



اتجاهات الشباب الجامعي نحو القنوات الجزائرية الخاصة في سياق تمدد الإعلام الشبكي  
-دراسة مسحية على عينة من طلبة جامعة بسكرة-

Attitudes of university youth towards private Algerian channels in the context of the  
expansion of online media

-A survey study on a sample of students from the University of Biskra-

فطيمة الزهرة بلبع<sup>2</sup>

fatimaezzouhra.belbej@univ-biskra.dz

نورة مرياي<sup>1</sup>

noura.merai@univ-biskra.dz

تاريخ الاستلام: 2024/06/25 تاريخ القبول: 2024/08/15 تاريخ النشر: 2024/09/15

Received: 25/06/2024 Accepted: 15/08/2024 published: 15/09/2024

الملخص:

سعت هذه الورقة البحثية إلى دراسة اتجاهات الشباب الجامعي نحو القنوات الجزائرية الخاصة في سياق تمدد الإعلام الشبكي، وتندرج الدراسة ضمن البحوث المسحية معتمدة على استمارة استبيان كأداة لجمع البيانات، تم توزيعها على عينة من الطلبة الجامعيين، وقد خلصنا إلى مجموعة من النتائج أهمها: تراجع الإقبال على مشاهدة القنوات الجزائرية الخاصة من قبل الطلبة، في ظل المنافسة الشديدة التي يتعرض لها الإعلام التلفزيوني عموما والجزائري خصوصا في مواجهة مد الإعلام الجديد والانتشار المتنامي والسريع لوسائل التشبيك الاجتماعي. كلمات مفتاحية: الاتجاهات، الشباب الجامعي، الإعلام التلفزيوني، القنوات الجزائرية الخاصة، الإعلام الشبكي.

**Abstract:**

This research paper sought to study the attitudes of university youth towards private Algerian channels in the context of the expansion of online media. The study falls within survey research, relying on a questionnaire form as a tool for collecting data, which was distributed to a sample of university students. We concluded a set of results, the most important of which are: a decline The demand for watching private Algerian channels by students, in light of the intense competition faced by television media in general and Algerian media in particular in the face of the tide of new media and the growing and rapid spread of social networking means.

**Keywords:** trends; university youth; television media; private Algerian channels; online media.

(1) جامعة محمد خيضر بسكرة (الجزائر).

(2) جامعة محمد خيضر بسكرة (الجزائر)

## مقدمة:

فرضت التحولات التكنولوجية المتسارعة في جل الميادين منطقتها على المجال الإعلامي، ولعل أبرز مظاهر هذه التحولات وأعمقها أثرا ظهور وتطور الأنترنت وتطبيقاتها المختلفة، والذي أحدث بدوره تحولات هيكلية في بنية العمليات الاتصالية، وأصبح جزءا أصيلا في المجالات الإعلامية بكافة جوانبها وأشكالها وحواملها، وقد انعكس أثر هذه التطورات على جميع وسائل الإعلام والاتصال عموما والإعلام التلفزيوني خصوصا.

ولم يكن الواقع الإعلامي التلفزيوني الجزائري بمنأى عن هذه التطورات التكنولوجية التي فرضت منطقتها على ساحة العمل الإعلامي، فقد عرفت الجزائر في هذا السياق ومنذ سنة 2012 انطلاق عدة قنوات فضائية خاصة اعتبرها البعض ركيزة أساسية يقوم عليها الإعلام الجزائري باعتبارها نقطة تحول في الميدان السمعي البصري في الجزائر، حيث تم إنشاء عديد القنوات العامة والموضوعاتية التي تقدم برامج ومضامين متنوعة تلامس الواقع وتعبر عن ثقافة وهوية المجتمع وقيمه.

ومع التطورات التكنولوجية المتلاحقة والاندماج بين الإعلام التقليدي والتقنيات الجديدة سرعان ما أفرزت القنوات التلفزيونية فضاءً إعلامياً وبيئة اتصالية جديدة، سعت من خلالها هذه القنوات إلى استقطاب المشاهد الجزائري بكل الطرق والوسائل، وعملت على خلق التفاعل بينه وبين المحتوى الذي تقدمه من أجل الحفاظ على مكائنها، خاصة مع ظهور ونمو الإعلام الشبكي الذي أصبح اليوم من أبرز التحديات التي تواجه هذه القنوات، لما له من خصائص أهمها السرعة والآنية في نشر الأخبار واختصار الجهد والوقت والتفاعل المباشر مع الأحداث والمشاركة... وغيرها، وبالتالي حاولت القنوات التلفزيونية الخاصة فرض نفسها في ظل هذا الزخم التكنولوجي الكبير، والاستجابة لتطلعات جمهور يبحث عن أي الوسائل تنقل له الحدث وتغطيه في زمن قياسي بالدقة والجودة المطلوبة، وهو ما تحقق عن طريق اتخاذ المنصات الاجتماعية كمسارات للتواصل مع الجمهور، والتي تقدم بدورها مجموعة من الخدمات الجديدة، التي أحدثت تغييرات جذرية ونقلت العمل الإعلامي التلفزيوني عموما والجزائري خصوصا إلى أفق غير مسبوق على أكثر من مستوى.

## الإطار المفاهيمي للدراسة:

### 1. الإشكالية:

لقد فرضت التطورات التكنولوجية وتنامي الإعلام الشبكي منطلقا جديدا على الساحة الإعلامية وطبيعة العمليات التلفزيونية المتعلقة بالإعداد والإنتاج والنشر، مما شكل في نظر العديد من الباحثين تحولا إعلاميا هاما يستوجب الدراسة والتمحيص في تبعاته على علاقة وسائل الإعلام التلفزيوني في العالم عموما والجزائر خصوصا بفئات واسعة من الجمهور الجزائري، وذلك بالتركيز على فئة الشباب الجامعي باعتبارهم الأكثر متابعة للوسائل الإعلامية واستخداما للتكنولوجيات الحديثة من جهة، ونخبة المجتمع التي تتسم بالوعي والقدرة على التحليل والتمحيص من جهة أخرى، في محاولة لدراسة اتجاهاتهم نحو هذه القنوات، ومدى تأثير متابعتهم لها باستخدامهم لوسائل الميديا الجديدة ووسائل التشبيك الاجتماعي، وهو ما سنحاول مناقشته انطلاقا من تساؤل رئيسي مؤداه:

ما هي اتجاهات الشباب الجامعي نحو القنوات الجزائرية الخاصة في سياق تمدد الإعلام الشبكي؟ ونبثق عن هذا السؤال الإشكالي مجموعة من التساؤلات الفرعية:

- ما هي أنماط تعرض الطلبة للقنوات الجزائرية الخاصة؟
- ما هي أسباب ودوافع متابعة الطلبة للقنوات الجزائرية الخاصة؟
- ما تأثير استخدام الشبكات الاجتماعية على متابعة القنوات الجزائرية الخاصة من قبل الطلبة؟
- هل يعد الإعلام الشبكي منافسا للقنوات الجزائرية الخاصة أم مجالا لتجديد مكانتها ووظائفها؟

## 2. أهمية وأهداف الدراسة:

تبع أهمية هذه الدراسة من أهمية الموضوع المدروس الذي يعتبر من المواضيع الحديثة، التي أصبح الباحثون والدارسون يولونها اهتماما كبيرا لما لها من دور في دراسة الحاجات والإشباع المتجددة لجمهور وسائل الإعلام المختلفة، وكذا ارتباطها بالمشهد الإعلامي التلفزيوني في الجزائر، وطبيعة المحتوى الذي تقدمه القنوات الخاصة في ظل تنامي الإعلام الرقمي وانتشار الشبكات الاجتماعية، وعليه تتمحور أهداف دراستنا فيما يلي:

- التعرف على أنماط وعادات تعرض الطلبة للقنوات الجزائرية الخاصة.
- تحديد أسباب ودوافع متابعة الطلبة الجامعيين للقنوات الجزائرية في ظل التحديات التي تواجهها بالمقارنة مع الإعلام الشبكي.
- الكشف عن تأثيرات استخدام الشبكات الاجتماعية على متابعة القنوات الجزائرية الخاصة من قبل الطلبة.
- رصد اتجاهات الطلبة حول مستقبل القنوات الجزائرية الخاصة في ظل منافستها مع الإعلام الشبكي.

