

استخدامات الشباب الجزائري للقنوات الفضائية الجزائرية

الخاصة بالإشباع المتحققة

« دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة الجزائر »

إبراهيم حبزطي*

إشراف/ أ.د. منى سعيد الحديدي**

مقدمة:

شهدت الجزائر انطلاق عدة قنوات تلفزيونية خاصة بلغ عددها 21 قناة، تبث مضامين إخبارية وفنية وبرامج سياسية واجتماعية تتعلق بالجزائر، لكن هذه القنوات مسجلة لدى وزارة الاتصال الجزائرية كقنوات أجنبية معتمدة للعمل في الجزائر، ويكاد يجمع المختصون في القطاع السمعي - البصري على أنّ القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر ما زالت في مراحلها الأولى. بدأت قناة "الشروق" بثها عام 2011، تلتها قناة "النهار" عام 2012، ثم "الجزائرية" و"الهقار" و"دزاير" و"الأطلس" و"المؤشر"، وقناة "جرجرة" الموجهة للأطفال، وقناة "سميرة" الخاصة بالمرأة والطبخ والموضة، وقناة "بربر موسيقى" إضافة إلى قناة "نوميديا نيوز" الإخبارية و"كاي بي سي"، وقناة "البلاد" ثم قناة "الأجواء". أغلب هذه القنوات انبثقت عن صحف يومية جزائرية وتتبع سياسة هذه الصحف وتوجهاتها، فيما لا تزال الدولة تملك خمس قنوات تلفزيونية⁽¹⁾.

ورغم حداثة بثها إلا أن علاقة الشباب الجزائري ببعض المضامين التلفزيونية التي ظهرت مؤخرا لإشباع حاجته المتزايدة خاصة مع تسارع إيقاع الحياة فأصبحت الحاجة للقنوات الخاصة في الجزائر للحصول على المعلومات بدون أي حواجز.

* باحث دكتوراة بقسم الإذاعة بكلية الإعلام- جامعة القاهرة

** أستاذ بقسم الإذاعة و التلفزيون بكلية الإعلام-جامعة القاهرة

استخدامات الشباب الجزائري للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة والإشباع المتحققة

أصبح الكثير من الجزائريين لا يشاهدون القنوات الحكومية ولا القنوات العربية والفرنسية ، ويفضلون القنوات الجزائرية الخاصة ، وعندما نستطلع آراء المواطنين نشعر بأن الغالبية توجهت إلى مشاهدة القنوات الجديدة رغم حداثة التجربة، ورغم الإمكانيات البسيطة جداً التي تملكها القنوات الخاصة، مقارنة مع القنوات الحكومية⁽²⁾.

حيث أن موضوع الدراسة - "استخدامات الشباب الجزائري للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة والإشباع المتحققة - من الموضوعات الهامة التي لم يتم تناولها.

أولاً: الدراسات السابقة:

1) "القنوات الفضائية وتأثيرها على منظومة القيم الاجتماعية لدى طلاب الثانوية العامة بمدينة الرياض(2016)"⁽³⁾:

تتنمي هذه الدراسة إلى نوع الدراسات الوصفية، وهي تستهدف وصف تأثير القنوات الفضائية في منظومة القيم الاجتماعية لدى طلاب الثانوية العامة بمدينة الرياض فيما يتعلق بقيم (التعاون والمشاركة) - (التسامح والعفو) - (الترابط الأسري). واعتمدت الدراسة على منهج المسح الاجتماعي بالعينة، وبلغ قوام العينة 253 طالباً في المرحلة الثانوية بالصفوف الثانية والثالثة علمي وأدبي ممن تتراوح أعمارهم بين 16-18 عاماً بمدارس مدينة الرياض، وقد تم اختيارهم بطريقة عشوائية لكي تكون العينة ممثلة لجميع طلاب المدينة. كما اعتمدت الدراسة على أداة الاستبيان التي تم تطبيقها بأسلوب المقابلة المباشرة خلال الفصل الدراسي الثاني.

وجاءت نتائج الدراسة لتشير إلى أن الفضائيات لها تأثير ملحوظ سلباً وإيجاباً على منظومة القيم لدى الطلاب، وعرضت لبعض القيم السلبية والإيجابية التي تحدثها الفضائيات كما يلي:

1- فيما يخص قيم التسامح والعفو: جاءت أكثر القيم التي تدعمها الفضائيات أنها تزيد من درجة التعاطف مع أفراد المجتمع، بينما جاءت أقلها تعليم الطلبة قيمة العفو عند المقدرة.

- 2- فيما يخص قيم التعاون والمشاركة: جاءت أكثر القيم التي تدعمها الفضائيات المساهمة في الحالات الطارئة وتنفيذ بعض الخدمات الاجتماعية، بينما جاءت أقلها تنمية مفاهيم حب الإيثار تجاه الآخرين.
- 3- فيما يخص قيم الترابط الأسري: جاءت أكثر القيم التي تدعمها الفضائيات: تجمع أفراد الأسرة لمشاهدة القنوات الفضائية، بينما جاءت أقلها تنمية مفاهيم التضحية لأجل الآخرين، كما تبين أن القنوات الفضائية لا تساهم في حل المشكلات الأسرية.

