخرا كبيرا مع موازاة القطاع المكتوب لذلك ينبغي على الدولة أن تكون حاضرة في هذه الممارسة الإعلامية التي سيقبل عليها الخواص من باب الدعم المادي والتسهيلات التشريعية وكذا الحماية القانونية من الانحراف.

إعطاء الإعلام البعد الاجتماعي وهو التنويع في المضامين وليس في الوسائل والوسائط فحسب بشرط أن تتوجه نحو الفئات الاجتماعية المناسبة فصناعة المحتوى تتطلب اعتماد نظرة إستراتيجية تتجاوز حسابات الخيل السياسية ، فالمسألة الإعلامية اخطر من أن تترك في أيدي الإعلاميين و السياسيين وحدهم إنما تتعلق بالحقوق والحريات العامة وبمستقبل المجتمع كله ، فالمقصود بالفئات هنا الجمهور المستهدف فالسياسة الظاهرة من وراء فتح القطاع الثقيل هي إعطاء تسميات لجماهير المشاهدين في توعية وقصديه البرامج المنتقاة بالإضافة إلى سيادة الدولة الجزائرية ففي السجل العربي عمدت الكثير من الدول العربية إلى إصلاحات في قطاع الإعلام المرئي هذا لكونه حلقة وصل بين الحاكم والطبقة المحكومة من جهة ولكونه¹ مساحة لبلورة الرأي والأفكار وكذا مناقشتها من جهة

¹ المرجع نفسه، ص70.

الفصل الثاني ————— القطاع السمعي البصري في الجزائر

أخرى ، فبعد أن عمدت جمهورية موريتانيا على فتح القطاع الثقيل لم يعد الأمر جديا وينبغي الشروع فيه بحكم المكانة التي تحتلها الجزائر اليوم وهذا بعد الربيع العربي وسلسلة الثورات الشعبية التي شهدتها العالم العربي فقد تراجعت الكثير من الدول العربية فيما يخص النواحي السياسية والاقتصادية ودخلت الكثير منها في مرحلة الجمود وأخرى من مرحلة الصفر وهذا ما سمح للجزائر بان تسجل الكثير من المواقف السياسية الايجابية وكذا السياسية التكميلية المتبعة من قبل الحكومة والتي وضعت الحد لأي تشويش أو تمرد قد تشهده البلاد، وعليه فهل يمكن تصور دولة بكامل هذه الأفاق بالإعلام العمومي واحد لم يعد قادرا على استيعاب ما يريده المشاهد الجزائري والذي أصبح أسيرا للقنوات الأجنبية .

وقد تحدث الدكتور "احمد عظيمي" بإسهاب" عن وضع التلفزيون العمومي الذي يعاني من نقائص كثيرة وحسبه يبقى التلفزيون يعبر عن رأي السلطة مع بقائه بعيدا عن اهتمامات وانشغالات المواطنين إلا انه قال موضحا بان "الخدمة العمومية تعد مفهوما جديدا في البلدان العربية عموما . وهذا يعني أن الاستناد على القطاع الخاص من أولى أجدديات التي ستعتمدها الدولة بالإضافة إلى الملكية الخاصة أمر مهم في زمن السماوات المفتوحة والانترنت، حيث من ناحية ربط المواطن بالإعلام ببلده سواء كان خاص أو حكومي فان المواطن سيحصل على معلومات ويشكل أفكاره من مصادر غير قومية سواء كانت عربية أو أجنبية وأيضا كانت الممارسات التي تقوم بها الوسائل الخاصة فانه يمكن تقويمها أن فتح القنوات الخاصة ستخلق تنافسا بين تلك القنوات والإعلام الحكومي وستفتح أفقا جديدة لإعلاميين الأمر الذي جعل من الطرف الأخر ضرورة لتحسن في نوعية المادة الإعلامية المقدمة للجمهور .¹

المبحث السادس : واقع قطاع السمعي البصري في الجزائر حسب المختصين

شهدت الجزائر اليوم دخول نفق إعلامي لطالما كان مستعصيا على الإعلاميين وأهل الاختصاص ليتمثل في رفع احتكار الدولة في مجال السمعي البصري وهو حلم إعلامي بدأت معالمه تظهر

¹ النعيمة موكس المرجع السابق ، ص 71 .

الفصل الثاني ————— القطاع السمعي البصري في الجزائر

للشارع الجزائري بعد طول انتظار¹، وقد تعددت الآراء حول القطاع السمعي البصري بالجزائر والههم واحد، حيث أن معظم الاجتهادات لم تكن لتبارح مكائها دون الاستناد إلى تشريعات لازمة وترسانة قوانين تضمن وتحمي الأرضية لتحرير الفضاء الإعلامي المرئي والمسموع، بعد أن ظل محتكرا من قبل المؤسسات العمومية منذ الاستقلال.

وبالرغم من الجدل الذي يدور بين المختصين ورجال المهنة حول ضرورة استصدار القانون المنظم للقطاع لينهي سنوات الاحتكار الدولة لهذا المجال ويفتح الآفاق نحو تعددية إعلامية فاعلة فان الكثير من المختصين ظلوا يؤكدون أن الترسانة القانونية ليست كافية لضمان تنافس الحقيقي على مستوى الفضاء الإعلامي المرئي والمسموع، وعلى الرغم من مصادقة المجلس الشعبي الوطني في جانفي الماضي على القانون المنظم للسمعي البصري وصدوره للجريدة الرسمية في 23 مارس 2014 فان القطاع لم يشهد حراك يعيد تعريف ما ظل متوقعا من صدور القانون، وكثير من المتابعين يطرحون سؤال يتمحور حول ما إذا كانت هذه القنوات مستقلة أم عمومية برأس مال خاص؟ وذلك من خلال قراءة للواقع الإعلامي القائم، وذلك نتيجة تماهي بعض القنوات مع تبني الخط الإعلامي أو الترويج لهذه الاختيارات معينة بطريقة تنقصها الكثير من الاحترافية مما جعل لهذه القنوات أكثر كلاسيكية من حيث الطرح من مؤسسات الإعلام العمومي، حيث أنها لم تعد تمارس نوعا من القطيعة مع ممارسة المؤسسات العامة، كما لم تؤسس لقيم مهنية جديدة تبرهن استغلاليتها في الغالب.²

وفي إطار الإصلاحات التي وعد بها الرئيس عبد العزيز بوتفليقة تم صدور الإعلام المنظم للقطاع السمعي البصري لم ينهي حالة الجدل بقدر ما عززها بشكل أكبر حيث أن القانون يحصر النشاط الإعلامي المرئي والمسموع في القنوات الموضوعاتية وفقا للمادة 17 التي تنص على استناد قنوات

¹ نعيمة موكس، المرجع نفسه، ص 17.

² منتديات ستار تايمز، المرجع السابق.

الفصل الثاني ————— القطاع السمعي البصري في الجزائر

موضوعاتي ومتخصصة فقط ولا يسمح لها بإدراج برامج إخبارية إلا وفق حجم يحدد في رخصة الاستقلال وهو يعتبر البعض تقييدا لحرية التعبير مع روح الإصلاحات الموعودة .

ويرى "محمد حاكم" مدير قناة دزير تي في أن قانون الذي تم المصادقة عليه في جانفي الماضي من قبل البرلمان خطوة مهمة في الاتجاه الصحيح من اجل تحرير القطاع وانفتاحه على الخواص ، ويرى حاكم أن الإشكاليات المتعلقة بالقطاع لا تقتصر على الجانب التشريعي والقانوني فحسب بل هناك إشكاليات تقنية ، حيث ينفي حاكم أن يكون التراع القانوني وارد تعثر بث نشرات الأخبار بشكل مباشر ، مؤكدا أن العثرات التقنية هي التي تقف حائلا دون تحقيق ذلك.

قال "علي جري" مدير قناة الخبر أن ظهور القنوات الفضائية الخاصة قد عزز من حرية التعبير، وساهم في توسيع مساحات النقاش حول الوضع العام في الجزائر، مشيرا إلى أن المشاهد الجزائري خلال العاميين الماضيين وجد أمامه شاشات متنوعة تناقش قضاياها مما دفعه للإعراض عن مشاهدة القنوات الأجنبية كالجريدة وغيرها من القنوات" واستطرد جري : نقول ذلك بكل ما لهذه القنوات وما عليها لكنها - وفقه - تعتبر قيمة مضافة لوسائل حق التعبير.

وحول قرار تعيين مولود شرفي على رأس سلطة الضبط لقطاع السمعي البصري، وصفه بأنه "قرارا سياديا، لكن تمنينا لو أنه اسند لشخصية غير حزبية طبقا للقانون الجديد الذي يحظر إسناد المنصب لشخصية حزبية أو ذات علاقة بعهدة انتخابية أو وظيفة عمومية، فضلا عن حظره على أصحاب مصالح في مؤسسة سمعية بصرية أو مؤسسة للنشر و الصحافة بصفة مباشرة أو غير مباشرة.¹

و وصف جري في حديثه: عن سلطة الضبط وفقا للصلاحيات الواسعة التي تتمتع بها، بأنها تحولت إلى "سلطة انضباط وليس سلطة ضبط" مشيرا إلى أن ذلك لا يدفع ويشجع التجارب الجديدة لشق طريقها بيسر وحرية. مطالبا بمزيد من التمثيل للصحفيين في هذه الهيئة التي تشكل من رئيس وخمسة أعضاء.

¹ منتديات ستار تايمز ، المرجع نفسه.

الفصل الثاني ————— القطاع السمعي البصري في الجزائر

وينتقد جري القانون المصادق عليه مؤخرا لتنظيم قطاع السمعي البصري " لأنه يحتوي على الكثير من الثغرات " لجهة تصنيفه للقنوات على أساس أنها موضوعاتية و أخرى عامة . لكنه يؤكد في الآن نفسه إن قناته مضطرة للتكيف مع بنود هذا القانون، لأنه " يحقق بعض المطالب وعلى رأسها إمكانية تأمين الصحفيين والعاملين"، كما انه سيساهم في تأسيس المزيد من القنوات الخاصة وفقا للقانون الجزائري". لكن ذلك لا يكفي - كما يقول جري "لبناء منظومة إعلامية حديثة ومحترفة" دون إصدار قانوني الإشهار - و سبر الآراء

