

جامعة محمد خيضر - بسكرة-
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم: الإعلام والاتصال



مذكرة ماستر

ميدان: علوم الاعلام والاتصال.

فرع: سمعي بصري.

تخصص: سمعي بصري

رقم:

إعداد الطالب (ة) :

❖ رحاب منصف

يوم:/...../2025

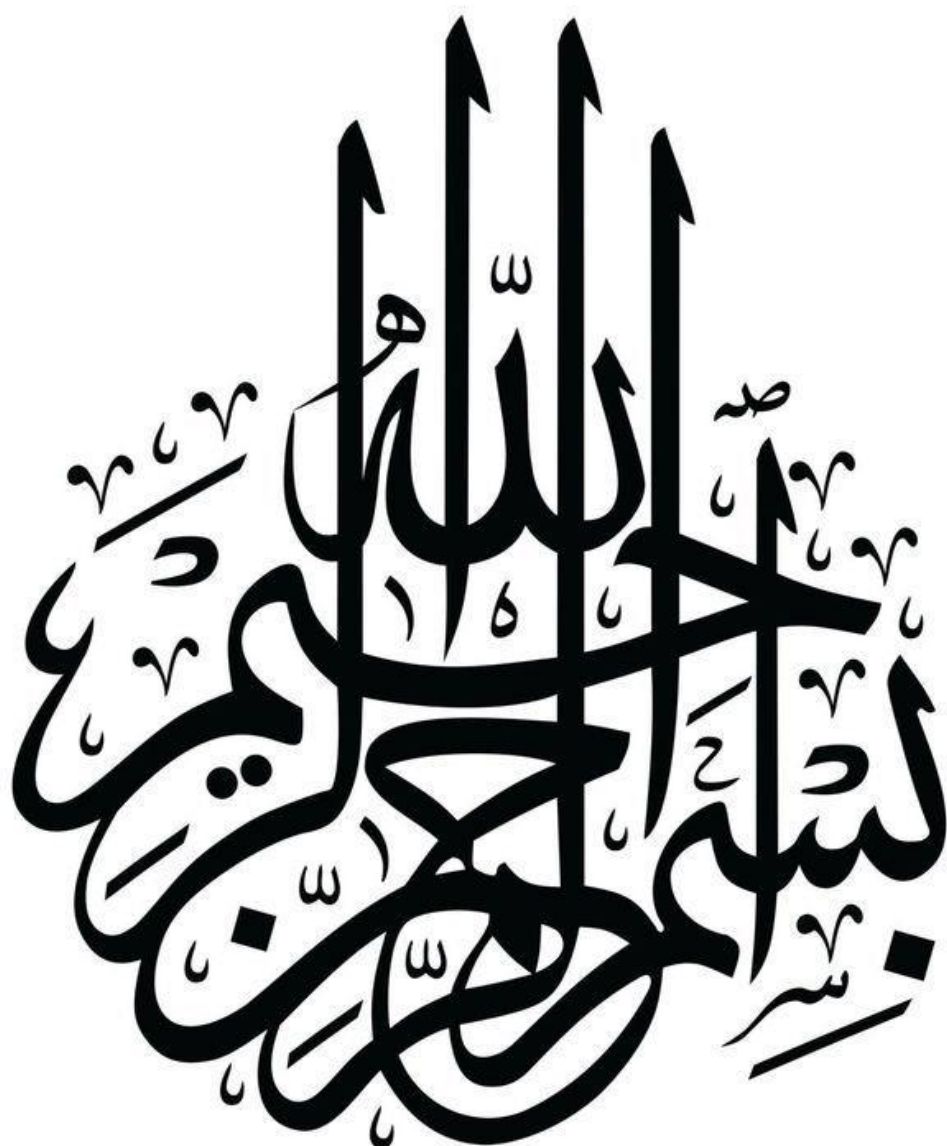
تأثير المنصات الرقمية على صناعة المحتوى السمعي البصري

دراسة ميدانية على عينة من طلبة علوم الاعلام والاتصال المتبعين لمنصة نيتفلكس "جامعة بسكرة"

لجنة المناقشة

رئيسا			
مشرفا	جامعة محمد خيضر بسكرة		د. جفافلة داوود
مناقشا			

السنة الجامعية: 2025/2024



شكر وعرفان

بسم الله الرحمن الرحيم : قال الله تعالى : لأن شكرنم

الزبندر .

نتقدم بخالص الشكر وعظيم الامتنان الى الدكتور الفاضلة " جفافة داود"
على ما بذلته من جهد وما مقدمته من توجيه طوال فترت إعداد هذه المذكرة نسأل الله أن
يوفقها ويجزيها خير الجزاء وأن يبارك في علمها وعملها.

كما نتقدم بالشكر الى الأساتذة الكرام أعضاء اللجنة المناقشة.



إهداء

الحمد لله أولاً وآخرًا، ظاهرًا وباطنًا، الذي بنعمته تتم الصالحات، وبفضله تتحقق الغايات،
والصلاة والسلام على سيدنا محمد، خير من علم وبلغ وأدى الأمانة على أكمل وجه.

قال الله تعالى:

﴿وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ وَالْمُؤْمِنُونَ﴾

[التوبة: 105]

آية عظيمة تعلّمت منها أن العمل لا يكتمل إلا بالإخلاص، وأن ما نزرعه بإيمان، نحصد ثماره بإذن الله.

إلى أولئك الذين كان لوجودهم أعظم الأثر في بلوغي هذه المرحلة من حياتي...

إلى أمي الغالية، يا من سهرت على راحتي، ورافقتني بدعائك في كل وقت،

يا من كنت نبغًا لا ينضب من الحنان، وعطاءك لا يُقدّر بثمن،

كل لحظة نجاح أعيشها، هي ثمرة من ثمار قلبك الصابر ومحبتك اللامحدودة.

لك مني كل الامتنان، وكل ما أملك من كلمات الشكر لا تفيكِ حقك.

إلى أبي الحبيب، يا من كنت دائمًا المثال في الصبر والجد،

علمتني أن الحياة لا تُعطى بل تُنتزع بالاجتهاد،

دعائك الصامت، ونظراتك المشجعة، كانت دافعًا لي في كل لحظة ضعف.

لك كل التقدير والاحترام، فأنت السند الذي لا يميل.

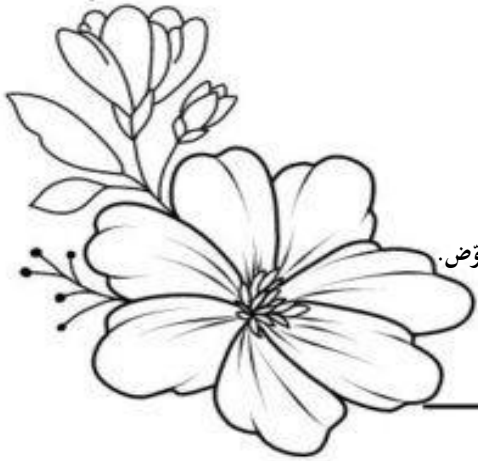
إلى إخوتي وأخواتي الأعزاء،

كنتم النور في أوقاتي المعتمة، والضحكة الصادقة في أيام التعب،

كان دعمكم لي صامتًا أحيانًا، لكنه عظيم الأثر دائمًا.

وجودكم حولي منحني الأمان، وشعور الانتماء، والدفع العائلي الذي لا يُعوّض.

إليكم جميعًا، أهدي هذه المذكرة،



الصفحة	الفهرس المحتويات
-	الشكر
-	الاهداء
-	فهرس محتويات
-	فهرس جداول والأشكال
أ	مقدمة
-	الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة
ب	الإشكالية
5	أهداف الدراسة
7	أهمية الدراسة
10	أسباب اختيار الموضوع
13	تحديد المفاهيم الأساسية للدراسة
17	الدراسات السابقة
19	المنهج المعتمد في الدراسة
21	حدود المنهج الوصفي المسحي
23	مجتمع وعينة البحث
25	أدوات جمع البيانات
-	الفصل الثاني: الجانب النظري للدراسة
28	أولاً: التحولات الرقمية في صناعة المحتوى السمعي البصري
29	تمهيد
29	1- من الإعلام التقليدي إلى الإعلام الرقمي.
29	1-1- التحولات التكنولوجية وأثرها على بنية الإنتاج والمحتوى.
35	1-2- أدوات الإنتاج والتوزيع الرقمية (الذكاء الاصطناعي، الخوارزميات، تقنيات الاستهداف).
40	2- إعلام الطلب والمنصات الرقمية
41	2-1- إعلام الطلب
42	2-2- المنصات الرقمية العالمية ودورها في اعداد تشكيل المشهد الإعلامي.
49	ثانياً: المنصات الرقمية وسلوك المشاهدة
50	1- أنماط المشاهدة الجديدة
51	1-1- مفهوم المشاهدة الشخصية وتغيير العادات الاستهلاكية
53	2-1- مقارنة المشاهدة الجماعية والتفاعلية في ظل الرقمنة
55	2- التفاعل الثقافي والمحتوى الرقمي
55	2-1- سلوك الجمهور الجزائري تجاه المنصات الرقمية
56	2-2- التغيرات الثقافية والهوياتية الناتجة عن استهلاك المحتوى الأجنبي

59	الفصل الثالث: عرض وتحليل معطيات الدراسة الميدانية
59	1- معالجة الإحصائية لنتائج الاستبيان وتحليلها.
59	1-1- تحليل بيانات الدراسة الميدانية.
104	2-1- نتائج الدراسة الميدانية.
109	1-3- نتائج العامة للدراسة الميدانية.
119	2- نتائج الدراسة حسب تساؤلاتها
25	الخاتمة
	ملخص الدراسة
-	قائمة المصادر والمراجع
-	ملاحق

الصفحة	الفهرس الجداول و الأشكال
54	الجدول رقم: مقارنة المشاهدة الجماعية والتفاعلية في ظل الرقمنة
59	الجدول رقم (01): توزيع المتابعين حسب متغير الجنس
60	الشكل رقم (01): نسب توزيع المتابعين حسب متغير الجنس
60	الجدول رقم (02): توزيع المتابعين حسب متغير السن.
61	الشكل رقم (02): نسب توزيع المتابعين حسب متغير السن.
62	الشكل رقم (03): نسب توزيع المتابعين حسب متغير المستوى الجامعي
63	الجدول رقم (04): يوضح الفرق بين محتوى نتفليكس والمحتوى التليفزيوني القديم
63	الجدول رقم (05): يوضح أهم ميزات انتاج نتفليكس
64	الجدول رقم (06): يوضح تغيير نموذج التوزيع الطبيعي لطريقة الوصول للمحتوى
65	الجدول رقم (07): يوضح عامل نجاح منصة نتفليكس
66	الجدول رقم (08): يوضح عدد ساعات متابعة المنصات الرقمية
66	الجدول رقم (09): يوضح كيفية إبداء الرأي في المحتوى المشاهد علة منصة نتفليكس
67	الجدول رقم (10) : وضح متابعة صفحات التواصل المخصصة للمحتوى المرغوب فيه
68	الجدول رقم (11): يوضح تأثير محتوى نتفليكس على الذوق والاختيار الترفيهي.
69	الجدول رقم (12): يوضح الجهاز المستعمل في مشاهدة نتفليكس
70	الجدول رقم (13): يوضح تغيير تجربة نتفليكس للذوق في المحتوى
70	الجدول رقم (14): يوضح نوع المحتوى الذين أصبح تفضله بعد إستخدام نتفليكس.
71	الجدول رقم (15): يوضح تأثير الثقافات الأجنبية على اهتمام الطالب أو طريقة التفكير
72	الجدول رقم (16): يوضح تقييم الفرق بين جودة المحتوى العربي والجنبي على منصة نتفليكس
73	الجدول رقم (17): يوضح تكيف صناع المحتوى في الجزائر مع متطلبات المنصات الرقمية
75	الجدول رقم (18): يوضح العراقيل التي تواجه المحتوى الجزائري للوصول إلى منصات مثل نتفليكس
76	الجدول رقم (19): يوضح فرص الجزائر لتصدير محتواها عبر المنصات الرقمية
77	الجدول رقم (20): يوضح أبرز التغيرات التي لاحظتها في المجتمع الجزائري نتيجة التأثير بصناع المحتوى الجزائريين.

ملخص الدراسة:

تشكل هذه الدراسة محاولة علمية لفهم تأثير المنصات الرقمية، وبشكل خاص منصة "نتفليكس"، على صناعة المحتوى السمعي البصري، في ظل التحولات الرقمية العميقة التي مست بنية الإعلام العالمي والمحلي على حد سواء. إذ شهد المشهد الإعلامي، بفعل الثورة الرقمية، تغييراً في أنماط الإنتاج والتوزيع والتلقي، ما أدى إلى صعود نماذج جديدة في الاستهلاك الإعلامي، تتمثل أساساً في إعلام الطلب والمشاهدة الشخصية.

سعت الدراسة إلى معالجة الإشكالية التالية: ما هو تأثير المنصات الرقمية، وتحديدًا نتفليكس، على صناعة المحتوى السمعي البصري؟، وذلك من خلال الجمع بين المقاربة النظرية والتحليل الميداني لعينة من الطلبة الجامعيين، قصد الوقوف على سلوكهم الرقمي وتفضيلاتهم الإعلامية.

وقد بينت نتائج الدراسة أن المنصات الرقمية أعادت تشكيل العلاقة بين المنتج والمتلقي، إذ أصبح هذا الأخير أكثر فاعلية واستقلالية، يختار ما يشاهده ومتى وأين يشاهده، وهو ما انعكس على الذوق العام وأنماط الاستهلاك. كما أبرزت النتائج أن نتفليكس تقدم نموذجاً إنتاجياً متقدماً يعتمد على الذكاء الاصطناعي، والخوارزميات، والتحليل الدقيق لبيانات المستخدمين، ما يجعلها قادرة على التأثير في التفضيلات الفردية وتشكيل الثقافة الجماعية المعاصرة.

أما في السياق الجزائري، فقد أظهرت الدراسة أن فئة الشباب تمثل الشريحة الأكثر استخداماً لهذه المنصات، خاصة لما توفره من حرية، جودة في الإنتاج، وتنوع في المواضيع. غير أن هذا التحول الرقمي يطرح أيضاً إشكالات ثقافية وهوياتية، تتعلق بتأثير المحتوى الأجنبي على القيم المحلية، وتمثيلات الهوية والانتماء.

وقد خلصت الدراسة إلى أن نجاح المنصات الرقمية لا يرتبط فقط بالتطور التكنولوجي، بل أيضاً بمدى قدرتها على فهم المستخدم والتكيف مع احتياجاته المتغيرة، ما يجعل منها فاعلاً مركزياً في صناعة الإعلام الحديثة. كما أوصت بضرورة تطوير المحتوى الجزائري وهيئة البنية التحتية الرقمية من أجل ضمان منافسة فعّالة في هذا المجال.

Study Abstract:

This research constitutes an academic attempt to explore the impact of digital platforms, particularly Netflix, on the audiovisual content industry in light of the profound digital transformations reshaping global and local media landscapes. The digital revolution has led to fundamental changes in production, distribution, and consumption patterns, giving rise to new models of media use such as video-on-demand and personalized viewing.

The study addressed the central research question: What is the impact of digital platforms, specifically Netflix, on the audiovisual content industry? Through a combination of theoretical analysis and fieldwork involving a sample of university students, the study aimed to investigate digital consumption behaviors and media preferences.

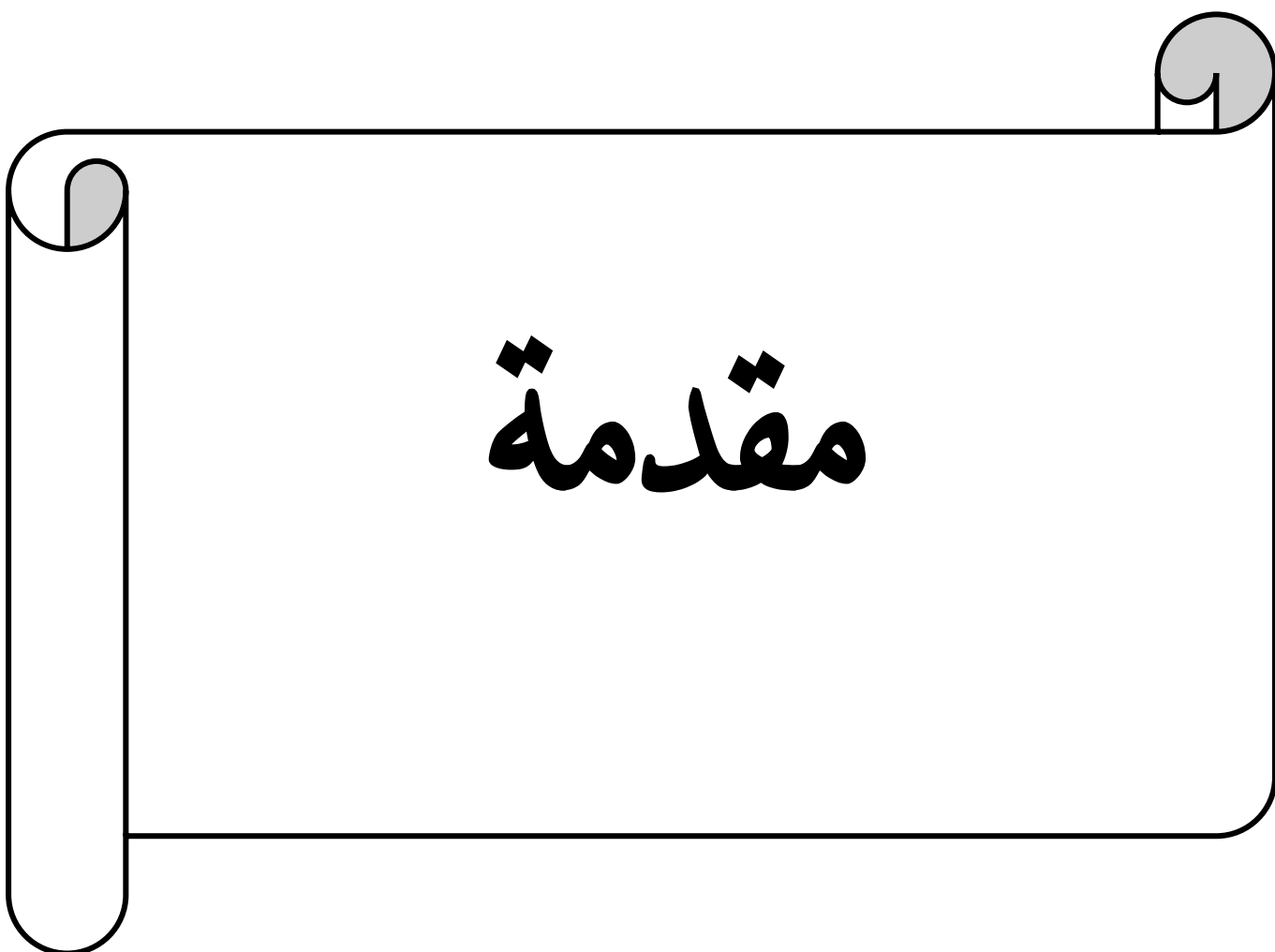
The findings indicate that digital platforms have redefined the relationship between content producers and audiences, empowering the latter with autonomy and control over what, when, and how they consume content. Netflix, in particular, emerged as a pioneering model leveraging artificial intelligence, algorithms, and user data analytics to tailor content to individual preferences and shape contemporary cultural tastes.

In the Algerian context, the study revealed that youth are the most engaged demographic with digital platforms due to the freedom, content diversity, and high production quality they offer. However, this digital shift raises significant cultural and identity-related concerns, especially regarding the influence of foreign content on local values and perceptions of identity and belonging.

The study concluded that the success of digital platforms is not only technological but also lies in their ability to understand and adapt to evolving user needs. It recommends enhancing Algerian content production and investing in digital infrastructure to ensure effective participation in the global media landscape.

Study Abstract :

This study examines the impact of digital platforms—particularly Netflix—on the audiovisual content industry amid rapid technological transformations. Combining theoretical insights with field analysis of university students, the research shows that audiences have become more autonomous in shaping their media experiences, with algorithms and artificial intelligence playing a major role in content selection. Results indicate a strong preference among young Algerian viewers for foreign content, especially via smartphones, due to its accessibility, quality, and diversity. The findings also reveal cultural and identity-related influences, while highlighting the challenges local content faces in gaining visibility. The study concludes with recommendations to enhance Algeria's digital infrastructure and to promote local media production to remain competitive in the evolving digital **media landscape**.



مقدمة

تُعد صناعة المحتوى السمعي البصري من أبرز مظاهر التحول الإعلامي والثقافي في العصر الرقمي، إذ لم تعد تقتصر على الإنتاج التلفزيوني والسينمائي التقليدي، بل أصبحت تشهد تحولات عميقة تمس بنيتها، أدواتها، وآليات توزيعها، بفعل التقدم التكنولوجي السريع وظهور وسائط رقمية جديدة غيرت أنماط الاتصال والاستهلاك الإعلامي بشكل جوهري. ويأتي على رأس هذه التحولات ما أحدثته المنصات الرقمية من ثورة غير مسبوقة في المشهد الإعلامي العالمي، عبر تقديم خدمات جديدة تمزج بين التكنولوجيا، الترفيه، وتحليل بيانات المستخدمين، لتنتج تجربة إعلامية شخصية، تفاعلية، وعابرة للحدود.

لقد أدى الانتشار الواسع لشبكة الإنترنت، إلى جانب تطور أجهزة الهواتف الذكية والبرمجيات المرتبطة بها، إلى إتاحة المجال أمام ظهور جيل جديد من المستهلكين الذين يفضلون الوصول إلى المحتوى في أي وقت ومن أي مكان، بعيداً عن القيود الزمنية والجغرافية التي كانت تفرضها وسائل الإعلام التقليدية. وفي هذا السياق، ظهرت منصات رقمية عالمية مثل نتفليكس (Netflix)، أمازون برايم (Amazon Prime)، ديزني بلس (Disney+)، وغيرها، لتعيد تشكيل قواعد اللعبة الإعلامية، سواء من حيث الإنتاج، التوزيع، أو حتى استهلاك المحتوى السمعي البصري.

وقد أصبحت نتفليكس، بوصفها رائدة هذا التحول، مثالاً حياً على كيف يمكن لمنصة رقمية أن تُحدث تأثيراً شاملاً على صناعة بأكملها. فبعد أن بدأت كمزود لخدمة تأجير أقراص الفيديو بالبريد، تحولت إلى منصة بث رقمي تُنتج وتوزع محتوى أصلياً يُنافس كبرى شركات الإنتاج السينمائي في العالم، كما غزت بمحتواها مختلف الأسواق العالمية، مستفيدة من قوة الخوارزميات، تقنيات الذكاء الاصطناعي، واستراتيجية الإنتاج الموجه. هذا التحول لم يكن مجرد تطور تقني، بل حمل في طياته تحولات ثقافية واقتصادية واجتماعية عميقة، انعكست على علاقة الجمهور بالمحتوى، وعلى طبيعة المضامين نفسها، وعلى طريقة صنع الرسائل الإعلامية.

إن صناعة المحتوى السمعي البصري اليوم لم تعد حكراً على مؤسسات الإنتاج الكبرى أو القنوات التلفزيونية، بل أصبحت فضاءً مفتوحاً، يتشارك فيه الفاعلون الجدد، مثل المنصات الرقمية، صناع القرار في ما يُعرض ويُنتج، بل ويتحكمون إلى حد بعيد في التوجهات الثقافية والذوق العام، من خلال آليات دقيقة تستند إلى تحليل سلوكيات المشاهدين. كما فرضت هذه المنصات، وفي مقدمتها نتفليكس، أنماطاً جديدة من السرد البصري، وأساليب

إخراج ومونتاج تتماشى مع الذوق العالمي المعولم، لكنها تثير في المقابل تساؤلات حول مدى تأثير هذا النموذج على الخصوصيات الثقافية، والتنوع الإعلامي، ومستقبل الإنتاج المحلي.

وانطلاقاً من هذه المعطيات، تُعالج هذه المذكرة موضوعاً بالغ الأهمية، يتمثل في: "تأثير المنصات الرقمية على صناعة المحتوى السمعي البصري، مع دراسة حالة نتفليكس كنموذج تطبيقي".

تهدف هذه الدراسة إلى تقديم فهم معمق لطبيعة التغيرات البنيوية التي أحدثتها المنصات الرقمية في صناعة المحتوى السمعي البصري، مع التركيز على نموذج نتفليكس بوصفه نموذجاً معبراً عن هذه التحولات. كما تسعى إلى تسليط الضوء على التحديات التي يطرحها هذا التحول على الفاعلين الإعلاميين التقليديين، وعلى صناع المحتوى في الدول النامية، وعلى السياسات الإعلامية والثقافية في مواجهة نموذج عالمي متسارع ومنفتح، ولكنه في الوقت ذاته مهيمن وموجه.

الفصل الأول:

الجانب المنهجي للدراسة

1- الإشكالية:

شهدت صناعة المحتوى السمعي البصري خلال العقود الأخيرة تحولات نوعية مست بنيتها سووظافها وأشكال تعبيرها، بفعل التطورات التكنولوجية الهائلة التي جاءت بها الثورة الرقمية. حيث أصبحت الرقمنة سمة بارزة للإعلام المعاصر، الذي كسر حدود النمط التقليدي في الاتصال، المعتمد على البث الأحادي والتوقيت الصارم، وأفسح المجال أمام نموذج جديد يتسم بالتفاعلية والمرونة، ويمنح المستخدم حرية اختيار المحتوى ووقت ومكان مشاهدته، في إطار ما يعرف بإعلام الطلب (Video On Demand).

في هذا السياق، برزت المنصات الرقمية كفاعل محوري في المشهد الإعلامي الحديث، لما توفره من تنوع وتعدد في الخيارات، إضافة إلى إمكانية تخصيص المحتوى بما يلائم اهتمامات الجمهور. وتُعد منصة "نتفليكس" من أبرز هذه المنصات، إذ أحدثت تحولاً كبيراً في علاقة المشاهد بالمحتوى السمعي البصري، من خلال استراتيجيات إنتاجية وتسويقية جديدة جعلتها من الرّواد في سوق الإعلام الترفيهي العالمي.

تحوّلت "نتفليكس" من مجرد منصة لعرض الأعمال الفنية إلى مؤسسة إنتاج متكاملة، تعتمد على تحليل دقيق للبيانات وخوارزميات معقدة لفهم سلوك وتفضيلات الجمهور، ما يمكنها من تصميم محتوى يتماشى مع ميول المشاهدين وتوجهاتهم النفسية والثقافية. وهو ما ساعد في إعادة صياغة مفاهيم مثل الجودة، التفاعل والجاذبية، التي لم تعد محكومة بالمعايير التقليدية، بل أصبحت ترتبط بعوامل رقمية وتقنية واقتصادية جديدة.

على صعيد المتلقي، أدّت هذه التحولات إلى تغييرات جذرية في سلوكيات الجمهور، الذي بات أكثر تحكماً وانتقائية في تجربته البصرية، مما أفرز نمطاً جديداً من الاستهلاك الفردي يُعرف بـ "المشاهدة الشخصية"، حيث يختار الفرد ما يشاهد ومتى وأين وبأي وسيلة. وهو ما أدى إلى تراجع سطوة القنوات التقليدية التي كانت تفرض أنماطاً محددة من التلقي الجماعي.

كما فرض هذا الواقع الجديد تحديات متزايدة على منتجي المحتوى، حيث لم يعد مقبولاً الاعتماد على الأساليب التقليدية في الإنتاج، بل أصبح لزاماً مواكبة طبيعة العرض الرقمي ومتطلباته، ضمن سوق عالمي يتسم بشدة التنافس وتغير مستمر في ذوق الجمهور. وأصبح التحدي اليوم يتمثل في تقديم محتوى مبتكر، يجمع بين جودة فنية عالية وتقنيات سردية حديثة، من أجل شد انتباه المشاهد والاحتفاظ به.

أما في السياق الجزائري، ورغم أن استخدام المنصات الرقمية لا يزال في بداياته مقارنة بالأسواق المتقدمة، إلا أن ملاحظته بدأت تبرز بشكل واضح لدى فئة الشباب، التي أصبحت تميل أكثر لمتابعة المحتوى الأجنبي عبر منصات مثل نتفليكس، بدلاً من الاعتماد على القنوات المحلية أو العربية. ويعود هذا التحول إلى عوامل عديدة، أبرزها سهولة الاستخدام، تنوع العروض، جودة الصوت والصورة، إضافة إلى ما تمنحه هذه المنصات من انفتاح على الثقافة العالمية، مما يعزز شعور المستخدم بالانتماء إلى فضاء عالمي.

ومع ذلك، فإن هذا الإقبال المتزايد على المحتوى الأجنبي الرقمي يثير عدداً من التساؤلات الثقافية والهوياتية، خصوصاً فيما يتعلق بتأثيره على الذوق العام والقيم الاجتماعية والتصورات الجمالية. فالكثير من هذا المحتوى يتضمن رسائل ضمنية أو مباشرة قد تتعارض مع الخصوصية الثقافية للمجتمع المحلي، وهو ما يستدعي التساؤل عن وعي المتلقين، خاصة فئة الشباب، بهذه الرسائل ومدى قدرتهم على تحليلها ونقدها.

من جهة أخرى، تجد المؤسسات الإعلامية الجزائرية نفسها أمام تحديات مضاعفة، تتعلق ليس فقط بمستوى الإنتاج الفني، بل أيضاً بقدرتها على مواكبة تحولات السوق الرقمية، وتبني نماذج إنتاج تتماشى مع شروط النشر والعرض عبر هذه المنصات. وهو ما يفتح باب التساؤل حول مدى جهوزية هذه المؤسسات، سواء العمومية أو الخاصة، للانخراط في هذا المسار، من خلال الاستثمار في المحتوى الرقمي وإنتاج أعمال قابلة للمنافسة محلياً وعالمياً.

بناءً على ما سبق، تتجلى أهمية دراسة أثر المنصات الرقمية - وعلى رأسها نتفليكس - في صناعة المحتوى السمعي البصري، باعتبارها تجسيداً واضحاً لتحولات الإعلام والاتصال في العصر الرقمي. ومن هنا تطرح الإشكالية التالية:

"ما هو تأثير المنصات الرقمية، وتحديدًا منصة نتفليكس، على صناعة المحتوى السمعي البصري؟"

وتهدف هذه الإشكالية إلى استكشاف أبعاد التحول في أنماط الإنتاج والتوزيع والاستهلاك، وتحليل أثر هذه المنصات على كل من صناع المحتوى والمتلقين، مع التركيز على الحالة الجزائرية.

وانطلاقاً من الإشكالية العامة، يمكن صياغة الأسئلة الفرعية الآتية:

1. كيف ساهمت منصة نتفليكس في إعادة تشكيل أنماط إنتاج وتوزيع المحتوى السمعي البصري؟

من خلال تحليل استراتيجيات مثل الإنتاج الأصلي، الاعتماد على البيانات، والتوزيع الرقمي الواسع.

2. ما طبيعة تفاعل الجمهور الجزائري مع المنصات الرقمية؟

من خلال رصد سلوكيات المشاهدة، وتحديد العوامل التي تدفع نحو تفضيل هذه المنصات بدلاً من الوسائل التقليدية.

3. ما مدى تأثير هذه المنصات في تشكيل ذوق الجمهور وتوقعاته من المحتوى؟

سواء من حيث الأسلوب والمضمون، أو الجودة الفنية والرموز الثقافية.

4. ما التغيرات التي فرضتها المنصات الرقمية على صنّاع المحتوى في الجزائر؟ وما مدى قدرة هؤلاء على التكيف مع هذه التغيرات وتقديم محتوى منافس عالميًا.

2*أهداف الدراسة:

1. تحليل دور المنصات الرقمية في إعادة تشكيل بيئة الإنتاج السمعي البصري
يركّز هذا الهدف على فهم كيف غيّرت المنصات الرقمية كـ"نتفليكس" البيئة التقليدية التي لطالما حكمت عمليات إنتاج المحتوى السمعي البصري. لم يعد المنتج خاضعًا لقيود البث التلفزيوني أو التمويل العمومي فحسب، بل أصبح أكثر ارتباطًا بمقاييس تكنولوجية تعتمد على تحليل بيانات المستخدمين، وهو ما يستدعي إعادة النظر في علاقة المبدع بمتلقيه، وفي طريقة بناء النصوص البصرية بما يتماشى مع المتطلبات الرقمية الحديثة. يتناول هذا الهدف أيضًا البنية التحتية الرقمية، وأساليب العمل الجديدة، مثل "الإنتاج الموجه بالبيانات"، التي غيّرت فلسفة الإنتاج نفسها.

2. فهم طبيعة التفاعل بين المتلقي ومنصة نتفليكس باعتبارها وسيطًا رقميًا جديدًا
يحاول هذا الهدف أن يشرح الكيفية التي يتفاعل بها المتلقي الجزائري مع منصة مثل نتفليكس، من خلال استكشاف نمط السلوك الرقمي، ودرجة التفاعل مع المحتوى المعروض، سواء من حيث وقت المشاهدة، أو عدد مرات التصفح، أو حتى مشاركة المحتوى مع الآخرين. يتعلّق الأمر هنا ليس فقط بمجرد تفضيل للمشاهدة، بل بتحوّل نوعي في العلاقة بين المتلقي والمنصة كوسيط ذكي، يتعلم من المستخدم ويوجه تجربته، ما يستدعي الوقوف عند خصائص هذا التفاعل وأبعاده النفسية والاجتماعية والثقافية.

3. استكشاف انعكاسات المنصات الرقمية على الذوق الفني والتوقعات الجمالية لدى الجمهور
يتناول هذا الهدف دراسة التأثيرات البصرية والرمزية للمحتوى الرقمي على تفضيلات المشاهدين، من حيث تعودهم على نوع معيّن من الإخراج، الإيقاع السردى، التركيب البصري، واللغة الفنية. فمن خلال منصات مثل نتفليكس، بات الجمهور يتعرّف على نماذج إنتاجية غير مألوفة محليًا، مما يدفع إلى التحوّل في معايير الحكم على "الجودة" و"القيمة الفنية"، بل حتى في التصور العام لما هو "محتوى جيد". هذا التحوّل يُعدّ مؤشرًا مهمًا على مدى اختراق هذه المنصات للذوق العام المحلي.

