



جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -

كلية العلوم الاجتماعية والانسانية

قسم علوم الاعلام والاتصال

تخصص سمعي بصري



مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال

تحت عنوان:

فتح قطاع السمعى البصرى فى الجزائر بين

التنميط والتغيير

دراسة ميدانية لطلبة علوم الاعلام والاتصال -

اشراف الأستاذ:

اعداد الطالبة:

الدكتور مسعود قانة

✓ صباح شبطول

نوقشت يوم : 2021/..../.....

أمام اللجنة المكونة من:

رئيسا	جامعة قاصدي مرباح - ورقلة	الزاوى محمد الطيب
مشرفا	جامعة قاصدي مرباح - ورقلة	مسعود قانة
مناقشا	جامعة قاصدي مرباح - ورقلة	حمامى محرز

السنة الجامعية: 2020/2021

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

" وَمَا أُوتِيتُمْ مِنَ الْعِلْمِ إِلَّا قَلِيلًا "

صَدَقَ اللَّهُ الْعَظِيمُ

(سُورَةُ الْإِسْرَاءِ، الْآيَةُ رَقْمَ 85).

الإهداء

أشكر الله وأحمده حمدا كثيرا لا ينقطع أبدا، لأنه كان دوما بجانبني وقد من علي
باتمام بحثي العلمي في أحسن صورة.

كل من سألهم هذا العمل المتواضع والنجاح والتفوق في دراستي بعد أن لحقت
رحلتي الجامعية الى نهاية دربها هم أهل لذلك:

بدايتها ستكون الى من كنت في صلاتها و دعواتها كلها..الى من فتحت عيناى
الى النور وعرفتني معنى الحياة، الى نبع الحنان والعطف و كل الحب... الى
أجمل و أروع امرأة في الوجود... أمي الحبيبة.

الى سندي، قوتي، وأملي الكبير في الحياة...

الى من علمني أن الكفاح والجهد ثمرته أحلى من أي فاكهة... الى أعظم وأحن
مخلوق وهبه الله لي .. أبي العزيز.

"" حفظهما الله لي ""

الى اخوتي و أخواتي الغالين على قلبي، الى براعمهم وبهجة البيت.

الى أعلى مخلوق بالقلب عرفه دربي في الحياة، الى أجمل رزق كتبه الله لي.

الى صديقاتي الوفيات و لكل من كان لهم الأثر الجميل في حياتي.

وختامها مسك ..لأنه لا يسعني في هذا المقام الا أن أتقدم بأسمى و أرقى عبارات

الاحترام والمودة والعرفان بالجميل، الى الأستاذ المشرف الدكتور " فانة مسعود

"، الذي لم يتوان لثانية في افادتي بكل خيط من نصح وتوجيه سديد طيلة فترة

انجاز البحث.

"" صباح ""

ملخص الدراسة

أصبح الإعلام اليوم بمثابة محرك لعقول الشعوب والأمم عبر مختلف الوسائل والمستويات الخاصة به، فلا يمكن الاستغناء عنه بالنسبة لكافة المجتمعات سواء المتقدمة والمتخلفة منها، فالتقدم الهائل لوسائل الإعلام كما وكيفا تزداد في كل مرة، وقد ضاعفت من الوظائف المرتقبة ووسائله ومختلف مخرجاته، فكلما زاد اعتماد الأفراد على وسائل الاعلام السمعية البصرية من أجل تلبية كافة احتياجاتهم، كلما تضاعف الوقت الذي يخصصه الفرد للتعامل مع مخرجات وسائل الاعلام.

صار قطاع السمعي البصري جزءا لا يتجزأ من حياة الفرد أيا كانت خصائصه ومعتقداته أو حتى مستواه، فالمتابع للإعلام من مختلف نوافذه أصبح مستهلكا لسلعة تنشر من قبله وموجهة اليه في نفس الوقت، حيث يمثل فيها نفسه ويرى من خلالها صورته.

تهدف هذه الدراسة الى:

معرفة اتجاهات طلبة السمعي البصري بجامعة ورقلة حول فتح قطاع السمعي البصري في الجزائر.

أما التساؤلات الفرعية التي انبثقت من التساؤل الرئيسي للدراسة وهي:

1/ كيف ينظر لفتح قطاع السمعي البصري في الجزائر من حيث تقديمه للمضامين أو الرسائل الاعلامية من وجهة نظر أفراد العينة؟

2/ مامدى استهلاك الجمهور لمضامين السمعي البصري في الجزائر من وجهة نظر أفراد العينة؟

3/ هل بعث قطاع السمعى البصرى فى الجزائر آفاقا جديدة فى الشكل أو المضمون أو الاثنين معا حسب رؤية أفراد العينة؟

اعتمدنا فى هذا البحث العلمى على العينة القصدية لأنها المناسبة أكثر لموضوعنا، أما حجمها فكان 80 مفردة.

فى حين كانت الأداة المستخدمة فى الدراسة هى أداة الاستبيان، والاستمارة الالكترونية هى من أوفت بمنعرجات البحث وخدمت محتوياته، خاصة بعد الوضع الدراسى الراهن الذى تعيشه الجامعات الآن.

خلصت هذه الدراسة الى النتائج الآتية:

1/ قطاع السمعى البصرى لم يصل للمستوى المطلوب لكى ينافس اعلام الدول المتقدمة، والسبب يعود لعدم وجود سلطة ضبط قائمة على القطاع مع فرض الرقابة اللازمة لرسائله الاعلامية المقدمة.

2/ قطاع السمعى البصرى فى الجزائر يفتقر بشدة لنقص أصحاب الكفاءات والخبرات وحتى المتخصصين فى المجال.

3/ قطاع السمعى البصرى الجزائرى متنوع ومتعدد فى تقديم محتواه الاعلامى للجمهور المستهدف.

4/ قطاع السمعى البصرى فى الجزائر يهتم بالدرجة الأولى على الجانب الترفيهى ثم الجانب الاجتماعى فغيره من المجالات.

5/ ساهم قطاع السمعى البصرى الجزائرى فى تغيير الكثير من الأنماط السائدة فى المجتمع المحلى، وقد نجحت فى كثير من الأحيان بسبب ما تقدمه وتبثه للجمهور.

6/ مقارنة بالسنوات الماضية، شهد قطاع السمعى البصرى تغييرا كبيرا فى شكله الخارجى بتطوير تقنياته المعتمدة ومحاولة التركيز على جذب وخلق مكانة راقية لدى كافة الجمهور.

7/ ارتقاء قطاع السمعى البصرى فى الجزائر يعود فى الأساس لجودة ونوعية ما يقدمه وبيئته الجمهور، مع التحسين فى فعالية الجهود لتطوير وسائل الاعلام أكثر.

الكلمات المفتاحية:

قطاع السمعى البصرى، التتميط، التغيير، طلبة علوم الاعلام والاتصال (سمعى بصرى)، الجزائر، الاتجاهات.

Résumé :

Résumé de l'étude Aujourd'hui, les médias sont devenus un moteur pour l'esprit des peuples et des nations à travers ses divers moyens et niveaux. Il ne peut pas être ignoré pour toutes les sociétés, développées et sous-développées. Les progrès formidables des médias en quantité et en qualité augmentent à chaque fois, et elle a multiplié les emplois attendus, ses moyens et ses diverses productions. Les individus s'appuient sur les médias audiovisuels pour répondre à tous leurs besoins, plus un individu consacre de temps à traiter les productions médiatiques. Le secteur audiovisuel est devenu partie intégrante de la vie d'un individu, quelles que soient ses caractéristiques, ses convictions ou même son niveau. L'adepte du média depuis ses différentes vitrines est devenu un consommateur d'une marchandise qu'il publie et qui lui est adressée au même temps, où il se représente et voit à travers son image. Cette étude vise à : Connaître les tendances des étudiants en audiovisuel de l'Université de Ouargla sur l'ouverture du secteur audiovisuel en Algérie. Les sous-questions qui ont émergé de la question principale de l'étude sont : 1/ Comment l'ouverture du secteur audiovisuel est-elle perçue en Algérie en termes de présentation de contenus ou de messages médiatiques du point de vue des membres de l'échantillon ? 2/ Dans quelle mesure le public consomme-t-il des contenus audiovisuels en Algérie du point de vue des membres de l'échantillon ? 3/ Le secteur de l'audiovisuel en Algérie a-t-il créé de nouveaux horizons dans la forme ou le contenu, ou les deux, selon l'avis

des membres de l'échantillon ? Dans cette recherche scientifique, nous nous sommes appuyés sur l'échantillon intentionnel car il est plus approprié pour notre sujet, et sa taille était de 80 items. Alors que l'outil utilisé dans l'étude était le questionnaire, et le formulaire électronique était celui qui remplissait les courbes de recherche et servait son contenu, surtout après la situation académique actuelle que connaissent actuellement les universités. Cette étude a conclu aux résultats suivants : 1/ Le secteur audiovisuel n'a pas atteint le niveau requis pour concurrencer les médias des pays développés, et la raison en est l'absence d'une autorité de régulation basée sur le secteur avec l'imposition du contrôle nécessaire sur ses messages médiatiques. 2/ Le secteur audiovisuel en Algérie manque cruellement de personnes qualifiées et expérimentées, voire de spécialistes en la matière. 3/ Le secteur audiovisuel algérien est diversifié et diversifié dans la présentation de ses contenus médiatiques au public cible. 4/ Le secteur audiovisuel en Algérie s'occupe principalement de l'aspect divertissement, puis de l'aspect social et d'autres domaines. 5/ Le secteur audiovisuel algérien a contribué à changer de nombreux modèles dominants dans la communauté locale, et il a réussi dans de nombreux cas en raison de ce qu'il offre et diffuse au public. 6/ Par rapport aux années précédentes, le secteur de l'audiovisuel a connu une évolution majeure de son apparence extérieure en développant ses techniques homologuées et en cherchant à se concentrer sur l'attraction et la création d'une position de prestige auprès de tous les publics. 7/ L'amélioration du secteur audiovisuel en Algérie est principalement due à la qualité de ce qu'il offre et diffuse au public, avec une amélioration de l'efficacité des efforts de développement des médias. les mots clés: Secteur audiovisuel, profilage, changement, étudiants en sciences des médias et de la communication (audiovisuel), Algérie, tendances.

الرقم	المحتويات
	اهداء
	مخلص الدراسة
	فهرس المحتويات
	قائمة الجداول
	قائمة الأشكال
أ	مقدمة
	الجانب النظري
	الفصل الاول: الاطار العام للدراسة
04	الإشكالية
06	التساؤلات
06	اهمية الدراسة
07	أهداف الدراسة
07	أسباب اختيار موضوع الدراسة
08	منهج الدراسة
10	أدوات جمع البيانات
11	مجتمع البحث والدراسة
12	عينة البحث
13	المقاربة النظرية
18	مفاهيم الدراسة
24	صعوبات الدراسة
	الفصل الثاني: الجانب التطبيقي
26	اجراءات الدراسة الميدانية
27	محور البيانات الشخصية وتحليلها
49	خاتمة
53	المراجع

قائمة الجداول:

الرقم	المحتويات
27	الجدول رقم 01: يمثل جنس العينة
28	الجدول رقم 02 : يمثل عمر العينة
29	الجدول رقم 03: يمثل مستوى العينة
30	الجدول رقم 04 :يمثل كيف ترى قطاع السمعى البصرى فى الجزائر اليوم.
31	الجدول رقم 05: يمثل ماهى أبرز مضامين السمعى البصرى الجزائرى التى أشبعت حاجات ورغبات الجمهور من حيث المحتوى .
32	الجدول رقم 06 : يمثل هل تعتقد أن قطاع السمعى البصرى يهتم بإيصال معلومات وثقافات جديدة الى الجمهور بالمستوى الذى يرضيه.
33	الجدول رقم 07 :يمثل الاعتقاد أن قطاع السمعى البصرى الجزائرى ساهم فى ترسيخ الثقافات المحلية المختلفة عبر الوطن فى ذهن الجمهور
34	الجدول رقم 08 :يمثل ما يقدمه قطاع السمعى البصرى الجزائرى كاف بالدرجة التى تجعله يؤثر على وعى وفكر الجمهور .
35	الجدول رقم 09: يمثل المعيار المناسب لاختيار للمضمون الملائم لاحتياجك كجمهور .
35	الجدول رقم 10 :يمثل اساس اختيار البرامج من القنوات التلفزيونية أو الاذاعية الجزائرية .
36	الجدول رقم 11: يمثل أسباب متابعتك الحقيقية للبرامج والرسائل الاعلامية المقدمة فى الاعلام السمعى البصرى الجزائرى
37	الجدول رقم 12 يمثل مساهمة بعض الرسائل الاعلامية لقطاع السمعى البصرى الجزائرى فى تغيير بعض من أنماطك السلوكية
38	الجدول رقم 13 يمثل مساهمة بعض الرسائل الاعلامية لقطاع السمعى البصرى الجزائرى فى تغيير بعض من أنماطك الأخلاقية .
39	الجدول رقم 14 :يمثل اختيار مضامين قطاع السمعى البصرى فى الجزائر من الناحية التكنولوجية .
40	الجدول رقم 15: يبين التمسك بعض التغييرات قد طرأت على الشكل الخارجى للرسائل الاعلامية فى قطاع السمعى البصرى الجزائرى مقارنة مع ما كان عليه فى السابق.

