

جامعة محمد بوضياف-المسيلة  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الاعلام والاتصال



جامعة محمد بوضياف - المسيلة  
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

اتجاهات الطالب الجامعي نحو الخدمات الإخبارية في القنوات  
التلفزيونية الخاصة في الجزائر

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال  
تخصص: إتصال وعلاقات عامة

إشراف:

سدار رابح

إعداد الطالب:

دهيمات يونس

لجنة المناقشة:

اللقب والاسم	الرتبة	الصفة
احمد المهدي الزواوي	أستاذ محاضر أ	رئيسا
سدار رابح	أستاذ مساعد أ	مشرفا ومقررا
لرقت حسين	أستاذ محاضر أ	ممتحنا

السنة الجامعية: 2017-2018



جامعة محمد بوضياف-المسيلة  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الاعلام والاتصال



جامعة محمد بوضياف - المسيلة  
Université Mohamed Boudiaf - M'sila

اتجاهات الطالب الجامعي نحو الخدمات الإخبارية في القنوات  
التلفزيونية الخاصة في الجزائر

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال  
تخصص: إتصال وعلاقات عامة

إشراف:

سدار رابح

إعداد الطالب:

دهيمات يونس

لجنة المناقشة:

اللقب والاسم	الرتبة	الصفة
احمد المهدي الزواوي	أستاذ محاضر أ	رئيسا
سدار رابح	أستاذ مساعد أ	مشرفا ومقررا
لرقت حسين	أستاذ محاضر أ	ممتحنا

السنة الجامعية: 2017-2018

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر و عرفان:

الحمد لله رب العالمين، الذي جعل لكل شيء قدراً،  
وجعل لكل قدر أجلاً، وجعل لكل أجل كتاباً.  
حمدا لله حمدا كثيرا وشكرا لله شكرا كثيرا بعد أن أنعم  
علينا بإنجاز هذا العمل المتواضع.  
بعد المولى عز وجل أخص بالشكر والتقدير

## الأستاذ سدار رابح

على إشرافه على هذا العمل وصاحب الفضل في  
توجيهي ومساعدتي في تجميع المادة البحثية.  
فلك كل الشكر أستاذي الفاضل.  
فشكرا... شكرا... شكرا.....

## فهرس المحتويات

- شكر و عرفان.
- قائمة المحتويات.
- فهرس الجداول.
- فهرس الأشكال.
- مقدمة.

### الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

10	الإشكالية.....
12	تساؤلات الدراسة.....
12	أسباب اختيار الموضوع.....
13	أهمية وأهداف الدراسة.....
14	المدخل النظري للدراسة.....
18	نوع الدراسة ومنهجها.....
20	أداة جمع البيانات.....
21	مجتمع البحث وعينته.....
22	تحديد المفاهيم.....
25	الأساليب الإحصائية المستخدمة.....
26	الدراسات السابقة.....
30	حدود الدراسة.....

### الفصل الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

33	التحليل الكمي والكيفي للبيانات والنتائج.....
72	نتائج الدراسة.....
74	خاتمة.....
75	قائمة المراجع.....
78	الملاحق.....
84	الملخص.....

## فهرس الجداول:

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
33	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.	1.
34	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.	2.
35	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي.	3.
36	توزيع أفراد العينة حسب مدى مشاهدة القنوات الخاصة من طرف المبحوثين	4.
37	توزيع أفراد العينة حسب الفترة المفضلة لمشاهدة القنوات الخاصة	5.
38	مع من يشاهد أفراد العينة القنوات الخاصة	6.
39	توزيع أفراد العينة حسب الأماكن المفضلة لمشاهدة القنوات الخاصة	7.
40	توزيع أفراد العينة حسب الوسيلة المفضلة لمشاهدة القنوات التلفزيونية الخاصة	8.
41	توزيع أفراد العينة حسب القناة الأكثر مشاهدة	9.
43	نوع البرامج التلفزيونية المفضلة حسب أفراد العينة	10.
45	توزيع أفراد العينة حسب مدى مساهمة القنوات التلفزيونية الخاصة في تزويد الطالب الجامعي بالمعلومات	11.
46	نوع الخدمات الإخبارية المفضلة حسب أفراد العينة	12.
48	أشكال الخدمات الإخبارية المفضلة حسب أفراد العينة	13.
50	أنواع الأخبار المفضلة لدى أفراد العينة	14.
52	توزيع أفراد العينة حسب الأسباب الذاتية لمشاهدة الأخبار في القنوات الخاصة	15.
53	توزيع أفراد العينة حسب الأسباب الموضوعية لمشاهدة الأخبار في القنوات الخاصة	16.
56	توزيع أفراد العينة حسب المعايير المعتمدة في انتقاء الأخبار التلفزيونية في القنوات الخاصة	17.

57	توزيع أفراد العينة حسب مدى نجاح القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر في جذب انتباه الطالب الجامعي	18.
58	توزيع أفراد العينة حسب مدى محافظة القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر على القيم الدينية للطالب الجامعي	19.
59	توزيع أفراد العينة حسب مدى مساهمة القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر في تعزيز معارف وثقافة الطالب الجامعي	20.
60	توزيع أفراد العينة حسب مدى مساهمة القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر في زيادة من وعي الطالب الجامعي سياسيا وفكريا واقتصاديا	21.
61	توزيع أفراد العينة حسب مدى التزام القنوات التلفزيونية الخاصة الجزائرية بالموضوعية في نقل الأحداث	22.
62	توزيع أفراد العينة حسب مدى التزام القنوات التلفزيونية في الجزائر بأخلاقيات العمل الصحفي	23.
63	أداء المقدمين والاعلاميين في القنوات التلفزيونية الخاصة الجزائرية يتسم بالضعف	24.
64	توزيع أفراد العينة حسب مدى استخدام الإعلاميين القنوات التلفزيونية الخاصة للغة العربية الفصحى	25.
65	الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة تلبى جميع اهتمامات الطالب الجامعي	26.
66	التغطية الإخبارية في القنوات الخاصة في الجزائر سريعة وتواكب الحدث	27.
67	توزيع أفراد العينة حسب مدى اعتمادهم للخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة في الجزائر كمصدر الرئيسي للاطلاع على الأخبار والمعلومات	28.
68	الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة في الجزائر جريئة بالطرح وتغطي كافة الأحداث مهما كانت	29.
69	الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة في الجزائر تتسم بالمصداقية والموضوعية	30.
70	الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة في الجزائر سطحية في تناولها للأحداث	31.
71	الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة في الجزائر جيدة من ناحية الإنتاج والديكور	32.

## فهرس الأشكال:

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
1.	توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.	33
2.	توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.	34
3.	توزيع أفراد العينة حسب متغير المستوى الجامعي.	35
4.	توزيع أفراد العينة حسب مدى مشاهدة القنوات الخاصة من طرف المبحوثين	36
5.	توزيع أفراد العينة حسب الفترة المفضلة لمشاهدة القنوات الخاصة	37
6.	مع من يشاهد أفراد العينة القنوات الخاصة	38
7.	توزيع أفراد العينة حسب الأماكن المفضلة لمشاهدة القنوات الخاصة	39
8.	توزيع أفراد العينة حسب الوسيلة المفضلة لمشاهدة القنوات التلفزيونية الخاصة	40
9.	توزيع أفراد العينة حسب القناة الأكثر مشاهدة	42
10.	نوع البرامج التلفزيونية المفضلة حسب أفراد العينة	44
11.	توزيع أفراد العينة حسب مدى مساهمة القنوات التلفزيونية الخاصة في تزويد الطالب الجامعي بالمعلومات	45
12.	نوع الخدمات الإخبارية المفضلة حسب أفراد العينة	47
13.	أشكال الخدمات الإخبارية المفضلة حسب أفراد العينة	49
14.	أنواع الأخبار المفضلة لدى أفراد العينة	51
15.	توزيع أفراد العينة حسب الأسباب الذاتية لمشاهدة الأخبار في القنوات الخاصة	53
16.	توزيع أفراد العينة حسب الأسباب الموضوعية لمشاهدة الأخبار في القنوات الخاصة	54
17.	توزيع أفراد العينة حسب المعايير المعتمدة في انتقاء الأخبار التلفزيونية في القنوات الخاصة	56

57	توزيع أفراد العينة حسب مدى نجاح القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر في جذب انتباه الطالب الجامعي	18.
58	توزيع أفراد العينة حسب مدى محافظة القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر على القيم الدينية للطالب الجامعي	19.
59	توزيع أفراد العينة حسب مدى مساهمة القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر في تعزيز معارف وثقافة الطالب الجامعي	20.
60	توزيع أفراد العينة حسب مدى مساهمة القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر في زيادة من وعي الطالب الجامعي سياسيا وفكريا واقتصاديا	21.
61	توزيع أفراد العينة حسب مدى التزام القنوات التلفزيونية الخاصة الجزائرية بالموضوعية في نقل الأحداث	22.
62	توزيع أفراد العينة حسب مدى التزام القنوات التلفزيونية في الجزائر بأخلاقيات العمل الصحفي	23.
63	أداء المتقدمين والاعلاميين في القنوات التلفزيونية الخاصة الجزائرية يتسم بالضعف	24.
64	توزيع أفراد العينة حسب مدى استخدام الإعلاميين القنوات التلفزيونية الخاصة للغة العربية الفصحى	25.
65	الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة تلبى جميع اهتمامات الطالب الجامعي	26.
66	التغطية الإخبارية في القنوات الخاصة في الجزائر سريعة وتواكب الحدث	27.
67	توزيع أفراد العينة حسب مدى اعتمادهم للخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة في الجزائر كمصدر الرئيسي للاطلاع على الأخبار والمعلومات	28.
68	الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة في الجزائر جريئة بالطرح وتغطي كافة الأحداث مهما كانت	29.
69	الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة في الجزائر تتسم بالمصداقية والموضوعية	30.
70	الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة في الجزائر سطحية في تناولها للأحداث	31.
71	الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة في الجزائر جيدة من ناحية الإنتاج والديكور	32.

## مقدمة:

عرف الاتصال في أوساط المجتمعات البشرية منذ العصور البدائية للإنسان، وقد أعتبر أحد أوجه التطور الحضاري لمختلف الحضارات التي مرت بها البشرية، ليوماً هذا مازال التواصل يلعب دوراً هاماً في الحياة اليومية للإنسان مشكلاً ركيزة من ركائز الحياة اليومية.

ولا شك في أن التطور الذي شهده العصر الحالي قد مس وبشكل كبير التواصل بمختلف أشكاله ومفاهيمه ووسائله، فمفهوم التواصل لم يعد يقتصر على الإرسال والاستلام، بل تعدى ذلك إلى محاولة التأثير والتأثر بمحتوى الرسالة، والتعبير عن النظم السياسية والاقتصادية والاجتماعية والأفكار والاتجاهات.

وهذا التغيير الذي غير من تركيبة الاتصال وطورها قد ساهم فيه وبشكل أساسي التطور التكنولوجي الذي شهدته وسائل الإعلام التي تلعب دوراً هاماً في الحياة اليومية للإنسان المعاصر باعتبارها المصدر الأول للمعلومات والرباط بين المجتمع ومختلف النظم من جهة، ومن جهة أخرى من أبرز الوسائل مساهمة في تغيير القيم والاتجاهات والآراء السائدة في المجتمع من خلال تحكمها في صياغة الأخبار والأفكار والمعلومات ونشرها.

ومن وسائل الاتصال الحديثة التي لها دوراً في مجال الاتصال الجماهيري: التلفزيون، الذي يعتمد على الصوت والصورة معا في نقل الأحداث والأخبار والمعلومات، مما ساهم في مقدرته على جذب انتباه المشاهدين، كما زاد من أهميته تغطية الأحداث ونقلها حال وقوعها بالصوت والصورة لتجسيد الواقع.

يؤدي التلفزيون وظائف عديدة كالإعلام والإخبار والتثقيف والتعليم والتوجيه والإرشاد والترفيه والتسويق، مساهماً وبشكل كبير في التأثير في سلوكيات واتجاهات الأفراد وقيمهم الاجتماعية.

ومن أهم وظائف التلفزيون الوظيفية الإخبارية، إذ تعتبر الخدمة الإخبارية من المواد الأساسية التي يقدمها التلفزيون سواء كانت محلية أو إقليمية أو عالمية، وذلك لتمكين الأفراد على متابعة ما يجري حول العالم خاصة فئة الطلبة الجامعيين باعتبارهم نخبة من النخب في المجتمع الجزائري.

وبهذا الصدد جاءت هذه الدراسة لمعرفة عادات الطلبة الجامعيين وأنماطهم واتجاهاتهم نحو الخدمات الإخبارية في القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر، ومن أجل معالجة هذا الموضوع اتبع الباحث خطة مكونة من فصلين:

الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة ويندرج تحته إشكالية الدراسة وأهدافها، وأهميتها وأسباب اختيار الموضوع، ومنهج مجتمع الدراسة وعينته ثم أدوات جمع البيانات وتحليلها، ومن ثم تحديد المفاهيم والدراسات السابقة.

الفصل الثاني الإطار التطبيقي للدراسة، حيث تم تحليل البيانات كما وكيفا، ومن ثم محاولة الاجابة على أسئلة الدراسة في شكل نتائج للدراسة.

## الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

## الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة

1. الاشكالية
2. أسباب إختيار الموضوع
3. أهمية وأهداف الدراسة
4. المدخل النظري للدراسة
5. نوع الدراسة ومنهجها
6. أداة جمع البيانات
7. مجتمع البحث وعينته
8. تحديد المفاهيم
9. الأساليب الإحصائية المستخدمة
10. الدراسات السابقة
11. حدود الدراسة

## 1. الإشكالية:

إن طبيعة الإنسان تملي عليه التعايش مع أفراد بيئته، فلا يمكن للإنسان أن يعيش في معزل عن الآخرين، ولا يستطيع أن يكتفي بنفسه في تحقيق لوازم حياته الأساسية أو سد حاجاته النفسية والمادية، لذلك فهو بحاجة للمجتمع الذي يعيش فيه ويتفاعل مع أفرادهِ ويتأثر بهم ويؤثر فيهم، وبالتالي هو بحاجة إلى معرفة المعلومات عن الأحداث الجارية في المحيط الذي يعيش فيه، هذه الحاجة التي أثرت على الإنسان وفرضت عليه مداومة البحث عن وسائل اتصالية واعلامية تساهم في تسهيل عملية الوصول إلى المعلومات والأخبار.

كانت اللغة هي أول وسيلة اتصالية لجأ إليها الإنسان للتواصل مع أفراد مجتمعه، ثم الكتابة التي ساهمت في الحفاظ على تاريخه القديم، إلا أن الكتابة كانت وسيلة اتصالية محدودة، إلى أن ظهرت الطباعة الحديثة على يد العالم جوتنبرج (1398م-1468م) التي ساهمت وبشكل كبير في ظهور عصر الصحافة أو عصر الوسائل الإعلامية المطبوعة.

وبفضل التطور العلمي والثورة التكنولوجية ظهرت العديد من وسائل الإعلام والاتصال، فالبداية كانت مع الوسائل المسموعة "الإذاعة" التي تنقل الأخبار والمعلومات من خلال السمع فقط مختلفة عن الصحافة أو الوسائل الإعلامية المطبوعة بتعديدها الحدود الزمانية والمكانية، وهي موجهة إلى مختلف الأعمار والمستويات التعليمية، وفي عام 1928م ظهر التلفزيون كوسيلة إعلامية سمعية بصرية حيث جمع بين الصورة والصوت متجاوزا الإذاعة بالصورة الحية والمعبرة عن المضمون، هذا ما جعل التلفزيون من أهم وسائل الاعلام والاتصال في القرن الماضي، حيث ساهمت الصورة المتحركة والمركبة مع الصوت من جذب انتباه المشاهدين، مما زاد من أهميته الأنية في تغطية الأحداث وبت البرامج الحصرية.

وعلى ضوء أهمية للتلفزيون وتعدد وظائفه قامت الحكومة الجزائرية عقب الاستقلال باتخاذ التدابير اللازمة من أجل استرجاع هذا القطاع الحساس، وتم ذلك في 28 أكتوبر 1962م ومن بعد ذلك تأسست الإذاعة والتلفزيون الجزائري في 01 أوت 1963م، ومنذ ذلك الحين ولقرابة نصف قرن تربع التلفزيون الجزائري على عرش البث التلفزيوني الجزائري، دام ذلك حتى سنة 2014 بعد إقرار قانون سمعي البصري

الذي نظم نشاط السمعى البصرى فى الجزائر، مما سمح من إنتاج العديء من الفنوات التلفزيونية الخاصة فى الجزائر.

هذه القنوات الخاصة تعددت وتتنوع خدماتها، منها الإخبارية ومنها الثقافية، والرياضية والنسائية، وحتى التي تخص الأطفال، ومنها من جمعت بين جميع الخدمات، إلا أن أهمها هي الخدمات الإخبارية، من خلال تزويد المشاهدين بأهم المعلومات عن الأحداث الجارية، وبالتالي تحاول القنوات الخاصة على تقديم خدمات إخبارية موضوعية وذات مصداقية وذلك من أجل كسب رضا المشاهدين ومحاولة رسم صورة ذهنية لدى الجمهور تسمح لها بالاستمرارية والمحافظة على مشاهديها.

وفى هذا الإطار تتحدد مشكلة الدراسة التي تسعى إلى معرفة وفهم الصور الذهنية المتكونة لدى الطالب الجامعي نحو الخدمات والرسائل التي تقدمها القنوات الخاصة من خلال تحديد اتجاهاته نحو هذه الخدمات الإخبارية بأشكالها وأنواعها.

وعلى هذا الأساس يمكن طرح سؤال الإشكالية على نحو التالي:

**ما هو الدور الذي تلعبه القنوات التلفزيونية الخاصة فى تكوين**

**اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الخدمات الإخبارية؟**

## الأسئلة الفرعية:

- تسعى هذه الدراسة للإجابة عن التساؤلات الفرعية الآتية:
- ما هي أبرز القنوات الخاصة التي يشاهدها الطالب الجامعي؟
  - ما مدى مشاهدة الطالب الجامعي للقنوات الخاصة الإخبارية؟
  - ما مدى اهتمام الطالب الجامعي بالخدمات الإخبارية التلفزيونية؟
  - ما أهم أنواع الخدمات الإخبارية التي يفضل مشاهدتها الطالب الجامعي؟
  - ما أهم أشكال الخدمات الإخبارية التي يفضل مشاهدتها الطالب الجامعي؟
  - ماهي المعايير المعتمدة في انتقاء الأخبار التلفزيونية؟
  - ما هي الأسباب الذاتية والموضوعية لمشاهدة الطالب الجامعي للخدمات الإخبارية.
  - إلى أي مدى يستجيب الطالب الجامعي للرسائل الإعلامية الإخبارية في القنوات الخاصة؟

## 2. أسباب اختيار الموضوع:

تنقسم إلى أسباب موضوعية وأسباب ذاتية:

### أسباب موضوعية:

- موضوع القنوات الخاصة في الجزائر من المواضيع الحديثة باعتبار أن هذه القنوات الخاصة حديثة في حد ذاتها.
- التأثير الذي تحدثه وسائل الإعلام بشكل عام والقنوات التلفزيونية بشكل خاص.
- المكانة والموقع الذي أصبحت تحتله القنوات الخاصة في الحياة اليومية للمشاهد الجزائري.