## 3. الضبط المفاهيمي:

**1.3. الاتجاهات:** هي "استعداد عقلي وعصبي ينشأ من خلال التجربة، ويؤثر تأثيرا ديناميكيا على استجابات الفرد إزاء جميع الموضوعات والمواقف التي يتصل بها". (عيد، 2005، صفحة 75)

**إجرائيا:** نقصد به في دراستنا هذه مختلف الآراء والمواقف التي يعبر عنها الطلبة اتجاه المحتوى الإعلامي للقنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة وفي علاقتها بالإعلام الشبكي.

## 2.3. القنوات الجزائرية الخاصة:

**القنوات التلفزيونية الفضائية:** يمكن تعريفها بأنها "المحطات التلفزيونية التي تستقبل من الفضاء الخارجي بواسطة الأقمار الصناعية أو الشبكة العنكبوتية وتصل المشاهد عبر شاشات التلفزيون أو الهاتف المحمول أو وسائل الاتصال الأخرى". (مراح و قارش، 2017، صفحة 347)

**القنوات الجزائرية الخاصة:** يعرف قانون الإعلام 14-04 القناة التلفزيونية بأنها "كل خدمة اتصال موجهة للجمهور بواسطة إلكترونية، تلتقط في آن واحد من طرف عموم الجمهور أو فئة منه ويكون برنامجها الرئيسي مكونا من سلسلة متتابعة من الحصص التي تحتوي على صور وأصوات". (الجريدة الرسمية، 2014، صفحة 8)

اجرائيا: هي جميع القنوات التلفزيونية الجزائرية التي تعود ملكيتها إلى القطاع الخاص والتي تقدم محتوى عاما موجها لجمهور عام أو تقدم محتوى متخصصا يكون موجها لجمهور خاص.

**3.3. الاعلام الشبكي:** يرتبط هذا المفهوم بالتحويلات التي فرضتها الثورة التقنية على مجالي الإعلام والاتصال، حيث نلمح العديد من التعريفات لهذا المفهوم المتعدد التسميات، وكلها تدل على التطبيقات الإعلامية المستحدثة مثل الميديا الجديدة، الإعلام البديل، الإعلام الرقمي، التفاعلي...، وقد عرفها "ليفرو" و"ليفغستون" بأنها "تكنولوجيات المعلومات والاتصال والعوالم الاجتماعية المرتبطة بها" (مركتار و بوعمامة، 2017، صفحة 87)

اجرائيا: هو الإعلام الذي يعتمد على شبكة الأنترنت ومنصات التواصل الاجتماعية في عرضه لمختلف البرامج والمحتويات باستخدام أدوات وتقنيات جديدة قائمة أساسا على المشاركة والتفاعلية بين المرسل والمتلقي.

#### 4.3. الشباب الجامعي:

مرحلة الشباب: تعرفه الباحثة الفرنسية "سولونج" بأنه المرحلة العمرية التي تلي المراهقة وتجمع بين مرحلتين متناقضتين: حالة التبعية التي تمتد سوسيوولوجيا وحالة قوة الفكر التي تتحقق بطول فترة تحصيله المعرفي والمهني. (لوي، 2013، صفحة 65)

الشباب الجامعي: هو تلك الفئة من المجتمع الذين يتابعون تحصيلهم العلمي بعد حصولهم على الشهادة الثانوية او الإعدادية والذين تتراوح أعمارهم بين 18 الى 35 سنة. (صاحب و الشمري، 2013، صفحة 312)

اجرائيا: نقصد به في دراستنا جميع طلبة جامعة محمد خيضر -بسكرة- الذين مثلوا عينة دراستنا، والذين يتعرضون لمحتويات القنوات الجزائرية الخاصة ويستخدمون الشبكات الاجتماعية.

#### 4. الدراسات السابقة:

أولى الدراسات جاءت تحت عنوان: "اتجاهات الأساتذة والمعلمين نحو موقع وسائل الإعلام التقليدية في ظل الإعلام الجديد - دراسة ميدانية على مستخدمي الإنترنت" للباحثة "صليحة شلواش" (شلواش، 2023-2024)، وهدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن تمثيلات الأساتذة والمعلمين الجزائريين لوسائل الإعلام الجديدة في علاقتها مع وسائل الإعلام التقليدية وتملكهم واستخداماتهم لها، وقد تم الاعتماد في الدراسة على المنهج الوصفي من خلال استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات على عينة قوامها 402 أستاذ، ومن أهم ما تم التوصل إليه: أن الأساتذة يستخدمون وسائل الإعلام بشقيها التقليدي والجديد بشكل متفاوت، مع تصدر التلفزيون التقليدي وتلفزيون الويب لقائمة الاهتمامات، كما ترى عينة الدراسة أن العلاقة بين الإعلام التقليدي والجديد هي علاقة تكاملية تقوم على أساس التعايش ضمن فضاء إعلامي تواصلية هجين.

وقدمت الباحثتان "لطبيب شريفة" و "قلاعة كريمة"، مقالا بعنوان "اتجاهات الشباب الجزائري نحو القنوات الخاصة في ظل الاعلام الإلكتروني-دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة قسنطينة 3-" (لطبيب و قلاعة، 2016)، وتناولتا فيها توجهات الشباب الجزائري نحو القنوات التلفزيونية الخاصة في ظل الانتشار الواسع للإعلام الإلكتروني، وتم الاعتماد على المنهج الوصفي واستمارة استبيان كأداة لجمع البيانات، وأبرز ما توصلت إليه الدراسة هو أن للإعلام الإلكتروني دور فعال في خلق التنافس بين هذه القنوات من أجل الحفاظ على جمهورها، كما أن القنوات الخاصة لم تستطع مجابهة الإعلام الإلكتروني لما

يحتويه من تعدد في الوسائل والتقنيات، وهو ما جعله يتفوق على القنوات الخاصة الجزائرية في سرعة التغطية الإعلامية للخبر ونقله وعرضه للجمهور، مما يستوجب فتح باب المنافسة الإعلامية مع الإعلام الإلكتروني من أجل الحفاظ على جمهورها.