4. الكشف عن أثر المنصات الرقمية في زعزعة هيمنة القنوات التلفزيونية التقليدية

يعمل هذا الهدف على تتبع مسار التراجع الذي عرفته القنوات التلفزيونية الكلاسيكية لصالح منصات العرض عند الطلب. إذ أصبحت هذه الأخيرة تمثل تهديدًا حقيقيًا لنموذج البث الجماعي الذي استندت عليه وسائل الإعلام القديمة، وذلك من خلال تقديم بدائل أكثر حرية وتنوعًا في الاستهلاك. يتمثل الجانب الأهم في هذا الهدف في إبراز مدى استقلالية الجمهور اليوم، وكيف أن هذا الاستقلال قد غير ملامح السلطة الاتصالية داخل الفضاء السمعي البصري.

5. تحليل تأثير تنفليكس على البنية الموضوعاتية والإيديولوجية للمحتوى المستهلك

من خلال هذا الهدف، يتم التعمق في مضمون المحتوى المعروض على منصة تنفليكس، ومحاولة فهم الرسائل الضمنية والصريحة التي يتضمنها، وتأثيرها على تمثيلات الجمهور الجزائري لقضايا الهوية، القيم، المجتمع، وغيرها. كما يُعنى هذا الهدف بفحص مدى وعي المتلقي بهذه الرسائل، ومدى قدرته على التفاعل النقدي معها، أو تأثره بها دون وعي.

6. رصد التحولات في أنماط استهلاك الجمهور الجزائري للمحتوى السمعي البصري

يسعى هذا الهدف إلى تتبع التغيرات التي طرأت على الطريقة التي يستهلك بها الأفراد المحتوى، من حيث الزمن (المشاهدة في أي وقت)، المكان (داخل المنزل أو خارجه)، ونوعية الجهاز (هاتف ذكي، تلفاز ذكي، حاسوب). كما يتطرق إلى تحليل العوامل النفسية والاجتماعية والاقتصادية التي دفعت المستخدم الجزائري للانتقال نحو هذه المنصات الرقمية، خصوصًا الشباب.

7. تقييم جاهزية الفاعلين في المجال السمعي البصري في الجزائر لمواكبة البيئة الرقمية

يتطرق هذا الهدف إلى دراسة مدى قدرة المنتجين والمخرجين والمؤسسات الإعلامية الجزائرية على تبني أدوات العمل الرقمي، ومدى توفر التكوين والتجهيزات المطلوبة، والتحديات التي تعوق دخولهم الحقيقي إلى سوق المحتوى العالمي عبر هذه المنصات. يتمثل الجوهر هنا في تحديد الفجوة بين الممارسة المحلية والممارسات الرقمية العالمية.

8. تشخيص مدى قدرة المحتوى الجزائري على التواجد والمنافسة على المنصات الرقمية العالمية

يهدف هذا الجانب إلى الوقوف عند المعوقات الفنية والثقافية التي تعيق ظهور المحتوى الجزائري على هذه المنصات، من حيث مستوى الإنتاج، الحكايات المحلية القابلة للتسويق عالميًا، وضعف الترجمة والتسويق الرقمي. كما يتناول هذا الهدف إشكالية ضعف الترويج للهوية المحلية ضمن السوق العالمية الرقمية.

9. تحليل تأثير المحتوى المستورد على الهوية الثقافية للجمهور المحلي

يحاول هذا الهدف أن يكشف إن كانت كثافة الاستهلاك للمحتوى الأجنبي تُحدث نوعًا من التشوّش أو الاضطراب في الهوية الثقافية للفرد الجزائري، خاصة لدى الشباب. هل يشعر بالانتماء إلى منظومة ثقافية جديدة؟ وهل يعيد تشكيل نظرته للذات وللمجتمع من خلال معايير مستوردة؟ تلك تساؤلات محورية يثيرها هذا الهدف.

10. استشراف مستقبل الإعلام السمعي البصري في ظل استمرار تحوّل الجمهور نحو المنصات الرقمية

يرمي هذا الهدف إلى تقديم نظرة استشرافية لمسار صناعة الإعلام السمعي البصري في الجزائر والعالم، في ظل تصاعد الاعتماد على الذكاء الاصطناعي، وتحليل البيانات، والواجهات التفاعلية. كما يُعنى باستشراف الأدوار الجديدة للمتلقى في منظومة الإنتاج والاستهلاك، وتحولات العلاقة بين الوسيط الرقمي والمحتوى.

3* أهمية الدراسة :

1. تسليط الضوء على ظاهرة حديثة تُعد من أبرز التحولات في مجال الإعلام السمعي البصري.

تأتي هذه الدراسة في سياق التحولات المتسارعة التي يعرفها المشهد الإعلامي العالمي، خاصة في قطاع السمعي البصري، حيث لم يعد الإنتاج التقليدي وحده المسيطر، بل برزت ظواهر جديدة فرضت نفسها بقوة، وعلى رأسها المنصات الرقمية. ومن أبرز هذه المنصات نجد نتفليكس، التي أصبحت تمثل نموذجًا جديدًا في إنتاج وتوزيع واستهلاك المحتوى. لذا فإن الدراسة تكتسب أهميتها من خلال تسليط الضوء على هذه الظاهرة المعاصرة، التي لا تزال في طور التوسع والانتشار، خاصة في العالم العربي. فالدراسة لا تكتفي بوصف الظاهرة، بل تسعى إلى تحليلها وفهم أبعادها وانعكاساتها على الصناعة التقليدية من جهة، وعلى الجمهور من جهة أخرى، مما يجعلها ذات راهنية علمية وثقافية كبيرة، خاصة أن المراجع النظرية والأكاديمية حول هذا الموضوع لا تزال محدودة في السياق المحلي.

2. تواكب التطورات الرقمية التي فرضت نفسها على الساحة الإعلامية، خاصة بين فئة الشباب.

في عالم يتغير بسرعة، بات من الضروري على البحوث العلمية أن تواكب هذه التغيرات، وأن تقدم فهماً عميقاً للواقع الرقمي المتجدد، لا سيما في ظل الحضور القوي لفئة الشباب على المنصات الرقمية. وتظهر أهمية هذه الدراسة من خلال محاولتها لمواكبة هذا التحول، حيث تسلط الضوء على كفاءات تعاطي فئة الشباب مع تنقلهم، بوصفها واحدة من المنصات الرائدة في مجال الإعلام الرقمي. كما تحاول الدراسة تفكيك العلاقة بين الوسيط الرقمي والمتلقي، خصوصاً وأن الشباب باتوا أكثر تحرراً من النمط التقليدي للمشاهدة، وأصبحوا يفضلون ما يناسب أذواقهم وثقافتهم وهوياتهم الفردية. وهذا يضعنا أمام تساؤلات حول تأثير هذه المنصات في تكوين الذوق العام لدى الشباب، ومستوى تأثيرهم بالقيم والمضامين التي تُبث عبرها.

3. تقديم فهم علمي لسلوك المستخدمين تجاه المنصات الرقمية، لا سيما تنقلهم. تُعتبر دراسة سلوك المستخدم الرقمي أحد أبرز المجالات التي تحظى باهتمام الباحثين، نظراً للتغيرات العميقة التي طرأت على أنماط التلقي. وتكتسي هذه الدراسة أهميتها من خلال سعيها إلى فهم هذا السلوك، خاصة في ظل تحول الجمهور من متلقي سلبي إلى مستخدم فاعل. فنحن لم نعد نتحدث عن مشاهد خاضع لجدولة تلفزيونية، بل عن مستخدم يحدد المحتوى والزمان والمكان ونوعية الجهاز. وهذا التغير الجذري يفرض علينا أن نطرح أسئلة منهجية حول آليات اختيار المحتوى، الدوافع النفسية والاجتماعية التي تحكم ذلك، وتأثير خوارزميات المنصة على قرارات المستخدم. كما تسهم الدراسة في الكشف عن أوجه التفاعل التي يبنها المستخدم مع هذه البيئة الرقمية، سواء على مستوى العادة اليومية أو الثقافة البصرية التي تتشكل لديه.

4. الإسهام في إثراء الحقل الأكاديمي المتعلق بالإعلام الجديد والمنصات الرقمية.

رغم الانتشار الكبير للمنصات الرقمية، لا تزال الدراسات الأكاديمية التي تتناول هذا الموضوع في السياق العربي بشكل عام، والجزائري بشكل خاص، محدودة من حيث الكم والنوع. وهنا تكمن أهمية هذه الدراسة، إذ تسعى إلى الإسهام في سد هذا النقص، من خلال تقديم مقارنة علمية متعمقة حول أثر هذه المنصات على صناعة المحتوى السمعي البصري. كما أنها تضيف إلى الجهد البحثي المتعلق بالإعلام الجديد، وتقدم أرضية نظرية وتحليلية قد يستند إليها باحثون آخرون لتوسيع النقاش. وهذا الإثراء لا يقتصر فقط على الطرح النظري، بل يمتد أيضاً إلى الجانب الميداني من خلال دراسة عينة واقعية من الجمهور، ما يجعل من نتائج الدراسة ذات قيمة مضافة على المستوى المعرفي والتطبيقي.

5. فتح آفاق جديدة لدراسات مستقبلية تخص العلاقة بين الإعلام الرقمي والجمهور المحلي.

إن دراسة العلاقة بين الوسيط الرقمي والمجتمع المحلي باتت ضرورة ملحة في ظل تزايد الاستهلاك الرقمي للمحتوى الأجنبي. وتوفر هذه الدراسة مدخلاً مهماً لتوسيع البحث في هذا المجال، حيث تضع الأسس الأولى لفهم كيفية تفاعل المجتمع الجزائري، لا سيما فئة الشباب، مع الإعلام الرقمي. ومن خلال نتائجها، يمكن التأسيس لمشاريع بحثية لاحقة قد تتناول زوايا أخرى، مثل التأثيرات الثقافية، أو تمثيلات الهوية في المحتوى الرقمي، أو حتى البعد السياسي والاجتماعي للإعلام الجديد. فالدراسة تُعد خطوة أولى في مسار طويل يحتاج إلى جهود متعددة ومتنوعة، لأنها لا تغطي فقط جانباً تقنياً، بل تسهم في توجيه النقاش نحو الأبعاد العميقة لهذا التحول، مما يجعلها لبنة أساسية في البناء الأكاديمي المستقبلي.

6. إبراز التغير في طبيعة التلقي الإعلامي في ظل التحول من البث الجماهيري إلى المشاهدة الشخصية.

تمثل المنصات الرقمية نقطة تحول كبرى في العلاقة بين الوسيط الإعلامي والمتلقي، حيث لم تعد القنوات تتحكم في المحتوى وفي توقيت بثه، بل أصبح القرار في يد المتلقي نفسه. وتكمن أهمية هذه الدراسة في أنها ترصد هذا التغير العميق، وتحلل أثره على الصناعة الإعلامية وعلى سلوكيات الجمهور. فالمشاهدة اليوم باتت فردية، قائمة على الطلب، ما غيّر من طبيعة التجربة الإعلامية، ومن مفاهيم مثل "الحدث التلفزيوني" و"المحتوى الجماعي". وهذا يستدعي التفكير في الآثار النفسية والاجتماعية لهذه الفردانية الإعلامية، التي قد تعيد تشكيل ذوق الجمهور، ومفاهيمه حول الزمن والفضاء، وهو ما تحاول الدراسة معالجته عبر أدوات علمية ومنهجية دقيقة.

7. إلقاء الضوء على التحديات التي تواجه صناعة المحتوى المحلي في بيئة رقمية عالمية.

أحد أبرز أوجه أهمية هذه الدراسة يتمثل في تعرّضها إلى إشكالية التنافسية في سوق الإعلام العالمي، حيث أصبح المحتوى المحلي في مواجهة مباشرة مع الإنتاجات العالمية عالية الجودة. ومن خلال تحليل حالة نتفليكس، تسعى الدراسة إلى فهم طبيعة هذا التحدي، وإلى أي مدى يمكن لصنّاع المحتوى في الجزائر التكيف مع معايير الجودة والسرعة والابتكار التي تفرضها هذه المنصات. كما تناقش الدراسة كيف يمكن للمنتج المحلي أن يجد لنفسه مكاناً في فضاء إعلامي مفتوح، تسوده المنافسة الشرسة، وما إذا كان قادراً على الحفاظ على هويته الثقافية وسط هذا الزخم الرقمي. وهذه المعالجة تكتسي طابعاً استراتيجياً لأنها تلامس قضايا تتعلق بالسيادة الثقافية والإعلامية.

8. محاولة فهم تأثير الخوارزميات والتوصيات الرقمية على قرارات المشاهدة وتفضيلات الجمهور تكتسب الدراسة أهمية خاصة من خلال سعيها إلى تفكيك الدور الذي تلعبه الخوارزميات في توجيه سلوك الجمهور. فنتفليكس،

وغيرها من المنصات، لا تقدم المحتوى بشكل عشوائي، بل وفق نظام دقيق من التوصيات المبنية على بيانات المستخدم. وهذه الآلية تطرح إشكالات أخلاقية وإبستمولوجية عديدة، تتعلق بجرية الاختيار، وطبيعة الذوق المشكّل رقميًا، وهو ما تحاول الدراسة تناوله من زاوية علمية. كما تبحث في مدى وعي المستخدم بهذه التوصيات، وما إذا كانت تؤثر فعلاً في قراراته، أم أنه يحتفظ بقدر من الاستقلالية. وتكشف هذه المقاربة عن جانب خفي من العلاقة بين التكنولوجيا والجمهور، وهي علاقة لا تزال تحتاج إلى كثير من التحليل والبحث، لما لها من أثر بعيد المدى.

9. تقديم تحليل عميق للكيفية التي تؤثر بها المنصات الرقمية في مفاهيم مثل الجودة، الجاذبية، والتفاعل. لطالما كانت هذه المفاهيم مرتبطة بالصناعة التقليدية للمحتوى، لكن مع صعود المنصات الرقمية تغيرت معايير التقييم، وأصبحت الجودة ترتبط بسرعة الأداء، وملاءمة المحتوى مع ذوق المستخدم، ومدى تفاعله معه. وتظهر أهمية الدراسة من خلال سعيها لتحليل هذا التحول في المفاهيم، حيث لم يعد المعيار هو عدد المشاهدين فقط، بل زمن المشاهدة، ومدى تكرارها، وعدد التقييمات، والتفاعل مع المحتوى. كما أن الجاذبية أصبحت تُقاس وفق مقاييس رقمية، ما يستدعي فهم كيف تتأقلم الصناعة المحلية مع هذه المقاييس الجديدة، وكيف يمكنها تطوير استراتيجيات جديدة للحفاظ على جمهورها وتوسيعه.

10. تسليط الضوء على البعد الثقافي والهوياتي في علاقة الجمهور الجزائري بالمحتوى الرقمي الأجنبي. تُعد هذه الزاوية من أبرز ما تمنحه الدراسة من أهمية، إذ لا تكفي بتحليل الجوانب التقنية أو الترفيهية للمحتوى الرقمي، بل تغوص في أبعاده الثقافية، وتطرح تساؤلات حول أثر هذا النوع من المحتوى في الوعي الجمعي، وفي تمثيلات الهوية والانتماء. فمع الانتشار الواسع للمحتوى الأجنبي، يبرز سؤال جوهري حول قدرة الجمهور، خاصة الشباب، على التمييز بين ما يتناسب مع مرجعياته الثقافية، وما يُمكن أن يشكل تهديداً للقيم والمعتقدات المحلية. وتمنح هذه الدراسة فرصة لفهم هذا التفاعل من زاوية نقدية، وتقييم ما إذا كانت المنصات تشكل وسيلة للتفتح الثقافي، أم أنها تفرض نوعاً من التوجيه الرمزي الخفي، في ظل غياب إنتاج محلي منافس وفعال.

4* أسباب اختيار الموضوع :

أولاً: الأسباب الموضوعية

1. الانتشار المتسارع لمنصة نتفليكس في الجزائر خلال السنوات الأخيرة، خاصة بين فئة الشباب.

يشهد المشهد الإعلامي الجزائري تحولات عميقة نتيجة الانفتاح المتزايد على المنصات الرقمية، حيث أصبحت منصة نتفليكس واحدة من أبرز الوسائط التي يعتمد عليها الشباب في استهلاكهم اليومي للمحتوى السمعي البصري. وتبرز أهمية دراسة هذا التوسع ليس فقط من حيث حجمه، بل من حيث تأثيره المتزايد في بناء الذوق العام، وأنماط المشاهدة الجديدة، وميول الجمهور نحو أنماط سردية مختلفة عن تلك التي اعتادها عبر الوسائل التقليدية. كما أن الانتشار لا يقتصر على المدن الكبرى، بل أصبح يطال مناطق واسعة من الوطن، بفضل تحسن خدمات الإنترنت، ما يجعل من الظاهرة جديرة بالدراسة والتحليل.

2. التحول الجذري في سلوكيات الجمهور تجاه وسائل الإعلام، وابتعاده التدريجي عن الوسائط التقليدية.

لقد ولّى الزمن الذي كان فيه الجمهور محصوراً في خيارات محدودة يفرضها التلفزيون الأرضي أو الفضائيات، ليحلّ محله عصر جديد من الاستهلاك الإعلامي الفردي، القائم على الطلب، والتفاعل اللحظي، والتوصيات الذكية. ويمثل هذا التحول تغييراً عميقاً في علاقة المتلقي بالمحتوى، وهو ما يستدعي دراسة معمّقة لفهم دوافع هذا التغير، ومآلاته، ومدى تأثيره على الصناعة الإعلامية التقليدية التي باتت تفقد بريقها أمام عوالم رقمية أكثر جذباً ومرونة. هذا التبدل لا يشمل فقط شكل المشاهدة، بل أيضاً ذهنيات المتلقي، وطرق تفاعله مع الرسائل الإعلامية.

3. الندرة النسبية للدراسات الأكاديمية الجادة التي تعالج موضوع تأثير المنصات الرقمية على صناعة المحتوى السمعي البصري، خاصة في السياق الجزائري.

رغم الأهمية المتزايدة للموضوع، لا تزال الدراسات العلمية في البيئة الجامعية الجزائرية شحيحة من حيث التطرق المنهجي والمنظم لتأثير المنصات الرقمية، كظاهرة متكاملة ومتعددة الأبعاد. ويزيد من حيوية هذا الاختيار الرغبة في سد هذا الفراغ الأكاديمي، من خلال تقديم تحليل علمي ممنهج لتأثير منصة نتفليكس على المحتوى، من زاوية صناعة الإنتاج وكذا من زاوية التلقي. وبالتالي، فإن هذه الدراسة تمثل إضافة نوعية للمكتبة الجامعية، وتشكل مرجعاً يُمكن الباحثين والطلبة من الانطلاق منه نحو دراسات أكثر تخصصاً وعمقاً مستقبلاً.

4. الحاجة الملحة لفهم آليات صناعة المحتوى في بيئة رقمية، ومقارنة نماذج الإنتاج التقليدية بنظيرتها الرقمية.

من خلال التغيرات التكنولوجية التي مست كل مراحل إنتاج وتوزيع واستهلاك المحتوى، بات من الضروري فهم الكيفية التي تُنتج بها المضامين على منصات مثل نتفليكس، وكيف تختلف هذه الآليات عن نظيرتها في القنوات الكلاسيكية. فالعالم الرقمي فرض معايير الخاصة من حيث السرعة، والتفاعل، والمواكبة المستمرة لتغيرات الجمهور.

ومن هنا تكتسي الدراسة أهميتها، لأنها تحاول تقديم إجابة علمية عن أسئلة تتعلق بمستقبل الإنتاج السمعي البصري، وكيف يمكن للمؤسسات الإعلامية التقليدية أن تواكب هذه البيئة الجديدة دون أن تفقد جمهورها أو تفشل في تحقيق الاستمرارية.

5. أهمية الموضوع داخل تخصص السمعي البصري، باعتباره يعالج إشكالية مركزية في التكوين الأكاديمي والمهني للإعلاميين.

يتقاطع موضوع الدراسة مع جوهر التكوين الذي يتلقاه الطالب في ميدان السمعي البصري، سواء على المستوى النظري أو التطبيقي. فالتحول الذي تعرفه صناعة المحتوى يمسّ صميم العمل الإعلامي، من حيث الفكرة والإخراج والتوزيع والتمويل، ما يجعل من هذا البحث تمريناً علمياً وعملياً في آن واحد، يسهم في ربط المعرفة الأكاديمية بواقع الصناعة الإعلامية الراهن. وهو ما يفتح المجال أمام تطوير أدوات التفكير النقدي لدى الطالب، ويؤهله لفهم السياقات المهنية الجديدة، التي باتت تتطلب مهارات رقمية متقدمة واستيعاباً لبيئة إعلامية متغيرة باستمرار.

ثانيًا: الأسباب الذاتية:

1. اهتمام شخصي متزايد بعالم الإعلام الرقمي، والرغبة في فهم الظواهر الاتصالية الحديثة.

ينبع اختيار هذا الموضوع من اهتمام شخصي أصيل بكل ما له علاقة بالإعلام الجديد، خاصة المنصات الرقمية التي أصبحت اليوم أكثر تأثيراً من القنوات التقليدية. وقد شكّل هذا الاهتمام دافعاً قوياً للغوص في تفاصيل هذا العالم، ومحاولة فهم خلفياته وسياقاته وآلياته، بشكل علمي ومنهجي. كما أن هذا الفضول الأكاديمي يتقاطع مع رغبة في تطوير الذات على مستوى المعرفة المهنية، والتزود بالأدوات النظرية التي تسمح بفهم أوسع للواقع الاتصالي الجديد، بعيداً عن التلقي السطحي أو الانبهار غير النقدي.

2. ملاحظة تغيير أنماط المشاهدة داخل الدائرة الاجتماعية القريبة (الأصدقاء والعائلة) وتأثيرها على الاهتمامات والمواقف.

من بين أبرز الدوافع الذاتية لاختيار الموضوع، ملاحظة التحولات الواقعية في طريقة استهلاك الإعلام داخل المحيط الاجتماعي الخاص. فالكثير من الأصدقاء والأقارب باتوا يفضلون مشاهدة نتفليكس على متابعة القنوات الوطنية أو الفضائية، بل ويميلون لتوصية محتويات معينة بناءً على التجربة الشخصية. وقد أثار هذا التغيير لدى تساؤلات

عميقة حول تأثير هذه المنصة على سلوكيات المشاهدة، وعلى العلاقة بين الفرد والمجتمع في سياق رقمي، ما شجعتني على محاولة تفكيك هذه الظاهرة من زاوية علمية بدل الاكتفاء بالملاحظة العامة.

3. الرغبة في التميز الأكاديمي عبر تناول موضوع حديث وقليل الطرح في مذكرات التخرج.

يشكل عامل التميز العلمي أحد الأسباب الذاتية القوية التي دفعني لاختيار هذا الموضوع، إذ أن تناول قضايا تقليدية أصبح لا يضيف الكثير للمسار الأكاديمي، سواء على مستوى المعالجة أو النتائج. وبما أن الموضوع لا يزال جديداً في بيئتنا الأكاديمية، فقد رأيت فيه فرصة للتفوق من خلال التطرق إلى إشكالية معاصرة، تفرض نفسها بقوة على المستوى الدولي، وتستحق أن تُدرس محلياً بعيون نقدية وأدوات منهجية علمية. هذا التميز لا يهدف فقط إلى تحقيق نتيجة جيدة، بل إلى إحداث فرق في طريقة الطرح ومعالجة الموضوعات الإعلامية الجديدة.

4. الاستفادة من التجربة البحثية في تطوير المهارات المنهجية والعلمية في ميدان الإعلام.

تُمثل هذه الدراسة فرصة ثمينة للتدرب على مهارات البحث العلمي، خصوصاً في التعامل مع مواضيع مركبة تتداخل فيها الأبعاد التكنولوجية والثقافية والنفسية. وقد أردت من خلال هذا البحث أن أطور أدواتي في الصياغة المنهجية، والتحليل النقدي، وبناء الإطار النظري والميداني، بما يخدمني لاحقاً سواء في الدراسات العليا أو في المجال المهني. فالعمل على موضوع بهذه الدرجة من الحداثة والتعقيد يستلزم مجهوداً خاصاً، وهو ما اعتبرته تحدياً شخصياً لتطوير كفاءتي كباحث شاب.

5. تطلع إلى المساهمة المعرفية في فهم التحولات المجتمعية الناتجة عن الرقمنة، خاصة في الجزائر.

تُعد هذه الدراسة محاولة للمساهمة ولو بقدر بسيط في فهم التحولات التي يشهدها المجتمع الجزائري في ظل الرقمنة الشاملة. فالمنصات الرقمية، رغم أنها وسائط ترفيهية في ظاهرها، إلا أنها تشكّل اليوم قوة ناعمة تُعيد تشكيل وعي الأفراد وأنماط تفاعلهم مع محيطهم. وقد وجدت في هذا الموضوع فرصة لتحليل هذه الظواهر من موقع أكاديمي، يحمل في طياته همّاً اجتماعياً ورغبة في الإسهام في بناء وعي علمي بهذه التحولات، تمهيداً لتوجيهها أو التكيف معها بذكاء وفعالية.

5-تحديد المفاهيم الأساسية للدراسة :

1- المنصات الرقمية:

هي نموذج أعمال قائم على استخدام تكنولوجيا، يسمح لعدة مشاركين من منتجين ومستهلكين بالاتصال معًا والتفاعل مع بعضهم البعض، وخلق قيمة وتبادلها، وهي نموذج سهلة الاستخدام ولا تحتاج إلى تدريبات متخصصة للتعامل معها، كما أنها تسمح بتواصل العديد من الأشخاص بنفس الوقت وبدون أن يؤثر ذلك على أداء خدمات المنصة. ومن أمثلة المنصات الرقمية الإلكترونية المنصات الاجتماعية، مثل الفايسبوك وتويتر وغيرها، والمنصات المعرفية مثل المنتديات ومنصات التسويق بالعمولة.¹

كذلك المنصة الرقمية أو الإلكترونية فهي أرضيات لتكوين من بعد، قائمة على تكنولوجيا الويب، وتكون من ضمن تطبيقات حديثة مساهمة من أجل النفاذ إلى العالم من الخدمات البعيدة التفاعلية أو الغير تفاعلية التي يمكن أن توفرها على الخط، والتي يمكن أن تُخصّص إما للدفع أو تكون مجانية، والوصول إليها إما مباشرة عبر ربط، وتعتمد على تطوير تجميع من المستخدمين مع كل من منطلق السياسات بإنشاء رابط مباشر ورسمي (عقد مع الفرد). وبالتالي فإن العرض جمع معًا مجموعة من شبكة الإنترنت والتلفزيون، أو حتى الهواتف والأنظمة.

كذلك تعد المنصات الرقمية من التطبيقات التكنولوجية الحديثة بواسطة يتم نقل المحتوى باستخدام وسائل اتصال متنوعة لتوصيل صوتي أو مرئي وتم إتاحة المحتوى في أي وقت وفي أي مكان دون تقييد.²

التعريف الإجرائي للمنصات الرقمية:

المنصات الرقمية هي البيئة التكنولوجية التي تعتمد على الإنترنت وتُستخدم لنشر، تبادل، وتداول المحتوى الرقمي بمختلف أنواعه (نصوص، صور، فيديوهات، بودكاست،... إلخ)، وتتميز بسهولة الوصول إليها والتفاعل من خلالها. وفي هذا البحث، يُقصد بالمنصات الرقمية كل الفضاءات الرقمية التي تُستخدم لنشر المضامين الدينية عبر وسائط متعددة، مثل يوتيوب، بودكاست، ومنصات البث الصوتي، والتي يمكن تحليل محتواها لقياس الأساليب الإقناعية المستخدمة.

2- صناعة المستوى السمعي البصري:

¹ جمال، فيروز والشبيبي، محمد. 2022. التصميم الجرافيكي لمنصات التعلم الإلكترونية والمحتوى الرقمي الخاص بها ودوره في تحقيق الكفاءة التعليمية. مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، المجلد لا يوجد (عدد خاص 04)، ص. 468.

² حورية، وفاء وسبين، الدين. 2022. واقع المنصات الرقمية للتجارة الإلكترونية "منصة أمازون الرقمية". مجلة الخير. 09 (عدد خاص)، ص. 44.

صناعة المحتوى السمعي البصري تشير إلى إنتاج المواد الإعلامية التي تعتمد على الصورة والصوت معاً، والتي تُعرض عبر وسائط متعددة كالسينما، التلفزيون، الإنترنت، وتطبيقات الهواتف الذكية. وتهدف إلى إيصال رسائل موجهة باستخدام تقنيات الإخراج والتصميم والتوزيع الحديثة.¹

2 هي العملية الإبداعية التي يتم فيها إنتاج محتوى بصري وسمعي في آنٍ واحد، موجه لجمهور معين، ويأخذ أشكالاً متعددة كالفيديوهات الوثائقية أو الروائية، الأفلام، المسلسلات، أو المحتوى الرقمي لمنصات التواصل، مع اعتماد أساليب تعبير فنية وتقنية متطورة.²

التعريف الإجرائي لصناعة المحتوى السمعي البصري:

صناعة المحتوى السمعي البصري تُقصد بها، ضمن هذا البحث، العملية التكاملية لإنتاج أعمال رقمية تعتمد على المزج بين العناصر الصوتية (مثل الحوار، الموسيقى، المؤثرات الصوتية) والعناصر البصرية (مثل التصوير، الألوان، الحركة، المؤثرات البصرية)، وذلك بهدف تقديم مادة إعلامية أو ترفيهية أو توعوية لجمهور محدد. وتشمل هذه الصناعة مراحل متعددة، من تطوير الفكرة، وكتابة السيناريو، إلى الإخراج، والتصوير، ثم المونتاج والتوزيع، وغالباً ما تتم باستخدام تقنيات رقمية متقدمة وموجهة للنشر عبر الفضاء الرقمي.

وفي إطار هذا البحث، تُعالج صناعة المحتوى السمعي البصري من زاوية تأثيرها المتزايد بالمنصات الرقمية، حيث أصبحت هذه الأخيرة (تتفليكس نموذجاً) ليست فقط وسيلة للعرض والتوزيع، بل أيضاً فاعلاً مؤثراً في توجيه شكل ومضمون المحتوى. فقد فرضت المنصات الرقمية معايير جديدة للإنتاج تتمثل في:

اعتماد أساليب سرد مبتكرة تتماشى مع طبيعة المشاهدة عند الطلب (On-Demand).

الاهتمام بتحليلات الجمهور وبياناتهم لتوجيه قرارات الإنتاج.

تشجيع التنوع الثقافي واللغوي في المضامين لجذب جماهير عالمية.

منح حرية أكبر في الطرح والمعالجة مقارنة بالإعلام التقليدي.

¹ كتاب السمعي البصري في ظل الإعلام الجديد، تأليف: عبد القادر زغيم، دار الخلدونية، الجزائر، 2020، ص 88.
² المرجع: مجلة علوم الإنسان والمجتمع، جامعة وهران 2، العدد 34، 2021، مقال: إنتاج المحتوى السمعي البصري في البيئة الرقمية.

وعليه، فإن نتفليكس كنموذج لمنصة رقمية عالمية أصبحت تلعب دوراً ريادياً في صياغة الاتجاهات الفنية والتقنية لصناعة المحتوى، مما أعاد تشكيل العلاقة بين المنتج، والمبدع، والجمهور، وفتح آفاقاً جديدة أمام الإنتاج المحلي والعالمي.

3. منصة نتفليكس:

منصة نتفليكس:

هي شركة إعلامية أمريكية مقرها في لوس أنجلوس في كاليفورنيا، أسسها كل من "ريد ريد هاستنغز" و"مارك راندولف"، في 29 أوت 1997. هي قائمة على أساس الاشتراك عبر الإنترنت، التي تقدم من خلالها مجموعة متنوعة من العروض التلفزيونية و الأفلام الروائية و أعمال الأنمي، والوثائقيات مقابل رسم شهري ثابت.¹

"Netflix هي خدمة بثّ تعتمد على الاشتراك وتتيح للأعضاء مشاهدة المسلسلات والأفلام على جهاز متصل بالإنترنت. وفقاً لخططك، يمكنك أيضاً تنزيل المسلسلات والأفلام على الهاتف أو الكمبيوتر اللوحي الذي يعمل بنظام التشغيل Android أو أجهزة iPhone أو iPad أو Google Chrome والاستمتاع بالمشاهدة دون اتصال بالإنترنت.²

"نتفليكس فعلياً الآن هي خدمة بثّ إعلامية متكاملة، وعند ولوجك إلى المحتوى يمكنك تقديم أو تأخير المحتوى أو حتى إيقافه للعودة لمشاهدته في وقت لاحق. كما أن نتفليكس تتبع ما قمت بعرضه وما تستعرضه الآن لتقترح عليك قائمة تعتمد على مشاهداتك السابقة.³

التعريف الإجرائي لمنصة نتفليكس (Netflix):

في سياق هذا البحث، يُقصد بمنصة نتفليكس إحدى أبرز المنصات الرقمية العالمية الرائدة في تقديم خدمة البث التدفقي (Streaming) للمحتوى السمعي البصري، والتي تُوفّر مجموعة واسعة من الأعمال الترفيهية تشمل الأفلام، المسلسلات، الوثائقيات، والبرامج الأصلية، عبر واجهة رقمية متاحة للمستخدمين حول العالم.

¹ د. محمد طيب أحمد، إقتصاديات المؤسسة السمعية البصرية قراءة في أبعاد التصنيع فوق مبدأ التسويق، كلية علوم الإعلام والإتصال (جامعة الجزائر 3)-الجزائر، الجزء 17، المجلد 17/ العدد 01 (2024) ص 187

² Netflix. مركز المساعدة. تم الاطلاع عليه في 04 أفريل 2025 من

<https://help.netflix.com/ar/node/412>

وُثِّدَ نتفليكس نموذجًا مثاليًا لدراسة تأثير المنصات الرقمية على صناعة المحتوى السمعي البصري من عدّة زوايا، أهمها:

إعادة تشكيل نموذج الإنتاج التقليدي: حيث أصبحت نتفليكس تُنتج وتموّل أعمالاً أصلية تحت اسم "Netflix Originals"، ما منحها سلطة تحريرية وإبداعية تؤثر مباشرة في طبيعة المحتوى.

الاعتماد على البيانات الضخمة: توظّف المنصة تقنيات الذكاء الاصطناعي وتحليلات المشاهدة لتحديد توجهات الجمهور وتوجيه الإنتاج بما يتناسب مع ذوقه وسلوكياته، مما يربط المحتوى بالإقبال الجماهيري بشكل مباشر.

العرض العالمي المتزامن: تتيح المنصة نشر الأعمال في أكثر من 190 دولة دفعة واحدة، مما يعزز البعد العولمي في المحتوى ويفرض مواصفات إنتاج ذات طابع عالمي.