(2) "الفضائيات والتغير الثقافي في المجتمع الليبي - دراسة ميدانية على عينة من الشباب بمدينة بنغازي (2015)"⁽⁴⁾:

تهدف هذه الدراسة التعرف على ظهور التقنيات الإعلامية الحديثة وتأثيرها على ثقافة الشباب من حيث كيفية استقبال البث الفضائي ومعدلات التعرض، وتفضيل بعض القنوات والبرامج، والقيم التي تعكسها تلك البرامج وصولاً إلى معرفة انعكاس ذلك على منظومة القيم، وفي إطار هذه الأهداف كان تساؤل الدراسة الأساسي متمثلاً في معرفة الآليات التي أسهمت في تغيير ثقافة المجتمع الليبي وبنائه القيمي، وأدت إلى ظهور أنماط جديدة من السلوكيات، وفي سبيل الحصول على بيانات علمية استعانت الباحثة بأسلوب المسح الاجتماعي عن طريق عينة عشوائية طبقية تتكون من 400 مفردة من الذكور والإناث من طلبة جامعة قاريونس في مدينة بنغازي، وتكونت صحيفة الاستبيان من 49 سؤالاً، وقد جاءت أهم نتائج الدراسة متمثلة فيما يلي:

- 1- اتضح من نتائج الدراسة الميدانية تأثير الفضائيات في بعض قيم الأسرة وقيم المجتمع الثقافية والدينية والاقتصادية، وتمثلت أهم مظاهر هذا التأثير في الخلاف بين أفراد الأسرة، وفقدان الحياء والحشمة بين أفرادها وضعف التفاعل الأسري والعلاقات الاجتماعية، كما أظهرت سلوكيات غريبة لدى الشباب وظهور ثقافة خاصة مضادة لثقافة المجتمع، وتراجع عدد من القيم مثل (الطاعة - احترام الوقت - التعليم - الادخار)، هذا على المستوى الأسري والاجتماعي، أما على المستوى الثقافي فقد أثرت الفضائيات في الفرد والأسرة من حيث كيفية تناول الوجبات الغذائية

وتبدل قيم الاحتفالات والمناسبات الاجتماعية وتغير الذوق العام، وعلى المستوى الديني فقد حدث تأثير برز في شكل ضعف الالتزام الديني لدى الشباب من حيث (الاختلاط والاختلاء - تقليد الأزياء الغربية - بروز ألفاظ وسلوكيات وطقوس تتنافى مع تعاليم الدين الإسلامي؛ كالاحتفال بمناسبات غير دينية، وتراجع قيم (الصدق - صلة الرحم - الكرم)، وعلى المستوى الاقتصادي فمظاهر التأثير تمثلت في ظهور الاستهلاك الترفي، وتراجع قيمة الادخار، وتفضيل السلع الأجنبية المستوردة على السلع المحلية، وتغير أذواق المستهلكين، والاتجاه نحو شراء كل ما هو حديث وغربي (سيارات - موبايل - عطور - اكسسوارات - مأكولات).

2- أكدت الدراسة وجود عدد من المتغيرات الوسيطة كالنوع والسن والدخل والمستوى الاجتماعي، حيث تسهم في إحداث تغييرات في منظومة القيم ويتأثر أفراد المجتمع وسلوكياتهم ما بين ثبات بعض القيم وتراجع قيم أخرى أو هبوطها وإحلال قيم جديدة وعصرية بطريقة نسبية تتوقف على هذه المتغيرات الوسيطة لدى الشباب في المجتمع الليبي.

3) "Television Exposure and Core Values(2014)"⁽⁵⁾:

تشير هذه الدراسة إلى أن هناك الكثير من الباحثين اكتشفوا وجود علاقة بين التعرض للتلفزيون وبين القيم الجوهرية الثابتة لدى الأفراد.

وتؤكد الدراسة أن طبيعة التأثير الذي يحدثه التلفزيون تتوقف على طبيعة الوسيلة، ونوع الرسالة المقدمة، واعتمد البحث على المنهج المسحي من خلال أداة الاستبيان، وتم تطبيقه (وجهًا لوجه) مع أفراد العينة، وتعد من تصميم Shwartz، ويعد أداة اختبار جيدة لقياس القيم الثقافية في وجود ثقافات مختلفة، وقد لقي الاستبيان استجابة من 70% من الأفراد الذين طلب منهم التعاون مع الباحثين، حيث تم تطبيقه في الدول التالية (بلجيكا - ألمانيا - سويسرا - الدنمارك - لكسمبورج - إنجلترا - فنلندا - إيرلندا - نيوزلندا - النرويج - السويد)، وقد جاءت القيم التي يحاول الاستبيان معرفة تأثير التلفزيون، فيما تتمثل في الانفتاح والقابلية للتغير مقابل الانغلاقية، وتعزيز الذات مقابل عدم الأنانية.

روعي في الاستبيان سؤال الأفراد عن السن والنوع والتعليم والدخل، وذلك لافتراض أنها متغيرات تؤثر في نتيجة الدراسة، وأشارت النتائج إلى أن هناك دورًا كبيرًا يقوم به التليفزيون في توجيه القيم لدى الأفراد، وأن الأفراد الأعلى في المستوى التعليمي يكونون متوجهين أكثر نحو القابلية للتغيير والانفتاح والتفاعل مع ما يبث لهم، ويأتي الرجال في المرتبة الأولى من حيث القدرة على التعبير وتعزيز الذات متأثرين بزيادة تعرضهم للتليفزيون.