41	الجدول رقم 16 يبين كيف ترى محتوى قطاع السمعى البصرى فى الجزائر من حيث شبكته البرامجية.
42	الجدول رقم 17: يمثل كيف ترى محتوى قطاع السمعى البصرى فى الجزائر من حيث التقنيات المعتمدة فى تحسين وضعية القطاع
43	الجدول رقم 18 يمثل رؤية قطاع السمعى البصرى يلعب الدور الكبير فى قلب موازين فكر الجمهور ويكون تأثيره كبيرا للدرجة التى تدفعه لاتخاذ قرارات وتحكيم آراء منه.
44	الجدول رقم 19 يبين درجة تقديرك لمدى تحقيق قطاع السمعى البصرى لرسالته أو مضمونه الذى يسعى للوصول اليه.
44	الجدول رقم 20 يبين أفاق وتطلعات قطاع السمعى البصرى الجزائرى لتحسين مضامينه ومحتوى شبكته البرامجية.
45	الجدول رقم 21 يبين ارتقاء قطاع السمعى البصرى مرتبط بجودة ما يقدمه وبيئته للجمهور .
46	الجدول رقم 22: يبين قطاع السمعى البصرى فى الجزائر يسعى لتحسين ما يبئنه ويقدمه لجمهوره .

قائمة الاشكال:

الرقم	المحتويات
28	الشكل رقم 01: يمثل دائرة نسبية تمثل الجنس
29	الشكل رقم 02- دائرة نسبية تمثل السن
30	الشكل رقم 03: يمثل اعمدة بيانية المؤهل العينة

مقدمة

مقدمة

يعد مجال السمعى البصرى من أهم المجالات التى تقدم خدمات اجتماعية مختلفة للجمهور، فهو لا يزال محط اهتمام الحكومات المتعاقبة، حيث نجد أن التلفزيون الجزائرى كان موضع احتكار السلطة أكثر من 49 سنة على استرجاع السيادة، كما أن المراقبين يتساءلون على مدى العقود الأربعة الماضية ان كان تعامل السلطة القائمة فى الجزائر على مؤسستى الاذاعة والتلفزيون ينطوي على اعتبارهما أداة حكم او وسيلة اعلام، حيث أن قطاع السمعى البصرى فى هذا الإطار له دور كبير فى نقل وتفسير توجيهات السلطة للشعب، ولأن توجهات السلطة فى الجزائر طرأت عليها تغيرات بحسب المرحلة التى تمر بها فقد انعكس ذلك على قطاع السمعى البصرى حسب المراحل والفترات، لقد كان الهدف الأول لقطاع السمعى البصرى الذى يجب السيطرة عليه عند كل محاولة لتغيير النظام وذلك سواء بالانقلاب العسكرى أو بغيره من الوسائل الأخرى، حيث سعت كل الحكومات المتعاقبة لىسط سيطرتها على مؤسستى الاذاعة والتلفزيون.

انتشرت هيئة الضبط فى قطاع السمعى البصرى فى الدول الديمقراطية فى أواخر القرن العشرين (20)، حيث أصبح من غير الممكن أن تقوم الدولة بالتدبير المباشر للإعلام السمعى البصرى بواسطة الوسائل التقليدية التى تسير بها الإدارات والجماعات المحلية، فاذا كان لكل من السلطة التشريعية والتنفيذية والقضائية دورها فان الحقل الاعلامى والسمعى البصرى على وجه الخصوص كسلطة رابعة كانت قد منحت عملية ضبط وسائل الاتصال السمعى البصرى

لهيئة إدارية مستقلة، ففكرة ضبط وسائل الإعلام السمعية البصرية في الأصل تعود إلى الدول الأنجلوسكسونية وخصوصاً الولايات المتحدة الأمريكية.¹

إن من أكبر التحديات القديمة الجديدة التي تطرح بالبحر على الساحة الإعلامية مستقبلاً حتمية إنهاء احتكار الدولة للمجال السمعي البصري وفتحه للمبادرة الخاصة، لكن ضمن إطار قانوني وتنظيمي شفاف وعادل يتوفر على ضوابط المنافسة الشفافة والقانونية وحماية الثوابت التي تمثل أسمنت الوحدة الوطنية، وبالتالي هي حتمية بعد أن فشلت القنوات العمومية أو ما يوصف باليتمية في استقطاب كافة التوجهات والشرائح وسط تحولات سريعة بسرعة البرق. وما زاد من حدتها القصف الإعلامي الذي لا يتوقف على مدار اليوم تصنعه القنوات الفضائية الخارجية.

تمكنت الجزائر خلال السنوات الأخيرة من معرفة نوعاً من الانفتاح في المجال الإعلامي سواء تعلق ذلك بالصحافة المكتوبة أو مجال السمعي البصري، وذلك بعد أن كان محصوراً فقط على الإعلام العمومي، ونظراً لتعدد القنوات في مختلف البلدان العربية وبلدان المغرب العربي خاصة جعل الجزائر تنظم إلى جانب هذه الدول في هذا المجال الحساس من خلال عدة عوامل جعلتها تراقب تجارب الآخرين عن قرب في فتح قطاع السمعي البصري وتهتم كثيراً لأمره.

من خلال دراستنا التي سعينا من خلالها إلى معرفة اتجاهات طلبة السمعي البصري بجامعة قاصدي مرباح حول فتح قطاع السمعي البصري في الجزائر، كنا قد قسمنا هذه الدراسة إلى فصلين

¹ بلحاجي وهيب، البيئة القانونية لحرية الصحافة في الجزائر بعد 1999: الصحافة الخاصة كنموذج، مقال نشر في مجلة المفكر، العدد التاسع، جوان 2013، جامعة بسكرة، ص 498.

الفصل الأول:

الاطار المنهجي للدراسة: تناول كل من: الاشكالية، أهمية الدراسة، أهدافها، وأسباب اختيار الموضوع، تساؤلات الدراسة ومفاهيمها، منهج الدراسة، مجتمع البحث والعينة، وأداة الدراسة المعتمدة، والنظرية المختارة في الدراسة.

الفصل الثاني:

الاطار التطبيقي: والتي قمنا فيه بإجراءات الدراسة، تحليل وتفسير مخرجات الجداول البسيطة والمركبة، اضافة الى الاستنتاجات المرافقة لها واعطاء نتائج الدراسة وفي الأخير التطرق للخاتمة.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

صعوبات الدراسة

ثانيا: تساؤلات الدراسة:

ثالثا: أهمية الدراسة

رابعاً: أهداف الدراسة

خامساً: أسباب اختيار موضوع الدراسة

سادساً: منهج الدراسة

سابعاً: أدوات جمع البيانات:

ثامناً: مجتمع البحث والدراسة.

تاسعاً: المقاربة النظرية:

عاشراً: بطاقة فنية حول قسم السمع البصري.

الحادي عشر: مفاهيم الدراسة

أولاً: الإشكالية:

شهد القرن العشرين تحولات كبيرة في مجالات عديدة خاصة مجال الإعلام، حيث بزغت الثورة العلمية والتكنولوجية وظهرت الثورة الاتصالية الكبرى التي قربت المسافة بين بني البشرية بدايتها بالنزعة العالمية التي كانت عابرة للحدود الاقليمية بواسطة الأفكار والنظريات في كل أرجاء المعمورة وعرفت نهايته ظهور العولمة بكل تجلياته خاصة الاعلامية منها.

ان المنتبع اليوم لتطور المشهد الاعلامي في الجزائر، يلاحظ الانتقال التدريجي من تحرير الصحافة المكتوبة من خلال المادة 14 التي جاءت في قانون الاعلام لعام 1990 الى مرحلة جديدة وهي تحرير نشاط السمعى البصري من خلال المادة 02 من القانون المتعلق بنشاط السمعى البصري الصادر عام 2014 الذي يعد تجسيدا للمبادئ التي أقرها القانون العضوي للإعلام الصادر عام 2012.

انتظرت الجزائر سبعة وعشرون سنة من اصدار قانون اعلام يكرس التعددية الاعلامية عام 1990 لكي تبادر بفتح مجال السمعى البصري عام 2012 من خلال قانون الاعلام العضوي رقم 12-05.

ان الانفتاح الذي عرفه المشهد الاعلامي عام 2011، كان بظهور أول القنوات التلفزيونية الخاصة التي أحدثت حدثا اعلاميا وسياسيا كبيرين وقطيعا مع طبيعة المشهد الاعلامي السابق، بسبب تجدر ثقافة المشاهدة التقليدية للتلفزيون العمومي وبعض القنوات العربية والغربية التي لم تستجب الى أساسيات أي عمل تلفزيوني وهو الخدمة العمومية والمساهمة في التنشئة المدنية بدلا من البحث عن السبق الصحفي بكل الطرق بعيدا عن احترام أخلاقيات مهنة الصحافة.

يعتبر فتح قطاع السمعي البصري في الجزائر موضوعا قديما نسبيا وأن بروزه كتصور وكمنظور يعود الى سنوات التسعينات في اطار دستور 1989، جاء هذا الدستور بعدة تغييرات في مختلف المجالات، حيث أفرز هذا الأخير عدة مواد تخص ميدان الاعلام، لكنه أهمل جانب الاعلام السمعي البصري. حيث ظل محتكرا من طرف الدولة من خلال السيطرة على القناة الأرضية الوحيدة وقنوات الاذاعة الوطنية، لتتالى بعدها مناقشة مشاريع القوانين العضوية للاعلام التي تحاول فتح قطاع السمعي البصري واعطائه أكثر حرية، الى أن تعزز قطاع الاعلام في الجزائر خلال سنة 2014 بقانون النشاط السمعي البصري، وهو القانون الذي وضع لأول مرة اطارا قانونيا للفاعلين في هذا النشاط من القطاعين العام والخاص. والذي من شأنه احداث تغيير ملموس في وظيفة الاعلام السمعي البصري.

ان قضية فتح المجال الاعلامي السمعي البصري وانفتاحه على المجتمع وكذا تجسيد حرية الرأي والتعبير بتكريس مبدأ التعددية الاعلامية قضية كانت الشغل الشاغل لدى أصحاب القرار خصوصا في اصدار القوانين التي تنظم عمل وسائل الاعلام ومراقبتها بغية التحكم فيها والاستفادة من قوتها وتأثيرها، مع توخي الحذر من آثارها عندما تكون خارج السيطرة، ليبقى العامل الرئيسي اتجاه انفتاح القطاع السمعي البصري السلطة من جهة، والدور الذي يلعبه المنتجون الخواص على المستوى المحلي والدولي من جهة أخرى، وصولا الى ضرورة مراعاة متطلبات الجمهور والخصوصية الاجتماعية الجزائرية.

تتمحور دراستنا حول انفتاح قطاع السمعي البصري على عينة علوم الاعلام والاتصال، والتي ستحاول الاجابة عن مجموعة من الأسئلة ، مع امكانية تغيير المحتوى والشكل من أجل رصد اتجاهاتهم المختلفة حول ذلك.

ومن هذا المنطلق يمكننا طرح التساؤل الرئيسي لهذه الدراسة، والذي مفاده:

ماهي اتجاهات طلبة السمعى البصري بجامعة ورقلة حول فتح قطاع السمعى البصري في الجزائر؟

ثانيا:تساؤلات الدراسة:

انطلاقا من التساؤل الرئيسي للدراسة، انبثقت عدة تساؤلات فرعية وهي:

1/ كيف ينظر لفتح قطاع السمعى البصري في الجزائر من حيث تقديمه للمضامين أو الرسائل الاعلامية من وجهة نظر أفراد العينة؟

2/ ما مدى استهلاك الجمهور لمضامين السمعى البصري في الجزائر من وجهة نظر أفراد العينة؟

3/ هل بعث قطاع السمعى البصري في الجزائر آفاقا جديدة في الشكل أو المضمون أو الاثنين معا حسب رؤية أفراد العينة؟

ثالثا: أهمية الدراسة

تكمن قيمة هذه الدراسة في بحث استراتيجية عمل قطاع السمعى البصري، ورصد اتجاهات طلبة السمعى البصري حول فتح قطاع السمعى البصري ومجابهة التحديات الحائلة دون ذلك، مع تغيير المواد الاعلامية شكلا ومضمونا ومحاولة ازالة الغبار عن ما كان عليه قطاع السمعى البصري في الجزائر قديما، وذلك حسب الظروف الطاغية عليه من حيث التمويل، المحسوبة، وغيره من الأمور.

كما تتمثل أهمية الدراسة أيضا في اثراء رصيد البحث العلمي لمثل هذه الدراسات، حيث تستفيد منها عدة جهات بحثية علمية وحتى عملية، اضافة الى مختلف المجالات

التي تهتم بهذا الجانب، كذلك السعي الى تحقيق وتشخيص واقع الاعلام السمعي البصري في الجزائر بصفة خاصة.

رابعاً: أهداف الدراسة

لكل دراسة أو بحث علمي أكاديمي أهداف يتميز بها عن بقية الأبحاث أو الدراسات وذلك حسب رؤية الباحث، ومن أبرز أهداف بحثنا نذكر الآتي:

- التعرف على واقع السمعي البصري في الجزائر والتعمق في حيثياته.
- كشف أبرز قراءات الاعلاميين لواقع التغيير الذي لمسها قطاع السمعي البصري في الفترة الأخيرة.
- تحديد مدى التقدم والحدثة التي حققها قطاع السمعي البصري بين الماضي والحاضر.
- ابراز العوائق والمصاعب التي تطغى على عملية فتح قطاع السمعي البصري في الجزائر.
- التعرف على مدى تثمين أو تعجيز قطاع السمعي البصري في الجزائر.

خامساً: أسباب اختيار موضوع الدراسة

ان أي موضوع قابل للدراسة الا وله أسباب تدفعنا لإنجازه، و من أهمها نذكر:

1/ أسباب ذاتية: وتتضمن:

- ✓ حب الاطلاع ومحاولة التعمق أكثر في معرفة آليات عمل قطاع السمعي البصري في الجزائر.
- ✓ الاهتمام الكبير بمعالجة هذا الموضوع، للخروج بنتيجة حتمية حول مدى تميّط أو اضافة بعض لمسات التغيير في قطاع السمعي البصري في الجزائر.

✓ ميول دراسة تخصصي مع الرغبة في إكشاف منعرجاته والتطلع أكثر لفهم خبايا هذا القطاع.