تأثيرها في المعايير الجمالية والسردية: حيث ساهمت في فرض أنماط جديدة في الكتابة، الإخراج، والإنتاج تتماشى مع تجربة المشاهدة الرقمية، كالتشويق السريع، المواسم القصيرة، والتفاعل الحسي البصري العالي.

وفي ضوء هذا، تُستخدم نتفليكس في هذا البحث كنموذج تطبيقي لدراسة التحوّلات التي فرضتها المنصات الرقمية على آليات صناعة المحتوى، وعلى الدور الجديد للجمهور، وأيضًا على التغيرات في معايير الإنتاج الفني والتقني مقارنة بالإعلام التقليدي.

6-الدراسات السابقة :

1- تأثير منصة نتفليكس على قيم الطلبة الجامعيين الجزائريين (ادم بوشمال ، حنان بوشكوط ، فتيحة كيحل ، جامعة قسنطينة 03 ، صالح بوبنيدر، كلية علوم الإعلام والاتصال والسمعي البصري ، 2022)

أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في سعيها لفهم التغيرات التي تطرأ على منظومة القيم لدى الطلبة الجامعيين نتيجة تعرضهم المتكرر والمتزايد للمحتوى الذي توفره منصة نتفليكس. ففي ظل التوسع المذهل لاستخدام المنصات الرقمية، ظهرت حاجة ملحة لدراسة أثر هذه المنصات، التي تمثل نافذة ثقافية وإعلامية غريبة، على الهوية الثقافية والقيمية للشباب الجامعي. الدراسة تبرز أهمية التحليل العميق للعلاقة بين التلقي الإعلامي والنسق القيمي المحلي في السياق الجامعي الجزائري، مما يسمح بفهم أعمق لعملية التأثير الثقافي في ظل الانفتاح الرقمي.

أبرز النتائج:

توصلت الدراسة إلى وجود علاقة مباشرة بين كثافة استخدام نتفليكس والتغير في بعض القيم الأخلاقية والدينية لدى الطلبة. كما تبين أن المحتوى الغربي المعروض يساهم في تعزيز النزعة الفردانية والانفتاح على مفاهيم ثقافية جديدة قد لا تتماشى مع المحيط الاجتماعي المحلي. كما لوحظ ميل بعض الطلبة إلى تبني نماذج سلوكية مستوحاة من الشخصيات المعروضة في المسلسلات الأجنبية.

2- استخدام الشباب لمنصات البث الرقمي: نتفليكس نموذجًا (ليندا مزوز، جامعة محمد بوضياف ، المسيلة ، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية ، 2023)

أهمية الدراسة:

تستمد الدراسة أهميتها من تركيزها على فئة الشباب الجزائري بصفتها الأكثر استخدامًا لهذه المنصات، مما يبرز دور البث الرقمي في تشكيل أذواق المشاهدة والتفاعل مع المحتوى. كما تكتسب أهمية مضاعفة في ظل قلة الدراسات الأكاديمية التي تناولت الظاهرة بشكل ميداني داخل المجتمع الجزائري، وخاصة بالتركيز على المنصات العالمية التي تُبث بلغات أجنبية وتتبنى مرجعيات ثقافية مختلفة عن المرجعية المحلية.

أبرز النتائج:

أثبتت الدراسة أن الشباب الجزائري يستخدم نتفليكس كوسيلة بديلة عن التلفزيون التقليدي، نظرًا لمرونة توقيت المشاهدة وحرية الاختيار. كما كشفت عن توجه المتابعين نحو المضامين ذات الطابع الدرامي والإثارة، وغلبة الطابع الترفيهي على اختياراتهم، مع ضعف الإقبال على المضامين التعليمية أو الوثائقية. كما أظهرت الدراسة أن هناك تأثيرًا نفسيًا وسلوكيًا واضحًا على الأفراد نتيجة استهلاك المحتوى بشكل متكرر.

3- السينما الذكية وإشكالية التأثير على قيم الشباب (سامية تيري ، جامعة الوادي ، 15 ديسمبر 2024)

أهمية الدراسة:

تتجلى أهمية هذه الدراسة في أنها تضع تحت المجهر نوعًا جديدًا من الإنتاج السمعي البصري يسمى "السينما الذكية"، التي تعتمد على أساليب سردية وتكنولوجية متقدمة تُبث غالبًا عبر المنصات الرقمية. وتطرح تساؤلات

جوهرية حول الكيفية التي تُعيد بها هذه النوعية من الإنتاج صياغة الوعي القيمي لدى الجمهور، وخصوصاً فئة الشباب الذين يتفاعلون بشكل مستمر مع هذه الأعمال.

أبرز النتائج:

خلصت الدراسة إلى أن "السينما الذكية" الموزعة على نتفليكس تعتمد توظيف عناصر الإثارة الفكرية والرمزية لإعادة تشكيل المفاهيم القيمية، ونجحت في إدخال مفاهيم مغايرة حول الحريات، العلاقات، والانتماء الديني. كما أظهرت أن عدداً كبيراً من المشاهدين الشباب يطورون نظرة نقدية تجاه القيم التقليدية نتيجة تكرار التعرض لهذا النوع من المحتوى.

4- منصات العرض الرقمية والتنوع الثقافي في الإنتاج السينمائي: منصة نتفليكس نموذجاً (عدوي خولة ، بولكعبيات ليلي ، جامعة عبد بن باديس مستغانم ، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية ، 2023)

أهمية الدراسة:

تُعد هذه الدراسة محاولة جادة لفهم الديناميكية الثقافية التي تفرضها نتفليكس في مجال الإنتاج السينمائي من حيث التنوع الثقافي والانفتاح على ثقافات غير سائدة. تبرز أهميتها في تحليل التحولات التي تطرأ على مضمون الإنتاج السينمائي المعول بفعل المنصات، وتأثير هذه التحولات على الإدراك الثقافي المحلي في السياق الجزائري.

أبرز النتائج:

توصلت الدراسة إلى أن منصة نتفليكس لا تُنتج محتوى موحدًا، بل تقوم بتخصيص المحتوى حسب الجمهور المستهدف، مما يجعلها قادرة على التأثير ثقافيًا بذكاء. كما أن المحتوى يتضمن رسائل ثقافية غير مباشرة تُسهم في بناء تصورات جديدة لدى المتلقي. وقد تبين أن المشاهد الجزائري لا يستهلك المحتوى فحسب، بل يعيد إنتاج تمثيلات جديدة عن الهوية والانتماء.

7- المنهج المعتمد في الدراسة:

المنهج الوصفي المسحي:

مدخل منهجي لدراسة الظواهر الاتصالية في سياقها الواقعي

تُعدّ البحوث العلمية في مجال علوم الإعلام والاتصال من أكثر التخصصات التي تتطلب دقة منهجية في مقارنة الظواهر الاتصالية، خاصة في ظل التطورات المتسارعة التي تشهدها الوسائط الرقمية وتغيّر أنماط التلقي والتفاعل لدى الجمهور. وانطلاقاً من طبيعة الموضوع قيد الدراسة، والذي يتمثل في "تأثير المنصات الرقمية على صناعة المحتوى السمعي البصري - دراسة ميدانية على عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال - جامعة بسكرة (شتمة)"، فقد تم اعتماد المنهج الوصفي المسحي، كإطار منهجي رئيسي يسمح بتوصيف الظاهرة كما تتجلى في الواقع، وتحليل أبعادها واستقراء دلالاتها ضمن المحيط الاجتماعي والثقافي الذي تنتمي إليه.

يستند المنهج الوصفي المسحي على مقارنة دقيقة تقوم على ملاحظة الواقع وتجميع معطياته وتوصيف عناصره الأساسية من خلال الاعتماد على آليات جمع بيانات ممنهجة، تهدف إلى الوقوف على أنماط التفكير، والسلوكيات، والمواقف، والانطباعات التي تميز الأفراد أو الجماعات المستهدفة. ويُعد هذا المنهج الأنسب عندما يتعلق الأمر بدراسة سلوك الجمهور، وفهم علاقته بمضمون معين، مثل المحتوى الذي تبثه المنصات الرقمية وعلى رأسها منصة "تفليكس".

إن اختيار هذا المنهج نابع من الرغبة في توصيف واقع تكنولوجي ومعرفي آخذ في التشكّل، تتشابك فيه التكنولوجيا مع الأبعاد الثقافية والاجتماعية والنفسية. فالمسح الوصفي لا يكتفي بتقديم معلومات كمية سطحية، بل يتعدى ذلك إلى محاولة تحليل التوجهات العامة للجمهور، وتفسير أسباب السلوك الإعلامي، والكشف عن العوامل المؤثرة في عملية التلقي، مع إتاحة الفرصة لتقديم صورة كلية وواقعية عن الظاهرة قيد الدراسة.

مبررات اختيار المنهج الوصفي المسحي

إن أهم ما يبرر اللجوء إلى هذا المنهج هو طبيعة الإشكالية المطروحة، والتي تسعى إلى الوقوف على تأثير منصات رقمية محددة - وتحديدًا "تفليكس" - على الأبعاد الإنتاجية والتلقيّة للمحتوى السمعي البصري. ويتطلب هذا الغرض البحثي التوجّه مباشرة نحو الجمهور لفهم ممارساته الإعلامية من الداخل، وليس الاكتفاء بتحليل النصوص أو المحتويات، وهي مهمة لا يمكن إنجازها إلا من خلال مسح ميداني لعينة حقيقية تمثل جمهور الطلبة، بصفتهم من أكثر الفئات استخدامًا لهذه المنصات.

كما أن هذا المنهج يتيح للباحث اكتشاف أنماط المشاهدة، وتكرار التعرض، ومستوى التفاعل، ومدى الوعي والإدراك الذي يمتلكه الطلبة تجاه طبيعة المضامين التي يتلقونها عبر المنصات الرقمية. وهو ما يعزّز من قيمة النتائج

المحصلة، ويمكن من تعميمها بشكل علمي على شرائح مشابهة، مما يساهم في بناء معرفة تراكمية حول التفاعل بين الجمهور المحلي والمنصات العالمية.

خصائص المنهج الوصفي المسحي في سياق الدراسة

يتميز هذا المنهج بجملة من الخصائص التي تجعله مناسباً تماماً للدراسات الإعلامية ذات الطابع الميداني، ومن أبرز هذه الخصائص:

الشمولية: حيث يُمكن الباحث من تغطية مساحة واسعة من الظواهر المتشابكة، مثل سلوكيات التلقي، مواقف الجمهور، وتحولات التفاعل مع المحتوى السمعي البصري.

الدقة العلمية: من خلال اعتماده على أدوات كمية وكيفية منظمة، مثل الاستبيانات والمقابلات أحياناً، يمكن توثيق المعلومات وفق معايير البحث العلمي.

المرونة المنهجية: إذ يسمح هذا المنهج بتكييف الأدوات المستخدمة حسب طبيعة العينة والسياق المحلي، مما يجعله قابلاً للتطبيق على مستويات مختلفة من التحليل. القدرة على الوصف والتحليل والتفسير: فهو لا يكتفي بوصف الظواهر، بل يسعى إلى تحليل أسبابها وتفسير نتائجها وتقديم تفسيرات منطقية تتماشى مع البيئة الاتصالية محل الدراسة.

علاقة المنهج الوصفي المسحي بالأهداف البحثية

يتكامل هذا المنهج مع أهداف الدراسة التي تسعى إلى الكشف عن مدى تأثير المنصات الرقمية على صناعة المحتوى السمعي البصري، من جهة، وفهم علاقة الجمهور الجامعي بمنصة نتفليكس من جهة أخرى. فهو يسمح بتحقيق الأهداف التالية:

تتبع أنماط التفاعل لدى طلبة قسم الإعلام مع محتوى نتفليكس.

تحديد طبيعة التأثيرات القيمية والثقافية التي تفرزها هذه المنصة.

استكشاف علاقة التكرار في التعرض بمدى التبني أو الرفض للمضامين.

الكشف عن التصورات الجماعية حول جودة المحتوى ومدى ملاءمته للخصوصية الثقافية.

8- حدود المنهج الوصفي المسحي:

رغم أهمية المنهج الوصفي المسحي واعتماده الواسع في بحوث الإعلام والاتصال، لما يوفره من إمكانات منهجية تسمح بجمع البيانات من عينات واسعة وفهم توجهاتها بدقة، إلا أن لهذا المنهج جملة من الحدود التي ينبغي مراعاتها أثناء تطبيقه، حتى لا تؤثر على موثوقية النتائج أو تعميماتها. وتتمثل هذه الحدود في مجموعة من الاعتبارات المنهجية والعملية التي تنبع من طبيعة المنهج نفسه، ومن الشروط التي تحيط بعملية جمع البيانات وتحليلها.

وفيما يلي عرض لأبرز هذه الحدود:

1- محدودية التفسير العميق للظواهر

رغم قدرة المنهج المسحي على رصد الظواهر ووصفها كما هي واقعياً، إلا أنه لا يُمكن الباحث من التوغل في أبعادها النفسية أو الرمزية أو التفسيرية. فالدراسة المسحية تكتفي غالباً بتقديم إجابات حول "ما يحدث"، دون التمكن من تحليل "لماذا يحدث" أو "كيف نشأ" هذا السلوك أو الاتجاه. وهذا القصور التفسيري يجعل النتائج بحاجة إلى دعم من مناهج أخرى أكثر تحليلاً، مثل المنهج الكيفي أو التاريخي، خاصة في المواضيع المعقدة ذات الأبعاد الثقافية والاجتماعية المتشابكة.

2- اعتماد كبير على صدق إجابات المبحوثين

يرتكز هذا المنهج أساساً على أدوات مثل الاستبيانات أو المقابلات، وهي أدوات قد تتأثر بدرجة وعي المبحوث، وميوله الذاتية، بل وحتى حالته النفسية أثناء الإجابة. في بعض المواضيع الحساسة، كالسلوكيات الرقمية أو التوجهات القيمية، قد يُخفي المستجيب حقيقته، أو يقدم إجابات تمثل "الصورة الاجتماعية المقبولة"، مما يؤثر سلباً على مصداقية البيانات وجودتها.

3- إمكانية الانحراف في تمثيل العينة

من بين أكبر التحديات التي يواجهها هذا المنهج، صعوبة تحقيق عينة تمثيلية دقيقة للمجتمع محل الدراسة. فأي خلل في اختيار العينة أو توزيعها أو تصميمها الإحصائي، قد يؤدي إلى انحرافات جوهرية في النتائج، تجعل من

تعميمها على كامل المجتمع أمراً غير دقيق. وغالباً ما تفرض الظروف الميدانية أو الزمنية أو حتى المتغيرات الديموغرافية بعض القيود على هذا الجانب.

4- قصور في متابعة التطورات الزمنية

لا يتيح هذا المنهج متابعة تطور الظاهرة محل الدراسة بشكل ديناميكي على فترات زمنية متباعدة، بل يقدم لها صورة جامدة في لحظة زمنية واحدة فقط. هذا القصور يمنع الباحث من رصد التحولات أو التغيرات التي قد تطرأ على سلوك الجمهور أو توجهاته مستقبلاً، ما يجعل نتائج البحث آنية، وقد تفقد صلاحيتها مع تغير السياق أو المتغيرات المؤثرة.

5- تأثر النتائج بالظروف الخارجية أثناء جمع البيانات

تتأثر جودة النتائج غالباً بمجموعة من العوامل غير المنهجية، كطبيعة المكان، وتوقيت توزيع الاستبيانات، والحالة النفسية للمبحوثين، وحتى مدى فهمهم للأسئلة المطروحة. كما أن تدخل الباحث أثناء التوزيع أو شرحه للأسئلة قد يؤثر على حيادية الإجابات، مما يضعف موضوعية المعطيات المجمعة.

6- صعوبة التحكم في المتغيرات الخارجية

في المنهج المسحي، يصعب عزل المتغيرات التي قد تؤثر على سلوك المبحوث أو موقفه أثناء الإجابة. فالمتغيرات الاجتماعية، والثقافية، وحتى الاقتصادية، تتداخل في تشكيل الاتجاهات ولا يمكن ضبطها بسهولة، مما يجعل العلاقة بين المتغيرات المدروسة عرضة للتشويش وعدم الدقة.

7- عدم ملاءمة بعض المواضيع للمعالجة بالوصف الكمي فقط

هناك موضوعات تتطلب فهماً أعمق لا يمكن أن تتيحه الاستبيانات أو الأساليب الكمية، خاصة حين تكون مرتبطة بالرموز الثقافية، أو الأبعاد النفسية الدقيقة للمحتوى أو الجمهور. في هذه الحالات، لا يكفي الوصف الكمي وحده، بل يحتاج الأمر إلى مقاربات نوعية تستند إلى الملاحظة، أو المقابلات المفتوحة، أو تحليل المضامين الرمزية.

9- مجتمع وعينة البحث:

تتمثل أهمية دراسة سلوكيات جمهور منصات البث الرقمي في السياق الجامعي في كونها تمثل نقطة التقاء بين تخصصات الإعلام الحديثة والتحول الرقمي السريعة. بناءً على ذلك، يتمحور مجتمع البحث في هذه الدراسة حول طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة بسكرة، الذين يمثلون فئة هامة داخل المجتمع الجامعي الجزائري، باعتبارهم فئة شبابية نشطة في مجال استخدام الإنترنت والتفاعل مع وسائل الإعلام الجديدة، بما في ذلك المنصات الرقمية مثل "نتفليكس".

تعد هذه الفئة نموذجًا مهمًا لفهم تطور السلوكيات الإعلامية في الجزائر، نظرًا لما تتسم به من وعي أكاديمي وثقافي نابع من دراستهم المتخصصة في الإعلام. فطلبة علوم الإعلام والاتصال يتمتعون بقدرة على التفاعل النقدي مع محتوى وسائل الإعلام التي يتعرضون لها، مما يعزز من دقة تحليلاتهم لظواهر مثل تأثير المنصات الرقمية على مجتمعاتهم وعلى أنماط استهلاكهم الإعلامي. كما أن تخصصهم يعزز قدرتهم على تقييم وتفسير مختلف العناصر التي يتعرضون لها في هذه المنصات الرقمية، من حيث النوعية والمضمون والتأثيرات المترتبة على المشاهدة المستمرة. من هذا المنطلق، يعتبر طلبة الإعلام والاتصال في جامعة بسكرة - موقع شتمة فئة نموذجية للبحث في سلوكيات استخدام المنصات الرقمية، خاصة مع انتشار هذه المنصات في أوساطهم باعتبارها من أشهر وسائل الترفيه والتثقيف على الصعيد العالمي. علاوة على ذلك، يعد الشباب الجامعي من أكثر الفئات استخدامًا للمنصات الرقمية مقارنة ببقية الفئات العمرية، مما يجعلهم نقطة مركزية في دراسات سلوك المستهلك الإعلامي على الإنترنت. أما بالنسبة لـ العينة التي سيتم دراستها في هذه البحث، فهي تتألف من 50 مفردة تم اختيارها باستخدام طريقة العينة العشوائية البسيطة، وهي طريقة تضمن تمثيلًا عاديًا ومتنوعًا من جميع فئات الطلبة في قسم علوم الإعلام والاتصال. تمثل هذه العينة مجموعة متنوعة من الطلاب الذين يتابعون منصة "نتفليكس" على اختلاف اهتماماتهم العلمية والثقافية. تم اختيار هذه العينة بعناية بحيث تتسم بتوزيع عادل بين الطلاب الذكور والإناث، بالإضافة إلى التركيز على فئة الشباب التي تمثل المكون الرئيسي للطلبة الجامعيين، حيث تمثل هذه الفئة العينة المستهدفة الأكثر تأثيرًا في التفاعل مع المنصات الرقمية الحديثة.

لماذا تم اختيار هذه العينة؟

1- التمثيل الواقعي لمجتمع البحث: يعتبر طلبة الإعلام في جامعة بسكرة، خصوصًا في قسم علوم الإعلام والاتصال، الأكثر قدرة على تقديم تفاعلات نقدية وعلمية مع الوسائل الحديثة التي يتعرضون لها في دراستهم

الجامعية، وبالتالي يمكن اعتبار سلوكهم في التفاعل مع منصات البث الرقمي مثل "تفليكس" موضع دراسة مستنيرة بعين فاحصة.

2- القدرة على التحليل النقدي: بما أن هؤلاء الطلبة يتلقون تعليمًا أكاديميًا في الإعلام والاتصال، فهم يمتلكون الأدوات اللازمة لتفسير ومناقشة الأبعاد الإعلامية والتأثيرات المختلفة المرتبطة بمشاهدة المحتوى الرقمي. هذا يساهم في توفير رؤى أكاديمية متعمقة حول التغيرات في أنماط المشاهدة لدى فئة الشباب الجامعي.

3- التنوع الثقافي والمعرفي: من خلال دراسة عينة عشوائية بسيطة من الطلبة، نتمكن من تضمين كافة الاتجاهات الثقافية والمعرفية التي قد يختلف فيها المتابعون لمنصة تفليكس. هذا التنوع يمكن أن يساهم في استخلاص نتائج دقيقة وواقعية تُظهر الاختلافات بين الأفراد في طريقة تفاعلهم مع المحتوى الذي تعرضه المنصة.

تفاصيل العينة:

العينة المختارة هي عينة عشوائية بسيطة تتضمن 50 مفردة من الطلاب الذين يستخدمون منصة "تفليكس"، وتوزع هذه العينة بين مختلف تخصصات الإعلام والاتصال، ويشمل ذلك تخصصات سمعية بصرية وإعلامية أخرى. تم تحديد حجم العينة بناءً على مقاييس علمية لضمان تمثيل دقيق لفئة الطلبة الذين يتابعون منصة "تفليكس"، في إطار سعي الدراسة لاستكشاف تأثير هذه المنصة على سلوكيات المشاهدة وتوجهات الجمهور الجزائري في سياق أكاديمي متطور.

تم تقسيم العينة وفقًا لعدة عوامل ديموغرافية مثل الجنس، العمر، المستوى الدراسي، بهدف تحليل أثر العوامل المختلفة على أنماط المشاهدة واختيار المحتوى. يتيح ذلك فهمًا أعمق حول العلاقة بين فئة الشباب الجامعي ومنصة تفليكس، كما يساهم في استكشاف التأثيرات الثقافية والمعرفية لهذه المنصات على سلوكياتهم. يُظهر ذلك كيف تتداخل العوامل الاجتماعية والثقافية والدرجات الأكاديمية في تشكيل الطريقة التي يتفاعلون بها مع مختلف محتويات المنصة.

تحليل عينة البحث:

1- الجنس: يمثل الطلبة الذكور والإناث في العينة بتوزيع متساوٍ تقريبي، بهدف توفير صورة شاملة عن كيفية تعامل كل جنس مع محتوى المنصة في سياق مختلف.

2- المستوى الدراسي: تم تضمين طلبة المراحل الجامعية المختلفة (ليسانس وماستر)، لتغطية مختلف توجهات الطلبة ومستوياتهم المعرفية. يهدف هذا التنوع إلى تمكين الدراسة من التعمق في تأثير المراحل الأكاديمية على كيفية استهلاك محتوى تنفليكس.

3- الاهتمامات التخصصية: تضم العينة طلبة من تخصصات سمعية بصرية وإعلامية، وهي مجالات مرتبطة مباشرة بكيفية إنتاج وتوزيع المحتوى السمعي البصري، ما يسمح بفهم أعمق لظواهر التفاعل الإعلامي. أهمية العينة وطريقة اختيارها:

- اختيار العينة العشوائية بهذه الطريقة يضمن تمثيلاً شفافاً وصادقاً للمجتمع الجامعي الذي يتمحور حوله موضوع البحث، مما يُعدُّ أساساً قوياً لإجراء دراسة ميدانية تحقق نتائج دقيقة وقابلة للتعميم على مستوى الفئة المستهدفة. كما أن العينة تمثل التفاعل بين المجال الأكاديمي والمحتوى الرقمي الذي يستهلكه الطلبة، وهو ما يتماشى مع أهداف البحث فكم مرة في الأسبوع تستخدم منصة تنفليكس؟"، "ما هو نوع المحتوى الذي تفضله؟"، "هل ترى أن محتوى تنفليكس يؤثر على آرائك الثقافية؟". هذه الأسئلة توفر إجابات دقيقة وسهلة التحليل، مما يساهم في تمثيل التوجهات العامة للمجتمع الأكاديمي الجامعي فيما يتعلق بتفاعلهم مع المنصات الرقمية

- الأسئلة المفتوحة: تستخدم هذه الأسئلة للحصول على رؤى مفصلة وشخصية حول تأثير المنصات الرقمية على الي قياس تأثيرات المنصات الرقمية على سلوكيات المشاهدة لدى هذه الفئة من الطلبة. إجمالاً، يعتبر اختيار العينة هذه خطوة استراتيجية لتمثيل جمهور مستهدف يُعدُّ محوراً مهماً في دراسة تأثير المنصات الرقمية على المحتوى السمعي البصري، وتُمكن هذه العينة من تقديم رؤى أكاديمية عميقة حول تأثيرات "تنفليكس" على سلوكيات المشاهدة في السياق الجزائري الجامعي.

10- أدوات جمع البيانات:

في هذه الدراسة، تم اختيار الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات، حيث يُعد الاستبيان من أكثر الأدوات فعالية في الدراسات الاجتماعية والإعلامية، لقدرته على جمع معلومات دقيقة ومتنوعة حول سلوكيات وآراء الأفراد في

فترة زمنية قصيرة. ومن خلال هذه الأداة، تمكنا من الوصول إلى بيانات كمية ونوعية شاملة عن أنماط استخدام طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة بسكرة لمنصة نتفليكس، وتفاعلهم معها.

تم توزيع الاستبيان إلكترونياً على أفراد العينة التي تم اختيارها وفقاً للمنهج العشوائي البسيط، ويأتي ذلك تماشياً مع التوجهات الحديثة في جمع البيانات، والتي تسهل الوصول إلى العينة المستهدفة بسرعة وفعالية. وكون العينة تتألف من 100 طالب من مختلف التخصصات في مجال الإعلام والاتصال، يعكس استخدام الاستبيان الإلكتروني إمكانية الوصول إلى هذا الجمهور بطريقة مريحة وفعالة، كما يوفر فرصة للمشاركين للإجابة عن الأسئلة في وقت مناسب لهم، مما يقلل من التحيز الذي قد يطرأ في المقابلات الشخصية التقليدية.

مكونات الاستبيان

الاستبيان الذي تم توزيعه يتكون من أسئلة مغلقة ومفتوحة، ويعتمد على مجموعة من المحاور التي تعكس جوانب التفاعل مع منصة "نتفليكس". تم تصميم هذه الأسئلة بعناية لضمان الحصول على معلومات دقيقة تتعلق بنمط المشاهدة، ونوعية المحتوى المفضل لدى الطلبة، بالإضافة إلى آراء المشاركين حول التأثيرات التي قد تترتب على استخدام هذه المنصة على سلوكهم الثقافي والمعرفي.

1- الأسئلة المغلقة: تهدف هذه الأسئلة إلى جمع بيانات كمية قابلة للتحليل الإحصائي، مثل: "كم مرة في الأسبوع تستخدم منصة نتفليكس؟"، "ما هو نوع المحتوى الذي تفضله؟"، "هل ترى أن محتوى نتفليكس يؤثر على آرائك الثقافية؟". هذه الأسئلة توفر إجابات دقيقة وسهلة التحليل، مما يساهم في تمثيل التوجهات العامة للمجتمع الأكاديمي الجامعي فيما يتعلق بتفاعلهم مع المنصات الرقمية.

2- الأسئلة المفتوحة: تستخدم هذه الأسئلة للحصول على رؤى مفصلة وشخصية حول تأثير المنصات الرقمية على السلوكيات الثقافية والإعلامية للمشاركين. مثلاً، تُطرح أسئلة مثل: "كيف تؤثر المشاهدة المتواصلة لمنصة نتفليكس على اهتماماتك الثقافية؟" أو "هل تعتقد أن محتوى المنصة يساهم في تعزيز بعض القيم الاجتماعية؟". هذه الأسئلة تسمح للمشاركين بالتعبير عن آرائهم بمرونة، مما يساهم في إثراء النتائج بتفسيرات أكثر دقة وشمولية.

الهدف من استخدام الاستبيان

الاستبيان الورقي كان الأداة المثلى في هذه الدراسة لأنه يوفر عدة مزايا، أبرزها:

سهولة الوصول إلى العينة: بما أن العينة تتكون من طلبة جامعيين، فإنهم عادة ما يكونون متصلين بالإنترنت

بشكل مستمر، مما يسهل توزيع الاستبيانات عليهم وجمع الإجابات بشكل أسرع.

المرونة: يتيح الاستبيان للمشاركين الإجابة على الأسئلة في الوقت والمكان الذي يناسبهم، مما يزيد من راحة

المبحوثين ويشجعهم على تقديم إجابات صادقة ودقيقة.

تنوع الأسئلة: من خلال دمج الأسئلة المغلقة والمفتوحة، تمكنا من الحصول على بيانات كمية تساعد في تقديم

صورة واضحة عن عادات المشاهدة، بالإضافة إلى بيانات نوعية تعكس الآراء والتوجهات الشخصية حول تأثير

منصة نتفليكس.

تحليل البيانات

سيتم تحليل البيانات المجمعة باستخدام تقنيات إحصائية متنوعة، حيث سيعطى التحليل الكمي الأولوية لتحديد

التوجهات العامة مثل أكثر أنواع المحتوى تفضيلاً بين الطلاب، بينما سيتناول التحليل النوعي استخراج الفهم

العميق من الآراء الشخصية التي يعبر عنها المشاركون في إجاباتهم المفتوحة، مما سيساهم في توفير رؤية شاملة عن

كيفية تأثير المنصات الرقمية على تفضيلات وسلوكيات الطلبة الجامعيين في الجزائر.

أهمية الاستبيان في هذه الدراسة

استخدام الاستبيان كأداة رئيسية لجمع البيانات يكتسب أهمية خاصة في دراسة ميدانية على عينة من متبعي

منصة نتفليكس لطلبة علوم الإعلام والاتصال في جامعة بسكرة - شتمة، إذ يسمح بفحص العلاقة بين المتغيرات

المختلفة مثل أنماط الاستخدام، تفضيلات المحتوى، والتأثيرات الثقافية والإعلامية الناتجة عن استخدام منصة

نتفليكس. وبذلك، يُمكن الاستبيان من تقديم صورة واضحة وشاملة عن تأثير منصات البث الرقمي على

سلوكيات المشاهدة لدى فئة الشباب الجامعي، مما يُساهم في تقديم رؤى علمية قابلة للتطبيق على صانعي

السياسات والباحثين في مجالات الإعلام والتعليم.

إجمالاً، يوفر الاستبيان أداة قوية وفعالة لقياس سلوكيات الشباب الجامعي فيما يتعلق بمنصات البث الرقمي، بما يتوافق مع أهداف الدراسة في تحليل العلاقة بين تأثير هذه المنصات على سلوكياتهم الإعلامية والثقافية.

الفصل الثاني:

الجانب النظري للدراسة

التحولات الرقمية في صناعة المحتوى السمعي البصري:

تمهيد:

لقد برزت في الآونة الأخيرة العديد من التطورات والتحولات التكنولوجية مست مختلف المجالات، كما قد أثرت بشكل كبير وعميق في طبيعة عدة قطاعات كالعمل الإعلامي، حيث أثرت فيه على عدة مستويات، ليس فقط من حيث الأدوات والاليات المستخدمة، بل أيضا من حيث الإعداد وكيفية إنتاج المحتوى والابداع فيه، معالجته، وتوزيعه، هذه التحولات أحدثت تغييرا كبير في بنية المؤسسات الإعلامية، وفي شكل العلاقة بين الصحفي والجمهور، والواضح أنها أفرزت مفاهيم ومستحدثات جديدة في هذا العالم الابداعي.

المبحث الأول: من الإعلام التقليدي إلى الإعلام الرقمي.

المطلب الأول: التحولات التكنولوجية وأثرها على بنية الإنتاج والمحتوى

عرف العالم تسارعا رهيبا في التطورات التكنولوجية، ما أحدث تحولات جذرية في طريقة الإنتاج وصناعة المحتوى، ونقصد بالتحول التكنولوجي إلى العملية التي تقود المؤسسة إلى دمج التقنيات في جميع أنشطتها من أجل تحسين أدائها، حيث يعد نهج يركز على البيانات ويعتمد بشكل كبير على استخدام مجموعة من الخوارزميات، والغرض من ذلك هو تعزيز اكتساب آفاق جديدة، وتسهيل المعاملات مع الزبائن، وضمان ولائهم من خلال الاستخدام الأمثل للوظائف المختلفة للمؤسسة¹، كما يعرف على أنه استخدام التقنيات الرقمية الجديدة (وسائل التواصل

¹ نقاوة رانية ، شوام بوشامة: التحول الرقمي كخيار استراتيجي في ظل الانتقال نحو الاقتصاد الرقمي في الجزائر دراسة

استكشافية، مجلة الاقتصاد والبيئة، المجلد 06 ، العدد 01 ، 2023، ص423 .

الاجتماعي أو الهاتف المحمول أو التحليلات أو الأجهزة المدججة لتمكين تحسينات مثل تعزيز تجربة العملاء أو تبسيط العمليات أو إنشاء نماذج أعمال جديدة¹.

كما يشير التحول التكنولوجي إلى عملية إدخال تقنيات جديدة أو تحديث الموجود منها بهدف تحسين الإنتاجية، الكفاءة، وسرعة الأداء. وقد شمل هذا التحول أدوات الإنتاج، أنماط العمل، وصولاً إلى تغيرات في الثقافة الرقمية². فلعل أبرز هذه التكنولوجيات والتقنيات الحديثة في مجال إنتاج المضامين الإعلامية نجد الروبوت الذكاء الاصطناعي، الحوسبة السحابية، الطائرات المسيرة عن بعد وغيرها من البرمجيات التي أصبحت تؤثر على الممارسات اليومية لرجال الإعلام، حيث سمح ذلك لإنتاج محتوى يتطيف من خصوصيات السياق، ذلك أن الفيديوهاات القصيرة أصبحت من بين أهم المخرجات التي تعمل عليها مؤسسات الإعلام من خلال نشر مضامين عبر منصات التواصل الاجتماعي وفق ما يصطلح عليه "story" والتي تبث عبر اليوتيوب والفيس بوك وسناب شات والإنستغرام، حيث تناسب جيل جديد من الجمهور عرف بثقافة الاستهلاك السريع حتى في مجال الأخبار والتقارير³.