ويرى الدكتور "عاشور في" أستاذ بكلية علوم الإعلام والاتصال، بجامعة الجزائر3 والمختص في اقتصاديات وسائل الإعلام المرئية والمسموعة) ، أن قطاع السمعي البصري يعد صناعة ثقيلة، تتطلب استثمارات ضخمة و بنى تحتية متينة تقوم عليها الصناعة حتى تقدم منتجا إعلاميا ذا جودة يلي احتياجات الجمهور المستهدف، مضيفا أن "القنوات ليست مجرد شاشات لبث الصور والمعلومات ، وبالعودة للوضع القائم في الجزائر يرى عاشور، أن "الإدارة سمحت لتلك القنوات منذ أكثر من سنتين بالعمل خارج القانون، وحين اشتغلت هذه الشاشات لم تقدم نموذجا بديلا ولم تؤسس لصناعة ثقافية تتمتع بالجودة، أو خدمة مهنية تمثل قيمة مضافة، بل بدت أنها أكثر رداءة من التلفزيون العمومي . - حسب قوله . ويفسر ذلك بالقول " إن هذه القنوات التي ظلت تنشط خارج القانون تصبح عمليا أكثر قابلية للضغوط وخاصة للخضوع للسلطة التنفيذية" . ويصف الواقع الذي خلفته هذه الحالة بالقول " أنها خلقت نموذجا مؤذيا للثقافة والذائقة العامة، من خلال الترويج للإثارة والترفيه المبتذل من خلال العودة للغرائز البدائية كالخوف من المجهول والشعوذة واستغلال حاجة الناس وبث برامج "صرف الجان" وغيرها، عوض حصص التوعية والثقافة، والأنكى إنها قريبا ستتحول إلى قنوات قانونية لتكتسب بذلك الصفة الرسمية أو ما يمكن تسميته بشرعنة الرداءة ومؤسسة الانحراف . وفيما يخص الجانب المالي فيرى في "أن الأمر يتعلق ب آلية جمع أموال الإشهار العشوائي، الوارد أساسا من قطاعات جرى تحريرها منذ مدة وهي قطاع الاتصالات وقطاع المواد الغذائية والمشروبات والسيارات وهي ذات القطاعات التي تمول الصحافة المكتوبة من خلال صفحات الإشهار، ودخول الومضات الإعلانية المرئية سيحد من قدرة

الفصل الثاني ————— القطاع السمعي البصري في الجزائر

تلك المؤسسات التجارية من توفير صفحات الإشهار للصحافة المكتوبة . فالتنافس قادم بين الصحافة المكتوبة والتلفزيون والمواقع الإلكترونية. وأما فيما يتعلق بالقانون الجديد والخاص بالسمعي البصري، فيقول فني : أن الفيصل ليس في وجود القانون ومحتواه بل في مدى تطبيقه، لأن وجود هذه القنوات سابق لوجود القانون نفسه حيث ظلت الإدارة صامته على الخروج عليه، وبالتالي الفيصل هو في " وجود او عدم وجود سياسة إعلامية، ومدى استعدادنا لخوض غمار استثمار حقيقي وضحخم في مجال السمعي البصري " يعتمد على المنافسة والكفاءة والفاعلية وليس المخرج الحقيقي يكمن في وضع إستراتيجية لصناعة المحتوى والخروج من .على حماية الإدارة الترقيع الحاصل في مجال إنتاج البرامج لملء الفراغ قبل الانفتاح فما بالك بعد نشأة القنوات الجديدة في غياب هياكل حقيقية للإنتاج السمعي البصري. هذا ما نحتاجه في حاليا وفي المستقبل المنظور .

— حسب¹

أما الإعلامي " والمنتج التلفزيوني " سليمان بخليلي وفي تقديمه قراءة (متأنية) في مشروع القانون المتعلق بالسمعي البصري ، فيحرص الإعلامي سليمان بخليلي بأنه يقدم دراسة متأنية لمشروع القانون

فيشير في البداية بان الجزائر من البلدان الرائدة في المجال حرية التعبير والصحافة من خلال قانون الإعلام 1990 فيلاحظ. أن التزام المؤسسات الشركات الخاصة بإنشاء قنوات موضوعاتية (لا متخصصة) فقط دون إمكانية إنشاء قنوات عامة. بأنه أمر غير مفهوم وغير مبرر قانونيا ومهنيا وأشار إلى المادة 63 من مشروع القانون التي تقصي بإنشاء كل خدمة موضوعاتية للاتصال السمعي البصري إلى ترخيص يمنح بموجب المرسوم.

وفي الأخير يذهب الإعلامي سليمان بخليلي إلى أن مشروع قانون السمعي البصري هو خطوة إيجابية نحو تحرير هذا الفضاء في البلاد مشيرا إلى تقنين السمعي البصري في الجزائر بما يراعي خصوصياتنا .

¹ منتديات ستار تايمز ، المرجع نفسه.

الفصل الثاني ————— القطاع السمعي البصري في الجزائر

و يذهب " رياض بوخدشة " ممثل مبادرة من اجل كرامة الصحفيين الجزائريين انه يتحفظ على المادة 17 التي تنص على إنشاء قنوات موضوعاتية ومتخصصة فقط، ولا يسمح بإدراج برامج إخبارية إلا وفق يحد في رخصة الاستقبال وهو ما اعتبر تقييداً لحرية التعبير يتنافى مع الانفتاح وفي نفس السياق بجرص "قارة علي" وهو أيضا لجنة الثقافة والإعلام سابقا بالبرلمان بأن المشروع لا يمنع القنوات التلفزيونية والإذاعية من أن تتخصص في برامج محددة أو متعددة¹ مثلما لم يمنعها من أن تبث برامج وحصص إخبارية واصفا النقاش البرلماني والسياسي والإعلامي بشأن الموضوع بـ "زوبعة في فنجان".

كما يرى الباحث " رضوان بوجمعة" أن تجربة التنوع الإعلامي والتعددية الإعلامية في الحالة الجزائري قد برهنة على فعالية نفعها للمجتمع وأثرها الايجابي في وعيه ونمائه والنهوض بدور الصحافة الوطنية في الجزائر خصوصا بعد مرور مهنة الإعلام بمراحل حساسة تدرجت به مهنة الموظف والناطق الرسمي بسمة المدافع عن الثورة إلى مهنة الصحفي الحر في عهد التعددية الإعلامية.²

وأكدت الدكتورة "ليلي فيلاي" أن قرار فتح السمعي البصري في الجزائر جاء بعد الإصلاحات السياسية وموجة الثورات الشعبية، قالت أن هناك فرق بين التعددية الإعلامية في الوسيلة وبين تعددية في المضامين مؤكداً أن ظروف ظهور هذه القنوات جاء في بيئة إعلامية غير متوازنة وهذا نتيجة لظهورها في إطار غير قانوني فهي تقدم برامجها فقط في الجزائر أما إطار قانونها في الخارج ، أما من ناحية المحتوى فهو دعائي والوظيفة المنقوطة بما غير موجودة ، وقات أن هذه القنوات تعيش في فوضى وهو ما يلزم الدولة على تبني خطة إعلامية جديدة متفتحة لصناعة الرأي العام . وأنها الدكتورة بضرورة البحث في هذا الفضاء من اجل بناء بنية إعلامية تتوازن بين الوسيلة والمضمون مؤكدة على أن التعددية هي إحدى ضمانات وجود إعلام متوازن.

¹ ريمة قطوش، اتجاهات الإعلاميين والمختصين نحو حرية الصحافة والإعلام في ظل قانون الإعلام لسنة 2012 وقانون السمعي البصري الجديد ، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال ، جامعة المسيلة ، 2013-2014. ص 109-110.

² نعيمة مليكة و بوحزام نوال ، المرجع السابق ، ص 90.

الفصل الثاني ————— القطاع السمعي البصري في الجزائر

كما أكد "عبد الحميد بوشوشة" لا يمكن أن نقيم تجربة القنوات الخاصة لأنها في بدايتها قال بأنه يصعب علينا تقييم تجربة القنوات الخاصة لأنها في بدايتها لكن الملاحظ أنها تضع أخلاقيات المهنة في الأخير وتميل إلى الدعاية وتحقيق سبق الصحفي على حساب باقي النقاط المهمة في أخلاقيات المهنة المصادق عليها في الموثيق التي تحتم على الصحفي أن يكون في خدمة المجتمع وضرورة شعوره بالمسؤولية، كما تأسف على عدم استمرار المجلس الأعلى لأخلاقيات مهنة الصحافة¹ 2001-2005. "الإعلامي الإذاعي" بوشلاغم علاوة "الإعلام الجزائري إعلام محلي بامتياز تحدث الإذاعي" بوشلاغم علاوة "عن تميز الإعلام الجزائري بملاسته للقضايا المحلية أكثر من مواضيع أخرى، وقال بأنه إعلام محلي بامتياز، ويتجلى هذا في القنوات الخاصة إذ اهتمت بالشأن المحلي وطبقت هذه المقاربة بشكل ممتاز لأنها ركزت بنسبة أكثر من 70 بالمائة من إخبارها على الشأن المحلي وأعطت الميكروفون للمواطن كما وصلت إلى مناطق في الجزائر لا يعرفها اغلب المواطنين والذي لم يقم به الإعلام العمومي، غير أنه قال بأن النقص الذي لم ينتبه له أصحاب القنوات الخاصة أنهم لم يتجهوا للنخب الحقيقية وهناك تركيز على بعض صناع الرأي العام رغم وجود عدد كبير من النخب المميزة في الجزائر العميقة. الإعلامي بالتلفزيون "نور الدين ضروي" الإعلام الخاص مكمل للعمومي رغم علاقتهما التنافسية قال بأن إنشاء شبكة برمجية في القناة العمومية من منطلق احتياجات المواطن والقيم الوطنية يصعب أن تعبر بنسبة عالية عن انشغالات المواطنين على أساس أن المجتمع غير متجانس من حيث طريقة تفكيره وطموحاته...وعلى أساس انه لا بد أن تبرز جهودات الدولة لأنها مربوطة بدفتر شروط لا بد أن تحترمه . كما أكد على ضرورة أن يصل هذا الإعلام لانتزاع ثقة المواطن حتى يضمن لنفسه المصداقية الكاملة وذلك بالتعامل بموضوعية مع كل المواضيع المطروحة وعدم الإجحاف بحق مواضيع، كما قال بأن الإعلام الخاص يأتي مكتملا للعمومي رغم علاقتهما التنافسية، مشيرا إلى أن تفاعل المواطن مع القنوات الخاصة جاء لإثارها لمواضيع لم تتمكن القنوات العمومية تسليط الضوء عليها.¹

¹ يوم 2015/04/3 www.eljournhour.com/article.php?idm:10000292,27,5,2015

الفصل الثالث :
الإطار التطبيقي

تمهيد:

يعتبر الجانب الميداني من أهم جوانب البحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية على حد سواء ، لأنه يقوم بربط الجانب النظري مع الواقع الفعلي للدراسة ، فبعد انتهائنا من عملية الجمع سنجد انفسنا أمام استمارة مملوءة ، وفي بحثنا هذا ومن خلال ما تم تناوله في الجانب النظري حاولنا فيه قدر الإمكان الإلمام بمختلف المعلومات النظرية التي تخدم موضوع الدراسة ، والذي يعتبر الأرضية النظرية لموضوع البحث من خلال ما تضمنته الفصول ، يأتي الجانب الميداني للتحقيق والكشف عن اتجاهات الجمهور نحو القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر وذلك قصد حصر مجموعة من النتائج التي يمكن أن تزيد من توضيح وشرح موضوع الدراسة بصورة أعمق واشمل وأدق ، وتجب على بعض التساؤلات التي تم طرحها في الإشكالية وذلك من خلال تحليل البيانات التي تم جمعها من خلال تساؤلات الاستمارة ثم تحليلها وتفسيرها للوصول إلى نتائج بحثية علمية ودقيقة وقد تم في المحور الثالث للاستمارة الذي يتضمن قياس اتجاهات الجمهور نحو القنوات الخاصة في الجزائر وبرامجها ، وقد تم الاعتماد على " مقياس ليكرت " وقد قمنا بإعطاء خمس إجابات لكل عبارة المكونة للمقياس وهي أوافق بشدة أوافق محايد لا أوافق لا أوافق بشدة ، وقد أعطينا لكل عبارة درجات حيث أعطينا لعبارة أوافق بشدة درجة (5) ، أوافق درجة (4) ، وعبارة محايد درجة (3) ، وعبارة لا أوافق درجة (2) ، ولا أوافق بشدة (1) .