2/ اسباب موضوعية: ومن ابرزها:

- ✓ العمل على الخروج بثمرة بحثية من هاته الدراسة.
- ✓ التوصل لنتائج علمية وعملية حول تميمط أو تغيير قطاع السمعى والبصرى.
- ✓ التعرف على كيفية استهلاك الجمهور للمضامين لقطاع السمعى البصرى، ومدى قدرتها في التأثير على آرائهم ومعتقداتهم.
- ✓ تسليط الضوء على واقع قطاع السمعى البصرى وما لحق به من تغييرات في المستوى التشريعى والهيكلى.
- ✓ تدخل هذه الدراسة ضمن التخصص .

سادسا: منهج الدراسة

لدراسة وتحليل أي موضوع لا بد من تطبيق منهج علمي يستجيب لطبيعة الموضوع واحتياجاته، والمنهج العلمي يتبع أسلوبا منظما وفق خطة معينة للوصول للحقائق.

أ/ تعريف المنهج:

يعني الأساليب والمداخل المتعددة التي يستخدمها الباحث في جميع البيانات اللازمة لبحثه، والتي سيصل من

خلالها الى نتائج أو تغييرات أو تنبؤات أو نظريات.¹

وقد استخدمنا في دراستنا هذه المنهج الوصفي.

ب/ المنهج الوصفي:

¹ ابراش ابراهيم، المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان- الأردن - 2009، ص66.

هو أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد من خلال فترة أو فترات زمنية معلومة وذلك من أجل الحصول على نتائج عملية تم تفسيرها بطريقة موضوعية وبما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة، يرتكز هذا المنهج على وصف دقيق وتفصيلي لظاهرة أو موضوع محدد على صورة نوعية أو كمية رقمية.¹

المنهج الوصفي يهدف كخطوة أولى الى جمع بيانات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع اجتماعي وتحليل ما تم جمعه من بيانات بطريقة موضوعية كخطوة ثانية تؤدي الى التعرف على العوامل المكونة والمؤثرة على الظاهرة كخطوة ثالثة، يضاف الى ذلك أن هذا المنهج يعتمد لتنفيذه على مختلف طرق جمع البيانات كالمقابلات الشخصية والملاحظة المباشرة الآلية منها والبشرية، واستمارات الاستبانة وتحليل الوثائق والمستندات وغيرها.²

أهم ما يميز هذا المنهج أنه يوفر بيانات مفصلة عن الواقع الفعلي للظاهرة أو موضوع الدراسة، كما أنه يقدم في الوقت نفسه تفسيراً واقعياً للعوامل المرتبطة بموضوع الدراسة تساعد على قدر معقول من التنبؤ المستقبلي للظاهرة.³

سابعا: أدوات جمع البيانات:

تعتبر مرحلة تجميع البيانات من المراحل المهمة في البحث العلمي، فكل باحث عند دراسته لظاهرة معينة يقوم بتحديد نوعية البيانات اللازمة لاختبار فرضياته، كما ويحدد

عبيدات محمد وآخرون، منهجية البحث العلمي - القواعد والمراحل والتطبيقات - ط2، دار وائل للطباعة والنشر،

¹ عمان - الأردن - 1999، ص46.

² نفس المرجع السابق، ص ص46-47.

³ المرجع السابق، ص47.

طرق جمع الأدلة والبراهين، فيتفحص مزايا هذه الطرق ويختار أكثرها ملائمة لتحقيق أهداف بحثه.

ونظرا لطبيعة موضوعنا فقد اعتمدنا في اختيار أداة جمع البيانات الخاصة بدراستنا على

أداة الاستبيان.

أداة الاستبيان:

هي عبارة عن مجموعة من الأسئلة المكتوبة التي تعد بقصد الحصول على معلومات وآراء المبحوثين حول ظاهرة أو موقف معين، تعد الاستبانة من أكثر الأدوات المستخدمة في جميع البيانات الخاصة بالعلوم الاجتماعية التي تتطلب الحصول على معلومات أو معتقدات أو تصورات أو آراء الأفراد، ومن أهم ما تتميز به الاستبانة هو توفير الكثير من الوقت والجهد على الباحث.¹

يحتاج تصميم الاستبيان الى خبرة واحتياطات كبيرة² ويختلف من بحث لآخر وفقا لموضوع البحث وأهدافه وحجمه وطبيعة البيانات المطلوبة. لا توجد مبادئ علمية تعتمد في تصميمه بل يعتمد على مجموعة من القواعد التطبيقية المرتبطة بالخبرة المكتسبة في البحوث العلمية، ويجب أن يصمم الاستبيان سواء من حيث المحتوى أو من حيث الشكل بشكل تدفع المستقضي منهم للتفاعل والمشاركة في تقديم اجابات كاملة ودقيقة.

عبيدات محمد وآخرون، منهجية البحث العلمي - المراحل، التطبيقات، والقواعد- ط2، دار وائل للطباعة والنشر، عمان -الأردن- 1999، ص63

²Gauthy- Sinechal martine et vendercammen marc (2005) :« études de marchés- méthodes et outils »2eme édition ; de boeck université, bruxelles ; op, cit.p 198.

يتم ارسال الاستبانة الى أفراد الدراسة اما بالبريد لتعبئتها واعادتها الى الباحث، أو قد يتم تعبئتها بوجود الباحث شخصيا، كما قد يتم تعبئتها عن طريق الهاتف، كما أن هناك طريقة حديثة لتعبئة الاستبانة هي استخدام الكمبيوتر، وتستخدم في حالة وجود أجهزة كمبيوتر لدى الأفراد المشمولين بالدراسة، وتكون هذه الأجهزة متصلة بما يسمى بـ "Net work"، حيث يقوم الباحث بإرسال نسخة من الاستبانة عن طريق الكمبيوتر ويأتي الرد أيضا عن طريق الكمبيوتر.¹

وقد اخترنا لدراستنا الاستمارة الالكترونية عبر البريد الالكتروني ومواقع التواصل الاجتماعي.

تعريف الاستمارة الالكترونية:

هي التي يتم ارسالها الى الأشخاص موضوع الدراسة ليقوموا بتسجيل اجاباتهم على الأسئلة الواردة بهم، و ثم اعادته ثانية الى الباحث، يمكن أن تصل الاستبيانات الالكترونية كثيرا من الناس في مناطق واسعة ومنتشرة بسرعة وسهولة ولها أهمية عند قياس الاتجاهات أو قياس الرأي العام مثلا.²

ثامنا: مجتمع البحث والدراسة.

1/ مجتمع البحث:

¹ عبيدات محمد وآخرون: منهجية البحث العلمي- المراحل، القواعد، التطبيقات ط2، دار الشروق للطباعة والنشر، عمان- الأردن- 1999، ص 63.

² الجرجاوي زياد بن علي: القواعد المنهجية التربوية لبناء الاستبيان، مطبعة أبناء الجراح، فلسطين - مدينة غزة - 2010، ص 26.

(هناك من يطلق عليه مجتمع الدراسة الأصلي) ويقصد به كامل أفراد أو أحداث أو مشاهدات موضوع البحث أو الدراسة.¹

المجتمع المستهدف هو ذلك الكل من الوحدات التي يستقي منها الباحث العينة التي يريد دراستها، وبالتالي فهو يمتاز بكثرة العدد والانتشار الى درجة يستحيل دراسته بالكامل.²

ومجتمع البحث في دراستنا هذه يتمثل في طلبة السمعى البصري (سنة أولى وسنة ثانية ماستر).

2/ عينة البحث:

العينة: هي عبارة عن مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة معينة، واجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي.³

والعينة التي ناسبت دراستنا هي **العينة القصدية**، نظرا لأن مجتمع البحث صغير وعدد مفرداته قليل ويمكن حصره.

العينة القصدية:

يقوم الباحث في هذه العينة على الاختيار على أساس أنها تحقق أغراض الدراسة التي يقوم بها بما يخدم أهداف دراسته و بناءا على معرفته دون أن يكون هناك قيود أو

¹ عبيدات محمد وآخرون: منهجية البحث العلمي -المراحل، القواعد، التطبيقات- ط2، دار الشروق للطباعة والنشر، عمان-الأردن-1999، ص84.

² تمار يوسف: تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، مطبعة كرم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2007، ص17.

³ عبيدات محمد وآخرون: منهجية البحث العلمي- المراحل، القواعد، التطبيقات - ط2، دار الشروق للطباعة والنشر، عمان-الأردن-1999، ص84.

شروط غير التي يراها هو مناسبة من حيث الكفاءة أو المؤهل العلمي أو الاختصاص أو غيرها، وهذه عينة غير ممثلة لكل كافة وجهات النظر ولكنها تعتبر أساس متين للتحليل العلمي ومصدر ثري للمعلومات التي تشكل قاعدة مناسبة للباحث حول موضوع الدراسة.¹

وعليه فقد كانت عينة الدراسة على طلبة سنة أولى و سنة ثانية ماستر سمعي بصري.

تاسعا: المقاربة النظرية:

1/تعريف النظرية:

هي عبارة عن مجموعة مترابطة من المفاهيم والتعريفات والقضايا والتي تكون رؤية منظمة للظواهر عن طريق تحديدها للعلاقات بين المتغيرات بهدف تفسير الظواهر والتنبؤ بها.²

أما أنولدروس في كتابه (النظرية والمنهج في العلوم الاجتماعية)، فقد عرف النظرية بأنها: " بناء متكامل، يضم مجموعة تعريفات وافتراضات وقضايا عامة تتعلق بظاهرة معينة، بحيث يمكن أن يستنبط منها منطقياً مجموعة من الفروض القابلة للاختبار ".³

تناولت دراستنا من حيث نظريات الاعلام والاتصال " نظرية تحليل الاطار الاعلامي ".

¹ الطويسي أحمد زياد: مجتمع البحث والعينات، مديرية تربية لواء البتراء، 2001، ص6.

² البشر سعود محمد: نظرية التأثير الاعلامي، ط1، دار العبيكان للنشر، الرياض - المحمدية - 2014، ص 112.

³ ابراش ابراهيم، المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان - الأردن - 2008، ص55.

2/ نظرية تحليل الاطار الاعلامي:

تعد نظرية تحليل الاطار الاعلامي واحدة من الروافد الحديثة في دراسات الاتصال، حيث تسمح للباحث بقياس المحتوى الضمني للرسائل الاعلامية التي تعكسها وسائل الاعلام، وتقدم هذه النظرية تفسيراً منظماً لدور وسائل الاعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات حيال القضايا البارزة وعلاقة ذلك باستجابات الجمهور المعرفية والوجدانية لتلك القضايا.¹

عرفها محمد بسيوني بأنها: " زاوية التناول الاعلامي في اطار يعود الى ذهن القائم بالاتصال، حيث يقوم منتج الخطاب بتأطيره بما يتناسب مع أفكاره واتجاهاته، وذلك بالتركيز على جوانب أخرى داخل الخطاب الاعلامي و ابراز عناصر وتهميش لأخرى لتحقيق أهداف ايديولوجية أو فكرية خاصة بالقائم بالاتصال ، أو بالوسيلة التي أنتج الخطاب من خلالها".²

3/ نشأة نظرية تحليل الاطار الاعلامي:

تجد فكرة تشكيل الأطر أصولها في كل من علم النفس وعلم الاجتماع، التي ترى أن التعديلات التي تدخل على تعريفات الأحكام تؤدي الى تغيير فيها، ويربط علم الاجتماع تشكيل الأطر في وسائل الاعلام بالثوابت من القيم والمعتقدات، ومن هنا كانت الفكرة الرئيسية لتشكيل الاطار الاعلامي على أنه تنظيم للأحداث وربطه بسياقات معينة ليكون للنص أو للمحتوى معنى معيناً، تبلورت نظرية الأطر الاعلامية على يد عالم الاجتماع (Erving Goffman) عام 1974م، الذي طور مفهوم البناء الاجتماعي والتفاعل الرمزي من خلال مناقشته لقدرة الأفراد على تكوين مخزون من الخبرات

¹ مكاوي عماد حسن، السيد حسين ليلي: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة - مصر - 1998، ص348.

² حسونه عبده محمد نسرين: نظريات الاعلام والاتصال، شبكة الألوكة، 2015، ص24.

يحرك مدركاتهم ويحثهم على حسن استخدام خبراتهم الشخصية وذلك عن طريق أطر اعلامية مناسبة تضيف على المضمون منى ومغزى، وحدد بدقة مصطلح الأطر والاجراءات المتبعة في هذا النوع من التحليل، وذلك في كتابه " تحليل الأطر " FramingAnalysis، و أشار (Goffman) في هذا الكتاب الى أن الاطار هو "العمليات التي يقوم بها الانسان في تصنيف وتنظيم وتفسير الواقع والتي تسهل عملية فهم المعلومات ووضع الأحداث في سياقها".¹

ومثلت فترة الثمانينات من القرن بداية التشكيل الحقيقي لملامح هذا المدخل النظري الجديد الذي له علاقة قوية بمفاهيم التفاعل الرمزي والواقع الاجتماعي، فقد أفادت دراسات واسهامات (Entman) باحثي الأطر الاعلامية تحديدا دراستين أولهما عام (1993م)، والتي أظهرت دور الايديولوجيات وأثرها في عملية التأطير وذلك عندما قارن بين أطر حادثتي سقوط طائرتي ركاب كوريا الجنوبية وايران، وثانيهما عام (2003م) حيث تناول فيها أثر أحداث 11 سبتمبر 2001م، في النظرة للحرب على الارهاب وقدم نموذجه المعروف باسم الشلال، كما تعد جهود (Scheufele)، إضافة لتطور نظرية الأطر الاعلامية خاصة دراسته عام (1999م) التي أبرزت جوانب عملية التأطير كعملية موازية لعملية وضع الأجندة خاصة جانبي وضع الاطار وبنائه.²

4/فرضيات نظرية تحليل الأطر الاعلامية:لنظرية تحليل الأطر الاعلامية عدة فرضيات أبرزها:³

▪ تفترض هذه النظرية أن الأحداث لا تتطوي في حد ذاتها على مغزى معين، وانما تكتسب مغزاها من خلال وضعها في اطار (Frame)، يحددها وينظمها ويضيف

¹المرجع السابق، ص ص 24-25.

