



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة غرداية

كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية

قسم الإعلام والاتصال



اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو مصداقية المضامين في

القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة

دراسة على عينة من طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة غرداية

مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: إتصال وعلاقات عامة

إشراف: أ/ فريجات نسيبة

إعداد الطالبين:

بن النذير سارة

بن خليفة سهيلة

لجنة المناقشة:

الصفة	الجامعة	الإسم واللقب
رئيساً	جامعة غرداية	أ/ صيتي بوبكر
مشرفا و مقررا	جامعة غرداية	أ / فريجات نسيبة
مناقشا	جامعة غرداية	أ/ أبي اسماعيل قاسم

- الموسم الجامعي: 1441هـ - 1442هـ / 2019 م - 2020 م



# الاهداء

لي من تصغر الكلمات في حقهما إلي من يعجز القلب عن إيقاف حبهما

إلي أطيّب روحين سهرا دوما على رعايتي وراحتي مند الصغر

إلي احن قلبين لم يدخر جهدا في تربيتي وتعليمي

إلي أنبل والدين أبي وأمي.

لكما وحدكما أقولها وأكررها دوما أقدم كل ما أوتيت من علم ودرجات شرفت بها اسميكما

ورفعت بها رأسيكما أدامكما ربي فخراً لي.

إلي أخواتي (زوبيدة، نورة، ايمان، شهرة زاد) اللذين أمدوني بروح المثابرة والعمل الجاد

إلي كل خالاتي وأبنائهم وأخوالي وأبنائهم وعمي وعمتي رحمهما الله وأبنائهم.

إلي كل صديقاتي وأصدقائي بالدفعة

بن الشير سارة

# الاهداء

الى من حملتني وهنا على وهن وضلت تراقب كل خطوة لي على درب الحياة  
فما يزيدها الا فرحا وفخرا الى من ربتي وانارت دربي وأعانتني بالصلوات والدعوات

أمي الغالية حفظها الله

الى من احمل اسمه بكل افتخار وزرع في نفسي حب العلم الى قدوتي الأولى ونبراس الذي ينير  
دربي الى من رفعت رأسي عاليا افتخارا به

والدي الحبيب حفظه الله

الى اخوتي ( أيوب ، أحمد الأمين، هدى الايمان، نور الدين، معاذ، سجي )

والى جميع أفراد عائلتي الكبيرة: جداتي أطال الله في عمرهما وأعمامي بالأخص

بوحفص وزوجته وعماتي وأخوالي وخالاتي وأبناءهم

والى كل من كان له الفضل في اتمام هذا البحث

بن خليفة سهيلة



# الشكر و التقدير

أولا وقبل كل شيء نشكر الله عزوجل علي توفيقه لنا في إتمام

هذا العمل المتواضع.

كما نتقدم بفائق الشكر وخالص التقدير إلى الأستاذة

المشرفة فريجات نسيبة

على ما قدمته من نصائح وتوجيهات قيمة

كما نتقدم بخالص الشكر الى كل أساتذة قسم الاعلام والاتصال

وإلي كل من ساهم معنا بالقول أو الفعل من بعيد أو من قريب.



## ملخص الدراسة

تهدف هذه الدراسة الى معرفة اتجاه طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة غرداية نحو مصداقية المضامين الاعلامية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة. واندرجت دراستنا ضمن الدراسات الوصفية، معتمدين على منهج المسح الاجتماعي حيث طبقنا هذه الدراسة على العينة الطبقية قدرت ب100 مفردة من طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة غرداية واعتمدنا في دراستنا على اداة الملاحظة والاستبيان ومن أهم النتائج التي توصلنا اليها:

✓ طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة غرداية يشاهدون البرامج الاخبارية في القنوات الخاصة على التلفاز ليلا مع عائلتهم لأنها الفترة الأنسب التي يرتاحون فيها لمدة لا تتجاوز ساعة كون ان هذه البرامج الاخبارية لا تتعدى هذه المدة في بثها.

✓ الدافع الذي يسعى اليه طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة غرداية من خلال مشاهدتهم للقنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة فهم الأحداث والقضايا المثارة بحيث يركزون في اختيارهم للقناة على نشر الأخبار بالتفصيل من اجل تلبية حاجياتهم المعرفية والثقافية.

✓ يتجه أغلب اتجاهات طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة غرداية نحو الحياد لمصداقية المضامين في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة، أي أن ثقتهم فيها من مستوى متوسط إلى قوي، حيث تعد هذه القنوات مصدر يعتمد عليه الطالب الجامعي للحصول على الأخبار والأحداث الجارية في مجتمعه بالاعتماد على عدة معايير لقياس مدى مصداقيتها متمثلة في الموضوعية والحيادية، الجدة والتنوع في الطرح، الدقة والشمولية، والابتعاد عن كل ما يخل بمصداقية القناة لدى جمهورها كالكذب والتشهير وعدم الالتزام بمسؤوليتها المهنية والمجتمعية.

**الكلمات الدالة:** الاتجاه، الطالب الجامعي، المصداقية، المضامين الاعلامية، القنوات التلفزيونية الخاصة.

## Study summary

The study aims to know the attitude of the students of media and communication sciences at the University of Ghardaia towards the credibility of the media contents in the private Algerian television channels. Our study included descriptive studies, relying on the social survey methodology, where we applied this study on the stratified sample of 100 students from the media and communication sciences students at the University of Ghardaia, and we use the observative way and the questionnaire analysis to do this study .

The study reached many results ,the most important are:

- The students of media and communication sciences at the University of Ghardaia watch news programs on private channels at night with their family because it is the most appropriate period in which they stay no more than an hour, as these news programs do not exceed this period in broadcasting.
- The students 'reason for watching private Algerian channels is understanding the events and issues raised ,that' why they choose channels publishing detailed news in order to meet their knowledge and cultural needs.
- Most of the media and communication sciences' students trend towards neutrality concerning the credibility of the news content in these channels, rating their confidence in it, from average to high level .And as these channels are a source of obtaining news and current events in his community ,the student depended on several criteria To measure the level of its credibility such as objectivity and impartiality, novelty and diversity in proposition, accuracy and comprehensiveness, and avoiding anything that undermines the channel's credibility with its audience, such as slandering, defamation, and lack of commitment to its professional and social responsibilities.

**Key words:** trend . Undergraduate student. Credibility. Media contents. Private TV channels.

## قائمة المحتويات

/	الإهداء
/	كلمة شكر
/	ملخص باللغة العربية
/	ملخص باللغة الأجنبية
01	مقدمة.....
<b>الجانب المنهجي</b>	
05	أ- إشكالية الدراسة.....
06	ب- تساؤلات الدراسة.....
06	ج- أهداف الدراسة.....
07	د- أهمية الدراسة.....
07	هـ- أسباب اختيار الموضوع.....
07	و- حدود الدراسة.....
08	ز- نوع الدراسة.....
08	ح- منهج الدراسة.....
08	ط- أدوات الدراسة.....
11	ي- مجتمع الدراسة.....
11	ك- عينة الدراسة.....
12	ل- الدراسات السابقة.....
15	م- الخلفية النظرية للدراسة.....
17	ن- تحديد المفاهيم ومصطلحات الدراسة.....
<b>الجانب النظري</b>	
<b>الفصل الأول: المصداقية والمضامين في وسائل الاعلام</b>	
22	تمهيد.....
23	المبحث الأول: المصداقية في وسائل الاعلام.....
22	المطلب الأول: مفهوم المصداقية.....
24	المطلب الثاني: انواع المصداقية.....
25	المطلب الثالث: محددات مصداقية الوسيلة الاعلامية.....

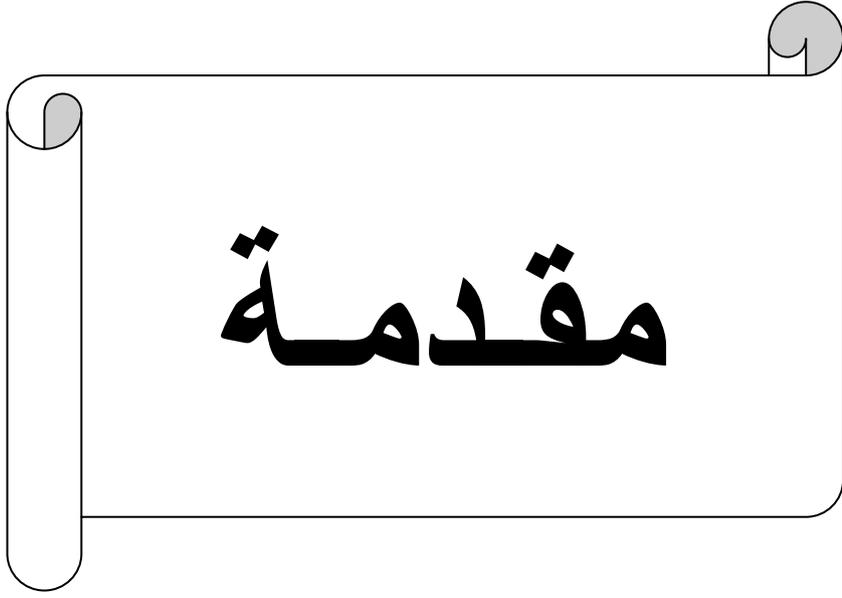
27	المبحث الثاني: المضامين الاعلامية .....
27	المطلب الأول: مفهوم المضامين الاعلامية .....
28	المطلب الثاني: التحولات الكبرى في صناعة المضامين الاعلامية .....
29	المطلب الثالث: اساسيات لإنتاج المضامين الاعلامية.....
31	خلاصة الفصل الأول.....
32	الفصل الثاني: القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة
33	تمهيد .....
34	المبحث الأول: ماهية التلفزيون .....
34	المطلب الأول: التلفزيون ( المفهوم، النشأة والتطور ) .....
36	المطلب الثاني: خصائص التلفزيون.....
37	المطلب الثالث: وظائف التلفزيون .....
38	المبحث الثاني: القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر .....
38	المطلب الأول: ظهور القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر.....
40	المطلب الثاني: أسباب ظهور القنوات التلفزيونية الخاصة .....
43	المطلب الثالث: واقع وآفاق القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر .....
45	خلاصة الفصل الثاني .....
<b>الجانب التطبيقي</b>	
47	تمهيد .....
47	I. عرض وتحليل محور متعلق بالبيانات الشخصية .....
49	II. عرض وتحليل محور متعلق بأنماط المشاهدة للمضامين الإعلامية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة.....
53	III. عرض وتحليل محور متعلق بدوافع وإشباعات المحققة من خلال المضامين الإعلامية للقنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة.....
56	IV. عرض وتحليل محور متعلق بتقييم مصداقية المضامين الإعلامية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة.....
79	استنتاجات الدراسة .....
84	خاتمة.....
86	قائمة المراجع
	الملاحق

## فهرس الجاهل

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
01	يبين نتائج اختبار ألفا كرومباخ	09
02	يبين توزيع عدد الطلبة من كل مستوى	10
03	يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس	46
04	يبين توزيع أفراد العينة حسب السن	46
05	يبين توزيع أفراد العينة على المستوى التعليمي	47
06	يبين توزيع أفراد العينة حسب الإقامة	47
07	يبين مدى مشاهدة القنوات التلفزيونية الخاصة	48
08	يبين الفترات التي يشاهد فيها الطلبة القنوات التلفزيونية الخاصة	49
09	يبين القنوات الجزائرية الخاصة المفضلة لدى الطلبة	49
10	يبين معية مشاهدة القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة	50
11	يبين الوسيلة المستخدمة في مشاهدة القنوات الخاصة	50
12	يبين طبيعة البرامج التي المشاهدة عبر القنوات الخاصة	51
13	يبين المدة التي يقضيها في مشاهدة القنوات التلفزيونية الخاصة	52
14	يبين دوافع مشاهدة القنوات التلفزيونية الخاصة	52
15	يبين تلبية القنوات التلفزيونية الخاصة حاجيات المشاهد	53
16	يبين المعايير التي يعتمد عليها مشاهد لاختياره للقنوات التلفزيونية الخاصة	53
17	يبين الإشباعات المحققة من مشاهدة المضامين الإعلامية في القنوات التلفزيونية الخاصة	54
18	يبين تقييم الطلبة لمصداقية المضامين الإعلامية في القنوات الجزائرية الخاصة	55
19	يبين العلاقة بين متغير الجنس والعبارة " القنوات التلفزيونية الخاصة تطرح المواضيع وتعالج الأحداث بشكل موضوعي وحيادي	58
20	يبين العلاقة بين متغير الجنس والعبارة " تركز القنوات التلفزيونية الخاصة في مضامينها على الدقة والشمولية"	59
21	يبين العلاقة بين متغير الجنس والعبارة "تعتمد القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة على مصادر حية في الحصول على المعلومات"	60

60	يبين العلاقة بين متغير الجنس والعبارة " تشجع الطلبة الجامعيين على مشاهدة المضامين الإعلامية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة "	22
61	يبين العلاقة بين متغير الجنس والعبارة " هناك تجدد في المضامين التي تشاهدها على القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة "	23
62	يبين العلاقة بين متغير الجنس والعلاقة بين العبارة " تضمن القنوات التلفزيونية الخاصة حق الانسان في معرفة ما يدور حوله "	24
62	يبين العلاقة بين متغير الجنس والعبارة " تتبادل المضامين التي رأيت أنها صحيحة مع أصدقائك "	25
63	يبين العلاقة بين متغير الجنس والعبارة " تتوفر في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة كفاءة عالية للصحافيين "	26
64	يبين العلاقة بين متغير الجنس والعبارة " تتحمل القنوات المسؤولية التامة إزاء ما تعرضه من مضامين اعلامية مختلفة "	27
64	يبين العلاقة بين متغير الجنس والعبارة " استخدام الصور والفيديوهات بشكل متكرر يجعلك تشاهد هذه القنوات وتتفاعل مع مضامينها "	28
65	يبين العلاقة بين متغير الجنس والعبارة " تلتزم القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة في أغلب المضامين الاعلامية بعدم التشهير والقذف وانتهاك حرمة الاشخاص "	29
66	يبين العلاقة بين المستوى التعليمي والعبارة " القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة تطرح المواضيع وتعالج الاحداث بشكل موضوعي وحيادي "	30
67	يبين العلاقة بين المستوى التعليمي والعبارة " تركز القنوات التلفزيونية الخاصة في مضامينها على الدقة والشمولية "	31
68	يبين العلاقة بين المستوى التعليمي والعبارة " تعتمد القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة على مصادر حية في الحصول على المعلومات "	32
69	يبين العلاقة بين المستوى التعليمي والعبارة " تشجع الطلبة الجامعيين على مشاهدة المضامين الإعلامية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة "	33
70	يبين العلاقة بين المستوى التعليمي والعبارة " هناك تجدد في المضامين التي تشاهدها على القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة "	34

71	يبين العلاقة بين المستوى التعليمي والعبارة " تضمن القنوات التلفزيونية الخاصة حق الانسان في معرفة ما يدور حوله "	35
72	يبين العلاقة بين المستوى التعليمي والعبارة " تتبادل المضامين التي رأيت أنها صحيحة مع أصدقائك "	36
73	يبين العلاقة بين المستوى التعليمي والعبارة " تتوفر في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة كفاءة عالية للصحافيين "	37
74	يبين العلاقة بين المستوى التعليمي والعبارة " تتحمل القنوات المسؤولية التامة إزاء ما تعرضه من مضامين اعلامية مختلفة "	38
75	يبين العلاقة بين المستوى التعليمي والعبارة " استخدام الصور والفيديوهات بشكل متكرر يجعلك تشاهد هذه القنوات وتتفاعل مع مضامينها "	39
76	يبين العلاقة بين المستوى التعليمي والعبارة " تلتزم القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة في أغلب المضامين الاعلامية بعدم التشهير والقذف وانتهاك حرمة الاشخاص "	40
77	يبين تحليل وجهة نظر تقييم طلبة علوم الإعلام والاتصال لمصداقية المضامين الإعلامية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة	41



## مقدمة

يعد التلفزيون الوسيلة الأكثر انتشارا على سائر وسائل الاعلام والاتصال اليوم، بصفته وسيلة اتصال جماهيرية، فهو يحتل مكانة كبيرة وسط هذا التنوع والتطور المستمر في وسائل الاتصال الحديثة، كما يعد الأداة الأكثر بروزا في النشاط الاجتماعي لاستحواذه على جماهير واسعة، وزادت أهميته خاصة مع ظهور تقنية البث المباشر عبر الأقمار الصناعية التي جعلته يساهم بشكل أو بآخر في تنشئة الفرد من خلال القنوات الفضائيات المتعددة .

هذه الفضائيات التي انتشرت على أوسع نطاق وأصبحت تغزو بيوتا كثيرة وتستهدف أعمار مختلفة من المجتمع، اذ تعتبر القنوات الفضائية من أهم الإنجازات الاعلامية في عالمنا اليوم فقد كسرت الحواجز التقليدية بين الشعوب وسهلت تداول الأخبار وتبادل وجهات النظر، وساهمت في توسيع آفاق المشاهدين وبذلك أصبحت ببرامجها ومضامينها المتعددة تشكل جزءا من نسيج المجتمع.

وفي الجزائر بالتحديد وبعد احتكار السلطة لقطاع السمعي البصري في السنوات الماضية تم فتح المجال للتعددية الاعلامية في التلفزيون، ووفقا لذلك ظهرت عدة قنوات تلفزيونية اختلفت من حيث الملكية والتمويل ومن حيث المضامين كذلك ، الأمر الذي وضع الجمهور الجزائري أمام زخم اعلامي كبير، وهذا يؤدي بطبيعة الحال للتأثير في قيم وأفكار الفرد الجزائري ومع ظهور هذه القنوات أصبح هناك تنافس حول المضامين الاعلامية المتعددة التي تعتبر محظ اهتمام لدى المشاهد لمعرفة المواضيع الصادقة حيث أصبحت المصادقية الهاجس الأكبر للمتلقي وكذا القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة منها والتي تسعى للبحث عن الحقيقة والحصول على ثقة المشاهد لأنه العامل المهم في نجاح الوسيلة الاعلامية.

وعلى ضوء ما تطرقنا له سابقا، ولمعرفة اتجاهات المشاهد الجزائري وبالتحديد فئة الطلبة الجامعيين نحو مصادقية المضامين الاعلامية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة جاءت دراستنا هذه متخذين طلبة

علوم الاعلام والاتصال بجامعة غرداية كعينة، ومن هذا المنطلق قسمنا الدراسة الى مقدمة و ثلاث جوانب المنهجي والنظري والتطبيقي وأخيرا خاتمة حيث تناولنا في:

**الجانب الأول المنهجي:** قمنا بتحديد اشكالية الدراسة وتساؤلاتها الفرعية، أهدافها، اهميتها، أسباب اختيار الموضوع، حدود الدراسة ونوع الدراسة والمنهج والأدوات المعتمد عليها في الدراسة بالإضافة الى تحديد مجتمع البحث والعينة المراد دراستها، وكذا تحديد بعض مصطلحات ومفاهيم الدراسة كما تم التطرق الى المقاربة النظرية المتمثلة في نظرية الاستخدامات والإشباعاكتخلفية نظرية لهذه الدراسة.

**الجانب الثاني النظري:** قسمناه الى فصلين الفصل الأول تناول عنوان المصدقية والمضامين في وسائل الاعلام والذي يشمل مبحثين، المبحث الأول تمثل في المصدقية في وسائل الاعلام حيث تجزأ الى ثلاث مطالب، أما المبحث الثاني تمثل في المضامين الإعلامية حيث تجزأ الى ثلاث مطالب. أما الفصل الثاني خصص للقنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة حيث قسم الى مبحثين، المبحث الأول كان حول ماهية التلفزيون وتكون من ثلاث مطالب أما المبحث الثاني كان حول القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر حيث انطوى تحته ثلاث مطالب.

**الجانب الثالث التطبيقي:** خصص للدراسة الميدانية تم فيه تحليل البيانات وعرض نتائج اجابة المبحوثين عن طريق الاستبيان حيث تضمنت استمارة الاستبيان البيانات الشخصية اضافة الى ثلاث محاور: المحور الأول تمثل في أنماطالمشاهدة لطلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة غرداية للمضامين الإعلامية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة، والمحور الثاني عن دوافع واشباعاكتخلفية لدى طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة غرداية من خلال المضامين الإعلامية للقنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة، أما المحور الثالث تمثل في تقييم طلبة علوم الاعلام والاتصال لمصدقية المضامين الإعلامية في

القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة، وفي الأخير ختمنا دراستنا بخاتمة كانت كحوصلة لنتائج الدراسة  
ككل.

## الجانب المنهجي

- أ- إشكالية الدراسة
- ب- تساؤلات الدراسة
- ج- أهداف الدراسة
- د- أهمية الدراسة
- هـ- أسباب اختيار الموضوع
- و- حدود الدراسة
- ز- نوع الدراسة
- ح- منهج الدراسة
- ط- أدوات الدراسة
- ي- مجتمع الدراسة
- ك- عينة الدراسة
- ل- الدراسات السابقة
- م- الخلفية النظرية للدراسة
- ن- تحديد المفاهيم ومصطلحات الدراسة

### إشكالية الدراسة :

أصبح التلفزيون واحدا من أهم وسائل الإعلام، خاصة مع تقنية البث المباشر عبر الأقمار الصناعية والتي أنتجت الفضائيات الإعلامية ذات الفعالية في التأثير، خاصة منها الفضائيات العربية؛ التي استطاعت على الرغم من تأخرها اللحاق بالركب التكنولوجي، وأن تحتل مكانة هامة و جزءا كبيرا في الجوانب الحياتية للمجتمع، فمن المعلوم أن أغلب الدول العربية تملك على الأقل نافذة فضائية ساهمت بشكل أو بآخر في تنشئة الفرد العربي.

ورغم ظهور الوسائل التكنولوجية الحديثة والأكثر تطورا في الناحية التقنية ، إلا أن التلفزيون يبقى أكثر الوسائل الإعلامية أهمية لدى الجماهير وأكثرها توجيها لآرائهم وأفكارهم ، الشيء الذي دفع القائمون على شؤون السمع البصري إلى فتح المجال أمام إنشاء العديد من القنوات التلفزيونية العامة والمتخصصة من أجل معالجة القضايا المجتمعية وبحثا عن التنوع والثراء في الأخبار والبرامج والمواضيع واستجابة لرغبات الجمهور باعتباره غير متجانس.

كل هذه الفضائيات تطل علينا عبر نوافذ وقنوات إعلامية متعددة ، حيث استطاعت فرض نفسها كأحد أهم المضامين الإعلامية التي يحرص عليها المشاهد في كل مكان، خاصة مع ظهور ما يسمى بالقنوات الخاصة و حاجة المشاهد لمعرفة المضامين الصادقة من خلال الكم الهائل من البرامج ، حيث أصبحت المصدقية الهاجس الأكبر للمتلقين وكذا القنوات التلفزيونية الفضائية التي تسعى للبحث عن الحقيقة والحصول على ثقة المشاهد لأنه العامل المهم في نجاح الوسيلة الإعلامية واستمرارها في سوق المنافسة الإعلامية.

كل ذلك ساهم في ظهور عدة دراسات حول موضوع مصداقية وسائل الاعلام ، باعتبارها عامل ومعيار مهم وأساسي ومؤثر في العملية الاعلامية ، ومن بينها دراستنا هذه والتي تأتي بغية التعرف على مدى تواجد هذا المعيار " المصدقية " ضمن المضامين الاعلامية للقنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر، من خلال رأي شريحة مهمة من المجتمع الجزائري وهم الطلبة الجامعيين ممثلين في طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة غرداية تجاه مصداقية ما تقدمه تلك القنوات التلفزيونية من مضامين اعلامية.

وبذلك نطرح التساؤل الرئيس التالي: ما هي اتجاهات طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة غرداية نحو مصداقية مضامين القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة؟

### التساؤلات الفرعية :

- 1) ماهي أنماط مشاهدة طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة غرداية للمضامين الاعلامية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة؟
- 2) ماهي دوافع مشاهدة طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة غرداية للمضامين الاعلامية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة؟
- 3) ما الاشباع المحققة من مشاهدة طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة غرداية للمضامين الاعلامية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة؟
- 4) ما هو تقييم طلبة الاعلام والاتصال بجامعة غرداية نحو مصداقية المضامين في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة؟

### أهداف الدراسة :

- 1- التعرف على أنماط مشاهدة طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة غرداية للمضامين الاعلامية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة.
- 2- دوافع مشاهدة طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة غرداية للمضامين الاعلامية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة.
- 3- ابراز الاشباع المحققة من مشاهدة طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة غرداية للمضامين الاعلامية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة.
- 4- التوصل الى نتائج توضح تقييم طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة غرداية لمضامين القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة .

### أهمية الدراسة :

تكتسي هذه الدراسة أهمية كبيرة من خلال كشفنا عن التأثيرات الذي أحدثتها القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة في علاقتها بالطلبة الجامعيين، بحيث يعتبر الطلبة فئة جد هامة في المجتمع، باعتبارهم فئة واعية وهي من تعمل على التفكير في المستقبل، وهناك أهمية أخرى تتمثل في معرفة وقياس الاتجاهات حيث تعطي لنا صورة واضحة عن مدى إقبال طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة غرداية على المضامين الاعلامية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة.

### أسباب الدراسة

ان اختيارنا لهذا الموضوع كان لاعتبارات موضوعية وذاتية حيث تتمثل الاعتبارات الموضوعية كالاتي :

- إثراء المكتبة الجامعية بمثل هذا النوع من الأبحاث الاعلامية.
- محاولة فهم توجه الطلبة الجامعيين المضامين الاعلامية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة .
- الرغبة في التعريف بالقنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة.

الذاتية :

- الميل الى هذا النوع هذا النوع من المواضيع بما أننا طلبة علوم الاعلام والاتصال.
- رغبتنا في تناول موضوع يتعلق بالمشاهد الجزائري وعلاقته بالقنوات التليفزيونية الخاصة.

### حدود الدراسة :

- ✓ **المجال المكاني :** يمثل المجال المكاني لدراستنا هو جامعة غرداية
- ✓ **المجال البشري :** يمثل المجال البشري لدراستنا هم طلبة جامعة غرداية " قسم علوم الاعلام والاتصال"
- ✓ **المجال الزمني :** يحدد المجال الزمني للدراسة من اكتوبر 2019 الى سبتمبر 2020، حيث اعددنا استمارة وعرضناها على الأساتذة المحكمين لضبط الاستمارة ليتم توزيعها على الطلبة.

### نوع الدراسة :

تندرج دراستنا ضمن البحوث الوصفية التي يقصد بها: التصوير الدقيق للعلاقات المتبادلة بين المجتمع والاتجاهات والميول والرغبات والتصورات بحيث يعطي للبحث صورة الواقع الحياتي ووضع مؤشرات وبناء تنبؤات مستقبلية لوصف الظاهرة المدروسة وتصويرها عن طريق جمع المعلومات عن مشكلة وتصنيفها وتحليلها واخضاعها للدراسة الدقيقة للحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة هذه الظاهرة.<sup>1</sup>

### منهج الدراسة :

**المنهج :** هو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسة المشكلة لاكتشاف الحقيقة وهو الطريق المؤدي لكشف الحقيقة في العلوم بواسطة طائفة من القواعد العامة التي تهيمن على سير العقل وتحديد عملياته حتى تصل الى صحة المعلومة.<sup>2</sup>

المنهج المعتمد عليه : لقد اعتمدنا في هذه الدراسة على منهج المسح الاجتماعي اذ ينطبق هذا المنهج على نطاق واسع بهدف وصف الوضع القائم. ويعتمد هذا المنهج على جمع البيانات عن ظاهرة ما من عينة كبيرة جدا وبحيث تكون هذه الظاهرة محددة جدا والمسح يتم في ظروف طبيعية حيث تتم دراسة الأشياء والظواهر كما هي في الطبيعة.<sup>3</sup>

### أدوات الدراسة :

**1) الملاحظة :** تعتبر أداة جمع بيانات التي تعتمد على الاسلوب العلمي في التوصل الى المعلومات المستهدفة من اجراء البحوث الاجتماعية خاصة تللك التي تتصل بتأثير البرامج على سلوكيات المستفيدين في زمن محدد.

<sup>1</sup> محمد جمال الفار: معجم المصطلحات الاعلامية . دار اسامة. الاردن - عمان. 2013. ص.46.

<sup>2</sup> عامر بحوش : مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث. ديوان المطبوعات الجزائرية. ط.2. الجزائر. 1999م. ص.81.

<sup>3</sup> سهيل رزق دياب: مناهج البحث العلمي. غزة فلسطين. 2003. ص.81.

و قد عرفها البعض أنها " توجيه الحواس و الانتباه إلى ظاهرة معينة أو مجموعة من الظواهر رغبة في الكشف عن صفاتها أو خصائصها بهدف الوصول إلى كسب معرفة جديدة عن تلك الظواهر أو الظاهرة"<sup>1</sup>

وقد اعتمدنا على الملاحظة بالمشاركة في دراستنا من خلال ملاحظة أنماط وسلوكيات طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة غرداية من خلال مشاهدتهم للقنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة.

**2) الاستبيان:** اذ تعتمد الدراسة على استمارة الاستبانة كأداة رئيسية لجمع البيانات باعتبارها تنسجم مع طبيعة البحث وأكثر فاعلية بالنظر لمجتمع البحث الواسع والمتنوع.

من أجل الحصول على اجابات تتضمن البيانات والمعلومات المطلوبة ويعرفها عبد الله الهماي " بأنها مجموعة من الأسئلة المقننة وتوجه الى المبحوثين من أجل الحصول على بيانات ومعلومات حول قضية أو موقف أو اتجاه"<sup>2</sup>.

ولقد اعتمدنا في بحثنا هذا على استمارة الاستبيان كأداة أساسية في جمع المعلومات الخاصة بدراستنا ولقد تضمنت الاستمارة 26 سؤالاً مقسمين على محور البيانات الشخصية وثلاث محاور والتي تمثلت في الآتي :

✓ المحور الأول : أنماط المشاهدة لطلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة غرداية للمضامين الإعلامية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة.

✓ المحور الثاني : دوافع واشباكات المحققة لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة غرداية من خلال المضامين الإعلامية للقنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة.

✓ المحور الثالث : تقييم طلبة علوم الإعلام والاتصال لمصداقية المضامين الإعلامية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة.

**صدق المحكمين:** وهو اختبار قدرة الاستبيان على قياس ما هو مطلوب قياسه بحيث يتضمن عدم

<sup>1</sup>عمار بوحوش: مناهج البحث العلمي و طرق اعداد البحوث. ديوان المطبوعات الجامعية. ط.3. بن عكنون. 1995. ص.81.

<sup>2</sup> عامر عبد الله الهماي : أسلوب البحث العلمي وتقنياته. جامعة قارونس. 1988. ص.88.

## الجانب المنهجي

تسرب أو التحيز أو الخطأ، في أي مرحلة من المراحل التي قد تؤثر على صلاحية الأدوات المنهجية المستخدمة للدراسة، وبالتالي ارتفاع مستوى الثقة 1 فيها، ولقد اعتمدنا على الأسئلة المغلقة والمفتوحة والأسئلة المغلقة التي تتضمن عدة اقتراحات، وقد تم عرض هذه الاستمارة على عدد من الأساتذة<sup>1</sup> بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة غرداية، بحيث وضعت مجموعة من الملاحظات و الاقتراحات من طرف المحكمين من اجل أخذها بعين الاعتبار، وذلك من خلال إعادة بعض الأسئلة أو تصحيح الغموض فيها، وفي الأخير بعد التشاور مع الأساتذة المشرفة تم إعداد الاستمارة النهائية التي وزعت على المبحوثين كما في الملحق

**ثبات الاستبانة:**

**معامل ألفا كرومباخ:** سيتم التأكد من مدى ثبات أداة الدراسة (الاستبيان) والذي يعني استقرار هذه الأداة وعدم تناقضها مع نفسها أي قدرتها على الحصول على نفس النتائج في حالة ما إذا أعيد توزيعها على نفس العينة تحت نفس الظروف، وقد تم استخدام معامل ألفا كرومباخ ( Cronbach's Alpha) بالاستعانة ببرنامج SPSS 23 لقياس الثبات و في الجدول التالي ما تم الحصول عليه من نتائج:

**جدول رقم (01): يوضح نتائج اختبار ألفا كرومباخ**

المحاور	المجال	عدد العبارات	ألفا كرومباخ
تقييم طلبة علوم الإعلام والاتصال لمصادقية المضامين الإعلامية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة	المحور الثالث	11	0.784

يلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معامل " ألفا كرومباخ " الكلي قريبة من (0,7)، ومنه نقول أن أداة القياس تتمتع بالثبات فيما يخص عينة الدراسة، ونسبة يمكن قبولها لأغراض التحليل، إذ

<sup>1</sup> د. فلاح كريمة، د. كانون جمال، د. طوالبية محمد، أساتذة بجامعة غرداية، قسم علوم الاعلام والاتصال.

أنها تجاوزت الحد الأدنى المعتمد في مثل هذه الدراسات، مما يعني إمكانية الاعتماد على الاستبيان في قياس المتغيرات المدروسة نظرا لقدرته على إعطاء نتائج متوافقة.

### مجتمع الدراسة

يعتبر تحديد مجتمع الدراسة الخطوة الرئيسية التي يجب اتباعها قبل تحديد نوع العينة ومجتمع الدراسة يشمل جميع الوحدات التي تتوفر فيها الخصائص لدراستها . ويعرف مجتمع البحث بتجمع الأفراد وأشياء تشترك في خصائص معينة أو بعبارة أخرى المجتمع هو مجموع وحدات ادارية أو منشأة اقتصادية أو مؤسسة تعليمية.<sup>1</sup>

فمجتمع البحث في دراستنا يتمثل في كل الطلبة الجامعيين بقسم علوم الاعلام والاتصال سواء كانوا ذكورا ام اناث.

### عينة الدراسة

تعرف العينة بأنها جزء من المجتمع البحث الاصيلي يختارها الباحث بأساليب مختلفة وبطريقة تمثل المجتمع الاصيلي وتحقق أغراض البحث وتعني الباحث عن مشتقات دراسة المجتمع الاصيلي.<sup>2</sup> ولقد اعتمدنا في بحثنا هذا عن العينة الطبقية حسب طبيعة الموضوع وهي عبارة عن تقسيم مجتمع الدراسة على طبقات متجانسة بقدر الامكان, ويفيد هذا التقسيم من كفاءة العينة وتقليل حجمها الى حد ما.<sup>3</sup>

السنوات	الذكور	الاناث	المجموع الكلي
سنة ثانية	57	76	133
سنة ثالثة	67	83	150
سنة اولى ماستر	13	23	36
سنة ثانية ماستر	32	60	92
المجموع الكلي	169	242	411

<sup>1</sup> عبد الله عامر العالي: أسلوب البحث العلمي. دار الكتب الوطنية. ط.1. بنغازي. 2003 ص.21.

<sup>2</sup> جودت عزت عطوي : أساليب البحث العلمي. دار الثقافة الدولية للنشر والتوزيع. الاردن. 2000. ص.85.

<sup>3</sup> محمد محمد الهادي : أساليب اعداد وتوثيق البحوث العلمية. مكتبة الأكاديمية. ط.1. القاهرة. 1995. ص.157.

## الجانب المنهجي

اذ تعد من أقل أنواع العينات وأكثر هادفة في تمثيل المجتمعات الغير متجانسة فقد استخدمنا هذا النوع نظرا لانتشاره الكبير. وتمت عملية اختيار العينة المكونة من 100 مفردة كالتالي :

حجم العينة : 100 مفردة
المجتمع الكلي : 411 طالب

$$ك1 \times \text{حجم العينة} \div \text{المجتمع الكلي}$$

- حجم العينة من الطبقة الأولى:  $133 = 100 \div 411 \times 32.36$  أي 32 طالب.
- حجم العينة من الطبقة الثانية:  $150 = 100 \div 411 \times 36.49$  أي 37 طالب.
- حجم العينة من الطبقة الثالثة:  $36 = 100 \div 411 \times 8.75$  أي 8 طالب.
- حجم العينة من الطبقة الرابعة  $92 = 100 \div 411 \times 22.38$  أي 23 طالب.

وبعد حساب عدد مفردات العينة وفقا للطبقات المعينة قمنا بسحب حجم عينة كل طبقة بطريقة عشوائية.

### الدراسات السابقة :

إن كل دراسة علمية او ميدانية تقوم على مرتكزات من بينها الدراسات السابقة التي تقوم على تدعيم وتوجيه مسارات البحث العلمي, حيث نتطرق هنا إلى عرض بعض الدراسات التي لها علاقة بدراستنا, وهذا تدعيما لبحثنا وعلى هذا الأساس قمنا بتفحص بعض المذكرات وعليه تم الاعتماد على:

❖ **الدراسة الأولى:** للباحثين "حميتي حسيبة ونوحة أم كلثوم" بعنوان "اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو المضامين الاعلامية في اليوتيوب" وانطلقت الباحثين من التساؤل التالي :ماهي اتجاهات طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة ورقلة نحو المضامين الاعلامية في اليوتيوب؟

واعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي مستخدمة أداة الاستبيان في جمع المعلومات من مجتمع البحث المتمثل الطلبة الجامعيين بقسم علوم الاعلام والاتصال والذي يضم التخصصات التالية (إعلام واتصال, اتصال وعلاقات عامة, تكنولوجيا الاتصال الحديثة ) وبلغ عدد مجتمع البحث 918 طالب معتمدين على العينة القصدية قدر حجمها ب50 مفردة.

وتوصلت الباحثين إلى اهم النتائج منها:

1. تمثل المضامين الاعلامية التي على صفحة اليوتيوب بالنسبة للمبحوثين مكانة هامة في حياتهم اليومية وذلك من خلال إجابة معظم المبحوثين بأنهم يشاهدونها دائما.
2. أصبحت هذه المضامين ضرورية بالنسبة لكل طالب في حياته اليومية لتوفر بعض الموضوعات الهامة في المجتمع وعلى سبيل المثال المواضيع الدينية.
3. أغلب ما يدفع الطالب الجامعي لمشاهدة هذه المضامين الاعلامية هو التعلم والتثقف وذل لوجود العديد من البرامج والمقاطع التي تسعى إلى تحقيق رفاهية الطلبة بعد قضاء يوم دراسي.
4. يشجع المبحوثين بقية الطلبة الجامعيين على ضرورة تصفح هذه المضامين في موقع اليوتيوب وذلك لاستمتاعهم بمجرد دخولهم له.

تعقيب على الدراسة: تتداخل هذه الدراسة مع دراستنا في مايتعلق بمتغير المضامين الاعلامية بالإضافة الى ذلك هناك تشابه من جانب المقاربة النظرية لدراسة المتمثلة في نظرية الاستخدامات والاشباع المحققة وكذا يشتركان في استخدام أداة الاستبيان .

❖ **الدراسة الثانية:** للباحثين "الداوي مريم و عواريب سلمى" بعنوان " واقع القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة من وجهة نظر الصحفيين بمدينة ورقلة " وانطلقت الباحثين من التساؤل التالي : ماهو واقع القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة من وجهة نظر صحفيين ورقلة ؟

واعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي مستخدمين أداة الاستبيان في جمع المعلومات من مجتمع البحث المتمثل في المختصين في مجال الاعلام والاتصال في ولاية ورقلة اذ تم الاعتماد على العينة القصدية قدر حجمها 46 صحفيا تم توزيع الاستبيان عليهم.

وتوصلت الباحثين الى عدة نتائج أهمها :

1. تتميز القنوات الجزائرية الخاصة بمستوى عال في محتوياتها فالقنوات الجزائرية الخاصة تقدم مستوى جيد لجمهورها قد يجعلها تكسر هيمنة التلفزيون العمومي.
2. تمتلك القنوات الجزائرية الخاصة عناصر بشرية كفاءة ذات مستوى جيد مما يجعلها في تطور مستمر وتقدم الأفضل.

3. تستطيع القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة مواجهة التحديات المستقبلية التي تواجهها لكن لا يمكن ان تنافس الاعلام التلفزيوني العمومي.

4. تعمل القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة على العمل باحترافية وذلك من خلال التنوع في البرامج والتكوين الجيد للصحفيين وكذلك العمل بمصداقية لكسب ثقة الجمهور.

تعقيب على الدراسة: اتفقت دراستنا مع هذه الدراسة السابقة في مجال القنوات الفضائية حيث ركزت بنسبة كبيرة على القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة وهو موضوع البحث الذي نسلط الضوء عليه، وكذا تشابهها في المنهج المستخدم بالإضافة الى استخدام أداة الملاحظة والاستبيان .

❖ **الدراسة الثالثة** : للباحثين " مراح سمية و حمري جهاد " بعنوان " مصداقية الاعلام الجديد ".  
"النهار أون لاين " نموذجاً " وانطلقت الباحثين من التساؤل التالي: ما مدى مصداقية مضمون النهار أون لاين من وجهة نظر الطلبة؟

واعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي الوصفي. ومجتمع البحث هو طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة خميس مليانة الجيلالي بونعامة, جميع المستويات ليسانس وماستر من الجنسين, تم اعتمادهم على العينة القصدية وبلغ حجم العينة 100 مفردة مستخدمين الأدوات التالية لجمع البيانات: الملاحظة والمقابلة والاستبيان.

وتوصلت الباحثين الى عدة نتائج أهمها:

1. هيمنة الانترنت على الحياة اليومية حيث أصبحت مصدراً لتصفح الصحف، وأداة للتواصل، وحتى للتفاعل مع المادة الإخبارية التي أصبح فيها القارئ منتجاً ثانياً من خلال التعليق.
2. الموقع يتميز بكثرة الأخبار والسرعة وذلك للانتشار الواسع الذي عرفه في الآونة الأخيرة بالإضافة الى تميزه بالسبق الصحفي.
3. الفضاء الافتراضي يتيح للقارئ خاصية التفاعل والتعبير عن قضاياهم الاجتماعية وبالتالي خلق الموقع متنفس جديد لا يوجد في الوسائل الاعلامية الأخرى للتفاعل مع القراء.
4. ان موقع النهار أون لاين وفقاً لأفراد العينة أن لديه مكانة قوية لدى القراء وينشر الأخبار في وقتها أي أنه يتميز بالآنية وأيضاً يتيح فرصة التفاعل مع القراء.

**تعقيب على الدراسة:** تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا في مجال المصدقية ولكن دراستنا شملت جل القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة بينما الدراسة السابقة خصصت قناة " النهار اون لاين " وتتشابه هذه الدراسة مع دراستنا في اختيار نوع المنهج ( المنهج المسحي ) وكذا اعتمادنا على نفس ادوات لجمع معلومات الدراسة والمتمثلة في الاستبيان والملاحظة.

**الخلفية النظرية للدراسة :**

### ❖ نظرية الإستخدامات والإشباعات: User and Gratification

هذه النظرية من النظريات الهامة في عالم الدراسات الإعلامية الحديثة على أساس أنها تحاول فهم عملية الإعلام, كذلك تحاول كشف كيف ولماذا يستخدم الأفراد وسائل الإعلام وما دوافع تعرضهم التي تدفعهم للجلوس أمام التلفزيون وشراء وقراءة الصحف أو سماع برامج الإذاعة و التفاعل مع شبكات التواصل الإجتماعي. هذه النظرية محتواها تحاول الإجابة على السؤال لماذا يتصل الناس بالإعلام؟ وما الإحتياجات التي تجعل الأفراد يستخدمون وسائل الإعلام؟ وما الوظائف التي تقوم بها عند الناس؟ وبعبارة أخرى ماذا يفعل الإعلام بالناس.<sup>1</sup> وبعبارة أخرى ماذا يفعل الإعلام بالناس؟ لذا النظرية تعتمد على أن الأفراد مدفوعون بمؤثرات نفسية وإجتماعية وثقافية تجعلهم محتاجون للإعلام و الإتصال.

### ❖ فروض نظرية الاستخدامات والاشباعات:

**الفرض الأول:** جمهور المتلقين هو جمهور نشط, واستخدامه لوسائل الاعلام هو استخدام موجه لتحقيق أهداف معينة.

**الفرض الثاني:** يمتلك اعضاء الجمهور المبادرة في تحديد العلاقة بين إشباع الحاجات واختيار وسائل معينة يرى انها تشبع حاجاته.

**الفرض الثالث:** تنافس وسائل الاعلام مصادر اخرى لإشباع الحاجات مثل الاتصال الشخصي.

<sup>1</sup> عزام علي الجويلي: الاعلام الجماهيري . دار غيداء للنشر. عمان .2014. ص. 215 – 216 .

**الفرض الرابع:** الجمهور هو وحده القادر على تحديد الصور الحقيقية لاستخدامه وسائل الاعلام لأنه هو الذي يحدد اهتماماته وحاجاته ودوافعه, وبالتالي اختيار الوسائل التي تشبع حاجاته.<sup>1</sup>

### ❖ أهداف نظرية الاستخدامات والاشباعات :

يحقق منظور الاستخدامات والاشباعات ثلاثة أهداف رئيسية هي :

1- محاولة تحديد كيفية استخدام الافراد لوسائل الاعلام وذاك بالنظر الى الجمهور النشط الذي يستطيع أن يختار ويستخدم الوسائل والمضامين التي تشبع احتياجاته.

2- شرح دوافع التعرض لوسائل الاعلام الإشباعات المتحققة من هذا التعرض .

3- التأكيد على نتائج استخدام وسائل الاعلام بهدف فهم عملية الاتصال الجماهيري.<sup>2</sup>

### ❖ أهم الانتقادات الموجهة لنظرية الاستخدامات والاشباعات :

1- ان هذه النظرية تتبنى مفاهيم تتسم بشيء من المرونة مثل الدافع، الاشباع، الهدف، الوظيفة، وهذه المفاهيم ليس لها تعريفات محددة، وبالتالي فمن الممكن أن تختلف النتائج التي نحصل عليها من تطبيق النظرية تبعا لاختلاف التعريفات.

2- ان الحاجات الخاص بالفرد متعددة ما بين فسيولوجية ونفسية واجتماعية، وتختلف أهميتها من فرد لآخر ولتحقيق تلك الحاجات تتعدد أنماط التعرض لوسائل الاعلام واختيار المحتوى.

3- تقوم النظرية على افتراض أن استخدام الفرد لوسائل الاعلام استخدام متعمد ومقصود وهادف، والواقع يختلف في أحيان كثيرة عن ذلك، فهناك أيضا استخدامات غير هادفة.<sup>3</sup>

### سبب اختيارنا للنظرية :

موضوعنا يعالج مصداقية المضامين في للقنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة من وجهة نظر الطلبة الجامعيين وهو موضوع يدرس علاقة وسيلة التلفزيون " القنوات التلفزيونية الخاصة" بالجمهور المتمثل في

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد: نظريات الاعلام واتجاهات التأثير. عالم الكتب. ط.2. القاهرة. 2000. ص.130.

<sup>2</sup> رؤوف عبد الحكم العادلي: الاعلانات الصحفية دراسة في استخدامات والاشباعات. دار الفجر. ط.1. القاهرة. 2004. ص.126.

<sup>3</sup> محمود حسن إسماعيل: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير. الدار العالمية للنشر والتوزيع. ط.1. المرم. 2003. ص.257.

الطلبة الجامعيين ، لذلك رأينا أن تستند هذه الدراسة الى نظرية الاستخدامات والاشباع وذلك لأنها من النظريات الاتصال الحديثة التي تدرس علاقة الوسيلة بالجمهور من حيث استخداماته ودوافعه والاشباع المحققة ، وهو الهدف الأساسي من دراستنا.

تحديد المصطلحات والمفاهيم :

### 1. الاتجاه:

**لغة:** ترجع كلمة الاتجاه تاريخيا إلى أصلين: الاول مشتق من الأصل اللاتيني "aptus" والذي يشير إلى معنى اللياقة وكان أول من استخدمه (هريت سبنسر) . أما الثاني فيرتبط باستخدام كلمة "posture" والتي تعني وضع الجسم عند التصوير ثم تطور استخدام هذا المصطلح فأصبح يشير إلى الوضع المناسب للجسم للقيام بأعمال معين.<sup>1</sup>

**اصطلاحا:** يعرف بأنه حالة نفسية قائمة وراء رأي يتعلق بموضوع معين، واذ ارتبط بجماعة أو مجموعة نسميه الاتجاهات الجماعية أو اتجاهات الجمهور، وصار يمكن أن نطلق عليه الرأي العام أو تعبير محدد عن قيمة او معتقد، لهذا يشمل نوعا من التعبير الايجابي والسلبي.<sup>2</sup>

**اجرائيا:** هو الموقف الذي يتبناه طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة غرداية ازاء مصداقية المضامين الاعلامية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة وقد يكون بالاستجابة أو الرفض أو الحياد.