وقد قمنا بحساب النسب المئوية بضرب التكرار $100 \times$ على أفراد العينة ، ولحساب متوسط شدة الاتجاه قمنا ب: مجموع التكرارات المرجحة على عدد العينة ، ولحساب مجموع التكرارات المرجحة قمنا بضرب التكرار في الدرجة .

وقد تم تصنيف الاتجاه كالاتي:

- من 1 إلى 2 كان الاتجاه ضعيف جدا.

- من 2,1 إلى 2,5 اتجاه ضعيف .

- 3 اتجاه محايد.

- من 3,5 إلى 4 اتجاه إيجابي .

- من 4 إلى 5 اتجاه قوي جدا.

وكمنطقة تردد في الاتجاه اخترنا المسافة من 2,50 إلى 3 .

المبحث الأول: ظهور القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر

1 - قناة النهار: تعد أولى القنوات الجزائرية الخاصة، حيث انتقلت إلى البث الفضائي بعد أن ظلت تعمل كصحيفة مطبوعة لسنوات لينطلق بثها التحريبي، يوم 6 مارس 2012 بأول نشرة إخبارية. مدسنةً بذلك مسيرة القنوات الجزائرية الخاصة المؤسسة وفقا لقوانين المدينة الإعلامية الأردنية، التي تعد أول منطقة إعلامية حرة، في الشرق الأوسط والتي تأسست في العام 2001 كشركة خاصة تم أقامتها بالتعاون بين حكومة المملكة الأردنية وشركة دلة للإنتاج، لتشكل محورا رئيسياً لشبكات البث الفضائي. حيث أن معظم القنوات التي تبث من المدينة الإعلامية غير أردنية، والتي تنهار 120 قناة فضائية.

و وفقا لهذا التكيف فإن النهار تعمل كقناة أجنبية تتخذ مقرها الرئيس بالعاصمة الأردنية عمان وتبث برامجها على قمر نايل سات. و تهتم بالشأن الإخباري والسياسي في الجزائر، حيث أن برامجها تبدو مزيجا بين نشرات الأخبار والرياضة وأخبار الاقتصاد في الجزائر وكذا أخبار الصحف الوطنية.

2 - قناة الشروق: بعد أن حققت صحيفة الشروق اليومي نسبة مبيعات عالية، اعتبرت الأكبر في تاريخ الصحافة الجزائرية، خاصة في الأزمة الجزائرية - المصرية، على خلفية المباريات المؤهلة لمونديال جنوب إفريقيا 2010، وبعد الهجمة الإعلامية الكبيرة التي تبنتها بعض القنوات الفضائية المصرية، أعلنت الشركة المالكة للصحيفة نيتها في إطلاق شبكة تلفزيون جزائرية خاصة¹ في بدايات عام 2011، وذلك من خلال استخدام وسائط الاتصال الحديث كموقع الليوتوب . إلا أن إطلاق القناة تأخر إلى عام 2012 لتصبح بذلك ثاني القنوات الفضائية الخاصة بعد انطلاق النهار.¹

¹ منديات ستار تانمز، مرجع سبق ذكره.

حيث انطلق بث "الشروق تي في" من العاصمة الأردنية أسوة بمنافسها "النهار" ثم توسعت الشبكة لتخلق قناة أخرى باسم الشروق الإخبارية. في مارس من العام الجاري 2014. و تمتلك الشبكة مجموعة من المكاتب على المستوى الوطني ومكاتب عالمية أخرى

3 - قناة الجزائرية : وهي قناة متنوعة تهتم بقضايا المجتمع كافة، برامج سياسية اقتصادية ثقافية اجتماعية فنية، كما تبث العديد من البرامج والمسلسلات الدرامية والأفلام من دون توقف 24 ساعة، لتكون بذلك ثالث قناة خاصة تظهر للوجود في الجزائر، من صنف القنوات الخاصة المؤسسة في الخارج، وانطلقت في يوم 05 جويلية 2012

اشتهرت مؤخراً ببرنامجها الساخر "قهوة القوسطو" الذي وضعها في قائمة القنوات الأكثر مشاهدة.¹

4 - قناة الهقار: هي قناة جزائرية مستقلة تم افتتاحها في شهر ماي 2012 يوجد مقر بثها في لندن وهي ملك "لحسان بومعروف" صاحب شركة المشروبات "فلاش" وشريكه محمد ميلودي صاحب دار الوعي للنشر ، وتعرض قناة النهار العديد من الأفلام الأجنبية المدبلجة بالفرنسية والأغاني والمسلسلات ثورية وأمريكية مترجمة بالفرنسية وأخبار يومية بالإضافة لبرامج سياسية وأخرى ثقافية .²

5 - قناة نوميديا نيوز : قناة خاصة إخبارية دولية انطلق بثها في أكتوبر عام 2012 تتناول القناة مختلف القضايا الراهنة في العالم ولها العديد من المراسلين في العديد من الدول.

6 - الأطلس: هي قناة فضائية انطلق بثها التجريبي في 15 ماي 2013 وبدا بثها الرسمي في 19 جوان 2013 وتعرض باقة من البرامج في مختلف المجالات التي من شأنها إضفاء لمسة جديدة على المشهد التلفزيوني والجهوي مقرها بالجزائر العاصمة ومالكها طارق يجياوي.

7 - قناة سميرة : وهي قناة خاصة ومتخصصة في مجال الطبخ والأشغال اليدوية .³

¹ منتديات ستار تايمز ، المرجع السابق ..

² صليحة العابد، المرجع السابق، ص 4-11.

³ نعيمة موكس، المرجع السابق ص 73-75.

8 قناة الهداف: قامة جريدة الهداف الجزائرية بإطلاق قناة خاصة بها وهي قناة رياضية فضائية جديدة تهتم بتغطية مختلف الأحداث ونقل آخر أخبار الرياضة المتعلقة بالمنتخب الوطني ومختلف الرياضات وهذا على مستوى الصعيد المحلي أو العالمي،¹ وتنقل قناة الهداف كل ما يتعلق بالبطولة الجزائرية بالإضافة إلى أخبار النجوم والمشاهير من الرياضيين الذين تركوا بصماتهم في هذا المجال .

المبحث الثاني: التحليل الكمي والكيفي للبيانات.

الجدول "01" يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس.

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	27	33,75%
أنثى	53	65%
المجموع	80	100%

يوضح هذا الجدول توزيع أفراد العينة حسب الجنس حيث احتل المرتبة الأولى الإناث بنسبة 65%، أما بالنسبة للذكور فكانت النسبة 33,75% ومن الملاحظ هنا أن الإناث في العينة يفوق عدد الذكور ويمكن تفسير هذا، عندما تم توزيع الاستمارة تصادفنا مع الإناث أكثر من الذكور بالإضافة إلى عدم مراعاة الجنس فقد تم التركيز على العينة التي تشاهد القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر، ويرجع السبب كذلك أن نسبة الإناث أكثر من الذكور في قسم علوم الإعلام والاتصال .

¹www.modarn.Com/2014/5/elhadaf-tv-freqoncy-chnnel-nilsat.html

الفصل الثالث الإطار التطبيقي

الجدول "02" يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن.

السن	التكرار	النسبة المئوية
من 20 - 25	52	65%
من 26-30	35	31,25%
من 30 فما فوق	3	3,75%
المجموع	80	100%

يوضح هذا الجدول الذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير السن إذ نجد أن الفئة التي تتراوح أعمارهم ما بين 20 و25 سنة هي الفئة الغالبة بنسبة 65%، ثم تليها الفئة التي تتراوح أعمارهم ما بين 26 و30 سنة بنسبة 31,25% أما الفئة الأخيرة فتتراوح أعمارهم من 30 وكانت نسبتهم 3,75%، وما يفسر هذا أن الفئة التي تتراوح ما بين 20—25 هي الغالبة وذلك راجع ان هذه الفئة أكثر مشاهدة للقنوات الفضائية الخاصة ، بينما الفئة الثانية كانت اقل مشاهدة لهذه القنوات ، أما الفئة الأخيرة كانت نسبتها قليلة جدا في المشاهدة.

الفصل الثالث الإطار التطبيقي

الجدول "03" يمثل توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي.

النسبة المئوية	التكرار	المستوى التعليمي
48,75%	39	ماستر 1
51,25	41	ماستر 2
100%	80	المجموع

نلاحظ من خلال هذا لجدول أن هناك تقارب في المستوى التعليمي فكان في المرتبة الأولى المستوى ماستر 2 بنسبة 51,25% أما المستوى التعليمي فكان للماستر 1 بنسبة 48,75% ، وما يفسر هذا أنها مجرد صدفة وهذا دليل على أنني لم أراعي المستوى التعليمي بقدر ما اهتمت بالطلبة الذين يشاهدون القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر.

الفصل الثالث الإطار التطبيقي

الجدول "04" يوضح توزيع أفراد العينة حسب التخصص .

التخصص	التكرار	النسبة المئوية
اتصال وعلاقات عامة	37	46,25%
صحافة مكتوبة	43	53,75%
المجموع	80	100%

يوضح لنا الجدول رقم "4" توزيع أفراد العينة حسب التخصص حيث نجد أن تخصص صحافة مكتوبة جاء في المرتبة الأولى بنسبة 53,75% أما تخصص اتصال وعلاقات عامة فكانت نسبته 46,25% ونلاحظ من خلال هذا أن هناك تقارب في المستوى ، وما يمكن تفسيره هنا عندما تم توزيع الاستمارة لم نبحث عن التساوي بين المستويين وركزنا عن الطلبة الذين يشاهدون القنوات الفضائية الخاصة وتركنا معيار الصدفة في التوزيع.

الفصل الثالث الإطار التطبيقي

الجدول "05" يوضح توزيع أفراد العينة حسب مشاهدة القنوات الفضائية الخاصة.

هل تشاهد القنوات الفضائية الخاصة؟	التكرار	النسبة المئوية
دائما	25	31,25%
أحيانا	49	61,25%
نادرا	6	7,5%
المجموع	80	100%

من خلال قراءتنا للجدول يتبين لنا أن الأفراد الذين يشاهدون القنوات الخاصة أحيانا كانت الغالبة بنسبة 65,25%، ثم تليها الأفراد الذين يشاهدون بصفة دائمة كانت نسبتهم 31,25%، وفي المرتبة الأخيرة كانت من نصيب الأفراد الذين كانت مشاهدتهم نادرة بنسبة 7,5%.