² حسونة نسرين: نفس المرجع السابق، ص25.

³المشاقبة عبد الرحمن بسام: نظريات الاتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان - الأردن - 2015، ص153.

عليها قدرا من الاتساق من خلال التركيز على بعض جوانب الموضوع واغفال جوانب أخرى. فالاطار الاعلامي هو تلك الفكرة المحورية التي تنظم حولها الأحداث الخاصة بقضية معينة.

▪ والاطار الاعلامي لقضية ما يعني انتقاء متعمد لبعض جوانب الحدث أو القضية وجعلها أكثر بروزا في النص الاعلامي، واستخدام أسلوب محدد في توصيف المشكلة وتحديد أسبابها وتقييم أبعادها وطرح حلول مقترحة بشأنها.

▪ تفترض البحوث الخاصة بالأطر الاعلامية فرضا علميا وهو أن تركيز وسائل الاعلام في رسائلها على جوانب بعينها في القضية دون غيرها من الجوانب، أي تحديدها لأطر خبرية بعينها، يؤدي ذلك بدوره الى وجود معايير مختلفة يستخدمها أفراد الجمهور عندما يفكرون في هذه القضية ويشكلون آرائهم بشأنها. (نسرين حسونة)

▪ تفترض البحوث الخاصة بهذه النظرية أن اختلاف وسائل الاعلام في تحديد الأطر الاعلامية يؤدي الى اختلاف أحكام الجمهور المرتبط بكل وسيلة فيما يتعلق بتشكيل المعارف والاتجاهات نحو القضايا المثارة.

علاقة نظرية تحليل الاطار الاعلامي بموضوع الدراسة:

اخترنا نظرية تحليل الاطار الاعلامية وميزناها عن باقي النظريات في موضوع دراستنا لأنها توفى بغرض البحث وذلك من خلال أنها تهتم بقياس وتحليل محتوى المضامين الاعلامية، كما تهدف لتشكيل وتحديد الأفكار والاتجاهات والثقافات وحتى المعتقدات الجديدة وتغيير القديمة منها، حيال مختلف قضايا واهتمامات الشارع أو الجمهور المستهدف، مع الاستمرارية في الاطلاع على كل جديد، ومعرفة المدى الاستهلاكي لاستجابة الجمهور نحو تلك القضايا والتطلعات المهمة بالواقع الداخلي أو الخارجي.

عاشرا: بطاقة فنية حول قسم السمعى البصرى.

التطور التاريخى للقسم:¹

أولاً: مرحلة الشعبة: تم افتتاح شعبة علوم الاعلام والاتصال على مستوى الجامعة والكلية فى الموسم الدراسى 2012/2011، بتعداد 249 طالبا و15 أستاذ، منهم سبعة (07) دائمين والباقي مؤقتين. بعد الانتقال والتوجيه من جذع مشترك سنة أولى علوم انسانية قسم العلوم الانسانية الذى انطلق التدريس به بداية من الموسم الجامعى 2011/2010.

وضم تخصص واحد فى الليسانس الأكاديمى هو اتصال وعلاقات عامة تخرجت أول دفعة منه بالموسم الجامعى 2013/2012.

و بالموسم الجامعى 2014/2013 افتتاح التدريس بالماستر أكاديمى تخصص تكنولوجيا الاتصال الجديدة، تزامن مع تهيكاللقسم وانفصاله عن قسم العلوم الانسانية حسب المرسوم التنفيذى رقم 13-77 المؤرخ فى 18 صفر 1434هـ الموافق لـ 30 يناير 2013، المادة 02 من القرار.

ثانياً: التطورات بالقسم بعد المرحلة الأولى:

بالتكوين بالتدرج- ليسانس وماستر: شهد قسم علوم الاعلام والاتصال اضافة تخصصات ثم اعادة مطابقة لتخصصات القسم، مع زيادة عدد الأساتذة وعدد الدفعات كونه التخصص الوحيد بالكلية الذى يوجه اليه الطالب بعد دراسته القاعدية فى الجذع المشترك العلوم الانسانية كمايلي:

¹ فريدة عمومى: مصلحة الاحصاء فى كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، 2021/04/6، 11:15.

1/ بالموسم الجامعي 2016/2015: اضافة تخصص الاذاعة والتلفزيون بالماستر أكاديمي، يضم نسبة 20 % من الطلبة الأوائل المتخرجين بالدفعة حسب رغبتهم بالتخصص.

2/ وبالموسم الجامعي 2017/2016: وبعد اعادة المطابقة في التكوين التي عرفتھا تخصصات الكلية حسب القرار رقم 853 المؤرخ في 26/07/2016، أعيد فصل تخصص الليسانس الى تخصصين هما الاتصال والاعلام يتم التوجيه اليهما حسب رغبة الطلبة ومعدلاتهم في الترتيب.

3/ وبداية في الموسم الجامعي 2018/2017 وحسب القرار رقم 835 المؤرخ في 27 جويلية 2017 بدأ التدريس حسب التخصصات الجديدة بالماستر هما الاتصال الجماهيري و الوسائط الجديدة و السمعي البصري.

4/ وبالموسم الجامعي 2019/2018 أضيف التكوين المهني بالقسم بتخصص لغات أجنبية مطبقة في المؤسسات، سيتخرج بهذا الموسم أول دفعة منه.

أما التكوين بما بعد التدرج فانه أفتتح بالموسم الجامعي 2020/2019، وتضم 09 مقاعد موزعة على 03 تخصصات للمسابقة وهي:

1-الاتصال الجماهيري.

2-سمعي بصري والتقنيات الجديدة.

3-صحافة مطبوعة والكترونية.

الحادي عشر: مفاهيم الدراسة

1/ قطاع: ¹

¹ أبادي الفيروز: القاموس المحيط، ط6، مؤسسة الرسالة، 1998، ص 867.

لغة: قطاع جمع قطاعات: ما قطع من الشيء.

قطاع يشمل الأنشطة المختلفة التي تزاولها الحكومة المركزية، السلطات المحلية، والشركات المؤممة.... وغيرها، والقطاع هو قطاع الخدمات، كقطاع الزراعة، قطاع الصناعة، قطاع الفلاحة..... الخ.

2/ السمعى البصري:¹

لغة: السمع هو حس الأذن، والأذن ماوقر فيها من شيء تسمعه، وقالوا: ذلك سمع أذني.

أما البصر: فهو العين، ولقيته بصرا: حين يستطاع الابصار عند اختلاط النور بالظلمة. وردت في معجم اللغة العربية المعاصرة ازدواج البصر أي اعتلال الرؤيا بحيث تتم رؤية الشيء مزدوجا بين سمع الناس وبصرهم جهارا تحت سمعه و بصره أمامه بحيث يسمعه ويراه قريبا منه.

اصطلاحا:²

هو كل ما يستخدم من صور وصوت بشكل مزدوج كالسينما والتلفزيون بالإضافة الى كل ما تعلق بالصوت والصورة مترادفان.

وعرفه المعجم العالى الفرنسى للسمعى البصرى بأنه: هو مجموعة خدمات تتكون من الاذاعة الراديو ومختلف الخدمات المسموعة والمرئية حسب الطلب.

التعريف الاجرائى للسمعى البصرى:

¹ عمر مختار أحمد: معجم اللغة العربية المعاصرة، المجلد الأول، ط1، دار عالم الكتب، القاهرة، 2008، ص212.

² شلبي كرم، معجم المصطلحات الاعلامية، دار الشروق، بيروت، د سنة، ص45

هو كل ما يتعلق بالصوت والصورة أو ربطها معا، لتجسيد صورة واحدة تجسد معنا ومغزى لكل ماتحملة في طياتها.

3/ قطاع السمعى البصرى:1

هي خدمات سمعية بصرية أو الاثتين معا موجهة للعامّة أو بعضهم، مجانا أو بمقابل، عن طريقة وسيلة للاتصال أيا كانت التقنية المستعملة في ذلك شرط أن تكون مخصصة للاستعمال بين مجموعة مغلقة من المستعملين لأغراض محددة في اطار مصلحة مشتركة.

4/ التعريف الاجرائى لقطاع السمعى البصرى:

قطاع السمعى البصرى هو ذلك الحيز الاعلامى الذى تتعدد وسائله بين السمعية والبصرية والالكترونية، تسعى للوصول لعمق فكر الجمهور والاستحواد على تركيزه وغرائزه مع محاولة التأثير فيه بشكل كبير، وذلك بالتنوع والانفراد في بث المضامين الاعلامية من أجل تلبية احتياجاته واشباع رغباته الاستهلاكية المختلفة.

5/ تعريف مصطلح الجزائر:

على ضفاف المتوسط الذى نشأت حوله سائر مدنات العالم، وعلى هامة القارة الافريقية العتيقة، يتوسط قطر الجزائر عقد المغرب العربى الثمين بين أخويه الشقيقين: القطر التونسى ذات اليمين، والقطر المغربى ذات اليسار.²

¹Le conseil supérieur de l'audiovisuel : [www.csa.fr/services interactifs/ web-tv-web-radio/](http://www.csa.fr/services_interactifs/web-tv-web-radio/) la definition des services relevant de la communication audiovisuel.

² توفيق أحمد: جغرافية القطر الجزائرى، الناشئة الاسلامية، الجزائر، 1948، ص 4.

الجزائر (تيفيناغ) هي دولة عربية ذات سيادة تقع في شمال افريقيا، تقع في أقصى شمال البلاد، بمساحة تبلغ

2381741 كلم².¹

الجزائر هي عاشر أكبر بلد في العالم والأولى افريقيا وعربيا ومنتوسطيا، والثانية في العالم الاسلامي بعد جمهورية كازاخستان، تحيط بالجزائر عدة دول بسبب اتساع مساحتها، فمن الشرق: تحدها تونس على طول 965 كلم، وليبيا بـ 982 كلم، ومن الغرب المملكة المغربية بـ 1559 كلم، والصحراء الغربية بـ 42 كلم، ومن الجنوب: النيجر بـ 956 كلم ومالي بـ 1376 كلم و موريتانيا بـ 463 كلم، ومن الشمال البحر المتوسط بساحل طوله 1200 كلم.²

لموقع الجزائر أهمية استراتيجية وخصائص حيوية تجمع بين ميزات نادرة استمدتها من موقعها المتوسط في خريطة العالم القديم، فهي جسر اتصال ومحور التقاء بين أوروبا و افريقيا وبين المغرب العربي والشرق الأوسط، وممرا حيويا للعديد من طرق الاتصال العالمية برا وبحرا وجوا.³

تعريف التنميط:

لغة: النمط:⁴ هو الطريقة والمذهب، ومنه كلهم على نمط واحد، أي طريقة واحدة.

نمط الشيء، جعله على نفس النوع أو الأسلوب.

اصطلاحا:

¹www.wikipedia.dz (12/03/2021/.10 :40).

² لعروق الهادي محمد: أطلس الجزائر والعالم، دار الهدى للنشر والتوزيع، ص13.

³ نفس المرجع السابق، ص13.

⁴ ابن منظور: لسان العرب، ج9، ط1، دار احياء التراث العربي للطباعة والنشر، بيروت-لبنان - 1999، ص 46.

التميط يفيد اختيار شكل، أو استعمال، أو مصطلح لغوي دون غيره من الأشكال أو المصطلحات السائدة في ميدان معين وذلك الاعتماد بالخصوص على مقاييس تعتبر شرط كفاية، نظرا الى أن شرط اللزوم متوفر. في طرق الوضع ومناهج الترجمة.¹

والهدف من التمييط تجنب الاعتباطية ووضع مقاييس لاختيار المصطلحات مع تصنيف تلك المقاييس وضبط ميادين تطبيقها.²

التعريف الاجرائي: نقصد بالتميط ذلك النهج أو الطريقة المتأصلة بداخل الفرد منذ نشأته، والتي يقوم باتباعها والأخذ بها في معتقداته وطريقة تفكيره ولا يحاول تغييرها أو تحسينها.

علاقة التمييط بموضوعنا:

يرتبط موضوع دراستنا بمصطلح التمييط من خلال أن بعض البرامج والقنوات التلفزيونية أو الاذاعية خاصة العمومية منها بقيت محتفظة بنفس نمطها وشبكاتها البرمجية، ومحتفظة أيضا على ما تقدمه وما تبثه في برنامجها المقدم، فبعض عناوين البرامج وحتى تلك الوسائل الاعلامية المتعددة العامة أو الخاصة بقيت كالسابق تقريبا كالأخبار مثلا، يحدث أحيانا تغيير عنوان البرنامج أو جعله أكثر ملائمة واثارة من سابقه أما مضمونه فيحتفظ بمعالمه وخصائصه.

مفهوم التغيير:³

لغة: ورد في المعجم الوسيط تعريف التغيير على النحو التالي:

¹ الحمزاوي رشاد محمد: المنهجية العامة لترجمة المصطلحات وتوحيدها وتمييطها، دار العرب الاسلامية، بيروت، لبنان، 1986، ص64.

² نفس المرجع السابق، ص60.

³ النمران العطييات محمد بن يوسف: ادارة التغيير والتحديات العصرية للمدير، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان-الأردن-2006، ص 91.

غير الشيء أي بدله بغيره أو جعله على غير ما كان عليه، ويقال غيرت بيتي بمعنى بنيتها بناء غير الذي كان.