وقد هدف "محمد مرواني" في دراسته حول " أثر وسائل الإعلام التقليدية على الشباب الجامعي في ظل وسائط الميديا الجديدة -دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة مستغانم-" (مرواني، 2018-2019) إلى قياس أثر الإعلام التقليدي على فئة الشباب الذي يستخدم بكثافة وسائل الإعلام الجديد، واهتمت بتحليل سلوكياتهم الاتصالية اتجاه وسائل الإعلام التقليدية ووسائط الميديا الجديدة على ضوء قياس الأثر الذي تتركه هذه الأخيرة عليهم، واعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي وعينة مكونة من 120 شابا جامعيًا عبر استمارة استبيان، وقد أكدت النتائج على أن الشباب الجامعي لا يزال يتابع الإعلام التقليدي وإن أشار إلى تراجع في تفاعله مع وسائط الميديا الجديدة بكثافة، وأن أثر الإعلام التقليدي على الشباب يبقى مرتبطًا ومتصلاً باهتماماته ورغباته، كما كشفت الدراسة أيضًا أن الوسائل التقليدية باتت تخاطب الجمهور خاصة منه الشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تحول إعلامي يستهدف الاحتفاظ بالجمهور واستقطاب اهتماماته وميولاته.

وقد تناول "عبد الصادق حسن عبد الصادق" في مقاله المعنون بـ "تأثير استخدام الشباب الجامعي في الجامعات الخاصة البحرينية لمواقع التواصل الاجتماعي على استخدامهم وسائل الاتصال التقليدية" (حسن عبد الصادق، 2014) عادات وأنماط ودوافع استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل ووسائل الاتصال التقليدية والإشباع المترتبة على هذا الاستخدام، معتمدا على منهج المسح الاجتماعي بالتطبيق على عينة عمدية قوامها 452 مفردة من الشباب الجامعي، ومن أبرز ما كشفت عنه الدراسة: زيادة استخدام الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي بالمقارنة بوسائل الاتصال التقليدية، كما أكدت على وجود علاقة ارتباطية عكسية بين معدلات تعرض الشباب الجامعي لهذه المواقع وبين تعرضهم لوسائل الاتصال التقليدية.

إن الملاحظ على جل هذه الدراسات أنها تتقاطع مع دراستنا في عديد الجوانب، بحيث أولت أهمية كبيرة للجانب الميداني من خلال تركيزها على تحليل العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الشبكي ودراسة مساهمته في تحقيق التفاعلية بين الوسيلة والجمهور ورصد اتجاهات واستخدامات هذا الأخير لكل منهما، كما يتضح لنا الاتفاق على دراسة فئة الشباب والشباب الجامعي كمجتمع بحثي مستهدف لجمع البيانات والمعلومات، وتختلف عنها في كون دراستنا ركزت على نوع محدد من وسائل الإعلام والمتمثلة في القنوات التلفزيونية والقنوات الجزائرية الخاصة بالتحديد، بالإضافة إلى تسليط الضوء على مواقع القنوات الجزائرية عبر الشبكات الاجتماعية ومحتوياتها واستخدامات الجمهور لها.

هذا وقد تم الاستفادة من هذه الدراسات والنتائج التي توصلت إليها في التشخيص الدقيق للمشكلة البحثية ومعالجة زوايا أخرى في الموضوع مما سمح ببلورة الفكرة المراد دراستها وتحديد أبعادها ومؤشراتها، بالإضافة إلى مساهمتها في التحديد الدقيق للإطار التطبيقي والإجراءات المنهجية التي تم اتباعها وفق ما يتناسب مع طبيعة الدراسة.

## الإجراءات المنهجية للدراسة:

### 5. منهج الدراسة:

يعتبر المنهج الركيزة الأساسية لتصميم البحوث الاجتماعية والإنسانية، وتعدد المناهج وتختلف طرائقها ووسائلها باختلاف طبيعة المشكلة البحثية والهدف من دراستها، ولما تركز موضوع دراستنا حول الكشف عن "اتجاهات الشباب الجامعي نحو القنوات الجزائرية الخاصة في سياق تمدد الإعلام الشبكي"، فالمنهج المسحي الوصفي هو الأنسب والأكثر ملاءمة لهذه الدراسة، والذي يعد "تجميع منظم للحقائق عن جماعة معينة لتوضيح حقيقة الظواهر والمشكلات والأوضاع الاجتماعية، وتحليلها للوقوف على الظروف المحيطة بها والأسباب الدافعة لها في مكان وزمان معين، للوصول إلى نتائج علمية حولها وتعميمها" (حمدي، 2017، صفحة 45)، وقد تم اعتماده في دراستنا هذه لكوننا بصدد وصف وتحليل ظاهرة إعلامية مرتبطة بوسائل إعلام تقليدية في علاقتها مع وسائل الإعلام الجديد، من خلال جمع البيانات والمعلومات من عينة الدراسة ورصد اتجاهاتهم وآراءهم حولها ومن ثم تحليل النتائج وتفسيرها.

### 6. مجتمع الدراسة:

"إن المجتمع البحثي هو مجموع مفردات الظاهرة التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة" (عبد الحميد، 2000، صفحة 130)، ويعتبر تحديده ضرورة وخطوة هامة يجب مراعاتها في البحث العلمي قبل تحديد نوع وحجم العينة، ويتمثل مجتمع البحث في الدراسة الحالية في جميع الطلبة الجامعيين في جامعة محمد خيضر - بسكرة-، باعتبار الطلبة الجامعيين من فئة الشباب الأكثر متابعة للوسائل الإعلامية واستخداما للتكنولوجيات الحديثة من جهة، ونخبة المجتمع التي تتسم بالوعي والقدرة على التحليل والتحميص من جهة أخرى، وبالتالي الحصول على معلومات وأفكار مهمة وأكثر دقة لإنجاز الدراسة، ولصعوبة وتعذر حصر كل مفردات هذا المجتمع البحثي لضخامة حجمه، وتشتته، ارتأينا اللجوء إلى أسلوب المعاينة.

### 7. عينة الدراسة:

إن أسلوب العينة في إنجاز بعض البحوث، يعد أمرا لا بد منه من أجل ضمان الدقة المطلوبة لنتائج البحث، وتعتبر العينة جزءا ممثلا للمجتمع الأصلي، وبالنظر إلى عدة عوامل منها منهج البحث، مجال الدراسة والفترة المخصصة لإجرائها، وطبيعة الموضوع الذي يركز على رصد اتجاهات الشباب الجامعي نحو القنوات الجزائرية الخاصة في سياق تمدد الإعلام الشبكي، ارتأينا اختيار مفردات البحث بالاعتماد على الأسلوب القصدي (العمدي) "الذي يقوم على التقدير الشخصي للباحث في اختيار مفردات مجتمع البحث" (مرسلي، 2010، صفحة 170، 171)، وفي هذا الإطار تكونت مفردات العينة من 120 مفردة تم اختيارها بصفة قصدية، نظرا لتوافر السمات والخصائص التي تقدم أهداف البحث، والذي يستلزم تعرض ومتابعة الطلبة للقنوات الجزائرية الخاصة من ناحية واستخدامهم للشبكات الاجتماعية من ناحية أخرى، في محاولة للكشف عن آرائهم ومواقفهم نحو المضامين المعروضة في هذه القنوات ومدى تأثير مستوى التعرض والمتابعة لهذه الفضائيات في ظل تنامي وانتشار الإعلام الشبكي.

## 8. أدوات جمع البيانات:

من أجل الإحاطة بموضوع الدراسة ميدانيا اعتمادنا في جمع المعلومات على الاستبيان باعتباره "دليل مرشد يمكن الباحث من استجواب أفراد العينة بطريقة صحيحة وسليمة وهادفة عن طريق استمارة تتضمن مجموعة من الأسئلة" (عياد، 2009، صفحة 121)، كما استعنا بالملاحظة العلمية من خلال متابعتنا المركزة لبعض القنوات الجزائرية الخاصة ومواقعها عبر المنصات الاجتماعية، وتدوين الملاحظات لاستثمارها واستغلالها في صياغة محاور الاستمارة وتوظيفها لاحقا في عملية التحليل والتفسير، وقد تم توزيع استمارة الاستبيان على نطاق جغرافي محدد تمثل في جامعة محمد خيضر -بسكرة-، واشتملت في صورتها النهائية على محورين رئيسيين.