4) "Television Viewing and its relationship to changing values in 2013"⁽⁶⁾:

تحاول هذه الدراسة قياس مدى نفوذ وتأثير وسائل الإعلام على القيم والمعتقدات والاتجاهات لدى الشباب في المدن الهندية، حيث يلاحظ الباحثان في هذه الدراسة أن التليفزيون في الهند قد تغيرت بشكل جذري خلال فترة العشر سنوات الماضية، وهي الفترة التي لوحظ فيها التغيير في أسلوب الحياة وفي نظام المعتقدات والقيم في المدن الهندية، وهكذا وجد الباحثان ضرورة هذه الدراسة لمحاولة الربط بين التغيير الذي حدث في التليفزيون وبين التغيير الذي حدث في منظومة القيم والمعتقدات لدى الشباب الهندي في الفترة الأخيرة.

اعتمدت الدراسة على منهج المسح من خلال أداة الاستبيان التي تم إجراؤها عن طريق الإيميل (Web Based Survey)، وتم تطبيقها على عينة من مختلف الفئات العمرية المقيمة في الهند، خاصة في المدن التي بها خدمة الإنترنت، وقد أفادت تقنية كرة الثلج في الوصول لأكثر عدد ممكن من أفراد العينة على شبكة الإنترنت، وهو ما أدى إلى وجود أكثر من 75 استجابة مختلفة للدراسة أفادت كل منها الباحثين في تحديد متغيرات الدراسة؛ مثل حجم التعرض - طبيعة التعرض - مدة التعرض وعلاقتها بالقيم.

حاولت الدراسة بشكل رئيس الإجابة عن التساؤلات التي تتعلق بما هي أهم القيم بالنسبة للشباب في المدن الهندية، ثم ما هي القيم التي زادت أهميتها أو قلت أهميتها تبعًا لكثافة أو عدم كثافة المشاهدة؟

للإجابة على هذه التساؤلات تم تطبيق الاستبيان من خلال الإيميل على عينة من الأفراد تقع أعمارهم ما بين 20 و30 عامًا.

لم تأت الدراسة بالنتائج المرجوة، حيث لم يستطع الباحثان معرفة أهم القيم التي تأثرت بالتلفزيون، لكن كانت هناك نتيجة واحدة مؤكدة وهي أن (الشباب هم من يعكسون نظام القيم في المجتمع)، وبالرغم من تأثرهم بالتلفزيون إلا أنه مازال هناك من يتمسك بالقيم التقليدية، مما أوجد في الهند ثقافة تجمع بين القديم والجديد، وبين الماضي والحاضر.

5) "Cultivation as a process of Para Social Symbolic Interaction 2013"⁽⁷⁾:

تحاول هذه الدراسة إيجاد آلية لتفسير عملية الغرس من خلال الإجابة على تساؤل رئيس وهو: (كيف تقوم نظرية الغرس بعملها من خلال وسائل الإعلام في الدمج بين الواقع الاجتماعي والواقع المقدم عبر وسائل الإعلام "الواقع الرمزي" لنصل في النهاية لواقع جديد يجمع بين الاثنين؟)، وذلك من خلال العمل على أحد عناصر نظرية الغرس، والذي يتعلق بالقيم المتعلقة بالواقع التي تنتقل من خلال مشاهدة التلفزيون، وهذا فيما يتعلق بالصور النمطية (للنوع – الفرق بين السيء والجيد – الحالات الشعورية السلبية تجاه شيء ما – المواقف السياسية).

اعتمدت الدراسة على تحليل مضمون لعدد من برامج التلفزيون والإعلانات التجارية لمعرفة القيم التي تبثها للجمهور ودورها في التأثير في العناصر السابق ذكرها، وقد تم الاعتماد على منهج المسح من خلال أداة الاستبيان التي تم تطبيقها على عينة قوامها 346 مفردة من البالغين فوق 18 عامًا، والمنتمين لـ 48 ولاية مختلفة من الولايات المتحدة الأمريكية، وجاء الاستبيان ليجمع بيانات تتعلق بأوقات مشاهدة التلفزيون – الاتجاهات نحو الإعلانات التلفزيونية وأفضل الشخصيات التلفزيونية، بالإضافة إلى البيانات الديموجرافية، مثل (النوع – السن – التعليم – الدخل)، وقد جاءت أهم نتائج الدراسة كما يلي:

1- الأفراد كثيفو المشاهدة للتلفزيون والذين يتمتعون به ويتابعون الإعلانات التجارية يتفوقون على أن ما يقدم لهم في التلفزيون على أنه خيال هو خيال لكنه يشبه الواقع، والأفراد في الإعلانات والبرامج هم خيالون لكنهم

استخدامات الشباب الجزائري للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة والإشباع المتحققة

بالرغم من ذلك يرغبون في أن يكونوا أصدقاءهم ويفرحون لهم، ويحزنون من أجلهم، وأن هذه الشخصيات قد أوحى لهم بالكثير من التغيرات في حياتهم، أي إنهم دمجوا بين الرمزي أو الخيالي وبين الواقعي، وذلك في إطار فروض نظرية الغرس.

2- الأفراد كثيفو المشاهدة للتلفزيون يرون أن الطريق للسعادة يكمن في استهلاك السلع والخدمات، وهو ما تؤكد عليه الشخصيات المقدمة في الإعلانات، وما يؤكد أن القيم التي تبث في التلفزيون تؤثر في الطبيعة الاستهلاكية للجمهور.

حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

- افادت الدراسات السابقة في بلورة المشكلة البحثية الحالية.
- تحديد الخطوات المنهجية للدراسة الحالية.
- تصنيف الدوافع والإشباع بشكل مبسط.

ثانياً: تحديد المشكلة البحثية:

أكدت العديد من الدراسات نتيجة لزيادة عدد القنوات الجزائرية الخاصة ارتفعت معدلات مشاهدتها وخاصة مع استمرار إرسالها على مدار الساعة (24 ساعة)⁽⁸⁾، وبذلك يتم نشر قيم جديدة ذات مضمون مختلف عن القنوات الحكومية في أسلوب حديث، مما أدى إلى عزوف الشباب الجزائري على مشاهدة القنوات الحكومية ولهذا ظهرت الحاجة لإجراء هذه الدراسة لتوضيح معدلات مشاهدة طلاب جامعة الجزائر لهذه القنوات ودوافع مشاهدتهم لها والإشباع المتحققة من المشاهدة.

ثالثاً: أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة لتحقيق عدة أهداف:

1. رصد عادات وأنماط مشاهدة طلاب جامعة الجزائر للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة.

استخدامات الشباب الجزائري للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة والإشباع المتحققة

2. معرفة أهم القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة المفضلة لدى طلاب جامعة الجزائر.
3. التعرف على أهم المحتويات المفضلة لدى طلاب جامعة الجزائر في القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة.
4. التعرف على مدى رضا طلاب جامعة الجزائر على مستوى أداء القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة.
5. رصد آراء طلاب جامعة الجزائر حول أشكال الرقابة المفروضة على القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة.
6. التعرف على دوافع مشاهدة طلاب جامعة الجزائر للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة والإشباع المتحققة لهم من مشاهدتها.

رابعاً: تساؤلات الدراسة وفروضها:

1- تساؤلات الدراسة:

تسعى الدراسة للإجابة على التساؤلات التالية:

- أ. معدلات مشاهد طلاب جامعة الجزائر للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة.
- ب. أسباب عدم مشاهدة طلاب جامعة الجزائر للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة.
- ج. مدة مشاهدة طلاب جامعة الجزائر للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة.
- د. الفترات المفضلة التي يشاهد خلالها طلاب جامعة الجزائر للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة.
- هـ. دوافع وأسباب مشاهدة طلاب جامعة الجزائر للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة.
- و. الإشباع المتحققة من مشاهدة طلاب جامعة الجزائر للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة.

2- فروض الدراسة:

- أ. الفرض الأول: توجد علاقة دالة إحصائيا بين تعرض طلاب جامعة الجزائر للفتوات الفضائية الجزائرية الخاصة ودوافعهم لهذا.
- ب. الفرض الثاني: توجد علاقة دالة إحصائيا بين تعرض طلاب جامعة الجزائر للفتوات الفضائية الجزائرية الخاصة والإشباعاا المتحققة لهم من هذا التعرض.

خامساً: الإطار النظري للدراسة:

استخدم الباحث مدخل الاستخداماا والإشباعاا كإطار نظري للدراسة، المدخل له رؤية تكمن في أهمية الفروق الفردية والتباين الاجتماعي في ادراك السلوك بوسائا الإعلام⁽⁹⁾.

يرتكز مدخل الاستخداماا والإشباعاا على عناصر أساسية يمكن إيجازها فيما يلي:

- 1- يتسم جمهور وسائا الإعلام بالإيجابية في تعامله مع وسائا الاتصال وما يقدم بها من مضمون.
- 2- دوافع واحتياجاا الجمهور هي التي تدفعه للتعرض لوسائا الاتصال والمضمون من خلالها.
- 3- تقوم بعض المتغيرات الاجتماعية والنفسية والبيئية دور وسيط في العلاقة بين دوافع الجمهور واستخداماته وإشباعاته من هذه الوسائا.

سادساً: الإجراءات المنهجية للدراسة:

أولاً: نوع الدراسة ومنهجها:

1- نوع الدراسة:

تعد هذه الدراسة "دراسة وصفية" تهدف لتوصيف ظاهرة معينة ورسم صورة متكاملة لهذه الظاهرة وذلك من خلال اعتمادها على جمع البيانات⁽¹⁰⁾.

2- منهج الدراسة:

استخدامات الشباب الجزائري للقتوات الفضائية الجزائرية الخاصة والإشباع المتحققة

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح الذي يعتبر جهداً علمياً منظماً للحصول على معلومات عن ظاهرة معينة من خلال بيانات كمية حول مجموعة تساؤلات يتم الإجابة عليها من خلال الدراسة الميدانية.

ثانياً: مجتمع الدراسة وعينتها:

1- مجتمع الدراسة:

يتمثل مجتمع الدراسة في جميع طلاب جامعة الجزائر من كافة الفئات وتتراوح أعمارهم ما بين 18 سنة و36 سنة، حيث توزعت فئات العمر على أقل من 18 سنة، من 18-20 سنة، من 20-22 سنة، من 22-24 سنة، أكثر من 24 سنة ممن يدرسون في جامعة الجزائر.

2- عينة الدراسة:

إن عملية المعاينة هي اختيار عدد من المفردات من مجتمع الدراسة بأسلوب يجعل الجزء يمثل مواصفات الكل⁽¹¹⁾، وتعد العينة المستخدمة عينة عشوائية متاحة، قوامها (218) مبحوثاً من طلاب جامعة الجزائر موزعة بين الذكور والإناث.