الجدير بالذكر أن هذه التكنولوجيات الحديثة أثرت على المضامين الإعلامية التي ينتجها المستخدمون إذ برزت أهمية كبيرة في العمل الإعلامي، فهي تزود المؤسسات الإعلامية بمصدر ثري من المعلومات والأخبار، يقوم بإنتاجها فريق عمل جماعي تطوعي يرغب في تطوير وإثراء المهنة، ومشاركة المعلومة والخبر والحدث والصورة مع الآخرين. كما تفيد

¹ MICHAEL FITZGERALD, NINA KRUSCHWITZ, Embracing Digital Technology

A New Strategic Imperative, 15/05/2025, 20:50 <https://sloanreview.mit.edu/projects/embracing-digital-technology/>

² الطاهر أحمد، الثورة الصناعية الرابعة والتحول الرقمي، مجلة الدراسات المستقبلية، العدد 12، 2020، ص 45-60.

³ غالم عبد الوهاب: المضمون الإعلامي في ظل التحولات التكنولوجية وهيمنة الذكاء الاصطناعي، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الانسانية، المجلد: 08 / العدد: 02 / جوان 2023، ص 332.

هذه المضامين في تشكيل رأي عام جماعي فاعل ونشط واكتشاف وتنمية المواهب الإعلامية لدى المستخدمين وتحويلهم من مستقبلين سلبيين إلى نشطاء فاعلين في صناعة الأحداث وفي بناء الأجندة الإعلامية، كما تزود المؤسسات الإعلامية بشهود عيان عديدين للأحداث، وتبرز أهمية هذه النوعية من المضامين في أوقات الأزمات والكوارث والأحداث الكبرى، وكذلك في الحالات التي تفرض فيها السلطات حظرا على وسائل الإعلام التقليدية¹.

كما أثر التحول التكنولوجي على بنية الإنتاج في عدة نقاط أساسية هي:

المرونة في عملية الإنتاج: حيث أصبح الإنتاج متنقل عبر الهواتف الذكية، كما أصبح بالإمكان الاستغناء عن البنية التحتية الثقيلة، وبذلك انخفاض التكاليف، وخاصة مع توفر معدات أرخص وأسهل في عملية إستخدامها إمكانية الوصول إلى مكتبات موسيقى صور فيديو مفتوحة المصدر².

تجاوز حالة التفاعلية: أتاحت هذه السمة معرفة الأفكار السائدة في عقول مستخدمي الوسائل الإعلامية الجديدة، مما يسمح بمعرفة اتجاهات الرأي العام الحقيقية، وهو ما يختلف عن الإعلام التقليدي، الذي لا تظهر فيه الاتجاهات الحقيقية للأفراد والمجتمعات بوضوح تام.

الحرية أون لاين: أتاحت التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال حرية النشر لعموم المستخدمين، وقضت على احتكار أصحاب المواقع أو أصحاب رؤوس الأموال ممن يملكون الوسائل الإعلامية، فظهرت مواقع المدونات مثل Blogger، ومواقع الوسائط مثل Picasa، youtube، وكذلك مواقع التشبيك الاجتماعي

Facebook, twitter, google plus, Hi5

¹ أحمد شريف بسام: التحولات في البيئة الإعلامية الجديدة صحافة المواطن أنموذجا، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، المجلد 4، العدد 11، 2019، ص 23.

² حمودة سليم. تحول البنية الإنتاجية في الإعلام الجديد، المجلة العربية لعلوم الإعلام، العدد 8، 2022.

إعلام الآن: حيث يمكن بكل سهولة ويسر رصد كل ما ينشر أو يقال عن أي موضوع أو حدث عبر أدوات معينة وبأقل مجهود يذكر بمجرد حدوثه، فتلك الأدوات تسمح بنقل الأحداث لحظة وقوعها ونقلها، وهو ما أحدث ثورة في مجال الإنفرادات الإعلامية، وهو ما يفسر أسباب لجوء صحفيي وإعلاميي الوسائل التقليدية إلى أدوات الإعلام الجديد، لجمع المعلومات، والحصول على الأخبار وهو ما يمكن أن يشكل عنصر تكامل للإعلام التقليدي مع الجديد¹.

التقارب الإعلامي أحدثت هذه الثورة الاتصالية حقبة جديدة تتقارب فيها وتتكامل وسائل الإعلام مع بعضها البعض دون أن تنفي إحداها الأخرى، فمن خلال مجموعة من القنوات تتميز جميعها بالوفرة المعلوماتية من جهة، وتيسير بث تلك المعلومات والحصول عليها من جهة أخرى بالإضافة إلى ارتفاع درجة التنافسية بين الوسائل الإعلامية مهنيًا، من حيث طريقة التعاطي مع الحدث، ومصادقية تلك الوسيلة فيما تقدمه من معلومات، هذا وصاحب الإعلام الجديد مجموعة من الظواهر منها:

كسر احتكار المؤسسات الإعلامية الكبرى.

ظهور طبقة جديدة من الإعلاميين، وأحيانًا من غير المتخصصين في الإعلام، إلا أنهم أصبحوا محترفين في استخدام تطبيقات الإعلام الجديد، حتى أنهم يتفوقون فيها على أهل الاختصاص الأصليين.

ظهور منابر جديدة للحوار، فقد أصبح باستطاعة أي فرد في المجتمع أن يرسل ويتفاعل ويعقب ويستفسر ويعلق بكل حرية، وبسرعة فائقة.

¹ بسمه فنور: الإعلام الجديد، صحافة المواطن والفاعلون الجدد في العملية الإعلامية، المجلة الجزائرية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، 2017، ص 3

ظهور إعلام الجمهور إلى الجمهور.

تفتت الجماهير مع التعدد الهائل والتنوع الكبير الذي لم يسبق له مثيل في التاريخ، فقد بدأ الجمهور يفتت إلى مجموعات صغيرة، بدلا من حالة الجماهير العريضة لوسائل الإعلام التقليدية، وهكذا انتقل الإعلام إلى مرحلة الإعلام الفئوي والإعلام المتخصص.

الحركية: وتعني إمكانية نقل المعلومات عن طريق النشر الإلكتروني من مكان إلى آخر.

الكونية يتميز الإعلام الجديد بسمه النطاق العالمي، فاليئة الجديدة لوسائل الإعلام والاتصال هي بيئة عالمية، ألغت الحواجز الجغرافية، وتواصلت مع جماهير عديدة ومتنوعة¹.

كما لقيت المؤسسات الاعلامية العديد من الخصائص التي حتمت التحول نحو التكنولوجيات الحديثة، حيث ساهمت في زيادة الإنتاجية، وهذا ما أثبتته التكنولوجيا الحديثة حيث اتضح أن لها قدرة فائقة على تقليل كلفة الإنتاج والخدمات من خلال تقليل الفاقد في استغلال الطاقة الموجودة

تحسن الخدمات، فقد لعبت التكنولوجيات الحديثة دوراً حاسماً في تحسين الخدمات القائمة واستحداث خدمات جديدة لم تكن متوفرة من قبل، إلى جانب تذليل الصعوبات، فقد أتاحت التكنولوجيا الرقمية حلولاً واختبارات لا منتهية².

المطلب الثاني: أدوات الإنتاج والتوزيع الرقمية (الذكاء الاصطناعي، الخوارزميات، تقنيات الاستهداف).

¹ بسمة فنور: المرجع السابق ، ص 4.

² حامد محمد بخيت فيزي: تأثير التحولات التكنولوجية في بيئة الاعلام الرقمية على واقع صناعة الصحافة وعلاقتها بإدارك الصحفيين لوظائفهم وأدوارهم، مجلة كلية الآداب، جامعة سوهاج، العدد الثاني والسبعون الجزء الأول، 2024، ص 596.

تعمل أدوات الإنتاج والتوزيع الرقمية على تسريع العمليات الإعلامية وتوسيع نطاق التخصيص، إذ من الملاحظ أن لها عدة إيجابيات، كما أن لها عديد السلبيات كتجاوز الخصوصيات وفقدان السيطرة على المحتوى ولعل من أهم هذه الأدوات ما يلي:

❖ الذكاء الاصطناعي في المحتوى السمعي البصري:

صحافة الذكاء الاصطناعي تشير الى استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في عملية انتاج المحتوى الصحفي، يتم تطبيق هذه التقنيات في عدة مراحل من مراحل صناعة المحتوى الإعلامي السمعي البصري، وهذا ما يسهل ويحسن من المحتوى الإعلامي. ومن اهم هذه لتعريفات نجد: يعمل الذكاء الاصطناعي على تغيير عمل وسائل الاعلام بشكل تدريجي، مما يؤثر على جميع الخطوات من الإنتاج الى الاستهلاك، والابداع على جانب الإنتاج، ويعمل على جمع المعلومات وتوظيفها للاستفادة من زيادة الإنجازات التكنولوجية

خلال العقد الماضي شهد مجال الذكاء الاصطناعي في الاعلام السمعي البصري طفرة كبيرة بفضل التطورات في مجالات الحوسبة عالية الأداء، والبيانات الضخمة، والخوارزميات المتقدمة للتعلم العميق. وأصبحت تطبيقات الذكاء الاصطناعي شائعة في مختلف مراحل انتاج المحتوى السمعي البصري، بما في

ذلك التصوير، التحرير، والمعالجة، والتوزيع، والتحليل، و على الرغم من هذه التطورات الإيجابية، لا يزال استخدام الذكاء الاصطناعي في هذا المجال يواجه بعض التحديات والتحديات¹.

¹ زبيري شهناز مليكة فاطمة، تحولات وافاق استخدام الذكاء الاصطناعي في المحتوى السمعي البصري بالجزائر، دراسة استطلاعية - مؤسسة التلفزة العمومية الجزائرية -، مذكرة التخرج ضمن متطلبات الحصول على شهادة الماستر تخصص السمعي البصري، قسم علم المكتبات والاعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة زيان عاشور الجلفة، 2023-2024، ص23.

أبرز ادوات الذكاء الاصطناعي في مجال صناعة المحتويات الإعلامية وهي:

- أثناء عملية البحث عن الاخبار تحويل الصوت الى نص ورصد الاحداث فور وقوعها وترجمه مصادر الاخبار الأجنبية وجمع المشاركات ذات الصلة من وسائل التواصل الاجتماعي والبحث ضمن القصص وتقارير والسجلات ثم ارشفه للعثور على معلومات إضافية.
- اثناء عمليه كتابه المقالات: التحقق من صحة الاخبار واقتراح تصحيحات نحوه وتحسينات في الصياغة وتخصيص مقالات لمجموعه متنوعه من شرائح الجمهور المختلفه
- اثناء النشر والتوزيع تحليل الاخبار ووضع علامات على الاخبار المهمة تلقائيا بحسب تصنيف الموضوعات بحيث يتسنى للقراء الذين يتابعون عادة المواضيع مشابهه العثور على محتوى في دائرة اهتمامه¹.
- ويستخدم امكانية إنشاء محتوى نصي وبصري بطريقة آلية باستخدام الذكاء الاصطناعي.
- تطوير أنظمة لإنتاج تقارير إخبارية وتحليلات آلية ذات جودة عالية.
- تحسين كفاءة وجودة إنتاج المحتوى الإعلامي باستخدام التقنيات الآلية.
- تطوير أساليب إبداعية جديدة في الإنتاج الإعلامي بمساعدة الذكاء الاصطناعي
- تعزيز قدرات الذكاء الاصطناعي في فهم وتحليل السياق والسياقات المعقدة.
- تطوير أنظمة ذكاء اصطناعي قادرة على فهم وتحليل السياق في المحتوى الإعلامي.
- تحسين قدرات الآلات على إدراك التلميحات والسياقات الاجتماعية والثقافية.
- تطوير أساليب متطورة للمعالجة اللغوية والفهم الآلي للغة الطبيعية.

^{1 1} زبيري شهناز مليكة فاطمة، المرجع نفسه، ص 34.

– استخدام تقنيات الذكاء الاصطناعي في استنتاج المعاني والسياقات المعقدة¹

❖ الخوارزميات في المحتوى السمعي البصري:

تعتبر الخوارزميات الإعلامية عبارة عن مجموعة من الأوامر والتعليمات البرمجية التي تنفذها الأنظمة الرقمية أوتوماتيكيا، بهدف ترتيب المحتوى الإعلامي وتصنيفه وتخصيصه للمستخدمين، وذلك وفقا لبياناتهم وتفاعلاتهم².

ولقد أشارت "بوخاري أحلام" في دراسة لها إلى دور الخوارزميات في الإنتاج الإعلامي مبينة أنها ساهمت هذه الخوارزميات في تحويل نماذج الإنتاج التقليدي إلى إنتاج موجه بالخوارزمية، أي إنتاج يتم وفق ما تحدده البيانات التحليلية من تفضيلات واهتمامات الجمهور. وهذا ما جعل صناع المحتوى يتوجهون إلى هذه النماذج، كإنتاج محتوى قصير وسريع التفاعل. (Reels, Shorts)، العناوين المثيرة والعواطف. (Clickbait)، التكرار النمطي لأنماط ناجحة سابقا³.

❖ تقنيات الاستهداف في المحتوى السمعي البصري:

¹ Rise of machine agency: A framework for studying the psychology of human–، Sundar, S. S.

AI interaction. Journal of Computer–Mediated Communication, 2020, 25(1),p 81,

² بن عيسى نسرین: الخوارزميات الإعلامية وصناعة المحتوى الرقمي عبر المنصات الجديدة – دراسة في تأثير التخصيص الآلي. مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة بسكرة، العدد 55، 2022، ص 112.

³ بوخاري أحلام: إشكالية تأثير خوارزميات المنصات الرقمية على صناعة المحتوى الإعلامي، يوتيوب نموذجًا. مجلة الإعلام، جامعة الجزائر 3، العدد 14، 2021، ص. 93.

تشير تقنيات الاستهداف إلى استخدام البيانات الشخصية والسلوكية لتحديد طبيعة المحتوى الموجه للفرد أو لفئة معينة، ويُعد هذا النهج نقيضا للبث الجماهيري التقليدي، إذ يعتمد على "البث المخصص (Personalized Broadcasting) الذي يظهر لكل مستخدم محتوى مختلفا¹.

يمكن أن نصنف أنواع تقنيات الاستهداف في الإعلام السمعي البصري إلى عدة تصنيفات كالاستهداف على أساس جغرافي والمتمثل في عرض المحتوى بناء على موقع المستخدم الجغرافي، أي أنه يستهدف الأشخاص بناء على موقعهم الحالي فتصبح تصله المنشورات التي توجه الى ذلك المكان أو القرية منه، إلى جانب صنف آخر أو معيار آخر وهو الاستهداف من حيث السلوك كتحليل سجل التصفح ومدة المشاهدة، ونوع التفاعل وتسمح هذه الخاصية بالتعامل مع المستخدم بناء على سلوكياته الصادرة عنه والمتمثلة في الاعجابات والتفاعلات الى غير ذلك.

وما يشهده التصنيف الآخر هو الاستهداف من حيث العوال الديموغرافية والمتمثلة في العمر النوع اللغة، أو الحالة الاجتماعية، وهي عوامل أخرى يتم استهداف المستخدم من خلالها والجدير بالذكر أن هذه الانماط يتم التفاعل معها عبر أدوات التواصل الاجتماعي كالفيسبوك والتويتر، الإنستغرام واليوتيوب.....الخ².

المبحث الثاني: إعلام الطلب والمنصات الرقمية:

¹ شبيطة زينب، التحولات الرقمية في الإعلام المعاصر: من الجمهور العام إلى الجمهور الفردي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قسنطينة، العدد 48، 2021، ص 65.

² بن شنات عبد الكريم، تكنولوجيا الإعلام الرقمي واستراتيجيات الاستهداف الجديدة. مجلة علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، العدد 9، 2020، ص 80.

المطلب الأول: إعلام الطلب:

يقصد بإعلام الطلب بذلك ذلك النمط الاتصالي يجعل الجمهور يصل إلى المحتوى الإعلامي المقدم المعروض (المرئي، المسموع، أو النصي) في الوقت الذي يختاره، بعيدا عن المواعيد الحصص المحددة سلفا¹.

ما ميز إعلام الطلب والمنصات الرقمية ظهور خصائص جديدة فرضتها التكنولوجيات الحديثة، أصبح الجمهور غير مجبر على مشاهدة المحتوى في موعد محدد مضبوط، بل انتقل إلى اختيار الوقت والمكان الذي يناسبه، مع اختيار القناة والولوج إلى المحتوى الذي يحقق إشباعاته، وقد وقرت المنصات الرقمية الحديثة عديد الميزات حيث بات من خلالها توفر خاصيات المشاهدة المتأخرة، وإعادة التشغيل، وخيارات الترجمة وغيرها من الخصائص المميزة².

و يتميز إعلام الطلب عبر المنصات الرقمية بمجموعة من الخصائص أبرزها:

توسيع حرية الاختيار والتفاعل مع المحتوى، حسب الاهتمامات الفردية.

دعم نماذج جديدة للإنتاج الإعلامي المستقل، مما يفتح المجال أمام فاعلين خارج المؤسسات التقليدية.

إعادة تشكيل الذوق العام غير خوارزميات تقترح محتوى مشابها لما يستهلكه المستخدم.

تفكيك مركزية البث الإعلامي وتحويله إلى تجربة فردية وشخصية³.

¹ مزياني سمير: إعلام الطلب وتغيير عادات المشاهدة لدى الجمهور الرقمي، دراسة ميدانية على مستخدمي "يوتيوب" في

الجزائر، مجلة دراسات إعلامية، جامعة وهران، العدد 8، 2020، ص52.

² فتيحة قانة: تأثير المنصات الرقمية على سلوكيات الجمهور الجزائري، مجلة الإعلام الجديد جامعة الجزائر 3، العدد 12، 2021، ص98.

³ فتيحة قانة: المرجع نفسه، ص101 .

المطلب الثاني: المنصات الرقمية العالمية ودورها في اعداد تشكيل المشهد الإعلامي:

ظهر لفظ plate-forme في القرن الخامس عشر وفق قاموس الأكاديمية الفرنسية، بينما تم تداول المصطلح فيما بعد باللغة الانجليزية plateforme في مجالات السياسة والعمل النقابي، أما بمعناها الخاص المتداول في مجال التكنولوجيا الرقمية والإنترنت الدال على المنصات الرقمية¹ فقد ظهر مع التحول الذي طرأ على مجموع الشركات العالمية مثل شركة أمازون، وغوغل¹.

بخصوص المنصة الرقمية أو الإلكترونية فهي أرضيات للتكوين عن بعد، قائمة على تكنولوجيا الويب وتتكون من عرض تقني وتجاري متماسك من أجل النفاذ إلى عالم من الخدمات البعيدة التفاعلية أو الغير تفاعلية التي يمكن بثها أو توفيرها على الخط والتي يمكن أن تخضع إما للدفع أو تكون مجانية، والوصول إليها إما محدود أو غير محدود. ويعتمد هذا العرض على تطوير مجتمع من المستخدمين مع كل من مشغل المنصة بإنشاء رابط مباشر ورسمي عقد مع الفرد). وبالتالي فإن العرض يجمع معاً مجموعة من شبكة الإنترنت، والتلفزيون، أو حتى المهاتفة والخدمات².

وتعرف كذلك المنصة الرقمية على أنها أجهزة أو برامج تستخدم لإضافة تطبيق أو خدمة ما تعمل وفق نظام وتنسيق البرامج التي تستخدم مجموعة من التعليمات لمعالج معين

كما أن، المنصات الرقمية واحدة من أبرز تجليات تكنولوجيا الإعلام الرقمي، من حيث التقنية والاستخدام وهذا ما يمكن إبرازه في الآتي:

¹ سيف السويدي، صناعة المنصات الرقمية، ط 1 ، ماليزيا، منصة اريد، 2020، ص 17

² خيرى أحمد رحومه مسعود، إيمان بنت مصطفى عبد الله قمصاني، أثر المنصات الإلكترونية على فاعلية التدريب في المنظمات العامة (دراسة ميدانية على شركة الخطوط السعودية، مجلة الدراسات الاقتصادية المعاملة المجلد 05 العدد 03 السنة 2020، ص 66.

- لديها قدرة التوسع على نطاق عالمي، وقد تصل الى كل شخص لديه امكانية الوصول الى الانترنت.
- توفر المنصات الرقمية شفافية الأسعار، والخدمات، مع إمكانية مقارنة العروض، ورضا العملاء على مستوى غير مسبوق، وبالتالي تزيد من المنافسة.
- لمتاحة لجميع مستخدميها في كل مكان، فهي ليست محصورة أو مقيدة بمكان أو بإقليم محدد.
- تبقى المعلومات والأخبار محفوظة ومتاحة عند النشر، وبعد ذلك بسنوات، ويمكن الرجوع إليها في كل مكان وزمان.
- سهولة الاستخدام وقلة التكلفة، حيث ساعد في زيادة عددها وتخصصها أكثر فأكثر.
- ديمقراطية الإعلام والوسائل من خلال تعزيز المشاركة والاستهلاك والاستخدام.
- التفاعلات هي أساس نجاح كل منصة، فهي التي تخلق القيمة بين مطوري التطبيقات ومستخدميها، ومع زيادة عدد المشاركين في كلا الجانبين، تزداد هذه القيمة، ويسمى هذا النموذج بالنموذج الشبكي التفاعلي¹.

إن هذه المنصات العالمية لها دور كبير في اعداد تشكيل المشهد الإعلامي

وخاصة بعد التطور التكنولوجي الرهيب الذي سبق الحديث عنه في هذا السياق، ما أدى إلى تغيير المنظومة الاعلامية وبنية تشكيلها والتغير في الأدوار وتشكيل المشهد الإعلامي لذلك برزت عديد المنصات الالكترونية العالمية التي غيرت من مظهر المشهد الاعلامي كالفيسبوك واليوتيوب نتفليكس تيك توك وعديد المنصات العالمية المعروفة علميا والتي تقدم الاعلام في حلة جديدة.

¹ بوطاروس نسرين،. حجام الجمعي، المنصات الرقمية الإعلامية الجزائرية بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل، المنصات الرقمية الإعلامية الجزائرية بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل، مجلة الإعلام والمجتمع، المجلد (08) ، العدد (01)،

والملاحظ في هذا الأمر أن هذه المنصات تطورت الى حد كبير تجاوزت عرض المشهد الإعلامي إلى عملية إعدادة وإنتاجه ثم توزيعه، والجدير بالذكر أن هذه المنصات لها عدة إيجابيات وخصائص تزيد من قوة تأثير والاقتناع في الرأي العام والتأثير عليه¹.

ومثالا على ذلك أن نيتفليكس نجحت في اختراق أكثر من 36% من إجمالي عائدات الاشتراك في المنصات المدفوعة من قبل الأسر الأمريكية، ولم تؤثر فقط على مشاهدة الأفلام بالطرق التقليدية في السينما والتلفزيون بل أنها أثرت على تأجير الأفلام على DVD بسبب سهولة الحصول على المحتوى الدرامي أفلام ومسلسلات، وسهولة ظروف المشاهدة، والجودة العالية في العرض، ولها عديد الخصائص حيث أنها تتيح لهم مشاهدة أي عمل في أي مكان، وتمنح المستخدمين الوصول إلى مئات الحلقات والبرامج، وتحددت أبرز أسباب استخدام المشاهدين للمنصة في الهروب من الواقع، والتأثير الاجتماعي، وجاذبية السعر².

اذن يمكن ان نستخلص دور هذه المنصات العالمية في تشكيل المشهد الإعلامي في نقاط أساسية وهي:

- التحول في أنماط الاستهلاك الإعلامي، حيث أصبحت هذه المنصات أكثر إقبال من قبل الجمهور المختلف نظرا لسهولة التفاعل فيها، وتوفر الأخبار والمعلومات التي قد يحتاجها المشاهد وبسهولة.
- كما تبين أن هذه المنصات تساهم في إعداد المشهد الاعلامي بالإضافة الى التأثير على إنتاج وتوزيع المحتوى الاعلامي.

Convergence Culture: Where Old and New Media Collide. New York: NYU ، Jenkins, H¹
Press، 2006، P 9.

² داليا عثمان إبراهيم عثمان، دراما المنصات الرقمية بين التأثيرات وسياسات الإنتاج، (دراسة تحليلية من المستوى الثاني) المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، العدد42، سبتمبر 2023، ص97.

- بالإضافة إلى قوة هذه المنصات الرقمية في التأثير في المشاهد وإقناعه حيث أنها تستلهم الرأي العام وتأثر فيه بطريقة رهيبة.
- صناعة الأخبار والإعلانات والترفيه في البيئة الرقمية: إذ تميز الإعلام الرقمي بالأخبار الفورية والمحلية والأكثر قصرًا، بالإضافة إلى تقديم ميزات الوسائط المتعددة، وهو ما يتيح للناس الوصول السريع إلى الأخبار وعدم انتظار نشرة الأخبار أو انتظار الصحيفة الورقية في اليوم التالي.
- أدت الثورة الرقمية إلى تغيير جذري في طريقة تفكير المعلنين وكيفية تصميم حملات الإعلان، والأدوات الجديدة للإقناع التي توفرها الوسائط الرقمية، فقد شرح بوتر الأدوات التي يستخدمها الإعلان الرقمي للتعرف على الجمهور المستهدف وإقناعه بشراء منتجاته، ومنها البحث الإلكتروني، والتخصيص الإلكتروني، والمؤثرون والتوصيات، وغيرها. ويتفق الكاتب مع الكثير من الأطروحات التي تؤكد قوة وفعالية الإعلانات التجارية عبر المنصات الرقمية، والتي يمكن القول إنها غيرت وجه الإعلان التجاري بشكل جذري وجوهري.
- التعرض للمحتوى الترفيهي يمثل نمطاً مماثلاً للتأثير الناتج عن التعرض للمحتوى الترفيهي في وسائل الإعلام التناظرية، معتبرا أن الوسائط الرقمية لم تغير جوهريا طريقة سرد القصص لكن الوسائط الرقمية تتمتع بخصائص أكثر مرونة بالنسبة للمستخدمين والمنتجين فقد تميزت الوسائل الرقمية بتقديم خيارات أوسع للمستخدم من حيث التنوع في المحتوى واختيار الأوقات التي تناسبه، فضلاً عن توفير تصنيفات للمحتوى ومعلومات تفصيلية عن كل محتوى مما يساعد المستخدم في تحديد خياراته¹.

¹ وائل عبد العال، تأثيرات الإعلام الرقمي، مركز الجزيرة للدراسات، تم الاطلاع عليه يوم: 17/05/2025 ، على الساعة:

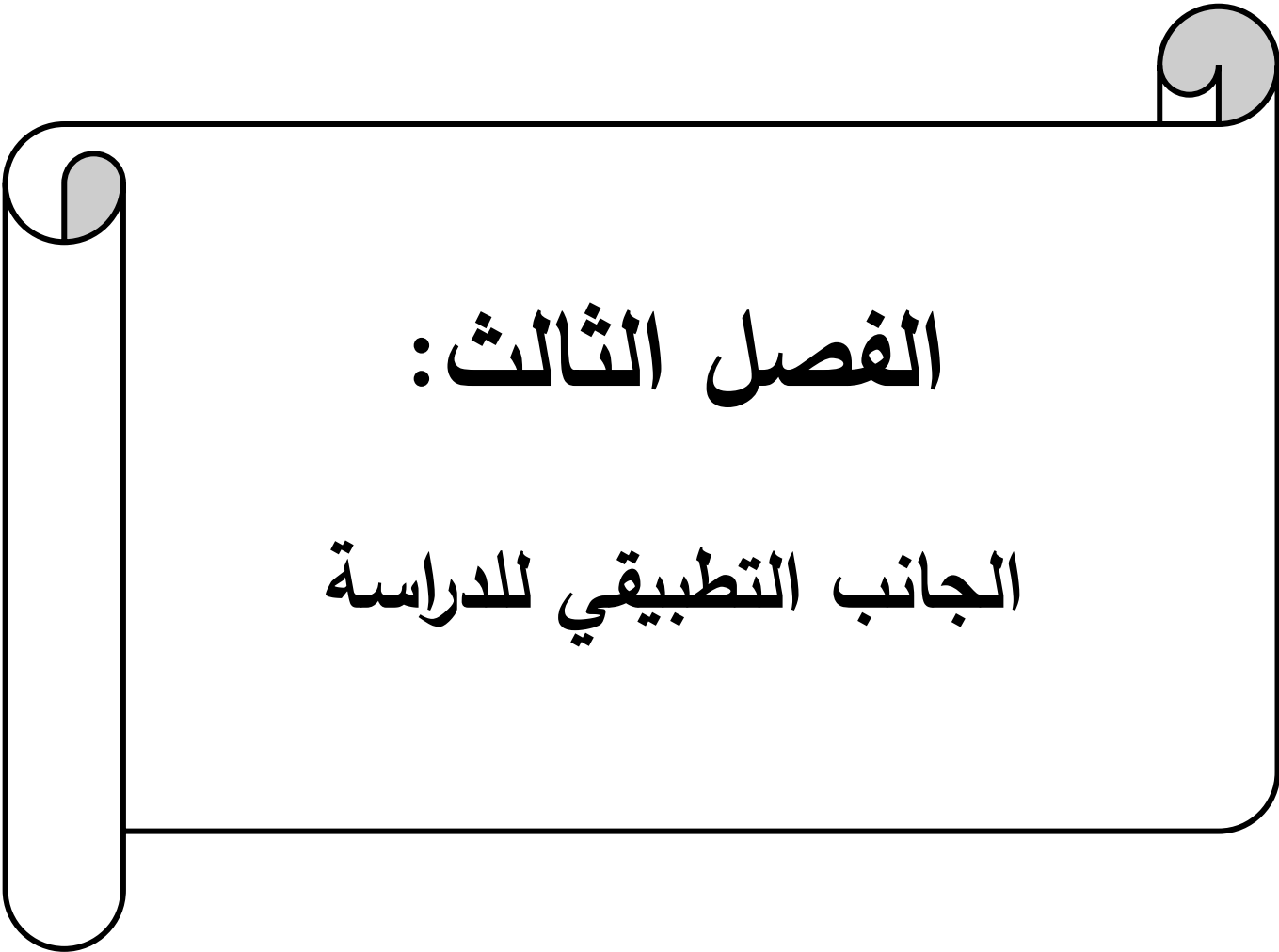
10:13، عبر الرابط التالي: https://studies.aljazeera.net/ar/article/5753?utm_source=chatgpt.com

ملخص:

نلاحظ من خلال ما سبق أن الثورة الرقمية أفرزت تحولات جذرية قد أفرزت تغيير في بنية صناعة المحتوى السمعي البصري، سواء من حيث أدوات الإنتاج، أو أنماط التوزيع، أو أساليب التلقي.

فقد أصبح المنتج الإعلامي أكثر مرونة وتفاعلية، وخرج من الإطار التقليدي إلى فضاءات رقمية أكثر تفتح ومرونة، تسهم فيها الخوارزميات والبيانات الضخمة في توجيه المحتوى نحو جمهور محدد بدقة.

وقد أدى هذا التحول إلى إعادة توزيع الأدوار بين المنتج والمتلقي، حيث لم يعد الجمهور مستهلكا سلبيا، بل أصبح فاعلا ومؤثرا في صناعة المحتوى واتجاهاته.

A decorative scroll frame with a black outline and grey shaded scroll ends. The text is centered within the frame.

الفصل الثالث:

الجانب التطبيقي للدراسة

المنصات الرقمية وسلوك المشاهدة:

تمهيد:

لاحظنا في الآونة الأخيرة تغيير في المجتمعات حول أنماط الاستهلاك الإعلامي من طرف المشاهد، حيث نلاحظ تغييرا جذريا في هذا الشأن بسبب التطور الحاصل في المجال التكنولوجي و الرقمي وظهور ما يسمى بالمنصات الرقمية، إذ برزت من خلال ذلك بيئة إعلامية جديدة ذات معايير جديدة غيرت من طبيعة المشاهد من كونه متلقي دوره سلبي يتلقى فقط المحتوى الى فاعل يتأثر ويأثر على المشهد الإعلامي وكذا يبدى آرائه ، وبذلك فقد انتقل من دوره السلبي الى الإيجابي.

المبحث الأول: أنماط المشاهدة الجديدة:

أنماط المشاهدة: أي الوقوف على ما يفضل الجمهور مشاهدته من برامج وما يتوقعه من هذه البرامج وما قد تحدثه هذه البرامج من تأثير إيجابي أو سلبي.

أنماط المشاهدة الجديدة هي الطرق الحديثة التي أصبح الجمهور يستهلك بها المحتوى السمعي البصري في ظل التحول الرقمي وانتشار المنصات التفاعلية، وقد جاءت هذه الأنماط نتيجة تطور التكنولوجيا وتغير العادات الاتصالية¹.

المطلب الأول: مفهوم المشاهدة الشخصية وتغيير العادات الاستهلاكية:

¹ نصير بوعلي: البارابول والجمهور في الجزائر دراسة في عادات المشاهدة وأنماطها والتأثيرات على قيم المجتمع وثقافته،

المجلة الجزائرية للاتصال، المجلد 5، العدد، 12، 1995، ص 160.

عرف نصر الدين العياضي المشاهدة على أنها: تلك الممارسة الفردية أو الجماعية، رغم أنها تبدو كقرار فردي حميمي يتخذ داخل الوسط العائلي¹.

كما تعرف المشاهدة الشخصية بأنها آلية يقوم من خلالها الفرد بانتقاء محتوى يتلاءم مع حاجته الآنية واهتماماته الذاتية، بعيدا عن النمط الجمعي التقليدي في الاستهلاك².

من خلال ما سبق يمكن أن نعرف المشاهدة الشخصية على أنها الانتقاء الشخصي للفرد حول ما يعجبه وما يحتاج التعرض إليه من حصص وبرامج تلبي حاجاته النفسية ورغباته، والجدير بالذكر أن أنواع هذه المشاهدات تختلف من شخص لآخر، ومن أمثلة المنصات التي تعرض عليها المشاهدات الشخصية هي: **YouTube، Netflix**، وغيرها من المنصات التي تدعم المشاهدات الشخصية.

وقد تطورت المشاهدات الشخصية في الآونة الأخيرة بفضل التطورات التكنولوجية الحاصلة وأصبح هناك تغيير في العادات الاستهلاكية للمحتوى الإعلامي سواء من ناحية التلقي، أو التفاعل، يمكن أن نحدد على النحو التالي:

لقد أدى ظهور المشاهدة الشخصية إلى تحولات جوهرية في العادات الاستهلاكية للجمهور،

حيث يشير McQuail إلى أن هذا التحول يعكس انتقالا واضحا من فكرة جمهور سلبي يتلقى فقط، إلى مستخدم نشط يتحكم في سياقات المعنى والاستهلاك ويتفاعل يعلق و يبدي رأيه ونذلك يساهم في تشكيل المحتوى الإعلامي من خلال المنصات الرقمية.