### 2. الطلبة الجامعيين:

هي فترة من حياة الانسان يتميز فيها بمجموعة من الخصائص تجعلها اهم فترات الحياة وأخصبها وأكثرها صلاحية لتجاوب مع المتغيرات السريعة المتلاحقة التي يمر بها المجموع الانساني المعاصرة وهي الفترة التي ينضم فيها الشباب إلى الجامعة وتكون أعمارهم من 17-35 سنة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> محمد منير حجاب: الموسوعة الاعلانية. دار الفجر للنشر والتوزيع. المجلد الاول. القاهرة. 2003. ص.259.

<sup>2</sup> سناء جبور: الاعلام والرأي العام العربي والعالمي. دار اسامة للنشر والتوزيع. عمان - الاردن. 2010. ص.26.

<sup>3</sup> علي حمودة: أثر شبكة المعلومات الدولية في الوعي الديني للشباب الجامعي في مصر. رسالة ماجستير. كلية اللغة العربية. جامعة الأزهر. مصر. 2011. ص.44.

اجرائيا: هم طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة غرداية المتلقين للمضامين التلفزيونية الجزائرية الخاصة.

### 3. المصدقية:

لغة: مصدر صدق قول الحقيقة كما هي، نقيض الكذب، الصدق يعني الجد خلاف الخيانة ومطابقة الكلام للواقع<sup>1</sup>.

اصطلاحا: هي قابلية المصدر للتصديق أو الثقة في المصادر التي تشير بمحملها الى أن الرسالة الاتصالية سواء في مجال الاعلام او غيره من مجالات الاتصال التي يتم بثها من مصادر عالية التصديق تزيد من درجة اقناعية الرسائل ذاتها وتعد المصدقية مهمة للتفرقة بين وسيلة اتصالية واخرى.<sup>2</sup>

اجرائيا: هي الثقة التي تعطيها القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة لطلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة غرداية.

### 4. الاعلام:

لغة: هو التبليغ والإبلاغ أي الإيصال " يقال بلغت القوم بلاغا " أي أوصلته الشيء والبلاغ ما بلغك أي وصلك، وفي الحديث " بلغو عني ولو آية " أي أوصلوها غيركم وأعلموا الآخرين وأيضا فليبلغ الشاهد الغائب أي ف علم الشاهد الغائب ويقال: "أمر الله بلغ" أي بالغ وذلك لقوله تعالى: ﴿إِنَّ اللَّهَ بِالْغَيْبِ لَشَهِيدٌ﴾<sup>3</sup> أي فاقد يبلغني أي أريد به.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> عصام نور الدين : معجم الوسيط، عربي عربي. دار الكتاب العلمية . ط.1. بيروت- لبنان.2005. ص.782.

<sup>2</sup> محمد منير حجاب: المعجم الاعلامي. دار الفجر للنشر والتوزيع. ط.1. القاهرة. 2004. ص.490.

<sup>3</sup> الآية 3 من سورة الطلاق.

<sup>4</sup> عبد الرزاق محمد الدليمي: مدخل الى وسائل الاعلام والاتصال. دار الثقافة. د.ط.2011. ص.17-18.

**اصطلاحاً:** وهو تزويد الناس بالأخبار الصادقة والمعلومات الصحيحة والحقائق الثابتة التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة معينة.<sup>1</sup>

**اجرائياً:** هو عملية نقل ونشر المعلومات والأخبار بواسطة القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة قصد التأثير على توجهات طلبة الاعلام والاتصال بجامعة غرداية.

### 5. المضامين الاعلامية:

هو أي مضمون ينتجه مستخدم وسائل الاعلام الجديدة بأنفسهم وبشكل مستقل عن أي مؤسسة إعلامية أو غير إعلامية ويستهدف مستخدمين آخرين أو هو مضمون ينتجه الجمهور للجمهور و مع التأكيد على أنه مصطلح متسع يمتد من مجرد تصنيف القراء لأهمية موضوعات معينة إلى ما يبثونه على التلفزيون ووفقا للجمهور المشاركة في كل مراحل صناعة الخبر والمعلومة والرأي سواء من جمع المادة أو تحريرها أو اختيارها أو ترتيبها أو تصنيفها أو التعليق عليها أو تحليلها أو اتخاذ قرار بإرسالها لآخرين أو حذفها.<sup>2</sup>

**اجرائياً:** هي تلك المواد الصحفية البارزة في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة.

### 6. القناة :

**لغة :** القناة هي الرمح الأجوف وهي بمعنى مجرى الماء يقال فلان صب القناة أي القامة.<sup>3</sup>

**اصطلاحاً :** لكل محطة إذاعية تلفزيونية قناة معينة تبث عليها إرسالها و هي بمثابة الطريق تسلكه الإشارة الإذاعية أو التلفزيونية مع محطة الار سال إلى أجهزة الاستقبال، و يطلق الاسم نفسه على مصدر الأخبار أو المعلومات أو أي طريق تسلكه هذه المعلومات.

<sup>1</sup> سمية إبراهيم المكاوي: الإعلام الإسلامي والإعلام الغربي في حاضر اليوم، مذكرة ماجستير. جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان. 2016. ص.11.

<sup>2</sup> حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة. دار المصرية اللبنانية. ط.7. القاهرة. 2008. ص.49.

<sup>3</sup> علي بن هادية بن لحسن ، البليش ، جيلالي بن الحاج: القاموس الجديد للطالب. المؤسسة الوطنية للكتاب. 1999، ص.86.

7. التلفزيون:

لغة: كلمة مركبة من مقطعين TELEVISION، "TELE" ومعناها عن بعد و "VISION" معناها الرؤية، وبهذا يكون معنى الكلمة هو الرؤية عن بعد.

اصطلاحا: هو طريقة ارسال واستقبال الصورة والصوت من مكان الى آخر بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية، ثم بواسطة الأقمار الصناعية ومحطاتها الأرضية في البث طويل المسافة.<sup>1</sup>

8. التعريف الاجرائي للقنوات التلفزيونية: وهي محطات تلفزيونية تبث مجموعة من المضامين والمواد الاعلامية بالصوت والصورة والحركة، تنقل أخبار ومعلومات للجمهور بقصد التأثير فيه.

9. القنوات التلفزيونية الخاصة: هي محطات تلفزيونية جزائرية ذات ملكية خاصة تتبع لأشخاص أو لمؤسسات أو لأحزاب سياسية معينة .

<sup>1</sup>فوضيل دليو: مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية. ديوان المطبوعات الجامعية. الجزائر. 1998. ص.143.

# الكتاب النظري

## الفصل الأول: المصداقية والمضامين في وسائل الاعلام

تمهيد

1.I. المصداقية في وسائل الاعلام

1.1.I. مفهوم المصداقية

2.1.I. انواع المصداقية

3.1.I. محددات مصداقية الوسيلة الاعلامية

2.I. المضامين الاعلامية

1.2.I. مفهوم المضامين الاعلامية

2.2.I. التحولات الكبرى في صناعة المضامين الاعلامية

3.2.I. اساسيات لإنتاج المضامين الاعلامية

خلاصة

## تمهيد:

إن دراسة مصداقية الوسائل الإعلامية وما تنشره من مضامين إعلامية من أكثر الدراسات التي حظيت بإهتمام كبير من قبل الباحثين والمتخصصين منذ بداية إهتمامهم بدراسة الإتصال الجماهيري، فالمصداقية الإعلامية من أهم العوامل المؤثرة في الإعلام سواء التقليدي أو الجديد من خلال المضامين المتعددة: إخبارية، تعليمية، ثقافية، سياسية، اجتماعية... فكلها موجهة إلى المتلقي بحيث تنقل ما يحدث في الوسط الإجتماعي بدقة وموضوعية حتى تحصل القناة على ثقة الجمهور وتكون صورة حسنة لمصداقية القناة لديهم.

وفي هذا الفصل سنتناول في المبحث الأول موضوع المصداقية تعريفها وأنواعها ومحدداتها، وفي المبحث الثاني نتناول المضامين الإعلامية تعريفها تحولات الكبرى في صناعتها وأنواعها.

## I. 1. المصداقية في وسائل الاعلام

## I. 1.1. مفهوم المصداقية

ظل مفهوم المصداقية منذ الستينيات وحتى الثمانينات يستحوذ على انتباه الباحثين والجمهور معاً، وذلك بسبب تزايد الشكوى من تناقص مصداقية وسائل الاعلام لظروف اجتماعية وسياسية وبرزت عدة تعريفات لمفهوم المصداقية أهمها:

يعرف سيسيل وجازيو وكريسين ماكجرات المصداقية على أنها: "الحياد والدقة ومراعاة اهتمام الجمهور والاهتمام بأفكاره".

وقدم قاموس وبستر الجديد تعريفاً للمصداقية وهو: "لكي تكون صادقاً يجب أن تقدم قولاً سديداً وأسباباً منطقية وأدلة معقولة قابلة للاعتقاد فيها".

كما قامت أربع مؤسسات أمريكية هي: (الجمعية الأمريكية لمحري الصحف، صحيفة تايمز ميرو ومركز جانز للدراسات الاعلامية - وصحيفة لوس أنجلوس تايمز) قاموا بتقديم تعريف للمصداقية هو "الدقة والاكتمال وتغطية الحقائق والاحداث وعدم التمييز"

وهناك مفهوم آخر ورد في دراسة مصداقية الأخبار الآسيوية بإذاعي صوت أمريكا وbbc وهو "توخي الحرص والأمانة وعدم المبالغة وشمولية تغطية الأخبار"<sup>1</sup>.

ويعرف محمود علم الدين: المصداقية بأنها: "واحدة من العوامل المؤثرة في الإعلام والعملية الإتصالية، وقد اختلفت روى الباحثين حول مفهومها فيرى البعض منهم أنها تعني الثقة في الوسيلة أو إمكانية الاعتماد عليها وآخرون يرون أنها تعني إحترام الوسيلة وتقديرها وتفضيلها كمصدر للمعلومات والآراء مقارنة بغيرها من الوسائل وآخر يعتقد أنها تعني رضا الجمهور عن أداء الوسيلة لذا فإن المصداقية عند البعض تعني الأداء الصائب للوسيلة."<sup>2</sup>

ويعرفها خليل أبو اصبع: "بأنها المدى الذي يتم فيه رؤية المصدر على أنه يعرف الجواب الصحيح كخبير وأنه يتصل مع الآخرين بدون تحيز بإعتبارهم وضع ثقة، والتي تتكون بوجود واحد من ثلاث

<sup>1</sup> عزة عبد العزيز: مصداقية الاعلام العربي. العربي للنشر والتوزيع. ط.1. القاهرة. 2006. ص.19-20-23.

<sup>2</sup> محمود علم الدين: مصداقية الاتصال. دار الوزان للطباعة والنشر. القاهرة. 1989. ص.11.

عوامل وهي: المصدقية، الجاذبية، السلطة، والتي تجعل المصدر مؤثرا في إقناع الجمهور حيث تؤدي مصداقية المصدر التفاعل الداخلي مع الأفكار الجديدة وتؤدي جاذبية المصدر إلى التقمص وتؤدي القوة (السلطة/النفوذ) إلى الأذعان<sup>1</sup>.

### I.1.2. أنواع المصدقية

حاول كل من Tseng & Fogg تسين و فوج استخلاص أربعة أنواع من المصدقة من خلال دراسة حول " المصدقية وتكنولوجيا الحاسوب"، حيث رأى الباحثين انه بالرغم من اجتهاد علماء في تحديد العوامل المساهمة في وجود وفي تقييم المصدقية إلا أنه لم يتم التطرق في أبحاثهم لأنواع المصدقية وتقسيماتها. وقد توصل الباحثان من خلال دراستهما إلى أربعة أنواع من المصدقية وهي: المصدقية المفترضة، المصدقية الظنية، المصدقية السطحية و المصدقية التراكمية.

-أولا المصدقية الافتراضية : يصف الباحثان من خلال هذا النوع من المصدقية كيف يمكن للمتلقي تصديق و تقبل أي شيء أو أي شخص بسبب الافتراضات العامة التي يدركها عقل هذا المتلقي. على سبيل المثال يمكن للأفراد تصديق ما يتلقونه من المقربين منهم كأصدقاء على إفتراض أنهم أشخاص ذوي مصداقية. في المقابل قد يمتنع هؤلاء الأفراد عن تصديق مندوبي المبيعات على افتراض أنهم لا يقولون دائما الحقيقة وبالتالي فهم يفتقرون للمصدقية، فالنظرة السلبية لمندوبي المبيعات أساسها الصورة النمطية التي تعتبر جوهر المصدقية الافتراضية، أي أساسها الافتراضات والقوالب النمطية. فالمتلقي يفترض سابقا وفقا لمدرجاته العقلية أن الرسالة الموجهة إليه من وسيلة أو مرسل معين هي رسالة موضوعية، صادقة و موثوقة وذات مصداقية أو العكس.

ثانيا المصدقية الظنية: وهي المصدقية المبنية على أساس سمعة و تسمية المصدر، فالمتلقي على سبيل المثال عندما يتقبلوا بصدق الرسالة والمعلومات التي يكون مصدرها أستاذ متخصص أو بروفيسور أو رجل دين أو عالم في مجال ما وهذا بالنظر إلى الظن المسبق بمصدقية هؤلاء. فالتسميات والصفات التي تمنح للمصدر شخصا معنويا كان أو طبيعيا تجعله يكون أكثر مصداقية بسبب الظن المسبق والحسن الذي يتشكل لدى الأفراد حول هذا المصدر.

<sup>1</sup> خليل ابو اصبع: الاعلام والاتصال في المجتمعات المعاصرة. دار مجدلاوي لنشر والتوزيع. عمان. 2000. ص. 227.

ثالثا المصداقية السطحية : يقوم هذا من المصداقية على أساس تقييم الأفراد لمصداقية مصدر ما وفقا لأحكام سطحية اي " كالحكم على الكتاب من غلافه ". فالمشاهد لبرنامج ما يمكن أن يحكم على مصداقيته بالنظر لديكوره أو الحكم على مصداقية مقدمة بالنظر إلى طريقة لباسه والحكم على مصداقية موقع ما بالنظر إلى تصميمه.

رابعا المصداقية التراكمية : يستند هذا النوع على الخبرة لتراكمية للمتلقي مع مختلف مصادر الأخبار والمعلومات، والتي يكتسبها مع مرور الوقت، فالتعامل والتفاعل الطويل مع وسائل الإعلام التقليدية والحديثة منها بمختلف برامجها و مقدميها ومواقعها، يمكن المتلقي لرسائلها من تقييم مصداقيتها على المدى الطويل في المستقبل. ويعد هذا النوع الأكثر تعقيدا و الأكثر موثوقية للحكم على مصداقية المصادر.<sup>1</sup>

### I.3.1.1. محددات مصداقية الوسيلة الاعلامية:

حدد " ميتزجر " Metzger " عنصرين أساسيين يؤثران في تقييم الأفراد لمصداقية الوسيلة هما العامل التكنولوجي، والخصائص البنائية للوسيلة وذلك على النحو التالي:

**أولا العامل التكنولوجي:** تعتبر قدرة الوسائل السمعية البصرية على تغطية الأحداث الإخبارية بشكل فوري ميزة تفتقدها الصحف الورقية ويذهب البعض إلى أن هذه الميزة تأتي على حساب الدقة في التغطية الإخبارية.

في حين أشارت الدراسات التي إهتمت بالدقة في التغطية الخبرية إلى أن الجمهور ينظر إلى الصحف على أنها أقل دقة و أكثر تحيزا، حيث يشعر الناس أن التغطية الحية التي تشمل على الصوت والصورة للأحداث الهامة أكثر أهمية ومسؤولية من التغطية الصحفية، من ناحية أخرى الطبيعة المرئية للوسائل السمعية البصرية تساهم في إكساب الجمهور شعور بحالية التغطية وعمقها، فتعمق الإحساس بالثقة والتصديق في عقول المشاهدين.

وهذا ما أكده جنثير Gunther من أن الطبيعة المرئية للأخبار لهذه الوسائل تجعلها تبدو أكثر موضوعية من أخبار الصحف لأن إشراك الجمهور في الحدث أثناء وقوعه يتزامن مع إعطائه

<sup>1</sup>شيرين محمد كدواني: مصداقية الأنترنت العوامل المؤثرة وعوامل التقييم. العربي للنشر والتوزيع. ط.1. القاهرة. 2017. ص. 22.

فرصة أكبر لمعرفة دوافع ونوايا القائم بالإتصال وعليه فقد أكدت الدراسات على أن فكرة "المشاهدة هي التصديق" تكون هي السبب الرئيسي في حصول الوسائل السمعية البصرية من تلفزيون ومواقع إخبارية على الانترنت على مصداقية واسعة بين الأفراد.

ثانياً الخصائص البنائية للوسيلة : أشار " ميتزجر " إلى أن الاختلاف في البناء الهيكلي لكل وسيلة إعلامية يؤدي إلى اختلافات المصداقية.

من جانب آخر يرى " فوج " إلى أنه على الرغم من أن دراسات مصداقية وسائل الاعلام اختلفت فيما بينها في المحددات التي تسهم في تقييم مصداقية الوسيلة، إلا أنه اتفقت على وجود مكونين أساسيين للمصداقية وهما : الثقة و التصديق، والخبرة . وبذلك يتضمن تقييم المصداقية شخصا ما يضع تقييما لكل من الثقة و الخبرة التي تتمتع بها الوسيلة الإعلامية ليصل إلى تقييم المصداقية عموماً.

ويؤكد كل من " نيوهاجن " و " ناس " إلى أن الأفراد يستخدمون طرق مختلفة للحكم على مدى مصداقية الوسيلة الإعلامية، فالأفراد يقيمون مصداقية الأخبار التلفزيونية وفقاً لمدى ثقتهم في قارئ النشرة أو المراسل الإخباري، بينما يقيموا مصداقية الصحف كمؤسسة وليس كأفراد وإعلاميين . كما أكد " شويغر " أن زيادة مصداقية الصحف لدى القراء قد يرجع إلى بناء النظام الصحفي في دولهم، حيث تطلق معظم الصحف على نفسها أنها محايدة، على الرغم من النزعات والتوجه السياسي الذي تتميز به.

اتفق مجموعة من الباحثين الذي أجروا دراسات حول مصداقية الوسائل الاتصالية، على وجود مجموعة من المحددات للمصداقية والتي أطلق عليها " دليل المصداقية "، طوره مجموعة من الباحثين أبرزهم Gaziano & Mc Grath غازيانو و ماكغراث عام 1982، و Myer ماير عام 1988، و Johson & Kaye جونسن و كاي عام 1988 و 2000. وإستخدمت هذه الدراسات كل من مقياس التمييز الدلالي ومقياس ليكارت الخماسي. وتضمنت محددات المصداقية مدى إدراكا لأفراد لأداء الوسائل الإعلامية في الأبعاد التالية:

- مدى إمكانية الثقة فيها.
- الدقة، العدالة والعمق في التغطية الاخبارية.
- تغطية الحدث بالكامل والحرص على ذكر تفاصيل.

- عدم خلط الرأي بالخبر.
- الموضوعية.
- وجود مراسلين مدربين بشكل جيد.
- الاهتمام بالأفراد وعدم اختراق خصوصياتهم.
- عكس الاهتمام بمصالح المجتمع<sup>1</sup>.

## I. 2. المضامين الإعلامية

### I. 2.1. مفهوم المضامين الإعلامية

يشير مصطلح المضمون أو المحتوى في علوم الإعلام والاتصال إلى كل ما يقوله الطرد من عبارات أو ما يكتبه أو ما يرمز اليه والمعلومات التي تقدم والإستنتاجات التي يخرج بها الأحكام التي يقترحها أهداف إتصالية مع الآخرين .

ما تعرف المضامين الإعلامية على انها أي مضمون نتيجة مستخدمي وسائل الإعلام الجديدة بأنفسهم وبشكل مستقل عن أي مؤسسة إعلامية أو غير إعلامية ويستهدف مستخدمين آخرين أو هو مضمون نتيجة الجمهور للجمهور , وينتشر بشكل إلكتروني مع التأكيد على أنه مصطلح متسع يمتد من مجرد تصنيف القراء لأهمية موضوعات معينة إلى ما يثونه على الصحف الإلكترونية, فإن بمقدور الجمهور المشاركة في كل مراحل صناعة الخبر أو المعلومة والرأي , سواء من جمع المادة وتحريرها أو إختيارها أو ترتيبها أو تصنيفها أو التعليق عليها أو تحليلها أو اتخاذ قرار بإرسالها لآخرين أو حذفها وكل ما يتعلق بسلطات ومهام حارس البوابة الإعلامي وسواء أتم تعديل على هذه المضامين أم لم يتم, فإن المفهوم لا يركز على الإجراءات المتبعة إزاء التعامل مع هذه المضامين, بقدر ما يركز على ضرورة إتاحة الفرصة للمستخدمين لإنتاج ونشر مضامينهم<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> شيرين محمد كدواني: مرجع سبق ذكره. ص. 32-37.

<sup>2</sup> خليفة هناء, دوخي هاجر, بشار سهام : خصوصية المضامين الإعلامية في ظل تطور الصحافة الالكترونية, دراسة ميدانية على مجموعة من المواقع الالكترونية الجزائرية, كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية, قسم علوم الاعلام والاتصال وعلم المكتبات, جامعة8ماي 1945قائلة, ص. 43.44.

## I. 2.2. التحولات الكبرى في صناعة المضامين الإعلامية

لقد ظهرت عدة تيارات بحثية تدعو إلى الإهتمام بهذه المضامين الإعلامية الجديدة التي أحدثت تغيراً جذرياً في الممارسات الإعلامية المتبعة من قبل وسائل الإعلام التقليدية والدعوة إلى الاستفادة من هذه النوعية الجديدة من المضامين وذلك من خلال تخلي الصحفيين على سلطتهم المطلقة في التعامل مع كل مراحل إنتاج المضامين والسماح بمشاركة المستخدمين لمواقع التواصل بالمشاركة في بعض مراحل هذه العملية سواء في عملية الإنتاج أو التوزيع والنشر و استيعاب المضامين التي يوفرها الإعلام الجديد وتعزيز التعاون بين الصحفيين المحترفين والمستخدمين الهواة ويمكن رصد أهم التحولات ذات الصلة بالمضامين الإعلامية التي شهدتها السنوات الأخيرة كالآتي:

**1.** التحول في المصطلحات والمفاهيم المستخدمة إذ بدأنا نتحدث عن نهاية مصطلح الجمهور التقليدي والدعوة لاستبداله بمصطلح المستخدمين باعتباره يتجه مباشرة للمعنيين بالتواصل مع هذه المواقع والجمهور الفعلي لها.

وباعتباره يتصل مباشرة بالأفراد والذين يقومون بالفعل بتغطية الأحداث والتعليق عليها وتحليلها وكذلك باعتبار العلاقة بين الجمهور والوسائل الجديدة لم تعد قائمة على التلقي بمعناه الكلاسيكي أي عبر المشاهدة والاستماع والقراءة بل الاستخدام النشط عبر لا متناهية من العمليات (النسخ، الطباعة، إرسال المقالات، إعادة نشرها على شبكة الاجتماعية والتعليق عليها ونصح الآخرين بتصفحها).

**2.** تنوع مصادر المعلومات حيث لم تعد المعلومة والخبر والرأي حكراً على طرف دون غيره، بل أصبح بمقدور الجميع المساهمة في إنتاج مضامين مختلفة حيث ظهرت أطراف أخرى بمقدورها أن تمارس سلطة مماثلة للسلطة التي تمارسها وسائل الإعلام في البيئة التقليدية وذلك مع تنوع وتعدد الفرص التي تتيحها الانترنت من أجل سماع أصوات متعددة ومتباينة في مباحث مفتوحة

**3.** التحول في الأدوار التي يقوم بها الصحفيون في البيئة الالكترونية إذ لم يعودوا يمارسون الدور التقليدي لحارس البوابة بقدر ما يقومون بتسهيل تدفق المعلومات بين الأطراف المشاركة في إنتاجها كما أصبحت علاقتهم بهذه الأطراف أكثر تفاعلية ومشاركة وديمقراطية في إنتاج المضمون أكثر من كونها علاقة ذات اتجاه رأسي يكتفي فيها الجمهور بتلقي ما يملى عليه.