## التحليل الكمي والكيفي لنتائج الدراسة:

### المحور الأول: أنماط ودوافع تعرض الطلبة للقنوات الجزائرية الخاصة:

الجدول 1: يوضح زمن مشاهدة القنوات الجزائرية الخاصة.

النسبة	التكرار	مشاهدة القنوات الجزائرية
12.5%	15	دائما
50%	60	أحيانا
37.5%	45	نادرا
100%	120	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين.

يتضح لنا من خلال الجدول أن أغلبية المبحوثين لا يشاهدون القنوات الجزائرية الخاصة باستمرار، حيث عبر 50% منهم بأنهم يتابعون هذه القنوات أحيانا، بينما تلتها نسبة 37.5% لمن يتابعونها نادرا، في حين حلت أخيرا نسبة من يتابعونها دائما 12.5%، وهو ما يفسر بأن القنوات الجزائرية الخاصة لا تحظى بنسب متابعة كبيرة بين أوساط الطلبة، وقد يرجع ذلك إلى انشغالهم وتواجدهم بالجامعة في معظم الأوقات، وكذا ارتباط هذه المشاهدات بالظروف والمناسبات كالمسابقات، والمباريات، والأحداث الرياضية، المناسبات الوطنية، الدينية، شهر رمضان... الخ، وأيضا تنوع الوسائل الإعلامية ومتابعتهم لقنوات عربية وأجنبية أخرى، إضافة إلى المنافسة الشديدة التي يواجهها التلفزيون اليوم من قبل الوسائط الجديدة، وهو ما جاء متباينا نسبيا مع نتائج دراسة "محمد مرواني" الذي توصل فيها إلى أن "الشباب الجامعي لا يزال يتابع نشاطات ومضامين الإعلام التقليدي وإن أشار إلى تراجعها في تفاعله مع وسائط الميديا الجديدة بكثافة".

الجدول 2: يبين الوسيلة المفضلة لمتابعة مضامين القنوات الجزائرية الخاصة.

النسبة	التكرار	الوسيلة المفضلة
27.5%	33	شاشة التلفزيون
50%	60	صفحات هذه القنوات على مواقع التواصل الاجتماعي
22.5%	27	منصات وتطبيقات الانترنت
100%	120	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين.

في قراءة لهذا الجدول نلاحظ أن المبحوثين يفضلون متابعة مضامين القنوات الجزائرية من خلال صفحات هذه القنوات على مواقع التواصل الاجتماعي والتي حصلت على نسبة 50% من جهة، ومن خلال منصات وتطبيقات الأنترنت التي حصلت على نسبة 22.5% من جهة أخرى، فيما حلت أخيرا شاشات التلفزيون بنسبة 27.5% فقط، وهو ما يوضح انحسار المشاهدة التلفزيونية بصفة عامة والقنوات الوطنية بصفة خاصة عبر أجهزة التلفزيون، وتعويضها بالوسائط الجديدة نظرا لامتلاك أغلبهم - المبحوثين - لأجهزة وهواتف محمولة بما يسهل الاستخدام، بالإضافة لعديد المزايا والخصائص التي توفرها هذه التقنيات للشباب الجامعي، ولكونه أيضا أكثر احتكاكا واندماجا مع هذه التكنولوجيات الجديدة من الفئات الاجتماعية الأخرى.

الجدول 3: يوضح أهم القنوات الجزائرية الخاصة الأكثر مشاهدة.

النسبة	التكرار	القنوات الجزائرية
25.28%	69	قناة النهار
6.59%	18	قناة الفجر
12.09%	33	قناة الهداف
15.38%	42	قناة سميرة
6.59%	18	قناة البلاد
5.50%	15	قناة الجزائرية
28.57%	78	قناة الشروق
100%	273	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين.

يبين الجدول أعلاه أهم القنوات الجزائرية الخاصة الأكثر مشاهدة من قبل المبحوثين، وجاءت قنوات الشروق والنهار على رأس القائمة بنسبة 28.57% و 25.28% على التوالي، وهي النتيجة التي تتناسب مع آخر الإحصائيات حول أكثر القنوات متابعة في الجزائر، وذلك نظرا لكونها من أوائل القنوات ظهورا على الساحة الإعلامية الجزائرية بعد فتح القطاع السمعي البصري، كما أنهما تضمنا شبكة برمجية متنوعة بمضامين إعلامية مختلفة تناسب مختلف الأذواق والفئات، وإمكانيات لا بأس بها تميزهما عن القنوات الأخرى، ثم حلت ثالثا قناة سميرة للطبخ بنسبة 15.38% باعتبارها أول قناة جزائرية موضوعاتية، ونظرا لكون أغلبية مفردات العينة من فئة الإناث بواقع 70% من مجموع أفراد العينة وهو ما يفسر اهتمامهم بهذا المجال، وتوزعت باقي النسبة على القنوات الأخرى كقناة الهداف، البلاد، الفجر، الجزائرية والتي تقدم مزيجا من الأخبار، الرياضة، الدراما، الثقافة... الخ.

الجدول 4: يوضح نوعية البرامج التي يتابعها المبحوثين في القنوات الجزائرية الخاصة.

النسبة	التكرار	نوعية البرامج
19.57%	54	برامج إخبارية
11.96%	33	برامج سياسية
11.96%	33	برامج دينية
14.13%	39	برامج اجتماعية
16.30%	45	برامج الطبخ
13.04%	36	برامج الرياضة

13.04%	36	برامج ترفيهية
100%	276	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين.

يبين هذا الجدول نوعية البرامج التي يفضل الباحثون مشاهدتها في القنوات الجزائرية الخاصة، ونلاحظ من خلاله أن البرامج الإخبارية قد حلت في طليعة البرامج المفضلة بنسبة 19.57% وقد يعزى ذلك لكون أغلبية القنوات الجزائرية ذات طابع إخباري وتولي اهتماما كبيرا به، كما أنها تقدم محتوى خبري يتعلق أساسا بالمجتمع الجزائري وتسلط الضوء على وقائعه ومشكلاته، تليها برامج الطبخ بنسبة 16.30% لكون أغلب فئات العينة إناث وهو ما يفسر اهتمامهم بتعلم مهارات وفنون الطبخ بأنواعه، ثم البرامج الاجتماعية بنسبة 14.13% وبنسبة متقاربة البرامج الترفيهية والرياضية بنسبة 13.04% لكل منهما، وأخيرا البرامج السياسية والدينية بنسبة 11.96%، وهو ما يبرز اهتمام القنوات الجزائرية بتلبية أذواق الجمهور المختلفة والتنوع في محتواها وبرامجها ومواضيعها بما يحقق حاجاتهم ويتناسب مع اتجاهاتهم.

#### الجدول 5: يوضح دوافع وأسباب مشاهدة القنوات الجزائرية الخاصة.

النسبة	التكرار	الدوافع والأسباب
33.33%	51	مراعاة خصوصيات المجتمع الجزائري وثقافته الوطنية
11.77%	18	حرية التعبير والنقد وإبداء الرأي في المواضيع المختلفة
29.41%	45	معرفة الأخبار والمستجدات المحلية في مختلف المجالات
7.84%	12	المصادقية والاحترافية في طرح الموضوعات والقضايا ومناقشتها
17.65%	27	قدرتها على ملامسة الواقع وتسلط الضوء على مشاكله المختلفة
100%	153	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين.