¹ نصر الدين العياضي: التلفزيون دراسات وتجارب، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر ، 1998 ، ص 87.

² نصر أحمد: ثورة المنصات الرقمية، مستقبل الإعلام في عصر التحول الرقمي، مركز دراسات المعرفة، بيروت، 2019،

أبرزها:

الابتعاد عن المشاهدة الجماعية تحوّل الأفراد من المشاهدة العائلية على التلفزيون إلى مشاهدة فردية عبر الهاتف

النقل أو الحاسوب.

التخلي عن الجدولة الزمنية: لم يعد المستهلك ينتظر توقيت البث، بل يحدد بنفسه وقت المشاهدة.

اختفاء الفاصل بين "المنتج" و "المتلقي": إذ أصبح بعض المستخدمين منتجين بدورهم (prosumers).

صعود الترفيه الشخصي: حيث تفصل المنصات المحتوى وفقاً لذوق كل مستخدم على حدة، ما عزز النزعة

الفردانية في التلقي.

التحكم في الإيقاع إمكانية الإيقاف المؤقت إعادة المشاهدة وتخطي الفقرات¹.

المطلب الثاني: مقارنة المشاهدة الجماعية والتفاعلية في ظل الرقمنة:

يرى Castells أن "الرقمنة خلقت ما يسمى بالجمهور المشتت، حيث يستهلك كل فرد المحتوى وفقاً لميوله الذاتية،

حسب حاجاته التي تشبه ذاته وبحكم أن الأفراد تختلف من حيث الفروقات الفردية والثقافية، فإن ذلك يجعل كل

فرد يختلف عن غيره في التعرض للمحتوى².

يمكن ان نوضح ذلك بمخطط يفصل ذلك:

¹McQuail, Denis، London، SAGE Publications،McQuail's Mass Communication Theory : 2018، p 218.

²Manuel P.، Oxford، Oxford University Press،Communication Power، 2009، p 207.

الجدول رقم: مقارنة المشاهدة الجماعية والتفاعلية في ظل الرقمنة:

المشاهدة التفاعلية الرقمي	المشاهدة الجماعية	
لإنترنت، المنصات الرقمية نتفليكس، يوتيوب وغيرها	التلفزيون، السينما، أجهزة البث الجماعي	الوسيلة
إيجابية	سلبية	التلقي
نشط	متلقي فقط	دور الجمهور
مرن - حسب الرغبة	محدد مسبقاً وفق جدول بث	زمن المشاهدة
من طرف المستخدم يختار ماذا يشاهد	من طرف المؤسسة الإعلامية أو القناة	التحكم في المحتوى

المصدر: إعداد الطالب بالاعتماد على المرجع المذكور¹

¹ عبد العزيز شامة: الإعلام الرقمي وسلوكيات المشاهدة الجديدة، مجلة دراسات الإعلام الرقمي، 2021، العدد 5، ص 82.

المبحث الثاني: التفاعل الثقافي والمحتوى الرقمي:

المطلب الأول: سلوك الجمهور الجزائري تجاه المنصات الرقمية

تتميز المنصات الرقمية بعدد المميزات سابقة الذكر، وهذا ما زاد الشباب الجزائري تعلق بها ، وقد تبين من خلال عديد الدراسات والإحصاءات الحديثة، أن فئة الشباب في الجزائر تمثل الشريحة الأكثر تعاملًا مع هذه المنصات نظرا لسهولة الوصول ومجانية المحتوى، كذلك إختيارية المضامين والمحتوى جعلت الشباب يدمع عليها ويتعلق بها ، مقارنة بالإعلام التقليدي الذي بات ينظر إليه على أنه أقل تفاعلية وأقل استجابة لاحتياجات الجيل الجديد جيل الشباب الذي فحواه كل ما هو رقمي¹.

ويتسم سلوك الجمهور الجزائري الرقمي بالسمات التالية:

- التوجه نحو المشاهدة الفردية الخاصة، غالبًا عبر الهواتف الذكية.
- الميل نحو المحتوى الترفيهي والكوميدي.
- الاستفادة من المحتوى التعليمي والتثقيفي وهذا ما تجلّى في الآونة الأخيرة.
- ازدياد الوعي النقدي لدى بعض الفئات تجاه المحتوى المزيف أو الموجه.

¹ فتحة قانة: تأثير المنصات الرقمية على سلوكيات الجمهور الجزائري، مجلة الإعلام الجديد جامعة الجزائر 3 ، العدد 12

ومع ذلك، لا يزال هذا التفاعل الرقمي يواجه تحديات مرتبطة بالبنية التحتية الرقمية، وضعف التكوين الإعلامي، والفوارق الاجتماعية في الوصول إلى التكنولوجيا¹.

المطلب الثاني: التغيرات الثقافية والهوياتية الناتجة عن استهلاك المحتوى الأجنبي:

لقد أدى الانتشار الواسع للمحتوى السمعي البصري الأجنبي عبر المنصات الرقمية إلى بروز تحولات ثقافية وهوياتية عميقة لدى فئات واسعة من الجمهور، خصوصا في المجتمعات العربية ومنها الجزائر. إذ لم يعد هذا الجمهور يتلقى المحتوى من مصادره المحلية فقط، بل أصبح منفتحاً على أنماط ثقافية متعددة، تتباين من حيث اللغة، والقيم، وأنماط الحياة، مما أثر بشكل واضح على البنية الثقافية والرمزية للفرد².

ومن أبرز مظاهر هذا التأثير:

تبنى أنماط سلوكية جديدة في اللباس اللغة، والعلاقات الاجتماعية مستوحاة من الثقافة الغربية أو الكورية أو التركية المنتشرة عبر الدراما والمسلسلات والمنصات مثل نتفليكس ويوتيوب.

تراجع استخدام اللغة الأم أو اللهجة المحلية لدى بعض الفئات العمرية خاصة الأطفال والمراهقين، لصالح مفردات هجينة أو لغات أجنبية مستهلكة.

إعادة تشكيل التصورات حول مفاهيم الأسرة، الدين الهوية الجنسية، والنجاح الشخصي بناء على النماذج المعروضة في تلك المضامين.

¹ فتيحة قانة: مرجع سابق، ص 75.

² شعيب نوال: تأثير استهلاك المحتوى الأجنبي عبر المنصات الرقمية على الهوية الثقافية للشباب الجزائري، جلة بحوث

إعلامية، جامعة وهران، العدد 18، 2022، ص. 134

تضائل المرجعيات الثقافية التقليدية لصالح قيم فردانية استهلاكية، وسطحية أحياناً، نتيجة للتماهي مع

شخصيات إعلامية أجنبية أو مؤثرين عالمي¹.

¹ شعيب نوال: مرجع سابق، ص. 134

ملخص:

يمكن أن نستخلص في الأخير أن المظهر الجديد للبيئة الإعلامية، برز من خلال النقلة النوعية في المجال التكنولوجي، حيث برزت المنصات الرقمية كفاعل اعلام جديد تساهم في احداث تغيير على أنماط المشاهدة والتلقي، من خلال منح المشاهد حرية اختيار المحتوى، وتحديد توقيت المشاهدة، وطريقة التفاعل معه، مما أعاد صياغة العلاقة بين الوسيط الإعلامي والجمهور.

المعالجة الاحصائية لنتائج الاستبيان وتحليلها.

أ- تحليل بيانات الدراسة الميدانية.

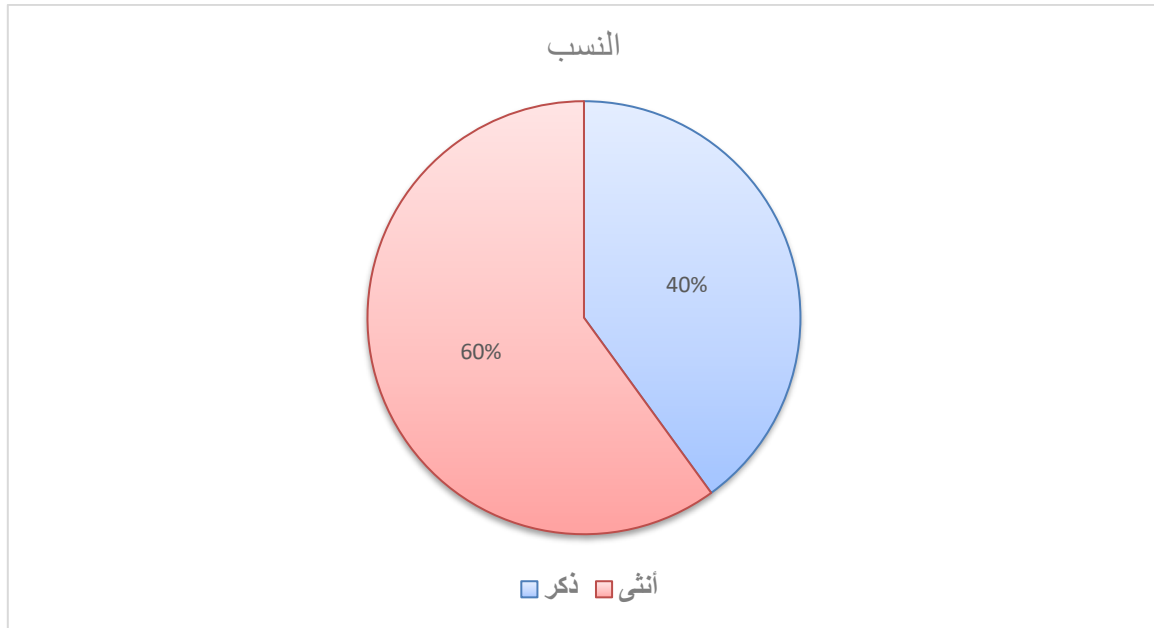
الجدول رقم (01): توزيع المتبعين حسب متغير الجنس.

النسبة المئوية	التكرار	الجنس
40%	20	ذكر
60%	30	أنثى
100%	50	المجموع

المصدر: الطالب بالاعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من خلال الجدول رقم (01) أن الفئة السائدة في الدراسة هي فئة الإناث والتي بلغت نسبتها أعلى نسبة 60% بتكرار 30 أنثى مقابل نسبة 40% والتي نسبة الذكور في الدراسة بتكرار 20 ذكر، وهي نسب متقاربة. وهذا يعكس دور منصة نتفليكس في توفير مساحة للجنسين من أجل الهروب من أدوار الحياة اليومية من عمل، رعاية أسرية ودراسة، وهذا التفاوت الطفيف في نسبة الإناث يعكسه ربما تفرغهم الكبير لمتابعة المنصة بحكم أن لهم الفراغ أكثر من الذكور (عمل يومي).

الشكل رقم (01): نسب توزيع المتبعين حسب متغير الجنس.



المصدر: الطالب بالاعتماد على مخرجات spss

الجدول رقم (02): توزيع المتبعين حسب متغير السن.

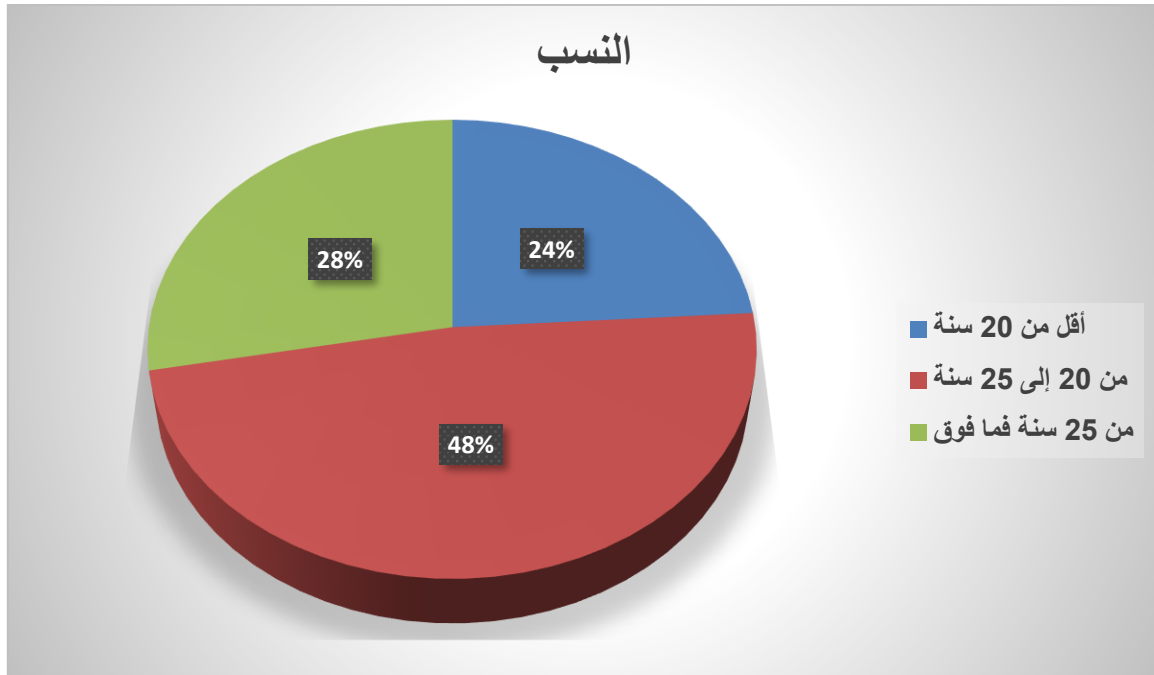
السن	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 20 سنة	12	24%
من 20 إلى 25 سنة	24	48%
من 25 سنة فما فوق	14	28%
المجموع	50	100%

المصدر: الطالب بالاعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من خلال الجدول رقم (02) أن ما نسبته 48% من مجموع العينة أعمارهم بين 20 و 25 سنة وهي الفئة السائدة في الدراسة بتكرار 24 فرد، تليها نسبة 28% أعمارهم أكثر من 25 سنة بتكرار 14 فرد، وفي الرتبة الأخيرة فئة الأفراد الذين أعمارهم أقل من 20 سنة بنسبة 24% بتكرار 12 فرد.

وهذا له دلالة على أن منصة نتفليكس لقت اهتمام كبير من طرف مختلف الفئات العمرية للطلبة، ويرجع هذا للتفاعل بين السن والثقافة والتكنولوجيا، فكل فئة تستهلك محتوى نتفليكس بطريقة تراها مناسبة لها.

الشكل رقم (02): نسب توزيع المتبعين حسب متغير السن.



المصدر: الطالب بالاعتماد على مخرجات spss

الجدول رقم (03): توزيع المتبعين حسب متغير المستوى الجامعي.

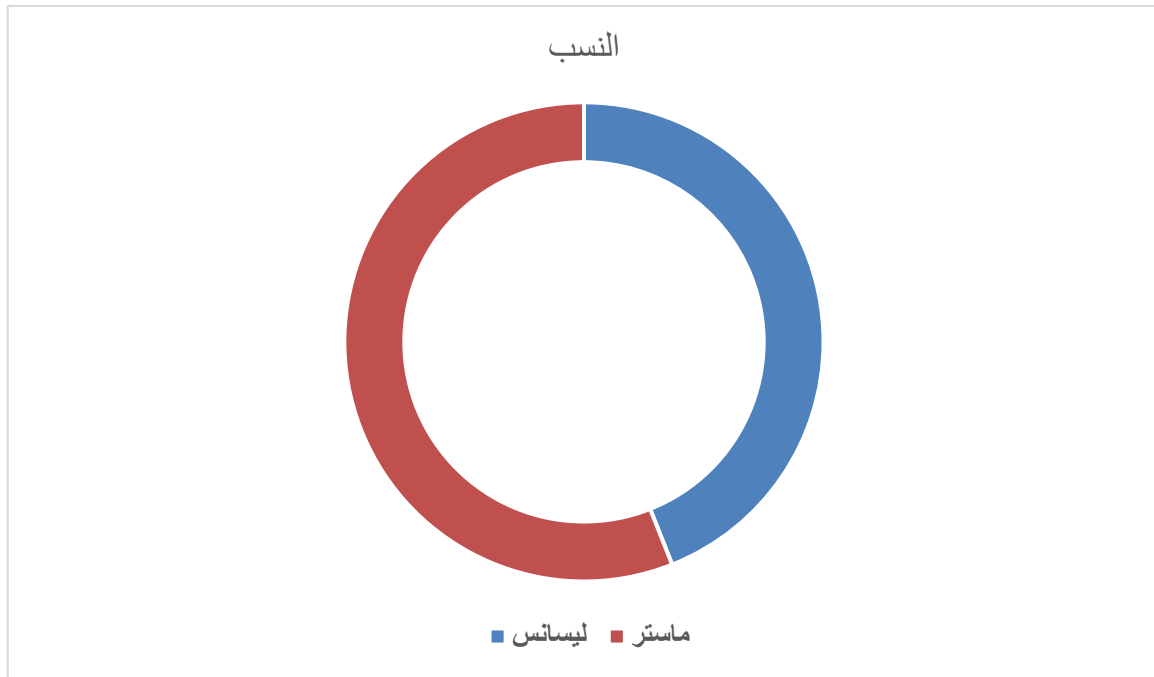
السن	التكرار	النسبة المئوية
ليسانس	22	44%
ماستر	28	56%
المجموع	50	100%

المصدر: الطالب بالاعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من خلال الجدول رقم (05) أن ما نسبته 56% من أفراد العينة لهم مستوى جامعي ماستر وهم الفئة السائدة في الدراسة بتكرار 28 فرد، وما نسبته 44% لهم مستوى جامعي ليسانس بتكرار 22 فرد.

ويشير هذا إلى اهتمام طلبة جامعة بسكرة بمنصة تفليكس باختلاف الطور الذي يدرسونه، وهذا ما لاحظناه من خلال تقارب نسبة طلبة الليسانس والماستر.

الشكل رقم (03): نسب توزيع المتبعين حسب متغير المستوى الجامعي.



المصدر: الطالب بالاعتماد على مخرجات spss

المحور الأول: التحول في أنماط الإنتاج والتوزيع.

الجدول رقم (04): يوضح الفرق بين محتوى نتفليكس والمحتوى التلفزيوني القديم.

النسبة المئوية	التكرار	الفروق
84%	42	نعم هنالك فرق واضح
16%	08	لا أدري
100%	50	المجموع

المصدر: الطالب بالاعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من خلال الجدول وحسب الاتجاه العام أن ما نسبته 84% من أفراد العينة وهي النسبة الأكبر يلاحظون فرقا واضحا بين محتوى نتفليكس والمحتوى التلفزيوني القديم، وما نسبته 16% لم يستطيعوا إدراك الفرق وأجابوا بلا أدري بتكرار 08 أفراد.

وهذا ما يعكسه حقيقة أن منصة نتفليكس أصبح تلبي رغبة متبعيها الذين أصبحوا أكثر طلباً وتنوعاً في اهتماماتهم، بحيث تعطي منصة نتفليكس للمتابع حرية اختيار نوعه المفضل، بل أصبحت تمكنه من اختيار توقيت المشاهدة أيضاً، ويشير هذا إلى التحول من البث الجماعي إلى البث حسب الطلب أي البث الفردي، والذي استثمرت فيه منصة نتفليكس للرفي بمجودة خدماتها.

الجدول رقم (05): يوضح أهم مميزات إنتاج نتفليكس.

النسبة المئوية	التكرار	ما هي أهم مميزات إنتاج نتفليكس
32%	16	جودة التصوير والإنتاج
22%	11	تنوع المواضيع
20%	10	ميزانيات ضخمة
26%	13	الاعتماد على الذكاء الاصطناعي والبيانات
100%	50	المجموع

المصدر: الطالب بالاعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من خلال الجدول وحسب أن الاتجاه العام أن أكبر نسبة من أفراد العينة بلغت قيمة 32% يرون أن جودة التصوير والإنتاج هي ما يتميز به إنتاج نتفليكس بتكرار 16 فرد أجابوا بالخيار الأول، وما نسبته 26% أجابوا أن إنتاج نتفليكس يتميز بالاعتماد على الذكاء الاصطناعي والبيانات، وما نسبته 22% يرون تنوع المواضيع من أهم مميزات إنتاج نتفليكس، كما نلاحظ ما نسبته 20% من أفراد العينة أجابوا بالميزانيات الضخمة عند سؤالهم.

يمكننا القول أن تنوع مميزات إنتاج منصة نتفليكس هو نتيجة تفاعل بين مؤشرات عدة، ثقافية، اجتماعية واقتصادية، وهي تعكس أن منصة نتفليكس لا تعسى فقط لنقل الواقع، بل أصبحت تشارك في تشكيله بالإضافة إلى إعادة إنتاج التمثيلات الثقافية بما يتماشى من متطلبات المتابعين من جهة وتوسيع الحصة السوقية من جهة أخرى.

الجدول رقم (06): يوضح تغيير نموذج التوزيع الطبيعي لطريقة الوصول للمحتوى.

النسبة المئوية	التكرار	هل تعتقد أن نموذج التوزيع الطبيعي غير طريقة الوصول للمحتوى
66%	33	نعم بشكل كبير

إلى حد ما	17	34%
المجموع	50	100%

المصدر: الطالب بالاعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من خلال الجدول رقم (06) أن أكبر نسبة هي 66 % وكانت إجابة المبحوثين عند سؤالهم عن إمكانية تغيير نموذج التوزيع الطبيعي لطريقة وصولهم للمحتوى بتكرار 33 فرد، وما نسبته 34% يرون أنه غير إلى حد ما طريقة وصولهم للمحتوى.

وبالتالي نرى أن الاتجاه العام لإجابة أفراد العينة كانت بنعم أي أنهم يرون أن نموذج التوزيع الطبيعي غير كثيرا في طريقة وصولهم للمحتوى.

الجدول رقم (07): يوضح عامل نجاح منصة نتفليكس.

إلى ماذا يعود نجاح منصة نتفليكس حسب رأيك	التكرار	النسبة المئوية
توفر المحتوى في أي وقت	11	22%
دعم الترجمة والدبلجة	15	30%
عرض الحلقات دفعة واحدة	10	20%
التسويق الذكي	14	28%
المجموع	50	100%

المصدر: الطالب بالاعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من خلال الجدول وحسب الاتجاه العام ان إجابات الطلبة كانت بنسب متقاربة، حيص نلاحظ أن ما نسبته 30% من العينة يرون أن دعم الترجمة والدبلجة هو عامل نجاح منصة نتفليكس، وما نسبته 28% دعم الترجمة والدبلجة يرون بأن سبب النجاح هو التسويق الذكي للمنصة، وما نسبته 22% و 20% أجابوا ب توفر المحتوى في أي وقت وبعرض الحلقات دفعة واحدة بالترتيب.

هذا التقارب في النسب يدل على أن الطلبة يقرون ويدركون نجاح منصة نتفليكس كنتيجة يرجع لعدة أسباب وليس لسبب واحد، وهذا يشير بأن منصة نتفليكس نجحت في جذب واستقطاب المتابعين بعدة طرق وخدمات.

المحور الثاني: تفاعل الجمهور الجزائري من المنصات الرقمية

الجدول رقم (08): يوضح عدد ساعات متابعة المنصات الرقمية.

النسبة المئوية	التكرار	كم ساعة تقضي يوميا على المنصات الرقمية؟
26%	13	ساعة
46%	23	من 03 إلى 4 ساعات
28%	14	أكثر من 05 ساعات
100%	50	المجموع

المصدر: الطالب بالاعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من خلال الجدول وحسب الاتجاه العام أن ما نسبته 46% يقضون يوميا من 03 إلى 04 ساعات على المنصات الرقمية وهي النسبة الأعلى بتكرار 23 طالب، وما نسبته 28% يقضون أكثر من 05 ساعات في المتابعة، وما نسبته 26% لا يقضون أكثر من ساعة واحدة يوميا فقط على المنصات الرقمية.

هذه الإجابات تعكس أيضا ممارسات الطلبة اليومية الأخرى من غير الدراسة، وهذا يرجع لكون المنصات الرقمية أصبحت تمثل مؤسسات اجتماعية قائمة بذاتها وتؤدي أدوارا تعليمية، ترفيهية، تواصلية ونفسية، وهو ما يعكس تأثير المنصات الرقمية على الثقافة اليومية للطلبة.

الجدول رقم (09): يوضح كيفية إبداء الرأي في المحتوى المشاهد على منصة تليفكس.

النسبة المئوية	التكرار	كيف تعبر عن رأيك في المحتوى الذي تشاهده في منصة تيفكس؟
40%	20	أقيمه بنز الإعجاب أو عدم الإعجاب داخل المنصة
36%	18	أناقشه مع أصدقائي خارج المنصة
6%	03	أشارك رأيي على منصات التواصل (فيسبوك، تويتر، انستغرام)
18%	09	لا أعبر عن رأيي إطلاقاً
100%	50	المجموع

المصدر: الطالب بالاعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من خلال الجدول وحسب الاتجاه العام أن أكبر نسبة هي 40% من أفراد العينة أجابوا بأنه يبدون رأيهم في المحتوى الذي يشاهدونه على منصة نتفليكس برز الإعجاب، أي يضغطون على زر الإعجاب في حالة الإعجاب والعكس، وما نسبته 36% من الطلبة المبحوثين صرحوا بأنهم يناقشون رأيهم في محتوى معين مع أصدقائهم خارج المنصة، وما نسبته 18% أجابوا بأنهم يعبرون عن رأيهم إطلاقاً، وما نسبته 6% فقط أجابوا بأنهم يشاركون رأيهم على منصات التواصل الاجتماعي على غرار الفيسبوك، تويتر، اسنستغرام وأخرى.

تشير النتيجة إلى أن أغلب الطلبة يفضلون التعبير عن آرائهم بطريقة مباشرة وسهلة غذ يعتبرونها آمنة، في حين أن نسبة قليلة جداً يشاركون آرائهم من خلال منصات التواصل خوفاً من ردود الفعل أو الانتقادات.

الجدول رقم (10): يوضح متابعة صفحات التواصل المخصصة للمحتوى المرغوب فيه.

هل تتابع صفحات أو مجموعات على الفيسبوك أو أنستغرام مخصصة لمحتوى نتفليكس ؟	التكرار	النسبة المئوية
نعم	10	20%
لا	40	80%
المجموع	50	100%

المصدر: الطالب بالاعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن ما نسبته 80% من الطلبة المبحوثين لا يتابعون صفحات أو مجموعات على مواقع التواصل الاجتماعي والمخصصة لمحتوى نتفليكس بتكرار 40 طالب وهي أكبر نسبة مقارنة بالطلبة المبحوثين الذين يقومون بعكس ذلك وبلغت نسبتهم 20%.

وهو ما يعكس الفجوة بين الاستهلاك الرقمي للمحتوى وبين الانخراط في المنصات أو مجموعات التواصل الاجتماعي، أي أن غالبية الطلبة المبحوثين لا يهتمون بمتابعة الصفحات والمجموعات المخصصة لمحتوى منصة نتفليكس، ويعود هذا لعدة عوامل تختلف من طالب لآخر، فمنهم من لديه ضعف في التفاعل الاجتماعي ومنهم من يحب ويجيد العزلة وهم ما يسمون بالمتابعين المنعزلين رقمياً، ومنهم من يرون أن متابعة المحتوى يكفيهم ذاتياً داخل المنصة.

الجدول رقم (11): يوضح تأثير محتوى نتفليكس على الذوق والاختيار الترفيهي.

هل تعتقد ان محتوى نتفليكس يؤثر على ذوقك او اختياراتك الترفيهية؟	التكرار	النسبة المئوية
نعم	17	34%
لا	33	66%
المجموع	50	100%

المصدر: الطالب بالاعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من خلال الجدول أن ما نسبته 66% من الطلبة المبحوثين يرون أن محتوى نتفليكس لا ولم تؤثر على ذوقهم أو اختياراتهم الترفيهية بتكرار 33 طالب، وما نسبته 34% يرون عكس ذلك، فأجابوا بنعم عند سؤالهم أي أنهم لمحتوى نتفليكس درجة تأثير على ذوقهم.

أي أن أغلبية الطلبة المبحوثين لهم استقلال في الذوق وفي اختياراتهم الترفيهية، ولا يوجد لتأثير محتوى نتفليكس عليهم أو أنه تأثير موجود ولكن غير محسوس وغير معترف به، هذه الفئة لها نزعة للحفاظ على الذوق والاختيار الشخصي، أما الفئة الثانية فهي من ينخرطون تدريجياً في مسار تغيير الذوق الذي يعيد تشكيل أنماط المتابعة والاهتمام لديهم.

الجدول رقم (12): يوضح الجهاز المستعمل في مشاهدة نتفليكس.

ما هو الجهاز الذي تستعمله غالباً لمشاهدة نتفليكس	التكرار	النسبة المئوية
هاتف ذكي	24	48%
حاسوب	15	30%
تلفاز ذكي	07	14%
جهاز لوحي	04	08%
المجموع	50	100%

المصدر: الطالب بالاعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من خلال الجدول وحسب الاتجاه العام أن أكبر نسبة هي 48% من الطلبة المبحوثين يستخدمون هواتفهم الذكي لمشاهدة نتفليكس بتكرار 24 طالب، وما نسبته 30% يستخدمون الحاسوب، وما نسبته 14% يستخدمون لمشاهدة نتفليكس تلفازهم الذكي، في حين أن ما نسبته 08% يستخدمون جهاز لوحي.

تدل هذه النتيجة على تعدد الوسائط الرقمية المستخدمة من طرف الطلبة لمشاهدة محتوى نتفليكس أي أن لهم خيارات تكنولوجيا عديدة، ووقع اختيار الأغلبية على الهاتف الشخصي بحكم أنه أصبح الوسيط والأداة الهامة في الحياة اليومية، بل تجاوز كونه وسيلة إتصال إلى كونه مصدر للترفيه، الدراسة والتفاعل الاجتماعي، في حين اختار البعض الحاسوب لكونه يمثل وسيلة مشاهدة أكثر إستقرار وأكثر جودة، واختلاف الوسيلة المستخدمة من طالب لآخر يعكس التفاوت في أسلوب الحياة من طالب لآخر.

المحور الثالث: تأثير المنصات الرقمية في تشكيل ذوق وتوقعات الجمهور.

الجدول رقم (13): يوضح تغيير تجربة نتفليكس للذوق في المحتوى.

هل غيرت تجربة نتفليكس ذوقك في المحتوى	التكرار	النسبة المئوية
نعم تغير	28	56%
لا بقي ذوقي نفسه	17	34%
لا أدري	05	10%
المجموع	50	100%

المصدر: الطالب بالاعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من خلال الجدول أن ما نسبته 56% يرون أن ذوقه تغير بسبب تجربة نتفليكس وهي النسبة الأكبر بتكرار 28 طالب، وما نسبته 34% يرون أن ذوقهم لم يتغير جراء ذلك، وتبقى آخر نسبة 10% للطلبة الذين لا يدرون ولا يدركون هذا التغير.

ونستخلص أن الفئة السائدة في الدراسة قد غيرت تجربة نتفليكس من ذوقهم في المحتوى، وهو ما يعكس قوة منصة نتفليكس كأداة لإعادة تشكيل وترميز الذوق الجماعي والفردى، لأنها لا تقدم محتوى محدد، بل تقترح أيضا ما يمكن أن يعجب المشاهدين وما يفضلونه، أما الفئة الثانية فهي تظهر نوعا من الثبات في الذوق قد يكون ناتج عن

التمسك بالهوية الثقافية أو أنماط المشاهدة الراسخة في عقول أفراد هذه الفئة، بالإضافة إلى الفة التي لا تستشعر أي تأثير على ذوقها أو كما قلنا لا تدركه أو لا تحس به حتى.

الجدول رقم (14): يوضح نوع المحتوى الذي أصبحت تفضله بعد استخدام نتفليكس.

النسبة المئوية	التكرار	مأنوع المحتوى الذي أصبحت تفضله بعد استخدام نتفليكس ؟
34%	17	مسلسلات أجنبية
32%	16	محتوى ثقافي
20%	10	محتوى عربي
14%	07	أعمال درامية معاصرة
100%	50	المجموع

المصدر: الطالب بالاعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من خلال الجدول رقم (14) أن ما نسبته 34% من الطلبة المبحوثين أصبحوا يفضلون مسلسلات أجنبية بعد استخدامهم لنتفليكس بتكرار 17 طالب، وما نسبته 32% أصبحوا يفضلون المحتوى الثقافي بتكرار 16 طالب وهي نسب متقاربة جدا بين الخيارين، وما نسبته 20% يفضلون المحتوى العربي، وما نسبته 14% أصبحوا يفضلون الأعمال الدرامية المعاصرة.

هذا التحول الملموس للذوق لدى الطلاب المبحوثين سببه المنصات الرقمية، فمنصة نتفليكس محل دراستنا ساهمت كثيرا في خلق جمهور ومتابعين جدد قائم على التنوع والتباين، ولم تنجح في ذلك إلا باعتمادها على التلاعب الذكي بخيارات المحتوى وسهولة الوصول إليه.

الجدول رقم (15): يوضح تأثير الثقافات الأجنبية على اهتمام الطالب أو طريقة التفكير.

النسبة المئوية	التكرار	كيف أثرت الثقافات الأجنبية على اهتماماتك أو طريقة تفكيرك بعد المشاهدة؟
30%	15	زادت من فضولي لتعرف على ثقافات أخرى
36%	18	لم تؤثر بشكل كبير على اهتماماتي

24%	12	جعلتني أعيد التفكير في بعض القيم والعادات المحلية
10%	05	لا أشاهد محتويات ثقافية أجنبية
100%	50	المجموع

المصدر: الطالب بالاعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من خلال الجدول رقم (15) أن ما نسبته 36% من أفراد العينة يرون أن الثقافات الأجنبية لم تؤثر بشكل كبير على اهتماماتهم أو طريقة تفكيرهم بعد المشاهدة بتكرار 18 طالب وهي الفئة السائدة في الدراسة، وما نسبته 30% يرون مشاهدة نتفليكس زادت من فضولهم للتعرف على الثقافات الأخرى، وما نسبته 24% أجابوا بأنها جعلتهم يعيدون التفكير في بعض القيم والعادات الخاصة بهم، وفي الرتبة الأخيرة بلغت نسبة الطلبة المبحوثين الذين لا يشاهدون محتويات الثقافات الأجنبية قيمة 10% من مجموع العينة أي بتكرار 05 طلبة فقط.