ويعود ارتفاع نسبة المشاهدة أحيانا إلى تعدد وسائل الإعلام وتنوعها حيث أن الفرد لا يستطيع أن يقضي معظم وقته في مشاهدة القنوات الخاصة لذا نجد تنوع في اختياراته أثناء تعرضه للوسائل الإعلامية بين الصحف والانترنت، كما يمكن تفسير ذلك إلى انشغال أفراد العينة بأمور حياتهم اليومية وارتباطهم تكون سببا في عدم متابعة القنوات إلا بما يناسب وقتهم. أما الذين يشاهدون بصفة دائمة فهم أولئك الذين وجدوا فيها وسيلة سهلة تتناسب مع انشغالهم وأوقاتهم.

ويتضح من خلال الجدول أيضا أن الأفراد الذين يشاهدون بصفة نادرة يمكن تفسير ذلك أن بعض الأفراد لا يفضلون هذه القنوات، بالإضافة إلى أنهم يتجهون إلى وسائل إعلامية أخرى.

الفصل الثالث الإطار التطبيقي

الجدول "06" يوضح أهم القنوات الفضائية الخاصة مشاهدة.

النسبة المئوية	التكرار	ما هي أهم القنوات الخاص التي تشاهدها؟
30%	24	قناة النهار
17,5%	14	قناة الخبر
17,5%	14	الشروق نيوز
13,5%	11	الشروق تي في
10%	8	قناة الهداف
11,5%	9	قناة سميرة
0	0	قنوات أخرى اذكرها
100%	80	المجموع

يمثل هذا الجدول أهم القنوات الخاصة التي يشاهدها الجمهور حيث يتبين لنا أن قنوات النهار كانت أكثر مشاهدة وكانت بنسبة 30%، ثم تليها قناة الخبر مع الشروق نيوز بنسبة 17,5%، ثم تليهما قناة الشروق تي في بنسبة 13,5%، بينما قناة سميرة فكانت نسبتها 11,5%، وفي الأخير كانت قناة الهداف بنسبة 10% وهي نسبة متقاربة مع قناة سميرة، أما بقية القنوات الأخرى فهي منعدمة، ويمكن أن نفسر ذلك أن أفراد العينة يميلون أكثر إلى القنوات الإخبارية بدل من القنوات الأخرى.

الفصل الثالث الإطار التطبيقي

الجدول رقم "07" يوضح أوقات طبيعة مشاهدة القنوات الخاصة .

هل تشاهد القنوات الخاصة ؟	التكرار	النسبة المئوية
بانتظام	12	15%
في أوقات محددة	34	42,5%
بالصدفة	34	42,5%
المجموع	80	100%

يمثل هذا الجدول توزيع أفراد العينة حسب طبيعة مشاهدة الجمهور للقنوات حيث نجد أن الذين يشاهدون في أوقات محددة وكذلك بالصدفة كانت نفس النسبة ب 42,5% بينما نجد الذين يشاهدون بانتظام فكانت نسبتهم 15%. ويمكن تفسير هذا أن الذين يشاهدون في أوقات محددة لديهم برامج معينة يشاهدونها في أوقات معينة. أما الذين يشاهدون بالصدفة فإن البرامج الذين يشاهدونها لم يكونوا لديهم علم بتوقيت بث هذه البرامج التي تعالج مختلف القضايا التي تهمهم.

الفصل الثالث الإطار التطبيقي

الجدول رقم "08" يوضح الحجم الساعي الذي يستغرقه المشاهد في القنوات الخاصة.

النسبة المئوية	التكرار	ما الحجم الساعي الذي تستغرقه في المشاهدة؟
23,75%	19	اقل من ساعة
36,5%	29	ساعة
30%	24	ساعتان
10%	8	ثلاث ساعات فما فوق
100%	80	المجموع

من خلال هذا الجدول الذي يبرز الحجم الساعي الذي يستغرقه الطلبة في مشاهدة القنوات الخاصة حيث نجد الذين يشاهدون القنوات مدة ساعة كانت في المرتبة الأولى بنسبة 36,5%، وتليها الفئة التي تشاهد القنوات لمدة ساعتان بنسبة 30%، أما الفئة التي تشاهد القنوات اقل من ساعة فجاءت في المرتبة الثالثة بنسبة 23,75%، وفي آخر مرتبة نجد الفئة التي تشاهد القنوات ثلاث ساعات فما فوق بنسبة 10%، ويرجع التفاوت بين هذه الفئات إلى مدى اهتمام كل فئة بما تقدمه هذه القنوات ومدى تحقيق الإشباع الإعلامية التي تعالج اهتماماتهم وتطلعاتهم.

الفصل الثالث الإطار التطبيقي

الجدول رقم "09" يوضح الأوقات المفضلة في مشاهدة القنوات.

النسبة المئوية	التكرار	ما هي الأوقات التي تشاهد فيها القنوات الخاصة؟
12,5%	10	صباحا
47,5%	38	مساء
40%	32	ليلا
100%	80	المجموع

يمثل هذا الجدول الأوقات المفضلة في مشاهدة القنوات لدى الجمهور حيث نجد الفئة التي تشاهد هذه القنوات في المساء هي الفئة الغالبة بنسبة 47,5%، بينما نجد الفئة التي تشاهد القنوات ليلا في المرتبة الثانية بنسبة 40%، والفئة الأخيرة نجدها تشاهد القنوات صباحا بنسبة 12,5%، والسبب في هذا التفاوت بين مساء وليلا قد يكون راجع إلى انشغالات الطلبة اليومية أما الذين يشاهدون صباحا فيرجع السبب كونهم لديهم الوقت الكافي لمشاهدة هذه القنوات ، وليس لديهم أي انشغالات أو ارتباطات .

الفصل الثالث — الإطار التطبيقي

الجدول رقم "10" يوضح الأسباب الدافعة لمشاهدة القنوات .

النسبة المئوية	التكرار	ما هي الأسباب التي دفعتك لمشاهدة القنوات ؟
8,75%	7	حرية في التعبير والنقد
27,5%	22	قدرتها على ملامسة الواقع ومشاكله المختلفة
16,25%	13	تلي حاجاتك المعرفية
17,5%	14	كشف للحقائق لم يكشف عنها التلفزيون العمومي
6,25%	5	طريقة العرض وطرح المواضيع ومناقشتها
11,5%	9	تحقق اشباعا إخبارية متنوعة
12,5%	10	مواكبة الأحداث
0	0	أسباب أخرى
100%	80	المجموع

يمثل هذا الجدول توزيع أفراد العينة حسب الأسباب الدافعة للجمهور المشاهدين لهذه القنوات حيث نجد السبب الرئيسي هو قدرتها على ملامسة الواقع ومشاكله المختلفة وجاء بنسبة 27,5%، أما السبب الثاني هو أن القنوات الخاصة لها القدرة في كشف الحقائق التي لم يكشف عنها التلفزيون العمومي بنسبة 17,5%، أما السبب الثالث فنجد أن هذه القنوات تلي الحاجات المعرفية بنسبة 16,25%، أما السبب الرابع فيتمثل في مواكبتها للأحداث بنسبة 12,5% ، ويليه السبب الخامس أنها تحقق اشباعا إخبارية متنوعة بنسبة 11,5%، أما السبب السادس فكان حريتها في التعبير والنقد بنسبة 8,75%، والسبب الأخير يتمثل في طريقة عرضها وطرحها للمواضيع ومناقشتها وكان بنسبة 6,25% ويمكن تفسير هذا أن القنوات الخاصة استطاعت أن تعرف واقع المجتمع بمختلف قضاياها وتعالجها وذلك عن طريق الخروج ميدانيا ومعايشة الواقع، أما فيما يخص في الأسباب المتبقية فهي متفاوتة من حيث النسب وهذا راجع أن المشاهدين يرون أن القنوات الخاصة لديها القدرة على معرفة واقع المجتمع ومشكلاته المختلفة .

الفصل الثالث — الإطار التطبيقي

الجدول رقم "11" يوضح هل التنوع في القنوات الخاصة يخدم حرية الإعلام اجتماعيا سياسيا وثقافيا؟

هل التنوع في القنوات يخدم حرية الإعلام اجتماعيا وثقافيا.	التكرار	النسبة المئوية
نعم	17	21,5%
نوعا ما	51	63,75%
لا	12	15%
المجموع	80	100%

يتضح من خلال هذا الجدول الذي يمثل مدى التنوع في القنوات سيخدم حرية الإعلام اجتماعيا ،سياسيا وثقافيا فنجد أفراد العينة الذين أجابوا ب نوعا ما كانت الفئة الغالبة بنسبة 63,75% وتليها في المرتبة الثانية الذين أجابوا ب نعم بنسبة 21,5% وفي المرتبة الأخيرة نجد العينة التي أجابت ب لا كانت نسبتها ب 15%. وما يمكن قوله حسب نتائج هذا الجدول أن التنوع في القنوات وكثرتها ستخدم حرية الإعلام اجتماعيا وثقافيا من خلال وجود منافسة بين هذه القنوات هذا إذا كانت المنافسة في المستوى ولا تركز هذه القنوات على الجانب المادي فقط.

الفصل الثالث — الإطار التطبيقي

الجدول رقم "12" يوضح طبيعة البرامج التي يشاهدها الجمهور في القنوات الخاصة.

النسبة المئوية	التكرار	ما هي طبيعة البرامج التي تشاهدها في القنوات؟
23,75%	19	برامج إخبارية
22,5%	18	برامج اجتماعية
3,75%	3	برامج الموسيقى
20%	16	برامج سياسية
8,75%	7	برامج الطبخ
7,5%	6	برامج دينية
7,5%	6	برامج رياضية
6,5%	5	برامج ترفيهية
00	00	برامج أخرى
100%	80	المجموع

يتضح من خلال هذا الجدول طبيعة البرامج المفضلة التي يشاهدها الطلبة في القنوات الخاصة ، حيث احتلت المرتبة الأولى البرامج الإخبارية بنسبة 23,75% ثم تليها في المرتبة الثانية البرامج الاجتماعية بنسبة 22,5% ، أما المرتبة الثالثة فكانت للبرامج السياسية بنسبة 20% وهي نسب متقاربة وتليها في المرتبة الرابعة برامج الطبخ بنسبة 8,75% وتليها البرامج الدينية والرياضية بنفس النسبة 7,5% ثم البرامج الترفيهية بنسبة 6,5% وفي الأخير نجد البرامج الموسيقية بنسبة 3,75%. ونستنتج من خلال هذا أن المبحوثين يشاهدون القنوات الخاصة من اجل معرفة الأخبار المختلفة وهذا دليل على أن الطلبة وجدوا أن القنوات الخاصة تلي احتياجاتهم الإخبارية وهذا سبب لاختيارهم للبرامج الإخبارية ، أما فيما يخص البرامج المتبقية فان الطلبة لا يرون أنها لا تستلهم اهتمامهم واحتياجاتهم أكثر من البرامج الإخبارية.

الفصل الثالث الإطار التطبيقي

الجدول رقم "13" يوضح الاتجاه نحو العبارة: برامج القنوات الفضائية الخاصة تتوافق مع قيم الجمهور ومواقفه نحو القضايا التي تطرح.