اصطلاحا:

التغيير هو التحول الحاصل في صيغ الوظائف أو الهياكل أو العمليات والقرارات والسلوكيات في الأفراد أو في التفاعل ما بينهما، نتيجة للتحويلات في الظواهر المحيطة، فالتغيير علاقة ما بين السبب والنتيجة فيمكن للتغيير أن يكون رد فعل لسلسلة من الأحداث الماضية أو رغبة لتحويل الوضع بناء على احتمالات مستقبلية.¹

التعريف الاجرائي:

هو تلك السلسلة من التحويلات التي تطرأ على وضع معين، ويعني التنقل من مرحلة التوازن القائم من قبل الى مرحلة التوازن المستهدف الوصول اليه لتحقيق هدف ما، وهو أيضا التحول من القديم الى الجديد.

علاقة التغيير بموضوع بحثنا:

نعني بالتغيير في موضوعنا هو ذلك التغيير الذي يمس مضامين ومحتوى قنوات وبرامج السمعى البصري (الاذاعة والتلفزيون)، مع تغير احتياجات ورغبات الجمهور من فترة لأخرى ومحاولة تلبيتها بالتنوع والجودة المطلوبين، إضافة الى مواجهة كافة التحديات والعراقيل الواقفة ضد تميز وتقدم مجال السمعى البصري، والتوافد الاعلامي الخارجي مع محاولة الحفاظ على الهوية الوطنية وذلك من خلال ما تبثه وتقدمه تلك

¹عبوي منير زيد: ادارة التغيير والتطوير، ط1، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان- الاردن- 2007، ص53.

البرامج والقنوات، ودخول مضمار سباق المنافسة الخارجية والداخلية للنهوض أكثر بازدهار السمعى البصرى.

صعوبات الدراسة

ان أى بحث علمى يمكن انجازه، لابد له أن يمر بصعوبات وعوائق لكنها تبقى المحفز للنجاح ورفع التحدى للباحث للتألق فى المجال العلمى، ويمكن تلخيصها فىمايلى:

1/ نقص فى المراجع حول الموضوع المختار للدراسة.

2/ صعوبة الحصول على كافة أفراد العينة للإجابة عن أسئلة الاستبيان.

3/ حداثة الموضوع وقلة الباحثين فى المجال، صعب من انجازه بسلاسة ويسر.

4/ ضيق الوقت الممنوح لإنجاز المذكرة.

الفصل الثاني:
الاطار التطبيقي

اجراءات الدراسة الميدانية:

بعد الدراسة المنهجية التي تطرقنا اليها في بحثنا العلمي كأي بحث علمي آخر، تأتي بعدها الدراسة التطبيقية لتضع اسقاطاتها الميدانية على ما ورد في الدراسة.

حيث قمنا بإجراء استمارة استبيان خاصة بموضوعنا " فتح قطاع السمعى البصري في الجزائر بين التتميط والتغيير"، تحتوي على محورين أساسيين البيانات الشخصية، ومحور البيانات الموضوعية والتي تنفرع منهما ثلاثة (03) محاور ثانوية وهي:

المحور الأول تضمن ستة (06) اسئلة فرعية تحت مضمون "قطاع السمعى البصري في الجزائر وواقع المضامين الاعلامية.

المحور الثاني تضمن ستة (06) أسئلة فرعية تحت مضمون " الجمهور والمضامين الاعلامية لقطاعي السمعى البصري في الجزائر.

المحور الثالث تضمن ثمانية (08) اسئلة فرعية تحت مضمون " الآفاق الجديدة لقطاع السمعى البصري في الجزائر من حيث الشكل والمضمون.

بعد انجاز أسئلة الاستبيان وضبط منهج محتواها المطلوب حسب الدراسة المنجزة، قمنا بتقديمها للجنة التحكيم والتي اخترنا فيها ثلاثة أساتذة وهم: * أستاذ الزاوي محمد الطيب.

* أستاذ حمايمي محرز.

* أستاذ صالحى عبد الرحمن.

بعد تصحيحها من قبلهم، وضبط كل ما يلزم لإخراجها في أحسن صورة لتجسيد دراسة البحث العلمي الخاصة بي، قاموا بإرجاعها وبعدها قمت بتصحيحها وتنسيق ماتم تعديله فيها مع محتوى الدراسة المعد مسبقا.

المرحلة التي تلت العمليات السابقة، كانت توزيع استمارة الاستبيان على عينة الدراسة المختارة وهي العينة القصدية، والتي كانت على " طلبة علوم الاعلام والاتصال (ماستر 1-2 تخصص سمعي بصري)، بعد أن تم جمع العينة والاجابة على أسئلة الاستبيان بكل أمانة وموضوعية نسبة لأن أصحاب التخصص في فقه وعلم بكل ما فيها.

وبعد تفريغ 80 استمارة على عدد مفردات العينة، أسفرت عن مجموعة من البيانات والنتائج، التي خلصت الى دلالات احصائية تناولناها بالتحليل والتفسير ضمن هذا الفصل.

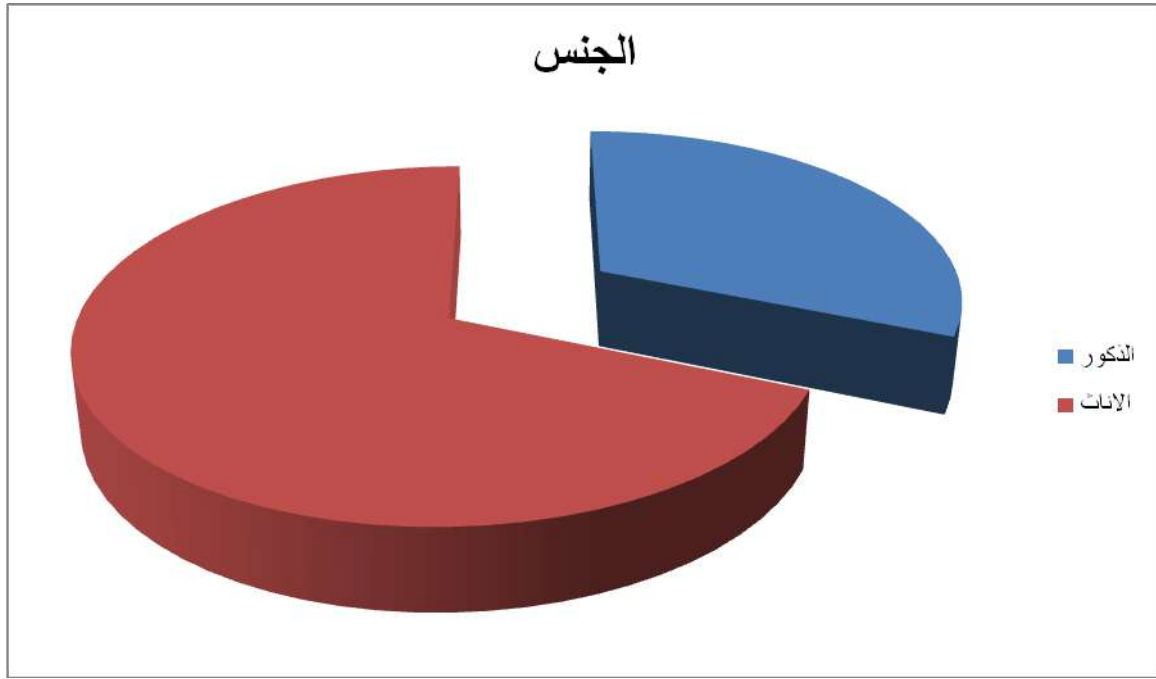
محور البيانات الشخصية :

1/ الجنس:

الجدول رقم 01: يمثل جنس العينة

الفئة	التكرار	النسبة
الذكور	25	31.25
الاناث	55	68.75
المجموع	80	100

من خلال المعطيات الكمية الواردة في الجدول اعلاه والخاص بأفراد العينة حسب متغير الجنس فانه يبين لنا ان فئات العمرية غير متمحورة حول فئة معينة حيث يظهر لنا في التشتت في المعطيات في الجدول التالي: نلاحظ الفئة الاعلى من بين الجنسين هي فئة الاناث بنسبة 68.75% بتكرار 55 مفردة، ثم تليها فئة الذكور بنسبة 31.25% بتكرار 25 مفردة.



الشكل رقم 01: يمثل جنس العينة

من خلال التحليل نستنتج ان فئة البنات هي الاعلى من فئة الذكور هذا راجع الى البنات كونهم مهتمين بالتخصص، ومعظمهم اجابوا بالصدق ودقة التعبير وهذا ما يجعل المعلومات والآراء حول موضوع الدراسة دقيقة وموضوعية.

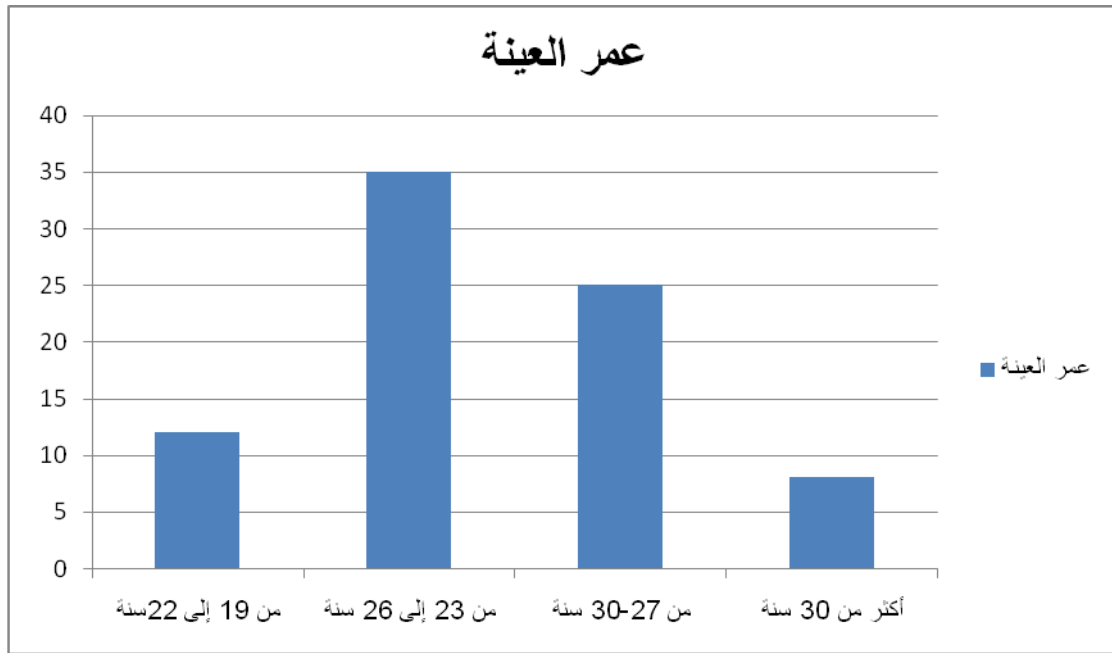
2/ السن:

الجدول رقم 02 : يمثل عمر العينة

الفئة	التكرار	النسبة
من 19 إلى 22 سنة	12	15
من 23 إلى 26 سنة	35	34.75
من 27-30 سنة	25	31.25
أكثر من 30 سنة	08	10
المجموع	80	100

من الجدول نلاحظ أن عدد الطلبة والطالبات من 19 إلى 22 سنة هم 12 طالب وطالبة وكانت نسبتهم 15 % وهي أكبر نسبة، في حين كان عدد الطلبة والطالبات

المحصورين بين 23 إلى 26 سنة هم 35 طالب وطالبة وكانت نسبتهم 34.75%، بينما كان عدد الطلبة والطالبات المحصورين بين من 27-30 سنة هم 25 طالب وطالبة نسبتهم 31.25% بالمائة، أما الطلبة والطالبات الأكثر من 30 سنة وهم 8 طالب وطالبة ونسبتهم 10 بالمائة، وعليه يمكن أن نقول أن غالبية الطلبة والطالبات كانوا من الفئة العمرية المحصورة بين وكما نشير إلى أنه هناك فئة عمرية أخرى عددها لا يقل أهمية على الفئة السابقة وهو محصور بين 23 و26 سنة.



الشكل رقم 02 : يبين عمر العينة.

3/ المستوى:

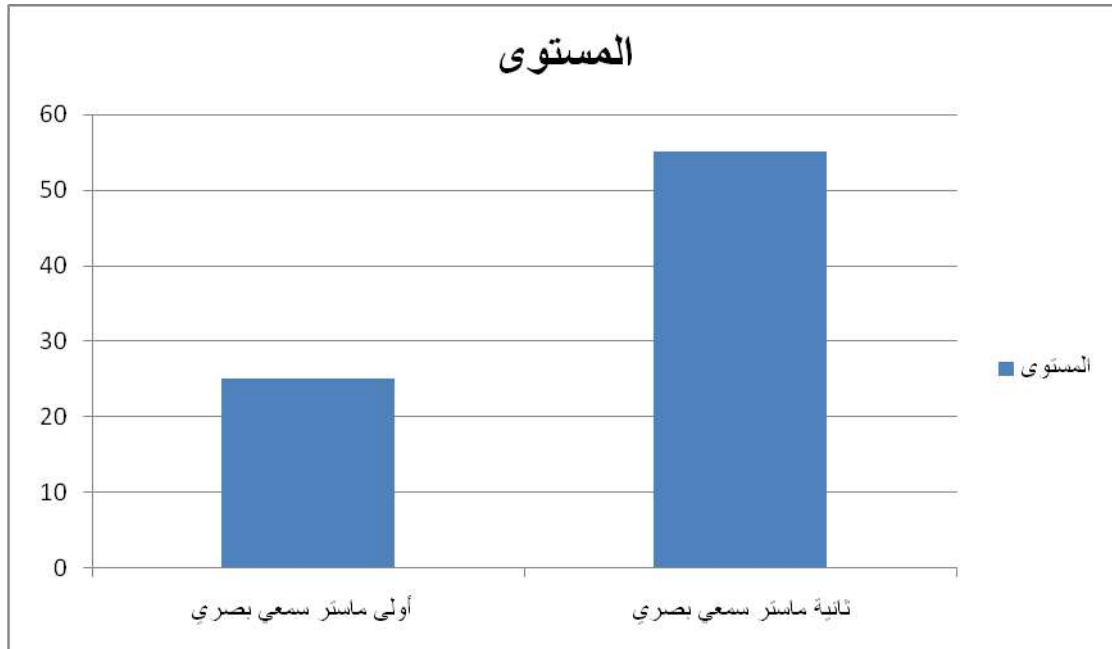
الجدول رقم 03: يمثل مستوى العينة

الفئة	التكرار	النسبة
أولى ماستر سمعي بصري	25	31.25
ثانية ماستر سمعي بصري	55	68.75
المجموع	80	100

من خلال المعطيات الكمية الواردة في الجدول اعلاه والخاص بأفراد العينة حسب متغير المستوى فإنه يبين لنا ان فئات العمرية غير متمحورة حول فئة معينة حيث

يظهر لنا في التشتت في المعطيات في الجدول التالي: الفئة الاعلى هي فئة ثانية ماستر سمعي بصري بنسبة 68.75% بتكرار 55 مفردة، في حين تأتي فئة أولى ماستر بنسبة 31.25% بتكرار 25 مفردة.