### أسباب ذاتية:

- الميل والرغبة في الاطلاع والتوسع في موضوع الرسائل الإعلامية عامة والإخبارية بصفة خاصة.
- التعرف على خدمات هذه القنوات الخاصة الحديثة في الجزائر.

### 3. أهمية وأهداف الدراسة:

#### أهداف الدراسة:

- نسعى من خلال هذه الدراسة إلى تحقيق الأهداف التالية:
- التعرف على طبيعة وأشكال الخدمات الإخبارية التي تقدمها القنوات الخاصة.
- التعرف على أهم القنوات التي يشاهدها الطالب الجامعي.
- التعرف على المعايير التي يعتمدها الطالب الجامعي في انتقاء الاخبار التلفزيونية.
- التعرف على مدى رضا الطالب الجامعي على الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة.
- التعرف على أهم الأسباب الموضوعية والذاتية لمشاهدة الطالب الجامعي للقنوات الإخبارية.

#### أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في أهمية التلفزيون وماله من تأثير على الأفراد والمجتمعات من خلال بناء وتغيير الأفكار والآراء ونشر السلوكيات والقيم في أوساط المجتمع، والكثير من الخدمات التي يقدمها التلفزيون، فجاءت هذه الدراسة لتمكن الباحثين والمطلعين من إلقاء نظرة على الخدمات الإخبارية المقدمة من طرف القنوات الخاصة الجزائرية.

ونظرا لحدثة موضوع القنوات الخاصة في الجزائر وماله من أهمية جاءت هذه الدراسة لإبراز والتركيز على اتجاهات الطالب الجامعي نحو البرامج والخدمات الإخبارية التي تقدمها القنوات الخاصة.

كما تكمن أهمية هذه الدراسة في الدور الذي تلعبه القنوات الخاصة الجزائرية عامة والإخبارية منها خاصة في تشكيل الوعي السياسي والمعرفة لدى الطالب الجامعي.

#### 4. الإطار النظري للدراسة:

حتى تكون الدراسات الأكاديمية الإعلامية موضوعية وذات مصداقية ترقى بالرصيد المعرفي والعلمي للباحث وللمكتبة العلمية الأكاديمية، يجب إدراجها تحت إحدى نظريات الإعلامية بما يتلاءم مع الأهداف المرجوة منها.

وفي دراستنا هذه اعتمدنا على بعض النظريات ذات العلاقة بالموضوع، والتي تفسر وتشرح اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام والاتصال وهي:

1. **نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:** وقد اعتمدت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في هذه الدراسة انطلاقاً من أن تشكيل اتجاهات الطالب الجامعي نحو الخدمات الإخبارية ناجم من الاعتماد على وسائل الإعلام والتعامل المكثف معها.

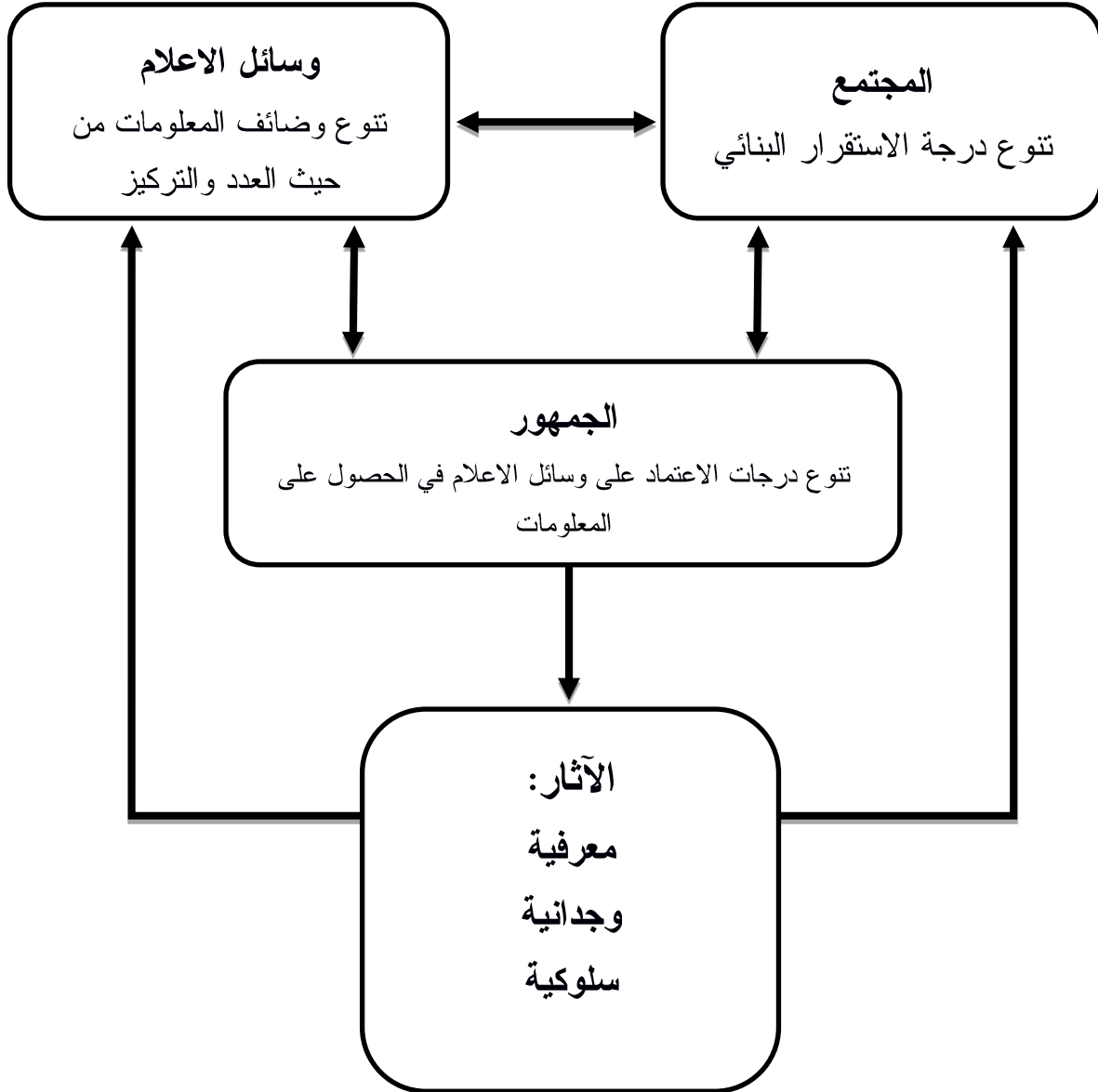
2. **نظرية الاستخدامات والاشباع:** النظرية الثانية التي اعتمدناها في دراستنا هذه باعتبار أن أحد أهم عناصرها هو توقعات الجمهور من وسائل الإعلام، بمعنى احتمالات الرضا التي ينسبها الجمهور لما تعرضه وسائل الإعلام، وهذا ما تهدف إليه هذه الدراسة وهو مدى رضا الطالب الجامعي نحو الخدمات الإخبارية التي تقدمها القنوات الخاصة في الجزائر.

#### نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

من الأهداف الرئيسية لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام تفسير تذبذب تأثيرات وسائل الإعلام، فأحياناً يكون لوسائل الإعلام تأثيرات قوية مباشرة وأحياناً أخرى تكون غير مباشرة وضعيفة، وتعتمد فكرة هذه النظرية على أن استخدام المتلقي لوسائل الإعلام والاتصال لا يتم بمعزل من تأثيرات النظام الاجتماعي الذي يعيش فيه، بعبارة أخرى تعتمد فكرة هذه النظرية على أن الطريقة التي يتبعها المتلقي في استخدام وسائل الاتصال وتفاعله معها تتأثر بما يتعلمه من المجتمع.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات الاتصال (ط01)؛ مصر: دار العالمية للنشر والتوزيع، (2003)، ص278.

فقد ركزت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام على العلاقة الاعتمادية المتبادلة التي تجمع بين وسائل الإعلام والجمهور والنظام الاجتماعي، والنموذج التالي الذي اقترحه "ديفيلير" و "ساندرا بول روكيستش" يعبر عن الاعتماد المتبادل<sup>1</sup>:



### العلاقات التبادلية بين المجتمع ووسائل الاعلام والجمهور

من خلال هذا النموذج يظهر لنا أن الجمهور يعتمد على وسائل الإعلام لفهم النظام الاجتماعي الذي يعيش فيه، والمقصود بالنظام الاجتماعي النظم التي تحيط بالجمهور يعني النظم السياسية والثقافية والاقتصادية....، وهذه النظم تعتمد على

<sup>1</sup> حسن عماد مكاي، دكتورة ليلي حسين السيد، الاتصال ونظريات المعاصرة (ط1؛ مصر: دار المصرية اللبنانية، 1998)، ص316.

وسائل الاعلام للوصول إلى أفراد المجتمع، ووسائل الاعلام تعتمد على كليهما (الجمهور/النظم الاجتماعية) كمصادر لرسائلها الإعلامية.

أما مجالات التأثير الناتجة عن هذه النظرية فهي:<sup>1</sup>

### 1. التأثيرات المعرفية:

كإزالة الغموض الناتج عن افتقاد المعلومات الكافية لفهم الحدث، وذلك بتقديم معلومات وتفسيرات صحيحة للحدث، وأيضا تأثيرات في إدراك الجمهور للأهمية النسبية التي تمنحها لبعض القضايا، بالإضافة إلى التأثيرات المعرفية الخاصة بالقيم والمعتقدات.

### 2. التأثيرات الوجدانية:

المتعلقة بالمشاعر والأحاسيس، كزيادة المخاوف والتوتر والحساسية للعنف، وأيضا التأثير المعنوي مثل الاغتراب عن المجتمع.

### 3. التأثيرات السلوكية:

والمتمثلة في الحركة أو الفعل الذي يظهر في سلوك علني، والمترتبة عنها التأثيرات المعرفية والوجدانية.

## نظرية الاستخدامات والإشباع

تبلورت هذه النظرية في بداية السبعينيات من القرن 20 كرد فعل لمفهوم التأثير المباشر لوسائل الإعلام على الجمهور، يرى رواد هذه النظرية أن أفراد الجمهور يختارون الوسائل والرسائل والمضامين الإعلامية التي يتعرضون لها لتلبية حاجاتهم وإشباع رغباتهم.<sup>2</sup>

وبالتالي هذه النظرية لا تعتبر الجمهور متلقي سلبي يتقبل كل ما تعرضه وسائل الإعلام، بل تعتبر الجمهور متلقي نشطا إيجابيا.

1مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال (ط01؛ عمان: دار الحامد للنشر والتوزيع، 2015)، ص226

2عبد النبي عبد الله الطيب، فلسفة ونظريات الاتصال (ط01؛ مصر: دار العالمية للنشر والتوزيع، 2014)، ص145.

### الفروض الأساسية لنظرية الاستخدامات والإشباعات:<sup>1</sup>

- أعضاء الجمهور فاعلون في العملية الاتصالية، واستخدامهم لوسائل الإعلام تحقق لهم أهداف مقصودة تلبى توقعاتهم.
- الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معينة، واختيار وسيلة إعلام محددة يرجع إلى الجمهور نفسه وتحدده الفروق الفردية.
- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون، وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.
- يكون الجمهور على علم بالفائدة التي تعود إليه، وبدوافعه واهتماماته فهو يستطيع أن يمد الباحثين بصورة فعلية لاستخدامه لوسائل الإعلام.
- الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل التي تقدمها وسائل الاتصال.
- ويعتبر كاتز، أول من تطرق إلى هذه النظرية كاملة في كتاب استخدام وسائل الاتصال الجماهيري، حيث حدد عناصر النظرية على النحو التالي:<sup>2</sup>
- ◆ افتراض الجمهور النشط.
- ◆ الأصول النفسية والاجتماعية لاستخدام وسائل الإعلام.
- ◆ دوافع الجمهور وحاجاته من وسائل الإعلام.
- ◆ التعرض لوسائل الإعلام.
- ◆ إشباعات وسائل الإعلام.
- ◆ التوقعات من وسائل الإعلام.

1 مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال، مرجع سبق ذكره، ص215

2 بوزيان عبد الغني، "استخدامات الشباب الجزائري للبرامج الثقافية التلفزيونية للقناة الأرضية والإشباعات المحققة منها" (رسالة ماجستير منشورة)، جامعة باجي مختار عنابة، 2010، ص43.

## 5. نوع الدراسة ومنهجها

تنتهي دراستنا هذه إلى الدراسات المسحية، ويقصد بالدراسة المسحية تلك الدراسات التي تقوم على جمع بيانات لجميع أفراد مجتمع البحث أو عينة كبيرة، وذلك بهدف تحليل وتفسير وعرض واقع ظاهرة ما، والدراسات المسحية تختلف فيما بينها في عدد الجوانب والعوامل التي تدرسها، وأيضاً تختلف في وسائل جمع البيانات منها من يستعمل الاستمارة ومنها من يستعمل المقابلة والملاحظة....<sup>1</sup>

وهذا ما نصبوا إليه من خلال هذه الدراسة بمسح آراء أفراد عينة ممثلة للطلبة الجامعيين من أجل جمع بيانات ومعلومات حول اتجاهات الطلبة تجاه الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة.

### منهج الدراسة:

في بداية البحث العلمي يجب على الباحث تحديد نوع المنهج العلمي الذي يتبعه في إعداد وتنظيم المعلومات التي يستخدمها في البناء المعرفي لدراسته، وذلك من أجل تسهيل وتيسير الوصول إلى الأهداف المرجوة منها، أو الوقوف على بعض التفسيرات والتوصيات لهذه الدراسة.

والمنهج مصطلح لاتيني يعني الطريقة *Méthode* التي يتبعها الفرد لتحقيق هدف محدد.<sup>2</sup>

أما المنهج العلمي فقد عرفه الدكتور عبود عبد الله العسكري على أنه "تحليل منسق وتنظيم للمبادئ والعمليات العقلية والتجريبية التي توجه البحث العلمي، أو ما تؤوله بنية العلوم الخاصة"<sup>3</sup>.

تختلف المناهج وتتعدد تبعاً لموضوع ونوع الدراسة وأهدافها، وكون دراستنا تهدف إلى جمع معلومات عن اتجاهات الطلبة الجامعيين تجاه الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة ومن ثم تحليلها وتفسيرها، فإن المنهج الوصفي هو السبيل الملائم لهذه الدراسة.

1 رحيب يونس كرو، مقدمة في منهج البحث العلمي (ط01؛ عمان: دار دجلة للنشر وتوزيع، 2007)، ص 99.

2 ماهر إسماعيل صبري محمد يوسف، المدخل للمناهج وطرق التدريس (ط01؛ الرياض: مكتبة الشقري، 2009)، ص 11.

3 عبود عبد الله العسكري، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية (ط01؛ سورية: دار النمير، 2002)، ص 1.

والمنهج الوصفي من المناهج الأكثر انتشاراً في البحوث العلمية، لاشتماله على البحث في حياة الإنسان والظواهر التي يعيشها والمحيطه به، وذلك بتشخيص الظاهرة كما هي قائمة في الحاضر من خلال تحديد العلاقات بين عناصرها أو بينها وبين الظواهر الأخرى.<sup>1</sup>

وقد حدد الدكتور سيف الإسلام سعد عمر خطوات المنهج الوصفي في سبع خطوات<sup>2</sup>:

1. ينطلق الباحث العلمي من مشكلة يشعر بها إلى تحديد هذه المشكلة.
2. ثم يحدد الافتراضات التي سيركز عليها في بحثه لتكون مشتركة بينه وبين من يراجعون البحث.
3. ثم يدون الفروض التي ستوجه عمله في البحث إذ كان البحث على مستوى من التعقيد يستلزم وضع فروض، لا عملاً يستهدف التحقق من أمر ما لا أكثر ولا أقل.
4. ثم يحدد مجتمع الدراسة، ويقرر إن كانت الدراسة ستتناول المجتمع بأكمله أو عينة مشتقة منه.
5. يتم بعد ذلك تعيين الأدوات التي يستخدمها الباحث في جمع المعلومات كالاستبيان أو المقابلة، أو الاختيار أو غير ذلك، وتجمع المعلومات بعد ذلك.
6. ثم تنظم البيانات المجمعَة وتحلل على ضوء الفروض.
7. بعد ذلك تأتي خطوة الاستنتاج عن البحث وتعميم النتائج في الحدود التي تسمح بها الدراسة.

1 سيف الإسلام سعد عمر، الموجز في منهج البحث العلمي: في التربية والعلوم الإنسانية (ط01؛ دمشق: دار الفكر، 2009)، ص69.

2 مرجع نفسه، ص72.

## 6. أدوات الدراسة:

في دراستنا هذه اعتمدنا على أداة استمارة استبيان وذلك لملائمتها مع موضوع الدراسة الذي يهدف من خلاله الباحث إلى معرفة رأي واتجاه الطالب الجامعي نحو الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة.

وتعرف استمارة الاستبيان على أنها: أسلوب جمع البيانات، تستهدف استشارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة، لتقديم حقائق وآراء وأفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة، وأهدافها دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوث في هذه البيانات.<sup>1</sup>

وتستعمل الاستمارة على نطاق واسع من أجل الحصول على بيانات أو معلومات تتعلق بأحوال الناس أو ميولهم واتجاهاتهم ودوافعهم أو معتقداتهم.<sup>2</sup>

### وصف الاستمارة:

في هذه الاستمارة تم استخدام الأسئلة المغلقة، باعتبارها الأنسب في جمع البيانات الكمية ذات العلاقة بقياس درجة الاهتمام بالموضوع لدى الجمهور، كانت الاستمارة قبل التحكيم معنونة بـ: اتجاهات المواطن الجزائري نحو الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة الجزائرية وكانت مقسمة إلى 5 محاور:

المحور الأول لجمع البيانات الشخصية للمبحوث (الجنس، السن، المستوى التعليمي)  
المحور الثاني: جاء بعنوان عادات وأنماط مشاهدة المواطن الجزائري للخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة في الجزائر مكون من 11 سؤال.

المحور الثالث: بعنوان دوافع مشاهدة المواطن الجزائري للخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة في الجزائر مكون من 4 أسئلة.

المحور الرابع: بعنوان الاشباع المحققة من متابعة الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة في التلفزيون الجزائري مكون من 8 أسئلة.