تبعا لنتائج الجدول نلاحظ أن مراعاة القنوات التلفزيونية الجزائرية لخصوصيات المجتمع الجزائري وثقافته الوطنية يعد من أبرز دوافع وأسباب مشاهدتها من قبل الباحثين والمعبر عنها بنسبة 33.33%، حيث غالبا ما يتم تصميم مضامينها بما يتوافق مع القيم المجتمعية والمعايير الثقافية السائدة وأذواق الجمهور المحلي، كما أنها تعمل على تزويدهم بالأخبار والمستجدات المحلية في مختلف المجالات حسب 29.41% من أفراد العينة، ويمكن تفسير ذلك بحاجة الباحثين للحصول على المعلومات والأحداث من الإعلام المحلي الذي يعنى بالشأن الداخلي بشكل مركز، كما أنها تفرد له مساحات واسعة عبر شبكتها البرمجية، والتي لا يمكن الحصول عليها من وسائل إعلام أجنبية بشكل كافي، هذا وعبر 17.65% من الباحثين على أن قدرة هذه القنوات على ملامسة الواقع وتسلط الضوء على مشاكله المختلفة من بين أسباب متابعتها، في حين كان حرية التعبير والنقد وإبداء الرأي في المواضيع المختلفة، وكذا المصادقية والاحترافية في طرح الموضوعات والقضايا ومناقشتها نسبة ضئيلة مقارنة بالدوافع الأخرى، ولعل ذلك يرجع إلى أن الإعلام الجزائري عموما لا يزال تحت تحكم ورقابة الدولة مما يحول دون توفير هامش أكبر من الحرية في الطرح الإعلامي والتحليل والمناقشة.

## المحور الثاني: اتجاهات الشباب الجامعي نحو القنوات الجزائرية الخاصة في سياق التمدد الشبكي:

الجدول 6: يبين ما إذا كان الطلبة يتابعون الصفحات الرسمية للقنوات الجزائرية الخاصة على مواقع التواصل الاجتماعي.

النسبة	التكرار	المتابعة
80%	96	نعم
20%	24	لا
100%	120	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين.

يبين الجدول أعلاه متابعة الصفحات الرسمية للقنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة على مواقع التواصل الاجتماعي حيث أجاب أغلب المبحوثين بأنهم يتابعونها بنسبة 80%، وهذا راجع إلى مكانة مواقع التواصل الاجتماعي اليوم، إذ تعتبر وسيلة أساسية في الاستخدامات اليومية لعينة الدراسة كما أنها تختصر الوقت والجهد للجمهور في البحث عن ما تم عرضه وتقديمه عبر القنوات التلفزيونية، فبمجرد ولوج المستخدم إلى الموقع يقوم بالنقر على الصفحة المراد الاطلاع عليها ليتمكن من مشاهدة كل ما فاته على القنوات التلفزيونية، مضافة إليها خاصية التفاعلية والتشاركية التي توفرها هذه الفضاءات الافتراضية، بحيث تمكن مستخدميها من التفاعل والنقاش حول مختلف الأفكار والقضايا المطروحة، كما ان اعتماد القنوات التلفزيونية الخاصة على الشبكات الاجتماعية يؤكد بأنها أصبحت أحد البدائل التي تعتمد عليها في نشر محتواها، في حين لا يتابع 20% من أفراد العينة الصفحات الرسمية لهذه القنوات، بحيث يرون بأن المحتوى الذي تقدمه القنوات الخاصة لا يختلف عما طرحه عبر الصفحات الاجتماعية .

## الجدول 7: يوضح محتويات مواقع القنوات الجزائرية عبر الشبكات الاجتماعية.

النسبة	التكرار	محتوى القنوات عبر الشبكات
53.12%	51	تقديم نسخة من كل برنامج تلفزيوني يعرض على القناة
15.63%	15	التعريف والترويج لبرامج القناة ومواعيدها
6.25%	6	أرشفة جميع البرامج التي تقدم في القنوات
25%	24	المساهمة في أنشطة خاصة بالقناة
100%	96	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين.

يوضح الجدول أعلاه محتويات مواقع القنوات الجزائرية عبر الشبكات الاجتماعية حيث أكد 53.12% من عينة الدراسة أن القنوات الجزائرية تقدم نسخة من كل برنامج يعرض على قناتها عبر المنصات الاجتماعية، ويعود ذلك إلى أن الشبكات الاجتماعية باتت تمثل حلقة وصل بين القنوات وجمهورها المستخدم بالاستفادة من ما توفره هذه التقنيات الجديدة من تفاعل ومشاركة، وحضي اقتراح "المساهمة في أنشطة خاصة بالقناة" بنسبة 25%، وهذا راجع إلى أن القنوات الخاصة تفتح في إطار التشاركية في بناء المضامين الباب لجمهورها عرض مختلف القضايا للنقاش، اقتراح الضيوف، سبر الآراء، مسابقات ... وغيرها، حتى تتمكن من الاطلاع على رغباتهم ومحاولة تلبيةها لكسب ثقتهم و العمل على إرضائهم، ويرى 15.63% من المبحوثين بأن هذه المواقع تسعى للتعريف والترويج لبرامج القناة ومواعيدها وتقديم معلومات عنها، حتى يتمكن المستخدمون من متابعتها عبر

شاشة التلفزيون في محاولة لاسترجاع جمهورها وجذبه، كما عبرت نسبة ضئيلة عن أن هذه المواقع تقوم " بأرشفة جميع البرامج التي تقدم في القنوات " ولعل السبب يكمن في حقوق ملكية البرامج بالإضافة إلى محاولة إبقاء الجمهور على تواصل بالقناة الأم.

الجدول 8: يوضح آراء الطلبة في المحتوى الذي تنشره الصفحات الرسمية للقنوات الجزائرية الخاصة.

المحتوى	التكرار	النسبة
ضعيف	24	20%
متوسط	90	75%
جيد	6	5%
المجموع	120	100%

المصدر: من إعداد الباحثين.

يلاحظ من خلال الجدول أن 75% من الطلبة يرون أن المحتوى الذي تنشره الصفحات الرسمية للقنوات الجزائرية الخاصة متوسط، في مقابل 20% يرونه ضعيفا، وهو ما يفسر بأن المحتوى المقدم لا يلي رغبات الجمهور وتطلعاتهم بالشكل الكافي، وقد يعزى ذلك لكون هذه المواقع تقدم نسخ مكررة من البرامج (حسب الجدول رقم 7) ولا تسعى إلى تحسين مستواها وتطوير الوسائل الإنتاجية لديها بما يتناسب مع المستجدات التقنية، لاسيما وأن الجمهور اليوم أصبح على اطلاع على مختلف القنوات والمواقع العربية والعالمية بحيث يلاحظ الفروق الموجودة سواء ما تعلق بجودة العرض والبريد أو بالتصميم أو بالمحتوى.

الجدول 9: يوضح ما إذا كان استخدام القنوات الجزائرية الخاصة لشبكات التواصل يزيد فرص نجاحها.

الاستخدام يزيد فرص النجاح	التكرار	النسبة
نعم	111	92.5%
لا	9	7.5%
المجموع	120	100%

المصدر: من إعداد الباحثين.