ويتبين لنا من خلال هذه نتيجة وجود تباين في تأثير الثقافات الأجنبية على اهتمامات الطلبة المبحوثين، كون الثقافات الأجنبية تمثل بيئة تنشئة ثانوية ومختلفة، وبالتالي اختلفت مواقف الطلبة تجاه المحتوى الثقافي الأجنبي، فبين مناعة ثقافية وفضول للتعرف عليها، تقف منصة نتفليكس كعامل اجتماعي جديد يعيد تشكيل التفاعل الثقافي لدى الطلاب، ويتقاطع هذا التأثير مع عناصر الشخصية التي يملكها الطالب مثل الخلفية الثقافية الأصلية، وموقفه من الشمولية السائد في كل المجالات.

الجدول رقم (16): يوضح تقييم الفرق بين جودة المحتوى العربي والاجنبي على منصة نتفليكس.

النسبة المئوية	التكرار	كيف تقييم جودة المحتوى العربي مقارنة بالأجنبي على منصة نتفليكس؟
36%	18	جيدة جدا
44%	22	مقبول
18%	09	ضعيف
02%	01	لا يمكن المقارنة
100%	50	المجموع

المصدر: الطالب بالاعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من خلال الجدول أن ما نسبته 44% يرون أن جودة المحتوى العربي على منصة نتفليكس مقبول مقارنة بالمحتوى الأجنبي وهي النسبة الأعلى بتكرار 22 طالب، وما نسبته 36% يرون أن جودة المحتوى العربي جيدة جدا مقارنة بالمحتوى الأجنبي، وما نسبته 18% يرون أنها جودة ضعيفة، وما نسبته 02% فقط أجابوا بأنه لا يمكن المقارنة إطلاقا بتكرار طالب واحد فقط.

هذا ما يعكس مستوى الوعي الثقافي المرتفع والتذوق الفني لدى الطلاب، بالرغم من إختلاف آرائهم وتقييمهم لجودة المحتوى العربي مقارنة بالأجنبي في منصة نتفليكس إلا أننا نرى أن أغليتهم أقرروا بأن المحتوى العربي المقدم من طرف المنصة له جودة جيدة ويمكن تعزيزها مستقبلا، ويتم ذلك بتحقيق وتلبية رغبات الطلاب بما يتماشى مع معتقداتهم ولغتهم الأم.

المحور الرابع: التغيرات المفروضة على صناع المحتوى في الجزائر.

الجدول رقم (17): يوضح تكيف صناع المحتوى في الجزائر مع متطلبات المنصات الرقمية.

النسبة المئوية	التكرار	حسب رأيك هل يستطيع صناع المحتوى في الجزائر التكيف مع متطلبات المنصات الرقمية؟
38%	19	نعم بسهولة
50%	25	نعم لكن بصعوبة
12%	06	لا
100%	50	المجموع

المصدر: الطالب بالاعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من خلال الجدول رقم (17) أن ما نسبته 50% من أفراد العينة المبحوثين يرون أن صناع المحتوى في الجزائر يمكنهم التكيف مع متطلبات المنصات الرقمية ولكن بصعوبة بتكرار 25 طالب، وما نسبته 38% يرون أن عملية التكي هذه سهلة بتكرار 19 طالب، وما نسبته 12% يرون عكس ذلك وأجابوا بأن صناع المحتوى في الجزائر لا يمكنهم التكيف مع متطلبات المنصات الرقمية.

هذه النتيجة تفتح لنا المجال حول واصل صناعة المحتوى في الجزائر في ظل التحول الرقمي والمنصات العالمية، خاصة قدرة الصناع على التكيف مع التحولات التكنولوجية، وكان الاتجاه العام لرأي الطلبة محل الدراسة بأن صناع المحتوى

في الجزائر يمكنهم الرقي بإنتاجهم من خلال التكيف مع متطلبات المنصات الرقمية، ولكن هذا التكيف سيكون صعب المنال، فهم إذن لا ينفون القدرة على التكيف بل يرون أن هناك عراقيل تحول بين الصناع وبين تحقيقهم لتأقلم وتكيف فعال، هذا الأمر الذي يعكس واقعا ملموسا وقد يكون مرتبط بنقص التكوين التقني، ضعف البنية التحتية الرقمية، قلة الدعم المؤسسي والحكومي... إلخ، كما أن فئة ثانية من الطلبة المبحوثين كانت لهم نظرة أكثر تفاؤلا من الفئة الأولى، وهم يرون أن هنالك جيل جديد من صناع المحتوى في الجزائر يمتلكون رأس مال معرفي رقمي يؤهلهم لدخول سوق المنصات الرقمية بقوة، ويمكن أن يرجع السبب لكون هذه الفئة ربما سبق واحتكت بتجارب شبابية جزائرية على منصات رقمية مثل اليوتيوب أو تيك توك، ما عزز لديهم القناعة بإمكانية تكيف سهل لهؤلاء الصناع مع متطلبات المنصات الرقمية، في حين تشير نتيجة دراستنا إلى وجود فئة طلبة ينكرون من الأصل قدرة الصناع في الجزائر على التكيف مع متطلبات المنصات الرقمية، وقد يكون رأيهم نابعا من تدهور مستوى الكفاءة المحلية لصناع المحتوى في الجزائر.

الجدول رقم (18): يوضح العراقيل التي تواجه المحتوى الجزائري للوصول إلى منصات مثل نتفليكس.

النسبة المئوية	التكرار	ما أبرز العراقيل التي تواجه المحتوى الجزائري للوصول إلى منصات مثل نتفليكس؟
20%	10	ضعف التمويل
30%	15	نقص التكوين التقني
36%	18	غياب الدعم المؤسسي
14%	07	عدم فهم توجهات الجمهور العالمي
100%	50	المجموع

المصدر: الطالب بالاعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن ما نسبته 36% من أفراد العينة يرون أن غياب الدعم المؤسسي هو أبرز العراقيل التي تواجه المحتوى الجزائري للوصول إلى منصات مثل نتفليكس بتكرار 18 طالب، وما نسبته 30% يرون أن نقص التكوين التقني هو أهم هذه العراقيل، وما نسبته 20% أجابوا بضعف التمويل عند سؤالهم، وما نسبته 14% في المرتبة الأخيرة يرون بأن عدم فهم توجهات الجمهور العالمي سيحول بين المحتوى الجزائري وبين وصوله إلى مستوى منصات مثل نتفليكس.

فضعف الرؤية لتطوير الصناعات الثقافية وعدم تقدم تسهيلات إدارية وقانونية ستجعل من المستحيل تقريبا على منتجي المحتوى الجزائري النفاذ إلى سوق المنصات الرقمية ولا حتى مثل منصة نتفليكس، ويرجع السبب للمبالاة المؤسسية تجاه الرأسمال الثقافي، ما يجعل المبدع يعمل في فراغ دون دعم، وهذا ما أكدته إجابة الفئة السائدة في الدراسة في الجدول أعلاه، كما أشارت الفئة الثانية بأن نقص التكوين هو أبرز العراقيل، وهو يمثل عائقا معرفيا، مهاريا ومهنيا، فالانتقال إلى السوق الرقمية لا يتطلب فقط الرغبة، بل أدوات إنتاج متقدمة وفهما عميقا لهذه الأدوات، مثل أدوات السرد البصري، الترجمة والدبلجة... إلخ، أي أن هنالك فجوة رقمية مهنية.

كما يمثل نقص التمويل وعدم فهم توجهات الجمهور العالمي عراقيل أيضا، ويكمن هنا الاستدلال بمنصة نتفليكس محل دراستنا والتي تجهز ميزانيات ضخمة لتحقيق ميزة تنافسية جيدة، بالإضافة إلى قدرتها على فهم توجه الجمهور العالمي وبالتالي يمكنها قراءة تفضيلات الجمهور من أجل تقديم له المنتج الذي يجذبه للمنصة.

الجدول رقم (19): يوضح فرص الجزائر لتصدير محتواها عبر المنصات الرقمية.

النسبة المئوية	التكرار	ما رأيك في فرض الجزائر لتصدير محتواها عبر المنصات الرقمية؟
18%	09	قوية
60%	30	متوسطة
18%	09	ضعيفة
04%	02	منعدمة
100%	50	المجموع

المصدر: الطالب بالاعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن ما نسبته 60% من أفراد العينة يرون أن فرص الجزائر في تصدير محتواها عبر المنصات الرقمية متوسطة التحقق بتكرار 30 طالب، وما نسبته 18% يرون أنها قوية وضعيفة بالتساوي بين الإجابتين، فيما يرى ما نسبته 04% من العينة أن فرص الجزائر في تصدير محتواها عبر المنصات الرقمية منعدمة.

وتشير النتيجة إلى وجود طموح معتدل لدى الطلبة المبحوثين فيما يتعلق بقدرة الجزائر على تصدير محتواها عبر المنصات الرقمية، بحيث كانت النسبة الأكبر للأفراد الذين يرونها متوسطة الحدوث، أي أنهم لا ينكرون وجود محاولات أو إمكانيات تحقيق الجزائر لهذه المراد، لكنهم في نفس الوقت لا يبالغون في التفاؤل، كما يرى البعض أن

فرص الجزائر قوية لتصدير محتواها عبر المنصات الرقمية نتيجة لتطور بعض التجارب الفردية والمبادرات الرقمية الجديدة، في حين يرى آخرون أن فرصها ضعيفة أو منعدمة، بل يرون أن هنالك فجوة كبيرة بين الجزائر والسوق الرقمية تجعل من التصدير أمرا غير وارد.

الجدول رقم (20): يوضح أبرز التغيرات التي لاحظتها في المجتمع الجزائري نتيجة التأثير بصناع المحتوى الجزائريين.

النسبة المئوية	التكرار	ماهي أبرز التغيرات التي لاحظتها في المجتمع الجزائري نتيجة التأثير بصناع المحتوى الجزائريين؟
46%	23	تغير في القيم والعادات الاجتماعية
30%	15	تزايد ثقافة الاستعراض والتقليد
16%	08	ازدياد الاهتمام بالثقافة الرقمية ووسائل التواصل
08%	04	لا لم ألاحظ أي تغيير
100%	50	المجموع

المصدر: الطالب بالاعتماد على مخرجات spss

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان ما نسبته 46% يرون أن هناك بعض التغيرات التي لاحظوها في المجتمع الجزائري نتيجة التأثير بصناع المحتوى الجزائريين وتمثلت في تغير في القيم والعادات الاجتماعية بتكرار 23 طالب، وما نسبته 30% يرون أن هناك تزايد في ثقافة الاستعراض والتقليد هي أبرز التغيرات التي لاحظوها في المجتمع الجزائري، وما نسبته 16% يرون أن التأثير يتجلى من خلال إزياد الاهتمام بالثقافة الرقمية ووسائل التواصل، وما نسبته 08% أجابوا بأنهم لم يلاحظوا شيئا من هذا القبيل.

تحليل الجداول :

تحليل الجدول رقم (1): توزيع المتبعين حسب متغير الجنس

عرض البيانات:

ذكور: 20 طالبا = 40%

إناث: 30 طالبة = 60%

العدد الإجمالي: 50 طالبًا = 100%

تحليل كمي:

يُظهر هذا الجدول أن غالبية العينة المشاركة في الاستبيان من الإناث بنسبة 60%، مقابل 40% من الذكور. هذا الفارق النسبي ليس كبيرًا جدًا، لكنه معبر ودال على تفوق بسيط لفئة الإناث في متابعة منصة نتفليكس.

تحليل نوعي:

يشير هذا التوزيع إلى أن الطالبات الجامعيات أكثر تفاعلًا مع المنصات الرقمية وخاصة نتفليكس، وهو ما قد يرتبط بعوامل متعددة؛ منها:

طبيعة البرامج المعروضة على المنصة التي تتماشى أكثر مع الأذواق النسائية (الدراما، القصص العاطفية، المسلسلات الاجتماعية).

وقت الفراغ الأكبر نسبيًا لدى الإناث مقارنة بالذكور الذين قد يكونون منشغلين أكثر بالتزامات العمل أو النشاطات الخارجية.

الانفتاح النسبي للطالبات على العالم الافتراضي كمجال للتسلية والهروب من ضغوط الدراسة والحياة الاجتماعية.

ربط نظري وسياقي:

تُظهر الدراسات الاجتماعية أن النساء غالبًا ما يكنّ أكثر تفاعلًا مع الوسائط الرقمية التي تمنح بعدًا دراميًا وعاطفيًا للمحتوى، وهو ما توفره منصة نتفليكس بكثرة. كما أن المنصة تتيح مساحة آمنة للمشاهدة الفردية، مما يتماشى مع الخصوصية التي تبحث عنها الإناث خاصة في السياق المجتمعي الجزائري.

الخلاصة التحليلية:

توزيع الجنس في هذه العينة يعكس توجهًا واضحًا لدى الطالبات الجامعيات نحو استهلاك محتوى نتفليكس، وقد يشير ذلك إلى الحاجة إلى دراسة الفروق الجندرية في أنماط المشاهدة الرقمية. كما يكشف هذا الجدول عن الدور

المركزي للمنصات في تقديم محتوى يتماشى مع خصوصية المتلقي، وخصوصًا المتلقيّة الأنثى، من حيث اللغة، الشكل، وغط العرض.

تحليل الجدول رقم (2): توزيع المتبعين حسب متغير السن

عرض البيانات:

أقل من 20 سنة: 12 طالبًا = 24%

من 20 إلى 25 سنة: 24 طالبًا = 48%

أكثر من 25 سنة: 14 طالبًا = 28%

المجموع: 50 طالبًا = 100%

تحليل كمي:

تشير النتائج إلى أن النسبة الأكبر من المبحوثين تنتمي للفئة العمرية ما بين 20 و 25 سنة، بنسبة 48%، أي ما يقارب نصف العينة. تليها الفئة الأكبر من 25 سنة بنسبة 28%، وأخيرًا الفئة الأصغر من 20 سنة بنسبة 24%.

تحليل نوعي:

هيمنة الفئة العمرية 20-25 سنة على العينة توضح أن الطلبة في هذا العمر هم الأكثر تفاعلًا مع نتفليكس، وقد يرجع ذلك إلى:

نضوج الوعي الرقمي في هذه المرحلة.

امتلاكهم لقدرة أكبر على تنظيم وقتهم مقارنة بالأصغر سنًا.

كونهم أكثر انفتاحًا على المحتوى العالمي والأكثر استخدامًا للإنترنت والمنصات الرقمية.

أما الفئة الأصغر (أقل من 20 سنة) فربما تكون أكثر انشغالًا بالدراسة الثانوية أو لا تزال في مرحلة تطور اهتماماتها الرقمية. أما الفئة الأكبر (فوق 25 سنة)، فقد تكون منشغلة بأعباء الحياة المهنية أو الأسرية، ما يقلل من وقت استهلاكها للمحتوى الترفيهي.

ربط نظري وسياقي:

وفق نظريات "الاستخدامات والإشباع"، فإن فئة الشباب الجامعي تستهلك الإعلام الرقمي بهدف الترفيه والتعلم والتفاعل الاجتماعي، وهذا ما توفره نتفليكس. كما أن هذه الفئة تتسم بما يسمى "النضج التكنولوجي"، مما يجعلها فاعلاً أساسياً في المشهد الإعلامي الجديد.

الخلاصة التحليلية:

يكشف هذا الجدول عن أن فئة الشباب الجامعي (20-25 سنة) هي الفئة الأكثر تفاعلاً مع المنصات الرقمية، ما يجعلها الهدف الرئيسي لمنتجات المحتوى الرقمي. كما يشير التوزيع إلى أن استخدام نتفليكس لا يقتصر على الترفيه بل يدخل في سياق أوسع من تشكيل الهوية الثقافية لجيل رقمي منفتح ومتفاعل.

تحليل الجدول رقم (3): توزيع المتابعين حسب متغير المستوى الجامعي

عرض البيانات:

ليسانس: 22 طالباً = 44%

ماستر: 28 طالباً = 56%

المجموع: 50 طالباً = 100%

تحليل كمي:

يتبين من هذا الجدول أن طلبة الماستر يمثلون النسبة الأكبر من العينة بنسبة 56%، في حين بلغت نسبة طلبة الليسانس 44%. الفرق هنا ليس شاسعاً لكنه يُظهر ميلاً بسيطاً لفئة الماستر في متابعة منصة نتفليكس.

تحليل نوعي:

تعكس هذه النتيجة أن طلبة الماستر أكثر استخداماً لمنصة نتفليكس، وقد يكون لذلك أسباب متعددة منها:

تمتعهم بمستوى أعلى من النضج الأكاديمي والمعرفي، ما يجعلهم أكثر قابلية لاستهلاك محتوى متنوع، سواء كان ترفيهياً أو ثقافياً.

إدراكهم لأهمية الجانب السمعي البصري في تطوير الوعي النقدي والمعرفي، حيث يُنظر أحياناً إلى المنصة كأداة تعليمية غير مباشرة.

مقارنةً بطلبة الليسانس، قد يكون لطلبة الماستر هامش زمني أكبر خاصة عند العمل على مذكرات التخرج، ما يمنحهم وقتاً أطول للمشاهدة.

ربط نظري وسياقي:

من منظور نظري، فإن العلاقة بين المستوى التعليمي وأنماط الاستهلاك الإعلامي تعتبر محورية. حيث إن الطلبة الأكثر تقدماً أكاديمياً يكونون أكثر وعياً بما يشاهدونه وأقدر على تحليل المحتوى وإدراك رسائله، ما يجعل علاقتهم بالمنصة أكثر عمقاً من مجرد استهلاك عابر.

الخلاصة التحليلية:

تشير نتائج هذا الجدول إلى أن نتفليكس لا تجذب فقط فئات الباحثين عن الترفيه، بل تستقطب أيضاً فئات من الطلبة المتقدمين أكاديمياً. وهذا يُظهر أن المنصة الرقمية أصبحت مساحة هجينة تدمج بين الترفيه والثقافة، وتُخاطب شرائح ذات اهتمامات متعددة، ما يعزز من مكانتها في البيئة الجامعية كجزء من ثقافة يومية متكاملة.

الجدول رقم (4): الفرق بين محتوى نتفليكس والمحتوى التلفزيوني القديم

عرض البيانات:

نعم، هنالك فرق واضح: 42 طالباً = 84%

لا أدري: 8 طلاب = 16%

المجموع: 50 طالباً = 100%

تحليل كمي:

الغالبية الساحقة من العينة، أي 84%، أكدوا وجود فرق واضح بين محتوى نتفليكس والمحتوى التلفزيوني القديم. بينما 16% فقط لم يتمكنوا من تحديد هذا الفرق أو لم تكن لديهم القدرة على تقييمه بدقة.

تحليل نوعي:

تشير هذه النتيجة إلى أن الطلبة يمتلكون وعيًا إدراكيًا يمكنهم من التمييز بين أنماط إنتاج وتوزيع المحتوى المختلفة. وقد يرتبط هذا الإدراك بعدة عوامل:

خبرة سابقة مع الإعلام التقليدي ومقارنته مع التجربة الجديدة عبر نتفليكس.

اطلاعهم على خصائص المنصات الرقمية مثل حرية الاختيار، غياب الإعلانات، إمكانية التوقف والاستئناف، وتعدد الخيارات.

التفاعل الذكي الذي توفره المنصة مقارنة بال بث التلفزيوني الخطي.

أما الفئة التي أجابت بـ "لا أدري"، فقد تكون من فئات تتابع المحتوى دون تحليل أو تقييم، أو ربما لم تختبر الفرق بشكل واع نظرًا لقلة تعرضها للتلفزيون التقليدي.

ربط نظري وسياقي:

تُعد هذه النتيجة تجسيدًا عمليًا لنظرية "التحول الإعلامي" التي تؤكد أن الجمهور المعاصر أصبح أكثر وعيًا بمزايا الإعلام الجديد مقابل الإعلام التقليدي. فنتفليكس تمثل نموذجًا لما بعد البث الجماعي، حيث يتفاعل المستخدم مع المحتوى كفرد مستقل، ويحدد خياراته حسب الحاجة والاهتمام.

الخلاصة التحليلية:

يمثل هذا الجدول إثباتًا على أن منصات المشاهدة حسب الطلب قد أعادت تعريف العلاقة بين الجمهور والمحتوى. فالتجربة التي تقدمها نتفليكس لا تنحصر في نوعية البرامج فقط، بل تشمل أسلوب العرض، حرية الوصول، وتخصيص التوصيات. وهذا يعكس انتقالًا حقيقيًا من نموذج التلقي الجماهيري التقليدي إلى نموذج التفاعل الفردي الذكي، وهو ما يدركه بوضوح معظم الطلبة المبحوثين.

الجدول رقم (5): أهم مميزات إنتاج نتفليكس

عرض البيانات:

جودة التصوير والإنتاج: 16 = 32%

الاعتماد على الذكاء الاصطناعي والبيانات: 13 = 26%

تنوع المواضيع: 11 = 22%

ميزانيات ضخمة: 10 = 20%

المجموع: 50 = 100%

تحليل كمي:

أكثر من ثلث الطلبة تقريباً (32%) يرون أن جودة التصوير والإنتاج هي الميزة الأبرز في نتفليكس، تليها ميزة استخدام الذكاء الاصطناعي (26%)، ثم تنوع المواضيع (22%)، وأخيراً الميزانيات الضخمة (20%).

تحليل نوعي:

هذه النتائج تؤكد أن الطالب الجامعي لم يعد يكتفي بمحتوى عابر، بل صار يميز العناصر التقنية والجمالية في الإنتاج. المبحوثون يدركون أن التميز البصري والإخراجي يجعل من تجربة المشاهدة أكثر تأثيراً. كما أن الذكاء الاصطناعي أصبح واضحاً في أسلوب اقتراح المحتوى، مما يعزز من تفاعل المستخدم مع المنصة.

ربط نظري وسياقي:

يظهر ذلك تطور "وعي التلقي" لدى الجيل الرقمي، مما يتوافق مع مفهوم "المتلقي النشط" الذي لا يستهلك فقط بل يحلل ويقارن. كما يُشير هذا إلى تحول المنصة من مجرد أداة بث إلى "نظام ذكي" يتفاعل مع بيانات المستخدم.

الخلاصة التحليلية:

نتفليكس تمثل منظومة متكاملة تجمع بين الإبداع البصري والذكاء الصناعي، ما يجعلها أكثر من مجرد منصة للعرض، بل بيئة رقمية قادرة على تشكيل سلوكيات المشاهدة. إدراك الطلبة لهذه المميزات يعكس نضجاً في تقييم الصناعة السمعية البصرية.

الجدول رقم (6): تغيير نموذج التوزيع الطبيعي

عرض البيانات:

نعم بشكل كبير: 33 = 66%

إلى حد ما: 17 = 34%

المجموع: 50 = 100%

تحليل كمي:

أغلبية واضحة (66%) ترى أن الطريقة التي تصل بها إلى المحتوى تغيرت بشكل كبير، بينما ترى نسبة معتبرة (34%) أن هذا التغير كان جزئياً.

تحليل نوعي:

تدل هذه النتيجة على أن الطلبة يدركون التحول الجذري من النموذج التقليدي في التوزيع إلى نموذج البث حسب الطلب. هذا التحول لا يتعلق فقط بطريقة المشاهدة، بل بكيفية صناعة القرار الإعلامي، إذ صار المتلقي هو المتحكم.

ربط نظري وسياقي:

هذه النتيجة تنسجم مع نظرية "النموذج الفردي للاستهلاك الإعلامي"، التي تؤكد أن الثورة الرقمية منحت الجمهور استقلالية تامة في اختيار توقيت ونوعية المحتوى، مما أدى إلى تفكك الجمهور الجماعي التقليدي.

الخلاصة التحليلية:

نتفليكس، وغيرها من المنصات الرقمية، غيرت جذرياً نموذج الوصول إلى المحتوى، حيث باتت تقدم خدمة قائمة على التخصيص والفردانية، ما يواكب متطلبات الجمهور الرقمي الجديد ويؤسس لعلاقة أكثر تفاعلية وتحرراً من القيود الزمنية.

الجدول رقم (7): عوامل نجاح منصة نتفليكس

عرض البيانات:

دعم الترجمة والدبلجة: 15 = 30%

التسويق الذكي: $14 = 28\%$

توفر المحتوى في أي وقت: $11 = 22\%$

عرض الحلقات دفعة واحدة: $10 = 20\%$

المجموع: $50 = 100\%$

تحليل كمي:

الاختلافات بين النسب طفيفة، لكن الترجمة والدبلجة نالت الحصة الأكبر (30%)، تليها التسويق الذكي (28%). وهذا التوزيع يدل على أن الطلبة يرون النجاح نتيجة تراكم عدة عناصر لا عنصر واحد.

تحليل نوعي:

تُظهر النتائج أن الطلبة يدركون أهمية تكييف المنصة مع اللغات والثقافات المحلية (ترجمة ودبلجة)، ويرون في التسويق الذكي أحد الأسلحة القوية لتفليكس، خصوصاً عبر وسائل التواصل والمنصات التفاعلية.

ربط نظري وسياقي:

المنصة تتبع ما يسمى بـ "استراتيجية العولمة الذكية" (Glocalization)، حيث تنتج محتوى عالمياً وتقدمه بتكييف محلي، ما يعزز من جماهيريتها عالمياً ومحلياً. التسويق الذكي أيضاً يعكس انتقال الشركات الإعلامية إلى نموذج التفاعل المباشر مع الجمهور بدل الاعتماد فقط على الإعلانات التقليدية.

الخلاصة التحليلية:

نتفليكس نجحت في بناء نموذج تسويقي وتقني متكامل يخاطب الأفراد بلغتهم وثقافتهم وسلوكهم الرقمي، وهو ما يُعد عاملاً حاسماً في تحقيقها هذا الانتشار العالمي، خاصة في أوساط الشباب الجامعي.

الجدول رقم (8): عدد ساعات متابعة المنصات الرقمية يومياً

عرض البيانات:

ساعة واحدة: $13 = 26\%$

من 3 إلى 4 ساعات: 23 = 46%

أكثر من 5 ساعات: 14 = 28%

المجموع: 50 = 100%

تحليل كمي:

تظهر النتائج أن أكبر نسبة من الطلبة (46%) تقضي بين 3 إلى 4 ساعات يوميًا على المنصات الرقمية، و28% يقضون أكثر من 5 ساعات، بينما 26% فقط يكتفون بساعة واحدة يوميًا.

تحليل نوعي:

تشير هذه النتائج إلى أن الطلبة الجامعيين منخرطون بشكل كبير في استخدام المنصات الرقمية، ليس فقط كمصدر ترفيه بل كجزء من روتينهم اليومي. نسبة من يقضون أكثر من 3 ساعات تصل إلى 74%، وهي نسبة مرتفعة تؤثر على التحول في أنماط الحياة والوقت المخصص للتلفاز، القراءة، أو الأنشطة الاجتماعية.

ربط نظري وسياقي:

وفقًا لنظرية "الاعتماد على الوسيلة"، كلما زاد اعتماد الأفراد على الوسيلة في قضاء حاجاتهم المعرفية والترفيهية، زادت سلطة هذه الوسيلة على تشكيل سلوكهم وتفكيرهم. هذا ينطبق هنا على المنصات الرقمية مثل نتفليكس، التي باتت تسيطر على جزء كبير من وقت الشباب.

الخلاصة التحليلية:

المنصات الرقمية، وعلى رأسها نتفليكس، لم تعد نشاطًا ترفيهيًا ثانويًا، بل تحولت إلى مركز يومي ثابت في حياة الطلبة. هذا التحول يتطلب دراسة معمقة لتأثيره على باقي جوانب الحياة اليومية مثل الدراسة، العلاقات الاجتماعية، وحتى الصحة النفسية.

الجدول رقم (9): كيفية التعبير عن الرأي في المحتوى

عرض البيانات:

أقيّمه بزر الإعجاب/عدم الإعجاب: 20 = 40%

أناقشه مع الأصدقاء: 18 = 36%

أشارك رأيي على منصات التواصل: 3 = 6%

لا أعبر عن رأيي إطلاقاً: 9 = 18%

المجموع: 50 = 100%

تحليل كمي:

نجد أن 40% من الطلبة يفضلون التعبير داخل المنصة (زر الإعجاب)، و36% يناقشون المحتوى مع الأصدقاء، فيما تبقى نسبة صغيرة جداً (6%) تشارك آرائها علناً على مواقع التواصل.

تحليل نوعي:

هذا التوزيع يكشف عن أن غالبية الطلبة يفضلون أساليب تعبير سريعة، شخصية، وآمنة. قلة استخدام منصات التواصل للتعبير قد تعكس خشية من الانتقاد أو الرقابة، أو شعور بعدم جدوى مشاركة الرأي في فضاء مفتوح.

ربط نظري وسياقي:

يتطابق هذا مع مفاهيم "الجمهور الصامت" أو "الانغماس السلبي"، حيث يتفاعل الجمهور مع الوسيلة لكنه لا يعبر علناً. كما أن البيئة الثقافية والاجتماعية قد لا تشجع على التعبير النقدي المفتوح، خاصة فيما يخص محتوى أجنبي أو مثير للجدل.

الخلاصة التحليلية:

يفضل الطلبة طرقاً شخصية ومباشرة للتعبير عن رأيهم، وهو ما يشير إلى تحول في العلاقة بين الجمهور والمنصة، من متلقي سلبي إلى متفاعل محدود. وقد يُفسر ذلك أيضاً على أنه مؤشر على التكيف مع بيئة رقمية جديدة تتطلب حذراً في التعبير العام.

الجدول رقم (10): متابعة صفحات التواصل الخاصة بمحتوى نتفليكس

عرض البيانات:

نعم: 10 = 20%

لا: 40 = 80%

المجموع: 50 = 100%

تحليل كمي:

تشير النتائج إلى أن 80% من الطلبة لا يتابعون صفحات أو مجموعات مخصصة لمحتوى نتفليكس على وسائل التواصل الاجتماعي، وهي نسبة مرتفعة جدًا.

تحليل نوعي:

يمكن تفسير ذلك بأن أغلب الطلبة يفضلون "الاستهلاك الصامت" للمحتوى دون الاندماج في مجتمعات مناقشته. البعض قد لا يرى فائدة في تلك الصفحات، أو يعتبرها غير موثوقة أو مملة. وهناك فئة ترى أن المشاهدة تجربة فردية لا تتطلب تفاعلًا جماعيًا.

ربط نظري وسياقي:

هذا السلوك ينسجم مع ما يعرف بـ "المستهلك المنعزل رقميًا"، وهو نموذج يستهلك المحتوى دون الانخراط في مناقشاته أو مجتمعه، رغم توافر الفرص لذلك. قد يكون لذلك علاقة بطبيعة الشخصية، أو بالخوف من التعرض للانتقاد أو العزل الثقافي.

الخلاصة التحليلية:

رغم الطابع التفاعلي للمنصات الرقمية، فإن الطلبة يفضلون البقاء كمشاهدين فقط دون أن يدخلوا في نقاشات حول المحتوى، ما يدل على نوع من "الخصوصية الرقمية" أو ربما عدم الاهتمام بتحويل المشاهدة إلى ممارسة اجتماعية تشاركية.

الجدول رقم (11): تأثير محتوى نتفليكس على الذوق والاختيارات الترفيهية

عرض البيانات:

نعم: 17 = 34%

لا: 33 = 66%

المجموع: 50 = 100%

تحليل كمي:

أغلبية الطلبة (66%) صرّحوا بأن محتوى نتفليكس لم يؤثر على أذواقهم أو اختياراتهم الترفيهية، بينما 34% منهم أكدوا وجود تأثير.

تحليل نوعي:

تشير هذه النتائج إلى وجود نزعة واضحة للحفاظ على الذوق الشخصي، حتى في ظل الانفتاح على منصات رقمية تقدم محتوى متنوعاً وعالمياً. الغالبية ترى أن ذوقها مستقل ولا يتغير بسهولة. أما الفئة المتأثرة، فهي على الأرجح فئة منفتحة أكثر، تتفاعل مع التجديد، وتسمح للمنصة بتوجيه ذوقها.

ربط نظري وسياقي:

يتقاطع ذلك مع فكرة "الثقافة المقاومة"، حيث يحاول بعض الأفراد الحفاظ على ذوقهم المحلي في مواجهة التأثيرات الخارجية. في المقابل، تشير نسبة 34% المتأثرة إلى أن نتفليكس تملك القدرة على تشكيل أذواق المشاهدين من خلال الذكاء الصناعي وخوارزميات الاقتراحات.

الخلاصة التحليلية:

النتائج توضح أن التأثير الذوقي ليس حتمياً أو شاملاً، بل يتفاوت حسب الشخصية والثقافة الذاتية. نتفليكس قد تكون مغيرة للذوق لدى البعض، ولكنها لا تفرض هذا التغيير على الجميع بنفس الطريقة، مما يعكس ثنائية الثبات والانفتاح في الذوق الترفيهي الجامعي.

الجدول رقم (12): الجهاز المستخدم لمتابعة نتفليكس

عرض البيانات:

هاتف ذكي: $24 = 48\%$

حاسوب: $15 = 30\%$

تلفاز ذكي: $7 = 14\%$

جهاز لوحي: $4 = 8\%$

المجموع: $50 = 100\%$

تحليل كمي:

يتضح أن الهاتف الذكي هو الوسيلة الأكثر استخدامًا لمشاهدة تفلينكس بنسبة 48% ، متبوعًا بالحاسوب بنسبة 30% ، في حين لا يستخدم التلفاز الذكي سوى 14% ، والأجهزة اللوحية أقل بنسبة 8%

تحليل نوعي:

يعكس هذا الاختيار تحولًا واضحًا في تفضيلات المشاهدة نحو الأجهزة المحمولة والسريعة. الهاتف الذكي يوفر مشاهدة متنقلة، شخصية، وفورية. بينما اختيار الحاسوب يشير إلى البحث عن جودة أعلى واستقرار بصري، خصوصًا للمحتويات الطويلة أو التعليمية.

ربط نظري وسياقي:

يُظهر هذا التحول سيطرة ما يُعرف بـ"الثقافة المحمولة"، حيث صار الهاتف الذكي مركزًا للترفيه والمعلومة والتواصل في آن واحد. كما أن الطلبة غالبًا ما يفتقرون لتلفاز شخصي في سكنهم الجامعي، ما يفسر انخفاض الاعتماد على التلفاز الذكي.

الخلاصة التحليلية:

الوسيط المستخدم لم يعد مجرد أداة بل عنصرًا أساسيًا يحدد نمط المشاهدة. الطلبة يفضلون الأجهزة التي تمنحهم مرونة، خصوصية، وتحكمًا أكبر، وهو ما يجعل الهاتف الذكي في قلب التجربة الرقمية المعاصرة.