ثالثاً: أدوات جمع البيانات:

استخدمت هذه الدراسة صحيفة الاستبيان بالمقابلة.

رابعاً: المعالجة الإحصائية للبيانات

تم استخدام الحاسب الآلي في تفريغ صحف الاستبيان وجدولتها بهدف التحليل من خلال برنامج التحليل الإحصائي (SPSS) وتطبيق المعاملات الإحصائية.

استخدامات الشباب الجزائري للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة والإشباع المتحققة

سابعاً: النتائج العامة للدراسة:

تم استعراض نتائج الدراسة الميدانية وذلك من خلال:

1. توزيع الفئات العمرية على عينة المبحوثين

جدول رقم (1)

توزيع الفئات العمرية على عينة المبحوثين وفقاً للنوع

الفئة العمرية	النوع		الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
20-18 عاماً	30	27.3	35	32.4	65	29.8		
22-20 عاماً	31	28.1	28	26	59	27.1		
24-22 عاماً	34	31	32	29.6	66	30.3		
أكثر من 24 عاماً	15	13.6	13	12	28	12.8		
المجموع	110	100	108	100	218	100		

ومن الجدول يتضح أن الفئة العمرية (22-24 عاماً) تمثل الغالبية من مفردات العينة بنسبة 30.3%، تليها الفئة العمرية (20-18 عاماً) بنسبة 29.8%، ثم الفئة العمرية (22-20 عاماً) بنسبة 27.1%، وفي الأخير الفئة العمرية (أكثر من 24 عاماً) بنسبة 12.8%.

2. معدلات مشاهدة المبحوثين للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة:

جدول رقم (2)

معدلات مشاهدة المبحوثين للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة وفقاً للنوع

معدلات المشاهدة	النوع		الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%
دائماً	67	60.9	64	60	133	60.5		
أحياناً	34	30.9	37	33.6	71	32.3		
نادراً	9	8.2	7	6.4	16	7.3		
المجموع	110	100	108	100	220	100		

كأ = 0.384 درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية = 0.025

يوضح الجدول التالي توزيع عينة الدراسة طبقاً للنوع ومعدلات مشاهدتهم للقنوات الفضائية الخاصة حيث أوضحت النتائج إقبالاً ملحوظاً للمبحوثين على متابعة القنوات الفضائية الخاصة، وتتنوع معدلات مشاهدة عينة الدراسة للقنوات الفضائية الخاصة على: المشاهدة دائماً (60.5%)، المشاهدة أحياناً (32.3%)، والمشاهدة نادراً (7.3%).

استخدامات الشباب الجزائري للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة والإشباع المتحققة

3. عدد أيام مشاهدة المبحوثين للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة:

جدول رقم (3)

عدد أيام مشاهدة المبحوثين للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة وفقا للنوع

النوع	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
يومياً	51	46.4	59	54.6	110	50.5
سنة أيام	4	3.6	3	2.8	7	3.2
خمسة أيام	10	9.1	11	10.2	21	9.6
أربعة أيام	4	3.6	5	4.6	9	4.1
ثلاثة أيام	12	10.9	6	5.6	18	8.3
يومان	13	11.8	13	12	26	11.9
يوم واحد	16	14.5	11	10.2	27	12.4
المجموع	110	100	108	100	218	100

يوضح الجدول التالي توزيع عينة الدراسة طبقاً للنوع وعدد أيام مشاهدتهم للقنوات الفضائية الخاصة حيث تتوزع عدد أيام مشاهدة القنوات الفضائية الخاصة لدى عينة الدراسة بالترتيب على: المشاهدة يومياً (50.5%)، المشاهدة يوماً واحداً (12.4%)، المشاهدة يويمان (11.9%)، المشاهدة خمسة أيام (9.6%)، المشاهدة ثلاثة أيام (8.3%)، المشاهدة أربعة أيام (4.1%)، والمشاهدة ستة أيام (3.2%).

4. المدة التي يشاهد خلالها المبحوثون القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة:

جدول رقم (4)

عدد ساعات مشاهدة المبحوثين للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة وفقا للنوع

النوع	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
أقل من ساعة	44	40	32	29.6	76	34.9
لأقل من ساعتين	37	33.6	48	44.4	85	39
من ساعتين لأقل من ثلاث ساعات	21	19.1	15	13.9	36	16.5
من 3 لأقل من 4 ساعات	7	6.4	7	6.5	14	6.4
أربع ساعات فأكثر	1	0.9	6	5.6	7	3.2
المجموع	110	100	108	100	218	100

كاف = 7.87 درجة الحرية = 4 مستوى المعنوية = 0.096

استخدامات الشباب الجزائري للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة والإشباع المتحققة

يوضح الجدول التالي توزيع عينة الدراسة وفقاً لنوع وعدد الساعات التي يشاهدون خلالها القنوات الفضائية الخاصة ويتوزع عدد ساعات مشاهدة عينة الدراسة للقنوات الفضائية الخاصة – بالترتيب – على: المشاهدة من ساعة لأقل من ساعتين (39%)، أقل من ساعة (34.9%) من ساعتين لأقل من ثلاث ساعات (16.5%)، من ثلاث لأقل من أربع ساعات (6.4%)، وأربع ساعات فأكثر (3.2%).