4. حدوث تحول في المفاهيم الإدارية الإعلامية وفي ابرز ملامحه غموض التفرقة بين المنتجين والمستهلكين وهو ما أثار نقاشا حول الكم المنتج والمستهلك وحول ما تمثله هذه المضامين من موارد مادية للمؤسسات الإعلامية مع زيادة رغبة المستخدمين في انتاج مضامين خاصة بهم لانهم اصبحوا منافسين جدد لهذه المؤسسات في خضم كل هذه التطورات التكنولوجية الهائلة.

5. طرحت هذه التحولات تساؤلات جديدة حول الدرجة المسموح بها للمستخدمين في المشاركة في المضامين الإعلامية وطبيعة الدور الذي يمكنهم القيام به والى أي مدى يمكن الاستعانة بهم في العملية الإعلامية وحدود الحرية المتاحة للمستخدمين وكذلك المبادئ والأسس التي تحكم العلاقة بين دورهم كمستخدمين ومساهمين في العملية الإعلامية .

6. ظهور تحولات إيجابية وأخرى سلبية في الممارسة الصحفية، حيث تساعد هذه المضامين على إثراء وإغناء الحوار العام والنقاش الجماعي وتنشيط الحياة الديمقراطية في المجتمعات وإعادة صياغة مفهوم صناعة الاخبار وتوسيع دائرة المشاركين في جمع وتحرير وإنتاج الأخبار.

7. إعادة قراءة علاقة الجمهور بوسائل الاعلام في اطار ابستمولوجي جديد مع إمكانية التعدد والإنتتاح والتنوع التي تتيحها وسائل الإعلام الجديد والمواقع الاجتماعية وتبني رؤية جديدة للإعلام ولوظائفه<sup>1</sup>.

### I. 3.2. أساسيات لإنتاج المضامين الاعلامية

❖ لا بُدّ من التفكير السليم بأنّ الصحفي عبارة عن صوت لمجتمعه، وبالتالي لا بُدّ من استخدام ما هو هام بالنسبة لهم.

❖ على الصحفي أن يختار الأخبار التي يريد نشرها بشكل واضح وسلس.

❖ لا بُدّ من إعطاء المجتمع فرصة في التعبير عن آرائهم؛ وذلك من أجل أن يتلفت الكثير من الجمهور للصحفي الماهر.

❖ لا بُدّ من التركيز على اختيار التفاصيل بشكل أعمق، مع أهمية وضع الصور المعبرة عن الموضوع المطروح.

<sup>1</sup> بن عيشة منصورية، عناني وسام: اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو مصداقية المضامين الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي حادثة شارلي ابيدو نموذجا. تخصص وسائل الاعلام والمجتمع. جامعة عبد الحميد بن باديس. مستغانم. 2015. ص. 56.55.

- ❖ ضرورة العمل على تقديم المعلومات التي تكون ذات أهمية بالغة، ومن ثمَّ يقوم الصحفي بشرح وجهة نظرة حيال الموضوع؛ وذلك من أجل أن يشعر به الناس ومصداقيته للمعاودة إليه لاحقاً.
- ❖ لا بُدَّ من التركيز على نسخ الوثائق التي قمت بتحميلها مع أهمية التأكد من صحتها، بالإضافة إلى تحميل التسجيلات الصوتية الرقمية ومن ثمَّ ارفاقها؛ وذلك بسبب أنَّ الجمهور يُصدِّق ما يراه ويسمعه أكثر من ما يقرأه.
- ❖ لا بُدَّ من التمكن من استخدام المهارات التصويرية؛ وذلك من أجل تصوير صور تُعبّر عن الأحداث وفي نفس الوقت تسجيل الأصوات على مسجلات رقمية؛ من أجل دعم قصته المصوّرة.
- ❖ يجب على الصحفي أن يتعلم كيفية استخدام الكلمات؛ من أجل تصوير المشهد أو اللقطات وكيفية وصف الأشخاص الذين سنتحدث عنهم؛ وذلك من أجل تقريب هذه الشخصيات للناس.
- ❖ لا بُدَّ من التركيز على استخدام القوائم والعناوين الفرعية الخاصة بالأحداث؛ وذلك من أجل إبقاء الجمهور مهتم في هذه القضية.
- ❖ يجب على الصحفي أن يكون عادلاً وخاصة عند تقديم وجهات نظر الآخرين.
- ❖ يعتمد الجمهور بشكل رئيسي على ما يقدمه الصحفي من صور كاملة على اعتبار أنَّها مصدر أساسي.
- ❖ ضرورة التنوع في استخدام الأساليب المتعلقة بالكتابة، من مثل استخدام أسلوب السؤال والجواب أو أن يقوم بتحرير الأخبار، مستخدم أسلوب الصفحة الأولى من الجريدة أو الكتابة التي تتبع صيغة المتكلم والتي تكون غالبية في كتابة اليوميات.
- ❖ ضرورة أن يكون الصحفي حذر في التعامل مع زملائه دون الإساءة لهم؛ وذلك من خلال نشر المعلومات عنهم بدقة وصدق وأمانة.
- ❖ لا بُدَّ من التركيز على طرح الأسئلة عن خلفيات الموضوع في المقابلات؛ وذلك من أجل تقديم التفاصيل وتحليلها بحيث تكون ذا عقل منفتح ومرن في تغيير مجرى الأحداث؛ للحصول على الكثير من المعلومات<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> لبنى مهدي: أساسيات إنتاج المضامين الإعلامية. مجلة العربي. 06.09.2020 . 11:10.

### خلاصة الفصل الأول

من خلال كل ما سبق تتضح لنا أن أهمية المصداقية تكمن في نقل المضامين بشكل متوازن ومهني بحيث تعتبر المصداقية واحدة من أهم العوامل المؤثرة في الاعلام المتمثلة في الخبرة والاعتماد، كما أن الالتزام بمعايير المصداقية هي أحد أهم دوافع الجمهور لمتابعة المضامين الاعلامية.

## الفصل الثاني: القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة

تمهيد

### 1.II. ماهية التلفزيون

1.1.II. التلفزيون ( المفهوم، النشأة والتطور )

2.1.II. خصائص التلفزيون

3.1.II. وظائف التلفزيون

### 2.II. القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر

1.2.II. ظهور القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر

2.2.II. أسباب ظهور القنوات التلفزيونية الخاصة

3.2.II. واقع وآفاق القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر

خلاصة

## تمهيد :

يعد التلفزيون أحد أهم الوسائل الإعلامية الجماهيرية، التي استطاعت أن تصنع لنفسها مكانة بين باقي الوسائل، بفضل امتلاكه لمجموعة من الخصائص التي تميزه عن باقي الوسائل الإعلامية؛ فهو يعتمد على الصوت، الصورة والحركة معا وهي خصائص تشد المشاهد إليها. ومع ظهور التكنولوجيات الحديثة والتطور الرقمي الذي نشهده اليوم زادت أهمية التلفزيون خاصة بعد استفادته من أحدث التقنيات التي وفرها التطور التكنولوجي؛ لعل أبرزها هو البث الفضائي والرقمي من خلال الأقمار الصناعية، حيث ساهمت هذه الأخيرة في ظهور العديد من القنوات الفضائية التي تتنوع بين عامة وخاصة وهو ما زاد من حدة التنافس بين هذه القنوات خاصة الخاصة منها؛ والتي تسعى إلى تقديم خدمات متعددة ومتنوعة سعيا منها لإرضاء جمهورها

ونحاول في هذا الفصل من خلال مبحثه الأول ماهية التلفزيون أن نقدم تعريفه وتطوره وكذا خصائصه ووظائفه كما تطرقنا في المبحث الثاني الى القنوات الجزائرية الخاصة وواقع وآفاق القطاع السمعي البصري في الجزائر.

## 1.II. ماهية التلفزيون

### 1.II. التلفزيون ( المفهوم، النشأة والتطور )

تتكون كلمة التلفزيون في اللغة الانجليزية من جزئين استمدا من اللغتين اليونانية واللاتينية وهما (Tele) اليونانية ، وتعني عن بعد أو بعيدا ، والكلمة اللاتينية ( Videre ) أو ( Vision ) أي نرى أو الرؤية ، وبهذا يكون إستخدام المصطلح ( Television ) بمعنى (أن نسجل الصورة والصوت في مكان، ونحملها في اللحظة نفسها الى مكان آخر)، كما أنه يشير إلى الجهاز الذي يستقبل الصور المتحركة من مسافات بعيدة.<sup>1</sup>

اصطلاحا: هو طريقة إرسال واستقبال الصورة والصوت من مكان الى آخر بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية، بواسطة الأقمار الصناعية ومحطاتها الأرضية في البث طويل المسافة.<sup>2</sup>

ويعتبر التلفزيون من وسائل الإتصال السمعية والمرئية في نفس الوقت، حيث أنه يجمع بين الصوت والصورة المتحركة وبالتالي فهو أكثر تأثير في النفس البشرية من وسائل الإعلام الأخرى، وفي البداية انتشر التلفزيون الأبيض والأسود، وبعدها بدأ انتشار التلفزيون الملون، ويعتبر التلفزيون من أهم المصادر الموثوق بها للأخبار وللإستماع بالبرامج الثقافية والإجتماعية والسياسية وغيرها.<sup>3</sup>

ولقد ظهرت التجارب حول بث الصور المرئية الصامتة طبعا في نهاية العشرينات وبداية الثلاثينات من القرن العشرين، وهذا كان في الاتحاد السوفياتي والولايات المتحدة الامريكية ودول غرب اوروبا المتقدمة، وبعد ذلك بدأ بث الصور المرئية مع شريط صوتي متزامن مع الصورة، ولكن أول بث تلفزيوني منتظم بدأ عام 1935 بعد خمسة عشر عاما من ظهور أول بث إذاعي منتظم الذي بدأ عام 1920، وبالتالي يعتبر التلفزيون الامتداد الطبيعي للإذاعة الصوتية، إذ استعار كثير من الأشياء من الإذاعة، حيث كان التلفزيون يعد شكلا من أشكال الإذاعة وأن يزيد بالصورة المرئية، " ففي بريطانيا كانت بداية البث التلفزيوني في نوفمبر 1922 على يد شركة الاذاعة البريطانية التي

<sup>1</sup>أ.د. وسام فاضل راضي: الاعلام الاذاعي والتلفزيوني الدولي: المفاهيم- الاهداف- المقاصد. صفحات للدراسات والنشر. ط.1. دمشق. 2013. ص.127.

<sup>2</sup> فوضيل دليو: مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية، ديوان المطبوعات الجامعية. الجزائر. 1998. ص.143.

<sup>3</sup> أحمد محفوظ جودة: العلاقات العامة، مفاهيم وممارسات. دار زهران للنشر والتوزيع. ط.1. عمان - الأردن. 2008. ص.199.

أصبحت تعرف في عام 1927 بهيئة الاذاعة البريطانية، وفي نوفمبر 1936 بدأت هيئة الإذاعة البريطانية B.B.C البث التلفزيوني بصور منتظمة، وفي ماي عام 1937 بدأ أول بث تلفزيوني خارجي، وتوقف التلفزيون البريطاني عن الإرسال مع اندلاع الحرب العالمية الثانية، ثم اعاد لإرساله مرة أخرى عام 1946، أما في الولايات المتحدة الأمريكية فقد بدأ أول بث تلفزيوني في بداية الثلاثينيات، والبث التلفزيوني بصورة منتظمة، فقد بدأ عام 1939 ببرامج شركة N.B.C وبرامج شركة C.B.C<sup>1</sup>

أما في فرنسا فقد بدأ الإرسال للصور عام 1931، وبعد عام تمت إقامة استديو للبث التجريبي، وفي أبريل عام 1935 أقيم برج للإرسال التلفزيوني فوق إيغل "La Tour Eiffel" إيذانا ببدء البث المنتظم.

وفي ألمانيا فقد بدأ أول بث تلفزيوني في مارس عام 1935 في مدينة برلين، وفي بداية 1936 بدأ البث التلفزيوني بصورة يومية من الساعة الثامنة حتى الساعة العاشرة مساءً.<sup>2</sup> عرفت معظم دول الوطن العربي البث التلفزيوني خلال الستينات من القرن العشرين، وباستثناء لبنان، فإن المحطات التلفزيونية في الدول العربية أنشأتها حكومتها ولا زالت تمتلكها وتشرف عليها اشرافا كاملا شكلا ومضمونا وتمويلا، فالدول العربية - مثل الدول النامية- ترى التلفزيون وغيره من وسائل مرفق خدمي للشعب للتعليم والتثقيف والتوجيه والارشاد ولخدمة سياسة الحكومة.

في مصر بدأ التلفزيون إرساله في 21 يوليو 1960 عندما قامت شركة RCA الامريكية بإنشاء شبكة التلفزيون في مصر وفق عقد مع الحكومة المصرية، وهو في نفس تاريخ بدء الإرسال التلفزيوني في سوريا، فقد كانت سوريا دولة واحدة باسم الجمهورية العربية المتحدة منذ فبراير عام 1959م،<sup>3</sup> وبدأت رحلة التلفزيون في العراق بالتحديد يوم 18/10/1954 اذ نشرت الصحف المحلية إعلانا تحت عنوان مديعة للتلفزيون،<sup>4</sup>

<sup>1</sup> الفرا عبد الله عمر: تكنولوجيا التعليم والاتصال. دار العلم والثقافة للنشر والتوزيع. 1999. ص.260.

<sup>2</sup> نفس المرجع. ص.261.

<sup>3</sup> محمد منير حجاب: وسائل الاتصال: نشأتها وتطورها. دار الفجر للنشر والتوزيع. ط.2. القاهرة. 2011. ص.206.

<sup>4</sup> محمد سلمان المشهداني: تاريخ وسائل الاعلام في العراق (النشأة والتطور). دار أسامة للنشر والتوزيع. ط.3. عمان- الاردن. 2015. ص.281.

أما في الجزائر يعتبر أول محطة عربية ، كانت أول بدايات للتلفزيون الجزائري في نهاية شهر ديسمبر 1956 إبان الثورة الاستعمارية حيث اقيمت مصلحة بث محدودة الإرسال، كانت تعمل ضمن مقاييس الفرنسية وبعد استحداثها اهتماما بالجالية الفرنسية المتواجدة بالجزائر آنذاك، كما اقتصر بثها على المدن الكبرى للجزائر حيث أنشأت محطات إرسال ضعيفة تقدر ب 819 خط على المدن القصيرة موزعة على ثلاث مراكز في قسنطينة، الجزائر العاصمة، ووهران.<sup>1</sup>

## II.1.2. خصائص التلفزيون

تتميز وسيلة التلفزيون عن غيرها من وسائل الإتصال الجماهيري بعدة خصائص نوجزها في ما يلي:

- 1- يجمع بين الصوت والصورة واللون فيسيطر على حواس الانسان كلها.
- 2- الانتشار المكاني الواسع، فعن طريق التلفزيون أمكن إرسال الصورة والصوت واستقبالها على مسافات بعيدة.
- 3- جمهور التلفزيون واسع ومتنوع من حيث المستويات الثقافية والاتصالية .
- 4- النقل الفوري للأحداث: واختصار عنصر الزمن وتتجلى أهمية الصورة وتأثيرها في أن الانسان يحصل على معلوماته بنسبة 90% عن طريق البصر و 8% عن طريق السمع.<sup>2</sup>
- 5- يمكننا التلفزيون من مشاهدته أو الاستماع اليه أثناء القيام بأعمال أخرى كما يعطينا حرية اختيار أكثر من قناة.<sup>3</sup>
- 6- انه جهاز متعدد الإمكانيات، ينقل الأخبار والمعلومات والأفكار والندوات العلمية، كما ينقل الفن بأشكاله المتنوعة الدراما والمعارض والموسيقى والغناء، وكل ما يدور في حياتنا كما هي، حال وقوعها- ان شئنا- الى الملايين في وقت واحد، وفي أماكن متفرقة من العالم، سواء كانوا فرادى أو جماعات.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> غسان عبد الوهاب حسن: الصحافة التلفزيونية. دار أسامة للنشر والتوزيع. ط.1. عمان. 2013. ص.40.

<sup>2</sup> محمد باسم الهاشمي: تكنولوجيا الاتصال ووسائل الاتصال الجماهيري. دار أسامة للنشر والتوزيع. ط.1. عمان-الاردن. 2012. ص.190-191.

<sup>3</sup> جمال العيفة: مؤسسات الاعلام والاتصال: الوظائف، الهياكل والأدوار. ديوان المطبوعات الجامعية. د. ط. الجزائر. 2010. ص.116.

<sup>4</sup> فتح الباب عبد الحليم سيد: أنت والتلفزيون. شركة سفير. القاهرة. ص. 7.

7- عدساته تكبر صورة الأشياء التي لا تراها العين.

8- له القدرة على جذب الناس وانتباههم وله القدر ايضا على تركيز اهتمام الناس في أشياء محددة.<sup>1</sup>

9- يعطي التلفاز احساسا بالألفة والصدقة والواقعية.

10- التلفاز يعتمد على ما يسمى بالشاشة الصغيرة، وهو يجمع المسموع الى المنظور، ويستغل الصورة والصوت، وأنه يفضل الاذاعة من هذه الناحية، ويشبه السينما من ناحية المنهج.<sup>2</sup>

## II. 3.1. وظائف التلفزيون

1) الوظيفة الإعلامية: وتعد هذه الوظيفة من أهم الوظائف التي ينهض بها التلفزيون، بل وتزداد أهميتها مع الأيام التي تتسارع ايقاعاتها وأحداثها وأخبارها كطوفان يومي لا يتوقف عن الانهمار والتدفق طوال الاربع وعشرين ساعة، وقد يتميز بقدرة فائقة على نقل الصورة الناطقة المتحركة للمشاهد، أي انه جمع بين امكانيات الصحفية والراديو في وقت واحد.<sup>3</sup>

### 2) الوظيفة التثقيفية:

تحول التلفزيون الى أداة ثقافية ووسيلة أساسية للحصول على الثقافة وجميع أشكال التعبير الخلاق، وله دور في تدبير شؤون وتنظيم الذاكرة الجماعية للمجتمع وهو يستطيع إعادة صياغة القلب الثقافي في المجتمع، ويفضله أصبح هناك امتزاج بين ثقافة وثقافة، هذا التزاوج والامتزاج يجعل من الثقافة لأول مرة سلعة ثقافية يمكن تبادلها.<sup>4</sup>

### 3) الوظيفة التربوية:

● يساعد التلفزيون المدرس في عمله بالمدرسة من خلال عملية الشرح والايضاح واستخدامه للحرائط والصور وعرضها على الشاشة، فهذا له تأثير كبير في توضيح المادة التعليمية وجذب انتباه الدارسين.

<sup>1</sup> سليم سالم عبد النبي: الاعلام التلفزيوني. دار أسامة للنشر والتوزيع. ط.1. عمان. 2014. ص.148.

<sup>2</sup> جبرنو أحمد جالو: دور التلفزيون في نشر التعاليم الإسلامية. دار الجنان للنشر والتوزيع. عمان. 2016. ص.25.

<sup>3</sup> نبيل راغب: العمل الصحفي. الشركة المصرية العالمية للنشر. ط.1. بيروت-لبنان. 1999. ص.467.

<sup>4</sup> أبو الحمام عزام: الإعلام الثقافي، جدليات وتحديات. دار أسامة للنشر والتوزيع. ط.1. عمان-الأردن. 2010. ص.129.

- يحقق التلفزيون فكرة التعليم المستمر للجماهير لأن حاجة الانسان للتعليم لا ينتهي بانتهاء المدرسة وانما هي مستمرة طوال حياته.<sup>1</sup>

#### 4) الوظيفة الترفيهية والتسلية:

وهي ذو غاية تثقيفية وتعليمية وتربوية وإعلامية في آن واحد، ولكن في قالب طريف ومستر وغير مباشر، وليس صحيحا أن مواد الترفيه لا تنطوي على أنه قيمة اجتماعية أو سياسية أو ثقافية أو تربوية تعليمية وبالمقابل فالترفيه الذي يخرج عن نطاق القيم والمبادئ لا يعد ترفيه بل أصبح لعبا بالمشاعر والأحاسيس وضربا للقيم والمبادئ والأخلاق وخروجاً عن دائرة البناء والتجديد إلى دائرة الهدم واللغو الممقوت.<sup>2</sup>

#### 5) وظيفة التوجيه والارشاد:

ترتبط هذه الوظيفة بتكوين الاتجاهات، وفي نفس الوقت أيضا تتطلب عملية تكوين الاتجاهات الفكرية المرغوبة عند الشباب والاطفال للتنسيق بين المسؤولين في التلفزيون والحكومة والمجتمع بمؤسساته المختلفة خاصة إذا كان المجتمع يمر بمرحلة إصلاح وتغيير واسع النطاق وبالتالي ظهور قيم جديدة، ويستطيع التلفزيون أن يكسب الفرد اتجاهات جديدة أو تعديل وتغيير اتجاهات قديمة، ويتوقف ذلك على حسن اختيار المادة الإعلامية.<sup>3</sup>

## II.2 . القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر

### II.2.1 . ظهور القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر:

بما أن القنوات الفضائية هي محطات تلفزيونية تبث إرسالها عبر الأقمار الصناعية وهذا الإرسال يتجاوز الدولة المرسله إلى دول أخرى عبر الأقمار الصناعية ليلتقط من خلال أجهزة خاصة

<sup>1</sup> فؤاد شعبان، عبيدة صبطي: تاريخ وسائل الاتصال وتكنولوجياته الحديثة. دار الخلدونية للنشر والتوزيع. د ط. الجزائر. 2012. ص. 140-141.

<sup>2</sup> رحيمة الطيب عيساني: مدخل إلى الاعلام والاتصال، المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية. جدار للكتاب العالمي للنشر والتوزيع. ط.1. عمان-الأردن. 2008 ص. 115-116.

<sup>3</sup> الدسوقي عبده إبراهيم: وسائل الاتصال الجماهيرية والاتجاهات الاجتماعية. دار الوفاء للنشر. الاسكندرية. 2004. ص.119.

الاستقبال فإن ظهورها كان سمة من سمات مواكبة العصر وقد تميزت هذه القنوات بكونها شمولية وجامعة، حيث امتازت شبكة برامجها بالتوجه نحو جمهور عريض من مختلف الأعمار ومختلف الأذواق كما أنه من مختلف الأذواق الاجتماعية، الفكرية، الثقافية، وتقدم تكنولوجيات وسائل الإعلام وتطورها والتي مرت بعدة مراحل ابتداء بمرحلة الصفاة حيث تميز جمهورها بصغر وجهة وارتفاع مستواه المادي والتعليمي، ثم جاءت مرحلة الحشد أين وصل الاعلام الى جميع الفئات العمرية وكل قطاعات المجتمع. أما مرحلة التخصص فهي هذه المرحلة التي يعيشها والتي تتميز بظهور جماعات مفككة من الجمهور العريض والذي تسعى وسائل الاعلام لمخاطبته.<sup>1</sup>

ظهرت القنوات المتخصصة وهي عبارة عن قنوات ذات ملكية خاصة تتبع لأشخاص أو مؤسسات أو لأحزاب سياسية معينة يتم استئجارها على قمر اصطناعي يستخدم نظام البث المباشر الذي يعتمد على أن تقوم محطة الارسال الرئيسية بإرسال البرامج المتفق عليها عن طريق مرسله تستخدم حزم ضوئية إلى هذه القنوات في القمر الصناعي، وتقوم بدورها بتحويل الإشارة الى صوت وصورة.<sup>2</sup>

ظهرت القنوات الفضائية في الجزائر ابتداء من سنة 1985 حيث قامت الجزائر باستيراد 33000 هوائي مقعر، وقد انتشرت فقط في أوساط الطبقات الاجتماعية من طرف ذوي الدخل العالي كالتجار الكبار وأصحاب المناصب العالية، وما يلاحظه في الفترة الأخيرة اقبالا واسعا على الهوائيات المقعرة خصوصا مع الانفتاح الذي شهده العالم في الفترة الأخيرة وهي الآن ترى في جميع الأحياء الراقية والقصديرية، وأصبح امتلاكها لا يتوقف على المستوى الاقتصادي للأسرة.<sup>3</sup>

وفي سنة 1987 صدر قرار يمنع استيرادها ليصدر قرار سنة 1988 أنفى القرار الأول وبالتالي لا يوجد أي قانون يمنع دخولها للجزائر، ومنذ ذلك الوقت اتسعت شبكة الاستيراد حيث تم

<sup>1</sup> هبة شاهين: التلفزيون الفضائي العربي. الدار المصرية اللبنانية. ط.1. القاهرة. 2006. ص.102.