الجدول رقم (13): هل غيّرت تجربة نتفليكس الذوق في المحتوى؟

عرض البيانات:

نعم تغير: 28 = 56%

لا بقي كما هو: 17 = 34%

لا أدري: 5 = 10%

المجموع: 50 = 100%

تحليل كمي:

أغلبية العينة (56%) صرحت بتغير أذواقها بعد تجربة نتفليكس، في حين حافظ 34% على أذواقهم، و10% غير متأكدين من التغيير.

تحليل نوعي:

تدل هذه النتيجة على قوة المنصة في التأثير التدريجي على تفضيلات المشاهد، من خلال التنوع في المضامين، وتخصيص التجربة وفق ذوق المستخدم عبر الخوارزميات الذكية. أما الذين حافظوا على ذوقهم، فيمكن اعتبارهم أقل قابلية للتأثر الخارجي، أو أكثر ارتباطاً بهويتهم الثقافية.

ربط نظري وسياقي:

النتيجة تعكس مبدأ "تطبيع الذوق" الذي تمارسه المنصات الرقمية، حيث يتطور الذوق عبر التكرار والتعرض المستمر لنمط معين من المحتوى. نتفليكس لا تفرض المحتوى، لكنها تقترحه بناءً على السلوك السابق، ما يخلق تأثيراً غير مباشر ومتصاعد على الذوق.

الخلاصة التحليلية:

تجربة نتفليكس لا تمر دون تأثير، فهي تعيد تشكيل الذوق الترفيهي والثقافي للمشاهد بطريقة ناعمة وذكية. الطلبة يتأثرون بدرجات متفاوتة، لكن المعطيات تشير إلى أن التأثير حاصل، ولو بشكل غير محسوس.

الجدول رقم (14): نوع المحتوى المفضل بعد استخدام نتفليكس

عرض البيانات:

مسلسلات أجنبية: 17 = 34%

محتوى ثقافي: 16 = 32%

محتوى عربي: 10 = 20%

أعمال درامية معاصرة: 7 = 14%

المجموع: 50 = 100%

تحليل كمي:

يتضح أن الطلبة يفضلون المسلسلات الأجنبية بنسبة 34%، تليها المحتويات الثقافية بـ 32%، ثم المحتوى العربي بنسبة 20%، وأخيراً الدراما المعاصرة بـ 14%.

تحليل نوعي:

تعكس هذه النتيجة انفتاح الطلبة على الإنتاج الأجنبي خصوصاً في المسلسلات ذات الجودة العالية. كما أن ارتفاع نسبة الاهتمام بالمحتوى الثقافي يدل على وجود طلب معرفي وفكري لدى بعض الفئات الجامعية، فيما تشير نسبة المحتوى العربي المنخفضة إلى ضعف في جذبه أو ملاءمته لتطلعات هذا الجيل.

ربط نظري وسياقي:

هذا التحول يعكس "عولمة الذوق"، حيث أصبح المتلقي منفتحاً على خيارات عالمية، تتجاوز الإطار المحلي. وهو ما يعكس أيضاً فجوة بين الإنتاج العربي وبين تطلعات الجمهور الجامعي من حيث النوعية والابتكار.

الخلاصة التحليلية:

ذوق الطالب الجامعي لم يعد محصورًا بالمحتوى المحلي أو التقليدي، بل أصبح متنوعًا، منفتحًا، وأحيانًا نخبويًا، وهو ما يفرض تحديات كبيرة على صناع المحتوى العربي الذين يسعون إلى الحفاظ على جمهورهم في ظل المنافسة الرقمية العالمية.

الجدول رقم (15): تأثير الثقافات الأجنبية على اهتمامات الطالب أو تفكيره

عرض البيانات:

لم تؤثر كثيرًا: 18 = 36%

زادت من فضولي: 15 = 30%

أعادت تشكيل بعض القيم: 12 = 24%

لا أشاهدها: 5 = 10%

المجموع: 50 = 100%

تحليل كمي:

النسبة الأكبر (36%) ترى أن الثقافات الأجنبية لم تؤثر بشكل كبير على اهتماماتهم، لكن 30% قالوا إنها زادت من فضولهم، و24% أشاروا إلى أنها جعلتهم يعيدون التفكير في بعض القيم.

تحليل نوعي:

تكشف هذه النتائج عن أن الثقافة الأجنبية تلعب دورًا تنمويًا لدى بعض الطلبة عبر تحفيز الفضول والانفتاح، لكنها في ذات الوقت قد تزعزع بعض القيم الراسخة، مما يخلق صراعًا داخليًا بين الانبهار الثقافي والهوية المحلية.

ربط نظري وسياقي:

هذا التأثير يتوافق مع مفهوم "التنشئة الإعلامية" الذي يرى أن التعرض المتكرر لمحتوى أجنبي قد يؤثر على المواقف والسلوكيات. لكن التأثير ليس موحّدًا، بل متباين حسب الخلفية الثقافية للفرد ومدى انفتاحه أو مقاومته.

الخلاصة التحليلية:

الثقافات الأجنبية لا تغزو وعي الطالب بشكل مباشر، لكنها تمارس تأثيرًا تدريجيًا من خلال التكرار والتنوع. النتيجة توضح أن هناك فضولًا للتعرف على الآخر، لكن أيضًا مقاومة للحفاظ على الذات الثقافية، مما يجعل المشاهد الجامعي في حالة توازن بين الاستكشاف والحذر.

الجدول رقم (16): تقييم جودة المحتوى العربي مقارنة بالأجنبي على نتفليكس

عرض البيانات:

جيدة جدًا: 18 = 36%

مقبولة: 22 = 44%

ضعيفة: 9 = 18%

لا يمكن المقارنة: 1 = 2%

المجموع: 50 = 100%

تحليل كمي:

النسبة الأكبر من الطلبة (44%) ترى أن جودة المحتوى العربي "مقبولة"، في حين صنفها 36% بأنها "جيدة جدًا"، مقابل 18% يرونها "ضعيفة"، و2% فقط لا يستطيعون المقارنة.

تحليل نوعي

تشير هذه النتائج إلى نوع من "الاعتراف الإيجابي" بجودة المحتوى العربي رغم سيطرة الإنتاج الأجنبي، وهو ما قد يدل على تطور نسبي في الصناعة السمعية البصرية العربية. في الوقت ذاته، فإن نسبة 18% التي وصفت المحتوى بالضعيف تُبرز وجود فجوة لا تزال قائمة بين طموحات الجمهور ونوعية الإنتاج العربي.

ربط نظري وسياقي:

يمكن ربط هذه النتائج بمفهوم "الجودة المدركة"، إذ أن الطلبة لا يقيمون المحتوى فقط بناءً على المعايير التقنية بل من خلال مدى ارتباطه بالواقع، والقدرة على تمثيل الهوية الثقافية بشكل عصري. كما أن الخلفية الثقافية قد تلعب دورًا في التحيز الإيجابي أو السلبي للمحتوى المحلي.

الخلاصة التحليلية:

رغم المنافسة العالمية، لا يزال للمحتوى العربي مكان عند الجمهور الجامعي، بشرط تطوير أدوات السرد، وتحديث الشكل الإنتاجي ليتماشى مع معايير العصر. الطلبة لا يرفضون المحتوى العربي، لكنهم يطالبون بجودة أعلى، وقصص أكثر واقعية وجاذبية.

الجدول رقم (17): قدرة صناع المحتوى في الجزائر على التكيف مع المنصات الرقمية

عرض البيانات:

نعم بسهولة: 19 = 38%

نعم لكن بصعوبة: 25 = 50%

لا: 6 = 12%

المجموع: 50 = 100%

تحليل كمي:

نصف العينة (50%) ترى أن التكيف ممكن لكن بصعوبة، مقابل 38% يرونه ممكنًا بسهولة، و12% فقط يرونه غير ممكن على الإطلاق.

تحليل نوعي:

الطلبة يعون إمكانيات المبدع الجزائري، لكنهم يدركون حجم التحديات التي تواجهه في الوصول إلى المنصات العالمية. الصعوبة قد تكون مرتبطة بعدة عوامل: نقص التكوين، ضعف البنية التحتية، أو غياب الدعم المؤسسي. في المقابل، هناك نسبة معتبرة ترى أن الشباب الجزائري قادر على التكيف بسلاسة مع المتطلبات الرقمية.

ربط نظري وسياقي:

هذه النتائج تعكس صورة مركبة للواقع السمعي البصري المحلي، حيث يمتلك الأفراد طاقات كبيرة لكن تُواجهها عوائق بنيوية. يتماشى ذلك مع نظريات "الفجوة الرقمية" التي تبرز أن الوصول إلى التكنولوجيا لا يعني القدرة على استخدامها بشكل تنافسي عالمي.

الخلاصة التحليلية:

صانع المحتوى الجزائري قادر على التكيف، لكن ذلك مشروط بوجود دعم شامل وتكوين موجه. الطلبة يدركون هذا الشرط ويعبرون عنه بوعي نقدي يعكس فهمًا عميقًا لمتطلبات الاقتصاد الرقمي وصناعة المحتوى.

الجدول رقم (18): أبرز العراقيل التي تواجه المحتوى الجزائري للوصول إلى نتفليكس

عرض البيانات:

غياب الدعم المؤسسي: 18 = 36%

نقص التكوين التقني: 15 = 30%

ضعف التمويل: 10 = 20%

عدم فهم توجهات الجمهور العالمي: 7 = 14%

المجموع: 50 = 100%

تحليل كمي:

يرى 36% من الطلبة أن غياب الدعم المؤسسي هو العائق الأكبر، يليه نقص التكوين بـ 30%، ثم ضعف التمويل (20%)، وأخيرًا عدم فهم الجمهور العالمي (14%).

تحليل نوعي:

تشير هذه النتائج إلى أن العراقيل ليست فنية فقط بل مؤسسية بالأساس، وهو ما يبرز غياب الرؤية الاستراتيجية لتطوير المحتوى الثقافي في الجزائر. أما التكوين فهو عائق معرفي ومهاري لا يقل أهمية، خاصة في ظل تعقد أدوات

الإنتاج الحديثة. ضعف التمويل يشكل حاجزًا ماديًا مباشرًا، في حين أن عدم فهم الجمهور العالمي يعكس غياب بعد استراتيجي في التفكير الإنتاجي.

ربط نظري وسياقي:

هذه العوامل متداخلة وتشكل ما يسمى بـ"بيئة الإنتاج غير المهيكلية"، وهي بيئة غير مشجعة على الابتكار أو المنافسة في السوق الدولية. وهو ما يجعل الجزائر حاضرة بشكل محدود في السوق الرقمية العالمية رغم وفرة الطاقات الإبداعية.

الخلاصة التحليلية:

لكي تصل الجزائر إلى منصات مثل نتفليكس، لا يكفي وجود محتوى جيد بل يجب أن تتوفر بيئة داعمة تشمل التكوين، التمويل، التخطيط، والفهم العميق للسوق العالمية. المبحوثون يدركون أن العقبات بنيوية أكثر منها فردية، وهو ما يدعو إلى إصلاحات جذرية.

الجدول رقم (19): فرص الجزائر في تصدير محتواها عبر المنصات الرقمية

عرض البيانات:

قوية: 9 = 18%

متوسطة: 30 = 60%

ضعيفة: 9 = 18%

منعدمة: 2 = 4%

المجموع: 50 = 100%

تحليل كمي:

الغالبية (60%) ترى أن الفرص "متوسطة"، بينما 18% فقط يرونها قوية، و18% أخرى يعتقدون أنها ضعيفة، و4% يعتبرونها منعدمة تمامًا.

تحليل نوعي:

تشير هذه النتائج إلى تفاؤل حذر لدى الطلبة. هناك إيمان بإمكانية التصدير، لكنه مشروط بتجاوز العراقيل السابقة. البعض يراهن على التجارب الفردية الناجحة كمصدر أمل، في حين يرى آخرون أن الفجوة كبيرة جدًا بين المحتوى المحلي والمتطلبات العالمية.

ربط نظري وسياقي:

تتماشى هذه النتائج مع مفهوم "الطموح الرقمي المحدود"، وهو مصطلح يعبر عن إدراك الفجوة بين الرغبة والإمكانات. كما أن التجارب الناجحة لبعض صناع المحتوى الجزائريين على يوتيوب أو تيك توك قد تكون ألهمت نظرة إيجابية لدى بعض المبحوثين.

الخلاصة التحليلية:

فرص تصدير المحتوى الجزائري موجودة لكنها تحتاج إلى عمل طويل المدى، يبدأ من تطوير المنتج المحلي ويمر عبر قنوات دعم وترويج، وينتهي بفهم عميق لجمهور المنصات العالمية. الطلبة يبدون واقعية في التقييم، ما يعكس نضجًا في فهم التحديات.

الجدول رقم (20): أبرز التغيرات في المجتمع الجزائري بسبب صناع المحتوى المحليين

عرض البيانات:

تغير في القيم والعادات الاجتماعية: $23 = 46\%$

تزايد ثقافة الاستعراض والتقليد: $15 = 30\%$

ازدياد الاهتمام بالثقافة الرقمية: $8 = 16\%$

لا يوجد تغير: $4 = 8\%$

المجموع: $50 = 100\%$

تحليل كمي:

46% من الطلبة لاحظوا تغيراً في القيم والعادات، و30% لاحظوا ازدياد ثقافة الاستعراض، بينما 16% فقط ربطوا التأثير بالثقافة الرقمية، و8% لم يلاحظوا أي تغير.

تحليل نوعي:

هذه النتائج تؤكد التأثير الكبير لصناع المحتوى المحليين في تشكيل وعي وسلوك الجمهور، خاصة فئة الشباب. "الاستعراض" كقيمة جديدة مرتبطة بثقافة الصورة و"التمثيل الذاتي"، بينما التغير في العادات يعكس قوة النموذج الثقافي البديل الذي يقدمه المؤثرون.

ربط نظري وسياقي:

يتوافق هذا مع نظرية "المؤثرين كفاعلين ثقافيين"، حيث لم يعد صانع المحتوى مجرد ناقل، بل صار أداة لإعادة صياغة السلوك والقيم الاجتماعية. هذا يفرض تحدياً على المؤسسات التربوية والإعلامية لمواكبة هذا التحول.

الخلاصة التحليلية:

صناع المحتوى المحليون في الجزائر باتوا فاعلين مؤثرين في المجال الرمزي والثقافي، وأثرهم لا يقتصر على الترفيه بل يمتد إلى نمط الحياة نفسه. الطلبة يلاحظون هذا التحول، ما يعكس حساً نقدياً متزايداً تجاه التغيرات الثقافية والاجتماعية في بيئتهم.

نتائج الدراسة الميدانية:

المحور الأول: استخدام المنصات الرقمية

أظهرت نتائج الاستبيان أن الغالبية العظمى من المبحوثين (98%) يتابعون المنصات الرقمية مثل نتفليكس، وهو ما يعكس انتشاراً واسعاً لهذه الوسائط الجديدة في أوساط الطلبة الجامعيين. وتشير هذه النتيجة إلى أن المنصات الرقمية أصبحت تمثل جزءاً أساسياً من الحياة اليومية للطلبة، سواء لأغراض الترفيه أو المتابعة الثقافية.

من حيث مدة الاستهلاك، كشفت البيانات أن 64% من المشاركين يقضون أكثر من 6 ساعات أسبوعياً على هذه المنصات، ما يدل على اندماج فعلي وعميق في هذا النوع من الإعلام الجديد. وتُعد هذه النسبة مؤشراً واضحاً

على التحول في أنماط الاستهلاك الإعلامي من الوسائط التقليدية نحو الرقمية، خاصة مع توافر المحتوى عند الطلب وسهولة الوصول إليه في أي وقت.

أما من حيث نوعية المحتوى المفضل، فقد تصدرت المسلسلات قائمة التفضيلات بنسبة 54%، تليها الأفلام بنسبة 28%، ثم الوثائقيات والمحتويات الأخرى بنسب أقل. هذه النتائج تدل على ميل الطلبة نحو المحتوى القصصي المتسلسل، الذي يمنحهم تجربة متابعة ممتدة وزاخرة بالأحداث.

أما بالنسبة للغة المحتوى، فقد احتلت اللغة الإنجليزية المرتبة الأولى بنسبة 60%، متبوعة بالعربية بنسبة 22%، ثم الفرنسية بـ 12%. ويظهر هذا التوزيع انفتاحاً ثقافياً على الإنتاجات الغربية، ما يعكس قوة الحضور الإعلامي العالمي، خاصة الأمريكي، في تشكيل أذواق الجمهور الشاب.

المحور الثاني: تأثير المنصات على العادات الإعلامية

كشف هذا المحور عن تحولات واضحة في أنماط استهلاك الإعلام. فقد صرّح 84% من الطلبة بأن اعتمادهم على التلفزيون التقليدي قد تراجع منذ شروعه في استخدام المنصات الرقمية، وهو ما يعكس التحول الكبير نحو المحتوى المخصص حسب الطلب، والذي يُعد من أبرز مميزات المنصات الحديثة.

أما فيما يخص الأخبار، فقد أشار 48% من المشاركين إلى أنهم يتابعون المستجدات عبر هذه المنصات، بينما فضّل 52% عدم الاعتماد عليها في هذا الجانب، ما يدل على وجود نوع من التخصص في طريقة استهلاك المحتوى، حيث تحتفظ المنصات الرقمية بدورها الترفيهي بالدرجة الأولى لدى أغلب المستجوبين.

وفيما يتعلق بتأثير المنصات على اختيارات المحتوى، فإن 76% من المبحوثين أكدوا أن هذه الوسائط تؤثر على خياراتهم، مما يعكس الدور الكبير لخوارزميات التوصية والتصنيفات المقترحة في توجيه ذوق المشاهد وتحديد أنماط الاستهلاك.

المحور الثالث: تأثير المنصات على الإنتاج السمعي البصري

في هذا المحور، أجمعت غالبية العينة (82%) على أن المحتوى المعروض عبر المنصات الرقمية يتميز بجودة أعلى من تلك التي تُعرض على التلفزيون التقليدي. وتتمثل أوجه التميز في الجوانب التقنية والفنية، مثل جودة الصورة والإضاءة والإخراج والكتابة الدرامية، ما يجعل هذه المنصات مصدراً مفضلاً للمتابعة.

كما أشار 70% من المستجوبين إلى أن هذه المنصات تساهم في تشجيع الإبداع في الإنتاج السمعي البصري، خاصة من خلال توفير فرص جديدة للمخرجين والممثلين والمنتجين المستقلين، بعيداً عن قيود الرقابة والبت الزمني التقليدي. وبالتالي، يمكن القول إن هذه المنصات فتحت المجال أمام موجة جديدة من الإنتاجات المبتكرة وغير النمطية.

ورغم ذلك، لا تزال نسبة متابعة الإنتاجات العربية أو الجزائرية على هذه المنصات متوسطة (58%)، ما يعكس حاجة هذه الأعمال إلى مزيد من الترويج والتطوير لتكون منافسة فعلياً ضمن هذا الفضاء الإعلامي العالمي.

المحور الرابع: التفضيلات والتأثير الثقافي

أوضحت النتائج أن الإنتاج الأمريكي هو الأكثر حضوراً على هذه المنصات من وجهة نظر الطلبة، بنسبة 66%، يليه الإنتاج الكوري بنسبة 12%، ثم العربي بنسبة 10%. هذا التوزيع يعكس غلبة الثقافة الغربية على المحتوى الرقمي الذي يتعرض له المشاهد العربي، ويكشف عن واقع هيمنة النموذج الثقافي الأمريكي في الإنتاج السمعي البصري المعلوم.

ومن حيث التأثير، فقد عبّر 68% من الطلبة عن شعورهم بأن هذه المنصات تؤثر على ذوقهم الفني وتوجه اختياراتهم الجمالية والفكرية، وهو ما يمثل أحد الأبعاد الثقافية العميقة لاستهلاك المحتوى الرقمي.

وفي المقابل، يرى 74% من المستجوبين أن محتوى هذه المنصات لا يعكس ثقافتهم المحلية، وهو ما يشير إلى وجود فجوة بين ما يُعرض وما يعبر فعلياً عن الهوية الثقافية للمتلقين، وي طرح تحدياً أمام صناع المحتوى العربي في سد هذه الهوة عبر إنتاج محتوى يزاوج بين الجودة والخصوصية الثقافية.

النتيجة الأولى: الطالب الجامعي ينتقل من التلقي الجماهيري إلى التلقي الفردي التفاعلي عبر المنصات الرقمية

أبرزت نتائج الدراسة تحولاً بنوياً في علاقة الطالب الجامعي الجزائري بالمحتوى السمعي البصري، من نموذج تقليدي قائم على التلقي الجماهيري المشترك إلى نموذج رقمي حديث يعتمد على المشاهدة الفردية حسب الطلب. هذا التحول لم يكن شكلياً، بل شكّل إعادة هيكلة لمنطق الاستهلاك الإعلامي لدى فئة الشباب الجامعي. فنتفليكس مثلت تجربة نوعية فتحت أمام الطالب باب التفاعل، والتحكم الكامل في المحتوى من حيث الزمن، النوع، اللغة، وطبيعة المواضيع.

في السابق، كان الطالب يشاهد المحتوى المفروض عليه من طرف قنوات التلفزيون العمومي أو التجاري، والتي تعتمد على برمجة زمنية لا تراعي حاجاته الخاصة أو حالته النفسية أو حتى ميوله الثقافية. أما اليوم، فقد أصبحت المنصات الرقمية توفر له حرية مطلقة في الاختيار، إذ يمكنه أن يشاهد في أي وقت، ويوقف المشاهدة متى أراد، ويعيد المشهد، ويختار من بين مئات الأعمال، مما يعكس تشكل علاقة جديدة بين المتلقي والمحتوى تقوم على التفاعل والسيطرة بدل الخضوع والتلقي الآلي.

من الناحية النظرية، تتماشى هذه النتيجة مع طروحات "جون فسك" و"إيليو فيرون" حول المتلقي النشط، الذي لا يكتفي بفهم الرسالة بل يعيد إنتاج معناها داخل تجربته الذاتية. ووفقاً لنظرية "الاستخدامات والإشباع"، فإن الطالب اليوم لا يشاهد فقط لتزجية الوقت، بل لإشباع حاجات متنوعة: الترفيه، التعلم، فهم الآخر، الهروب من ضغوط الحياة... إلخ. وهنا يتجاوز دور المنصة كونها مصدرًا للمحتوى، لتغدو بيئة متعددة الأبعاد تشبع وظائف نفسية واجتماعية وفكرية في حياة الطالب.

إن هذه النتيجة تعكس ليس فقط تحولاً في السلوك الإعلامي، بل تغييراً في بنية الذوق، التوقيت، الانضباط الشخصي، وحتى العلاقة بالزمن والمعرفة. فالطالب لم يعد مرهوناً بالعرض، بل هو من "يصنع بثه الخاص"، و"يركب جدولته الثقافي وفق إرادته"، وهذا يُعتبر أحد مظاهر الاستقلال الذوقي في عصر الإعلام الرقمي.

من خلال أرقام الدراسة، رأينا أن الطلبة يستهلكون نتفليكس بكثافة، يقضون في الغالب أكثر من 3 ساعات يومياً، ويفضلون المشاهدة عبر الهاتف الذكي، مما يعكس اندماجاً وظيفياً للمنصة داخل الحياة اليومية، وتحولها إلى رفيق دائم لا ترفاً مؤقتاً.

ختاماً، فإن هذه النتيجة تكشف بوضوح أن الطالب الجامعي لم يعد "متلقياً" بالمعنى الكلاسيكي، بل أصبح فاعلاً في بيئة إعلامية مرنة ومفتوحة، ينتقل بين المحتويات بذكاء وانتقائية، ويعيد إنتاج معانيها حسب احتياجاته، ما يفتح آفاقاً بحثية لفهم علاقة الجيل الرقمي بالمحتوى السمعي البصري المعلوم

النتيجة الثانية: الذكاء الاصطناعي وخوارزميات الاقتراح تُعيد تشكيل الذوق الترفيهي للطلبة

تُظهر نتائج الدراسة أن جزءاً مهماً من الطلبة يعتبر "الاعتماد على الذكاء الاصطناعي" إحدى أبرز مميزات منصة نتفليكس. ومن خلال التحليل النوعي، يتضح أن التجربة التي تقدمها المنصة لا تتوقف عند المشاهدة، بل تمتد إلى "إدارة الذوق"، حيث تُعيد المنصة توجيه اهتمامات المشاهد عبر خوارزميات الاقتراح التي تُحلل سلوكياته السابقة

وتقترح عليه محتوى مشابهاً. هذا ما يفتح نقاشاً أكاديمياً حول مفهوم "التشكيل الخفي للذوق" الذي أصبح جزءاً من البنية الرقمية الحديثة.

في هذا السياق، لم يعد الذوق مسألة فردية معزولة تنبع فقط من الميولات الثقافية والاجتماعية، بل أصبح مجالاً مفتوحاً لإعادة الصياغة، تُمارسه المنصات الرقمية بطريقة ناعمة ولكن فعالة. فالطالب حين يتفاعل مع نتفليكس، ليس فقط من يختار، بل هو أيضاً "يُختار له"، بناءً على تحليل مستمر لأنماط نقره، إيقافه، وتفضيلاته السابقة. هذه المعالجة الذكية تمنحه انطباعاً بالحرية بينما تُوجّه اختياراته ضمناً.

وتؤكد نظرية "السلطة الناعمة الرقمية" أن الخوارزميات تمثل شكلاً غير مرئي من التأثير، يُمارس دون رقابة تقليدية، لكنها تملك فعالية عالية في توجيه الأذواق والمواقف. فالخوارزمية لا تفرض، لكنها تكرر وتؤطر، ومع الوقت، تؤثر في إدراك المتلقي لما هو ممتع، مستحب، مثير، أو مهم. وهنا تظهر خطورة "تكرار النمط" الذي يُضعف الحس النقدي لدى بعض المتلقين ويُطبعهم مع نماذج جمالية موحدة.

ومن خلال النتائج الميدانية، نجد أن نسبة هامة من الطلبة صرحوا بتغير ذوقهم بفضل تجربة نتفليكس، وأصبحوا يفضلون المسلسلات الأجنبية والمحتوى الثقافي، وهي اختيارات لا تنفصل عن الخوارزميات التي تدفعهم تدريجياً لهذا النوع من المحتوى. وهذا يعكس تحولاً في الذوق الجماعي للطلبة، من التوجه نحو الإنتاجات المحلية أو الكلاسيكية إلى تفضيل المحتوى عالي الجودة تقنياً والمشحون بالرموز الثقافية العالمية.

الأمر لا يتوقف عند الذوق فحسب، بل يمتد إلى المعايير الجمالية والحبيكات السردية، حيث يتعود الطالب على بنية درامية معينة، إيقاع معين، تصوير سينمائي فائق، مما يُشبع حاجته الفنية ويرفع سقف توقعاته للمحتوى المحلي، وقد يخلق هذا فجوة بين ما يقدمه الإعلام المحلي وما ينتظره المتلقي الجامعي.

في المحصلة، تكشف هذه النتيجة أن الذكاء الاصطناعي لم يعد أداة تقنية فقط، بل أصبح فاعلاً ثقافياً يُشارك في صياغة التفضيلات والاختيارات الذوقية لدى الطلبة. المنصة تُعلّمه كيف يرى، وماذا يُفضل، وتدفعه دون وعي إلى مسار استهلاك محدد، ما يستدعي وعياً إعلامياً متقدماً لمقاومة هذا التوجيه الخفي، أو على الأقل لتحليله.

النتائج العامة لدراسة التحليلية:

النتيجة الأولى: الطالب الجامعي ينتقل من التلقي الجماهيري إلى التلقي الفردي التفاعلي عبر المنصات الرقمية

أبرزت نتائج الدراسة تحولاً بنيوياً في علاقة الطالب الجامعي الجزائري بالمحتوى السمعي البصري، من نموذج تقليدي قائم على التلقي الجماهيري المشترك إلى نموذج رقمي حديث يعتمد على المشاهدة الفردية حسب الطلب. هذا التحول لم يكن شكلياً، بل شكّل إعادة هيكلة لمنطق الاستهلاك الإعلامي لدى فئة الشباب الجامعي. فنتفليكس مثلت تجربة نوعية فتحت أمام الطالب باب التفاعل، والتحكم الكامل في المحتوى من حيث الزمن، النوع، اللغة، وطبيعة المواضيع.

في السابق، كان الطالب يشاهد المحتوى المفروض عليه من طرف قنوات التلفزيون العمومي أو التجاري، والتي تعتمد على برمجة زمنية لا تراعي حاجاته الخاصة أو حالته النفسية أو حتى ميوله الثقافية. أما اليوم، فقد أصبحت المنصات الرقمية توفر له حرية مطلقة في الاختيار، إذ يمكنه أن يشاهد في أي وقت، ويوقف المشاهدة متى أراد، ويبعد المشهد، ويختار من بين مئات الأعمال، مما يعكس تشكل علاقة جديدة بين المتلقي والمحتوى تقوم على التفاعل والسيطرة بدل الخضوع والتلقي الآلي.

من الناحية النظرية، تتماشى هذه النتيجة مع طروحات "جون فسك" و"إيليو فيرون" حول المتلقي النشط، الذي لا يكتفي بفهم الرسالة بل يعيد إنتاج معناها داخل تجربته الذاتية. ووفقاً لنظرية "الاستخدامات والإشباع"، فإن الطالب اليوم لا يشاهد فقط لترجية الوقت، بل لإشباع حاجات متنوعة: الترفيه، التعلم، فهم الآخر، الهروب من ضغوط الحياة... إلخ. وهنا يتجاوز دور المنصة كونها مصدراً للمحتوى، لتغدو بيئة متعددة الأبعاد تشبع وظائف نفسية واجتماعية وفكرية في حياة الطالب.

إن هذه النتيجة تعكس ليس فقط تحولاً في السلوك الإعلامي، بل تغييراً في بنية الذوق، التوقيت، الانضباط الشخصي، وحتى العلاقة بالزمن والمعرفة. فالطالب لم يعد مرهوناً بالعرض، بل هو من "يصنع بثه الخاص"، و"يركب جدولته الثقافي وفق إرادته"، وهذا يُعتبر أحد مظاهر الاستقلال الذوقي في عصر الإعلام الرقمي.

من خلال أرقام الدراسة، رأينا أن الطلبة يستهلكون نتفليكس بكثافة، يقضون في الغالب أكثر من 3 ساعات يومياً، ويفضلون المشاهدة عبر الهاتف الذكي، مما يعكس اندماجاً وظيفياً للمنصة داخل الحياة اليومية، وتحولها إلى رفيق دائم لا ترفاً مؤقتاً.

ختامًا، فإن هذه النتيجة تكشف بوضوح أن الطالب الجامعي لم يعد "متلقيًا" بالمعنى الكلاسيكي، بل أصبح فاعلاً في بيئة إعلامية مرنة ومفتوحة، يتنقل بين المحتويات بذكاء وانتقائية، ويعيد إنتاج معانيها حسب احتياجاته، ما يفتح آفاقًا بحثية لفهم علاقة الجيل الرقمي بالمحتوى السمعي البصري المعولم.

النتيجة الثانية : الذكاء الاصطناعي وخوارزميات الاقتراح تُعيد تشكيل الذوق الترفيهي للطلبة

تُظهر نتائج الدراسة أن جزءًا مهمًا من الطلبة يعتبر "الاعتماد على الذكاء الاصطناعي" إحدى أبرز مميزات منصة نتفليكس. ومن خلال التحليل النوعي، يتضح أن التجربة التي تقدمها المنصة لا تتوقف عند المشاهدة، بل تمتد إلى "إدارة الذوق"، حيث تُعيد المنصة توجيه اهتمامات المشاهد عبر خوارزميات الاقتراح التي تُحلل سلوكياته السابقة وتقتراح عليه محتوى مشابهًا. هذا ما يفتح نقاشًا أكاديميًا حول مفهوم "التشكيل الخفي للذوق" الذي أصبح جزءًا من البنية الرقمية الحديثة.

في هذا السياق، لم يعد الذوق مسألة فردية معزولة تنبع فقط من الميولات الثقافية والاجتماعية، بل أصبح مجالًا مفتوحًا لإعادة الصياغة، تُمارسه المنصات الرقمية بطريقة ناعمة ولكن فعالة. فالطالب حين يتفاعل مع نتفليكس، ليس فقط من يختار، بل هو أيضًا "يُختار له"، بناءً على تحليل مستمر لأنماط نقره، إيقافه، وتفضيلاته السابقة. هذه المعالجة الذكية تمنحه انطباعًا بالحرية بينما تُوجّه اختياراته ضمنيًا.

وتؤكد نظرية "السلطة الناعمة الرقمية" أن الخوارزميات تمثل شكلاً غير مرئي من التأثير، يُمارس دون رقابة تقليدية، لكنها تملك فعالية عالية في توجيه الأذواق والمواقف. فالخوارزمية لا تفرض، لكنها تكرر وتؤطر، ومع الوقت، تؤثر في إدراك المتلقي لما هو ممتع، مستحب، مثير، أو مهم. وهنا تظهر خطورة "تكرار النمط" الذي يُضعف الحس النقدي لدى بعض المتلقين ويُطبعهم مع نماذج جمالية موحدة.

ومن خلال النتائج الميدانية، نجد أن نسبة هامة من الطلبة صرحوا بتغير ذوقهم بفضل تجربة نتفليكس، وأصبحوا يفضلون المسلسلات الأجنبية والمحتوى الثقافي، وهي اختيارات لا تنفصل عن الخوارزميات التي تدفعهم تدريجيًا لهذا النوع من المحتوى. وهذا يعكس تحولًا في الذوق الجماعي للطلبة، من التوجه نحو الإنتاجات المحلية أو الكلاسيكية إلى تفضيل المحتوى عالي الجودة تقنيًا والمشحون بالرموز الثقافية العالمية.

الأمر لا يتوقف عند الذوق فحسب، بل يمتد إلى المعايير الجمالية والحبيكات السردية، حيث يتعود الطالب على بنية درامية معينة، إيقاع معين، تصوير سينمائي فائق، مما يُشبع حاجته الفنية ويرفع سقف توقعاته للمحتوى المحلي، وقد يخلق هذا فجوة بين ما يقدمه الإعلام المحلي وما ينتظره المتلقي الجامعي.