5. أسباب تفضيل مشاهدة المبحوثين للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة:

جدول رقم (5)

أسباب تفضيل مشاهدة المبحوثين للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة وفقاً للنوع

المجموع		الإناث		الذكور		النوع	أسباب التفضيل
%	ك	%	ك	%	ك		
79.8	174	80.6	87	79.1	87	لأن لدي وقت فراغ خلال هذه الفترة	
48.2	105	50	54	46.4	51	بحكم التعود	
8.7	19	8.3	9	9.1	10	لعدم وجود رقابة من أسرتي خلال هذه الفترة	
100	218	100	108	100	110	المجموع	

يوضح الجدول التالي توزيع إجابات المبحوثين عينة الدراسة طبقاً للنوع وأسباب تفضيلهم مشاهدة القنوات الفضائية الخاصة خلال فترة معينة فأوضحت النتائج أن أهم أسباب تفضيل المبحوثين عينة الدراسة لمشاهدة القنوات الفضائية الخاصة الجزائرية – بالترتيب – هي: لأنه لدي وقت فراغ خلال هذه الفترة (79.8%)، بحكم التعود (48.2%)، ولعدم وجود رقابة من الأسرة خلال هذه الفترة (8.7%).

6. أهم المضامين المفضلة للمبحوثين في القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة

جدول رقم (6)

أهم المضامين المفضلة للمبحوثين في القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة وفقاً للنوع

المجموع		الإناث		الذكور		النوع	المضامين المفضلة
%	ك	%	ك	%	ك		
22	48	16.7	18	27.3	30	أخبار	
24.3	53	22.2	24	26.4	29	برامج	
22	48	25	27	19.1	21	أفلام	
20.2	44	24.1	26	16.4	18	مسلسلات	
11.5	25	12	13	10.9	12	أغاني	
100	218	100	108	100	110	المجموع	

استخدامات الشباب الجزائري للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة والإشباع المتحققة

تدل بيانات الجدول التالي توزيع إجابات المبحوثين عينة الدراسة طبقاً للنوع وأهم المضامين المفضلة في القنوات الفضائية الخاصة فأوضحت النتائج العامة أن أهم أسباب تفضيل المضامين المبحوثين- بالترتيب هي:

البرامج (24.3%)، وتساوت الأخبار والأفلام (22%)، المسلسلات (20.2%)، الأغاني (11.5%).

7. أسماء القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة المشاهدة من قبل المبحوثين

جدول رقم (7)

أسماء القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة المشاهدة من قبل المبحوثين وفقاً للنوع

النوع	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
القنوات الفضائية						
النهار	58	52.7	62	57.4	120	55
الشروق نيوز	41	37.3	60	55.6	101	46.3
الوطن	50	45.5	51	47.2	101	46.3
الهقار نيوز	50	45.5	48	44.4	98	45
الجزائر نيوز	33	30	53	49.1	86	39.4
كاي بي سي	30	27.3	32	29.6	62	28.4
نيوميديا	30	27.3	32	29.6	62	28.4
الاطلس	37	33.6	25	23.1	62	28.4
جرجرة	23	20.9	41	38	64	29.4
دزائر	30	27.3	22	20.4	52	23.9
قناة سميرة	24	21.8	27	25	51	23.4
المؤشر	24	21.8	24	22.2	48	22
البلاد	17	15.5	26	24.1	43	19.7
الاجواء	18	16.4	21	19.4	39	17.9
المقام	27	24.5	9	8.3	36	16.5
المستقبل	18	16.4	12	11.1	30	13.8
بربر	13	11.8	12	11.1	25	11.5
المؤشر 2	11	10	9	8.3	20	9.2
الجزائر 24	7	6.4	10	9.3	17	7.8
المجموع	541	-	566	-	1107	-

تدل بيانات الجدول السابق على عدة نتائج منها:

استخدامات الشباب الجزائري للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة والإشباع المتحققة

تتوزع أسماء القنوات الفضائية الخاصة المشاهدة من قبل عينة الدراسة على عدة مجموعات طبقاً لكثافة المشاهدة وهي:

المجموعة الأولى: مجموعة قنوات حصلت على معدلات مشاهدة تتراوح ما بين (40%) وأقل من (60%) وهي: قناة النهار (55%)، الشروق نيوز (46.3%)، الوطن (46.3%)، الهقار نيوز (45%).

المجموعة الثانية: مجموعة قنوات حصلت على معدلات مشاهدة تتراوح ما بين (20%) وأقل من (40%)، وهي: قناة الدزاير نيوز (39.4%)، كاي بي سي (36.7%)، نيوميديا (27.4%)، الاطلس (28.4%)، جرجرة (29.4%)، قناة سميرة (23.9%)، دزاير (23.4%)، والمؤشر (22%).

المجموعة الثالثة: مجموعة قنوات حصلت على معدلات مشاهدة تتراوح ما بين أقل من (10%) و(20%) وهي: البلاد (19.7%)، الاجواء (17.9%)، المقام (16.5%)، المستقبل (13.8%)، وبربر (11.5%).

المجموعة الرابعة: مجموعة قنوات حصلت على معدلات مشاهدة أقل من (10%) هي: قناة المؤشر 2 (9.2%)، الجزائر 24 (7.8%).