<sup>2</sup> رزيق سامية: البرامج الاجتماعية في الفضائيات الجزائرية الخاصة. مذكرة ماستر. تخصص وسائل الاعلام والمجتمع. جامعة العربي التبسي. تبسة. 2016. ص.18.

<sup>3</sup> شريف عبد اللطيف، عبد الغني حاج مبارك: اتجاهات الجمهور إزاء مصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة. مذكرة ماستر. تخصص اتصال وعلاقات عامة. جامعة محمد بوضياف. المسيلة. 2017. ص.15.

ادخال حوالي 600 هوائي بين سنتي 1989-1990 الى البلاد وازداد هذا العدد الى أم بلغ حجم امتلاك الهوائيات الى نصف سكان الجزائر أي ما يعادل 13 مليون.<sup>1</sup>

## II.2.2. أسباب ظهور القنوات الجزائرية الخاصة :

من أهم الأسباب والعوامل التي أدت الى ظهور قنوات الجزائرية الخاصة العوامل التكنولوجية الحديثة التي ساهمت في مجال انتاج الصورة وتسويقها، وتراكم المخزون السمعي البصري الذي كان نتيجة سنوات تمثل في كثير من الأفلام السينمائية والعديد من الحفلات الموسيقية والبرامج الوثائقية هذا المنتج ساهم في ايجاد نوع من الانتاج القابل لإعادة البث،<sup>2</sup> اضافة الى زيادة رؤوس الأموال المستثمرة والممولين في مجال الاعلام الذي أدى الى ظهور الإعلام الخاص الذي كان له أهدافه ونظرتة، بعد ما كان الاعلام الحكومي هو مسيطر ولمدة طويلة، كما نجد التطور التكنولوجي في العالم وظهور الفضائيات المتخصصة مما أدى الى زيادة وعي المواطن العربي بوضعه وحقوقه وواجباته بالإضافة الى وسائل الاتصال ممثلة في تكنولوجيا الاتصال الحديثة والتي بدأت بالاتصالات اللاسلكية والسلكية مرورا بالتلفزيون والنصوص المتلفزة، وانتهت بالأقمار الصناعية.<sup>3</sup>

إن المتتبع لواقع الإعلام في الجزائر يلاحظ مدى هيمنة القطاع الحكومي على المشهد الإعلامي بصفة عامة وعلى القطاع السمعي البصري بصفة خاصة مما أدى، بالمشاهد الجزائري للبحث عن متنفس آخر في قنوات أخرى تغذي احتياجات الأفراد وتلي متطلباته الإعلامية لسمع صوته ويبيدي رأيه مما هيا الرضية للإعلاميين الخواص لكسر هيمنة السلطة وفتح المجال السمعي البصري ومن بين أهم أسباب المتدخلة في إنشاء القنوات الجزائرية الخاصة مايلي:

- تجسيد قانون السمعي البصري بعد انتظار الموافقة عليه ليضمن حرية التعبير وليفتح ولأول مرة المجال السمعي البصري للقطاع الخاص في الجزائر.
- كسر حاجز احتكار السلطة العمومية للتلفزة والقطاع الإعلامي بأكمله.

<sup>1</sup> جريدة الشروق العربي. 06 اوت 2000. العدد 412. ص.11-14.

<sup>2</sup> حمي فتيحة: دور القنوات الإخبارية الجزائرية الخاصة في تنمية الوعي السياسي لدى أساتذة الجامعة. دراسة ميدانية على عينة من أساتذة كلية العلوم الانسانية والاجتماعية. مذكرة ماستر. قسم علوم الاعلام والاتصال. جامعة الدكتور يحي فارس. المدية. 2015. ص.44.

<sup>3</sup> مرجع نفسه. ص.64.

- تجسيد مبدأ حرية المهنة الصحفية للبحث وجمع المعلومات لتجسيد ديمقراطية العمل
  - مواكبة التطورات الحاصلة في المجال الإعلامي لاتساع دائرة حرية التعبير وعدم تقييدها في الإعلام.
  - حماية القطاع الإعلامي من الغزو الإعلامي الأجنبي الذي لا يخدم الشعب ولا الدولة .
  - زيادة رأس المال المستثمر بشكل عام وزيادة عدد الممولين في مجال الإعلام بشكل خاص.
  - ظهور سمات التخصص كأحد سمات المجتمع الإعلامي العصري .
  - إظهار الكفاءات والقدرات الإعلامية لصحفيين متمكنين في المجال الإعلامي بالإضافة لفتح منصب شغل تهم المواطن.
  - نشأة اهتمامات خاصة ومحددة لدى جمهور المشاهدين وأصبح مطلوبا من القائمين على المنتج الاعلامي الفضائي، محاولة التعبير عن هذه الاهتمامات وتلبية الاشباع المترتبة عن ذلك والاستجابة لمتطلبات هذه الجماهير.<sup>1</sup>
- بعض القنوات الجزائرية الخاصة:

● قناة الشروق تي في (Echorouk-Tv)

تعد قناة الشروق تي في أول فضائية جزائرية خاصة كان لها الفضل في اختراق المجال السمعي البصري، وبهذا تكون القناة قد خطت خطوة عملاقة في طريق افتكك مكاسب إعلامية جديدة، من خلال حصولها على اعتماد مكتبها بالجزائر من وزارة الاتصال بشكل رسمي، بعد أن قدمت للوزارة كافة الوثائق والعقود موقعة مع المدينة الإعلامية في العاصمة الاردنية لتظل على الجمهور الجزائري ببرامجها المتنوعة وبدأ بثها التجريبي في عيد الثورة المصدف ل1 نوفمبر 2011 كذكرى لتأسيس جريدة الشروق اليومي، ثم توسعت الشبكة لتخلق قناة أخرى باسم الشروق الاخبارية يوم 19 مارس 2014 كبث رسمي لتصبح بذلك أول باقة جزائرية خاصة.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> هبة نسرين بن يوسف: استخدامات المرأة الماكثة بالبيت لقناة الشروق بنة الفضائية. مذكرة ماستر. علوم الاعلام والاتصال. المسيلة. 2016-2017. ص.51.

<sup>2</sup> <https://www.echoroukonline.com/> تاريخ الزيارة 2020/02/17 على الساعة 22:28.

● قناة النهار تي في (Enaahar-Tv)

قناة جزائرية إخبارية مستقلة تابعة لجريدة "النهار الجديد" الجزائرية، انطلق البث التجريبي لها يوم 6 مارس 2012، حيث اتخذت القناة مقرها الرئيسي بالعاصمة الاردنية عمان ليبدأ البث من هنا على قمر "نايلسات". تهتم القناة بالشأن الإخباري والسياسي في الجزائر، حيث أن برامجها هي مزيج بين نشرات الأخبار والرياضة وأخبار الاقتصاد في الجزائر وكذا أخبار الصحف الوطنية والعديد من البرامج الأخرى.

● قناة نوميديا نيوز تي في (Nomidia News-TV):

هي قناة إخبارية جزائرية مستقلة، وقد أخذت هذا الاسم تيمنًا بمملكة نوميديا الأمازيغية التي قامت في عصور ما قبل الميلاد وهي الجزائر حاليا، انطلق بثها في 11 ديسمبر 2012.

في الذكرى الأولى لانطلاق وكالة نوميديا نيوز وهو تاريخ يصادف يوم خروج الجزائريين طلباً للتححر سنة 1961 وتهتم ببث آخر المستجدات السياسية والرياضية على الساحة الجزائرية، العربية والدولية. وهي قناة إخبارية كون معظم برامجها ذات صبغة إخبارية إلى جانب بعض البرامج الحوارية والتفاعلية والاجتماعية.<sup>1</sup>

● قناة الجزائرية (EL-DJAZAIRIA TV):

الجزائرية هي إحدى القنوات الفضائية الخاصة، الناطقة باللغة العربية.

بدأت القناة بثها التجريبي في شهر فيفري 2012، وبعدها انطلق رسميا ابتداء من 5 جويلية 2012 بشبكة برامج ثرية .

تهدف قناة الجزائرية من خلال برامجها الى اىصال صورة أكثر إشراقا عن المجتمع الجزائري.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> <https://aljazair1.com> تاريخ الزيارة 18-02-2020 على الساعة 20:05 .

<sup>2</sup> أمينة مزيان: تجربة الانفتاح الاعلامي للقطاع السمعي البصري الخاص. دراسة استطلاعية لآنحاء الصحفيين الجزائريين لقناتي الشروق والنهار. مذكرة ماجستير. تخصص وسائل الإعلام والمجتمع. جامعة الحاج لخضر. باتنة. 2015. ص.85.

● قناة البلاد EL Bilad:

هي قناة جزائرية شرعت في البث رسميا يوم 19 مارس 2014، اشتهرت بالبرامج الحوارية والتحقيقات الحصرية وبرامج رياضية وثقافية واجتماعية وترفيهية عديدة، كما أنها تقدم نشرات اخبارية على رأس كل ساعة، مديرها العام هو السيد يوسف جمعة ومقرها 52 شارع ديدوش مراد بالعاصمة<sup>1</sup>.

II.3.2. واقع وآفاق القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر

بعد سنوات من الغلق الإعلامي، ظهرت فجأة العديد من القنوات الفضائية الخاصة لم يكن اكتساحها للساحة الاعلامية الجزائرية متوقعا، قبل صدور المراسيم التنفيذية لقانون الاعلام الجديد. ويجمع الكل في عدم الحصول على تراخيص البث من الجزائر وحجز ترددات بث في باقة مؤسسة البث الإذاعي والتلفزي، ما يجعل هذه القنوات تبث برامجها من دول الخارج حدود الجزائر، تاركة التساؤل: لماذا كل هذا الاستعجال؟ وأي مستوى من التنافس والخدمة العمومية ستقدمه هذه القنوات للمشاهد الاعلامي في الجزائر.<sup>2</sup>

يجمع المختصون في الاقطاع السمعي البصري على ان القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر ما زالت في المراحل الأولية، مشيرين الى ضرورة ضمان تكوين واحتراف الصحفيين للاستجابة الى تطلعات الجمهور الجزائري. فالجزائر عرفت انفتاحا واعدا للفضاء السمعي البصري ولكنها في مرحلة "أولية" خاصة بسبب مشكلة التكوين واحترافية الصحفيين ونقص تقاليد الإنتاج. إضافة الى ان هذه القنوات ما زالت بعيدة عن الاستجابة لتطلعات المشاهد الجزائري العديدة في محيط اعلامي متميز بمنافسة جادة قائمة على الاحترافية والهنية، حتى وان كانت هذه القنوات تحظى بإقبال ومتابعة كبيرة من طرف الجمهور الجزائري.<sup>3</sup> من جهة أخرى، فقد تأخرت الجزائر كثيرا في فتح المجال السمعي البصري أمام التعددية الاعلامية، وحتى هذا الانفتاح لم يأت في ظروف طبيعية، إنما جاء لمسايرة

<sup>1</sup> <http://m.elbilad.net> تاريخ الزيارة 18-02-2020 على الساعة 21:30.

<sup>2</sup> جريدة أخبار الشروق: وفي الأفق انفتاح للفضاء السمعي البصري، العدد الأول. 5 جويلية 2012. ص.25.

<sup>3</sup> ربيعة قراح، نور الهدى غراف. دور القنوات الجزائرية الخاصة في تقديم الخدمة العمومية حسب رأي أساتذة الاعلام والاتصال بجامعة ام البواقي. مذكرة ماستر. تخصص سمعي بصري. 2015. ص.81.

تحويلات شهدت البلاد، ما جعل هذا الانفتاح تسوده العديد من النقائص، إن على الصعيد القانوني، اما أو على الصعيد الممارساتي. ولا زلنا لحد اليوم نشهد تبعات هذا الانفتاح الذي تزامن مع ظروف استثنائية، فلا المنظومة القانونية اكتملت، خصوصا من حيث النصوص التنظيمية، ولا هوية العديد من القنوات تحدد ورغم مرور سنوات على تأسيسها. اذا لا زال مشكل الإنتاج والكادر المؤهل يطرح لحد الآن. ولا زالت هذه القنوات تجد صعوبة في التأقلم مع العديد النصوص القانونية التي تجدها تعجيزية في بعض الأحيان. ما يجعلها متخوفة خصوصا بعد حالات الغلق التي مست بعض القنوات.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> د. سعاد سراوي: "المشهد السمعي البصري في الجزائر الواقع والتحديات". مجلة العلوم الانسانية. جامعة محمد خيضر بسكرة. العدد 2019/12/02. ص. 503.

## خلاصة الفصل الثاني:

من خلال كل ما سبق تتضح لنا أهمية البث الفضائي وتأثيره الكبير في انتشار التلفزيون كوسيلة إعلامية؛ فقد حاولنا من خلال هذا الفصل الامام قدر الامكان بكل ما يتعلق بالقنوات التلفزيونية ؛ انطلاقا من نشأة وتطور التلفزيون ، وما نتج عنه من انتشار كبير لمختلف القنوات الفضائية. التي تزداد المنافسة بينها من خلال ما تبثه من مضامين وبرامج، خاصة القنوات الخاصة التي تحاول أن تنافس القنوات العمومية؛ في تقديم خدمات متنوعة تحقق من خلالها اشباعا جمهورها وتلبي احتياجاتهم، كما حاولنا في هذا الفصل التطرق الى واقع وآفاق السمعى البصرى فى الجزائر.

# الكتاب المطبوع

تمهيد

عرض وتحليل محور متعلق بالبيانات الشخصية

عرض وتحليل محور متعلق بأنماط المشاهدة للمضامين الإعلامية في القنوات التلفزيونية

الجزائري الخاصة

عرض وتحليل محور متعلق بدوافع وإشباع المحققة من خلال المضامين الإعلامية للقنوات

التلفزيونية الجزائرية الخاصة

عرض وتحليل محور متعلق بتقييم مصداقية المضامين الإعلامية في القنوات التلفزيونية

الجزائرية الخاصة

استنتاجات الدراسة

### تمهيد

تعد الدراسة الميدانية وسيلة هامة من وسائل جمع البيانات عن الواقع الاجتماعي المراد دراسته؛ ومن خلال الدراسة التي أجريتها والتي توضح اتجاه الطلبة الجامعيين نحو مصداقية المضامين في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة تحصلنا على جميع الإستمارات الموزعة على العينة، حيث تم تحليل البيانات وعرض النتائج كما يلي:

عرض وتحليل معطيات الدراسة الميدانية:

### البيانات الشخصية

#### الجدول رقم 1 يبين توزيع أفراد العينة حسب الجنس

النسبة	التكرار	الجنس
36%	36	ذكر
64%	64	انثى
100%	100	المجموع

من خلال الجدول رقم 1 والذي يوضح توزيع أفراد العينة حسب الجنس نلاحظ ان نسبة الاناث اللواتي يشاهدن المضامين الاعلامية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة تقدر ب 64% اما نسبة الذكور تقدر ب 36%، ونلاحظ ان نسبة الإناث أكثر من نسبة الذكور وهذا راجع الى عدد طالبات علوم الاعلام والاتصال بجامعة غرداية الذي يفوق عدد الطلبة وهذا حسب الاحصائيات المتحصلة عليها من طرف الادارة.

#### الجدول رقم 2 يبين توزيع أفراد العينة حسب السن

النسبة	التكرار	السن
36%	36	24-18 سنة
46%	46	29-25 سنة

## الجانب التطبيقي

18%	18	أكثر من 29
100%	100	المجموع

من خلال الجدول رقم 2 تبين لنا ان اغلبية الطلبة الذين يشاهدون هذه المضامين الاعلامية تتراوح أعمارهم بين 25-29 سنة حيث تقدر نسبتهم ب 46% ، تليها الطلبة التي تتراوح اعمارهم بين 18-24 سنة حيث تقدر نسبتهم ب 36% وأخيرا الطلبة التي أعمارهم أكثر من 29 سنة بحيث تقدر نسبتهم ب18%، وقد تعطينا هذه النسب بعض الدلالات عن مشاهدي المضامين الاعلامية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة اذ تعد فئة الطلبة الذين تتراوح اعمارهم بين 25-29 سنة الاكثر اتجاها الى مشاهدة القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة.

### الجدول رقم 3 يبين توزيع أفراد العينة على المستوى التعليمي

النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
32%	32	ثانية اعلام واتصال
37%	37	ثالثة اتصال
8%	8	اولى ماستر
23%	23	ثانية ماستر
100%	100	المجموع

يتضح من الجدول رقم 3 أن أعلى نسبة لمشاهدة المضامين الاعلامية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة كانت عند مستوى سنة ثالثة اتصال بنسبة تقدر ب37% ثم تليها نسبة 32% لمستوى ثانية اعلام واتصال وبعدها نسبة 23% لمستوى الثانية ماستر لتأتي في الأخير نسبة 8% لمستوى أولى ماستر.

### الجدول رقم 4 يبين توزيع أفراد العينة حسب الإقامة

النسبة	التكرار	الإقامة
20%	20	داخلي
80%	80	خارجي
100%	100	المجموع

يوضح الجدول رقم 4 ان عدد الطلبة الخارجين أكبر حيث بلغ عددهم 80 طالب بنسبة 80% في حين بلغ عدد الطلبة المقيمين بالإقامة الجامعية 20 طالب بنسبة 20%.

المحور الأول: أنماط المشاهدة لطلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة غرداية للمضامين الإعلامية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة

الجدول رقم 5 يبين مدى مشاهدة القنوات التلفزيونية الخاصة

النسبة	التكرار	مدى المشاهدة
12%	12	دائما
28%	28	غالبا
47%	47	احيانا
13%	13	نادرا
100%	100	المجموع

يوضح الجدول رقم 5 أن معظم أفراد العينة أحيانا ما يشاهدون القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة حيث قدرت نسبتهم بـ 47% ثم تليها نسبة 20% غالبا ثم تليها 13% نادرا واخيرا 12% من الطلبة دائما ما يشاهدون المضامين الإعلامية.

من خلال ما سبق يتبين لنا أن عدد الطلبة الذين يشاهدون المضامين الاعلامية في القنوات الجزائرية الخاصة بصفة دائمة قد يرجع هذا إلى معرفة ما هو موجود بالبلد، أما الطلبة الذين أجابوا بأحيانا والتي نسبتهم كانت أكثر نسبة مشاهدة فيبدو أنا متابعتهم تكون من أجل الاستكشاف والاطلاع ولو على فترات زمنية، وهذا راجع إلى طبيعة تخصصهم في الإعلام والاتصال، أما الطلبة الذين أجابوا بنادرا ، فرمما لأنهم يعتمدون على مصادر أخرى للتعرف على القضايا والأخبار.

الجدول رقم 6 يبين الفترات التي يشاهد فيها طلبة علوم الاعلام والاتصال  
القنوات التلفزيونية الخاصة

النسبة	التكرار	الفترة
00%	00	صباحا
17%	17	مساء
40%	40	الليل
43%	43	غير محدد
100%	100	المجموع

نلاحظ في الجدول رقم 6 أن الفترة الغير محددة هي أكبر نسبة قدرت ب 43% ثم تليها نسبة الطلبة الذين يشاهدون المضامين الاعلامية ليلا والتي تقدر نسبتهم ب 40% اذ تعتبر هذه الفترة الوقت الذي يجمع بين الطالب بالتلفاز ثم تليها نسبة المشاهدة في الفترة المسائية التي تقدر نسبتها ب 17% والمشاهدة في الفترة الصباحية منعدمة بسبب انشغال الطالب بالدراسة.

الجدول رقم 7 يبين القنوات الجزائرية الخاصة المفضلة لدى طلبة علوم الاعلام  
والاتصال بجامعة غرداية

النسبة	التكرار	القناة
37%	37	النهار
32%	32	الشروق
6%	6	الهداف
5%	5	الجزائرية
13%	13	البلاد
4%	4	نوميديا نيوز
3%	3	Beurtv
00%	0	دزاير Tv
100%	100	المجموع

## الجانب التطبيقي

يوضح الجدول رقم 7 أن قناة النهار هي الأكثر اقبالا بحيث بلغت نسبة المشاهدة 37% أما قناة الشروق فنسبة المشاهدة تقدر بـ 32% وبعدها قناة البلاد بنسبة 13% وبعدها قناة المدايف بنسبة 6% وبعدها قناة الجزائرية بنسبة 5% وبعدها قناة نوميديا نيوز بنسبة 4% وبعدها قناة BeurTv بنسبة 3% واخيرا دزاير Tv لا اقبال لها من طرف الطلبة.

ومن خلال هذه النتائج يتضح أن هناك تنافس بين قناة النهار وقناة الشروق وهذا التنافس ربما يكون دليلا على أهمية هاتين القناتين من خلال المضامين الاعلامية التي تقدمها.

### الجدول رقم 8 يبين معية مشاهدة القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة

النسبة	التكرار	معية المشاهدة
25%	25	بمفردك
73%	73	مع العائلة
2%	2	مع الاصدقاء
100%	100	المجموع

يوضح الجدول رقم 8 أن نسبة مشاهدة القنوات مع العائلة هي الأكثر نسبة قدرت بـ 73% ثم تليها مشاهدة الطالب للقنوات الخاصة بمفرده بنسبة 25% وأما نسبة المشاهدة مع الأصدقاء قدرت بـ 2% ونلاحظ أن معظم الطلبة يفضلون مشاهدة المضامين الإعلامية مع العائلة وهذا راجع إلى أهمية هذه الوسيلة {التلفاز} لدى العائلة الجزائرية والخصائص الذي تميزه كوسيلة اعلامية جماعية.

### الجدول رقم 9 يبين الوسيلة التي تستخدمها في مشاهدتك للقنوات الخاصة

النسبة	التكرار	الوسيلة
16%	16	الهاتف الذكي
2%	2	الكومبيوتر
82%	82	التلفاز
00%	0	اللوحة الالكترونية
100%	100	المجموع

## الجانب التطبيقي

يوضح الجدول رقم 09 أن عدد مشاهدي المضامين الإعلامية في التلفاز هو الأكثر نسبة قدرت بـ 82% ثم تليها نسبة مشاهدة المضامين في الهاتف الذكي وقدرت بـ 16% وأخيرا الكومبيوتر قدرت بـ نسبة 02% ويتضح لنا أن ارتفاع نسبة المشاهدة في تلفاز يرجع إلى سهولة اقتناء الطالب له كونه وسيلة متاحة للجميع

الجدول رقم 10 يبين طبيعة البرامج التي تشاهدها عبر القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة

النسبة	التكرار	طبيعة البرامج
48%	48	إخبارية
00%	0	دينية
12%	12	سياسية
11%	11	ثقافية
19%	19	اجتماعية
10%	10	أخرى
100%	100	المجموع

يوضح الجدول رقم 10 أن البرامج الإخبارية هي الأكثر مشاهدة عبر القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة من طرف الطلبة بحيث قدرت نسبتها 48% ثم تليها البرامج الاجتماعية بنسبة 19% وبعدها البرامج السياسية بنسبة 12% أما البرامج الثقافية قدرت بنسبة 11% أما البرامج التي لم يتم تحديدها قدرت بنسبة 10% ونلاحظ اهتمام الطلبة للبرامج الإخبارية والحرص على متابعة النشرات والمواجيز الإخبارية وهذا يرجع إلى أن هذه النشرات تتناول مختلف مجالات الحياة للإنسان.

الجدول رقم 11 يبين المدة التي تقضيها في مشاهدتك للقنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة

المدة	التكرار	المدة
56%	56	أقل من ساعة
39%	39	من ساعة إلى ساعتين
4%	4	من 3 ساعات إلى 4 ساعات
1%	1	أكثر من 4 ساعات
100%	100	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول رقم 11 أن توزيع الطلبة حسب المدة التي يقضيها في مشاهدتهم للقنوات التلفزيونية الخاصة جاء اختيار أقل من ساعة في اليوم الأكثر نسبة قدرت ب 56% أما المدة من ساعة إلى ساعتين في اليوم قدرت بنسبة 39% ثم مدة من 3 ساعات إلى 4 ساعات في اليوم قدرت بنسبة 4% وأخيرا أكثر من 4 ساعات في اليوم بنسبة 1% ويرجع انخفاض الحجم الساعي الذي يخصصه الطلبة لمشاهدة القنوات التلفزيونية الخاصة بسبب ارتباطهم بالدراسة وكذا اهتمامهم بالمواضيع الإخبارية كون أغلب المضامين الإخبارية لا تتجاوز ساعة من الزمن.