<sup>1</sup> يوسف تمار، "نظرية Agenda setting دراسة نقدية علة ضوء الحقائق الاجتماعية والثقافية والاعلامية في

المجتمع الجزائري" (أطروحة دكتوراه دولة)، جامعة الجزائر، 2004-2005، ص 27.

<sup>2</sup> سيف الإسلام سعد عمر، مرجع سبق ذكره، ص 87.

المحور الخامس: جاء عبارة عن فقرات لدراسة اتجاهات المواطن الجزائري نحو الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة في الجزائر وكانت عبارة عن 15 فقرة. وبعد عرض الاستمارة على الأستاذتين:

- رابحي سليمة: (أستاذ مساعد أ)
- جورديخ مليكة (أستاذ مساعد أ)

تم تحديد بدقة عنوان الاستمارة وأصبح: استبيان حول اتجاهات الطالب الجامعي نحو الخدمات الإخبارية في القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر. وتم إلغاء المحور الرابع كاملا.

وقسمت الاستمارة بعد التحكيم إلى 4 محاور:

المحور الأول: كان لجمع البيانات الشخصية للمبحوث (الجنس، السن، المستوى التعليمي).

المحور الثاني: جاء بعنوان عادات وأنماط مشاهدة الطالب الجامعي للخدمات الإخبارية في القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر مكون من 11 سؤال اختياري.

المحور الثالث: جاء بعنوان دوافع مشاهدة الطالب الجامعي للخدمات الإخبارية في القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر مكون من 3 أسئلة اختيارية.

المحور الرابع: جاء عبارة عن فقرات لدراسة اتجاهات الطالب الجامعي نحو الخدمات الإخبارية في القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر وكانت عبارة عن 15 فقرة.

## 7. مجتمع وعينة الدراسة:

### مجتمع الدراسة:

يقصد بمجتمع البحث مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة.<sup>1</sup>

وهو أيضا المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، ويمثل هذا المجتمع الكل أو الجزء الأكبر للمجتمع المستهدف

<sup>1</sup> يوسف تمار، "تظرية Agenda setting دراسة نقدية علة ضوء الحقائق الاجتماعية والثقافية والاعلامية في المجتمع الجزائري"، مرجع سبق ذكره ، ص32.

الذي يهتم بدراسته ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته، إلا أنه يصعب الوصول إليه أو الاقتراب إليه لجمع البيانات.<sup>1</sup>

ومجتمع البحث في دراستنا هذه يشمل الطلبة قسم علوم الاعلام والاتصال حيث يتكون مجتمع الدراسة من 885 طالبا.

### عينة الدراسة:

نظرا لصعوبة القيام بدراسة شاملة لجميع مفردات مجتمع البحث قمنا باختيار أسلوب العينة، معتمدين على العينة العشوائية البسيطة التي يتم فيها اختيار المفردات بطريقة فردية مباشرة من خلال عملية عشوائية وفيها تكون لكل الوحدات الغير المختارة نفس الفرصة لاختيار مثل الوحدات المختارة.<sup>2</sup>

تم توزيع الاستمارات على طلبة قسم علوم الاعلام والاتصال عشوائيا، حيث تتكون العينة من 85 مفردة بنسبة 10% من المجتمع الأصلي

## 8. تحديد المفاهيم:

### (1) الاتجاهات:

#### لغة:

الاتجاهات جمع اتجاه: ويقصد به الوجه الذي تقصده.<sup>3</sup>

#### اصطلاحا:

تتعدد تعاريف الاتجاهات ومفاهيمها من باحث إلى آخر، ويمكن الإشارة إلى بعضها في ما يلي:

• تعريف ألبورت Allport: عرف ألبورت الاتجاه بأنه حالة من الاستعداد العقلي والعصبي التي تكونت خلال التجارب السابقة التي مر بها

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الاعلامية، (مصر: عالم الكتب، 2004) ص130.

<sup>2</sup> فضيل دليو، أسس منهجية في العلوم الاجتماعية، (قسطنطينة؛ منشورات جامعة منتوري، 1999) ص152.

<sup>3</sup> المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية (مصر: مكتبة الشروق الدولية، 2004)، ص1015.

الإنسان والتي تعمل على توجيه الاستجابة نحو الموضوعات والمواقف التي لها علاقة به.<sup>1</sup>

• **تعريف بوجاردوس:** يرى بوجاردوس بأن الاتجاه نزعة للتصرف سواء إيجابيا أو سلبيا نحو وضع ما في البيئة التي تحدد فيها إيجابية أو سلبية هذا التصرف.<sup>2</sup>

• **تعريف ميشال أرجابيل:** يعرف ميشال الاتجاه بأنه الميل إلى الشعور أو السلوك أو التفكير بطريقة محددة إزاء الناس الآخرين أو المنظومات أو الموضوعات أو الرموز.<sup>3</sup>

### المفهوم الإجرائي للاتجاه:

هو استعداد فكري أو شعوري أو سلوكي لدى الطالب الجامعي للاستجابة السالبة أو الموجبة نحو الخدمات الإخبارية التي تقدمها القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر، ويكون هذا الاستعداد نتيجة للخبرات والتجارب السابقة لدى الطالب وما تلقاه من الخدمات الإخبارية التي قدمتها هذه القنوات الخاصة.

## (2) الخدمات الإخبارية:

### الخبر:

**لغة:** ما يُنقل وما يُحدثُ به قولاً أو كتابةً، وهو يحتمل الصدق أو الكذب لذاته.<sup>4</sup>

### اصطلاحاً:

الخبر حسب الدكتور محمود عزمي: هو إعلام عن حدث جديد هام ومستمر.<sup>5</sup>

<sup>1</sup> محمود السيد أبو النيل، علم النفس اجتماعياً: عربياً وعالمياً (ط01؛ مصر: مكتبة الانجلو مصرية، 2009)، ص353.

<sup>2</sup> حسين صديق، "الاتجاهات في منظور علم الاجتماع"، مجلة جامعة دمشق 3 (2010)، ص 299 ص 322.

<sup>3</sup> محمود السيد أبو النيل، مرجع سبق ذكره، ص354.

<sup>4</sup> المعجم الوسيط، مرجع سبق ذكره، ص215.

<sup>5</sup> فاروق أبو زيد، فن الخبر الصحفي (ط02؛ مصر: عالم الكتب، 1992)، ص 44.

أما الدكتور حسن بن عبد القادر: فيعرف الخبر على أنه كل حقيقة حالية أو غير معروفة يهتم بها أكبر عدد من الناس.<sup>1</sup>  
الخدمات الإخبارية:

أما الخدمات الإخبارية في حدود دراستنا هذه فيقصد بها مجموعة من الأخبار والبرامج الإخبارية التي تقدمها وتعرضها القنوات الخاصة في التلفزيون الجزائري.

### (3) القنوات التلفزيونية الخاصة:

التلفزيون **Télévision**: هي كلمة مركبة من قطعتين:

**Télé**: وتعني البعد.

**Vision**: وتعني الرؤية.

وبهذا يكون معناها الرؤية عن بعد.

أما تعريف التلفزيون اصطلاحا فهو مؤسسة اجتماعية إعلامية مكونة من مجموعة المصالح الإدارية والتقنية التي تضمن بث الحصص والبرامج الإعلامية المصورة، بواسطة الكهرباء وعن بعد وباستعمال التقنيات الحديثة.<sup>2</sup>

### القنوات الخاصة:

يقصد بها القنوات الفضائية المملوكة لمؤسسات خاصة ويكون رأس مالها وتمويلها كليا أو في معظمه من القطاع الخاص، وتكون ملكيتها لرأس المال الغالب.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> فاروق أبو زيد ، المرجع نفسه، ص 46.

<sup>2</sup> شعباتي مالك، "دور التلفزيون في التنشئة الاجتماعية"، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة محمد خيضر بيسكرة 7 (2012)، ص 213 ص 228.

<sup>3</sup> المنصف العياري ومحمد عبد الكافي، "القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة"، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية تونس 56 (2006)، ص 11

### التعريف الإجرائي للقنوت الخاصة:

تعرف القنوت الخاصة حسب هذه الدراسة على أنها تلك القنوت الفضائية ذات الملكية الخاصة وتمويل المادي الخاص في الجزائر المهمة ببحث وعرض الخدمات الإخبارية.

### 4) الطالب الجامعي:

هو الشخص الذي سمحت له كفاءته العلمية بالانتقال من المرحلة الثانوية أو مرحلة التكوين المهني أو الفني العالي إلى الجامعة تبعا لتخصصه الفرعي بواسطة شهادة أو دبلوم يؤهله لذلك، ويعتبر الطالب أحد العناصر الأساسية والفعالة في العملية التربوية طيلة التكوين الجامعي، لأنه يمثل عدديا النسبة العالية في المؤسسة الجامعية<sup>1</sup>.

### التعريف الاجرائي للطالب الجامعي:

كل طالب مسجل في قسم علوم الاعلام والاتصال للسنة الدراسية 2017/2018 بجامعة محمد بوضياف المسيلة.

### 9. الأساليب الإحصائية:

بعد توزيع الاستبيان على أفراد العينة تم تحليل البيانات الإحصائية ببرنامج الحزمة الإحصائية للعلوم الإجتماعية SPSS Statistics، وعلى أهداف الدراسة تم استخدام عدة أساليب إحصائية بهدف توظيف البيانات لتحقيق أغراض الدراسة، والأساليب التي تم استخدامها كآتي:

- التكرارات والنسب المؤوية والتمثيلات البيانية من أجل وصف مجتمع وعينة البحث.
- اختيار الدلالة الإحصائية المتمثلة في الدائرة النسبية والأعمدة البيانية.

<sup>1</sup>فضيل دليو، أسس منهجية في العلوم الاجتماعية، مرجع سبق ذكره، ص226.

## 10. الدراسات السابقة:

1. دراسة قبلان عبده قبلان حرب: بعنوان اتجاهات المشاهدين نحو البرامج والخدمات الإخبارية في التلفزيون الأردني.

قدمت هذه الدراسة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الاعلام.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على اتجاهات المشاهدين نحو البرامج والخدمات الاخبارية في التلفزيون الأردني في فترة ما بين 2007/11/10 و 2008/03/31م في إطار نظرية الاستخدامات والاشباعات ونظرية الاعتماد على وسائل الاتصال والاعلام مستخدماً منهج مسح جمهور وسائل الاتصال لعينة عمدية قصدية من المجتمع الأردني بلغت 600 مفردة أعمارهم فوق 15 سنة، تم اختيارهم من جميع محافظات المملكة المقسمة على الاقاليم الثلاثة.

أهم النتائج الرئيسية لهذه الدراسة:

- أن الأسباب التي تدفع المشاهد الأردني لمشاهدة ومتابعة برامج التلفزيون الأردني هي الدوافع وجدانية من باب الإحساس والشعور الوطني.
- ارتفاع المتوسطات الحسابية للاتجاهات السلبية للمشاهدين مقارنة مع الاتجاهات الإيجابية نحو برامج التلفزيون المختلفة هذه النتيجة تشير إلى أن المعلومات التي يقدمها التلفزيون الأردني لم تساهم في تشكيل اتجاهات الأفراد نحو قضايا المجتمع.
- يلجأ المشاهدون لمتابعة برامج التلفزيون الأردني لمعرفة الشأن المحلي وبمعدل مشاهدة متدني أقل من ساعة يومياً وأحياناً يلجأ المشاهد إلى وسائل اتصالية أخرى وفي الغالب خارجية عندما يتخلف التلفزيون الاردني عن تغطية بعض الأحداث المحلية الهامة.

## 2. دراسة زواوي الحاج سعد بعنوان اتجاهات الجمهور نحو البرامج الإخبارية لقناة الجزيرة.

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع تخصص: علم الاجتماع والاتصال، سنة 2013/2012.

هدفت هذه الدراسة إلى معرفة مدى إقبال الجمهور الجزائري على برامج قناة الجزيرة من خلال الكشف عن عادات وأنماط المشاهدة لدى الجمهور الجزائري والوقوف عند الأسباب الفعلية وراء الإقبال على البرامج الإخبارية التي تبثها قناة الجزيرة. بالإضافة إلى ذلك هدفت هذه الدراسة إلى محاولة استخلاص الانعكاسات التي يتركها التعرض لبرامجها على منظومة القيم الاجتماعية والثقافية. في هذه الدراسة تم اختيار العينة غير الاحتمالية لتمثيل المجتمع الاصلي لولاية ورقلة والمجتمع الجزائري.

ويمكن ايجاز أهم نتائج هذه الدراسة في النقاط التالية:

- استقطاب المشاهدة نحو الخدمات الإعلامية الإخبارية وأهم أسباب هذا الاستقطاب هي المعرفة والاطلاع على الأحداث اليومية
- إن أبرز البرامج المفضلة في التلفزيون عند مفردات العينة هي الإخبارية والرياضية والدينية.
- ارتفاع نسبة متابعة قناة الجزيرة لدى الفئات العمرية الصغيرة (20-29) وأن أفضل أوقات المشاهدة هو وقت الذروة في السهرة (20.00 مساء) فما فوق.
- تصدر قناة الجزيرة الإخبارية نسب المتابعة بـ 55.10 % من بين أهم خمس قنوات اخبارية موجهة للمنطقة العربية.
- لقناة الجزيرة تأثير إيجابي لدى مفردات العينة خاصة من حيث الجوانب المعرفية في حين مثلت التأثيرات النفسية والسلوكية أضعف نسب التعبير.
- تعود أسباب الإقبال على برامج قناة الجزيرة إلى الأسباب الذاتية للعوامل المعرفية أكثر من الوجدانية وبخصوص الأسباب التي تخص أساليب العمل والترقية كان النقل الحي بالصورة عبر المراسلين أهمها.
- ساهم في توجه الجمهور نحو برامج قناة الجزيرة مهنية أداء مقدمي البرامج والتكنولوجيا التي تطبقها في الاخراج والاستديوهات.

3. دراسة محمد موسى بعنوان: اتجاهات طلبة الجامعات الفلسطينية نحو التغطية الإعلامية لقناة فلسطين الفضائية للأحداث الداخلية: جامعة بيرزيت أنموذجاً. قدمت هذه الدراسة استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، سنة 2012.

هدفت هذه الدراسة للتعرف على توجهات طلبة الجامعات الفلسطينية تجاه تغطية الإعلامية لقناة فلسطين الفضائية للأحداث الداخلية وعادات مشاهدتهم للقناة. إضافة إلى معرفة إن كان للنوع الاجتماعي والمستوى الدراسي ومكان الإقامة والعمل تأثيراً على اتجاهات الطلبة تجاه التغطية الإعلامية للقناة. ولتحقيق أهداف الدراسة اختيرت عينة صدفية عرضية مكونة من 329 طالباً وطالبة من مرحلة البكالوريوس في جامعة بيرزيت في فلسطين في مدينة رام الله، وصمم الباحث في هذه الدراسة استبانة تتكون من ثلاثة أجزاء وهي البيانات الشخصية، وعادات ودوافع المشاهدة، وفقرات اتجاهات الطلبة نحو القناة مستخدماً المنهج الوصفي.

خلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها:

- جاءت اتجاهات طلبة جامعة بيرزيت حول التغطية الإعلامية لقناة فلسطين لأحداث الصراع الداخلي محايدة.
- جاء تجاه الطلبة نحو دور القناة في الصراع الداخلي وتخطيط البرامج وسياساتها سلبياً، بينما جاء اتجاههم نحو مجالات الحرفية والموضوعية وانعكاسات التغطية على المشاهد والصور محايداً.
- أكثر البرامج مشاهدة في قناة فلسطين أثناء متابعة أحداث الصراع الداخلي شريط الخبر العاجل، ويليه الشريط الإخباري المتحرك ثم برنامج الموجة المفتوحة.
- لا توجد فروق ذات دلالة إحصائية في اتجاهات طلبة جامعة بيرزيت نحو التغطية الإعلامية لقناة فلسطين لأحداث الصراع الداخلي.

أبرز توصيات هذه الدراسة:

- إعادة صياغة السياسة الإعلامية للقناة، حيث تكون أكثر موضوعية واستقلالية.
- إعادة ترتيب الأولويات وصياغتها على أساس التركيز على القضايا الوطنية المركزية وانتهاكات الاحتلال.

- عدم الانحياز الحزبي والانفتاح على بقية فئات المجتمع الفلسطيني وتياراته السياسية المختلفة.
  - تطوير أداء الصحفيين في القناة، وتأهيلهم.
  - إتباع سياسة إعلامية تدعو للوحدة وتنذب الانقسام والخلاف.
  - إعطاء مجال للآراء المعارضة، مما يجعل القناة أكثر مصداقية وثقة لدى المشاهد.
  - الاعتماد على مخاطبة عقول المشاهدين وليس عواطفهم فقط.
  - سعي القناة الفلسطينية لأن تكون عاملاً من عوامل الوحدة الوطنية والسلم الأهلي.
4. دراسة صايم الحاج جعفر الصادق: بعنوان اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو البرامج الإخبارية لقناة الشروق الجزائرية الخاصة.

وهي مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر ل. م. د.

هدفت هذه الدراسة الى التعرف على اتجاهات وآراء طلبة الجامعة نحو مشاهدة البرامج الإخبارية في قناة الشروق الجزائرية. وقد استخدم الباحث في هذه الدراسة المنهج الوصفي الذي يتيح امكانيات أفضل لجمع البيانات وتحليلها وتم اختيار العينة القصدية الطبقية التي استهدفت طلبة الاعلام والاتصال بجامعة الدكتور طاهر مولاي بسعيدة سنة 2016/2017. وخلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج أبرزها:

- أن الطلبة الجامعيين لا يشاهدون البرامج الإخبارية لقناة الشروق خلال الفترة الصباحية بمتوسط (2.40) كما لا يشاهدونها في فترة الظهيرة بينما يشاهدون برامج هذه القناة في الفترة المسائية.
- الدوافع تعرض لهذه القناة تكمن في اهتمام القناة بتحليل الأخبار وأبعادها بمتوسط (3.84).
- أن مشاهدة برامج قناة الشروق لا يحقق من خلالها الطلبة الجامعيين الهروب من المشاكل اليومية والتي جاءت بمتوسط (2.43).

- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مشاهدة برامج قناة الشروق وعادات التعرض للقناة
- أن دوافع تعرض الطلبة الجامعيين لبرامج قناة الشروق له تأثير إيجابي على مشاهدة برامجها
- توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مشاهدة برامج قناة الشروق والإشباع المحققة من خلال التعرض للقناة.

### 11. حدود الدراسة:

1. الحدود الزمانية: تم إجراء هذه الدراسة في سنة الدراسية 2018/2017.
2. الحدود البشرية: تتمثل في الطلبة الجامعيين لقسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد بوضياف المسيلة.
3. الحدود الموضوعية: تمثلت في دراسة اتجاهات الطلبة الجامعيين نحو الخدمات الإخبارية في القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر.
4. الحدود المكانية: تطبيق هذه الدراسة في جامعة محمد بوضياف بالمسيلة.