8. مدى رضا المبحوثين على مستوى أداء القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة:

جدول رقم (8)

مدى رضا المبحوثين على مستوى أداء القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة وفقاً للنوع

المجموع		الإناث		الذكور		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
7.3	16	5.6	6	9.1	10	راضي تماماً
71.6	156	75	81	68.2	75	إلى حد ما
21.1	46	19.4	21	22.7	25	غير راضي
100	218	100	108	100	110	المجموع

كا = 0.156 درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية = 0.458

استخدامات الشباب الجزائري للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة والإشباع المتحققة

يوضح الجدول التالي توزيع عينة الدراسة طبقاً للنوع ومدى رضائهم عن مستوى أداء القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة وأشار (71.6%) من عينة الدراسة عن رضائهم بدرجة متوسطة عن أداء القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة ، وأشار (7.3%) عن رضائهم التام عن أدائها، بينما (21.1%) من عينة الدراسة غير راضية عن مستوى أداء القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة.

9. مدى موافقة المبحوثين على فرض رقابة على القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة:

جدول رقم (9)

مدى موافقة المبحوثين على فرض رقابة على القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة وفقاً للنوع

المجموع		الإناث		الذكور		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
93.1	203	93.5	101	92.7	102	نعم
6.9	15	6.5	7	7.3	8	لا
100	218	100	108	100	110	المجموع

ك_ا = 0.156 درجة الحرية = 2 مستوى المعنوية = 0.458

يوضح الجدول التالي توزيع عينة الدراسة طبقاً للنوع ومدى موافقتهم على فرض رقابة على القنوات الفضائية الخاصة ويوافق (93.1%) من عينة الدراسة على فرض رقابة على المضامين المقدمة في القنوات الفضائية الخاصة. وأوضحت البيانات وجود فروق غير دالة إحصائياً بين الذكور والإناث عينة الدراسة في مدى موافقتهم على ضرورة فرض رقابة على المضامين بالفضائيات الخاصة.

10. أهم دوافع مشاهدة المبحوثين للقتوات الفضائية الجزائرية الخاصة

جدول رقم (10)

أهم دوافع مشاهدة المبحوثين للقتوات الفضائية الجزائرية الخاصة وفقا للنوع

النوع	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
دوافع المشاهدة						
التسلية وتمضية وقت الفراغ	69	62.7	67	62	136	62.4
التعرف على الأخبار	46	41.8	58	53.7	104	47.7
تزيد معلوماتي وثقافتي	50	45.5	44	40.7	94	43.1
للهرب من الوحدة	39	35.5	34	31.5	73	33.5
للاسترخاء	40	36.4	33	30.6	73	33.5
لتعليم لغات ولهجات مختلفة	40	36.4	36	33.3	76	34.9
الهروب من مشكلاتي ومشكلات مجتمعي	33	30	24	22.2	57	26.1
تعرفني على قضايا جديدة	16	14.5	27	25	43	19.7
تنمي الجانب المعرفي في شخصيتي	21	19.1	17	15.7	38	17.4
تعرفني على جزائرية جديدة	13	11.8	18	16.7	31	14.2
تزيد اندماجي في المجتمع	7	6.4	12	11.1	19	8.7
تعرفني على موضوعات تصح للحديث	12	10.9	6	5.6	18	8.3
المجموع	110	100	108	100	218	100

ك = 2 = 7.87 درجة الحرية = 4 مستوى المعنوية = 0.096

يوضح الجدول التالي توزيع إجابات المبحوثين عينة الدراسة طبقاً للنوع وأهم دوافع مشاهدتهم للقتوات الفضائية الجزائرية الخاصة وتتنوع دوافع مشاهدة المبحوثين عينة الدراسة للقتوات الفضائية الجزائرية الخاصة على مجموعتين هما:

مجموعة دوافع حصلت على نسبة تتراوح ما بين (63%)، (33%) وهي: دوافع التسلية وتمضية وقت الفراغ (62.4%) التعرف على الموضة (47.7%)، تزيد معلوماتي وثقافتي (43.1%)، لتعليم لغات ولهجات مختلفة (34.9%)، وللاسترخاء والهروب من الوحدة بنسبة (33.5%) لكل منهما.

مجموعة دوافع حصلت نسب أقل من (30%) وهي: للهروب من مشكلاتي ومشكلات مجتمعي (26.1%)، تعرفني على الأغاني الجديدة (19.7%)، تنمي الجانب المعرفي في شخصيتي (17.4%) تعرفني على مناطق سياحية جديدة (14.2%)، تزيد من اندماجي في المجتمع (8.7%)، وتعرفني على موضوعات تصلح للحديث مع آخرين (8.3%).

استخدامات الشباب الجزائري للقتوات الفضائية الجزائرية الخاصة والإشباع المتحققة

وأوضحت البيانات وجود فروق دالة بين الذكور والإناث في الدوافع المختلفة من مشاهدتهم للقتوات الجزائرية الخاصة مما يثبت صحة الفرض الأول.