تشير نتائج الجدول أن أغلبية أفراد العينة والمقدرة نسبتهم بـ 92.5% يرون أن استخدام القنوات الجزائرية الخاصة لشبكات التواصل يزيد من فرص نجاحها، وهو ما يؤكد على الأهمية والانتشار الكبير لاستخدام هذه الشبكات التي أصبحت تعتمد القنوات التلفزيونية وتستفيد منها في عرض مختلف برامجها للجمهور مما يسمح بضمان بقائها في الساحة الإعلامية، وهذا ما كشفت عنه دراسة "محمد مرواني" التي أكدت بأن "الوسائل التقليدية باتت تخاطب الجمهور خاصة منه الشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي في تحول إعلامي يستهدف الاحتفاظ بالجمهور واستقطاب اهتماماته وميولاته".

الجدول 10: يبين مزايا الشبكات الاجتماعية على القنوات الجزائرية الخاصة.

مزايا الشبكات للقنوات	التكرار	النسبة
الرفع من كفاءة العمل والدقة والجودة في تغطية الاحداث	24	21.62%
الآنية والسرعة في نقل وبت الخبر	36	32.43%
التفاعلية بين القناة وجمهورها	30	27.03%
المنافسة مع القنوات الأخرى	21	18.92%
المجموع	111	100%

المصدر: من إعداد الباحثين.

يوضح الجدول أعلاه آراء الباحثين حول ما حققته شبكات التواصل الاجتماعي للقنوات الجزائرية الخاصة حيث أكد 32.43% من عينة الدراسة أن أول ما حققته الشبكات الاجتماعية لهذه القنوات هو الآنية والسرعة في نقل وبث الخبر، تلتها ميزة التفاعلية بين القناة وجمهورها بنسبة 27.03%، ثم الرفع من كفاءة العمل والدقة والجودة في تغطية الأحداث بنسبة 21.62%، وأخيرا المنافسة مع القنوات الأخرى بنسبة 18.92%، ويمكن تفسير هذه النتائج بأن الشبكات الاجتماعية وفرت العديد من الخصائص والميزات انطلاقا من سرعة عرض الأخبار وتحيينها مرورا باستخدام مختلف التقنيات والوسائط التي ساهمت بدورها في رفع جودة العمل التلفزيوني على عدة أصعدة للوصول إلى كسب أكبر عدد من الجمهور.

الجدول 11: يوضح مميزات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي مقارنة بالقنوات التلفزيونية.

النسبة	التكرار	المميزات
33.71%	90	اختصار الوقت والجهد
14.61%	39	متوفر دائما
11.23%	30	التفاعل والمشاركة
10.11%	27	سهولة الوصول إلى المعلومة
5.62%	15	التنوع والاختلاف
10.11%	27	حرية ابداء الرأي والتعبير
8.99%	24	السرعة والآنية
5.62%	15	جاذبية الاستخدام
100%	267	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين.

في قراءة لنتائج هذا الجدول الذي يوضح مميزات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي مقارنة بالقنوات التلفزيونية نلاحظ تعدد إجابات الباحثين واختلاف آرائهم، غير أن اختصار الوقت والجهد كان من بين أهم المميزات التي وفرتها هذه التقنيات الجديدة والتي جاءت بنسبة 33.71%، حيث وفرت على المستخدمين عناء البحث عن القنوات والموضوعات، وكذا ضرورة التواجد في مكان محدد للمشاهدة عكس الشبكات الاجتماعية التي يمكن تصفحها في كل مكان وعبر أي وسيلة (خاصية المحمولية)، وهو ما تجسد في إجابة الباحثين بأنها متوفرة دائما والتي جاءت بنسبة 14.61%، هذا وحلت ميزة التفاعل والمشاركة ثالثا بنسبة 11.23%، وهي تشير إلى تعدد فرص المشاركة والاختيار أمام المستخدم، وتحرره من قيود المشاهدة التقليدية، وتتيح له فرص التفاعل مع المرسل والمضمون في آن واحد، بل وتجعل منه شريكا أو مشاركا للمرسل في العملية الإعلامية، كما توزعت نسبة 10.11% على كل من سهولة الوصول إلى المعلومة، وحرية ابداء الرأي والتعبير، والتي جاءت كنتيجة حتمية لتغير الحامل وتطور الوسيلة وكذا اختيار المتلقي ما يريد من الوسائل والمحتويات في أي وقت وبأي شكل ومكان كان، وبهذا أعطت هذه الأدوات بعدا فوريا ومباشرا لعملية رجع الصدى وتبادل الأدوار، بالإضافة إلى ميزات أخرى عبر عنها الباحثين كالسرعة والآنية، التنوع والاختلاف، جاذبية الاستخدام، والتي تؤكد في مجملها إلى ما أصبح يتمتع به الجمهور في ظل الإعلام الشبكي، وفي ذات السياق توصلت الباحثتان "لطبيب شريفة" و"قلاعة كريمة" في دراستهما "أن القنوات الخاصة لم تستطع مجارحة الإعلام الإلكتروني لما يحتويه من تعدد في الوسائل والتقنيات، وهو ما جعله يتفوق على القنوات الخاصة الجزائرية في سرعة التغطية الإعلامية للخبر ونقله وعرضه للجمهور، مما يستوجب على هذه القنوات فتح باب المنافسة مع الإعلام الإلكتروني من أجل الحفاظ على جمهورها".

الجدول 12: بين درجة الإقبال على مشاهدة القنوات الجزائرية في ظل انتشار شبكات التواصل الاجتماعي.

النسبة	التكرار	مشاهدة القنوات بعد انتشار شبكات التواصل الاجتماعي
40%	48	تراجع كثيرا
57.5%	69	تراجع قليلا
2.5%	3	لم يتأثر
100%	120	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين.

يوضح هذا الجدول درجة الإقبال على مشاهدة القنوات الجزائرية الخاصة بعد انتشار شبكات التواصل الاجتماعي، وأجاب المبحوثون في هذا الصدد أن الإقبال على مشاهدة القنوات الجزائرية قد تراجع قليلا بنسبة 57.5% في حين أجاب 40% منهم بأنه تراجع كثيرا، وهذا ما يؤكد على المنافسة الشديدة التي يتعرض لها الإعلام التلفزيوني عموما والجزائري خصوصا في مواجهة مد الإعلام الجديد والانتشار المتنامي والسريع لوسائل التشبيك الاجتماعي، وجاءت هذه النتيجة متسقة مع دراسة "عبد الصادق حسن عبد الصادق" التي أكد فيها على "وجود علاقة ارتباطية عكسية بين معدلات تعرض الشباب الجامعي لمواقع التواصل الاجتماعي وبين تعرضهم لوسائل الاتصال التقليدية بصفة عامة، أي كلما زاد معدل التعرض لمواقع التواصل الاجتماعي قل معدل التعرض لوسائل الاتصال التقليدية"، وهو ما دفع بالقنوات الجزائرية التي لم تكن في منأى عن التطورات التكنولوجية الحاصلة في العالم، لمواكبة التغيرات بتحديث سياساتها الإعلامية ودخولها عالم الرقمنة واعتماد تقنيات التواصل الجديدة في العمل اليومي كوسيلة للجذب في محاولة للوصول إلى أكبر شريحة من الجمهور المتخلين على المشاهدة التلفزيونية.

الجدول 13: يوضح مستقبل القنوات الجزائرية الخاصة في ظل انتشار الإعلام الشبكي.

النسبة	التكرار	مستقبل القنوات الجزائرية في ظل انتشار الإعلام الشبكي
45%	54	إعلام بديل
42.5%	51	إعلام منافس
12.5%	15	إعلام مكمل
100%	120	المجموع

المصدر: من إعداد الباحثين.