من خلال التحليل نستنتج ان معظم الطلبة الذين يدرسون السنة الثانية ماستر تخصص اتصال سمعي بصري هم الاكثر المفردات التي أجابت على الاستمارة هذا راجع الى كونهم يطمحون للعمل بعد التخرج من التخصص، في حين انه تخصص ذو شعبية كبيرة عند الطلبة مقارنة بعدد الاستمارات الموزعة.



الشكل رقم 03 : يبين مستوى العينة

2-محور البيانات الموضوعية :

المحور الأول: قطاع السمعي البصري في الجزائر وواقع المضامين الاعلامية.

1/ الجدول رقم 04 :يمثل كيف ترى قطاع السمعي البصري في الجزائر اليوم؟

الفئة	التكرار	النسبة
جيد	05	6.25
في تحسن	15	18.75

لا يوجد تغيير	10	12.5
بعيد عن المستوى المطلوب	50	62.5
المجموع	80	100

من خلال المعطيات الكمية الواردة في الجدول اعلاه والخاص بأفراد العينة حسب متغير كيف ترى قطاع السمعى البصري في الجزائر اليوم؟ فإنه يبين لنا ان فئات العمرية غير متمحورة حول فئة معينة حيث يظهر لنا في التشتت في المعطيات في الجدول التالي: نرى ان الفئة الاعلى من بين النسبة هي فئة بعيد عن المستوى المطلوب بنسبة 62.5%، ثم تليها فئة في تحسن بنسبة 18.75%، ثم تأتي فئة لا يوجد تغيير بنسبة 12.5%، وفي الاخير تأتي فئة جيد بنسبة 6.25%.

من خلال التحليل نستنتج ان القطاع السمعى البصري في الجزائر اليوم بعيد عن المستوى المطلوب هذا راجع الى عدم وجود المراقبة المفروضة بالإضافة الى نقص الفئات والخبرات لكل الموظفين، ونقص في مؤطيري مثل المدراء ورؤساء التحرير... الخ.

2/الجدول رقم 05: يمثل ماهي أبرز مضامين السمعى البصري الجزائري التي أشبعت حاجات ورغبات الجمهور من حيث المحتوى .

النسبة	التكرار	الفئة
18.75	15	برامج اجتماعية
12.5	10	برامج ثقافية
12.5	10	برامج سياسية
6.25	5	برامج علمية
25	20	برامج ترفيهية

6.25	5	برامج رياضية
2.5	2	برامج اقتصادية
11.25	9	برامج الأطفال
5	4	برامج خاصة بالمرأة
00	00	الأفلام الوثائقية
100	80	المجموع

من خلال المعطيات الكمية الواردة في الجدول اعلاه والخاص بافراد العينة حسب متغير ماهي أبرز مضامين السمعي البصري الجزائري التي أشبعت حاجات ورغبات الجمهور من حيث المحتوى فانه يبين لنا ان فئات العمرية غير متمحورة حول فئة معينة حيث يظهر لنا في التشتت في المعطيات في الجدول التالي: من خلال حساب النسبة لكل فئة نرى ان الفئة الاعلى من بينهم فئة برامج ترفيهية بنسبة 25%، ثم تليها فئة برامج اجتماعية بنسبة 18.75%، ومن بعد تأتي فئة برامج ثقافية وفئة برامج سياسية بنسبة 12.5%، ثم تأتي فئة برامج الأطفال بنسبة 11.25%، وفئة برامج رياضية وفئة برامج سياسية بنسبة 6.25%، ثم في الاخير فئة برامج خاصة بالمرأة بنسبة 5%، الا ان فئة الأفلام الوثائقية معدومة تماما 00.

من خلال التحليل نستنتج أن أبرز مضامين السمعي البصري الجزائري التي أشبعت حاجات ورغبات الجمهور من حيث المحتوى هي المضامين وبرامج ترفيهية.

3/ الجدول رقم 06 : يمثل هل تعتقد أن قطاع السمعي البصري يهتم بإيصال معلومات وثقافات جديدة الى الجمهور بالمستوى الذي يرضيه.

النسبة	التكرار	الفئة
18.75	15	نعم
81.25	65	لا
100	80	المجموع

من خلال المعطيات الكمية الواردة في الجدول اعلاه والخاص بافراد العينة حسب متغير هل تعتقد أن قطاع السمعى البصرى يهتم بإيصال معلومات وثقافات جديدة الى الجمهور بالمستوى الذى يرضيه فانه يبين لنا ان فئات العمرية غير متمحورة حول فئة معينة حيث يظهر لنا فى التشتت فى المعطيات فى الجدول التالى: الفئة الاعلى فى النسب هى فئة لا بنسبة فاقت 81.25% بتكرار 65 ، ثم فئة نعم بنسبة 18.75% بتكرار 15.

5/ الجدول رقم 07: يمثّل الاعتقاد أن قطاع السمعى البصرى الجزائرى ساهم فى ترسيخ الثقافات المحلية المختلفة عبر الوطن فى ذهن الجمهور؟

الفئة	التكرار	النسبة
نعم	10	12.5
لا	70	87.5
المجموع	80	100

من خلال المعطيات الكمية الواردة فى الجدول اعلاه والخاص بافراد العينة حسب متغير هل تعتقد أن قطاع السمعى البصرى الجزائرى ساهم فى ترسيخ الثقافات المحلية المختلفة عبر الوطن فى ذهن الجمهور فانه يبين لنا ان فئات العمرية غير متمحورة حول فئة معينة حيث يظهر لنا فى التشتت فى المعطيات فى الجدول التالى: الفئة الاعلى فى الجدول هى فئة لا بنسبة 87.5% بتكرار 70 مفردة، ثم تليها فئة نعم بنسبة 12.5% بتكرار 10 مفردة.

6/ الجدول رقم 08: يمثل ما يقدمه قطاع السمعى البصرى الجزائرى كاف بالدرجة التى تجعله يؤثر على وعى وفكر الجمهور .

الفئة	التكرار	النسبة
نعم	20	25
لا	60	75
المجموع	80	100

من خلال المعطيات الكمية الواردة فى الجدول اعلاه والخاص بأفراد العينة حسب متغير هل ما يقدمه قطاع السمعى البصرى الجزائرى كاف بالدرجة التى تجعله يؤثر على وعى وفكر الجمهور فانه يبين لنا ان فئات العمرية غير متمحورة حول فئة معينة حيث يظهر لنا فى التشتت فى المعطيات فى الجدول التالى: نلاحظ ان فئة لا ليس ما يقدمه القطاع السمعى البصرى فى الجزائر من درجة الوعى نالت النسبة الاعلى والتي قدرت بـ 75% بتكرار 60، ثم تليها فئة نعم بنسبة 25% بتكرار 20 مفردة.

من خلال اجابات المفردات نستنتج أن قطاع السمعى البصرى فى الجزائر لا يقدم بالدرجة الكافية المحتوى الاعلامى وقد لا يؤثر على وعى وفكر الجمهور الجزائرى هذا مانراه حاليا من برامج ترفيهية ورياضية واقتصادية كما لاحظناه فى الجدول الماضى

المحور الثانى: الجمهور و المضامين الاعلامية لقطاعى السمعى البصرى فى الجزائر.

1/الجدول رقم 09: يمثل المعيار المناسب لاختيار للمضمون الملائم لاحتياجك كجمهور .

الفئة	التكرار	النسبة
معيار سوسولوجي	10	12.5
معيار تثقيفي - علمي	40	50
معيار تقني	15	18.75
معيار ترفيهي	5	6.25
معيار التطلع الى الأخبار الجديدة	10	12.5
المجموع	80	100

من خلال المعطيات الكمية الواردة في الجدول اعلاه والخاص بأفراد العينة حسب متغير في نظرك ما هو المعيار المناسب لاختيار للمضمون الملائم لاحتياجك كجمهور فانه يبين لنا ان فئات العمرية غير متمحورة حول فئة معينة حيث يظهر لنا في التشتت في المعطيات في الجدول التالي: معيار تثقيفي - علمي بنسبة 50%، ثم تليها فئة معيار تقني بنسبة 18.75%، ومن بعد تأتي فئة معيار سوسولوجي وفئة معيار التطلع الى الأخبار الجديدة بنفس النسبة قاربت الى 12.5%، وفي الاخير فئة معيار ترفيهي 6.25.

2/ الجدول رقم 10: يمثل اساس اختيار البرامج من القنوات التلفزيونية أو الاذاعية الجزائية .

النسبة	التكرار	الفئة
18.75	15	على أساس محتوى البرامج
18.75	15	على أساس شكل البرامج
62.5	50	على أساس المحتوى والشكل معا
100	80	المجموع

من خلال المعطيات الكمية الواردة في الجدول اعلاه والخاص بأفراد العينة حسب متغير على أي أساس تختار برامجك من القنوات التلفزيونية أو الاذاعية الجزائرية فانه يبين لنا ان فئات العمرية غير متمحورة حول فئة معينة حيث يظهر لنا في التشتت في المعطيات في الجدول التالي: نلاحظ أن الفئة الاعلى بنسبة على أساس المحتوى والشكل معا 62.5% بتكرار 50 مفردة، على أساس شكل البرامج على أساس محتوى البرامج بنسبة 18.75% بتكرار 15 مفردة.

معظم المفردات قد اجاب انها تختار برامجها من القنوات التلفزيونية والإذاعية على أساس المحتوى والشكل معنا هذا لأنه معظم الطلبة يدرسون تخصص اتصال سمعي بصري وينتقون الاخبار التي تفيدهم ومحتوياتهم ذات معاني ثقافية.

3/ الجدول رقم 11: يمثل أسباب متابعتك الحقيقية للبرامج والرسائل الاعلامية المقدمة في الاعلام السمعي البصري الجزائري .

الفئة	التكرار	النسبة
اشباع رغبة زيادة الوعي والمعرفة	7	8.75
اشباع رغبة تنمية الجانب الفكري	9	11.25
تغيير المعتقدات السائدة	10	12.5
حب الميول الى اكتشاف الجديد	15	18.75
التنفيس على الروح	16	20
ميول النفس الى برامج معينة	4	5
تحسين المزاج	19	23.75
المجموع	80	100

من خلال المعطيات الكمية الواردة في الجدول اعلاه والخاص بأفراد العينة حسب متغير ما هي أسباب متابعتك الحقيقية للبرامج والرسائل الاعلامية المقدمة في الاعلام السمعي البصري الجزائري فانه يبين لنا ان فئات العمرية غير متمحورة حول فئة معينة حيث يظهر لنا في التشتت في المعطيات في الجدول التالي: نلاحظ من خلال ايجابيات مفردات العينة سواء الطلبة أو الطالبات ان النسبة الاعلى من بين الفئات هي فئة تحسين المزاج 23.75%، ثم تليها فئة التنفيس على الروح 20%، ومن بعد تأتي فئة حب الميول الى اكتشاف الجديد بنسبة 18.75%، وتليها فئة تغيير المعتقدات السائدة بنسبة 12.5%، و ثم فئة اشباع رغبة تنمية الجانب الفكري 11.25%، اشباع رغبة زيادة الوعي والمعرفة بنسبة 8.75%، و ثم تأتي فئة ميول النفس الى برامج معينة بنسبة 5%.

نستنتج ان الانسب التي تجعلني اتابع للبرامج والرسائل الاعلامية المقدمة في الاعلام السمعي البصري الجزائري من أجل تحسين المزاج، التنفيس على الروح.

4.الجدول رقم 12 يمثل مساهمة بعض الرسائل الاعلامية لقطاع السمعي البصري الجزائري في تغيير بعض من أنماطك السلوكية :

الفئة	التكرار	النسبة
نعم	23	28.75
لا	57	71.25
المجموع	80	100

من خلال المعطيات الكمية الواردة في الجدول اعلاه والخاص بأفراد العينة حسب متغير هل ساهمت بعض الرسائل الاعلامية لقطاع السمعي البصري الجزائري في تغيير بعض من أنماطك السلوكية فانه يبين لنا ان فئات العمرية غير متمحورة حول فئة معينة حيث يظهر لنا في التشتت في المعطيات في الجدول التالي:نرى من خلال اجابات الطلبة على الاستمارة ان الفئة الاعلى من بين فئة نعم او لا هي فئة لا بنسبة تجاوزت النصف قدرت بـ 71.25% بتكرار 57 مفردة، ثم تليها فئة نعم بنسبة 28.75% بتكرار 23 مفردة.