## الفصل الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

## الفصل الثاني: الإطار التطبيقي للدراسة

1. التحليل الكمي والكيفي للبيانات والنتائج.

2. نتائج الدراسة.

## التحليل الكمي والكيفي للبيانات:

## عينة الدراسة ومتغيراتها:

الجدول رقم (01): توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس:

النسبة %	التكرار	الجنس
35.3 %	30	ذكر
64.7 %	55	أنثى
100 %	85	المجموع

يتبين من خلال الجدول رقم 1 أن نسبة الإناث بلغت 64.7% إذ بلغ عددهم 55 مستجيباً من إجمالي عينة الدراسة، في حين بلغت نسبة الذكور 35.3% إذ بلغ عددهم 30 مستجيباً من إجمالي عينة الدراسة المبحوثة. ومنه نستنتج أن نسبة الإناث أكثر حضوراً في الدراسة.

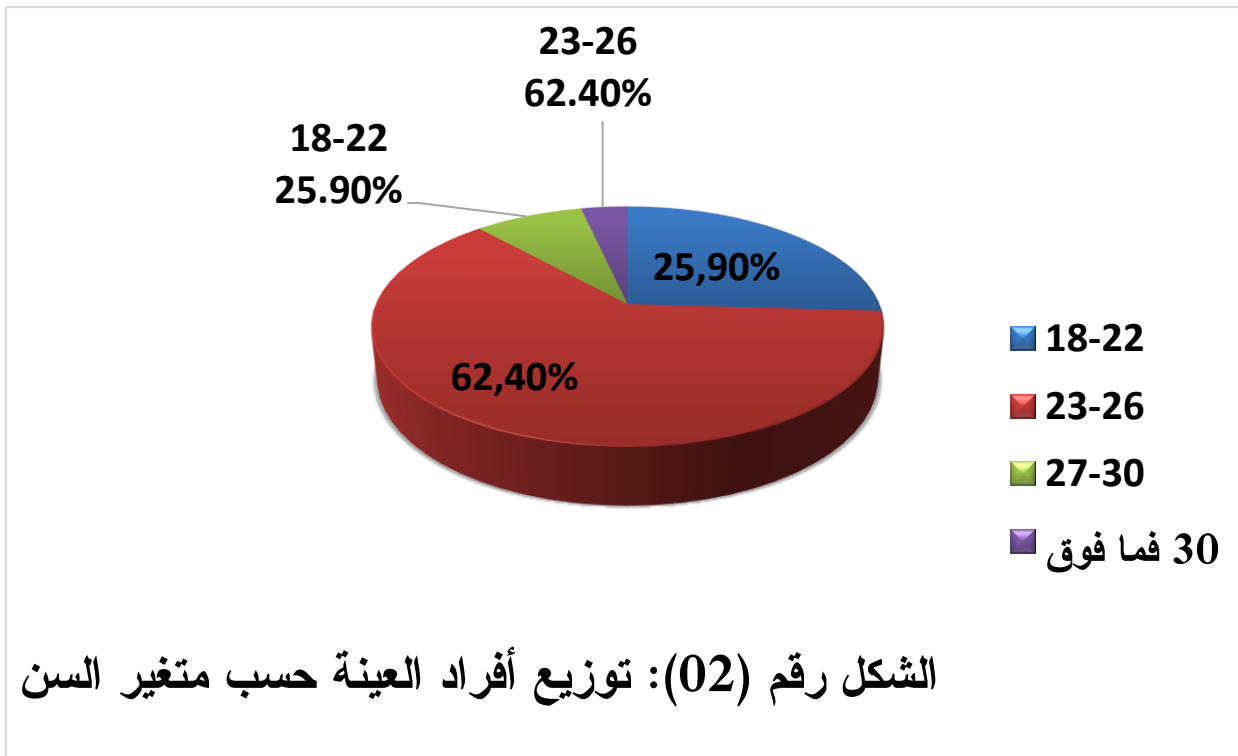
الشكل رقم (01): توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس



الجدول رقم (02): توزيع أفراد العينة حسب متغير السن:

النسبة %	التكرار	السن
25.9 %	22	22-18
62.4 %	53	26-23
8.2 %	7	30-27
3.5 %	3	30 فما فوق
100 %	85	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول رقم 2 أن أعمار النسبة الأعلى من المستجيبين في عينة الدراسة من الذين تقع أعمارهم ما بين (26-23) وشكلوا نسبة 62.4% من إجمالي عينة الدراسة، ثم الذين أعمارهم تتراوح ما بين (22-18) شكلوا نسبة 25.9%، فيم الذين تتراوح أعمارهم ما بين (30-27) بنسبة 8.2%، ثم الذين تزيد أعمارهم عن 30 سنة فما فوق بنسبة 3.5%.

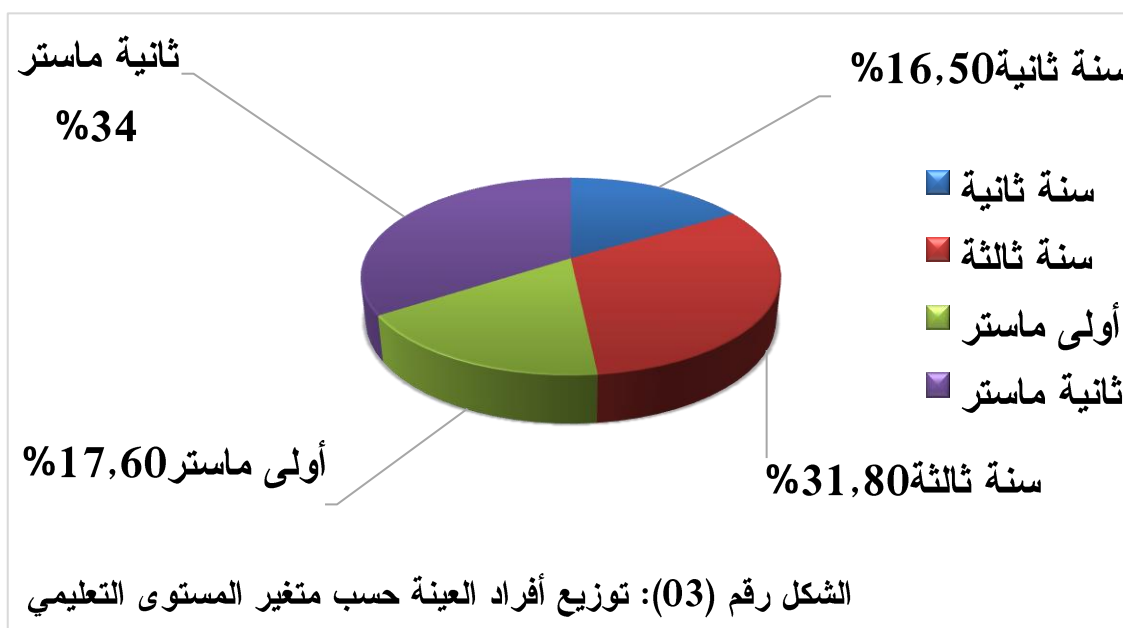


الشكل رقم (02): توزيع أفراد العينة حسب متغير السن

## الجدول رقم (03): توزيع أفراد العينة حسب متغير مستوى التعليمي:

النسبة %	التكرار	مستوى التعليمي
16.5 %	14	السنة الثانية
31.8 %	27	السنة الثالثة
17.6 %	15	الأولى ماستر
34.1 %	29	الثانية ماستر
100 %	85	المجموع

يتبين لنا أن النسبة الأعلى للمستجيبين كانت من طلبة المستوى الدراسي سنة الثانية ماستر وبلغ عددهم 29 طالبا بنسبة 34.1% من إجمالي عينة الدراسة، ثم طلبة 3 جامعي وبلغ عددهم 27 طالبا بنسبة 31.8%، فيم طلبة في المستوى 1 ماستر بلغ عددهم 15 طالبا بنسبة 17.6%، ثم طلبة سنة ثانية جامعي وبلغ عددهم 14 طالب بنسبة 16.15% من إجمالي عينة الدراسة. وعليه يتضح أن أغلبية عينة الدراسة يملكون مستوى 2 ماستر.

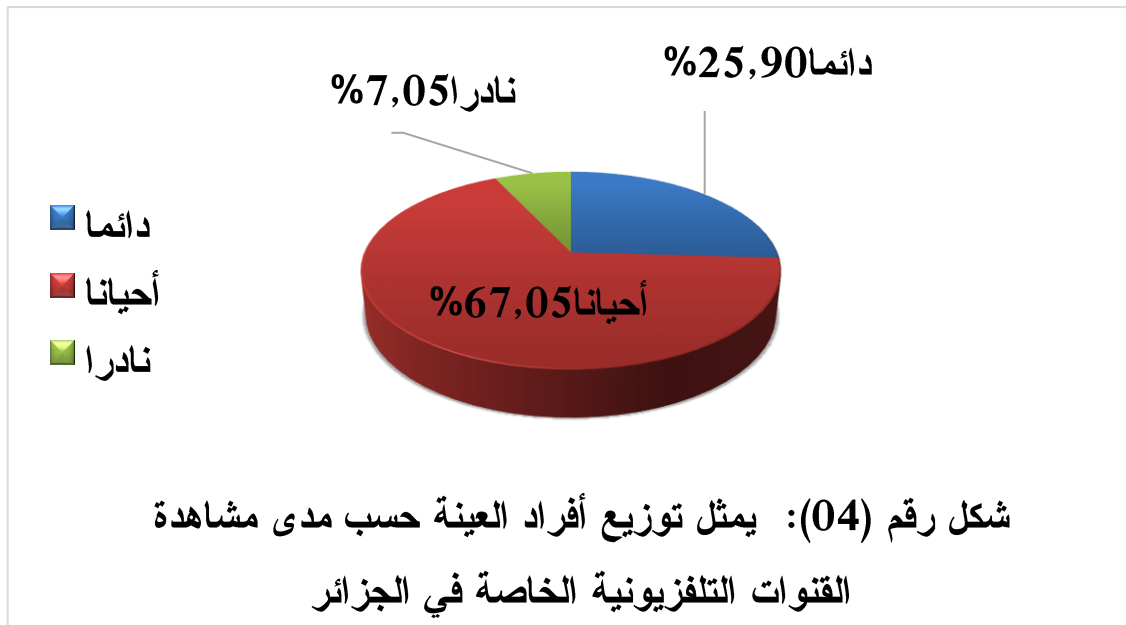


الجدول رقم (04): يمثل توزيع أفراد العينة حسب مدى مشاهدة القنوات

الخاصة من طرف المبحوثين:

النسبة %	التكرار	مشاهدة القنوات الخاصة
25.9%	22	دائما
67.05%	57	أحيانا
7.05%	6	نادرا
100%	85	المجموع

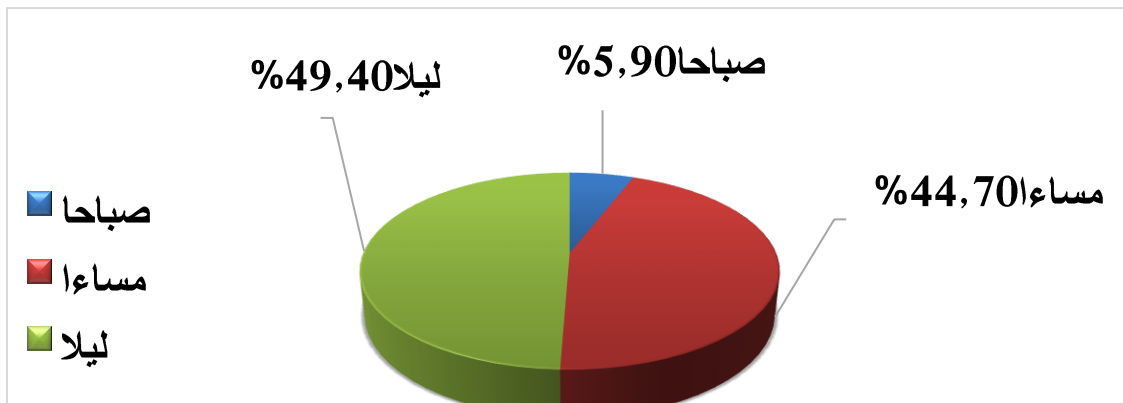
يتبين لنا من خلال الجدول 4 أن نسبة المشاهدة أحيانا بلغت 67.05% في حين بلغت نسبة 25.9% دائما، بالمقابل النسبة 7.5% نادرا مشاهدة القنوات الخاصة ومنه نستنتج أن أغلبية عينة الدراسة أحيانا ما تشاهد القنوات ذلك حسب الظروف الممكنة أو ربما التوقيت غير مناسب وهو يتزامن مع برنامج آخر أو ربما قناة أخرى تلبي احتياجاتهم.



الجدول رقم (05): توزيع أفراد العينة حسب الفترة المفضلة لمشاهدة القنوات الخاصة:

النسبة %	التكرار	الفترة المفضلة لمشاهدة القنوات الخاصة
5.9 %	5	صباحا
44.7 %	38	مساء
49.4 %	42	ليلا
100 %	85	المجموع

الجدول رقم 5 يبين فترات مشاهدة القنوات الخاصة حيث تمثل فترة الليل الفترة الأكثر مشاهدة بنسبة 49.4% تليها الفترة المسائية بنسبة 44.7% بينما بلغت نسبة 5.9% في فترة الصباح ومنه نستنتج أن الفترة الليلية هي الأكثر نسبة لأنها لا تتوافق مع فترات العمل.

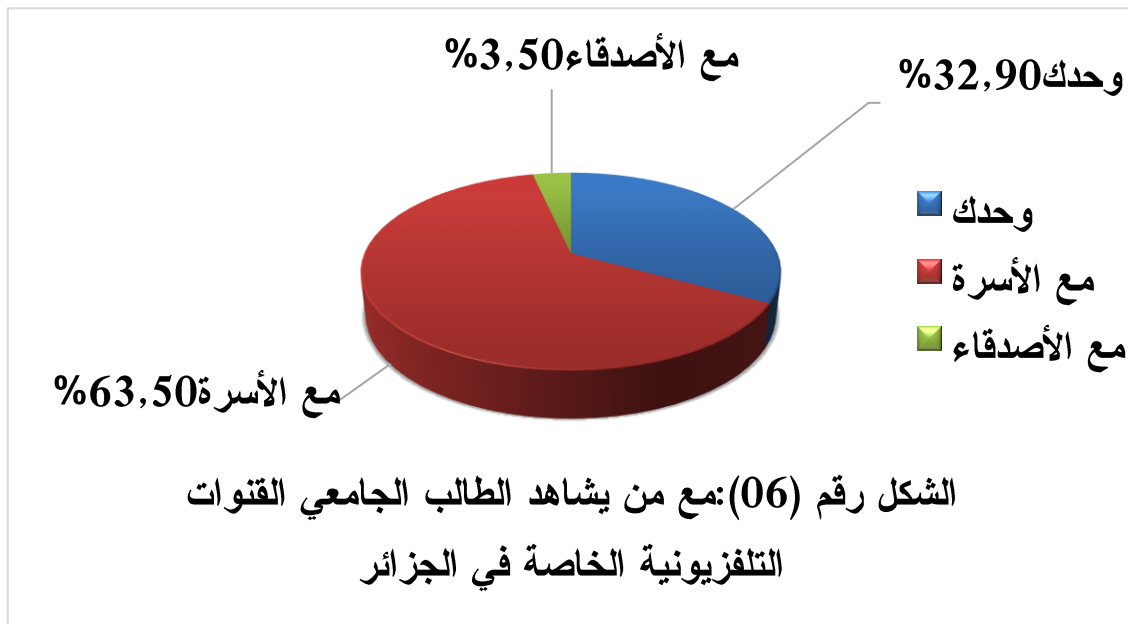


الشكل رقم (05) يمثل توزيع أفراد العينة حسب الفترة المفضلة لمشاهدة القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر

الجدول رقم (06): يمثل مع من يشاهد الطالب الجامعي القنوات الخاصة:

النسبة %	التكرار	مشاهدة القنوات الخاصة
32.9 %	28	وحدك
63.5 %	54	مع الأسرة
3.5 %	3	مع الأصدقاء
100 %	85	المجموع

من خلال الجدول 6 يتبين لنا أن نسبة المشاهدة مع الأسرة بلغت 63.05% بتكرار 54 طالب، وهذا راجع إلى طبيعة البرامج التي عادة ما تكون محافظة وكونها خالية من المشاهد المغرية والخليعة ثم يليها المبحوثين الذين يفضلون المشاهدة بمفردهم بالنسبة 32.9% وربما ذلك من أجل التركيز أكثر على استيعاب ما يقدم، وأخيرا نسبة 3.5% من المبحوثين الذين يفضلون المشاهدة مع الأصدقاء.

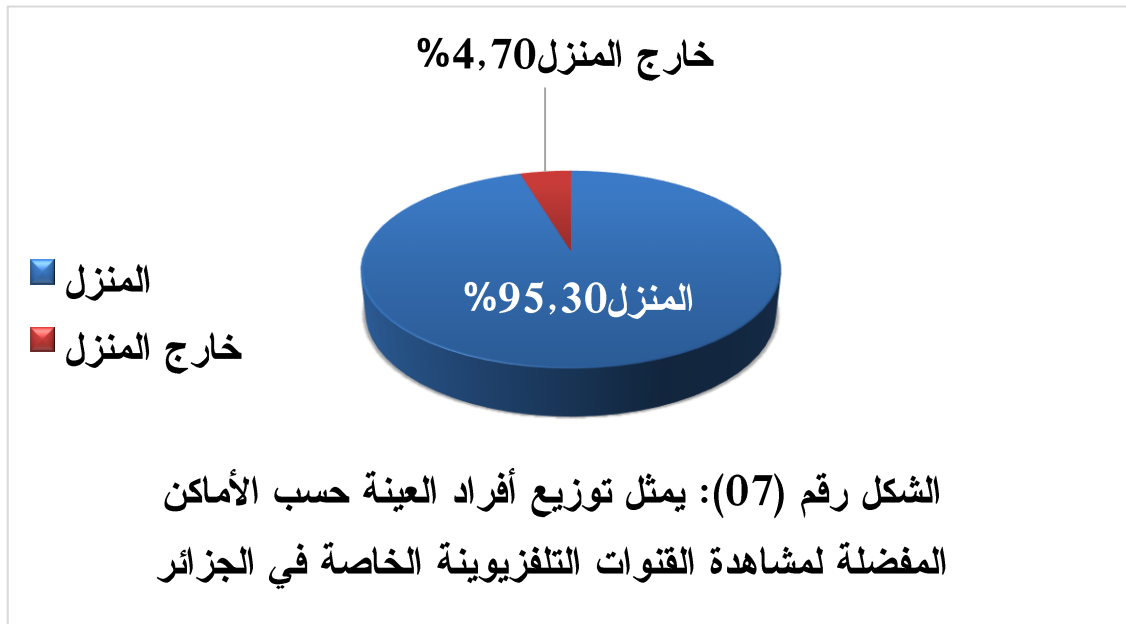


الجدول رقم (07): توزيع أفراد العينة حسب الأماكن المفضلة لمشاهدة القنوات الخاصة:

النسبة %	التكرار	المكان المفضل
95.3 %	81	المنزل
4.7 %	4	خارج المنزل
100 %	85	المجموع

من الجدول أعلاه يتبين لنا أن المكان المفضل لمشاهدة القنوات الخاصة لدى المبحوثين هو المنزل وذلك بنسبة 95.3%، أما خارج المنزل فقد بلغت 4.7%.