تشير نتائج الجدول إلى أن 45% من المبحوثين يرون بأن الإعلام الشبكي هو إعلام بديل للإعلام التلفزيوني بصفة عامة وللقنوات التلفزيونية الجزائرية بصفة خاصة، بينما يرى 42.5% منهم بأنه إعلام منافس، وهذا يقدم عدة دلالات على انسحاب المتلقي من التعرض للقنوات التلفزيونية، منها التزايد الكبير لأعداد المستخدمين عبر كافة المنصات التواصلية وتحولهم من مجرد مشاهدين سلبيين للتلفزيون، إلى مشاركين نشطين في الوسائط التفاعلية، وتجدر الإشارة في هذا الصدد أن هذا الانسحاب يشمل التلفزيون كوسيلة وليس كمحتوى، لأن ما يتم تداوله في مواقع الأنترنت والمنصات الاجتماعية من مضامين هو في الغالب نتاج عمل تلفزيوني أو صحفي في وسائل الإعلام التقليدية، ومن جانب آخر أجاب 12.5% فقط من أفراد العينة بأنه إعلام مكمل، وبالرغم من أنها نسبة ضئيلة إلا أن القنوات التلفزيونية الجزائرية كغيرها ارتكزت في عملها على استراتيجية مبنية على التكامل مع

منصات الإعلام الجديد، إذ أنشأت لها فضاءات تفاعلية متعددة على الشبكة، ومن بين هذه الفضاءات إنشاء مواقع إلكترونية وصفحات على شبكات التواصل الاجتماعي (فيسبوك، تويتر، يوتيوب، أنستغرام ... وغيرها)، وبذلك تكون قد فتحت لها ولجمهورها آفاقا جديدة للنقاش العام ومساحات واسعة للتعبير عن الآراء والأفكار، عبر ما تتيحه هذه الفضاءات من أساليب وأدوات تفاعلية، وهو ما أكدته دراسة "صليحة شلواش" التي توصلت إلى أن "العلاقة بين الإعلام التقليدي والجديد هي علاقة تكاملية تقوم على أساس التعايش ضمن فضاء إعلامي تواصلية هجين".

### النتائج العامة:

- ✓ يتضح لنا من خلال نتائج الدراسة أن القنوات الجزائرية الخاصة لا تحظى بنسب متابعة كبيرة بين أوساط الطلبة، كما أن هذه المشاهدة غير منتظمة، وغالبا ما ترتبط بالظروف والمناسبات، إضافة إلى المنافسة الشديدة التي يواجهها التلفزيون اليوم من قبل الإعلام الرقمي والوسائط الجديدة.
- ✓ يفضل المبحوثون متابعة مضامين القنوات الجزائرية من خلال صفحاتها عبر الشبكات الاجتماعية ومنصات وتطبيقات الأنترنت، وهو ما يوضح انحسار المشاهدة التلفزيونية للقنوات الوطنية، وتعويضها بالوسائط الجديدة نظرا لسهولة الاستخدام وعديد المزايا والخصائص التي توفرها هذه التقنيات.
- ✓ يتابع جل المبحوثين الصفحات الرسمية للقنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة على مواقع التواصل الاجتماعي وهو ما يؤكد بأنها أصبحت أحد البدائل التي تعتمد عليها هذه القنوات في نشر محتواها.
- ✓ تعمل القنوات الجزائرية على تقديم نسخة من كل برنامج يعرض على قناتها عبر المنصات الاجتماعية، المساهمة في أنشطة خاصة بالقناة، وكذا التعريف والترويج لبرامج القناة ومواعيدها، وهو المحتوى الذي يقيمه أغلب المبحوثين بين المتوسط والضعيف، ولا يلي رغبات الجمهور وتطلعاتهم بالشكل الكافي.
- ✓ توصلت الدراسة إلى أن استخدام القنوات الجزائرية الخاصة لشبكات التواصل يزيد من فرص نجاحها، نظرا لعديد الميزات التي حققتها لها منها الآنية والسرعة في نقل وبث الخبر، الرفع من كفاءة العمل والدقة والجودة في تغطية الأحداث، التفاعلية بين القناة وجمهورها، المنافسة مع القنوات الأخرى.
- ✓ تعددت إجابات المبحوثين واختلفت آرائهم حول مميزات استخدام شبكات التواصل الاجتماعي مقارنة بالقنوات التلفزيونية بين اختصار الوقت والجهد، التفاعل والمشاركة، سهولة الوصول إلى المعلومة، حرية ابداء الرأي والتعبير، السرعة والآنية، والتي تؤكد في مجملها إلى ما أصبح يتمتع به الجمهور في ظل الإعلام الشبكي.
- ✓ أجاب أغلب المبحوثين أن الإقبال على مشاهدة القنوات الجزائرية قد تراجع وهو ما يؤكد على المنافسة الشديدة التي يتعرض لها الإعلام التلفزيوني عموما والجزائري خصوصا في مواجهة مد الإعلام الجديد والانتشار المتنامي والسريع لوسائل التشبيك الاجتماعي.
- ✓ ترى نسبة كبيرة من المبحوثين بأن الإعلام الشبكي هو إعلام بديل ومنافس للإعلام التلفزيوني عامة وللقنوات التلفزيونية الجزائرية خاصة، وهذا يقدم عدة دلالات على انسحاب المتلقي من المشاهدة التلفزيونية، مقابل التزايد الكبير لأعداد المستخدمين عبر المنصات التواصلية.

## خاتمة:

في الأخير واستنادا على نتائج الدراسة يمكن القول أن هناك انسحابا من المشاهدة التلفزيونية نحو الوسائط الجديدة التي أتاحت أشكالاً جديدة من التواصل والتفاعل والمشاركة، وهو ما دفع بالقنوات الجزائرية التي لم تكن في منأى عن التطورات التكنولوجية الحاصلة في العالم، لمواكبة التغيرات بتحديث سياساتها الإعلامية وتطوير أساليبها وخدماتها ومتابعة التحديث المستمر بما يواكب التطورات الراهنة، في قالب تفاعلي لا يزيل مفهوم المؤسسة الإعلامية الكلاسيكية وإنما تهدف العملية في بعدها الاتصالي إلى التأثير على الجمهور واستقطابه ليقى في اتصال مستمر مع التلفزيون وإن غير أنماط المشاهدة والمتابعة لهاته الوسيلة الإعلامية، وبناء على هذا نحاول تقديم بعض التوصيات والمقترحات لتفعيل وتعزيز التواصل بين القنوات التلفزيونية الجزائرية وجمهورها نذكر منها:

- ✓ ضرورة اهتمام المؤسسات الإعلامية والتلفزيونية بتطبيقات الإعلام الشبكي وتوظيفها في عمليات الإعداد والإنتاج والنشر.
- ✓ العمل على إعداد الكوادر البشرية المؤهلة للتعامل مع التقنيات الجديدة واستغلالها من أجل تطوير المحتوى البرامجي والإخباري.
- ✓ مد جسور التواصل مع الجمهور للإبقاء عليه وضمان ولائه للمؤسسة الإعلامية الأم بطرق جديدة ومبتكرة تتناسب مع التطورات التقنية والتكنولوجية الراهنة.