5/الجدول رقم 13 يمثل مساهمة بعض الرسائل الاعلامية لقطاع السمعي البصري الجزائري في تغيير بعض من أنماطك الأخلاقية .

الفئة	التكرار	النسبة
نعم	49	66.12
لا	31	38.75
المجموع	80	100

من خلال المعطيات الكمية الواردة في الجدول اعلاه والخاص بأفراد العينة حسب متغير هل ساهمت بعض الرسائل الاعلامية لقطاع السمعي البصري الجزائري في تغيير بعض من أنماطك الأخلاقية فانه يبين لنا ان فئات العمرية غير متمحورة حول فئة معينة حيث يظهر لنا في التشتت في المعطيات في الجدول التالي: نرى أن الفئة الاعلى من بين الفئتين هي فئة لا بنسبة 35.75% بتكرار 31 مفردة، ثم تليها فئة نعم بنسبة 66.12% بتكرار 49 مفردة.

حاليا ومع نسبة الاجابات التي أقرت بلا تعمل وسائل القطاع السمعي البصري على تغيير من انماط الاخلاقية للجمهور بسبب ما تنتشره حاليا من وتقوم وسائل الإعلام بعملية تبادل للأفكار والآراء بين أبناء المجتمع وذلك من شأنه أي يُضفي الشرعية على الوضع العام في المجتمع، وتدعم وسائل الإعلام المعايير العامة السائدة في المجتمع فتعاقب كل من خرج عن هذه المعايير، وتقوم وسائل الإعلام بخلق المثل المجتمعي من خلال تقديمها للنماذج الإيجابية في ما يتعلق بأمور الحياة أو الفن أو الثقافة، ولا بد من الإشارة للدور الهام لوسائل الإعلام في تنشأة المجتمع والمساعدة على توحيد على قاعدة مشتركة من الخبرات الجماعية والقيم، ويكون للإعلام الدور الأهم في حال وجود أزمات اقتصادية أو سياسية أو في حالات الحروب، إذا فلوسائل الإعلام الدور المهم والأثر البالغ في دعم البناء الثقافي والاجتماعي للمجتمع وعدم وجود أي خلل.

6/ الجدول رقم 14: يمثل اختيار مضامين قطاع السمعي البصري في الجزائر من الناحية التكنولوجية .

الفئة	التكرار	النسبة
نعم	56	70
لا	24	30
المجموع	80	100

من خلال المعطيات الكمية الواردة في الجدول اعلاه والخاص بأفراد العينة حسب متغير هل اختلفت مضامين قطاع السمعى البصري في الجزائر من الناحية التكنولوجية فانه يبين لنا ان فئات العمرية غير متمحورة حول فئة معينة حيث يظهر لنا في التشتت في المعطيات في الجدول التالي: نرى الفئة الاعلى هي فئة نعم بنسبة 70% بتكرار 56 مفردة، ثم تليها فئة لا بنسبة 30% بتكرار 24 مفردة.

معظم مفردات العين اجابوا بنعم اختلفت مضامين القطاع السمي البصري في الجزائر من ناحية التكنولوجية من خلال معرفة كيفية العمل والإنتاج، وهي معارف منظمة ومشكلة لتقنيات مجمعة لدى الأفراد ، إمكانيات وطاقات ومعارف، تسمح لهم بتوجيه الآلة وتنظيم الإنتاج توفير نظام مناسب للاتصالات، توفير المتطلبات المالية اللازمة لتوفير المكان والأجهزة والبرمجيات، توفير المتطلبات البشرية والخيرات اللازمة والمؤهلة.

المحور الثالث: الآفاق الجديدة لقطاع السمعى البصري في الجزائر من حيث الشكل والمضمون.

1/ الجدول رقم 15: يبين التمسك بعض التغييرات قد طرأت على الشكل الخارجى للرسائل الاعلامية في قطاع السمعى البصري الجزائري مقارنة مع ما كان عليه في السابق.

الفئة	التكرار	النسبة
نعم	69	86.25
لا	11	13.75
المجموع	80	100

من خلال المعطيات الكمية الواردة في الجدول اعلاه والخاص بأفراد العينة حسب متغير هل التمسك بعض التغييرات قد طرأت على الشكل الخارجى للرسائل الاعلامية

في قطاع السمعى البصرى الجزائرى مقارنة مع ما كان عليه فى السابق فإنه يبين لنا ان فئات العمرية غير متمحورة حول فئة معينة حيث يظهر لنا فى التشتت فى المعطيات فى الجدول التالى: النسبة الاعلى لفئة نعم بنسبة 86.25% بتكرار 69 مفردة، ثم فئة لا بنسبة 13.75% بتكرار 11 مفردة.

من خلال التحليل نرى أن مفردات العينة أجابة بنعم على وجود بعض التغيرات على الشكل الخارجى للرسائل الاعلامية فى قطاع السمعى البصرى بالجزائر مقارنة على ما كان عليه سابقا بسبب تطور فكرة الأداء وخاصة فى المجال السمعى البصرى ودخلت مصطلحات جديدة كالفعالية والإنتاجية والالوان وتطبيقات اخرى على شتى الرسائل سواء من ناحية الشكل او المضمون، لان اصبح للمتلقى خيارات كثيرة مما يولد التنافس بين المؤسسات السمعية البصرية ، ولهذا ارتباط وثيق بقياس الأداء.

الجدول رقم 16 يبين كيف ترى محتوى قطاع السمعى البصرى فى الجزائر من حيث شبكته البرامجية.

الفئة	التكرار	النسبة
جيدة	15	18.75
متوسطة	25	31.25
ضعيفة	40	50
المجموع	80	100

من خلال المعطيات الكمية الواردة فى الجدول اعلاه والخاص بأفراد العينة حسب متغير كيف ترى محتوى قطاع السمعى البصرى فى الجزائر من حيث شبكته البرامجية فإنه يبين لنا ان فئات العمرية غير متمحورة حول فئة معينة حيث يظهر لنا فى التشتت فى المعطيات فى الجدول التالى : ترى مفردات العينة أن محتوى قطاع السمعى البصرى فى الجزائر من حيث شبكته البرامجية بأنها ضعيفة بنسبة 50%، ثم تليها فئة متوسطة بنسبة 31.25%، وفى الاخير تاتي فئة جيدة بنسبة 18.75%.

نرى من خلال التحليل أن مفردات العينة أن محتوى قطاع السمعى البصري في الجزائر من حيث شبكته البرمجية بأنها ضعيفة من خلال تقديمها للبرامج السخرية والمستوى الهابط بالاضافة الى انتشار نوع من الصحافة صحافة الفضائح والأخبار المفبركة.

الجدول رقم 17: يمثل كيف ترى محتوى قطاع السمعى البصري في الجزائر من حيث التقنيات المعتمدة في تحسين وضعية القطاع .

النسبة	التكرار	الفئة
25	20	في طريق التميز وخلق مكانة رفيعة في مجال الاعلام
25	20	غير متطورة بالقدر الكافي
50	40	لازال بعيدا عن المستوى المنشود
100	80	المجموع

من خلال المعطيات الكمية الواردة في الجدول اعلاه والخاص بأفراد العينة حسب متغير كيف ترى محتوى قطاع السمعى البصري في الجزائر من حيث التقنيات المعتمدة في تحسين وضعية القطاع فانه يبين لنا ان فئات العمرية غير متمحورة حول فئة معينة حيث يظهر لنا في التشتت في المعطيات في الجدول التالي: نرى ان الفئة الاعلى من بين الفئات هي فئة لا تزال بعيدا عن المستوى المنشود بنسبة 50%، ثم تليها فئة في طريق التميز وخلق مكانة رفيعة في مجال الاعلام وفي نفس المرتبة تأتي فئة غير متطورة بالقدر الكافي لنسبة 25%.

ترى مفردات العينة أن محتوى قطاع السمعى البصري في الجزائر من حيث التقنيات المعتمدة في تحسين وضعية القطاع لا يزال بعيدا عن المستوى المنشود.

الجدول رقم 18 يمثل رؤية قطاع السمعى البصرى يلعب الدور الكبير فى قلب موازين فكر الجمهور ويكون تأثيره كبيرا للدرجة التى تدفعه لاتخاذ قرارات وتحكيم آراء منه.

الفئة	التكرار	النسبة
دائما	9	11.25
غالبا	32	40
أحيانا	36	45
نادرا	10	15.5
أبدا	7	8.75
المجموع	80	100

من خلال المعطيات الكمية الواردة فى الجدول اعلاه والخاص بأفراد العينة حسب متغير هل ترى أن قطاع السمعى البصرى يلعب الدور الكبير فى قلب موازين فكر الجمهور ويكون تأثيره كبيرا للدرجة التى تدفعه لاتخاذ قرارات وتحكيم آراء منه فإنه يبين لنا ان فئات العمرية غير متمحورة حول فئة معينة حيث يظهر لنا فى التشتت فى المعطيات فى الجدول التالى: من خلال الاجابات نرى ان مفرداتنا اجابت على فئة احيانا ترى أن قطاع السمعى البصرى يلعب الدور الكبير فى قلب موازين فكر الجمهور ويكون تأثيره كبيرا للدرجة التى تدفعه لاتخاذ قرارات وتحكيم آراء منه بنسبة 45%، ثم تليها فئة غالبا بنسبة 40%، ومن بعد تأتي فئة نادرا بنسبة 15.5%، ومن بعد تليها فئة دائما بنسبة 11.25%، وفى الاخير تأتي فئة أبدا بنسبة 8.75%.

من خلال التحليل نستنتج أن قطاع السمعى البصرى أحيانا ما يلعب الدور الكبير فى قلب موازين فكر الجمهور ويكون تأثيره كبيرا للدرجة التى تدفعه لاتخاذ قرارات وتحكيم آراء منه.

الجدول رقم 19 يبين درجة تقديرك لمدى تحقيق قطاع السمعى البصري لرسالته أو مضمونه الذي يسعى للوصول اليه.

الفئة	التكرار	النسبة
درجة كبيرة	28	35
درجة متوسطة	42	52.5
درجة ضعيفة	10	12.5
المجموع	80	100

من خلال المعطيات الكمية الواردة في الجدول اعلاه والخاص بأفراد العينة حسب متغير ما درجة تقديرك لمدى تحقيق قطاع السمعى البصري لرسالته أو مضمونه الذي يسعى للوصول اليه فانه يبين لنا ان فئات العمرية غير متمحورة حول فئة معينة حيث يظهر لنا في التشتت في المعطيات في الجدول التالي : نرى ان الفئة الاولى من بين الفئات كانت من نصيب فئة درجة متوسطة بنسبة 52.5% بتكرار 42 مفردة، ثم تليها فئة درجة كبيرة بنسبة 35% بتكرار بتكرار 28، وفي الاخير تأتي فئة درجة ضعيفة بنسبة 12.5% بتكرار 10 مفردات.

الجدول رقم 20 يبين أفاق وتطلعات قطاع السمعى البصري الجزائري لتحسين مضامينه ومحتوى شبكته البرامجية.

الفئة	التكرار	النسبة
تلبية احتياجات ورغبات الجمهور بمستوى عال من الجودة	16	20
الاهتمام بجذب واستقطاب أكبر كم ممكن من الجمهور	44	55
تطوير وسائل وتقنيات السمعى البصري المهيكلة في المؤسسة	20	25
المجموع	80	100

من خلال المعطيات الكمية الواردة في الجدول اعلاه والخاص بأفراد العينة حسب متغير من وجهة نظرك ماهي أفاق وتطلعات قطاع السمعى البصرى الجزائرى لتحسين مضامينه ومحتوى شبكته البرامجية يبين لنا ان فئات العمرية غير متمحورة حول فئة معينة حيث يظهر لنا في التشتت في المعطيات في الجدول التالى : الاهتمام بجذب واستقطاب أكبر كم ممكن من الجمهور بنسبة 55%، ثم تأتي فئة تطوير وسائل وتقنيات السمعى البصرى المهيكلة في المؤسسة بنسبة 25% ثم تليها فئة تطوير وسائل وتقنيات السمعى البصرى المهيكلة في المؤسسة بنسبة 20%.

نستنتج من خلال تحليل ان مفردات عيناتنا قد أقرت بوجود أفاق وتطلعات قطاع السمعى البصرى الجزائرى لتحسين مضامينه ومحتوى شبكته البرامجية من خلالالنهوض بممارسة حرية الاتصال السمعى البصرى وضمان حرية التعبير الفردية والجماعية والالتزام بأخلاقيات المهنة واحترام حقوق الإنسان بما تحمله من احترام لكرامة الإنسان وللحياة الخاصة للمواطنين ، وللتعددية الفكرية ولمبادئ الديمقراطية، دعم وتطوير القطاع العمومى للاتصال السمعى البصرى ومدته بمقومات الجودة والمنافسة للقيام بمهام المرفق العام، احترام القوانين والتنظيمات المتعلقة بحقوق المؤلف والحقوق المجاورة. تحفيز وتشجيع الاستثمار الخاص في هذا القطاع وخلق اتصال سمعى بصرى وطنى منتج.

الجدول رقم 21 يبين ارتقاء قطاع السمعى البصرى مرتبط بجودة ما يقدمه وبيئته للجمهور .

الفئة	التكرار	النسبة
نعم	66	82.5
لا	14	17.5
المجموع	80	100

من خلال المعطيات الكمية الواردة في الجدول اعلاه والخاص بأفراد العينة حسب متغير هل ترى أن ارتفاع قطاع السمعى البصري مرتبط بجودة ما يقدمه وبيئته للجمهور ؟ فإنه يبين لنا ان فئات العمرية غير متمحورة حول فئة معينة حيث يظهر لنا في التشتت في المعطيات في الجدول التالي: نرى أن الفئة الاعلى من بين الفئتين هي نعم فئة بنسبة 82.5%، ثم فئة لا بنسبة 17.5%.