نستنتج أن معظم أفراد العينة يفضلون مشاهدة القنوات الخاصة في المنزل، ربما عائد ذلك إلى كون البيت مكان للراحة وتمضية وقت الفراغ.

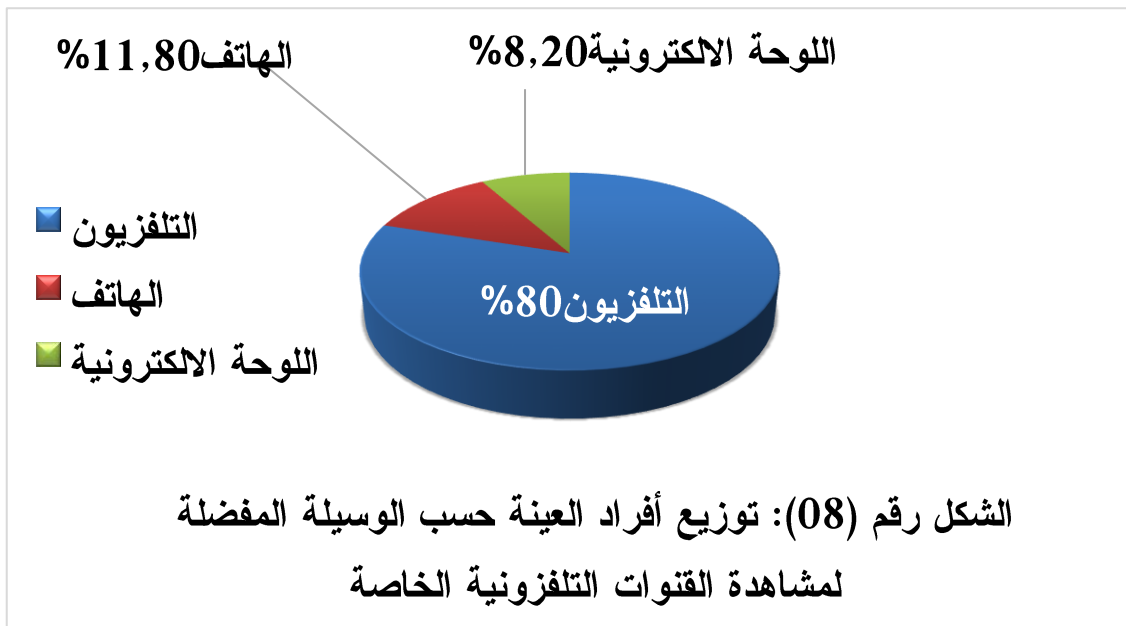


الجدول رقم (08): توزيع أفراد العينة حسب الوسيلة المفضلة لمشاهدة القنوات التلفزيونية الخاصة:

النسبة %	التكرار	الوسيلة المفضلة لمشاهدة القنوات الخاصة
80 %	68	التلفزيون
11.8 %	10	الهاتف
8.2 %	7	اللوحة الإلكترونية
100 %	85	المجموع

يتبين من خلال الجدول أعلاه أن نسبة 80% من أفراد العينة يشاهدون القنوات الخاصة عبر التلفزيون ثم تليها نسبة 11.8% من المبحوثين يشاهدون القنوات الخاصة عبر الهاتف النقال بتكرار 10 في حين سجلت نسبة 8.2% من الذين يفضلون مشاهدتها عبر اللوحة الإلكترونية.

ويمكن تفسير ذلك أن أغلبية المبحوثين لازالوا يعتمدون على جهاز التلفزيون كوسيط اعلامي باعتباره أحد الوسائل التقليدية المجانية.



## الجدول رقم (09): يمثل توزيع أفراد العينة حسب القناة الأكثر

مشاهدة:

مجموع	6	5	4	3	2	1	
85	1	0	7	13	21	43	الشروق
% 100	% 1.2	% 0	% 8.2	% 15.3	% 24.7	% 50.6	
85	10	6	6	6	36	21	النهار
% 100	% 11.8	% 7.1	% 7.1	% 7.1	% 42.4	% 24.7	
85	9	14	22	22	9	9	الجزائرية
% 100	% 10.6	% 16.5	% 25.9	% 25.9	% 10.6	% 10.6	
85	25	13	10	20	8	9	الهداف
% 100	% 29.4	% 15.3	% 11.8	% 23.5	% 9.4	% 10.6	
85	11	34	22	11	6	1	البلاد
% 100	% 12.9	% 40	% 15.9	% 12.9	% 7.1	% 1.2	
85	29	18	18	13	5	2	دزائر تي في
% 100	% 29	% 18	% 18	% 13	% 5	% 2.4	

يبين الجدول أعلاه استقطاب قناة الشروق لمفردات العين حيث يرتبها أولاً أغلب المبحوثين وتمثل نسبة 50.6%، وفي المرتبة الثانية قناة النهار بنسبه 42.4% وفي المرتبة الثالثة جاءت قناة الجزائرية بنسبة 25.9% وفي المرتبة الرابعة قناة البلاد بنسبة 40% أما المرتبة الخامسة فقد صنف فيها المبحوثون الجزائر تي في بنسبة 18% أما الهداف فقد جاءت في المرتبة الأخيرة بالنسبة 29.4%.

ومنه نستنتج أن قناة الشروق احتلت المرتبة الأولى كمصدر للمعلومات والأكثر مشاهدة.

الشكل رقم (09): يمثل توزيع أفراد العينة حسب القناة الأكثر مشاهدة



## الجدول رقم (10): يمثل نوع البرامج التلفزيونية المفضلة حسب أفراد

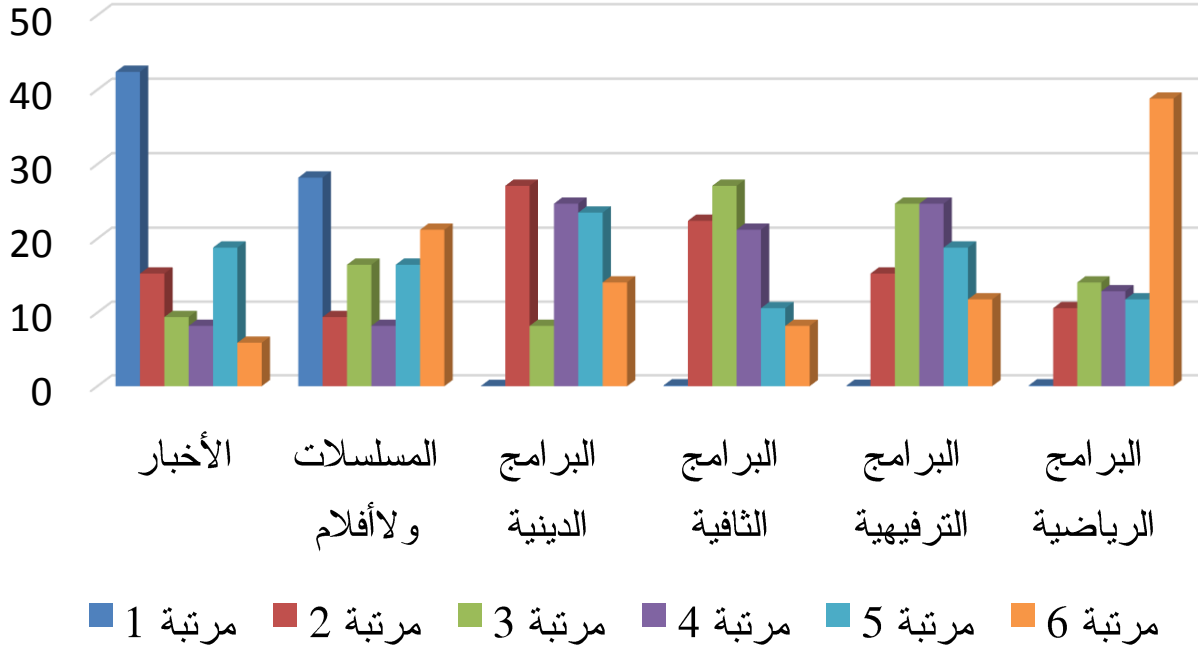
العينة:

مجموع	6	5	4	3	2	1	
85	5	16	7	8	13	36	الأخبار
% 100	% 5.9	% 18.8	% 8.2	% 9.4	% 15.3	% 42.4	
85	18	14	7	14	8	24	المسلسلات
% 100	% 21.2	% 16.5	% 8.2	% 16.5	% 9.4	% 28.2	
85	12	20	21	7	23	2	البرامج الدينية
% 100	% 14.1	% 23.5	% 24.7	% 8.2	% 27.1	% 2.4	
85	7	9	18	23	19	9	البرامج الثقافية
% 100	% 8.2	% 10.6	% 21.2	% 27.1	% 22.4	% 10.6	
85	10	16	21	21	13	4	البرامج الترفيهية
% 100	% 11.8	% 18.8	% 24.7	% 24.7	% 15.3	% 4.7	
85	33	10	11	12	9	10	البرامج الرياضية
% 100	% 38.8	% 11.8	% 12.9	% 14.1	% 10.6	% 11.8	

يتبين لنا من خلال الجدول أن المبحوثين أكثر اهتماما بالبرامج الإخبارية حيث رتبوها أولا بنسبة 42.4%، أما المرتبة الثانية فقد اختار المبحوثين البرامج الدينية وذلك بنسبة 27.01% نفس النسبة اختارها المبحوثين في المرتبة الثالثة لحساب البرامج الثقافية بنسبة 27.1% وصنف المبحوثين البرامج الترفيهية في المرتبة الرابعة وذلك بنسبة 24.7% وفي المرتبة ما قبل الأخيرة جاءت المسلسلات بنسبة 16.5% ثم أخيرا البرامج الرياضية صنفها المبحوثين في المرتبة السادسة بنسبة 38.8%.

ومن خلال هذا الترتيب تبين لنا أن الخدمات الإخبارية لدى الطالب الجامعي هي المفضلة من بين الخدمات الأخرى، وذلك لأهمية المعلومات والأخبار، أما ترتيب البرامج الدينية والثقافية في رتبتين الثالثة والرابعة على التوالي فهذا يدل على اهتمام الطالب الجامعي بخلفيته الدينية والثقافية.

الشكل رقم (10): يمثل نوع البرامج التلفزيونية المفضلة حسب أفراد العينة

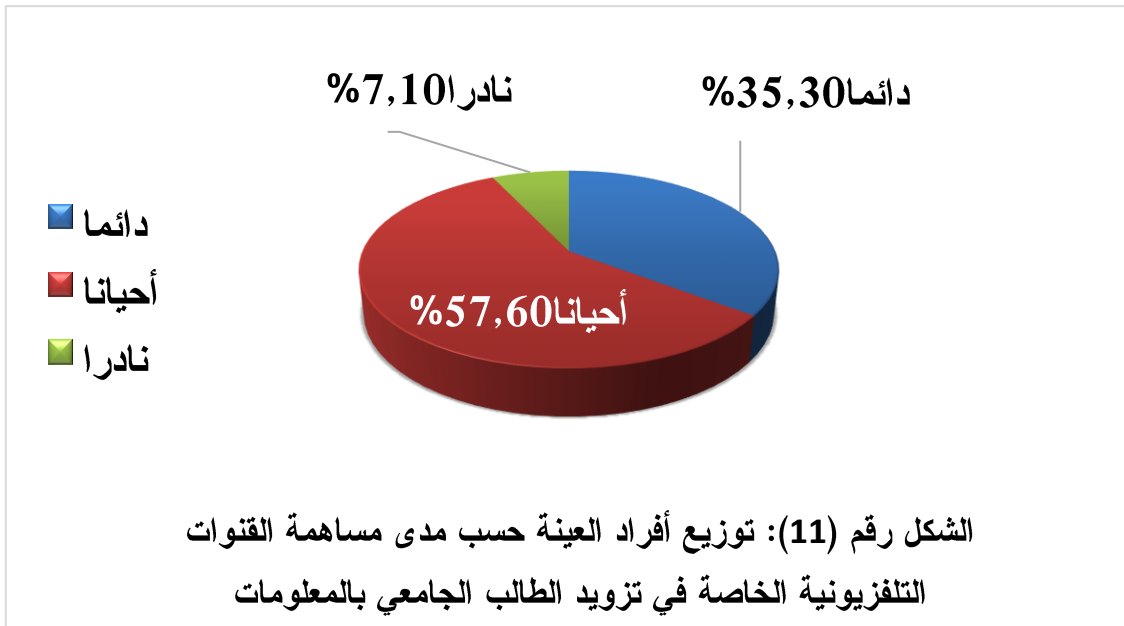


**الجدول رقم (11): توزيع أفراد العينة حسب مدى مساهمة القنوات التلفزيونية الخاصة في تزويد الطالب الجامعي بالمعلومات:**

النسبة %	التكرار	
35.3 %	30	دائما
57.6 %	49	أحيانا
7.1 %	6	نادرا
100 %	85	المجموع

يتبين لنا من الجدول رقم 11 أن نسبة "أحيانا" ما تساهم القنوات الإخبارية في تزويد الطالب الجامعي بالمعلومات بلغت 57.6%، أما نسبة "دائما" ما تساهم القنوات الإخبارية في تزويد الطالب الجامعي بالمعلومات بلغت 35.3%، أما نسبة 7.1% فقد سجلتها نادرا.

يمكن تفسير هذا إلى أن القنوات الخاصة الجزائرية قد نجحت في جذب انتباه الطالب الجامعي، وأصبحت مصدر مساهما في تزويد الطالب الجامعي بالمعلومات، ربما ذلك عائد إلى طريقة نقلها لمختلف الاخبار وكذا تطرقها لمختلف المواضيع هامة.



## الجدول رقم (12): يمثل نوع الخدمات الإخبارية المفضلة حسب أفراد

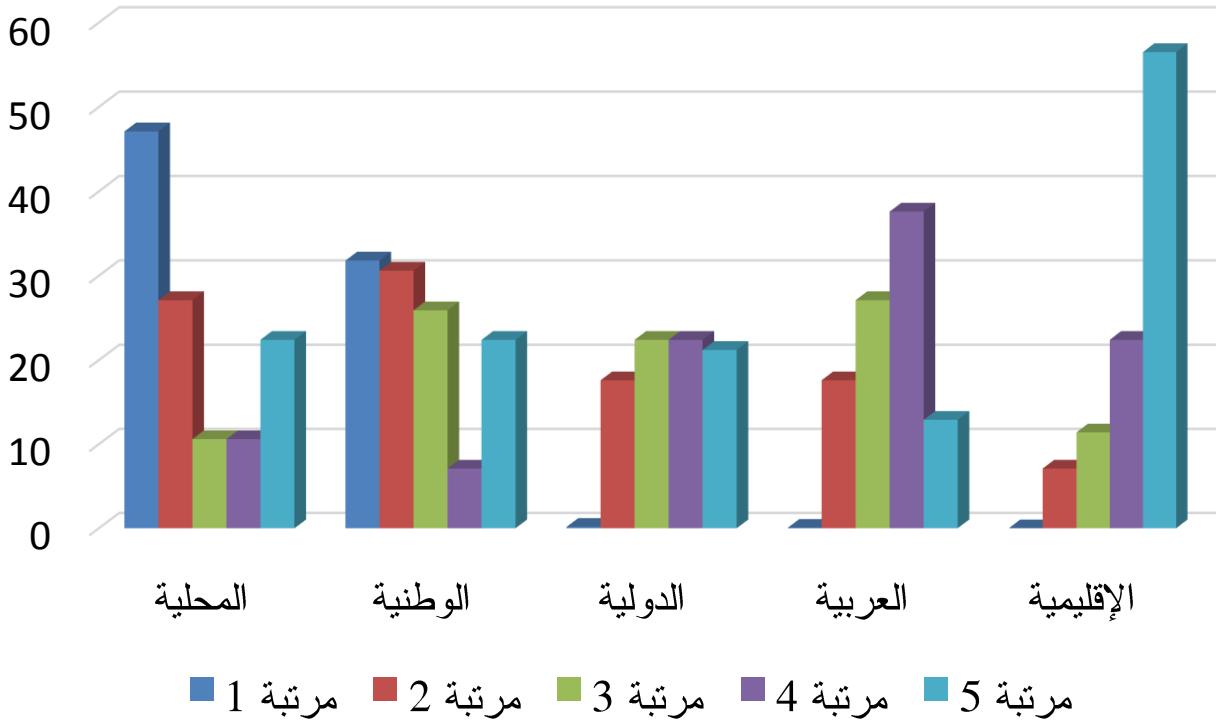
العينة:

مجموع	5	4	3	2	1	
85	4	9	9	23	40	المحلية
% 100	% 4.7	% 10.6	% 10.6	% 27.1	% 47.1	
85	4	6	24	26	27	الوطنية
% 100	% 4.7	% 7.1	% 25.9	% 30.6	% 31.8	
85	18	19	19	15	14	الدولية
% 100	% 21.2	% 22.4	% 22.4	% 17.6	% 16.5	
85	11	32	23	15	4	العربية
% 100	% 12.9	% 37.6	% 27.1	% 17.6	% 4.7	
85	48	19	12	6	0	الإقليمية
% 100	% 56.5	% 22.4	% 14.1	% 7.1	% 0	

يوضح الجدول رقم 12 أن أفراد العينة قد صنفوا الخدمات الإخبارية المحلية في المرتبة الأولى بنسبه 47.1% أما في المرتبة الثانية فقد صنف أفراد العينة الخدمات الإخبارية الوطنية بنسبة 30.6% وجاءت الخدمات الإخبارية العربية في المرتبة الثالثة بنسبة 27.1% أما الدولية جاءت في المرتبة الرابعة بنسبة 22.4% وفي المرتبة الأخيرة تأتي الخدمات الإخبارية الإقليمية بنسبة 56.5%.

ويمكن تفسير احتلال الخدمات الإخبارية المحلية المرتبة الأولى لما تقدمه من معلومات وتفسيرات عن الأحداث التي تحدث في الوسط الاجتماعي الذي يعيش فيه الفرد.