## قائمة المراجع:

1. أحمد بن مرسللي. (2010). مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال (الإصدار 4). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
2. أحمد عياد. (2009). مدخل لمنهجية البحث الاجتماعي (الإصدار 2). الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
3. أسعد صاحب ، و يس الشمري . (2013). مشكلات الشباب الجامعي-دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة سامراء-. مجلة كلية التربية الأساسية(العدد 14).
4. الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية. (23 مارس، 2014). قانون الإعلام 14-04 المتعلق بالنشاط السمعي البصري. العدد 16.
5. حسيبة لولي. (2013). الشباب: قراءة في مقارباته وخصائصه. مجلة المربي(العدد 19).
6. خيرة مركتار، و العربي بوعمامة. (سبتمبر، 2017). مهارات الاتصال والتواصل في ضوء الإعلام الشبكي. مجلة الجامع في الدراسات النفسية والعلوم التربوية، العدد 6.
7. سعيد مراح، و محمد قارش. (فيفري، 2017). الفضائيات الجزائرية الخاصة بين الواقع والتحديات. مجلة الحقيقة(العدد 39).

8. شريفة لطيب ، و كريمة قلاعة . (2016). اتجاهات الشباب الجزائري نحو القنوات الخاصة في ظل الاعلام الالكتروني-دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة قسنطينة 3- . مجلة الصورة والاتصال، المجلد 5(العدد 17).
9. صليحة شلواش. (2023-2024). اتجاهات الأساتذة والمعلمين نحو موقع وسائل الإعلام التقليدية في ظل الإعلام الجديد - دراسة ميدانية على مستخدمي الإنترنت-، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال . قسنطينة: جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية.
10. عبد الصادق حسن عبد الصادق . (2014). تأثير استخدام الشباب الجامعي في الجامعات الخاصة البحرينية لمواقع التواصل الاجتماعي على استخدامهم وسائل الاتصال التقليدية . المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، المجلد 7(العدد 1).
11. محمد ابراهيم عيد. (2005). مدخل الى علم النفس الاجتماعي. القاهرة: المكتبة الأنجلو المصرية.
12. محمد الفاتح حمدي. (2017). منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال: دروس نظرية وتطبيقات. عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع.
13. محمد عبد الحميد. (2000). البحث العلمي في الدراسات الإعلامية. القاهرة: عالم الكتب.
14. محمد مرواني. (2018-2019). أثر وسائل الإعلام التقليدية على الشباب الجامعي في ظل وسائط الميديا الجديدة -دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة مستغانم-، أطروحة دكتوراه في علم اجتماع الاتصال . مستغانم: جامعة عبد الحميد بن باديس.
- Aḥmad ibn Mursalī. (2010). Manāhij al-Baḥth al-‘Ilmī fī ‘ulūm al-I‘lām wa-al-Ittiṣāl (al-iṣḍār 4). al-Jazā’ir : Dīwān al-Maṭbū‘āt al-Jāmi‘īyah.
2. Aḥmad ‘Ayyād. (2009). madkhal li-manhajīyat al-Baḥth al-ijtimā’ī (al-iṣḍār 2). al-Jazā’ir : Dīwān al-Maṭbū‘āt al-Jāmi‘īyah.
3. As‘ad ṣāḥib, wa Yāsīn al-Shammarī. (2013). Mushkilāt al-Shabāb aljām‘y-drāsh maydānīyah ‘alá ‘ayyīnah min ṭalabat Jāmi‘at sāmrā’-. Majallat Kullīyat al-Tarbiyah al-asāsīyah (al-‘adad 14).
4. al-Jarīdah al-Rasmīyah lil-Jumhūrīyah al-Jazā’irīyah. (23 Mārs, 2014). Qānūn al-I‘lām 14-04 al-muta‘alliq bi-al-nashāt al-Sam‘ī al-Baṣrī. al-‘adad 16.
5. Ḥasībah li-Walī. (2013). al-Shabāb : qirā’ah fī mḡārbāth wa-khaṣā’iṣūhu. Majallat al-murabbī (al-‘adad 19).
6. Khayrah mrktār, wa al-‘Arabī bw‘māmh. (Sibtambir, 2017). mahārāt al-ittiṣāl wa-al-Tawāṣul fī ḍaw’ al-I‘lām alshbky. Majallat al-Jāmi‘ fī al-Dirāsāt al-nafsīyah wa-al-‘Ulūm altrbw yh, al-‘adad 6.
7. Sa‘īd Marāḥ, wa Muḥammad qārsh. (Fīfrī, 2017). al-Faḍā’īyāt al-Jazā’irīyah al-khāṣṣah bayna al-wāqī‘ wa-al-taḥaddiyāt. Majallat al-ḥaḡīqah (al-‘adad 39).
8. Sharīfah lṭbyb, wa Karīmah qlā’h. (2016). Ittijāhāt al-Shabāb al-Jazā’irī Naḥwa al-qanawāt al-khāṣṣah fī zill al-I‘lām alālkrwny-drāsh maydānīyah ‘alá ‘ayyīnah min ṭalabat Jāmi‘at Qusanṭīnah 3- . Majallat al-Ṣūrah wa-al-Ittiṣāl, al-mujallad 5 (al-‘adad 17).
9. Ṣulayḡah shlwāsh. (2023-2024). Ittijāhāt al-asātīdhah wa-al-mu‘allimīn Naḥwa Mawḡi‘ wasā’il al-I‘lām al-taqlīdīyah fī zill al-I‘lām al-jadīd – dirāsah maydānīyah ‘alá Mustakhdīmī al’ntrnt-, uṭrūḡat duktūrāh fī ‘ulūm al-I‘lām wa-al-Ittiṣāl. Qusanṭīnah : Jāmi‘at al-Amīr ‘Abd al-Qādir lil-‘Ulūm al-Islāmīyah.
- Budda al-Ṣādiq Ḥasan ‘Abd al-Ṣādiq. (2014). Ta’thīr istikhdām al-Shabāb al-Jāmi‘ī fī al-jāmi‘āt al-khāṣṣah al-Baḡraynīyah li-mawāḡi‘ al-tawāṣul al-ijtimā’ī ‘alá astkhdāmhm wasā’il al-ittiṣāl al-taqlīdīyah. al-Majallah al-Urdunīyah lil-‘Ulūm al-ijtimā’īyah, al-mujallad 7 (al-‘adad 1)
- Ḥamad Ibrāhīm ‘Īd. (2005). madkhal ilá ‘ilm al-nafs al-ijtimā’ī. al-Qāhirah : al-Maktabah al-Anjlū al-Miṣrīyah.



12. Muḥammad al-Fātiḥ Ḥamdī. (2017). manhajīyah al-Baḥth fī ‘ulūm al-I‘lām wa-al-Ittiṣāl : Durūs Naẓarīyat wa-taṭbīqāt. ‘Ammān : Dār Usāmāh lil-Nashr wa-al-Tawzī‘.
13. Muḥammad ‘Abd al-Ḥamīd. (2000). al-Baḥth al-‘Ilmī fī al-Dirāsāt al-I‘lāmīyah. al-Qāhirah : ‘Ālam al-Kutub.
14. Muḥammad Marwānī. (2018-2019). Athar wasā’il al-I‘lām al-taqlīdīyah ‘alā al-Shabāb al-Jāmi‘ī fī zill wasā’iṭ al-mīdiyā al-Jadīdah-drāsh maydānīyah ‘alā ‘ayyīnah min ṭalabat Jāmi‘at mstghānm-, uṭrūḥat duktūrāh fī ‘ilm ijtimā‘ al-ittiṣāl. Mustaghānim : Jāmi‘at ‘Abd al-Ḥamīd ibn Bādīs.