نستنتج من خلال التحلي أن ارتفاع قطاع السمعى البصري نعم مرتبط بجودة ما يقدمه وبيئته للجمهور وتحسين فعالية جهود تطوير وسائل الإعلام، و على المعنيين بهذا القطاع الاضطلاع بدورهم في دعم التقارب البيني في مجال الإعلام وخدمات الاتصال السمعى البصري، و توظيفها في نشر جيد للمعلومة وفهم صحيح للمشاكل المطروحة من خلال "تطوير لغة الحوار والتسامح، والتصدي لما يتهدد مجتمعاتنا من برامج هدامة"، متوقفا عند الحساسية التي تطبع مواقعهم المهنية و الدور المنوط بهم في خدمة القضايا المصيرية للأمة.

الجدول رقم 22: يبين قطاع السمعى البصري في الجزائر يسعى لتحسين ما بيئته ويقدمه لجمهوره .

الفئة	التكرار	النسبة
نعم	35	43.75
لا	45	56.25
المجموع	80	100

من خلال المعطيات الكمية الواردة في الجدول اعلاه والخاص بأفراد العينة حسب متغير هل ترى قطاع السمعى البصري في الجزائر يسعى لتحسين ما بيئته ويقدمه لجمهوره فإنه يبين لنا ان فئات العمرية غير متمحورة حول فئة معينة حيث يظهر لنا

في التثنت في المعطيات في الجدول التالي: لا بنسبة 56.25% بتكرار 45 مفردة، ثم تليها فئة نعم بنسبة 43.75% بتكرار 35 مفردة.

من خلال ما يقدمه التلفزيون الجزائري في قطاع سمعي بصري لتحسين ما يبثه ويقدمه لجمهوره إلا أنه لا يرقى الى مستوى ما يريده الجمهور. ويقوم بتطوير وسائل وتقنيات السمعي البصري المهيكلة في المؤسسة.

بث برامج سمعية بصرية من طرف منظمي تظاهرات لمدة محدودة وذات طابع ثقافي أو تجاري أو اجتماعي مثل المهرجانات والمعارض والمعارض التجارية وتظاهرات التماس الإحسان العمومي ، إحداث واستغلال شبكات للاتصال السمعي البصري قصد التجربة، توزيع خدمات للاتصال السمعي البصري ذات الولوج المشروط بواسطة الأقمار الاصطناعية (الساتل) من طرف متعهدين لا يوجد مقرهم بالتراب الوطني.

خاتمة

خلاصة القول أن الصورة كانت ولا زالت دوماً أفضل وأبلغ من أي لسان، فهي لم تعد أفضل من ألف مقال، بل صارت أفضل من مليون مقال، وذلك راجع للمثل الصيني الذي يقول: " رب صورة تعادل ألف كلمة "، فبصورة واحدة فقط قد يتغير كل مسار الأحداث والوقائع. كما أن لها أثر كبير في التأثير على الآراء والاتجاهات من خلال بثها عبر التلفزيون وباقي الفضائيات الأخرى.

سعى دوماً قطاع السمعى البصرى منذ بداياته الى محاولة تبسيط وايضاح كل معالم المعلومات المقدمة من طرفهما للجمهور المستهدف، فهاتين المؤسستين ينتبأ لهما بمستقبل واعد حسب انطلاقتهما المتواضعة ونظرا أيضا للمجهودات المبذولة والقائمة على تحسين مستوى مضامينها وتقنياتها المستخدمة فيما تقدمه وتبثه للجمهور، في الوقت الذي أصبح فيه الحصول على المعلومة بالصورة والصوت عبر مختلف التقنيات يسيرا للغاية، ناهيك عن آلاف القنوات والبرامج الاذاعية والتلفزيونية التي تدخل بيوت الجزائريين، هذا ما يجعل مسؤولية الجهات المعنية في الاعلام السمعى البصرى الجديد يركز على الأسس ومعايير الاعلام الناجح، وذلك باحترام كل قواعد الضبط المهنية والأخلاقية لقطاع السمعى البصرى وتمثيله أحسن تمثيل.

ان أي بحث علمي يطمح لتحقيق آفاق مستقبلية لموضوع دراسته، وموضوعنا انبثقت منه الآفاق التالية:

- ارتقاء قطاع السمعى البصرى بضمانها خدمة راقية لمضامينها الاعلامية.
- تطوير الهياكل المادية (من تقنيات و معدات) والبشرية (تطوير المهارات والخبرات والكفاءات لتحسين المستوى).
- دخول قطاع السمعى البصرى فى منافسة مع الاعلام الخارجى، وزيادة الوعى الاعلامى بين أصحاب المجال للوصول لأحسن مركز نسجته للوصول اليه.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

القواميس والمعاجم :

1. آبادي الفيروز: القاموس المحيط، ط6، مؤسسة الرسالة، 1998.
 2. شلبي كرم، معجم المصطلحات الاعلامية، دار الشروق، بيروت، د سنة.
 3. ابن منظور: لسان العرب، ج9، ط1، دار احياء التراث العربي للطباعة والنشر، بيروت-لبنان - 1999.
 4. عمر مختار أحمد: معجم اللغة العربية المعاصرة، المجلد الأول، ط1، دار عالم الكتب، القاهرة، 2008.
- ### الكتب العربية :
5. ابراش ابراهيم، المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان- الأردن - 2009.
 6. البشر سعود محمد: نظرية التأثير الاعلامي، ط1، دار العبيكان للنشر، الرياض - المحمدية - 2014.
 7. تمار يوسف: تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، مطبعة كرم للنشر والتوزيع، الجزائر، 2007.
 8. توفيق أحمد: جغرافية القطر الجزائري، الناشئة الاسلامية، الجزائر، 1948.
 9. الجرجاوي زياد بن علي: القواعد المنهجية التربوية لبناء الاستبيان، مطبعة أبناء الجراح، فلسطين - مدينة غزة - 2010.
 10. حسونه عبده محمد نسرين: نظريات الاعلام والاتصال، شبكة الألوكة، 2015.
 11. الحمزاوي رشاد محمد: المنهجية العامة لترجمة المصطلحات وتوحيدها وتمييزها، دار العرب الاسلامية، بيروت، لبنان، 1986.
 12. الطويسي أحمد زياد: مجتمع البحث والعينات، مديرية تربية لواء البتراء، 2001.
 13. عبوي منير زيد: ادارة التغيير والتطوير، ط1، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان- الاردن - 2007.

14. عبيدات محمد وآخرون، منهجية البحث العلمي - القواعد والمراحل والتطبيقات - ط2، دار وائل للطباعة والنشر، عمان - الأردن - 1999 .
15. فريدة عمومن: مصلحة الاحصاء في كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، 2021/04/6، 11:15.
16. لعروق الهادي محمد: أطلس الجزائر والعالم، دار الهدى للنشر والتوزيع.
17. المشاقبة عبد الرحمن بسام: نظريات الاتصال، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان - الأردن - 2015.
18. مكاوي عماد حسن، السيد حسين ليلي: الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة-مصر - 1998.
19. النمران العطيات محمد بن يوسف: ادارة التغيير والتحديات العصرية للمدير، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان - الأردن - 2006.
- المجلات والرسائل:**
20. بلحاجي وهيبية، البيئة القانونية لحرية الصحافة في الجزائر بعد 1999: الصحافة الخاصة كنموذج، مقال نشر في مجلة المفكر، العدد التاسع، جوان 2013، جامعة بسكرة.
- المراجع بالاجنبية:**
21. Gauthy- Sinechal martine et vendercammen marc (2005) :« études de marchés- méthodes et outils »2eme édition ; de boeck université, bruxelles .
22. Le conseil supérieur de l'audiovisuel : www.csa.fr/services interactifs/web-tv-web-radio/ la definition des services relevant de la communication audiovisuel.
-
23. www.wikipedia.dz (12/03/2021/.10 :40).

الملاحق

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة -
كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

تخصص سمعي بصري

قسم علوم الاعلام والاتصال

استمارة استبيان حول:

فتح قطاع السمعي البصري في الجزائر بين التنميط والتغيير

- دراسة ميدانية لطلبة علوم الاعلام والاتصال -

أيها الطالب/ أيتها الطالبة :

في اطار انجاز مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال،
لتخصص سمعي بصري، نضع بين ايديكم هذه الاستمارة التي تتضمن مجموعة من
الأسئلة، علما أن هذه المعلومات المقدمة من طرفكم لا تستعمل الا لأغراض البحث
العلمي وتدعيم موضوع البحث واثرائه.

فالرجاء منكم الاجابة على كل الأسئلة بدقة وموضوعية، وذلك

بوضع علامة (X).

* مع فائق الشكر والامتنان على حسن تعاونكم *

تحت اشراف الأستاذ:

قناة مسعود

من اعداد الطالبة:

شبطول صباح

السنة الجامعية: 2021/2020.

محور البيانات الشخصية:

1/ الجنس: أنثى ذكر

2/ السن:

3/ المستوى: أولى ماستر سمعي بصري ثانية ماستر سمعي بصري

محور البيانات الموضوعية:

المحور الأول: قطاع السمعي البصري في الجزائر وواقع المضامين الاعلامية.

1/ كيف ترى قطاع السمعي البصري في الجزائر اليوم؟

جيد في تحسن لا يوجد تغيير بعيد عن المستوى المطلوب

2/ ماهي أبرز مضامين السمعي البصري الجزائري التي أشبعت حاجات ورغبات

الجمهور من حيث المحتوى؟

برامج اجتماعية برامج ثقافية برامج سياسية برامج علمية

برامج ترفيهية

برامج رياضية برامج اقتصادية برامج الأطفال برامج خاصة

بالمرأة

الأفلام الوثائقية

3/ هل تعتقد أن قطاع السمعي البصري يهتم بإيصال معلومات وثقافات جديدة الى

الجمهور بالمستوى الذي يرضيه؟

نعم لا

5/ هل تعتقد أن قطاع السمعى البصرى الجزائرى ساهم فى ترسيخ الثقافات المحلية المختلفة عبر الوطن فى ذهن الجمهور؟

نعم لا

6/ هل ما يقدمه قطاع السمعى البصرى الجزائرى كاف بالدرجة التى تجعله يؤثر على وعى وفكر الجمهور؟

نعم لا

المحور الثانى: الجمهور و المضامين الاعلامية لقطاعى السمعى البصرى فى الجزائر.

1/ فى نظرك ما هو المعيار المناسب لاختيار للمضمون الملائم لاحتياجك كجمهور؟

معيار سوسىولوجى معيار تنقيفى - علمى معيار تقنى
معيار ترفيهى

معيار التطلع الى الأخبار الجديدة

2/ على أى أساس تختار برامجك من القنوات التلفزيونية أو الاذاعية الجزائرية؟

على أساس محتوى البرامج على أساس شكل البرامج على أساس المحتوى والشكل معا

3/ ماهى أسباب متابعتك الحقيقية للبرامج والرسائل الاعلامية المقدمة فى الاعلام السمعى البصرى الجزائرى؟

- اشباع رغبة زيادة الوعي والمعرفة اشباع رغبة تنمية الجانب الفكري تغيير
 المعتقدات السائدة حب الميول الى اكتشاف الجديد التنفيس على الروح
 ميول النفس الى برامج معينة تحسين المزاج

4/ هل ساهمت بعض الرسائل الاعلامية لقطاع السمعى البصرى الجزائرى فى تغيير بعض من أنماطك السلوكية؟

نعم لا

5/ هل ساهمت بعض الرسائل الاعلامية لقطاع السمعى البصرى الجزائرى فى تغيير بعض من أنماطك الأخلاقية؟

نعم لا

6/ هل اختلفت مضامين قطاع السمعى البصرى فى الجزائر من الناحية التكنولوجية؟

نعم لا

المحور الثالث: الآفاق الجديدة لقطاع السمعى البصرى فى الجزائر من حيث الشكل والمضمون.

1/ هل التمسست بعض التغييرات قد طرأت على الشكل الخارجى للرسائل الاعلامية فى قطاع السمعى البصرى الجزائرى مقارنة مع ما كان عليه فى السابق؟

نعم لا

2/ كيف ترى محتوى قطاع السمعى البصرى فى الجزائر من حيث شبكته البرمجية؟

جيدة متوسطة ضعيفة

3/ كيف ترى محتوى قطاع السمعى البصرى فى الجزائر من حيث التقنيات المعتمدة فى تحسين وضعىة القطاع؟

• فى طريق التميز وخلق مكانة رفيعة فى مجال الاعلام

• غير متطورة بالقدر الكافى

• لازل بعيدا عن المستوى المنشود

4/ هل ترى أن قطاع السمعى البصرى يلعب الدور الكبير فى قلب موازين فكر الجمهور ويكون تأثيره كبيرا للدرجة التى تدفعه لاتخاذ قرارات وتحكيم آراء منه؟

دائما غالبا أحيانا نادرا أبدا

5/ ما درجة تقديرك لمدى تحقيق قطاع السمعى البصرى لرسالته أو مضمونه الذى يسعى للوصول اليه؟

درجة كبيرة درجة متوسطة درجة ضعيف

6/ من وجهة نظرك ماهى أفاق وتطلعات قطاع السمعى البصرى الجزائرى لتحسين مضامينه ومحتوى شبكته البرامجية؟

• تلبية احتياجات ورغبات الجمهور بمستوى عال من الجودة

• الاهتمام بجذب واستقطاب أكبر كم ممكن من الجمهور

• تطوير وسائل وتقنيات السمعى البصرى المهيكلة فى المؤسسة

• أخرى أذكرها:

7/ هل ترى أن ارتقاء قطاع السمعى البصرى مرتبط بجودة ما يقدمه ويبيته للجمهور ؟

نعم لا

8/ هل ترى قطاع السمعي البصري في الجزائر يسعى لتحسين ما يبثه ويقدمه لجمهوره؟

نعم لا