نوع الشدة	التكرار	التكرار للشدة	المرجح	النسبة المئوية
أوافق بشدة	9	45		11,5%
أوافق	38	152		47,5%
محايد	25	75		31,5%
لا أوافق	5	10		6,5%
لا أوافق بشدة	3	3		3,75%
المجموع	80	285		100%
متوسط شدة الاتجاه		3,56		

يوضح الجدول رقم "13" أن أكبر عدد من الطلبة وافقوا على العبارة القائلة بان برامج القنوات الفضائية تتوافق مع قيم الجمهور ومواقفه نحو القضايا التي تطرح وبلغت نسبتهم بـ 47,5% بينما تليها نسبة 31,5% لم يحدد اتجاههم نحو هذه العبارة، وتليها الذين وافقوا بشدة بنسبة 11,5% وفضل 6,5% عدم الموافقة على العبارة، وليكون الذين عبروا على عدم الموافقة بشدة على نفس العبارة بنسبة 3,75%، أما متوسط شدة الاتجاه كان 3,56 وهو يعكس الاتجاه الايجابي للعبارة. ونستنتج حسب اعتقادنا أن الطلبة يرون أن القنوات الخاصة في الجزائر تتوافق مع قيمهم من خلال عرض مختلف البرامج والقضايا التي تهتم برأيهم تجاهها.

الفصل الثالث الإطار التطبيقي

الجدول رقم "14" يوضح الاتجاه نحو العبارة: القنوات الخاصة تتمتع بحرية في معالجتها لمشكلات المجتمع الجوهرية والمشاكل السياسية والاجتماعية.

نوع الشدة	التكرار	التكرار للشدة	المرجح	النسبة المئوية
أوافق بشدة	7	35		8,75%
أوافق	41	164		51,25%
محايد	22	66		27,5%
لا أوافق	8	16		10%
لا أوافق بشدة	2	2		2,5%
المجموع	80	283		100%
متوسط شدة الاتجاه		3,53		

يوضح الجدول أعلاه والممثل للعبارة القائلة أن القنوات الخاصة تتمتع بحرية في معالجتها لمشكلات المجتمع الجوهرية والمشاكل السياسية والاجتماعية وكانت الموافقة عليا بنسبة 51,25%، بينما لم تحدد اتجاهات الطلبة في هذه العبارة وكانت النسبة ب 27,5% ولم يوافقوا عليها بنسبة 10% في حين وافقوا بشدة ب 8,75%، ولم يوافقوا بشدة ب 2,5%. وبلغ متوسط شدة الاتجاه 3,53 اتجاه ايجابي للعبارة. وهذا دليل على أن القنوات لديها حرية كبيرة في مناقشة هذه القضايا ومعالجتها دون قيود .

الفصل الثالث — الإطار التطبيقي

الجدول رقم "15" يوضح الاتجاه نحو العبارة: هناك تزييف في مضامين القنوات الخاصة من خلال الصور والأحداث التي يثها.

نوع الشدة	التكرار	التكرار للشدة	المرجح	النسبة المئوية
أوافق بشدة	4	20		5%
أوافق	21	84		26,25%
محايد	41	123		51,25%
لا أوافق	11	22		13,75%
لا أوافق بشدة	3	3		3,75%
المجموع	80	252		100%
متوسط شدة الاتجاه		3,15		

يوضح هذا الجدول أن 51,25% أن المبحوثين في الإدلاء بأي رأي تجاه العبارة القائلة هناك تزييف في مضامين القنوات الخاصة من خلال الصور والأحداث التي تبثها ومنهم وافقوا عليها ب 26,25% وفي الوقت التي فضلت بعدم الموافقة عليها ب 13,75% ولم توافق بشدة ب 5% والمتبقية لم توفق عليها بشدة 3,75%. وقد بلغت شدة الاتجاه 3,15 وهو التردد في الاتجاه، ويمكن تفسيره هنا أن الطلبة ليسوا على دراية على أن هناك تزييف في المضامين من خلال بث الصور والأحداث في القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر. وهذا دليل التردد في العبارة.

الفصل الثالث — الإطار التطبيقي

الجدول رقم "16" يوضح الاتجاه نحو العبارة : استطاعت القنوات الخاصة أن تتطور في الأداء المهني من خلال المضمون الإعلامي.

نوع الشدة	التكرار	التكرار للشدة	المرجح	النسبة المئوية
أوافق بشدة	5	25		6,25%
أوافق	36	144		45%
محايد	18	54		22,5%
لا أوافق	19	38		23,75%
لا أوافق بشدة	3	3		3,75%
المجموع	80	264		100%
متوسط شدة الاتجاه		3,3		

تشير نتائج الجدول إلى أن أكبر نسبة سجلت من الموافقة على العبارة القائلة "استطاعت القنوات الخاصة أن تتطور في الأداء المهني من خلال المضمون الإعلامي وقدرت ب 45% وفضل على عدم الموافقة ب 23,5% في حين سجل المحايد للعبارة ب 22,5% والبقية القليلة موزعة بين الموافقين بشدة ب 6,25% وبين عجم الموافقين بشدة ب 3,75%، وكان متوسط الاتجاه 3,3 وهو يعكس اتجاه ضعيف نحو العبارة. وهذا يدل على أن المبحوثين يرون أن القنوات لم تستطع أن تتطور في الأداء المهني وهذا راجع لأسباب عديدة منها النقص الكبير في الخبرة في الصحفيين و كذلك الاحترافية بالإضافة إلى الموضوعية .

الفصل الثالث الإطار التطبيقي

الجدول رقم "17" يوضح الاتجاه نحو العبارة: استطاعت القنوات الفضائية الخاصة أن تقدم خطابا إعلاميا مقنعا بالنسبة للمشاهدين .

نوع الشدة	التكرار	التكرار للشدة	المرجح	النسبة المئوية
أوافق بشدة	3	15		3,75%
أوافق	41	164		51,25%
محايد	23	69		28,75%
لا أوافق	12	24		15%
لا أوافق بشدة	1	1		1,25%
المجموع	80	273		100%
متوسط شدة الاتجاه		3,41		

تبرز نتائج الجدول الموافقين على العبارة "استطاعت القنوات الخاصة أن تقدم خطابا إعلاميا مقنعا بالنسبة للمشاهدين" وقد قدرت بـ 51,75% في حين سجلت نسبة المحايدين للعبارة 28,75% بينما لم يوافقوا على العبارة بنسبة 15% ووافقوا بشدة بنسبة 3,75% بينما لم يوافقوا بشدة على العبارة بنسبة 1,25% ، ومتوسط شدة الاتجاه بلغت 3,41 وهو يعكس اتجاه متردد نحو للعبارة ونفسر أن القنوات استطاعت أن تقدم خطابا إعلاميا مقنعا بالنسبة للمشاهدين .

الفصل الثالث — الإطار التطبيقي

الجدول رقم "18" يوضح الاتجاه نحو العبارة : أحدثت القنوات الفضائية الخاصة انقلابا وقفزة نوعية على مستوى تكريس مفاهيم حرية التعبير والاستقلالية.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح لشدة	النسبة المئوية
أوافق بشدة	7	35	%8,75
أوافق	38	152	%47,5
محايد	16	48	%20
لا أوافق	14	28	%17,5
لا أوافق بشدة	5	5	%6,25
المجموع	80	268	%100
متوسط شدة الاتجاه		3,35	

توضح نتائج هذا الجدول أن أغلبية المبحوثين وافقوا على العبارة القائلة "أن القنوات الفضائية أحدثت انقلابا وقفزة نوعية على مستوى تكريس مفاهيم حرية التعبير والاستقلالية" ونسبتها كانت %47,5، أما المحايدون للعبارة فكانت نسبتها %20، أما عدم الموافقون على العبارة فكانت نسبتهم %17,5، في حين نجد الموافقون للعبارة بنسبة %8,75، وبقية المبحوثين الذين لم يوافقوا بشدة على العبارة بنسبة %6,25، أما متوسط شدة الاتجاه فكان 3,35 وهو يعكس اتجاه ضعيف للعبارة وهذا ما يدل على أن هناك حرية في التعبير والاستقلالية في القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر.

الفصل الثالث — الإطار التطبيقي

الجدول رقم "19" يوضح الاتجاه نحو العبارة: تراعي القنوات الفضائية الخاصة خصوصيات الجمهور المشاهد وثقافته.

نوع الشدة	التكرار	التكرار للشدة	المرجح	النسبة المئوية
أوافق بشدة	5	25		6,25%
أوافق	40	160		50%
محايد	14	42		17,5%
لا أوافق	18	36		22,5%
لا أوافق بشدة	3	3		3,75%
المجموع	80	266		100%
متوسط شدة الاتجاه		3,32		

يوضح هذا الجدول أكبر نسبة موافقة على العبارة: تراعي القنوات الفضائية الخاصة خصوصيات الجمهور المشاهد وثقافته" وقدرت نسبتها 50%، بينما الفئة التي لم توافق على العبارة كانت نسبتها 22,5%، في حين نجد الفئة المحايدة للإجابة فكانت نسبتها 17,5%، بينما الفئات المتبقية فكانت توافق بشدة على العبارة بنسبة 6,25%، وبين الذين لا يوافقون بشدة على العبارة بنسبة 3,75%، أما متوسط شدة الاتجاه فكان 3,32 وهذا يعكس الاتجاه متردد للعبارة. ويعود هذا الاتجاه أن أغلب أفراد العينة يرون أن القنوات الخاصة تحترم وتراعي خصوصيات المجتمع وثقافته.

الفصل الثالث الإطار التطبيقي

الجدول رقم "20" يوضح الاتجاه نحو العبارة : تلتزم القنوات الفضائية بأخلاقيات المهنة.

نوع الشدة	التكرار	التكرار للشدة	المرجح	النسبة المئوية
أوافق بشدة	6	30		7,5%
أوافق	21	84		26,25%
محايد	23	69		28,75%
لا أوافق	25	50		31,25%
لا أوافق بشدة	5	5		6,25%
المجموع	80	238		100%
متوسط شدة الاتجاه		2,97		

تبرز نتائج الجدول عدم موافقة أفراد العينة على العبارة القائلة "تلتزم القنوات الفضائية بأخلاقيات المهنة" فقدرت بنسبة 31,25%، أما نسبة الذين لم يكونوا اتجاها نحو العبارة فكانت نسبتهم 28,75% بينما الذين وافقوا على العبارة كانت نسبتهم 26,25% وهي نسبة متقاربة مع الذين لم يوافقوا على العبارة ، أما الذين ابدوا موافقتهم بشدة جاءت نسبتهم 7,5% بينما لم يوافقوا بشدة فكانت نسبتهم 6,25%، أما متوسط شدة الاتجاه كان 2,97 وهو قريب من اتجاه محايد، وهو يكس اتجاه متردد نحو العبارة ، وهذا ما تفسره نتائج هذا الجدول أن غالبية العينة ترى أن هذه القنوات لا تلتزم بأخلاقيات المهنة وهذا ما لاحظته الباحثين في القنوات الخاصة التي تتنافس فيما بينها وهذا ما يجعل الكثير من القنوات يحتزلون الكثير من الأخلاقيات المهنية خاصة في ما يتعلق بتحديد مصادر الأخبار.