المحور الثاني: دوافع وإشباع المحققة لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة غرداية من خلال المضامين الإعلامية للقنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة.

الجدول رقم 12 يبين دوافع مشاهدتك للقنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة

النسبة	التكرار	دوافع المشاهدة
69%	69	فهم الاحداث والقضايا المثارة
15%	15	الدعم الثقافي
16%	16	التسلية والترفيه
00%	0	اخرى
100%	100	المجموع

## الجانب التطبيقي

يوضح الجدول رقم 12 أن دافع فهم الأحداث والقضايا المثارة هو الأكثر نسبة لدى الطالب الجامعي حيث قدرت نسبته ب 69% ثم تليها دافع التسلية والترفيه بنسبة 16% وبعدها دافع الدعم الثقافي بنسبة 15% وتدلل النتائج أن الطلبة أصبحوا أكثر اهتماما حول الأحداث والقضايا المثارة رغبة في معرفة الحقيقة ومشاهدة الأحداث الجارية في مجتمعه.

### الجدول رقم 13 يبين تلبية القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة حاجيات المشاهد

النسبة	التكرار	تلبية حاجيات الطالب
00%	0	دائما
78%	78	احيانا
22%	22	نادرا
100%	100	المجموع

يوضح الجدول رقم 13 أن القنوات التلفزيونية الخاصة أحيانا ما تلبي حاجيات الطالب قدرت بنسبة 78% أما نادرا فكانت بنسبة 22% و انعدام دائما ما تلبي القنوات الخاصة حاجيات الطالب.

ونفسر هذا بتنوع المضامين التي تبثها القنوات الخاصة منها ما تلبي حاجيات الطالب والأخرى بعيدة عن اهتماماتهم.

### الجدول رقم 14 يبين المعايير التي يعتمد عليها مشاهد لإختياره للقنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة

النسبة	التكرار	المعايير
11%	11	تتميز بالسبق الصحفي
16%	16	السرعة في نقل الاخبار
22%	22	الدقة في تناول المواضيع
25%	25	نشر الاخبار بالتفاصيل
10%	10	تنوع المضامين الاعلامية
10%	10	المصدقية والموضوعية في نقل

## الجانب التطبيقي

الحدث		
اداء وكفاءة الاعلاميين	6	6%
اخرى	0	00%
المجموع	100	100%

يوضح الجدول رقم 14 المعايير التي يعتمد عليها الطالب في اختياره للقنوات الخاصة حيث جاءت لصالح معيار نشر الأخبار بالتفاصيل بنسبة تقدر ب 25% ثم يليها معيار الدقة في تناول المواضيع بنسبة 22% أما السرعة في نقل الأخبار بنسبة 16% وبعدها التميز بالسبق الصحفي بنسبة 11% ثم معيار تنوع المضامين الاعلامية والمصادقية والموضوعية في نقل الحدث بنسبة 10% وأخيرا أداء وكفاءة الإعلاميين بنسبة 6% ويمكن تفسير إرتفاع معيار نشر الأخبار بالتفاصيل والدقة في تناول المواضيع لحسن التغطية الإخبارية في القنوات الخاصة وكذا لقيمة الأخبار لدى الطالب لمعرفة كل ما يحدث من أحداث ووقائع.

الجدول رقم 15 يبين الإشباع التي حققتها من مشاهدتك للمضامين الإعلامية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة

النسبة	التكرار	الإشباع المحققة
38%	38	حاجيات معرفية ثقافية
14%	14	حاجيات ترفيهية
12%	12	حاجيات أكاديمية إعلامية
36%	36	حاجيات سياسية
00%	0	اخرى
100%	100	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 15 الذي يمثل اشباع المحققة من مشاهدة الطالب للمضامين الإعلامية في القنوات الجزائرية الخاصة أن الحاجيات المعرفية الثقافية هي الأكثر نسبة قدرت ب 38% وبعدها حاجيات سياسية بنسبة 36% ثم حاجيات ترفيهية بنسبة 14% وأخيرا حاجيات أكاديمية إعلامية بنسبة 12% ويمكن تفسير ارتفاع الحاجيات المعرفية الثقافية والحاجيات

## الجانب التطبيقي

السياسية لدى الطالب إلى اثره الرصيد المعرفي والثقافي لديهم واهتمامهم بالسياسة كون طالب فئة مهمة ومن جماعة النخبة في المجتمع.

المحور الثالث: تقييم طلبة علوم الإعلام والاتصال لمصداقية المضامين الإعلامية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة

الجدول رقم 16 يبين تقييم الطلبة لمصداقية المضامين الاعلامية في القنوات الجزائرية الخاصة

المجموع		معارض		محايد		موافق		العبارة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
100%	100	27%	27	36%	36	37%	37	القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة تطرح المواضيع وتعالج الاحداث بشكل موضوعي حيادي
100%	100	35%	35	35%	35	30%	30	تركز القنوات التلفزيونية الخاصة في مضامينها على الدقة والشمولية
100%	100	19%	19	24%	24	57%	57	تعتمد القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة على مصادر حية في الحصول على المعلومات
100%	100	20%	20	37%	37	43%	43	تشجع الطلبة الجامعيين على مشاهدة المضامين الإعلامية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة.
100%	100	22%	22	28%	28	50%	50	هناك تجدد في المضامين التي تشاهدها على القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة
100%	100	17%	17	28%	28	55%	55	تضمن القنوات التلفزيونية الخاصة حق الانسان في معرفة ما يدور حوله
100%	100	14%	14	53%	53	33%	33	تبادل المضامين التي رأيت أنها صحيحة مع أصدقائك

## الجانب التطبيقي

100%	100	31%	31	39%	39	30%	30	تتوفر في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة كفاءة عالية للصحافيين
100%	100	17%	17	34%	34	49%	49	تتحمل القنوات المسؤولية التامة إزاء ما تعرضه من مضامين اعلامية مختلفة
100%	100	17%	17	32%	32	51%	51	استخدام الصور والفيديوهات بشكل متكرر يجعلك تشاهد هذه القنوات وتتفاعل مع مضامينها
100%	100	24%	24	32%	32	44%	44	تلتزم القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة في أغلب المضامين الاعلامية بعدم التشهير والقذف وانتهاك حرمة الاشخاص

❖ اتجاه المبحوثين نحو عبارة " القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة تطرح المواضيع وتعالج الاحداث بشكل موضوعي وحيادي " نلاحظ ان أغلب الطلبة عبروا عن اتجاههم بالموافقة بحيث قدرت نسبتهم 37% ثم تليها نسبة 36% الذين عبروا عن اتجاههم بالحياد أما نسبة المعارضة بلغت 27%، وربما يرجع ارتفاع نسبة الحياد والموافقة الى الصورة الذهنية الحسنة التي تشكلت لدى الطالب عن المضامين في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة.

❖ اتجاه المبحوثين نحو عبارة " تركز القنوات التلفزيونية الخاصة في مضامينها على الدقة والشمولية " نجد ان هناك نسبة متساوية في عدد الطلبة الذين عبروا عن وجهة نظرهم بالحياد والمعارضة بحيث قدرت نسبتهم ب35% اما الطلبة الذين عبروا بالموافقة قدرت نسبتهم ب30%، ومن خلال هذه النتائج نفسر انخفاض في نسبة الموافقة بأن القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة تعالج وتطرح المواضيع سطحيا دون التعمق في حيثياتها.

❖ اتجاه المبحوثين نحو عبارة " تعتمد القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة على مصادر حية في الحصول على المعلومات " نلاحظ أن معظم أفراد العينة موافقون على هذه العبارة بحيث قدرت نسبتهم ب57% ثم تليها الفئة المحايدة بنسبة 24% لتأتي في الأخير الفئة المعارضة بنسبة 19%

ويرجع سبب ارتفاع نسبة الموافقة الى اهتمام القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة باستضافة الضيوف والنزول الى الميدان باعتبارهم مصدر حي للحصول على المعلومات.

❖ اتجاه المبحوثين نحو عبارة " تشجع الطلبة الجامعيين على مشاهدة المضامين الإعلامية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة " نلاحظ ان نسبة تشجيع الطلبة على مشاهدة المضامين في القنوات التلفزيونية الجزائرية بالموافقة هي الأغلبية بحيث قدرت ب43% أما الحياد فبلغت نسبتهم 37% وأخيرا المعارضة بنسبة 20% ونفسر هذا التوجه الايجابي بحسب رأينا ان الطلبة الجامعيين يجدون ما يشبع رغبتهم عبر القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة بمجرد تلقيهم للمضامين الاعلامية.

❖ اتجاه المبحوثين نحو عبارة " هناك تجدد في المضامين التي تشاهدها على القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة " نلاحظ ان أن نصف أفراد العينة يوافقون على أن هناك تجدد في المضامين المعروضة وقدرت ب 50% ثم تليها الحياد بنسبة 28% وأخيرا معارض بنسبة 22% ونفسر هذه النتائج بأن القنوات الجزائرية تشبع رغبات واحتياجات الجمهور من خلال تنوع وتجدد في المواضيع التي تعرضها.

❖ اتجاه المبحوثين نحو عبارة " تضمن القنوات التلفزيونية الخاصة حق الانسان في معرفة ما يدور حوله " نلاحظ الجدول أن نسبة الموافقة قدرت ب 55% بينما عبر 28% منهم بالحياد وأخيرا عارض العبارة بنسبة 17% ونفسر هذا بالتوجه الإيجابي كون أن الطلبة يتفاعلون مع هذه المضامين الإعلامية فهي تساعدهم في التعرف على ما يدور حولهم.

❖ اتجاه المبحوثين نحو عبارة " تتبادل المضامين التي رأيت أنها صحيحة مع أصدقائك " نلاحظ ان نسبة الحياد هي الأعلى وقدرت ب 53% بينما نسبة الموافقة قدرت ب 33% في حين بلغت نسبة المعارضة 14% يوضح الجدول ان نسبة الحياد في تبادل المضامين الصحيحة مع الأصدقاء ليست ضرورية وذلك لكون الطلبة لا يجدون ما هو ضروري لتبادل فيما بينهم الا فيما يتعلق بالشأن الوطني العام.

❖ اتجاه المبحوثين نحو عبارة " تتوفر في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة كفاءة عالية للصحافيين " نلاحظ ان أن نسبة الحياد هي الأعلى وقدرت ب 39% ثم تليها نسبة المعارضة 31% وفي الأخير نسبة الموافقة 30% تفسر إتجاه الطلبة نحو الحياد بنقص الخبرة والكفاءة لدى الصحافيين وافتقارهم للغة الإعلامية الصحيحة، نفسر ذلك ربما بتشغيل جل القنوات طاقم شبابي.

## الجانب التطبيقي

❖ اتجاه المبحوثين نحو عبارة " تتحمل القنوات المسؤولية التامة إزاء ما تعرضه من مضامين اعلامية مختلفة " نلاحظ أن نسبة الموافقة قدرت ب 49% ثم تليها نسبة الحياد ب 34% وأخيرا نسبة المعارضة ب 17% ويمكن ان نفسر رأي نصف أفراد العينة بتحمل القنوات لمسئوليتها اتجاه ماتعرضه بأنها تولي أهمية للمسؤولية المهنية وتلتزم بها وفقا لما تمليه عليها أخلاقياتها المهنية.

❖ اتجاه المبحوثين نحو عبارة " استخدام الصور والفيديوهات بشكل متكرر يجعلك تشاهد هذه القنوات وتتفاعل مع مضامينها " نلاحظ أن نسبة الموافقة عالية قدرت ب 51% ثم تليها نسبة الحياد قدرت ب 32% وأخيرا نسبة المعارضة ب 17% وتعود هذه النتائج إلى أن الطالب يفضل مشاهدة الصور والفيديوهات لمعرفة مجريات الحدث وكذا من أجل جذب انتباه المشاهد وتصديق الحدث كون أن الصورة أو الفيديو تعتبر كدليل او برهان لما تعرضه القناة وتقرب المشاهد أكثر للحقيقة وتجعله بتفاعل معها.

❖ اتجاه المبحوثين نحو عبارة " تلتزم القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة في أغلب المضامين الاعلامية بعدم التشهير والقذف وانتهاك حرمة الاشخاص " نلاحظ أن أغلب الطلبة موافقون على العبارة بحيث قدرت نسبتهم ب 44% في حين نسبة الحياد قدرت ب 32% أما نسبة المعارضة قدرت ب 24% نفسر هذه النتائج أن القنوات التلفزيونية ملتزمة بأخلاقيات المهنة في، أغلب مضامينها وتبتعد عن كل ما يشوه و يخل بصورة القناة لدى المتلقي يجب ان تتحلى القناة بالموضوعية والمصدقية ❖ كونها الضامن الرئيسي وأنها تتوافق تماما مع عدم التشهير والقذف.

الجدول رقم 17 يبين العلاقة بين متغير الجنس والعبارة " القنوات التلفزيونية الخاصة تطرح

### المواضيع وتعالج الأحداث بشكل موضوعي وحيادي

المجموع		القنوات التلفزيونية الخاصة تطرح المواضيع وتعالج الأحداث بشكل موضوعي وحيادي						العبارة
		معارض		محايد		موافق		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الجنس
36%	36	10%	10	15%	15	11%	11	ذكر
64%	64	17%	17	21%	21	26%	26	انثى

## الجانب التطبيقي

100%	100	27%	27	36%	36	37%	37	المجموع
------	-----	-----	----	-----	----	-----	----	---------

يوضح لنا الجدول رقم 17 أن معظم الاجابات على العبارة " القنوات التلفزيونية الخاصة تطرح المواضيع وتعالج الأحداث بشكل موضوعي وحيادي " بالموافقة كانت لجنس الاناث بنسبة 26% أما الذكور فكانت بنسبة 11% والاجابة بالحياد كانت الأعلى لصالح الاناث قدرت ب21% في حين الذكور قدرت ب15% وأخيرا المعارضة كانت نسبة الاناث 17% والذكور 10، وبذلك فان الذكور محايدين في اتجاههم نحو موضوعية القنوات وحيادها في معالجة المواضيع اما الاناث فهم موافقات على العبارة.

الجدول رقم 18 يبين العلاقة بين متغير الجنس والعبارة " تركز القنوات التلفزيونية الخاصة في مضامينها على الدقة والشمولية"

المجموع		تركز القنوات التلفزيونية الخاصة في مضامينها على الدقة والشمولية						العبارة
		معارض		محايد		موافق		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الجنس
36%	36	14%	14	12%	12	10%	10	ذكر
64%	64	21%	21	23%	23	20%	20	انثى
100%	100	35%	35	35%	35	30%	30	المجموع

من خلال الجدول رقم 18 نلاحظ اتجاه الباحثين نحو العبارة "تركز القنوات التلفزيونية الخاصة في مضامينها على الدقة والشمولية" المعارض كأعلى نسبة عند الذكور قدرت ب14% لتليها نسبة المحايد مقدرة ب 12% أما ادنى نسبة عند الذكور كانت بالموافقة و قدرت ب10% وهذا دليل على ان فئة الذكور معارضة على دقة وشمولية المضامين في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة.

## الجانب التطبيقي

أما فئة الاناث فكان اتجاههم محايد كأعلى نسبة قدرت بـ 23% اما ثاني نسبة كانت للمعارض قدرت بـ 21% أما ادنى نسبة فكانت للموافق 20% وبذلك نقول أن الاناث دقة وشمولية المضامين الاعلامية مقبولة نوعا ما لديهن.

الجدول رقم 19 يبين العلاقة بين متغير الجنس والعبارة "تعتمد القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة على مصادر حية في الحصول على المعلومات"

المجموع		تعتمد القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة على مصادر حية في الحصول على المعلومات						العبارة الجنس
		معارض		محايد		موافق		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
36%	36	7%	7	12%	12	17%	17	ذكر
64%	64	12%	12	12%	12	40%	40	انثى
100%	100	19%	19	24%	24	57%	57	المجموع

من خلال الجدول رقم 19 نلاحظ اتجاه الباحثين نحو العبارة "تعتمد القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة على مصادر حية في الحصول على المعلومات" نسبة الموافقة عند الذكور كانت عالية و قدرت بـ 17% لتليها نسبة الحياد بـ 12% اما ادنى نسبة في المعارضة قدرت بـ 7% أما فئة الاناث فكانت كذلك نسبة الموافقة أعلى نسبة و قدرت بـ 40% ونسبة الحياد والمعارضة بـ 12% وهذا دليل على ان القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة في رأيي كل من الذكور والاناث تعتمد وتدعم مضامينها بمصادر حية في الحصول على المعلومات المتمثلة في الشخصيات المهمة أو كبار الشخصيات الاجتماعية.

الجدول رقم 20 يبين العلاقة بين متغير الجنس والعبارة "تشجع الطلبة الجامعيين على مشاهدة المضامين الإعلامية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة"

المجموع		تشجع الطلبة الجامعيين على مشاهدة المضامين الإعلامية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة.						العبارة الجنس
		معارض		محايد		موافق		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	

## الجاناب التطبيقي

36%	36	6%	6	12%	12	18%	18	ذكر
64%	64	14%	14	25%	25	25%	25	انثى
100%	100	20%	20	37%	37	43%	43	المجموع

من خلال الجدول رقم 20 نلاحظ اتجاه المبحوثين نحو عبارة " تشجع الطلبة الجامعيين على مشاهدة المضامين الإعلامية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة " ان نسبة الموافقة عند الذكور كانت بنسبة 18% والحياد بنسبة 12% والمعارضة بنسبة 6% أما جنس الاناث فنسبة الموافقة 25% والحياد 25% والمعارضة 14% كون ان المبحوثين هم طلبة علوم الاعلام والاتصال فلهذا نجد أن نسبة تشجيع مشاهدة المضامين في القنوات الخاصة كانت عالية لكلا الجنسين.

الجدول رقم 21 يبين العلاقة بين متغير الجنس والعبارة " هناك تجدد في المضامين التي تشاهدها على القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة "

المجموع		هناك تجدد في المضامين التي تشاهدها على القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة						العبارة الجنس
		معارض		محايد		موافق		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
36%	36	8%	8	14%	14	14%	14	ذكر
64%	64	14%	14	14%	14	36%	36	انثى
100%	100	22%	22	28%	28	50%	50	المجموع

من خلال الجدول رقم 21 نلاحظ اتجاه المبحوثين نحو العبارة " هناك تجدد في المضامين التي تشاهدها على القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة " ان نسبة الموافقة والمحايد نفس نسبة قدرت ب 14% ونسبة المعارضة 8% أما بالنسبة للإناث فكانت نسبة الموافقة 36% ونسبة الحياد والمعارضة متشابهة قدرت ب 14% نلاحظ أن أغلبية المبحوثين من كلا الجنسين يوافقون على تجدد المضامين التي تبث في القنوات الجزائرية الخاصة باعتبارها تركز تنويع المواضيع التي تطرحها مع مراعاة اهتمامات الجمهور.

الجدول رقم 22 يبين العلاقة بين متغير الجنس والعلاقة بين العبارة " تضمن القنوات التلفزيونية الخاصة حق الانسان في معرفة ما يدور حوله "

المجموع		تضمن القنوات التلفزيونية الخاصة حق الانسان في معرفة ما يدور حوله						العبارة الجنس
		معارض		محايد		موافق		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
36%	36	8%	8	10%	10	18%	18	ذكر
64%	64	9%	9	18%	18	37%	37	انثى
100%	100	17%	17	28%	28	55%	55	المجموع

من خلال الجدول رقم 22 نلاحظ اتجاه المبحوثين نحو عبارة " تضمن القنوات التلفزيونية الخاصة حق الانسان في معرفة ما يدور حوله " أن نسبة الموافقة عند الذكور قدرت ب 18% ثم تليها نسبة الحياد ب 10% ونسبة المعارضة 8% أما بالنسبة للإناث نجد كذلك نسبة الموافقة مرتفعة قدرت ب 37% لتليها نسبة الحياد 18% وفي الأخير نسبة المعارضة 9% ونفس ارتفاع في نسبة الموافقة لكلا الجنسين أن المضامين الإعلامية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة تساعد الطالب الجامعي في معرفة ما يدور حوله كما تمكنه من تفاعله معها.

الجدول رقم 23 يبين العلاقة بين متغير الجنس والعبارة " تتبادل المضامين التي رأيت أنها صحيحة مع أصدقائك " صحيحة مع أصدقائك "

المجموع		تبادل المضامين التي رأيت أنها صحيحة مع أصدقائك						العبارة الجنس
		معارض		محايد		موافق		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
36%	36	4%	4	14%	14	18%	18	ذكر
64%	64	10%	10	19%	19	35%	35	انثى
100%	100	14%	14	33%	33	53%	53	المجموع

## الجانب التطبيقي

من خلال الجدول رقم 23 نلاحظ اتجاه المبحوثين نحو عبارة " تتبادل المضامين التي رأيت أنها صحيحة مع أصدقائك " نسبة الموافقة عند الذكور قدرت ب18% والحياد ب14% والمعارضة 4% أما عند الإناث فنسبة الموافقة 35% والحياد 19% ونسبة المعارضة 10% ونفسر ارتفاع في نسبة الموافقة لكلا الجنسين أن تفاعلهم وتبادلهم للمضامين دليل على أهمية ما تبثه القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة لطالب.

الجدول رقم 24 يبين العلاقة بين متغير الجنس والعبارة " تتوفر في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة كفاءة عالية للصحافيين "

المجموع		تتوفر في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة كفاءة عالية للصحافيين						العبارة	الجنس
		معارض		محايد		موافق			
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
36%	36	12%	12	16%	16	8%	8		ذكر
64%	64	19%	19	23%	23	22%	22		انثى
100%	100	31%	31	39%	39	30%	30		المجموع

من خلال الجدول رقم 24 نلاحظ اتجاه المبحوثين نحو عبارة " تتوفر في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة كفاءة عالية للصحافيين " أن نسبة الحياد عند الذكور بلغت 16% ونسبة المعارضة 12% ونسبة الموافقة 8% أما بالنسبة للإناث فنسبة الحياد بلغت 23% ونسبة الموافقة 22% والمعارضة 19% ونفسر ارتفاع نسبة الحياد عند الجنسين تدل على أن كفاءة الصحافيين متوسطة حسب النتائج المتحصل عليها وربما يرجع هذا إلى غياب الدورات التكوينية خلال المسيرة المهنية التي تجعله يكتسب مهارات وخبرات جديدة.

## الجانب التطبيقي

الجدول رقم 25 يبين العلاقة بين متغير الجنس والعبارة " تتحمل القنوات المسؤولية التامة إزاء ما تعرضه من مضامين اعلامية مختلفة "

المجموع		تتحمل القنوات المسؤولية التامة إزاء ما تعرضه من مضامين اعلامية مختلفة						العبارة الجنس
		معارض		محايد		موافق		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
36%	36	6%	6	13%	13	17%	17	ذكر
64%	64	11%	11	21%	21	32%	32	انثى
100%	100	17%	17	34%	34	49%	49	المجموع

من خلال الجدول رقم 25 نلاحظ اتجاه الباحثين نحو عبارة " تتحمل القنوات المسؤولية التامة إزاء ما تعرضه من مضامين اعلامية مختلفة " نجد أن نسبة الموافقة عند الذكور 17% ونسبة الحياد 13% ونسبة المعارضة 6% أما عند الإناث فنجد نسبة الموافقة 49% ونسبة الحياد 34% ونسبة المعارضة 11% وبذلك كلا النوعين ذكورا واناثا المسؤولية لهما نفس الاتجاه في تحلي القنوات بالمسؤولية المهنية فلا تعرض مضامينها دون التحقق من صحتها والتأكد من مصداقية مصادرها.