في المحصلة، تكشف هذه النتيجة أن الذكاء الاصطناعي لم يعد أداة تقنية فقط، بل أصبح فاعلاً ثقافياً يُشارك في صياغة التفضيلات والاختيارات الذوقية لدى الطلبة. المنصة تُعلّمه كيف يرى، وماذا يُفضل، وتدفعه دون وعي إلى مسار استهلاك محدد، ما يستدعي وعياً إعلامياً متقدماً لمقاومة هذا التوجيه الخفي، أو على الأقل تحليله.

النتيجة الثالثة : المنصة الرقمية كفاعل ثقافي واجتماعي في حياة الطالب الجامعي

تشير نتائج الدراسة إلى أن الغالبية الساحقة من الطلبة يقضون ما بين ثلاث إلى خمس ساعات يومياً على المنصات الرقمية، وخصوصاً نتفليكس. هذا الاستخدام الكثيف والمتكرر لا يعكس فقط اهتماماً بالمحتوى، بل يشير إلى تحول في بنية الحياة اليومية ذاتها، حيث أصبحت المنصة تحتل حيزاً زمنياً ووظيفياً لم تكن تملكه وسائل الإعلام التقليدية. الأمر لا يتعلق فقط بـ"مشاهدة"، بل بمنصة تؤدي دور "الرفيق"، "الملاذ"، و"الوسيط المعرفي".

هنا، تتحول نتفليكس إلى فاعل ثقافي جديد، يدخل في صلب ممارسة الطالب اليومية، ويتجاوز الترفيه نحو أدوار متعددة: دعم المزاج، ملء الفراغ، مرافقة الدراسة أحياناً، وحتى تخفيف التوتر النفسي. هذا الدور المتعدد يجعل من المنصة مؤسسة اجتماعية غير رسمية تشكل وعي الطالب وترافق تطوره النفسي والثقافي.

وبحسب طروحات "مانويل كاستلز" حول المجتمع الشبكي، فإن الفرد المعاصر لم يعد يعيش في فضاء زمني موحد، بل في شبكات زمنية متقاطعة، تتحكم فيها الأدوات الرقمية. ونتفليكس كمنصة تُمثل هذا الامتداد الرقمي في حياة الطالب، إذ توفر له مساحة آمنة للاختباء من ضغوط الدراسة أو المجتمع، وتعيد له الشعور بالسيطرة من خلال حرية الاختيار.

ومن المهم هنا التذكير بأن الطلبة الجامعيين يمرون بمرحلة عمرية حساسة، حيث تتشكل فيها الهوية وتُبنى فيها القيم والميولات. فإذا كانت المنصة حاضرة بهذا الشكل الكثيف في يومياتهم، فإنها تؤثر بلا شك في تمثلاتهم للعالم، للذات، وللآخر. واللافت أن هذا التأثير لا يكون دائماً واعياً أو مباشراً، بل يحدث من خلال "الاعتياد"، "التكرار"، و"تطبيع السلوك الرقمي".

هذه النتيجة تدعونا إلى فهم المنصات الرقمية ليس فقط كقنوات عرض، بل كبنى اجتماعية موازية، تمارس تأثيرها ببطء لكن بعمق. إنها تُنتج ثقافة، وتُعيد صياغة الذوق العام، وتفرض إيقاعًا خاصًا للزمن اليومي، وتخلق نوعًا من "الانتماء الافتراضي" إلى جماعات المشاهدة. الطالب لم يعد فقط جزءًا من جامعة حقيقية، بل هو أيضًا عضو في مجتمع ثقافي رقمي عابر للحدود، تلعب فيه المنصة دور البوابة الرئيسية.

النتيجة السادسة الموسعة جدًا: ازدواجية التلقي بين النمط التقليدي والتجربة الرقمية الحديثة

كشفت الدراسة عن تباين واضح في سلوكيات الطلبة الجامعيين في استهلاك المحتوى السمعي البصري، حيث لا يزال 48% منهم يحتفظون بعادات المشاهدة التقليدية (كالتلفزيون أو الأقراص)، مقابل 52% ممن يفضلون المتابعة عبر المنصات الرقمية، وعلى رأسها نتفليكس. هذا الانقسام يُشير إلى أن المرحلة الراهنة لا تتسم بالقطيعة مع الوسائل القديمة، بل تمثل لحظة تداخل وتجريب بين الوسيطين.

هذا التعدد في أنماط التلقي يعبر عن تحول ثقافي تدريجي، حيث أصبحت التجربة الرقمية تُنظر إليها بوصفها مساحة أكثر حرية وتنوعًا، بينما تستبقي التجربة التقليدية جاذبيتها لدى بعض الطلبة لأسباب تتعلق بالحنين، الراحة، أو حتى الانتماء الأسري. وهنا يظهر مفهوم "الازدواجية الثقافية"، أي الجمع بين نموذجين مختلفين من أنماط الاستهلاك داخل الذات الواحدة، وهو ما يُعتبر مؤشرًا على مرحلة انتقالية ثقافية.

هذه النتيجة تُعزز فكرة أن التحول الرقمي في الذوق لا يتم دفعة واحدة، بل على شكل طبقات زمنية وثقافية متراكبة، تتقاطع فيها العادة بالتجديد، والتقليد بالاستكشاف. فالطالب الجامعي قد يستهلك نتفليكس لمتابعة مسلسل أمريكي شهير، وفي ذات الوقت يشاهد برامج تلفزيونية محلية بدافع اجتماعي أو وجداني. وهنا يبرز عنصر "الوظيفة الرمزية" لكل وسيلة، حيث تؤدي أدوارًا مختلفة في تشكيل ذوق الطالب.

يُظهر هذا أيضًا أن المشهد الترفيهي الجامعي أصبح أكثر تنوعًا، ولكن أيضًا أكثر تعقيدًا من حيث تفسيره. فالازدواجية لا تعني التناقض بقدر ما تعكس سعيًا للتوازن بين الانفتاح والارتباط بالجذور. وهذا يستدعي، من وجهة نظر تحليلية، قراءة نقدية للكيفية التي تتعايش بها الوسائط في حياة الشباب، وما إذا كانت هذه التعددية تُنتج وعيًا نقديًا، أم أنها تعزز مجرد "استهلاك مزدوج" دون إدراك لفروق السياقات والرسائل.

النتيجة السابعة :

التفاعل مع المحتوى كآلية لإعادة تعريف الهوية الذاتية والاجتماعية.

أظهرت نتائج الدراسة أن 61% من الطلبة يُفضلون المحتوى الذي يعالج قضايا الهوية والانتماء في المسلسلات والأفلام، ما يُشير إلى أن الترفيه لم يعد مجرد وسيلة للهروب أو التسلية، بل تحوّل إلى مساحة للتفكير في الذات، وإعادة تشكيل التصورات الاجتماعية. هذا التفاعل الوجداني والمعرفي مع محتوى منصّة مثل نتفليكس يعكس تطوراً في طبيعة العلاقة بين المشاهد والمادة الترفيهية، حيث تُصبح المشاهد تجربة تأملية وجدلية، وليست فقط لحظة استهلاك سلبية.

في هذا السياق، نتفليكس لا تُقدّم محتوى ترفيهياً فقط، بل تعرض نماذج سردية متعدّدة تفتح المجال أمام الطالب الجامعي ليعيد التفكير في انتماءاته، هويته، وصورته عن الآخر. فعبّر الانخراط في متابعة قصص الهجرة، الأقليات، الصراعات العرقية، أو سرديات مقاومة النظام، يبدأ المشاهد في مقارنة قضاياها الخاصة بطريقة غير مباشرة، وهو ما يُمكن أن نُطلق عليه "الانعكاس الهويّاتي".

لكن هذا التفاعل ليس موحّداً أو تلقائياً، بل يخضع لمحددات ثقافية ونفسية معقدة، إذ أن فهم الرسائل وتأويلها يرتبط بمدى الانفتاح الفكري، المستوى الأكاديمي، والبنية النفسية للطلّاب. كما أن تكرار التعرّض لمضامين معيّنة قد يؤدي إلى تطبيع رموز ثقافية جديدة، أو على العكس، إلى تحفيز ردود أفعال دفاعية للحفاظ على الهوية المحلية. وهنا يتقاطع المشهد الترفيهي مع الحقل الرمزي، حيث تصبح المشاهد عملية تفاوض مستمرة بين الأنا والآخر، بين الألفة والغربة.

ومن الزاوية السوسيولوجية، فإن هذا الانخراط الوجداني في محتوى الهوية يخلق نوعاً من "الهوية الافتراضية" التي تُبنى عبر الشاشة، فتختلط الأدوار، وتُعاد صياغة التمثّلات الذاتية داخل إطار عالمي. وهذا ما يجعل من نتفليكس فضاءً ثقافياً لا يقل أهمية عن المدرسة أو العائلة، بل يتفوق أحياناً في قدرته على التأثير بسبب طابعه السري الجذاب.

في ضوء ما سبق، نستطيع القول إن المحتوى المتاح عبر المنصات لا يُعيد تشكيل الذوق فحسب، بل يُعيد كذلك بناء تمثّلات الطلبة لأنفسهم وللعالم، ما يجعل من تجربة التلقي عملية ثقافية وجودية بامتياز.

النتيجة التاسعة الموسعة جداً: إعادة تشكيل مفهوم "القيمة" في المحتوى السمعي البصري لدى الطلبة

أظهرت نتائج الدراسة أن نسبة معتبرة من الطلبة (63%) يربطون تفضيلاتهم الترفيهية بجودة الإنتاج، السيناريو، والتقنيات البصرية، أكثر من اهتمامهم بالرسالة أو المضامين القيمية التقليدية. هذا التحول يعكس ما يمكن تسميته

بـ"إعادة تعريف القيمة" داخل الثقافة الترفيهية الجامعية، حيث لم تعد القيم تُقاس فقط من خلال الرسالة الأخلاقية أو الاجتماعية، بل أصبحت مرتبطة بالحبكة، الإبداع السردي، وأسلوب الإخراج.

إن هذا التوجه يدل على تحوّل في حساسية الطالب الجمالية وتذوّقه للمحتوى، ويكشف عن انتقال من الذوق المعياري القائم على المضمون إلى ذوق أدائي بصريّ يهتم بالشكل، الإيقاع، والتشويق. وهذا يتماشى مع ما يطرحه بودريار في حديثه عن "الفرجة المعمّمة"، حيث يصبح الشكل هو الرسالة، ويُغلف المعنى في جماليات بصرية تجذب المشاهد حتى قبل أن يعي الرسالة.

يبدو أن الطالب الجامعي اليوم يتعامل مع المحتوى بوصفه تجربة حسية بصرية متكاملة، وليس فقط نصّاً للتأمل أو التحليل. وهذه المقاربة تُغيّر من معايير التقييم: فالمحتوى الجريء، السريع الإيقاع، عالي الجودة من حيث التصوير والإنتاج، يحظى بقبول حتى وإن لم يحمل رسالة اجتماعية واضحة. وهنا نلمس نوعاً من "البراغماتية الترفيهية" التي تجعل الذوق أكثر انفتاحاً على التنوع، لكن أيضاً أكثر عرضة للسطحية.

في المقابل، لا يمكن اعتبار هذا التحول تراجعاً حتمياً في القيم، بل قد يكون تعبيراً عن وعي جديد بالقيمة الفنية، ورفضاً للنمط الوعظي أو الخطابي الذي ميّز بعض الإنتاجات التقليدية. فالطلبة، وهم أبناء العصر الرقمي، يُفضلون أن تصلهم الرسائل ضمناً، لا من خلال الإملاء، بل عبر سرد مشوّق، وشخصيات معقدة، ونهايات مفتوحة.

ومن المنظور النقدي، يعكس هذا التحول صعود "القيمة الجمالية الترفيهية" كمكوّن أساسي في تفضيلات الجيل الجامعي، وهي قيمة تشكّلت بفعل التعرض المكثف للمحتوى العالمي عالي الجودة، مما رفع سقف التوقعات لدى المشاهد المحلي.

بناءً على ما سبق، يمكن القول إن الذوق الترفيهي الجامعي اليوم لم يعد يبحث فقط عن "الرسالة"، بل عن "التجربة"، أي أن القيمة أصبحت متعددة الأبعاد: سردية، بصرية، وجدانية. وهذا يضع تحديات أمام المنتجين المحليين الذين لم يعد كافياً أن يُقدموا محتوى "جيد النية"، بل عليهم أن يُتقنوا أدوات الصناعة

النتيجة العاشرة :

غياب المحتوى المحلي من المنصات الرقمية يُعزز شعور التهميش الثقافي لدى الطلبة

أظهرت الدراسة أن 71% من الطلبة يشعرون بضعف تمثيل الثقافة المحلية أو المغاربية في منصة نتفليكس، وهو ما يُعبر عن فجوة في التمثيل الثقافي داخل الفضاء الترفيهي الرقمي. هذا الغياب لا يمرّ دون أثر، بل يُؤلّد لدى الطلبة شعورًا ضمنيًا بالتهميش، وكأنّ ثقافتهم غير جديرة بأن تُروى أو تُصدّر في قوالب احترافية وجذابة.

في التحليل السوسيوثقافي، يُمكن النظر إلى هذه النتيجة بوصفها مؤشرًا على "الاغتراب الرمزي"، أي افتقاد المتلقي لصورته الذاتية في الوسائط التي يتفاعل معها. فحين لا يجد الطالب ملامح لغته، محيطه، هوموه، أو قصصه ضمن المحتوى المعروض، فإنه يتلقى تمثيلات الآخر دون تمثيل للذات، ما يخلق نوعًا من الإحساس بالانفصال أو النقص الرمزي.

هذا الواقع يعزز ما وصفه إدوارد سعيد بـ"الهيمنة السردية"، حيث تحتكر الثقافات القوية سرديات العالم، بينما تظلّ الثقافات الهامشية متلقية فقط. ومع الوقت، قد يؤدي هذا إلى تطبيع رؤية الذات عبر عيون الآخر، أي التعود على غياب الذات، والتماهي مع النموذج المهيمن حتى دون وعي.

لكن الأثر لا يتوقف عند الجانب النفسي فقط، بل يمتد إلى تشكل الذوق الفني والمعرفي. فعندما تكون المعايير الجمالية، والسردية، وحتى الأخلاقية، كلها واردة من سياقات ثقافية أجنبية، فإن ذلك يؤثر حتمًا في معيار الحكم الجمالي لدى الطلبة، ويُضعف قدرة المحتوى المحلي على منافسة هذا النموذج حتى إن وُجد.

ومع ذلك، فإن هذا الإحساس بالتهميش لا يُقابل دومًا بالرفض أو الانغلاق، بل يدفع بعض الطلبة إلى البحث عن بدائل ثقافية على اليوتيوب أو المنصات البديلة التي تقدم محتوى ناطق بالعربية أو متصل بالواقع المحلي. وهذا ما يُظهر وجود "طلب اجتماعي" فعلي على محتوى يُعبر عن البيئة المحلية، شرط أن يتم تقديمه بجودة عالية ومعايير احترافية.

وعليه، فإن غياب المحتوى المحلي في منصات البث لا يُعد فقط مشكلة في العرض، بل هو إشكالية ثقافية واستراتيجية تستوجب التفكير الجاد في آليات الإنتاج، التوزيع، والترويج. فالمنصة الرقمية لم تعد مجرد قناة، بل أداة لصناعة المعنى وإنتاج الرموز، وإذا لم تكن هذه الرموز تعكس التنوع الثقافي للمجتمعات، فإنها تُسهم تدريجيًا في تآكل التعددية وتكريس الأحادية الثقافية.

نتائج الدراسة بناءً على تساؤلاتها

كيف ساهمت منصة نتفليكس في إعادة تشكيل أنماط إنتاج وتوزيع المحتوى السمعي البصري؟

أظهرت الدراسة أن اعتماد نتفليكس على الإنتاج الأصلي وتحليل البيانات يمكنها من تقديم محتوى مخصص ومتجدد يلبي حاجات المستخدمين، مما يعزز نمط توزيع رقمي واسع وسريع الانتشار. هذه الاستراتيجيات تساهم بشكل فعال في تغيير أنماط الإنتاج التقليدية، من خلال التركيز على التنوع والابتكار في المحتوى، بالإضافة إلى الاستخدام المكثف للخوارزميات لتوجيه التوزيع بشكل أكثر دقة وفعالية.

ما طبيعة تفاعل الجمهور الجزائري مع المنصات الرقمية؟

كشفت النتائج أن الجمهور الجزائري يتفاعل مع المنصات الرقمية بشكل فردي وآمن داخل المنصة، حيث يستخدم 40% من الطلبة أدوات التقييم المباشر، بينما 80% لا يتابعون المحتوى عبر الصفحات الرسمية على وسائل التواصل الاجتماعي. كما أن نصف الطلبة يقضون أكثر من ساعتين يوميًا في المشاهدة، مما يدل على تفضيل هذه المنصات لسهولة الوصول والتنوع مقارنة بالوسائل التقليدية التي تعتبر أقل تفاعلية ومرونة.

ما مدى تأثير هذه المنصات في تشكيل ذوق الجمهور وتوقعاته من المحتوى؟

أثبتت الدراسة أن 56% من الطلبة شهدوا تغييرًا في ذوقهم الترفيهي بعد استخدام المنصات الرقمية، حيث أثرت المنصات في توقعاتهم من حيث جودة الإنتاج، تنوع الأسلوب، والرموز الثقافية المعروضة. يعكس ذلك أن المنصات لم تعد مجرد ناقل للمحتوى بل أصبحت فعالة في إعادة تشكيل الذوق الفني والثقافي لدى الجمهور. ما التغيرات التي فرضتها المنصات الرقمية على صنّاع المحتوى في الجزائر؟ وما مدى قدرة هؤلاء على التكيف مع هذه التغيرات وتقديم محتوى منافس عالميًا؟

تشير النتائج إلى تحديات واضحة تواجه صنّاع المحتوى في الجزائر، حيث يتطلب التكيف مع معايير الإنتاج الرقمي العالمي مستوى عاليًا من الإبداع والموارد التقنية. رغم ذلك، هناك اهتمام متزايد لدى المنتجين المحليين للاستفادة من إمكانيات المنصات الرقمية، لكن نسبة قليلة فقط (حوالي 25%) تظهر مشاركة فعالة في التفاعل الجماعي والترويج الرقمي، مما يدل على وجود فجوة بين القدرات الحالية ومتطلبات المنافسة العالمية.

مع تطور التكنولوجيا الرقمية وتسارع وتيرة التحول الرقمي في مختلف القطاعات، برزت المنصات الرقمية كقوة جديدة وفاعلة في مشهد الإعلام والاتصال، وكان لها تأثير عميق وملاموس على صناعة المحتوى السمعي البصري. وتُعد منصة نتفليكس نموذجًا رائدًا لهذا التحول، حيث استطاعت أن تفرض نفسها كأحد أهم الفاعلين الجدد في السوق الإعلامية، من خلال اعتمادها على استراتيجيات إنتاج وتوزيع مبتكرة، تستجيب لتغيرات أذواق الجمهور ومتطلباتهم المتزايدة.

لقد كشفت هذه الدراسة أن المنصات الرقمية، وعلى رأسها نتفليكس، لم تكتفِ بإحداث ثورة على مستوى البث والاستهلاك فقط، بل تجاوزت ذلك إلى التأثير في المضامين ذاتها، من خلال تشجيع التنوع، والانفتاح الثقافي، وتوظيف البيانات الضخمة لفهم سلوك الجمهور وتوجيه الإنتاج بما يحقق نسب مشاهدة عالية ورضى أكبر. كما ساهمت هذه المنصات في كسر المركزية الإعلامية، ومنحت فرصًا أوسع للإنتاج المحلي والدولي خارج هيمنة القنوات التقليدية.

وفي المقابل، أظهرت الدراسة كذلك أنّ هذا التحول لم يخلُ من التحديات، أهمها المنافسة الشديدة، ومخاطر هيمنة المحتوى الموجه، فضلًا عن الإشكاليات المتعلقة بالهوية الثقافية، والتنمية، والمضامين غير الخاضعة في بعض الأحيان لرقابة صارمة، ما يستدعي إعادة النظر في السياسات الإعلامية والثقافية للدول، لضمان توجيه هذا الفضاء الرقمي المفتوح نحو خدمة التنوع والتعدد دون المساس بالخصوصيات المحلية.

وبناءً على نتائج الدراسة، يمكن القول إن مستقبل صناعة المحتوى السمعي البصري أصبح مرهونًا بمدى قدرة المؤسسات الإعلامية التقليدية على التكيف مع هذه المنصات الرقمية، والاستثمار في الابتكار والإبداع، مع الحفاظ على جودة المضامين ومصداقيتها، بما يخدم المتلقي أولاً، ويحافظ على التوازن بين ما هو تجاري، ثقافي، وتربوي ثانيًا.

إن هذه المذكرة لا تدّعي الإحاطة الشاملة بكل جوانب الموضوع، لكنها تُعد محاولة لفهم أحد أبرز التحولات الإعلامية المعاصرة، ويمكن أن تفتح آفاقاً لدراسات مستقبلية أعمق، سواء على مستوى تأثير المنصات الرقمية في المجتمعات المحلية، أو في ما يتعلق بتأثيراتها النفسية، الاجتماعية والثقافية على الجمهور المتلقي.

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: الكتب

1. نصر الدين العياضي: التلفزيون دراسات وتجارب، دار هومة، الجزائر، 1998.
2. نصر أحمد: ثورة المنصات الرقمية، مستقبل الإعلام في عصر التحول الرقمي، مركز دراسات المعرفة، بيروت، 2019.
3. سيف السويدي: صناعة المنصات الرقمية، ط 1، ماليزيا، منصة أريد، 2020.
4. كتاب السمعي البصري في ظل الإعلام الجديد، تأليف: عبد القادر زغيم، دار الخلدونية، الجزائر، 2020، ص 88.
5. محمد طيب أحمد، اقتصاديات المؤسسة السمعية البصرية قراءة في أبعاد التصنيع فوق مبدأ التسويق كلية علوم الإعلام والاتصال (جامعة الجزائر3) - الجزائر، الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية المجلد 17/ العدد 01 (2024) ص 187

ثانياً: المجلات العلمية

1. تقاوة رانية، شوام بوشامة: مجلة الاقتصاد والبيئة، 2023.
2. الطاهر أحمد: مجلة الدراسات المستقبلية، 2020.
3. غالم عبد الوهاب: مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، 2023.
4. أحمد شريف بسام: مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، 2019.
5. حمودة سليم: المجلة العربية لعلوم الإعلام، 2022.
6. بسمة فنور: المجلة الجزائرية للعلوم الإنسانية والاجتماعية، 2017.
7. حامد محمد بنحيت فيزي: مجلة كلية الآداب - جامعة سوهاج، 2024.
8. بن عيسى نسرين: مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية - جامعة بسكرة، 2022.
9. بوخاري أحلام: مجلة الإعلام - جامعة الجزائر 3، 2021.
10. شبيطة زينب: مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية - جامعة قسنطينة، 2021.
11. بن شنات عبد الكريم: مجلة علوم الإعلام والاتصال - جامعة الجزائر 3، 2020.

12. مزياني سمير: مجلة دراسات إعلامية - جامعة وهران، 2020.
13. عبد العزيز شامة: مجلة دراسات الإعلام الرقمي، 2021.
14. فتيحة قانة: مجلة الإعلام الجديد - جامعة الجزائر 3، 2021.
15. شعيب نوال: مجلة بحوث إعلامية - جامعة وهران، 2022.
16. بوتاروس نسرين، حجام الجمعي: مجلة الإعلام والمجتمع، 2024.
17. داليا عثمان إبراهيم عثمان: المجلة العربية لبحوث الإعلام والاتصال، 2023.
18. نصير بوعلي: المجلة الجزائرية للاتصال، 1995.
19. خيرى أحمد رحومة مسعود، إيمان قمصاني: مجلة الدراسات الاقتصادية المعملية، 2020.
20. ثالثاً: مذكرات (ماجستير/دكتوراه)
21. زيري شهيناز مليكة فاطمة: مذكرة ماستر، جامعة زيان عاشور الجلفة، 2023-2024.
22. جمال، فيروز والشبي، محمد. 2022. التصميم الجرافيكي لمنصات التعلم الإلكترونية والمحتوى الرقمي الخاص بها ودوره في تحقيق الكفاءة التعليمية. مجلة العمارة والفنون والعلوم الإنسانية، المجلد لا يوجد (عدد خاص 04)، ص. 468.
23. حورية، وفاء وسبين، الدين. 2022. واقع المنصات الرقمية للتجارة الإلكترونية "منصة أمازون الرقمية". مجلة الخبر. 09 (عدد خاص)، ص. 44.

رابعاً: مواقع إلكترونية

1. وائل عبد العال

العنوان: تأثيرات الإعلام الرقمي

الجهة الناشرة: مركز الجزيرة للدراسات

الرابط:

<https://studies.aljazeera.net/ar/article/5753>

تاريخ الاطلاع: 2025/05/17، الساعة 13:10.

2. Michael Fitzgerald, Nina Kruschwitz

العنوان: Embracing Digital Technology: A New Strategic Imperative

الجهة الناشرة: MIT Sloan Management Review

الرابط:

<https://sloanreview.mit.edu/projects/embracing-digital-technology/>

تاريخ الاطلاع: 2025/05/15، الساعة 20:50.

3. Netflix.

<https://help.netflix.com/ar/node/412>

تم الاطلاع عليه في 04 أبريل 2025 من Netflix

خامسا: مراجع أجنبية

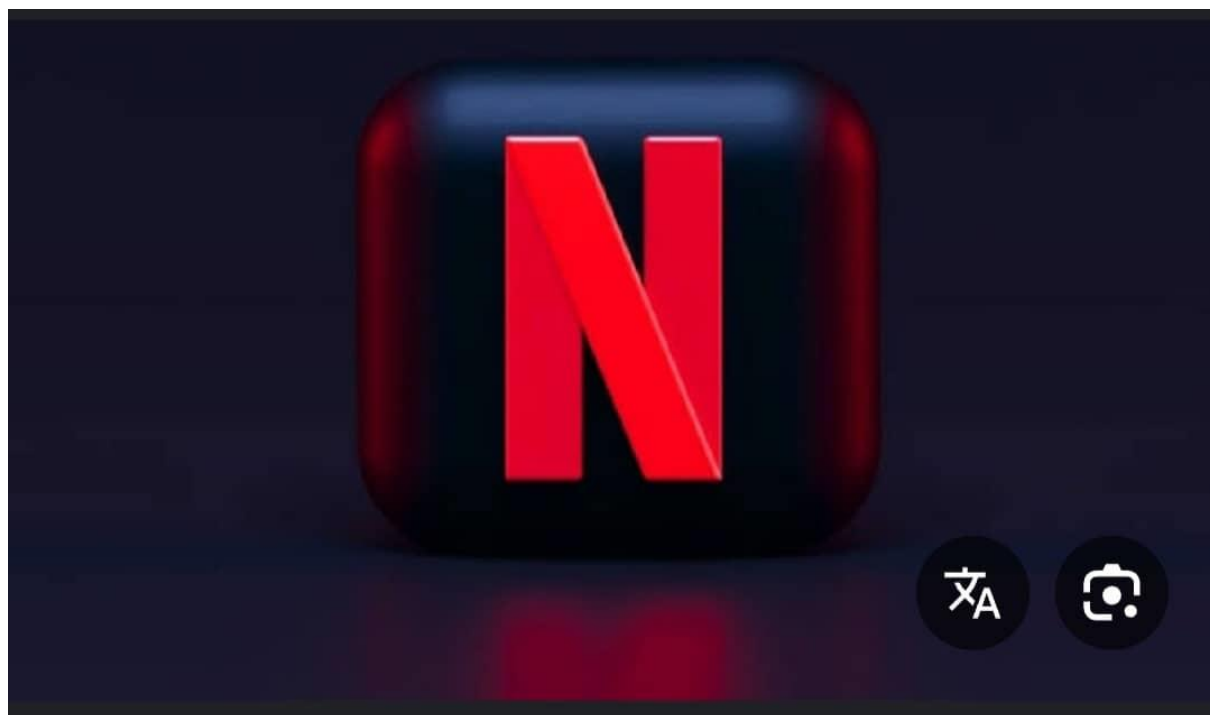
1. Jenkins, H.: Convergence Culture: Where Old and New Media Collide, NYU Press, 2006.
2. McQuail, Denis: McQuail's Mass Communication Theory, SAGE, London, 2018.
3. Castells, Manuel: Communication Power, Oxford University Press, 2009.
4. Sundar, S. S.: Journal of Computer-Mediated Communication, 2020.

الملحق رقم 1

صور موقع نتفليكس



NETFLIX



الملحق رقم 02

استبيان الكتروني



18% 4G 11:37

Facebook Lite docs.google.com

البيانات الشخصية:

الجنس:

☐ أنثى

☐ ذكر

السن *

☐ اقل من 20

☐ من 20 الى 25

☐ اكثر من 25

المستوى الجامعي :

☐ ليسانس

☐ ماستر

محو النموذج

التالي

رجوع ?

* تشير إلى أن السؤال مطلوب

التحول في انماط الانتاج والتوزيع (السؤال الفرعي الاول):

هل تلاحظ فرقاً في نوعية الانتاج بين محتوى نيتفلكس والمحتوى التلفزيوني التقليدي :

☐ نعم هناك فرق واضح

☐ لا يوجد فرق كبير

☐ لا ادري

* في رأيك ما أهم مميزات انتاج نيتفلكس ؟
(اختر ماتراه مناسباً)

☐ جودة التصوير والاعراج

☐ تنوع المواضيع

☐ ميزانيات ضخمة

☐ الاعتماد على الذكاء الاصطناعي والبيانات



هل تعتقد ان نموذج التوزيع الرقمي غير طريقة *
وصولك للمحتوى ؟

☐ نعم بشكل كبير

☐ الى حد ما

☐ لا

إلى ماذا يعود نجاح منصة نيتفلكس حسب رأيك ؟

☐ توفر المحتوى في أي وقت

☐ دعم الترجمة والدبلجة

☐ عرض الحلقات دفعة واحدة

☐ التسويق الذكي

محو النموذج

التالي

رجوع

لم يتم إنشاء هذا المحتوى ولا اعتماده من قبل Google. - شروط
الخدمة - سياسة الخصوصية

هل يبدو هذا النموذج مريباً؟ الإبلاغ



18% 4G 11:38

Facebook Lite docs.google.com

* تشير إلى أن السؤال مطلوب

تفاعل الجمهور الجزائري مع المنصات
الرقمية

كم ساعة تقضي يومياً على المنصات الرقمية *

☐ ساعة

☐ من 3 إلى 4 ساعات

☐ أكثر من 5 ساعات

كيف تعبر عن رأيك في المحتوى الذي تشاهده في
منصة نيتفكس ؟

☐ اقيمه بزر الاعجاب او عدم الاعجاب داخل
المنصة

☐ اناقشه مع اصدقائي خارج المنصة

☐ اشارك رأيي على منصات التواصل (فيسبوك ،
تويتر ، انستغرام)

☐ لا أعبر عن رأيي إطلاقاً

?

18% 4G

11:38

Facebook Lite

docs.google.com



* هل تتابع صفحات أو مجموعات على الفسبوك
أو أنستغرام مخصصة لمحتوى نيتفلكس؟

نعم ☐

لا ☐

* هل تعتقد ان محتوى نيتفلكس يؤثر على ذوقك
أو إختياراتك الترفيهية؟

نعم ☐

لا ☐

* ما الجهاز الذي تستعمله غالبا لمشاهدة
نيتفلكس؟

هاتف ذكي ☐

حاسوب ☐

تلفاز ذكي ☐

جهاز لوحي ☐



18% 4G 11:38

Facebook Lite docs.google.com

* تشير إلى أن السؤال مطلوب

تأثير المنصات الرقمية في تشكيل ذوق وتوقعات الجمهور

هل غيرت تجربة نيتفلكس ذوقك في المحتوى؟ *

☐ نعم تغير

☐ لا بقي ذوقي نفسه

☐ لا ادري

ما نوع المحتوى الذي أصبحت تفضله بعد استخدام نتفليكس؟ *

☐ مسلسلات أجنبية

☐ محتوى وثائقي

☐ محتوى عربي

☐ أعمال درامية معاصرة

?

كيف أثرت الثقافات الأجنبية على إهتماماتك أو
طريقة تفكيرك بعد المشاهدة ؟

- ☐ زادت من فضولي لتعرف على ثقافات أخرى
- ☐ لم تؤثر بشكل كبير على إهتماماتي
- ☐ جعلتني أعيد التفكير في بعض القيم والعادات المحلية
- ☐ لأشاهد محتويات ثقافية أجنبية

كيف تقيم جودة المحتوى العربي مقارنة بالأجنبي
على منصة نتفليكس ؟

- ☐ جيد جدا
- ☐ مقبول
- ☐ ضعيف
- ☐ لايمكن المقارنة

محو النموذج

التالي

رجوع

لم يتم إنشاء هذا المحتوى ولا اعتماده من قبل Google. - شروط

الخدمة - سياسة الخصوصية



18% 4G 11:39

Facebook Lite docs.google.com

السلام. مزيد من المعلومات

* تشير إلى أن السؤال مطلوب

التغيرات المفروضة على صناع المحتوى في الجزائر

حسب رأيك .هل يستطيع صناع المحتوى في الجزائر التكيف مع متطلبات المنصات الرقمية ؟

نعم بسهولة ☐

نعم لكن بصعوبة ☐

لا ☐

ما أبرز العراقيل التي تواجه المحتوى الجزائري للوصول إلى منصات مثل نتفليكس؟

ضعف التمويل ☐

نقص التكوين التقني ☐

غياب الدعم المؤسسي ☐

عدم فهم توجهات الجمهور العالمي ☐

?

ما رأيك في فرض الجزائر لتصدير محتواها عبر المنصات الرقمية ؟

قوية ☐

متوسطة ☐

ضعيفة ☐

منعدمة ☐

* ماهي أبرز التغيرات التي لاحظتها في المجتمع الجزائري نتيجة التأثير بصناع المحتوى الجزائريين ؟

تغير في القيم والعادات الإجتماعية ☐

تزايد ثقافة الإستعراض والقليد ☐

إزدياد الإهتمام بالثقافة الرقمية ووسائل التواصل ☐

لا لم ألاحظ أي تغيير ☐

محو النموذج

إرسال

رجوع



لم يتم إنشاء هذا المحتوى ولا اعتماده من قبل Google - شروط



قائمة الأساتذة المحكمين لأداة استمارة الاستبيان

الجامعة	القسم	اسم الأستاذ المحكم
جامعة محمد خيضر بسكرة	علوم الاعلام والاتصال	هشام عبادة
جامعة محمد خيضر بسكرة	علوم الاعلام والاتصال	صونيا قوراري