الفصل الثالث الإطار التطبيقي

الجدول رقم "21" يوضح الاتجاه نحو العبارة: معظم برامج هذه القنوات هي برامج ذات مصداقية واحترافية.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح	النسبة المئوية
أوافق بشدة	2	10	2,5%
أوافق	25	100	31,25%
محايد	26	78	32,5%
لا أوافق	22	44	27,5%
لا أوافق بشدة	5	5	6,25%
المجموع	80	237	100%
متوسط شدة الاتجاه		2,96	

يتضح من خلال هذا الجدول أن أغلبية المبحوثين لم يدلوا بأي رأي تجاه العبارة القائلة "معظم برامج هذه القنوات هي برامج ذات مصداقية واحترافية فجاءت نسبتهم 32,5% بينما وافقت أفراد العينة على العبارة وقدرت ب 31,25%، وهي نسب متقاربة ، أما فيما يخص الذين لم يوافقوا على العبارة قدرت بنسبة 27,5% ، في حين الذين لم يوافقوا بشدة جاءت نسبتهم 6,25%، واحتلت المرتبة الأخيرة الموافقة بشدة على العبارة بنسبة 2,5% وهي نسبة ضعيفة جدا. أما متوسط شدة الاتجاه 2,96 وهو يعكس اتجاه متردد نحو العبارة وبالتالي نستنتج من خلال النتائج أن القنوات الفضائية الخاصة تتأرجح بين أنها ذات مصداقية واحترافية وبين أنها ليست لهل مصداقية واحترافية .

الفصل الثالث — الإطار التطبيقي

الجدول رقم "22" يوضح الاتجاه نحو العبارة: القائمون بالاتصال يأخذون بعين الاعتبار أذواق الجمهور ورغباته الإعلامية عند إعداد البرامج والتخطيط لها.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح	النسبة المئوية
أوافق بشدة	5	25	6,25%
أوافق	31	124	38,75%
محايد	24	72	30%
لا أوافق	13	26	16,25%
لا أوافق بشدة	7	7	8,75%
المجموع	80	254	100%
متوسط شدة الاتجاه		3,17	

يوضح هذا الجدول المبحوثين الذين وافقوا على العبارة القائلة "القائمون بالاتصال يأخذون بعين الاعتبار أذواق الجمهور ورغباته الإعلامية عند إعداد البرامج والتخطيط لها" وقد قدرت النسبة 38,75% في حين الذين لم يدلوا بأي رأي كانت النسبة ب 30% وهي نسبة متقاربة، بينما الذين لم يوافقوا على العبارة بنسبة 16,25% أما العينة التي لم توافق بشدة فكنت نسبتها 8,75% أما البقية فوافقت بشدة قرت نسبتها 6,25% ، أما متوسط شدة الاتجاه قدر ب 3,17 وهو يعكس اتجاه متردد نحو العبارة. مما يدل أن القائمون يأخذون بعين الاعتبار أذواق الجمهور ورغباته الإعلامية وذلك عند إعداد البرامج والتخطيط لها.

الفصل الثالث — الإطار التطبيقي

جدول رقم "23" يوضح الاتجاه نحو العبارة: يعتبر مستوى أداء الصحفي في القنوات التلفزيونية الخاصة مستوى جيد جدا.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح	النسبة المئوية
أوافق بشدة	1	5	%1,25
أوافق	22	88	%27,5
محايد	21	63	%26,25
لا أوافق	18	24	%22,5
لا أوافق بشدة	18	18	%22,5
المجموع	80	198	%100
متوسط شدة الاتجاه		2,47	

يوضح هذا الجدول الموافقون على الرأي القائل بان مستوى أداء الصحفي في القنوات الخاصة في مستوى جيد جدا وقد قدر بنسبة %27,5 بينما الذين لم يدلوا فكانت النسبة %26,25 وهي نسبة متقاربة مع الرأي الأول، في حين نجد الذين لم يوافقوا ولم يوافقوا بشدة في نفس النسبة %22,5 أما الموافقون بشدة فكانت النسبة %1,25 وهي نسبة ضيفة جدا أما مستوى شدة الاتجاه فبلغ 2,47 وهو بذلك يعكس التردد في الاتجاه وحسب نتائج الجدول أن الأداء الصحفي في القنوات الخاصة في الجزائر ليس في مستوى جيد جدا وإنما يتطلب التحسين والتطوير أكثر فيه.

الفصل الثالث ————— الإطار التطبيقي

الجدول رقم "24" يوضح الاتجاه نحو العبارة: تبدو برامج القنوات الخاصة هي برامج ناجحة.

نوع الشدة	التكرار	التكرار للشدة	المرجح	النسبة المئوية
أوافق بشدة	2	10		2,5%
أوافق	27	108		33,75%
محايد	26	78		32,5%
لا أوافق	19	38		23,75%
لا أوافق بشدة	6	6		7,5%
المجموع	80	240		100%
متوسط شدة الاتجاه		3		

يتضح من خلال هذا الجدول أن المبحوثين وافقوا على العبارة القائلة "إن برامج القنوات الخاصة هي برامج ناجحة" فجاءت النسبة 33,75% في حين لم يوافقوا المبحوثين عليها فقدرت نسبتها بـ 32,5% وهي نسبة متقاربة مع الموافقون على العبارة في حين لم يوافقوا على العبارة فكانت نسبتهم 23,75% في حين وافقوا بشدة وهي نسبة ضعيفة قدرت بـ 2,5% و أما متوسط شدة الاتجاه أسفر عن 3 وهو يعكس اتجاه محايد نحو هذه العبارة مما يدل أن هذه العبارة تحتل أن تكون برامجها ناجحة أو أنها ليست ناجحة في عرض مضامينها وحسب اعتقادنا أن هذه البرامج لديها عدة نقائص سواء كان ذلك على مستوى الجانب التقني أو على مستوى الأداء الإعلامي والمهني.

الفصل الثالث — الإطار التطبيقي

الجدول رقم "25" يوضح الاتجاه نحو العبارة: يعتبر أداء الخدمة العمومية في القنوات الخاصة في مستوى جيد جدا.

نوع الشدة	التكرار	التكرار للشدة	المرجح	النسبة المئوية
أوافق بشدة	0	0		0
أوافق	26	104		32,5%
محايد	30	90		37,5%
لا أوافق	19	38		23,75%
لا أوافق بشدة	5	5		6,25%
المجموع	80	237		100%
متوسط شدة الاتجاه		2,96		

يوضح الجدول رقم "25" أفراد العينة الذين لم يدلوا بأي اتجاه نحو العبارة القائلة " يعتبر أداء الخدمة العمومية في القنوات الخاصة في مستوى جيد جدا" وقدرت النسبة ب 37,5% بينما الأفراد الذين وافقوا على العبارة قدرت نسبتهم ب 32,5% ، في نجد المبحوثين الذين لم يوافقوا على العبارة فقدرت بنسبة 6,25% بينما لم توجد إجابة موافقة بشدة على العبارة . أما متوسط شدة الاتجاه فبلغت 2,96% وهي تعكس اتجاه متردد نحو إمكانية أن الخدمة العمومية في القنوات الفضائية الخاصة في مستوى جيد جدا باعتبار أن هذه القنوات التي تحتاج إلى خبرة واحترافية أكثر في مواضيعها باعتبارها أنها ظهرت في الآونة الأخيرة .

الفصل الثالث — الإطار التطبيقي

الجدول رقم "26" يوضح الاتجاه نحو العبرة: تقوم القنوات الفضائية الخاصة في الحفاظ على هوية المجتمع.

نوع الشدة	التكرار	التكرار المرجح	النسبة المئوية
أوافق بشدة	4	20	%5
أوافق	33	132	%41,25
محايد	23	69	%28,75
لا أوافق	16	32	%20
لا أوافق بشدة	9	9	%11,25
المجموع	80	262	%100
متوسط شدة الاتجاه		3,27	

يوضح هذا الجدول أفراد العينة الذين وافقوا على العبارة القائلة "أن القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر تقوم بالحفاظ على هوية المجتمع" وقدرة النسبة ب %41,25 تليها مباشرة الذين لم يدلوا بأي رأي نحو العبارة قدرت النسبة ب %28,75 في حين نجد الذين لم يوافقوا على العبارة نسبتها كانت %20 بينما البقية المتبقية موزعة بين الذين لم يوافقوا بشدة بنسبة %11,25 وبين الذين وافقوا بشدة بنسبة %5، أما متوسط شدة الاتجاه كان 3,27 وهو يعكس اتجاه متردد نحو العبارة. وفي نظرنا أن هذا التردد يعتبر أن القنوات الخاصة في الجزائر تقوم بالحفاظ على هوية المجتمع وثقافته باعتبار أن الجزائر تزدهر بتقاليد وثقافة متنوعة وبالتالي فهي تنشر في مضامينها الإعلامية عادات وتقاليد وثقافة .

الفصل الثالث — الإطار التطبيقي

الجدول رقم "27" يوضح أهم الاقتراحات التي يوجهها الجمهور للقنوات الخاصة من اجل تطوير مضامينها وكسب جمهورها.

الاقتراحات	التكرار	النسبة المئوية
التحلي بالصدق والموضوعية	21	26,25%
الاحترافية والتطوير في الأداء الإعلامي	22	27,5%
تكوين الصحفيين من خلال إجراء تدريبات	3	3,75%
الالتزام بأخلاقيات المهنة	8	10%
استعمال اللغة العربية	6	7,5%
الاعتماد على دراسة الجمهور وحل مشاكله المختلفة	10	12,5%
احترام خصوصية المجتمع الجزائري وهويته الثقافية	10	12,5%
المجموع	80	100%

يمثل هذا الجدول أهم الاقتراحات التي يوجهها الجمهور للقنوات الخاصة لتطور مضامينها وتكسب جمهورها حيث نجد أكبر اقتراح هو الاحترافية والتطوير في الأداء الإعلامي نسبة 27,25% يليها الاقتراح الثاني التحلي بالصدق والموضوعية بنسبة 26,25% وهي نسبة متقاربة بينما نجد في المرتبة الثالثة الاعتماد على دراسة الجمهور وحل مشاكله المختلفة وكانت نسبته 12,5% وفي نفس النسبة احترام خصوصية المجتمع الجزائري وهويته الثقافية ثم تليه المرتبة الرابعة الالتزام بأخلاقيات المهنة وكانت النسبة بـ 10% تليها استعمال اللغة العربية بنسبة 7,5% وفي المرتبة الأخيرة نجد تكوين الصحفيين من خلال تدريبيهم وكانت النسبة 3,75%.

صياغة نتائج الدراسة:

من خلال الدراسة الميدانية وتفريغ الاستمارة في الجداول الإحصائية وذلك لمعرفة أهم اتجاهات الجمهور نحو القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر وقد توصلنا إلى مجموعة من النتائج التي سنعرضها على النحو التالي:

1 — أسفرت نتائج الدراسة أن الإناث في عينة الدراسة يشاهدون القنوات الفضائية الخاصة أكثر من الذكور بنسبة 65% يرجع هذا السبب إلى عدم مراعاة عامل الجنس فعند توزيع الاستمارة تم التركيز على العينة التي تشاهد القنوات بالإضافة إلى أن لم يكونوا متواجدين بكثرة أثناء توزيع الاستمارة .