الجدول رقم 26 يبين العلاقة بين متغير الجنس والعبارة " استخدام الصور والفيديوهات بشكل متكرر يجعلك تشاهد هذه القنوات وتتفاعل مع مضامينها "

المجموع		استخدام الصور والفيديوهات بشكل متكرر يجعلك تشاهد هذه القنوات وتتفاعل مع مضامينها						العبارة الجنس
		معارض		محايد		موافق		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
36%	36	4%	4	14%	14	18%	18	ذكر
64%	64	13%	13	18%	18	33%	33	انثى
100%	100	17%	17	32%	32	51%	51	المجموع

## الجانب التطبيقي

من خلال الجدول رقم 26 نلاحظ اتجاه المبحوثين نحو عبارة "استخدام الصور والفيديوهات بشكل متكرر يجعلك تشاهد هذه القنوات وتتفاعل مع مضامينها" نجد أن نسبة الموافقة عند الذكور 18% ونسبة الحياد 14% ونسبة المعارضة 4% أما عند الإناث فنجد نسبة الموافقة 33% ونسبة الحياد 18% ونسبة المعارضة 17% نفس ارتفاع نسبة الموافقة عند كلا الجنسين راجع إلى أهمية الصور والفيديوهات في جذب انتباه وتفاعل المشاهد مع المضامين والحصول على أكبر قدر من المعلومات ومعرفة مجريات الحدث.

الجدول رقم 27 يبين العلاقة بين متغير الجنس والعبارة "تلتزم القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة في أغلب المضامين الإعلامية بعدم التشهير والقذف وانتهاك حرمة الأشخاص"

المجموع		تلتزم القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة في أغلب المضامين الإعلامية بعدم التشهير والقذف وانتهاك حرمة الأشخاص						العبارة
		معارض		محايد		موافق		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الجنس
36%	36	7%	7	13%	13	16%	16	ذكر
64%	64	17%	17	19%	19	28%	28	انثى
100%	100	24%	24	32%	32	44%	44	المجموع

من خلال الجدول رقم 27 نلاحظ اتجاه المبحوثين نحو عبارة "تلتزم القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة في أغلب المضامين الإعلامية بعدم التشهير والقذف وانتهاك حرمة الأشخاص" نجد أن نسبة الموافقة عند الذكور 16% ونسبة الحياد 13% ونسبة المعارضة 7% أما عند الإناث نجد نسبة الموافقة 28% ونسبة الحياد 19% ونسبة المعارضة 17% نفس ارتفاع نسبة الموافقة عند كلا الجنسين بأن القنوات التلفزيونية الجزائرية لها سمعة جيدة وتبتعد عن كل ما يشوه بسمعة صورتها لدى المشاهد وذلك من خلال التزامها بالحياد والموضوعية في بث مضامينها والابتعاد عن التشهير والقذف للحصول على مصداقية أكثر.

الجدول رقم 28 يبين العلاقة بين المستوى التعليمي والعبارة " القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة تطرح المواضيع وتعالج الاحداث بشكل موضوعي وحيادي "

المجموع		القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة تطرح المواضيع وتعالج الاحداث بشكل موضوعي وحيادي						العبارة
		معارض		محايد		موافق		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
32%	32	8%	8	11%	11	13%	13	ثانية اعلام واتصال
37%	37	8%	8	16%	16	13%	13	ثالثة اتصال
8%	8	2%	2	1%	1	5%	5	اولى ماستر
23%	23	9%	9	8%	8	6%	6	ثانية ماستر
100%	100	27%	27	36%	36	37%	37	المجموع

من خلال الجدول رقم 28 نلاحظ اتجاه الباحثين نحو عبارة "القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة تطرح المواضيع وتعالج الاحداث بشكل موضوعي وحيادي" نجد أن نسبة الموافقة لمستوى ثانية إعلام واتصال 13% لتليها نسبة المحايد ب 11% وأدنى نسبة للمعارضة قدرت ب 8% أما بالنسبة لمستوى ثالثة اتصال اعلى نسبة للحيد و قدرت ب 16% ونسبة الموافقة 13% أما نسبة المعارضة 8% وبعدها مستوى أولى ماستر كانت أعلى نسبة لصالح موافق و قدرت ب 5% لتليها نسبة المعارضة 2% وأخيرا المحايد ب 1% وأخيرا مستوى سنة ثانية ماستر فكانت نسبة المعارضة لديهم تقدر ب 9% لتليها نسبة الحيد ب 8% وأخيرا موافق بنسبة 6% نفس ارتفاع نسبة الموافقة عند مستوى ثانية اعلام واتصال وأولى ماستر بأن المواضيع التي تطرحها القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة تتماشى مع توجهاتهم لهذا فهم ينظرون اليها بأنها تعالج مواضيع بشكل موضوعي وحيادي كما نفسر ارتفاع نسبة الحيد لدى مستوى ثالثة اتصال بأن ليست لهم فكرة او رأي عن طبيعة المواضيع والاحداث التي تبثها القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة أما عن سنة ثانية ماستر فجاءت نسبة المعارضة مرتفعة وهذا يرجع الي أن طبيعة المواضيع التي تبثها القنوات لا تتماشى مع افكاره وميولاته.

الجدول رقم 29 يبين العلاقة بين المستوى التعليمي والعبارة " تركز القنوات التلفزيونية الخاصة في مضامينها على الدقة والشمولية "

المجموع		تركز القنوات التلفزيونية الخاصة في مضامينها على الدقة والشمولية						العبارة	المستوى التعليمي
		معارض		محايد		موافق			
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
32%	32	11%	11	11%	11	10%	10	ثانية اعلام واتصال	
37%	37	9%	9	16%	16	12%	12	ثالثة اتصال	
8%	8	2%	2	3%	3	3%	3	اولى ماستر	
23%	23	13%	13	5%	5	5%	5	ثانية ماستر	
100%	100	35%	35	35%	35	30%	30	المجموع	

من خلال الجدول رقم 29 نلاحظ اتجاه الباحثين نحو عبارة " تركز القنوات التلفزيونية الخاصة في مضامينها على الدقة والشمولية " نجد أن نسبة الحياد و المعارضة عند مستوى ثانية اعلام واتصال مرتفعة وقدرت ب 11% ونسبة الموافقة ب 10% أما بالنسبة لمستوى ثالثة اتصال نجد أن نسبة الحياد مرتفعة وتقدر ب 16% ونسبة الموافقة 12% ونسبة المعارضة 9% وبعدها مستوى أولى ماستر كانت نسب متساوية بين الموافقة والحياد وقدرت ب 3% لكل منهما ونسبة المعارضة 2% وأخيرا ثانية ماستر نجد أن نسبة المعارضة مرتفعة بنسبة 13% ونسبة الموافقة والحياد متساوية بنسبة 5% لكل منهما .

لذلك نجد أن طلبة مستوى ثانية الماستر هم الاكثر معارضة للعبارة بحيث انهم لا يرون القنوات الخاصة تتميز بالدقة والشمولية وهذا نفسه بمدى قدرة طلبة هذا المستوى للتمييز و متابعة المضامين الاعلامية وفقا لما اكتسبوه من معلومات نظرية واسقاطها على الواقع .

الجدول رقم 30 يبين العلاقة بين المستوى التعليمي والعبارة " تعتمد القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة على مصادر حية في الحصول على المعلومات "

المجموع		تعتمد القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة على مصادر حية في الحصول على المعلومات						العبارة	المستوى التعليمي
		معارض		محايد		موافق			
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
32%	32	6%	6	8%	8	18%	18	ثانية اعلام واتصال	
37%	37	7%	7	8%	8	22%	22	ثالثة اتصال	
8%	8	2%	2	2%	2	4%	4	اولى ماستر	
23%	23	4%	4	6%	6	13%	13	ثانية ماستر	
100%	100	19%	19	24%	24	57%	57	المجموع	

من خلال الجدول رقم 30 نلاحظ اتجاه الباحثين نحو عبارة " تعتمد القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة على مصادر حية في الحصول على المعلومات " نجد أن نسبة الموافقة عند المستوى الثانية اعلام واتصال مرتفعة تقدر ب 18% لتليها نسبة الحياد بنسبة 8% وفي الأخير نسبة المعارضة ب 6% أما لسنة ثالثة اتصال نجد أن نسبة الموافقة مرتفعة ب 22% والحياد ب 8% والمعارضة ب 7% وبعدها مستوى أولى ماستر نجد أن نسبة الموافقة 4% ونسبة الحياد والمعارضة متساوية بنسبة 2% لكل منهما وفي الأخير مستوى ثانية ماستر نجد أن نسبة الموافقة مرتفعة ب 13% ونسبة الحياد ب 6% ونسبة المعارضة ب 4% ونفس نسبة ارتفاع الموافقة عند جميع المستويات أن كل القنوات الخاصة تركز على محتلق مصادرها الحية خاصة لإقناع المشاهد لما يتلقاه من مضامين.

الجدول رقم 31 يبين العلاقة بين المستوى التعليمي والعبارة " تشجع الطلبة الجامعيين على مشاهدة المضامين الإعلامية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة "

المجموع		تشجع الطلبة الجامعيين على مشاهدة المضامين الإعلامية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة.						العبارة
		معارض		محايد		موافق		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
32%	32	6%	6	14%	14	12%	12	ثانية اعلام واتصال
37%	37	4%	4	15%	15	18%	18	ثالثة اتصال
8%	8	2%	2	1%	1	5%	5	اولى ماستر
23%	23	8%	8	7%	7	8%	8	ثانية ماستر
100%	100	20%	20	37%	37	43%	43	المجموع

من خلال الجدول رقم 31 اتجاه الباحثين نحو عبارة " تشجع الطلبة الجامعيين على مشاهدة المضامين الإعلامية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة " نجد أن نسبة المحايد كانت اعلى نسبة للمستوى سنة ثانية اعلام واتصال وقدرت ب 14% وتليها نسبة الموافقة ب12% اما 6% فكانوا معارضين، وهذا راجع ان الطلبة لا يوجد لديهم رأي أو فكرة حول تشجيعهم لمشاهدة المضامين أو أنهم اقل مشاهدة للقنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة، أما مستوى سنة ثالثة اتصال فأعلى نسبة كانت لصالح الموافقة قدرت ب18% وتليها نسبة المحايد ب15% وبعدها المعارض بنسبة 4%، أما مستوى اولى ماستر فالأعلى نسبة كانت لصالح الموافقة قدرت ب5% ثم المعارضة بنسبة 2% لتليها المحايد بنسبة 1%. وهذا دليل على ان طلبة ثالثة اتصال والاولى ماستر يشجعون على مشاهدة المضامين كونهم مهتمين بها ويجدون ما يلي رغبتهم، أما المستوى الأخير سنة ثانية ماستر فأعلى نسبة كانت لصالح الموافق والمعارض قدرت ب8% وتليها المحايد بنسبة 7% ونفسر تشجيع طلبة جميع المستويات لزملائهم لمشاهدة تلك القنوات لثقتهم فيما تقدمه من مضامين اعلامية مختلفة.

الجدول رقم 32 يبين العلاقة بين المستوى التعليمي والعبارة " هناك تجدد في المضامين التي تشاهدها على القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة "

المجموع		هناك تجدد في المضامين التي تشاهدها على القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة						العبارة المستوى التعليمي
		معارض		محايد		موافق		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
32%	32	9%	9	8%	8	15%	15	ثانية اعلام واتصال
37%	37	5%	5	13%	13	19%	19	ثالثة اتصال
8%	8	3%	3	2%	2	3%	3	اولى ماستر
23%	23	5%	5	5%	5	13%	13	ثانية ماستر
100%	100	22%	22	28%	28	50%	50	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 32 اتجاه الباحثين نحو عبارة " هناك تجدد في المضامين التي تشاهدها على القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة " ان نسبة الموافقة لكل المستويات كانت الأعلى نسبة، فمستوى الثانية اعلام واتصال قدرت بـ15% موافقة لتليها نسبة المعارضة قدرت بـ9% اما نسبة الحياد فقدرت بـ8% ، اما مستوى الثالثة اتصال نسبة الموافقة هي اعلى نسبة قدرت بـ19% لتليها نسبة الحياد بـ13% وبعدها نسبة المعارضة بـ5%، ومستوى اولى ماستر فنسبة الموافقة ونسبة المعارضة متشابهان قدرت بـ3% اما الحياد فنسبتهم 2%، أما السنة الثانية ماستر فنسبة الموافقة قدرت بـ13% لتليها نسبة الحياد والمعارضة معا بـ5%.

وهذا راجع كون ان الطلبة يشاهدون القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة باستمرار ويرون ان هناك تجدد وتنوع في المضامين فهي تراعي احتياجاتهم.

الجدول رقم 33 يبين العلاقة بين المستوى التعليمي والعبارة " تضمن القنوات التلفزيونية الخاصة حق الانسان في معرفة ما يدور حوله "

المجموع		تضمن القنوات التلفزيونية الخاصة حق الانسان في معرفة ما يدور حوله						العبارة
		معارض		محايد		موافق		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	المستوى التعليمي
32%	32	7%	7	8%	8	17%	17	ثانية اعلام واتصال
37%	37	5%	5	12%	12	20%	20	ثالثة اتصال
8%	8	2%	2	1%	1	5%	5	اولى ماستر
23%	23	3%	3	7%	7	13%	13	ثانية ماستر
100%	100	17%	17	28%	28	55%	55	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 33 اتجاه الباحثين نحو عبارة " تضمن القنوات التلفزيونية الخاصة حق الانسان في معرفة ما يدور حوله " ان نسبة الموافقة عند مستوى ثانية اعلام واتصال مرتفعة اذ قدرت ب17% لتليها نسبة الحياد 8% وفي الاخير نسبة المعارضة 7%، اما مستوى الثالثة اتصال فكانت اعلى نسبة للموافقة و قدرت ب20% ونسبة الحياد 12% ونسبة المعارضة 5%، ومستوى اولى ماستر كانت نسبة الموافقة لديهم 5% والمعارضة 2% اما الحياد فسببتهم 1%، واخيرا مستوى الثانية ماستر كانت نسبة الموافقة لديهم 13% ونسبة الحياد 7% ونسبة المعارضة 3%.

ونفسر هذا الارتفاع بالنسبة لاتجاه الموافقة عند جميع المستويات ان القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة تضمن وتحقق للإنسان كل ما يحتاج معرفته واندماجه مع الوسط الخارجي الذي يعيش فيه.

الجدول رقم 34 يبين العلاقة بين المستوى التعليمي والعبارة " تتبادل المضامين التي رأيت أنها صحيحة مع أصدقائك " أنها صحيحة مع أصدقائك "

المجموع		تبادل المضامين التي رأيت أنها صحيحة مع أصدقائك						العبارة المستوى التعليمي
		معارض		محايد		موافق		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
32%	32	5%	5	10%	10	17%	17	ثانية اعلام واتصال
37%	37	5%	5	15%	15	17%	17	ثالثة اتصال
8%	8	00%	0	3%	3	5%	5	اولى ماستر
23%	23	4%	4	5%	5	14%	14	ثانية ماستر
	100		14		33		53	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 34 اتجاه المبحوثين نحو عبارة عبارة "تبادل المضامين التي رأيت أنها صحيحة مع أصدقائك " ان نسبة الموافقة عند مستوى الثانية اعلام واتصال عالية قدرت ب17% ونسبة الحياد ب10% ونسبة المعارضة ب5% اما مستوى الثالثة اتصال فكانت اعلى نسبة لصالح الموافقة و قدرت ب17% والحياد بنسبة 10% اما المعارضة فنسبتها 5% ومستوى اولى ماستر فنجد نسبة الموافقة 5% ونسبة الحياد 3% وانعدام نسبة المعارضة وفي الأخير مستوى ثانية ماستر فنجد نسبة الموافقة 14% والحياد 5% اما المعارضة 4%.

ونفسر سبب ارتفاع نسبة الموافقة بان معظم الطلبة في جميع المستويات تهتم بالمواضيع التي تبثها القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة ويتبادلونها فيما بينهم وهذا دليل على ان هذه المضامين هي محل اهتمام لذلك يتم التفاعل معها.

الجدول رقم 35 يبين العلاقة بين المستوى التعليمي والعبارة " تتوفر في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة بكفاءة عالية للصحافيين "

المجموع		تتوفر في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة بكفاءة عالية للصحافيين						العبارة المستوى التعليمي
		معارض		محايد		موافق		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
32%	32	9%	9	11%	11	12%	12	ثانية اعلام واتصال
37%	37	9%	9	18%	18	10%	10	ثالثة اتصال
8%	8	4%	4	1%	1	3%	3	اولى ماستر
23%	23	9%	9	9%	9	5%	5	ثانية ماستر
100%	100	31%	31	39%	39	30%	30	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 35 اتجاه المبحوثين حول عبارة "تتوفر في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة بكفاءة عالية للصحافيين" ان نسبة الموافقة لدى مستوى الثانية اعلام واتصال 12% والحياد 11% والمعارضة 9% ويرجع نسبة الموافقة ازاء الكفاءة العالية للصحافيين في القنوات الخاصة لنظرتهم السطحية حول الاداء الصحفي كونهم مبتدئين في مجال الاعلام والاتصال، اما مستوى الثالثة اتصال فنجد ان نسبة الحياد مرتفعة وقدرت بـ 18% والموافقة بنسبة 10% اما المعارضة 9% ويرجع هذا الارتفاع ان الطلبة لا رأي لديهم حول كفاءة الصحافيين، اما مستوى الاولى ماستر نجد نسبة المعارضة قدرت بـ 4% لتليها نسبة الموافقة بـ 3% اما الحياد بنسبة 1%، وفي الاخير مستوى الثانية ماستر نجد ان نسبة الحياد والمعارضة متساوية اذ قدرت بـ 9% لتليها نسبة الموافقة 5%.

ونفسر هذا الارتفاع لدى المستويين اولى ماستر وثانية ماستر حول كفاءة الصحافيين نجد انهم معارضين وحسب رأينا يرجع هذا التعارض بعدم اقتناع الطلبة بالأداء الصحفي وهذا دليل على خبرتهم الأكاديمية في مجال الاعلام والاتصال.

الجدول رقم 36 يبين العلاقة بين المستوى التعليمي والعبارة " تتحمل القنوات المسؤولية التامة إزاء ما تعرضه من مضامين اعلامية مختلفة "

المجموع		تتحمل القنوات المسؤولية التامة إزاء ما تعرضه من مضامين اعلامية مختلفة						العبارة المستوى التعليمي
		معارض		محايد		موافق		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
32%	32	8%	8	11%	11	13%	13	ثانية اعلام واتصال
37%	37	4%	4	11%	11	22%	22	ثالثة اتصال
8%	8	1%	1	1%	1	6%	6	اولى ماستر
23%	23	4%	4	11%	11	8%	8	ثانية ماستر
100%	100	17%	17	34%	34	49%	49	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 36 اتجاه المبحوثين حول عبارة " تتحمل القنوات المسؤولية التامة إزاء ما تعرضه من مضامين اعلامية مختلفة " ان نسبة الموافقة لدى مستوى الثانية اعلام واتصال عالية وقدرت ب13% ونسبة الحياد 11% ونسبة المعارضة 8%، أما مستوى الثالثة اتصال نجد ان نسبة الموافقة كذلك هي اعلى نسبة وقدرت ب22% ونسبة الحياد 11% اما نسبة المعارضة 4%، اما مستوى اولى ماستر نجد نسبة الموافقة 6% ونسبة الحياد والمعارضة 1% لكل منهما، وفي الأخير مستوى الثانية ماستر نجد نسبة المحايد مرتفعة قدرت ب11% ونسبة الموافقة 8% اما المعارضة 4%.

نجد ان اغلب الطلبة عبروا بالموافقة على تحمل القنوات المسؤولية ازاء ما تعرضه من مضامين اعلامية وهذا من خلال ما تعرضه تلك القنوات من ردود وتصويبات في حال الخطأ او تجاوزها لبعض الحدود المهنية المعمول بها .

الجدول رقم 37 يبين العلاقة بين المستوى التعليمي والعبارة " استخدام الصور والفيديوهات بشكل متكرر يجعلك تشاهد هذه القنوات وتتفاعل مع مضامينها "

المجموع		استخدام الصور والفيديوهات بشكل متكرر يجعلك تشاهد هذه القنوات وتتفاعل مع مضامينها						العبارة المستوى التعليمي
		معارض		محايد		موافق		
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
32%	32	9%	9	8%	8	15%	15	ثانية اعلام واتصال
37%	37	6%	6	14%	14	17%	17	ثالثة اتصال
8%	8	1%	1	2%	2	5%	5	اولى ماستر
23%	23	1%	1	8%	8	14%	14	ثانية ماستر
100%	100	17%	17	32%	32	51%	51	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم 37 اتجاه الباحثين نحو عبارة " استخدام الصور والفيديوهات بشكل متكرر يجعلك تشاهد هذه القنوات وتتفاعل مع مضامينها " نجد ان نسبة الموافقة عند مستوى الثانية اعلام واتصال 15% ونسبة المعارضة 9% اما نسبة الحياد 8%، اما مستوى ثالثة اتصال فنجد ان نسبة الموافقة 17% ونسبة الحياد 14% ونسبة المعارضة 6%، اما مستوى اولى ماستر نجد نسبة الموافقة 5% ونسبة الحياد 2% ونسبة المعارضة 1%، وفي الأخير مستوى ثانية ماستر نجد نسبة الموافقة 14% ونسبة الحياد 8% اما نسبة المعارضة 1%

ونفسر تسجيل اعلى نسبة عند الاتجاه موافق لجميع المستويات بان الصور والفيديوهات تجعل المشاهد يتفاعل مع المضامين " فالصورة أبلغ من ألف كلمة" وهذا ما يدل على انهما جوهر اساسي يشكل اكثر فعالية من الكلام وتجذب انتباه المتلقي وتساعد على فهم واستيعاب المضامين بسهولة.

الجدول رقم 38 يبين العلاقة بين المستوى التعليمي والعبارة " تلتزم القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة في أغلب المضامين الاعلامية بعدم التشهير والقذف وانتهاك حرمة الاشخاص "

المجموع		تلتزم القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة في أغلب المضامين الاعلامية بعدم التشهير والقذف وانتهاك حرمة الاشخاص						العبارة	المستوى التعليمي
		معارض		محايد		موافق			
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
32%	32	12%	12	10%	10	10%	10	ثانية اعلام واتصال	
37%	37	4%	4	15%	15	18%	18	ثالثة اتصال	
8%	8	2%	2	2%	2	4%	4	اولى ماستر	
23%	23	6%	6	5%	5	12%	12	ثانية ماستر	
100%	100	24%	24	32%	32	44%	44	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول رقم 38 اتجاه الباحثين حول عبارة " تلتزم القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة في أغلب المضامين الاعلامية بعدم التشهير والقذف وانتهاك حرمة الاشخاص " نجد أن نسبة المعارضة عند مستوى ثانية اعلام واتصال عالية تقدر ب 12% لتليها نسبة الموافقة والحياد بنفس النسبة وتقدر ب 10% لكل منهما أما مستوى ثالثة اتصال نجد أن نسبة الموافقة تقدر ب 18% ونسبة الحياد ب 15% والمعارضة ب 4% والسنة أولى ماستر نجد أن نسبة الموافقة مقدرة ب 4% ونسبة المعارضة والحياد قدرت ب 2% لكل منهما وفي الأخير مستوى ثانية ماستر نجد أن نسبة الموافقة مقدرة ب 12% ونسبة المعارضة ب 6% ونسبة الحياد ب 5%.

نجد أن كل المستويات موافقين ما عدا السنة الثانية اعلام واتصال معارضين على فكرة التزام القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة بعدم التشهير والقذف وانتهاك حرمة الأشخاص ربما يعود هذا الى ان طلبة ثانية اعلام واتصال لازالوا في طور التلقي والاستيعاب وليس لهم معلومات معمقة حول المجال الإعلامي لهذا عبروا عن وجهة نظرهم بالمعارضة ويرجع سبب موافقة باقي المستويات دليل على

## الجانب التطبيقي

أن الطلبة مساندين ومدعمين لسياسة التي تتبعها القنوات الخاصة في الحفاظ على سمعة وصورة القناة لدى الجمهور.

الجدول رقم 39 تحليل وجهة نظر تقييم طلبة علوم الإعلام والاتصال لمصادقية المضامين الإعلامية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة.