الشكل رقم (12): يمثل نوع الخدمات الإخبارية المفضلة حسب أفراد العينة



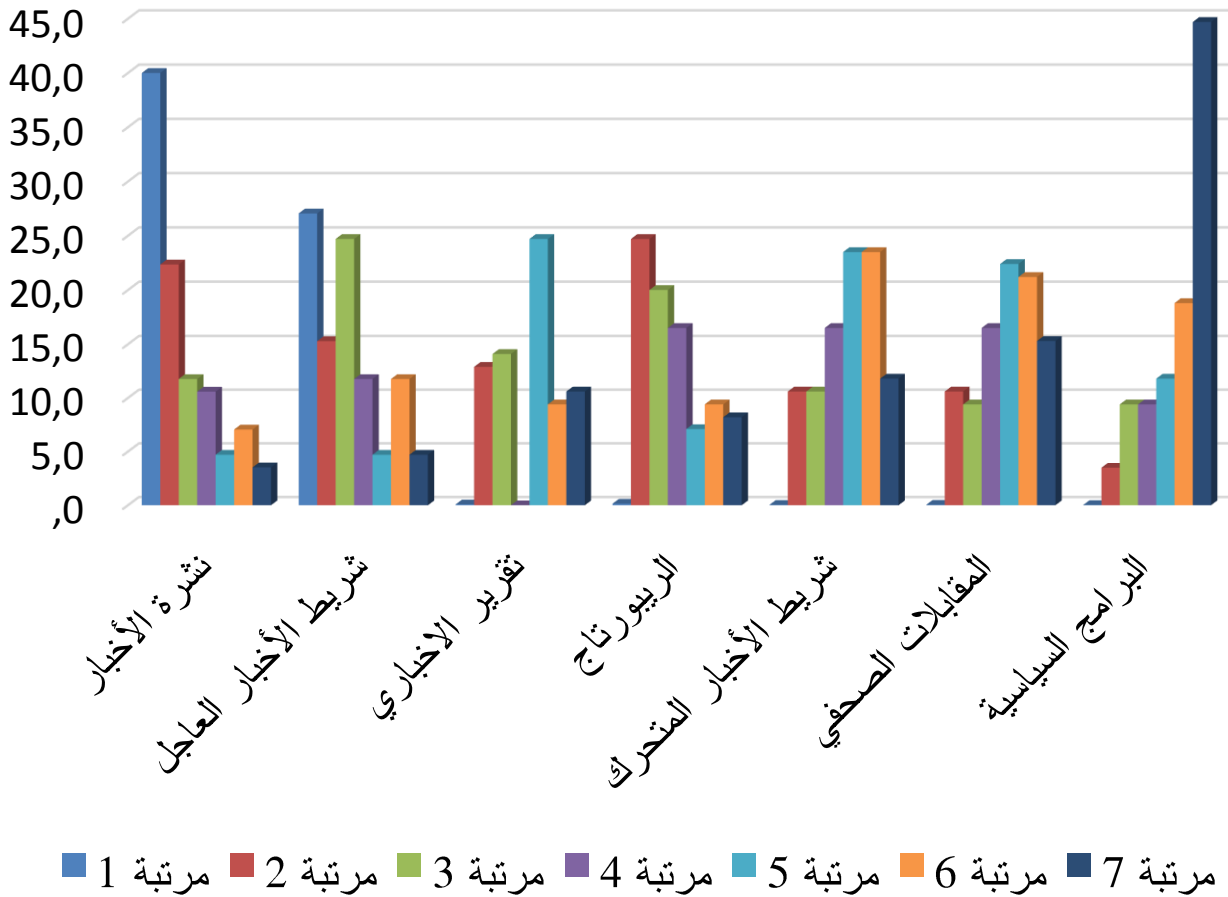
## الجدول رقم (13): يمثل أشكال الخدمات الإخبارية المفضلة حسب

أفراد العينة:

مجموع	7	6	5	4	3	2	1	
85	3	6	4	9	10	19	34	نشرة الأخبار
% 100	3.5 %	% 7.1	% 4.7	% 10.6	% 11.8	% 22.4	% 40	
85	4	10	4	10	21	13	23	شريط الخبر العاجل
% 100	4.7 %	11.8 %	% 4.7	% 11.8	% 24.7	% 15.3	27.1 %	
85	9	8	21	17	12	11	7	تقرير الاخباري
% 100	10.6 %	% 9.4	24.7 %	% 20	% 14.1	% 12.9	% 8.2	
85	7	9	6	14	17	21	12	الريورتاج
% 100	8.2 %	% 9.4	% 7.1	% 16.5	% 20	% 24.7	14.1 %	
85	10	20	20	14	9	9	3	شريط الأخبار المتحرك
% 100	11.8 %	23.5 %	23.5 %	% 16.5	% 10.6	% 10.6	% 3.5	
85	13	18	19	14	8	9	4	المقابلات الصحفية
% 100	15.3 %	21.2 %	22.4 %	% 16.5	% 9.4	% 10.6	% 4.7	
85	38	16	10	8	8	3	2	البرامج السياسية
% 100	44.7 %	18.8 %	11.8 %	% 9.4	% 9.4	% 3.5	% 2.4	

من خلال الجدول يتضح أن أهم أشكال الخدمات الإخبارية التي يفضل مشاهدتها الطالب الجامعي هي نشرة الاخبار بنسبة 40%، ثم يأتي الربورتاج في المرتبة الثانية بنسبة 24.7%، ثم جاء شريط الخبر العاجل في المرتبة الثالثة وذلك بنسبة 24.7%، وفي المرتبة الرابعة تقرير الاخباري بنسبة 20%، ومن ثم شريط الاخبار المتحرك في المرتبة الخامسة بنسبة 23.5%، أما المقابلات الصحفية فقط صنفها المبحوثين في المرتبة السادسة بنسبة 21.2%، وصنف المبحوثين البرامج السياسية في المرتبة الأخيرة بنسبة 44.7%.

الشكل رقم (13): يمثل أشكال الخدمات الإخبارية المفضلة حسب أفراد العينة



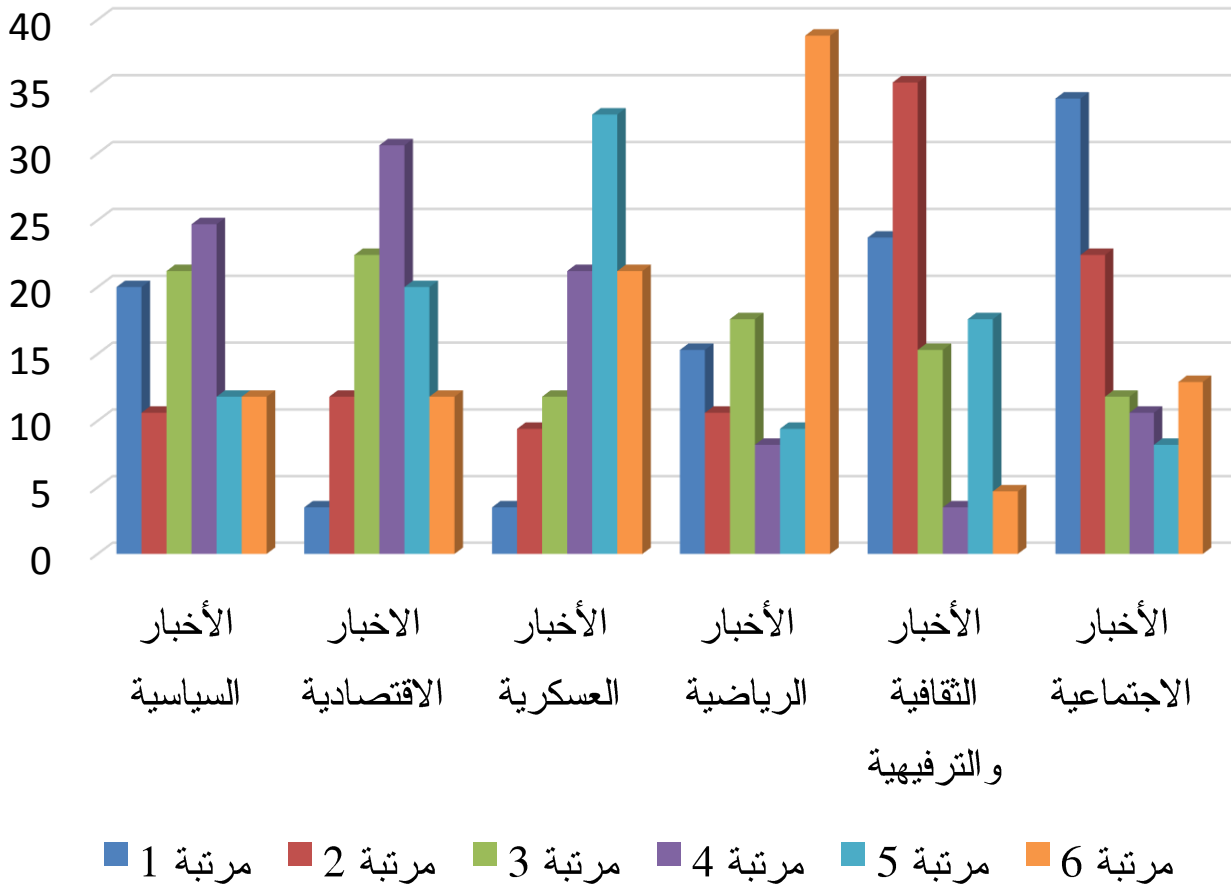
## الجدول رقم (14): يمثل أنواع الأخبار المفضلة لدى أفراد العينة:

مجموع	6	5	4	3	2	1	
85	10	10	21	18	9	17	الأخبار السياسية
% 100	% 11.8	% 11.8	% 24.7	% 21.2	% 10.6	% 20	
85	10	17	26	19	10	3	الأخبار الاقتصادية
% 100	% 11.8	% 20	% 30.6	% 22.4	% 11.8	% 3.5	
85	18	28	18	10	8	3	الأخبار العسكرية
% 100	% 21.2	% 32.9	% 21.2	% 11.8	% 9.4	% 3.5	
85	33	8	7	15	9	13	الأخبار الرياضية
% 100	% 38.8	% 9.4	% 8.2	% 17.6	% 10.6	% 15.3	
85	4	15	3	13	30	20	الأخبار الثقافية والترفيهية
% 100	% 4.7	% 17.6	% 3.5	% 15.3	% 35.3	% 23.7	
85	11	7	9	10	19	29	الأخبار الاجتماعية
% 100	% 12.9	% 8.2	% 10.6	% 11.8	% 22.4	% 34.1	

نلاحظ من خلال الجدول رقم 14 أن أهم أنواع الأخبار التي يفضل مشاهدتها الطالب الجامعي هي الأخبار الاجتماعية حيث بلغت نسبة التكرارات في المرتبة الأولى 34.1%، أما المرتبة الثانية رتب أفراد العينة فيها الأخبار الثقافية والترفيهية بنسبة 35.3%، وفي المرتبة الثالثة جاءت الأخبار الاقتصادية بنسبة 30.6%، والمرتبة الرابعة الأخبار السياسية بنسبة 24.7%، أما الأخبار العسكرية فقد صنفتها أفراد العينة في المرتبة الخامسة بنسبة 32.9%، وفي المرتبة الأخيرة الأخبار الرياضية بنسبة 38.8%.

يكمن تفسير ذلك أن الأخبار الاجتماعية من أولويات الطلبة الجامعيين لما توفره من معلومات عن الحياة اليومية والاجتماعية التي يعيشها الفرد.

الشكل رقم (14): يمثل أنواع الأخبار المفضلة لدى أفراد العينة:

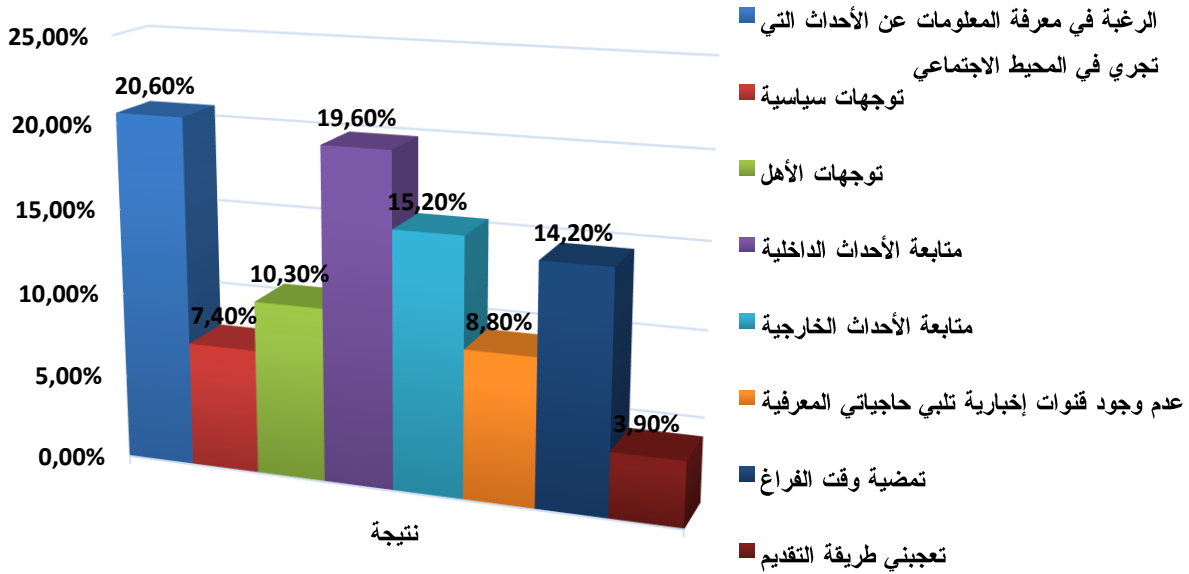


الجدول رقم (15): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الأسباب الذاتية لمشاهدة الأخبار في القنوات الخاصة:

النسبة %	التكرار	الأسباب الذاتية لمشاهدة الأخبار
20.6%	42	الرغبة في معرفة المعلومات عن الأحداث التي تجري في المحيط الاجتماعي
7.4%	15	توجهات سياسية
10.3%	21	توجهات الأهل
19.6%	40	متابعة الأحداث الداخلية
15.2%	31	متابعة الأحداث الخارجية
8.8%	18	عدم وجود قنوات إخبارية تلبي حاجياتي المعرفية
14.2%	29	تمضية وقت الفراغ
3.9%	8	تعجبي طريقة التقديم
% 100	204	المجموع

من خلال الجدول رقم 15 يتبين لنا أن الرغبة في معرفة المعلومات عن الأحداث التي تجري في المحيط الاجتماعي ومتابعة الأحداث الداخلية تمثل أعلى النسب كأسباب ذاتية لمشاهدة الأخبار في القنوات الخاصة التلفزيونية الجزائرية بنسبة 20.6% ونسبة 19.6% على التوالي، أما متابعة الأحداث الخارجية جاءت ثالثا بنسبة 15.2% ثم تليها تمضية وقت الفراغ بنسبة 14.2% أما باقي الأسباب الذاتية فقد توزعت بالترتيب على: توجهات الأهل بنسبة 10.3% عدم وجود قنوات إخبارية تلبي حاجياتي المعرفية بنسبة 8.8% توجهات سياسية بنسبة 7.4%، تعجبي طريقة التقديم بنسبة 3.9%.

الشكل رقم (15): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الأسباب الذاتية لمشاهدة الأخبار في القنوات الخاصة



الجدول رقم (16): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الأسباب

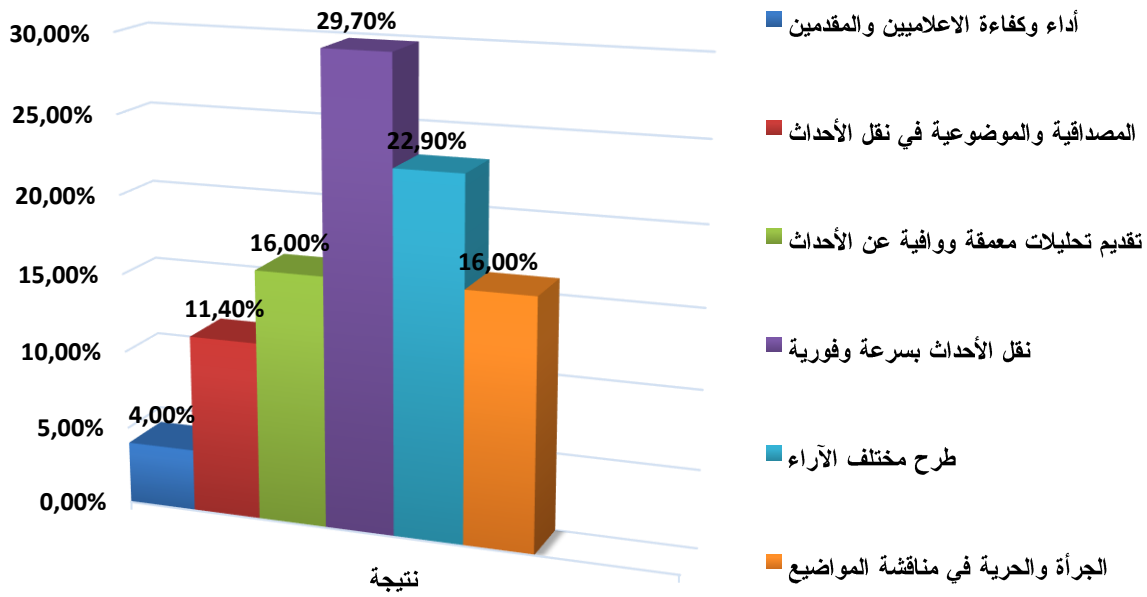
الموضوعية لمشاهدة الأخبار في القنوات الخاصة:

النسبة %	التكرار	الأسباب الموضوعية لمشاهدة الأخبار
4.0%	7	أداء وكفاءة الاعلاميين والمقدمين
11.4%	20	المصداقية والموضوعية في نقل الأحداث
16.0%	28	تقديم تحليلات معمقة ووافية عن الأحداث
29.7%	52	نقل الأحداث بسرعة وفورية
22.9%	40	طرح مختلف الآراء
16.0%	28	الجرأة والحرية في مناقشة المواضيع
% 100	175	المجموع

يبين الجدول رقم 16 أن نقل الاحداث بسرعة وفورية وطرح مختلف الآراء تمثل أعلى نسب من أسباب موضوعية لمشاهدة الاخبار في القنوات الخاصة وذلك بنسبة %29.7 ونسبة %22.9 على التوالي، بينما نجد تساوي بنسبة %16 بين تقديم تحليلات

معقدة ووافية عن الأحداث وبين الجرأة والحرية في مناقشة المواضيع، أما باقي الأسباب الموضوعية توزعت على أن نسبة 11.4% تتعلق بالمصادقية والموضوعية في نقل الأحداث، ثم نسبة 4% ترى أن أداء وكفاءة الاعلاميين ومقدمين هي أسباب موضوعية لمشاهدة الأخبار في القنوات الخاصة.