2 — أن اغلب المبحوثين يشاهدون القنوات الفضائية الخاصة بشكل متفاوت وهذا ما بينته النسب المذكورة في الجدول رقم (06) ورغم هذا التفاوت استطاعت هذه القنوات أن تجذب إليها الجمهور من خلال تناول مختلف القضايا والأحداث التي تهم الجمهور بعدما كان الجمهور يشاهد في القنوات الأجنبية والعربية .

3 — من خلال النتائج المتوصل إليها نجد أن القنوات استطاعت أن تؤثر على الجمهور المشاهد عن طريق التنوع في البرامج ومعرفة أذواق الجمهور الإعلامية ، بالإضافة إلى هذه القنوات تتمتع بحرية في بث ونقل المعلومات والحقائق إلى الجمهور وهذا غير موجود في التلفزيون العمومي الذي يتحفظ في نشر الحقائق.

4 — ومن النتائج المتوصل إليها أن اغلب أفراد العينة قد وافقوا على ان برامج القنوات الفضائية الخاصة تتوافق مع قيم الجمهور وثقافته نحو القضايا التي تطرح وهذا دليل على ان القنوات تحافظ على ثقافة الجمهور المشاهد وهو اتجاه .

الفصل الثالث — الإطار التطبيقي

5 — ومن النتائج المتوصل إليها كذلك أن القنوات الخاصة تتمتع بحرية في معالجتها للمشكلات الجوهريّة والمشاكل السياسيّة والاجتماعيّة في المجتمع وهذا دليل على أن هذه القنوات تهتمّ بالمشاكل الأساسيّة الموجودة في المجتمع وقد اتّجاه الجمهور الإيجابي تجاه هذه العبارة.

6 أن أفراد العينة يرفضون أن القنوات الفضائيّة الخاصّة تلتزم بأخلاقيّات المهنة الإعلاميّة وذلك لأنّها عندهم ما زالت لا تراعي الجانب الأخلاقي للمهنة .

7 — لقد وافق أفراد العينة على القنوات استطاعت أن تتطور في الأداء المهني من خلال المضمون الإعلاميّ رغم هناك تردد في الاتّجاه.

8 — استطاعت القنوات الفضائيّة الخاصّة استطاعت القنوات الفضائيّة أن تقدم خطاباً إعلامياً مقنعاً بالنسبة للمشاهدين رغم هناك تجاه ضعيف.

9- وافق أفراد العينة على أن تقوم القنوات الخاصّة بالحفاظ على هوية المجتمع رغم هناك تردد في الاتّجاه .

أهم الاقتراحات:

1 - التحلي بالصدق والموضوعية من خلال طرح المواضيع وتقديم الحقائق دون التضييل أو التزييف في المضامين الإعلاميّة .

2 - الاحترافية والتطوير في الأداء الإعلاميّ وذلك من خلال توظيف الصحفيين الأكثر خبرة في المجال الإعلاميّ وذوي الاختصاص في المجال.

3 - تكوين صحفيين من خلال تدريبات أكاديميّة وذلك من اجل تشكيل كادر إعلاميّ متحكّم ومتمكّن في المجال الإعلاميّ ليس في الجامعة بل في المؤسسات الإعلاميّة .

4 - الالتزام بأخلاقيّات المهنة في إعداد البرامج والتنويع في المضامين مما يخدم كل متطلبات الجمهور.

5 - الاعتماد على اللغة العربية بدل اللغة العامية .

6 - الاعتماد على دراسة الجمهور أكثر من اجل التعرف على أهم انشغالاته واهتماماته اليومية ومشاكله المختلفة ولا يكتفي فقط طرحها بالصورة فقط بل لا بد من محاولة حلها من خلال تقديم انشغالاتهم إلى المرؤوسين والهيئات المعنية بالأمر بالإضافة إلى دمج الجمهور في الخطط البرمجية عند إعداد البرامج من خلال سبر الآراء .

7 - احترام خصوصية المجتمع وهويته الثقافية وذلك من خلال التعريف بهوية المواطنه وعاداته وتقاليدته للوصول إلى أقطاب أخرى من العالم وتكثيف البرامج الثقافية التي تخدم الهوية الثقافية والتقليل من البرامج التي تقلل من أخلاق المجتمع الجزائري.

8 - الابتعاد عن التبعية الإعلامية للإعلام الغربي والاهتمام الكبير لأهم العادات والتقاليد والمعتقدات الإسلامية.

9 - التحسين في مستوى الإخراج وذلك من خلال التطوير في البرامج التلفزيونية وكذا التنوع في البرامج المطروحة والتقليل من أوقات الإعلام خاصة أثناء الذروة.

خاتمة

خاتمة:

من خلال هذه الدراسة التي حاولنا فيها معرفة اتجاهات الجمهور الجزائري نحو القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة وذلك من خلال الإجابة على مجموعة من التساؤلات التي تضمنتها الدراسة، حيث نستنتج أن قنوات الفضائية الخاصة استطاعت أن تؤثر على عدد كبير من الجمهور وذلك من خلال قدرتها على ملامسة واقعهم وحل مشاكلهم المختلفة بالإضافة إلى كشفها للحقائق والأحداث التي لم يكشفها عنها التلفزيون العمومي ولكونها أيضا أنها تواكب الأحداث، لكن هناك اتجاهات مختلفة حول هذه القنوات سواء من ناحية المضمون الإعلامي أو أدائها الإعلامي فهناك اتجاه يوافق على هذه القنوات ، وهناك اتجاهات مترددة حولها وهناك اتجاهات ترفض أداء هذه القنوات، إلا أن هذه القنوات رغم تمتعها بحرية التعبير في مختلف القضايا والمواضيع التي تعالجها إلا أنها تعاني جملة من النقائص من بينها :

أن السباق نحو التنافس بين القنوات الفضائية الخاصة جعل الكثير من القنوات لا يلتزمون بأخلاقيات المهنة خاصة فيما يتعلق بتحديد المصادر.

نقص في الاحترافية في الأداء الإعلامي بالإضافة أنها تعاني من ضعف التكوين ونقص البرامج الهادفة وكذلك أنها تستعمل اللغة العامية بدل اللغة الإعلامية.

لذا يستوجب على الإعلاميين النظر في هذه النقائص وإيجاد حلول لها وكذلك التطوير في أداءها الإعلامي.

قائمة المصادر و المراجع

قائمة المصادر و المراجع:

أولاً: الكتب:

1. ابن منظور، لسان العرب، مج 2، دار الحديث للنشر والتوزيع، القاهرة، 2003.
2. أماني عمر الحسيني: الإعلام و المجتمع ، أطفال في ظروف صحية ووسائل الإعلام المؤثرة ، ط 1، بيروت ، عالم الكتب للنشر و التوزيع و الطباعة ، 2005 .
3. جمال العيفة، مؤسسات الاعلام والاتصال، الوظائف، الهياكل، الادوار، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر .
4. حسن عماد مكاوي .ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة ، الدار المصرية اللبنانية ، 2006.
5. الدسوقي إبراهيم ، وسائل وأساليب الاتصال الجماهيرية والاتجاهات الاجتماعية، دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، الاسكندرية .
6. رشيد زرواتي، مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار الهدى للطبع والنشر ، 2007،
7. رضا عبد الواحد امين، الصحافة الالكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة ، 2007.
8. زهير احددن . مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2002.
9. شهيناز طلعة محمد طلعت ، وسائل الإعلام والتنمية الاجتماعية دراسة نظرية مقارنة وميدانية في المجتمع الريفي ، ط3، مكتبة الانجلو المصرية للنشر، القاهرة ، 1995.
10. عامر مصباح ، منهجية البحث العلمي في العلوم السياسية والإعلام ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر، 2008.
11. فاطمة عوض صابر، وميرفت خفاجة ،أسس ومبادئ البحث العلمي ، مطبعة الإشعاع الفنية، ط 1 ، الإسكندرية ، 2002.
12. فضيل دليو ،تقنيات تحليل البيانات في العلوم الاجتماعية والإعلامية، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، الجزائر، 2010.
13. مجد هاشم الهاشمي، تكنولوجيا وسائل الإعلام والاتصال الجماهيري مدخل إلى الاتصال وتقنياته، دار أسامة للنشر والتوزيع.
14. محمد جمال الفار، المعجم الاعلامي ، دار اسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
15. محمد شطاح ، السمععي البصري في التشريع الإعلامي الجزائري " قراءة في القوانين والمشاريع .
16. محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، عالم الكتب ، ط 1 ، القاهرة ، 2004.
17. محمد عبد الحميد ، نظريات الإعلام والتأثير ، ط3، عالم الكتب للنشر والتوزيع..

18. محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي، القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للنشر، ط2، عمان، 1999.
19. محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، دار وائل للنشر والتوزيع، ط2، عمان .
20. محمد منير حجاب، أساليب البحوث الإعلامية و الاجتماعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005.
21. مداسي بشرى، الحق في الإعلام من خلال القوانين والنصوص التنظيمية للمؤسسات الإعلامية في الجزائر السمعية البصرية، الصحافة المكتوبة ووكالة الأنباء، كلية العلوم السياسية والإعلام، تخصص تشريعات إعلامية، قسم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2011.
22. المنصف العياري ومحمد عبد الكافي، القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة، سلسلة بحث ودراسات اذاعية
23. موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصة للنشر، الجزائر، 2006.
24. مي عبد الله، نظريات الاتصال، ط2، دار النهضة للنشر والتوزيع، 2006.
25. نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008.
- ثانيا: المذكرات.
26. بودر بالة محمد، اتجاهات الطلبة والموظفين والإداريين نحو برامج التلفزيون الوطني، رسالة نيل شهادة الماجستير، علم النفس الاجتماعي، جامعة المسيلة، 1996-1997.
27. محمد ربوح، اتجاهات المستهلك نحو الإعلان "دراسة ميدانية"، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات العامة، جامعة قسنطينة، 2008-2009.
28. منال قدواح، اتجاهات الصحفيين نحو استخدام الصحافة الالكترونية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال جامعة قسنطينة، 2008-2009.
29. ناصر بوعلي، تأثير البث التلفزيوني "البث الفضائي" على الشباب الجزائري، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه، 2006.
30. ريمة قطوش، اتجاهات الإعلاميين والمختصين نحو حرية الصحافة والإعلام في ظل قانون الإعلام لسنة 2012 وقانون السمعي البصري الجديد، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال، جامعة المسيلة، 2013.