المؤشرات الإحصائية			العبارة في الاستبيان	الرقم	المحور
الاتجاه العام	الانحراف المعياري	المتوسط الحسابي			
محايد	,798	2,10	القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة تطرح المواضيع وتعالج الاحداث بشكل موضوعي وحيادي	1	
محايد	,809	1,95	تركز القنوات التلفزيونية الخاصة في مضامينها على الدقة والشمولية	2	
موافق	,789	2,38	تعتمد القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة على مصادر حية في الحصول على المعلومات	3	
محايد	,763	2,23	تشجع الطلبة الجامعيين على مشاهدة المضامين الإعلامية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة.	4	
محايد	,805	2,28	هناك تجدد في المضامين التي تشاهدها على القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة	5	
موافق	,763	2,38	تضمن القنوات التلفزيونية الخاصة حق الانسان في معرفة ما يدور حوله	6	
موافق	,723	2,39	تبادل المضامين التي رأيت أنها صحيحة مع أصدقائك	7	
محايد	,785	1,99	تتوفر في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة كفاءة عالية للصحافيين	8	
محايد	,750	2,32	تتحمل القنوات المسؤولية التامة إزاء ما تعرضه	9	

## الجانب التطبيقي

			من مضامين اعلامية مختلفة	
موافق	,755	2,34	استخدام الصور والفيديوهات بشكل متكرر يجعلك تشاهد هذه القنوات وتتفاعل مع مضامينها	10
محايد	,804	2,20	تلتزم القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة في أغلب المضامين الاعلامية بعدم التشهير والقذف وانتهاك حرمة الاشخاص	11
محايد	0,776727	2,232727	المتوسط العالم للمحور	

### قراءة الجدول:

تبين لنا من خلال الجدول رقم 39 أن أغلب أفراد العينة يتجهون نحو المحايد أي مستوى متوسط الى قوي. كما نلاحظ في الجدول ان المتوسط الحسابي للإستجابة محايد كانت من 1,95 الى 2,32 أما بالنسبة للانحراف المعياري للإستجابة محايد فكانت من 0,750 الى 0,809 وهذا يدل على أن ثقة طلبة علوم الإعلام والاتصال من مستوى متوسط الى قوي ويرجع هذا الى مصداقية القنوات المتمثلة في الموضوعية والحيادية والابتعاد عن كل ما يخجل بمصداقية القناة لدى جمهورها.

### استنتاجات الدراسة :

**المحور الأول: أنماط المشاهدة لطلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة غرداية للمضامين**

#### الإعلامية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة

1. تبين لنا أن أغلبية الطلبة يشاهدون القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة أحيانا بنسبة 47%.
2. يشاهد الطلبة القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة ليلا بنسبة في أغلب الأحيان لأن هذه الفترة يكون الطالب متواجد بالبيت.
3. يفضل الطلبة مشاهدة قناة النهار بنسبة 37% وقناة الشروق بنسبة 32%.
4. يفضل الطالب مشاهدة القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة مع العائلة بنسبة 73%
5. يستخدم الطالب التلفاز في مشاهدته للقنوات الخاصة بنسبة 82% نظرا لسهولة اقتناء هذه الوسيلة.

6. يفضل الطالب مشاهدة البرامج الاخبارية عبر القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة بنسبة 48% كونها تبث أحداث متعلقة بالمحيط الذي يتواجد فيه.

7. يفضل أن يقضي الطالب أقل من ساعة في مشاهدة مضامين القنوات الخاصة بنسبة 56%.

المحور الثاني: دوافع واشباكات المحققة لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال بجامعة غرداية من خلال المضامين الإعلامية للقنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة.

8. يشاهد الطالب القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة بدافع فهم الأحداث والقضايا المثارة بنسبة 69% وذلك لمعرفة الحقيقة ومشاهدة الأحداث الجارية في مجتمعه .

9. أجابت عينة الدراسة أحيانا ما تلي القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة حاجياتهم بنسبة 78%.

10. المعيار الذي يعتمد عليه الطالب لاختياره للقناة هو القناة التي تنشر الأخبار بالتفاصيل بنسبة 25% وهذا دليل على أن الطالب مهتم بالأخبار.

11. أغلب الإشباعات المتحققة من الطلبة لمشاهدتهم للمضامين الإعلامية في القنوات الخاصة هي حاجيات معرفية ثقافية بنسبة 38% من أجل تنمية الرصيد المعرفي والثقافي لديه.

المحور الثالث: تقييم طلبة علوم الإعلام والاتصال لمصادقية المضامين الإعلامية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة.

12. يوافق الطلبة على أن القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة تطرح المواضيع وتعالج الأحداث بشكل موضوعي وحيادي بنسبة 37%.

13. يعارض أغلبية الطلبة على أن القناة الخاصة تركز في مضامينها على الدقة والشمولية بنسبة 35%.

14. أغلب الطلبة كان اتجاههم نحو اعتماد القنوات الخاصة على مصادر حية في حصولها على المعلومات بالموافقة بنسبة 57%.

15. يوافق المبحوث على تشجيع بقية الطلبة على مشاهدة المضامين الإعلامية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة بنسبة 43%.

16. نصف الطلبة عبروا عن تجدد في المضامين التي يشاهدونها على القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة بالموافقة بنسبة 50% .

17. يوافق أكثر من نصف الطلبة على أن القنوات الخاصة تضمن حق الإنسان في معرفة ما يدور حوله بنسبة 55%.
18. أجاب معظم الطلبة بالحياد على تبادلهم المضامين الصحيحة مع الأصدقاء بنسبة 53%.
19. حياد الطلبة إزاء توفر كفاءة عالية للصحفيين في القنوات الخاصة بنسبة 39%.
20. يوافق معظم الطلبة على أن القناة هي من تتحمل مسؤولية ما يتم عرضه من مضامين إعلامية بنسبة 49%.
21. معظم الطلبة أجابوا بالموافقة على استخدام الصور والفيديوهات بشكل متكرر في القنوات يجعل المشاهد يتفاعل مع مضامينها بنسبة 51%.
22. عبر معظم الطلبة عن اتجاههم حول التزام القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة في أغلب مضامينها الاعلامية بعدم التشهير والقذف وانتهاك حرمة الأشخاص بالموافقة بنسبة 44%.
23. كلا الجنسين عبروا على اتجاههم نحو مصداقية المضامين في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة بالموافقة.
24. تتغير وجهة نظر الطلبة إزاء مصداقية المضامين بحسب مستواهم التعليمي فكلما زاد المستوى زادت مدى قدرة الطلبة على التمييز وقياس مصداقية المضامين الاعلامية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة.

من خلال النتائج العامة للدراسة تبين لنا :

- ✓ طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة غرداية يشاهدون البرامج الاخبارية في القنوات الخاصة على التلفاز ليلا مع عائلتهم لأنها الفترة الأنسب التي يرتاحون فيها لمدة لا تتجاوز ساعة كون ان هذه البرامج الاخبارية لا تتعدى هذه المدة في بثها.
- ✓ الدافع الذي يسعى اليه طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة غرداية من خلال مشاهدتهم للقنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة فهم الأحداث والقضايا المثارة بحيث يركزون في اختيارهم للقناة على نشر الأخبار بالتفصيل من اجل تلبية حاجياتهم المعرفية والثقافية.
- ✓ يتجه أغلب اتجاهات طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة غرداية نحو الحياد لمصداقية المضامين في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة، أي أن ثقتهم فيها من مستوى متوسط إلى قوي، حيث تعد هذه القنوات مصدر يعتمد عليه الطالب الجامعي للحصول على الأخبار والأحداث الجارية في

## الجانب التطبيقي

---

مجتمعه بالاعتماد على عدة معايير لقياس مدى مصداقيتها متمثلة في الموضوعية والحيادية، الجودة والتنوع في الطرح، الدقة والشمولية، والابتعاد عن كل ما يخل بمصداقية القناة لدى جمهورها كالقذف والتشهير وعدم الالتزام بمسؤوليتها المهنية والمجتمعية.



الخاتمة

## خاتمة

إن الحديث عن موضوع المصداقية الاعلامية والبحث فيه يعد جانبا مهما في مجال الاعلام ، وبابا واسعا يهدد ويتحكم في سيطرة وسائل الاعلام ، لذلك تعددت الدراسات والأبحاث فيه ، فمنها من بحثت في مصداقية المصدر ومنها من بحثت في مصداقية المضامين وغيرها، وتأتي هذه الدراسة ضمن الدراسات التي تناولت اتجاهات الجمهور نحو المصداقية الاعلامية ، إذ حاولنا التطرق الى اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو مصداقية المضامين الاعلامية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة، وهذا من خلال معرفة آراء الطلبة، كون هذه المضامين الاعلامية تحقق اقبالا كبيرا من المشاهدين ، وذلك بتزويدهم بالأحداث والوقائع حول مختلف المواضيع والأحداث.

وخلصت دراستنا إلى أن الطلبة الجامعيين لديهم اتجاه محايد " من متوسط إلى قوي" نحو مصداقية المضامين في القنوات الخاصة، وذلك بتأكيد أهمية المصداقية كعامل مهم وميزة لا بد أن تتواجد في المضامين الاعلامية ، حتى تكسب ثقة جمهورها ، إذ لا بد أن تعمل تلك المضامين الاعلامية في القنوات الخاصة على اشباع رغبات جمهورها من الطلبة الجامعيين وتحديد أولوياته والعمل على تحقيق حاجياته معتمدة على عناصر ومعايير تحدد مصداقية الوسيلة الإعلامية تتضمن الاهتمام بقضايا وهموم المجتمع وحجم الثقة التي يطرحها الجمهور في الوسيلة ومدى التزامها بالمعايير المهنية والحرفية في الأداء الإعلامي ورصد وملاحقة الأحداث والتزام بالدقة والموضوعية وكانت النتائج المتحصل عليها من الدراسة تؤكد الاتجاه الايجابي للمضامين التي تعرض على القنوات التلفزيونية الخاصة.



# قائمة المراجع

❖ القرآن الكريم

سورة الطلاق

❖ الكتب

1. ابو اصبع خليل: الاعلام والاتصال في المجتمعات المعاصرة. دار مجدلاوي لنشر والتوزيع. عمان. 2006.
2. بحوش عمار: مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث. ديوان المطبوعات الجزائرية. ط2. الجزائر. 1999.
3. بن هادية علي وآخرون: القاموس الجديد للطالب. المؤسسة الوطنية الجزائرية للكتاب. 1995.
4. جبور سناء: الاعلام والرأي العام العربي والعالمي. دار اسامة. عمان - الاردن. 2010.
5. جودة أحمد محفوظ: العلاقات العامة مفاهيم وممارسات. دار زهران للنشر والتوزيع. ط4. عمان - الأردن. 2008.
6. الجويلي عزام علي: الاعلام الجماهيري. دار غيداء للنشر. عمان. 2014.
7. جيرنو أحمد جالو: دور التلفزيون في نشر التعاليم الإسلامية. دار الجنان للنشر والتوزيع. عمان. 2016.
8. حجاب محمد منير: وسائل الاتصال: نشأتها وتطورها. دار الفجر للنشر والتوزيع. ط2. القاهرة. 2011.
9. الحسن غسان عبد الوهاب: الصحافة التلفزيونية. دار أسامة للنشر والتوزيع. عمان - الاردن. ط1. 2012.
10. أبو الحمام عزام: الإعلام الثقافي جدليات وتحديات. دار أسامة للنشر والتوزيع. ط1. عمان - الأردن. 2010.
11. الدسوقي عبده إبراهيم: وسائل الاتصال الجماهيرية والاتجاهات الاجتماعية. دار الوفاء للنشر. الاسكندرية. 2004.
12. دليو فضيل: مقدمة في وسائل الاتصال الجماهيرية، ديوان المطبوعات الجامعية. الجزائر. 1998.
13. دياب سهيل رزق: مناهج البحث العلمي. مؤسسة الثقافة الجامعية. غزة فلسطين. 2003.

14. أ.د. راضي وسام فاضل: الاعلام الاذاعي والتلفزيوني الدولي، المفاهيم- الاهداف- المقاصد. دار ومكتبة عدنان. ط1. بغداد. 2013.
15. راغب نبيل: العمل الصحفي. الشركة المصرية العالمية للنشر. ط1. بيروت- لبنان. 1999.
16. شاهين هبة: التلفزيون الفضائي العربي. الدار المصرية اللبنانية. ط1. القاهرة. 2006.
17. صبطي عبدة، شعبان فؤاد: تاريخ وسائل الاتصال وتكنولوجياته الحديثة. دار الخلدونية للنشر والتوزيع. د ط. الجزائر. 2012.
18. طبشوش نسيم: القنوات الفضائية وأثرها على القيم الأسرية لدى الشباب. مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع. 2011.
19. العادلي عبد الحكم مرزوق: الاعلانات الصحفية دراسة في استخدامات والاشباع، دار الفجر. ط1. القاهرة. 2004.
20. العالي عبد الله عامر: أسلوب البحث العلمي. دار الكتب الوطنية. ط1. بنغازي. 2003.
21. عبد الحميد محمد: نظريات الاعلام واتجاهات التأثير. عالم الكتب. ط2. القاهرة. 2000.
22. عبد النبي سليم سالم: الاعلام التلفزيوني. دار أسامة للنشر والتوزيع. ط1. عمان. 2014.
23. عزة عبد العزيز: مصداقية الاعلام العربي. العربي للنشر والتوزيع. ط1. القاهرة. 2006.
24. عطوي جودت عزت: أساليب البحث العلمي. دار الثقافة الدولية للنشر والتوزيع. الاردن. 2000.
25. علم الدين محمود : مصداقية الاتصال. دار الوزان للطباعة والنشر. القاهرة. 1989.
26. عيساني رحيمة الطيب: مدخل إلى الاعلام والاتصال، المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية. جدار للكتاب العالمي للنشر والتوزيع. ط1. عمان- الأردن. 2008.
27. العيفة جمال: مؤسسات الاعلام والاتصال: الوظائف، الهياكل والأدوار. ديوان المطبوعات الجامعية. د ط. الجزائر. 2010.
28. فتح الباب عبد الحليم سيد: أنت والتلفزيون. شركة سفير للنشر والتوزيع. القاهرة.
29. الفرا عبد الله عمر: تكنولوجيا التعليم والاتصال. دار العلم والثقافة للنشر والتوزيع. ط1. 1999.

30. كدواني محمد شيرين: مصداقية الأنترنت العوامل المؤثرة وعوامل التقييم. العربي للنشر والتوزيع. ط1. القاهرة. 2017.
31. محمود فاروق ناجي: البرنامج التلفزيوني كتابته ومقومات نجاحه. دار الفجر للطباعة والنشر. ط1. بغداد. 2007.
32. المشهداني محمد سلمان: تاريخ وسائل الاعلام في العراق (النشأة والتطور). دار أسامة للنشر والتوزيع. ط3. عمان- الاردن. 2015.
33. محمود حسن إسماعيل: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير. الدار العالمية للنشر والتوزيع. ط1. الهرم. 2003.
34. الهادي محمد محمد: أساليب اعداد وتوثيق البحوث العلمية. مكتبة الأكاديمية. ط1. القاهرة. 1995.
35. الهاشمي محمد باسم: تكنولوجيا الاتصال وسائل الاتصال الجماهيري. دار أسامة للنشر والتوزيع. ط1. عمان- الاردن. 2012.
36. الهامالي عامر عبد الله: أسلوب البحث العلمي وتقنياته. جامعة قاريونس ليبيا. 1988.
- ❖ المقالات
37. جريدة الشروق العربي، 06 اوت 2000، العدد 412، ص 11-14.
38. جريدة أخبار الشروق: وفي الأفق انفتاح للفضاء السمعي البصري، العدد الأول، 5 جويلية 2012، ص 25.
39. سراوي سعاد، "المشهد السمعي البصري في الجزائر الواقع والتحديات"، مجلة العلوم الانسانية، جامعة محمد خيضر بسكرة، العدد 02، 2019/12/19، ص 503.
40. مهدي لبنى : أساسيات انتاج المضامين الاعلامية. مجلة العربي. 27.06.202

❖ الدراسات والمذكرات

41. بن عيشة منصورية، عناني وسام، اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو مصداقية المضامين الإعلامية عبر مواقع التواصل الاجتماعي - حادثة شارلي ابيدو نموذجاً - مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص وسائل الاعلام والمجتمع، بإشراف الأستاذة طالبي زوييدة، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2015/2014.
42. بن يوسف هبة نسرين، استخدامات المرأة الماكثة بالبيت لقناة الشروق بنة الفضائية، مذكرة ماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة، بإشراف د. سلامي سعيداني، جامعة محمد بوضياف، مسيلة، 2016.
43. جمعي فتيحة، دور القنوات الإخبارية الجزائرية الخاصة في تنمية الوعي السياسي لدى أساتذة الجامعة، مذكرة ماستر ، تخصص ، جامعة الدكتور يحي فارس، المدية، 2015.
44. خليفة هناء، دوخي هاجر، بشار سهام، خصوصية المضامين الإعلامية في ظل تطور الصحافة الالكترونية، مذكرة ماستر، بإشراف د.صليحة غلاب، جامعة 8ماي 1945، قالمة، 2019/2018.
45. رزيق سامية، البرامج الاجتماعية في الفضائيات الجزائرية الخاصة، مذكرة ماستر، تخصص وسائل الاعلام والمجتمع، بإشراف البار الطيب، جامعة العربي التبسي، تبسة، 2016.
46. سكيمة خضرة وحبوسي صليحة، مشاهدة البرامج التلفزيونية العنيفة وعلاقتها بظهور العدوانية لدى التلاميذ سنة اولى متوسط ( 9-12 ) سنة، مذكرة ماستر، ، تخصص علم النفس المدرسي، بإشراف د. مصطفىاوي الحسين، جامعة اكلي محمد ولحاج، البويرة، 2013.
47. شريف عبد اللطيف، عبد الغني حاج مبارك، اتجاهات الجمهور إزاء مصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة، مذكرة ماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة، بإشراف د.صالح بلخيري، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2017.
48. علي حمودة، أثر شبكة المعلومات الدولية في الوعي الديني للشباب الجامعي في مصر، رسالة ماجستير، كلية اللغة العربية، جامعة الأزهر، 2011

## قائمة المراجع

49. قراح ربيعة ، نور الهدى غراف، دور القنوات الجزائرية الخاصة في تقديم الخدمة العمومية حسب رأي أساتذة الاعلام والاتصال بجامعة ام البواقي، بإشراف يوسف بومشعل، مذكرة ماستر، تخصص سمعي بصري، جامعة العربي بن مهدي، أم البواقي، 2015.

50. مزيان أمينة، تجربة الانفتاح الاعلامي للقطاع السمعي البصري الخاص، مذكرة ماجستير، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، بإشراف اليامين بودهان، جامعة الحاج لخضر، باتنة، 2015.

51. المكاوي سمية إبراهيم ، الإعلام الإسلامي والإعلام الغربي في حاضر اليوم، مذكرة ماجستير، بإشراف د. عواطف أحمد الإمام، جامعة السودان للعلوم والتكنولوجيا، السودان، 2016.

### ❖ المعاجم والقواميس

52. الفار محمد جمال: معجم المصطلحات الاعلامية. دار اسامة. الاردن - عمان. 2013.

53. عصام نور الدين: معجم الوسيط عربي عربي. دار الكتاب العلمية. ط1. بيروت- لبنان. 2005.

### ❖ مواقع الكترونية

54. <http://m.elbilad.net> تاريخ الزيارة 18-02-2020 على الساعة 21:30.

55. <https://aljazair1.com> تاريخ الزيارة 18-02-2020 على الساعة 20:05 .

56. <https://www.echoroukonline.com/> تاريخ الزيارة 2020/02/17 على الساعة 22:30.





جامعة غرداية

كلية العلوم الاجتماعية والانسانية

قسم علوم الاعلام والاتصال

الموضوع: استمارة استبيان



اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو مصداقية مضامين القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة -دراسة مسحية على عينة من طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة غرداية-

مذكرة لنيل شهادة الماستر ( ل م د ) في قسم علوم الاعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات العامة.

إشراف الأستاذة:

فريجات نسبية

اعداد الطالبين :

بن النذير سارة

بن خليفة سهيلة

تحية طيبة وبعد:

في اطار اجراء دراسة بعنوان اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو مصداقية مضامين القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة لعينة من طلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة غرداية، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة، نضع بين أيديكم هذه الاستمارة و نرجو منكم الاطلاع على محتواها والاجابة على أسئلتها وذلك بوضع علامة (X) في الخانة التي تتفق مع رأيكم، علما بأن هذه المعلومات ستستخدم لغرض البحث العلمي فقط .

وشكرا لتعاونكم

## الملاحق

### البيانات الشخصية

1. الجنس: ذكر  - أنثى
2. السن: 18-24  25-29  أكثر من 29
3. المستوى التعليمي: -ثانية إعلام واتصال  -ثالثة اتصال  -أولى ماستر  -ثانية ماستر
4. الإقامة: داخلي  خارجي

المحور الأول: أنماط المشاهدة لطلبة علوم الاعلام والاتصال بجامعة غرداية للمضامين الإعلامية في القنوات التلفزيونية

### الجزائرية الخاصة

5) هل تشاهد القنوات التلفزيونية الخاصة؟

- دائما  غالبا  -أحيانا  نادرا

6) ماهي الفترات التي تشاهد فيها القنوات التلفزيونية الخاصة؟

- الصباح  -المساء  -الليل  -غير محدد

7) ماهي القنوات الجزائرية الخاصة التي تفضل مشاهدتها؟

- النهار -  الشروق  -الهداف

- الجزائرية  -البلاد  -دزاير tv  -نوميديا نيوز  -Beur tv

8) مع من تشاهد القنوات الخاصة؟

- بمفردك  -مع العائلة  -مع الأصدقاء

9) ماهي الوسيلة التي تستخدمها في مشاهدتك للقنوات الخاصة؟

- الهاتف الذكي  -اللوحة الإلكترونية  -الكومبيوتر  -التلفاز

10) ما طبيعة البرامج التي تشاهدها عبر القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة؟ يمكن اختيار أكثر من اجابة واحدة.

- الإخبارية  -الدينية  -السياسية  -الثقافية  -إجتماعية  -أخرى

11) ماهي المدة التي تقضيها في مشاهدتك للقنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة؟

## الملاحق

-أقل من ساعة  - من ساعة إلى ساعتين  من 3 ساعات إلى 4 ساعات   
أكثر من 4 ساعات

المحور الثاني: دوافع واشباع المحققة لدى طلبة علوم الإعلام والإتصال بجامعة غرداية من خلال المضامين الإعلامية للقنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة.

12) ماهي دوافع مشاهدتك للقنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة؟

- فهم الأحداث والقضايا المثارة -  - الدعم الثقافي  - للتسلية والترفيه

أخرى: .....

13) هل تلي القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة حاجياتك كمتلقي؟

- دائما  - أحيانا  - نادرا

14) ما هي المعايير التي تعتمد عليها كمشاهد لإختيارك للقنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة؟ يمكنك اختيار أكثر من اقتراح.

- تتميز بالسبق الصحفي  - السرعة في نقل الأخبار  - الدقة في تناول المواضيع  - نشر  
الأخبار بالتفصيل  - تنوع المضامين الإعلامية  - المصداقية والموضوعية في نقل الحدث   
- أداء وكفاءة الإعلاميين

-أخرى: .....

15) ماهي الإشباع التي حققتها من مشاهدتك للمضامين الإعلامية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة ؟

- حاجيات معرفية ثقافية  - حاجيات ترفيهية  - حاجيات أكاديمية اعلامية   
- حاجيات سياسية

- اخرى: .....

المحور الثالث: تقييم طلبة علوم الإعلام والإتصال لمصداقية المضامين الإعلامية في القنوات التلفزيونية الجزائرية

الخاصة.

<u>معارض</u>	<u>محايد</u>	<u>موافق</u>	<u>العبارة</u>
			القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة تطرح المواضيع وتعالج الاحداث بشكل موضوعي وحيادي
			تركز القنوات التلفزيونية الخاصة في مضامينها على الدقة والشمولية
			تعتمد القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة على مصادر حية في الحصول على المعلومات
			تشجع الطلبة الجامعيين على مشاهدة المضامين الإعلامية في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة.
			هناك تجدد في المضامين التي تشاهدها على القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة
			تضمن القنوات التلفزيونية الخاصة حق الانسان في معرفة ما يدور حوله
			تبادل المضامين التي رأيت أنها صحيحة مع أصدقائك
			تتوفر في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة كفاءة عالية للصحافيين
			تتحمل القنوات المسؤولية التامة إزاء ما تعرضه من مضامين اعلامية مختلفة
			استخدام الصور والفيديوهات بشكل متكرر يجعلك تشاهد هذه القنوات وتتفاعل مع مضامينها
			تلتزم القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة في أغلب المضامين الاعلامية بعدم التشهير والقذف وانتهاك حرمة الاشخاص