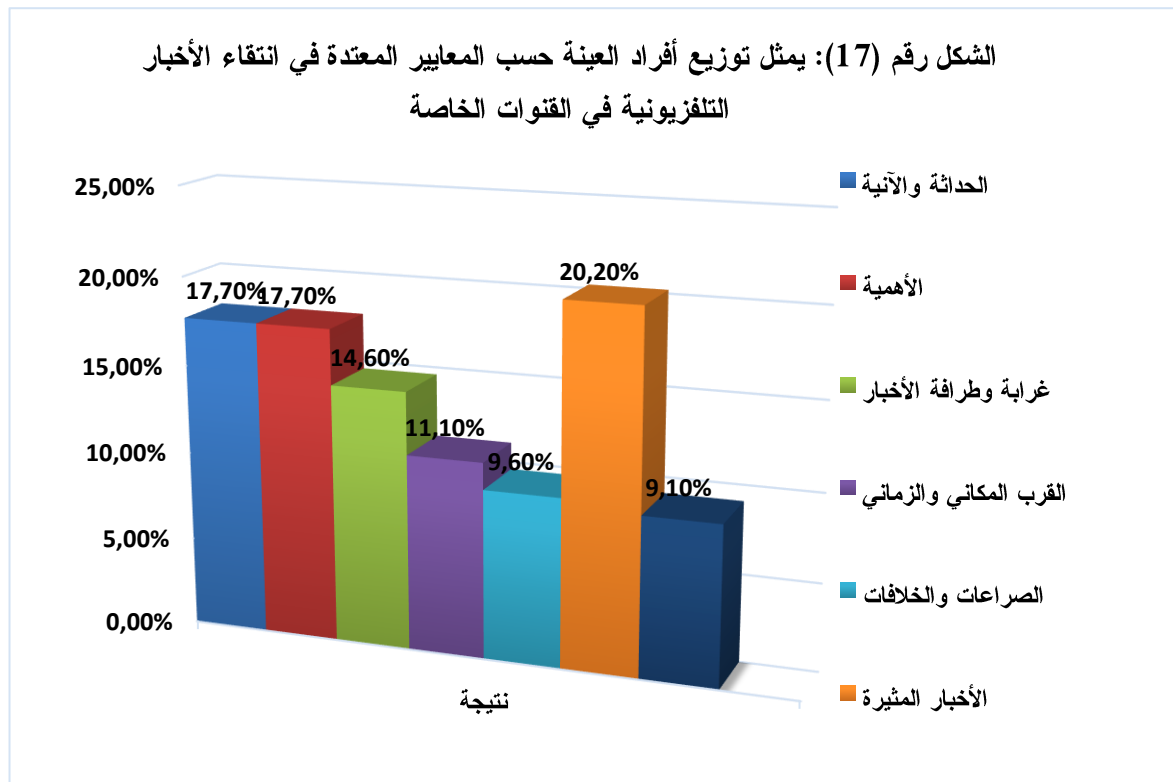
الشكل رقم (16): يمثل توزيع أفراد العينة حسب الأسباب الموضوعية لمشاهدة الأخبار في القنوات الخاصة



الجدول رقم (17): يمثل توزيع أفراد العينة حسب المعايير المعتمدة في انتقاء الأخبار التلفزيونية في القنوات الخاصة:

النسبة %	التكرار	الأسباب الذاتية لمشاهدة الأخبار
17.7%	35	الحدثة والآنية
17.7%	35	الأهمية
14.6%	29	غرابة وطرافة الأخبار
11.1%	22	القرب المكاني والزمني
9.6%	19	الصراعات والخلافات
20.2%	40	الأخبار المثيرة
9.1%	18	الأخبار ذات المصداقية والموضوعية
% 100	198	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول 17 أن الأخبار المثيرة هي المعيار الأول الذي يعتمد عليه الطالب الجامعي في انتقاء الأخبار التلفزيونية وذلك بنسبة 20.2% بينما نجد التساوي في المرتبة الثانية بين الحدثة و الآنية و بين الأهمية بنسبة 17.7% ثم تأتي غرابة وطرافة الأخبار بنسبة 14.6% أما باقي المعايير فتوزعت بالترتيب على القرب المكاني بنسبة 11.1%، ثم نسبة 9.6% تعلقت بالصراعات والخلافات آخر معيار يعتمد عليه الطالب الجامعي في اختيار الأخبار التلفزيونية الأخبار ذات المصداقية والموضوعية ومنه نستنتج أن الطالب الجامعي يعتمد على عنصر الإثارة في انتقاء الاخبار.

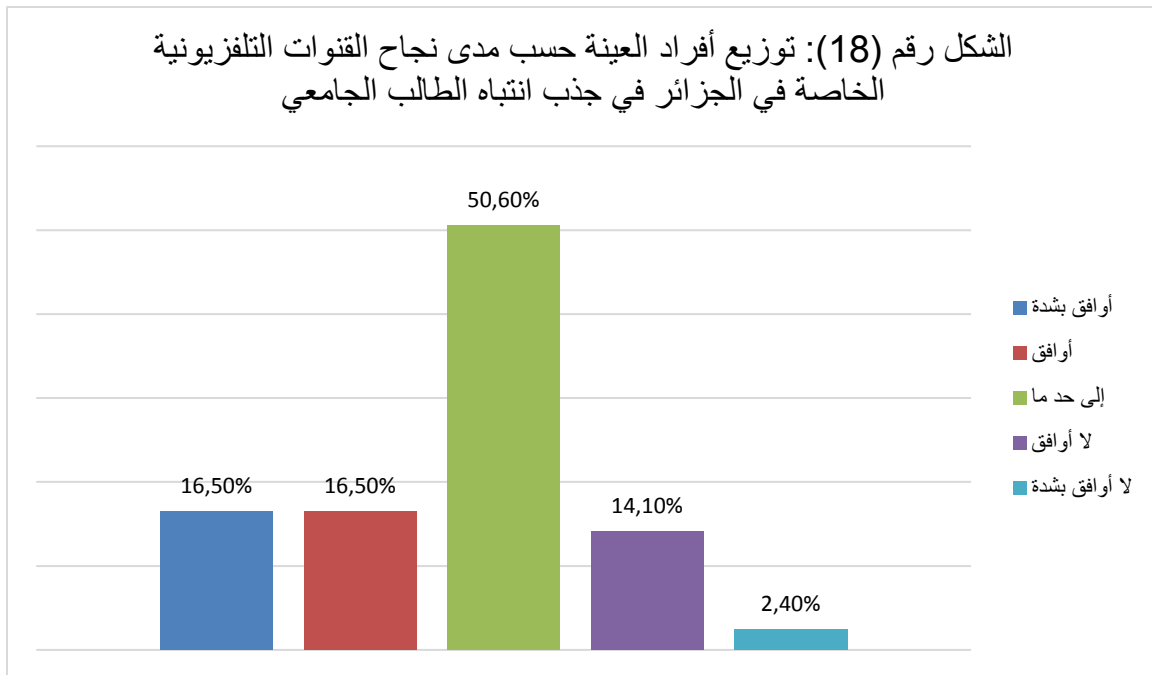


الجدول رقم (18): توزيع أفراد العينة حسب مدى نجاح القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر في جذب انتباه الطالب الجامعي:

المجموع	أوافق بشدة	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة	الفقرة
85	2	12	43	14	14	القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر ناجحة في جذب انتباه الطالب الجامعي
% 100	% 2.4	% 14.1	% 50.6	% 16.5	% 16.5	نسبة

نلاحظ من خلال الجدول أن إجابات أفراد عينة الدراسة على هل القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر ناجحة في جذب انتباه الطالب الجامعي، حيث تمحورت إجاباتهم على هذا السؤال إلى حد ما بنسبة 50.6%، وبلغ عددهم 43، أما المجموعة ثانية تمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالتساوي بين لا أوافق وبين لا أوافق بشدة بنسبة 14% في حين نلاحظ نسبة 12% تمثل أوافق، أما نسبة 2.4% فتمثل أوافق بشدة.

ومنه نستنتج أن القنوات الخاصة ناجحة إلى حد ما في جذب انتباه الطالب الجامعي.



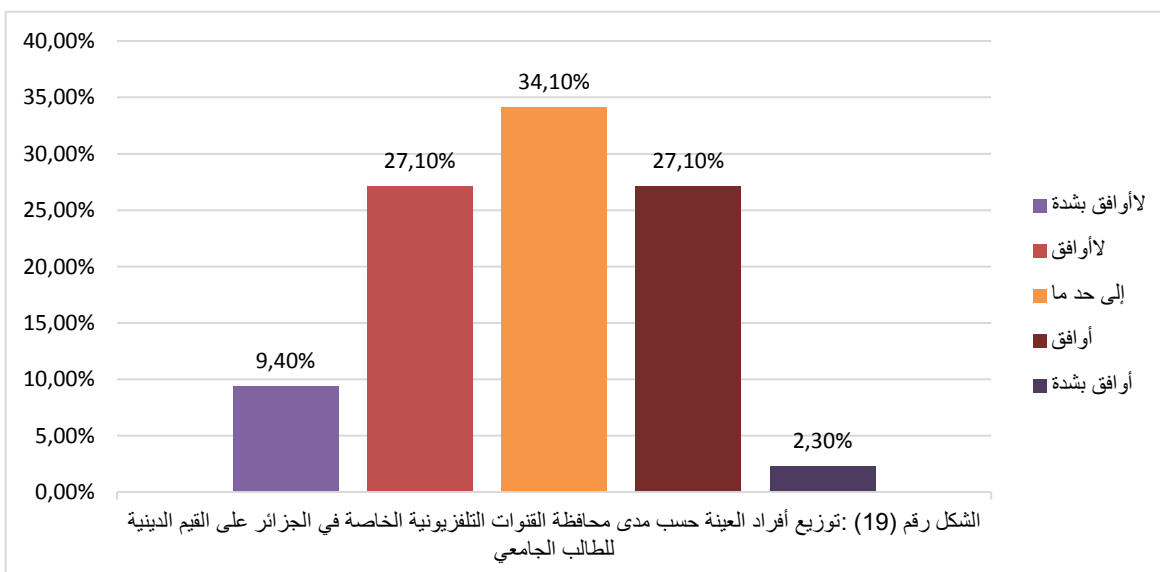
### الجدول رقم (19): يمثل توزيع أفراد العينة حسب مدى محافظة

القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر على القيم الدينية للطلاب الجامعي:

المجموع	أوافق بشدة	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة	الفقرة
85	2	23	29	23	8	القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر تحافظ على القيم الدينية للطلاب الجامعي
% 100	% 2.3	% 27.1	% 34.1	% 27.1	% 9.4	نسبة

نلاحظ من خلال الجدول أن إجابات أفراد عينة الدراسة على سؤال هل القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر تحافظ على القيم الدينية للطلاب الجامعي، فتمحورت إجاباتهم على هذا السؤال بـ: "إلى حد ما" بنسبة 34.1% وبلغ عددهم 29، أما المجموعة ثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال بالتساوي بين لا أوافق بين أوافق بنسبة 27.1% في حين نلاحظ نسبة 9.4% تمثل لا أوافق بشدة، أما نسبة 2.3% تمثل أوافق بشدة.

ونستنتج منه أن القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر تحافظ إلى حد ما على القيم الدينية للطلاب الجامعي.



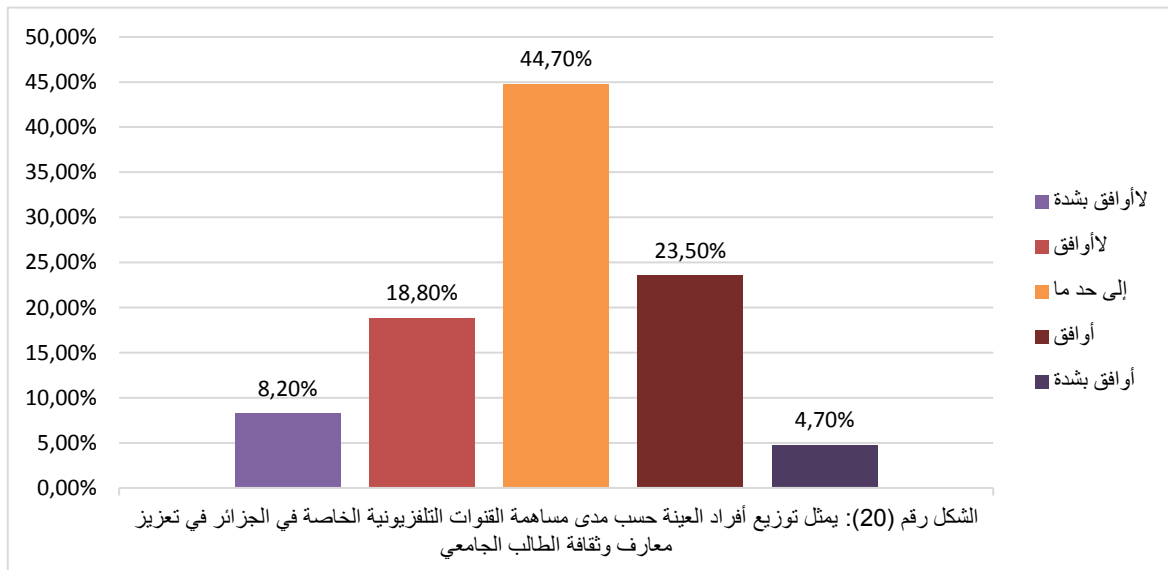
الجدول رقم (20): يمثل توزيع أفراد العينة حسب مدى مساهمة القنوات

التلفزيونية الخاصة في الجزائر في تعزيز معارف وثقافة الطالب الجامعي:

المجموع	أوافق بشدة	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة	الفقرة
85	4	20	38	16	7	القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر تساهم في تعزيز معارف وثقافة الطالب الجامعي
% 100	% 4.7	% 23.5	% 44.7	% 18.8	% 8.2	نسبة

نلاحظ من خلال الجدول أن إجابات أفراد عينة الدراسة على سؤال هل القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر تساهم في تعزيز معارف وثقافة الطالب الجامعي، فكانت إجاباتهم على هذا السؤال إلى حد ما بنسبة 44.7% حيث بلغ عددهم 38، أما المجموعة ثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجاباتهم على هذا السؤال أوافق بنسبة 23.5% في حين نلاحظ نسبة 18.8% تمثل لا أوافق، أما نسبة 8.2% تمثل لا أوافق بشدة، وجاءت نسبة 4.7% لتمثل أوافق بشدة.

ومنه نستنتج أن القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر تساهم في تعزيز معارف وثقافة الطالب الجامعي.

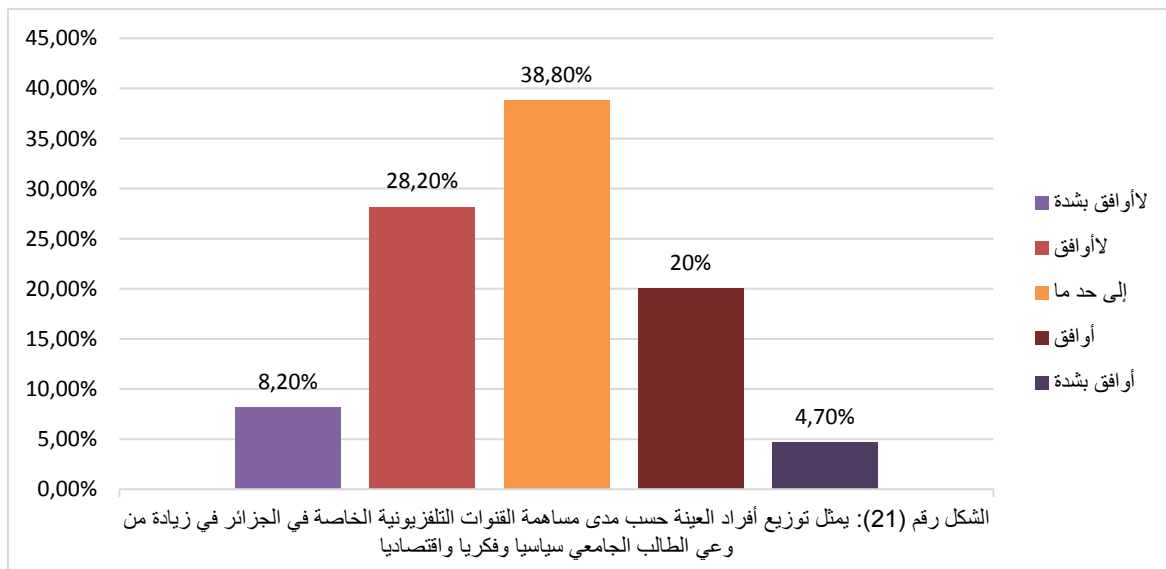


الجدول رقم (21): يمثل توزيع أفراد العينة حسب مدى مساهمة القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر في زيادة من وعي الطالب الجامعي سياسيا وفكريا واقتصاديا:

المجموع	أوافق بشدة	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة	الفقرة
85	4	17	33	24	7	القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر تزيد من وعي الطالب الجامعي سياسيا وفكريا واقتصاديا.
% 100	% 4.7	% 20	% 38.8	% 28.2	% 8.2	نسبة

نلاحظ من خلال الجدول أن إجابات أفراد عينة الدراسة على سؤال هل القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر تزيد من وعي الطالب الجامعي سياسيا وفكريا واقتصاديا، فكانت إجاباتهم على هذا السؤال بـ: إلى حد ما بنسبة 38.8 %، أما المجموعة ثانية من الأفراد كانت إجاباتهم على هذا السؤال بـ: لا أوافق بنسبة 28.2 % في حين نلاحظ نسبة 20% تمثل أوافق أما نسبة 8.2 % تمثل لا أوافق بشدة، في حين نجد أوافق بشدة جاءت أخيرا بنسبة 4.7%.

ومن هذا نستنتج أن القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر تزيد من وعي الطالب الجامعي سياسيا وفكريا واقتصاديا.