31. يوسف عبد العالي ، دراسة لمشاريع قانون الإعلام في الجزائر من خلال الصحف "الخبر الشعب"، *ELMOUDJAHID.ELWATAN*، مذكرة لنيل شهادة الماجستير قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والاجتماعية ، جامعة الجزائر ، 2006-2007.
32. نعيمة موكس، تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القنوات الفضائية العربية "القنوات الفضائية الخاصة"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال ، تخصص سينما وتلفزيون، جامعة الجزائر، 2013-2014.
- ثالثا: الملتقيات والوثائق الرسمية:

33. وزارة الاتصال والثقافة ، مشروع تمهيدي ، لقانون عضوي يتعلق بالإعلام ، مارس 1998.
34. الجريدة الرسمية لقانون الإعلام 1990/4/3، 1990.
35. المشروع التمهيدي لقانون الإعلام 2002.
36. وزارة الاتصال ، المشروع التمهيدي لقانون المتعلق بالنشاط السمعي البصري ، سبتمبر 2013.
37. الجريدة الرسمية ، الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ، قانون السمعي البصري ، المؤرخ 23 مارس 2014، العدد 16، الصادر يوم 23، مارس 2014.
38. جمال معاني ، ملتقى حول فتح السمعي البصري في الجزائر ، جامعة الجزائر ، الأربعاء 2015/05/01.
39. إبراهيم صديقي ، ملتقى حول فتح مجال السمعي البصري في الجزائر، 03، الأربعاء 2011/05/01.
40. علاء محمد عبد العاطي، تأثير نمط الملكية في القنوات التلفزيونية الإخبارية علو وظيفتها السياسية ، دراسة تحليلية مقارنة ، المؤتمر العلمي الأول لكلية التربية النوعية ، جامعة منصور 2006.

رابعاً: المجالات

41. سامية حضر صالح، القنوات الفضائية الخاصة ومترلة التربية الاتصالية ، مجلة فصلية ، اتحاد اذاعات الدول العربية.
42. صليحة العابد، القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر حرية في التعبير ام فوضى في التعبير، مجلة فكر ومجتمع ، ع 22، 2014 .
43. نعيمة مليكة بوحزام نوال، القنوات الفضائية الخاصة ودورها في تشكيل المجال العمومي ، دراسة ميدانية على تمثلات مدينة معسكر، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية ، جامعة الوادي ، ع 6، افريل 2014.

خامساً: المراجع الالكترونية

44. احمد عظيمي ، ندوة لمركز الدراسات الإستراتيجية ، www.akhbarelyoum.dz

45. ياسين بودهان، قانون السمعى البصرى ماله وما عليه ، ، الجزيرة نت،

www.aljazeera.net/news/reportens viewo/2014/1/11

46. www.eljournhour.com/article.php?idm:10000292,27,5,2015 يوم 2015/04/3

47. www.modarn.Com/2014/5/elhadaf-tv-freqoncy-chnnel-nilsat.html

الملاحق

بسم الله الرحمن الرحيم

جامعة محمد بوضياف المسيلة

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

تخصص اتصال

-استمارة استبيان-

هذه الاستمارة تدرج ضمن متطلبات شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال

تحت عنوان:

إتجاهات الجمهور الجزائري نحو القنوات

التلفزيونية الخاصة في الجزائر

دراسة ميدانية لعينة طلبة الماستر قسم علوم الاعلام و الاتصال جامعة محمد بوضياف المسيلة

ملاحظة : هذه الاستمارة موجهة لجمع المعلومات من أجل استعمالها في انجاز هذا البحث العلمي نأمل أن تتكرموا بالإطلاع على محاور هذه الاستمارة و وضع علامة (X) علي الخانة المناسبة.

- الرجاء الإجابة على كل الأسئلة.
- نعلمكم أن معلومات هذه الاستمارة سرية لن تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.
- من إعداد الطالبة:
- إشراف الأستاذ:
- ميادة مشيكي
- صالح بلخير

المحور الأول : البيانات الشخصية :

1-1 الجنس :

ذكر أنثى

2-1 السن :

من 20 سنة إلى 25 سنة من 25 سنة إلى 30 سنة

من 30 سنة فما فوق

3-1 المستوى العلمي:

ماجستير 1 ماجستير 2

4-1 التخصص:

اتصال وعلاقات عامة صحافة مكتوبة

المحور الثاني: أنماط ودوافع استخدام الجمهور للقنوات الفضائية الخاصة :

1-2 هل تشاهد القنوات الفضائية الخاصة؟

دائما أحيانا نادرا

2-2 ما هي أهم القنوات الفضائية الخاصة التي تشاهدها؟

قناة النهار تي في قناة الهدف

قناة الخبر قناة سميرة

الشروق نيوز الشروق تي في

قنوات أخرى اذكرها

.....

3-2 هل تشاهد القنوات الفضائية الخاصة؟

بانتظام في أوقات محددة بالصدفة

2-4 ما الحجم الساعي الذي تستغرقه في مشاهدتك لهذه القنوات ؟

اقل من ساعة ساعة ساعتان ثلاث ساعات فما فوق

2-5 ما هي الأوقات التي تشاهد فيها هذه القنوات ؟

صباحا مساء ليلا

2-6 ما هي الأسباب التي دفعتك لمشاهدة هذه القنوات ؟

- حرية في التعبير والنقد.

- قدرتها على ملامسة الواقع ومشاكلة المختلفة.

- تلبي حاجاتك المعرفية

- كشف للحقائق والأحداث لم يكشف عنها التلفزيون العمومي.

- طريقة العرض وطرح المواضيع ومناقشتها.

- تحقق اشباعا إخبارية متنوعة

- مواكبة الأحداث

- أسباب أخرى اذكرها.....

2-7 هل التنوع في القنوات الخاصة يخدم حرية الإعلام اجتماعيا ،سياسيا وثقافيا؟

نعم نوعا ما لا

2-8 ما هي طبيعة البرامج التي تشاهدها في هذه القنوات؟

برامج إخبارية برامج سياسية برامج دينية

برامج اجتماعية برامج الطبخ برامج رياضية

برامج الموسيقى برامج ترفيهية

برامج أخرى اذكرها.....

المحور الثالث: قياس اتجاهات الجمهور نحو القنوات الفضائية الخاصة وبرامجها:

1-3 برامج القنوات الفضائية الخاصة تتوافق مع قيم الجمهور ومواقفه نحو القضايا

التي تطرح .

أوافق بشدة أوافق محايد لا أوافق لا أوافق بشدة

2-3 القنوات الخاصة تتمتع بحرية في معالجتها لمشكلات المجتمع الجوهرية

والمشكلات السياسية والاجتماعية.

أوافق بشدة أوافق محايد لا أوافق لا أوافق بشدة

3-3 هناك تزييف في مضامين القنوات الفضائية الخاصة من خلال الصور

والأحداث التي تبثها.

أوافق بشدة أوافق محايد لا أوافق لا أوافق بشدة

4-3 استطاعت القنوات الفضائية الخاصة أن تتطور في الأداء المهني من خلال

المضمون الإعلامي .

أوافق بشدة أوافق محايد لا أوافق لا أوافق بشدة

3-5 استطاعت القنوات الفضائية الخاصة أن تقدم خطابا إعلاميا مقنعا بالنسبة

للمشاهدين.

أوافق بشدة أوافق محايد لا أوافق لا أوافق بشدة

3-6 أحدثت القنوات الفضائية الخاصة انقلابا وقفزة نوعية على مستوى تكريس

مفاهيم حرية التعبير والاستقلالية.

أوافق بشدة أوافق محايد لا أوافق لا أوافق بشدة

3-7 تراعي القنوات الفضائية الخاصة خصوصيات الجمهور المشاهد وثقافته.

أوافق بشدة أوافق محايد لا أوافق لا أوافق بشدة

3-8 تلتزم القنوات الفضائية الخاصة بأخلاقيات المهنة الإعلامية

أوافق بشدة أوافق محايد لا أوافق لا أوافق بشدة

3- 9 معظم برامج هذه القنوات هي برامج ذات مصداقية واحترافية.

أوافق بشدة أوافق محايد ائق وافق بشدة

3- 10 القائمون بالاتصال يأخذون بعين الاعتبار أذواق الجمهور ورغبته الإعلامية

عند إعداد البرامج والتخطيط لها.

أوافق بشدة أوافق محايد لا أوافق لا أوافق بشدة

3 - 11 يعتبر مستوى أداء الصحفي في القنوات التلفزيونية الخاصة مستوى جيد

جدا.

أوافق بشدة أوافق محايد لا أوافق لا أوافق بشدة

3- 12 تبدو برامج القنوات الفضائية الخاصة هي برامج ناجحة.

أوافق بشدة أوافق محايد لا أوافق لا أوافق بشدة

3- 13 يعتبر أداء الخدمة العمومية في القنوات الفضائية الخاصة في مستوى جيد

جدا.

أوافق بشدة أوافق محايد لا أوافق لا أوافق بشدة

3- 14 تبدو القنوات الفضائية الخاصة في الحفاظ على هوية المجتمع

أوافق بشدة أوافق محايد لا أوافق لا أوافق بشدة

3- 15 ما هي أهم الاقتراحات التي توجهها للقنوات الفضائية الخاصة لتطور

مضامينها وكسب جمهورها؟

.....
.....
.....

ملخص الدراسة :

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات الجمهور الجزائري نحو القنوات الفضائية الخاصة، وقد سعت هذه الدراسة إلى الإجابة على تساؤلات الدراسة، وقم بإجراء الدراسة الميدانية في قسم علوم الإعلام والاتصال عن طريق أداة الاستمارة على عينة من طلبة الماستر مكونة من 80 مفردة، حيث تم انتقاء هذه العينة بأسلوب العينة القصدية.

جاء الإطار النظري للدراسة في أربع فصول خصص الأول للإطار المنهجي، أما الفصل الثاني تطرق إلى دراسة الاتجاهات، أما الفصل الثالث فتناول القطاع السمعي البصري في الجزائر، أما الفصل الرابع فقد خصص للدراسة الميدانية حيث جرى فيها معالجة البيانات التي تحصلنا عليها، لتوصل إلى مجموعة من النتائج أهمها :

- أهم القنوات التي شاهدها الطلبة هي قناة النهار .
- ساهمت القنوات الفضائية الخاصة في التأثير على الجمهور من خلال ملامستها لواقعه.
- أهم البرامج التي يشاهدها الجمهور من البرامج الإخبارية .

الكلمات المفتاحية: اتجاهات ، الجمهور ، القنوات الفضائية الخاصة .

Résumé de l'étude :

Cette étude vise à identifier les tendances dans le public algérien vers les chaînes satellites privés, cette étude visait à répondre aux questions sur l'étude et mener des études sur le terrain de l'information et des communications Ministère de la Science à travers un formulaire sur l'échantillon d'étudiants de master de 80 unique, où la sélection de l'échantillon dans un échantillon d'intention.

Le cadre théorique de l'étude en quatre chapitres consacrés au cadre méthodologique, le deuxième chapitre à l'étude des tendances ,chapitre III traite de secteur de l'audiovisuel en Algérie, le chapitre IV est consacré à l'étude du champ où le traitement des données que nous avons obtenu, parvenu à une série de résultats y compris :

- La plupart des étudiants sont jour canal canaux rencontrés.
- Contribution vers le privé par satellite pour influencer l'opinion par contact avec la réalité.
- La plupart des programmes qui voit les nouvelles publiques.

Mots-clés : tendances, publi.,les Chaînes satellite privé.