11. أهم الإشباع المتحققة للمبحوثين من مشاهدتهم للقتوات الفضائية الجزائرية الخاصة:

جدول رقم (11)

أهم الإشباع المتحققة للمبحوثين من مشاهدتهم للقتوات الفضائية الجزائرية الخاصة وفقاً للنوع

النوع	الذكور		الإناث		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
الإشباع المتحققة						
عرفتني على أحدث اليوم	48	43.6	63	58.3	111	50.9
زادت معلوماتي عن ثقافات أخرى	53	48.2	48	44.4	101	46.3
علمتني لغات ولهجات عديدة	34	30.9	45	41.7	79	36.2
ساعدتني على الاسترخاء	41	37.3	35	32.4	76	34.9
ساعدتني على تضييق وقت الفراغ	37	33.6	36	33.3	73	33.5
زادت اندماجي في المجتمع	27	24.5	26	24.1	53	24.3
ساعدتني على عدم الشعور بالوحدة	26	23.6	26	24.1	52	23.9
عرفتني على مناطق جديدة في الجزائر	23	20.9	23	21.3	46	21.1
عرفتني على قضايا جديدة	14	12.7	21	19.4	35	16.1
ساعدتني على تنمية الجانب المعرفي في شخصيتي	10	9.1	14	13	24	11
ساعدتني على الهروب من مشكلاتي ومشكلات مجتمعي	15	13.6	9	8.3	24	11
عرفتني على موضوعات تصلح للحديث مع آخرين	9	8.2	2	1.9	11	5
المجموع	110	100	108	100	218	100

كا = 2 = 7.83 درجة الحرية = 4 مستوى المعنوية = 0.097

يوضح الجدول التالي توزيع إجابات المبحوثين عينة الدراسة طبقاً للنوع وأهم الإشباع المتحققة من مشاهدتهم للقتوات الفضائية الخاصة وتوزيع الإشباع المتحققة من مشاهدة المبحوثين عينة الدراسة للقتوات الفضائية الخاصة على مجموعتين هما:

المجموعة الأولى: الإشباع التي حصدت نسبة تتراوح ما بين (31%) و(51%)، وهي: عرفتني على أحدث صيحات الموضة (50.9%)، زادت معلوماتي عن ثقافات أخرى (46.3%)، علمتني لغات ولهجات عديدة

استخدامات الشباب الجزائري للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة والإشباع المتحققة

(36.2%)، ساعدتني على الاسترخاء (34.9%)، وسلتني وساعدتني على تمضية وقت فراغي (33.5%).

المجموعة الثانية: الإشباع التي حصدت نسب أقل من (25%) وهي: زادت اندماجي في المجتمع (24.3%)، ساعدتني على عدم الشعور بالوحدة (23.9%)، عرفتني على مناطق سياحية جديدة (21.1%)، عرفتني على أغاني المطربين الجديدة (16.1%) ساعدتني على تنمية الجانب المعرفي في شخصيتي وساعدتني على الهروب من مشكلاتي ومشكلات مجتمعي (11%) لكل منهما، وعرفتني على موضوعات تصلح للحديث مع آخرين (5%).

وأوضحت البيانات وجود فروق دالة بين الذكور والإناث في بعض الإشباع المختلفة من مشاهدتهم للقنوات الخاصة مما يثبت صحة الفرض الثاني.

الخلاصة:

يشاهد أغلب أفراد عينة الدراسة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة بشكل منتظم، وذلك من ساعة لأقل من ساعتين يومياً، وتعد قناة النهار هي القناة المفضلة لديهم، حيث المحتوى البرامجي الأكثر مشاهدة من قبل المبحوثين، وأظهر استخدام معامل الارتباط بيرسون وجود علاقة ارتباطية دالة إحصائياً بين دوافع التعرض لدى عينة الدراسة للقنوات الفضائية الخاصة وإشباع المتحققة.

المراجع

- (1) نعيمة مليكة، بوحزام نوال، "القنوات الفضائية الخاصة ودورها في تشكيل المجال العمومي"، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية (الجزائر: جامعة معسكر، 2014) ص 60.
- (2) نفس المرجع، ص 72.
- (3) إبراهيم حمد المبرز، "القنوات الفضائية وتأثيرها على منظومة القيم الاجتماعية لدى طلاب الثانوية العامة بمدينة الرياض"، رسالة ماجستير منشورة، موقع اجتماعي الإلكتروني لنشر الأبحاث العلمية، (السعودية: جامعة الإمام محمد بن سعود، كلية العلوم الاجتماعية، قسم الاجتماع، 2016).
- (4) ليلي حسين علي قناوي، "الفضائيات والتغير الثقافي في المجتمع الليبي: دراسة ميدانية على عينة من الشباب بمدينة بنغازي"، رسالة دكتوراه غير منشورة، (ليبيا: جامعة قاريونس: كلية الآداب، قسم الاجتماع، 2015).
- (5) John Basely, "Television exposure and Core Values", **Paper Presented at the Annual Meeting of the International communication Association**", TBA, Montreal, Quebec, Canada, 2014.
- (6) Jan Parul and Michael Hazen, "Television Viewing and its relationship to changing values in Indian Youth", **Paper Presented at the annual Meeting of the International communication Association**, TBA, San Francisco, 2013.
- (7) Shane Semmler, "Cultivation as a process of parasocial symbolic interaction", **Paper presented at the annual Meeting of the International communication Association**, TBA, San Francisco, 2013.
- (8) رزيق سامية، "البرامج الاجتماعية في الفضائيات الجزائرية الخاصة"، الجزائر، جامعة العربي التبسي، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم إنسانية، 2016، ص 53.
- (9) الشنقيطي سلمان دور وسائل الإعلام في بنا ملكة التفكير السديد لدى الطلاب: الرياض، مكتبة دار المسير (2007) ص 35.
- (10) منال هلال المزاهرة: نظريات الاتصال: دار الميسرة، الأردن، 2012، ص 68.
- (11) مكاوي، حسن عماد. والسيد، ليلي حسين. الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، مصر، (2006)، ص 46.