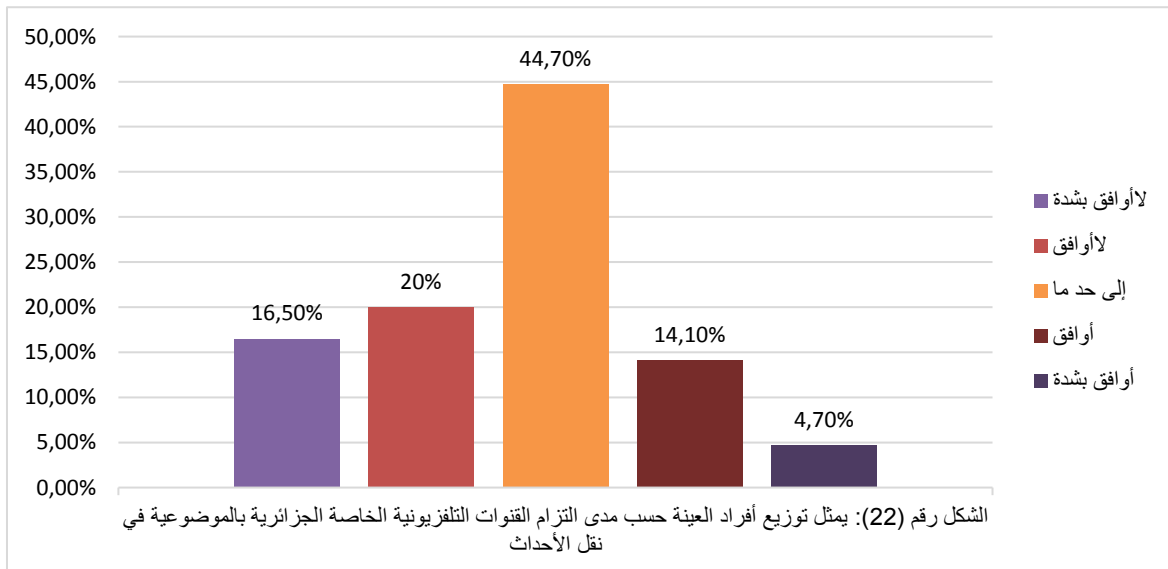


الجدول رقم (22): يمثل توزيع أفراد العينة حسب مدى التزام القنوات التلفزيونية الخاصة الجزائرية بالموضوعية في نقل الأحداث:

المجموع	أوافق بشدة	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة	الفقرة
85	4	12	38	17	14	القنوات التلفزيونية الخاصة الجزائرية تلتزم بالموضوعية في نقل الأحداث
% 100	% 4.7	% 14.1	% 44.7	% 20	% 16.5	نسبة

نلاحظ من خلال الجدول أن إجابات أفراد عينة الدراسة على سؤال هل القنوات التلفزيونية الخاصة الجزائرية تلتزم بالموضوعية في نقل الأحداث كانت إجابات المجموعة الأولى على هذا السؤال بـ: إلى حد ما بنسبة 44.7% حيث بلغ عددهم 38، أما المجموعة الثانية من الأفراد كانت إجاباتهم على هذا السؤال بـ: لا أوافق بنسبة 20% في حين نلاحظ نسبة 16.5% تمثل لا أوافق بشدة، أما نسبة 14.1% تمثل أوافق، وإجابة أوافق بشدة فكانت بنسبة 4.7%.

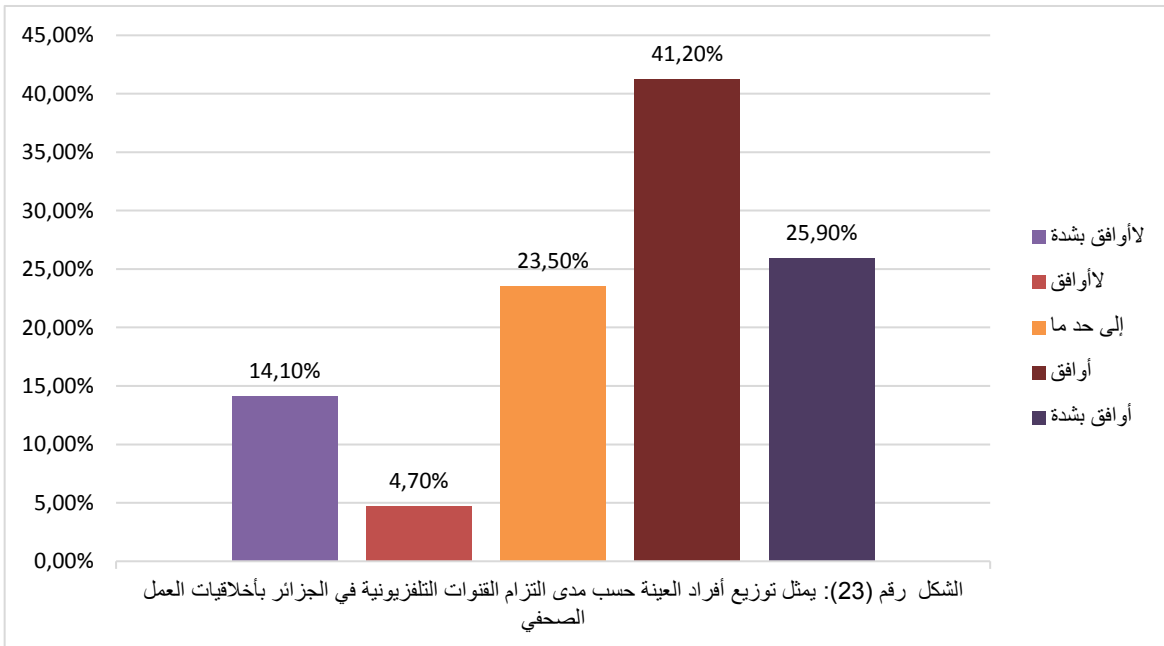
ومن خلال هذا يتبين لنا أن القنوات التلفزيونية الخاصة الجزائرية تلتزم إلى حد ما بالموضوعية في نقل الأحداث.



الجدول رقم (23): يمثل توزيع أفراد العينة حسب مدى التزام القنوات التلفزيونية في الجزائر بتلتزم بأخلاقيات العمل الصحفي:

المجموع	أوافق بشدة	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة	الفقرة
85	4	22	35	20	4	القنوات التلفزيونية في الجزائر تلتزم بأخلاقيات العمل الصحفي
% 100	% 4.7	% 25.9	% 41.2	% 23.5	% 4.7	نسبة

نلاحظ من خلال الجدول أن إجابات أفراد عينة الدراسة على سؤال هل القنوات التلفزيونية الخاصة الجزائرية تلتزم بأخلاقيات العمل الصحفي، كانت إجابات المجموعة الأولى على هذا السؤال بـ: إلى حد ما بنسبة 41.2% حيث بلغ عددهم 35، أما المجموعة الثانية من الأفراد كانت إجاباتهم على هذا السؤال بـ: أوافق بنسبة 25.9% في حين نلاحظ نسبة 23.5% تمثل لا أوافق، أما المجموعة الرابعة فكانت إجاباتهم بالتساوي بين لا أوافق بشدة وبين أوافق بشدة، بنسبة 4.7%.



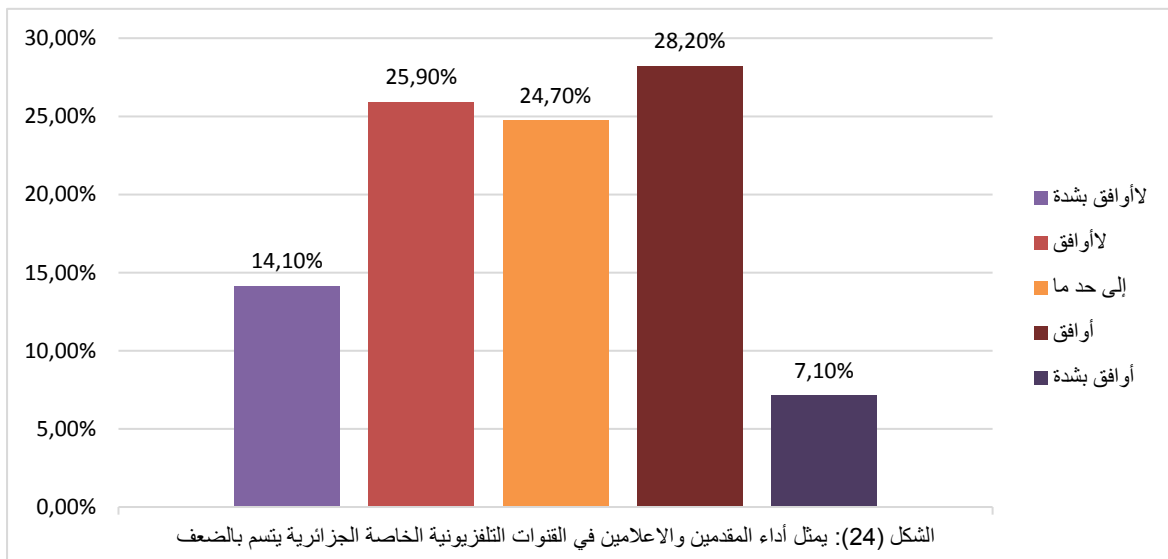
## الجدول رقم (24): يمثل أداء المقدمين والاعلاميين في القنوات

## التلفزيونية الخاصة الجزائرية يتسم بالضعف:

المجموع	أوافق بشدة	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة	الفقرة
85	6	24	21	22	12	أداء المقدمين والاعلاميين في القنوات التلفزيونية الخاصة الجزائرية يتسم بالضعف
% 100	% 7.1	% 28.2	% 24.7	% 25.9	% 14.1	نسبة

نلاحظ من خلال الجدول أن إجابات أفراد عينة الدراسة على سؤال هل أداء المقدمين والاعلاميين في القنوات التلفزيونية الخاصة الجزائرية يتسم بالضعف، كانت إجابات المجموعة الأولى على هذا السؤال بـ: أوافق بنسبة 28.2%، حيث بلغ عددهم 24، أما المجموعة الثانية من الأفراد كانت إجاباتهم على هذا السؤال بـ: لا أوافق بنسبة 25.9% في حين نلاحظ نسبة 24.7% تمثل إلى حد ما، أما نسبة 14.1% تمثل لا أوافق بشدة، وإجابة أوافق بشدة فكانت بنسبة 7.1%.

من خلال هذا التحليل نلاحظ أن أداء المقدمين والاعلاميين في القنوات التلفزيونية الخاصة الجزائرية حسب أفراد العينة يتسم بالضعف.



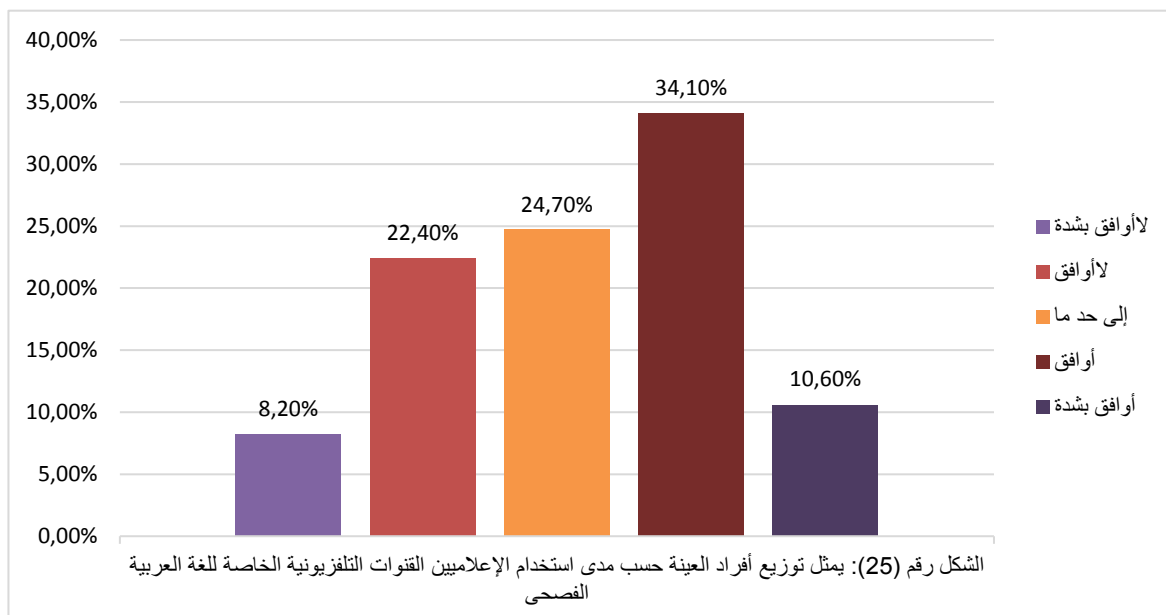
الجدول رقم (25): يمثل توزيع أفراد العينة حسب مدى استخدام

الإعلاميين القنوات التلفزيونية الخاصة للغة العربية الفصحى:

المجموع	أوافق بشدة	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة	الفقرة
85	9	29	21	19	7	يستخدم الإعلاميين القنوات التلفزيونية الخاصة للغة العربية الفصحى
% 100	% 10.6	% 34.1	% 24.7	% 22.4	% 8.2	نسبة

نلاحظ من خلال الجدول أن إجابات أفراد عينة الدراسة على سؤال هل يستخدم الإعلامي القنوات التلفزيونية الخاصة للغة العربية الفصحى، كانت إجابات المجموعة الأولى على هذا السؤال بـ: أوافق بنسبة 34.1% حيث بلغ عددهم 29، أما المجموعة الثانية من الأفراد كانت إجاباتهم على هذا السؤال بـ: إلى حد ما بنسبة 24.4% في حين نلاحظ نسبة 22.4% تمثل لا أوافق، أما نسبة 10.6% تمثل أوافق بشدة، وإجابة لا أوافق بشدة فكانت بنسبة 8.2%.

ومنه نستنتج أن الاعلامي في القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر يستخدم اللغة العربية الفصحى.



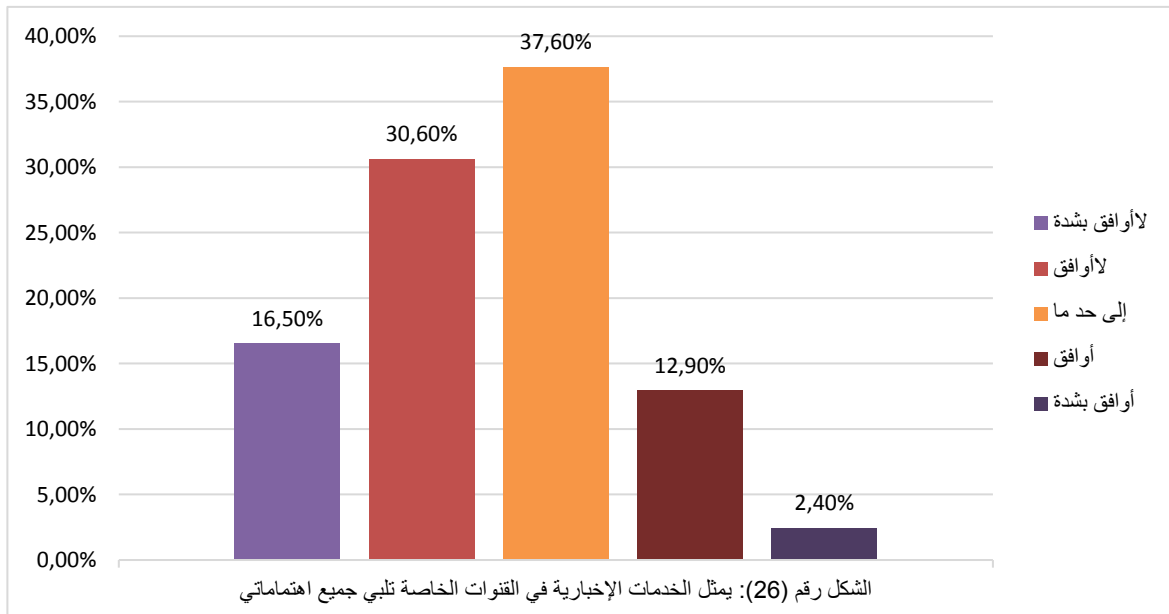
## الجدول رقم (26): يمثل الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة تلبية

## جميع اهتمامات الطالب الجامعي:

المجموع	أوافق بشدة	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة	الفقرة
85	2	11	32	16	14	الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة تلبية جميع اهتماماتي
% 100	% 2.4	% 12.9	% 37.6	% 30.6	% 16.5	نسبة

نلاحظ من خلال الجدول أن إجابات أفراد عينة الدراسة على سؤال هل الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة تلبية جميع اهتمامات الطالب الجامعي، كانت إجابات المجموعة الأولى على هذا السؤال بـ: إلى حد ما بنسبة 37.6% حيث بلغ عددهم 32، أما المجموعة الثانية من الأفراد كانت إجاباتهم على هذا السؤال بـ: لا أوافق بنسبة 30.6% في حين نلاحظ نسبة 16.5% تمثل لا أوافق بشدة، أما نسبة 12.9% تمثل أوافق، وإجابة أوافق بشدة فكانت بنسبة 2.4%.

ومنه نستنتج أن القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر تلبية إلى حد ما اهتمامات الطالب الجامعي.



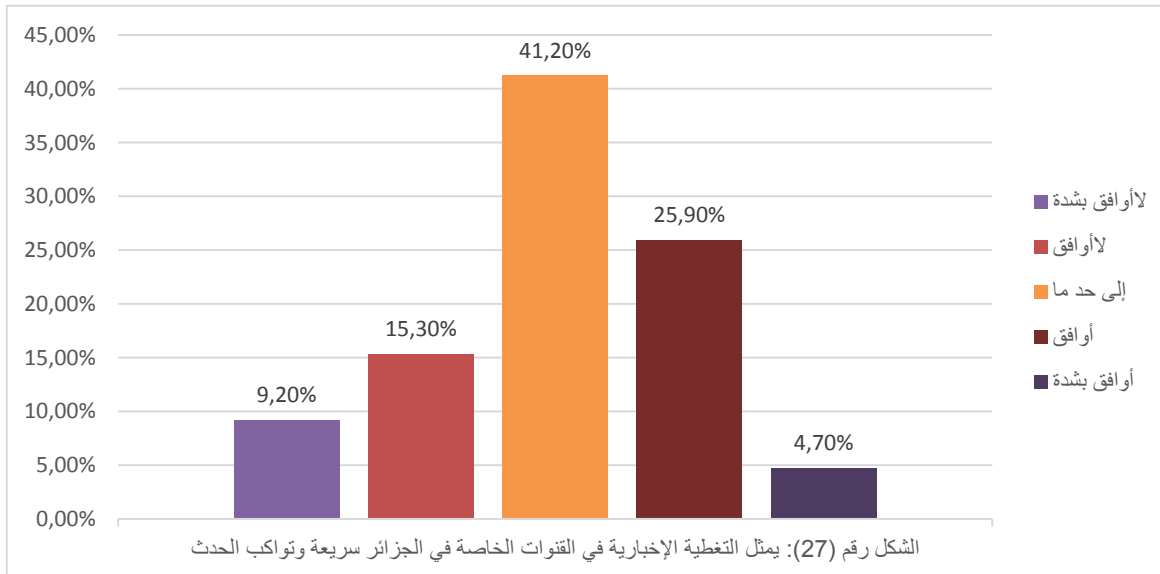
## الجدول رقم (27): يمثل التغطية الإخبارية في القنوات الخاصة في

## الجزائر سريعة وتواكب الحدث:

المجموع	أوافق بشدة	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة	الفقرة
85	7	22	35	13	8	التغطية الإخبارية في القنوات الخاصة في الجزائر سريعة وتواكب الحدث
% 100	% 8.2	% 25.9	% 41.2	% 15.3	% 9.2	نسبة

نلاحظ من خلال الجدول أن إجابات أفراد عينة الدراسة على سؤال هل التغطية الإخبارية في القنوات الخاصة في الجزائر سريعة وتواكب الحدث، كانت إجابات المجموعة الأولى على هذا السؤال بـ: إلى حد ما بنسبة 41.2% حيث بلغ عددهم 35، أما المجموعة الثانية من الأفراد كانت إجاباتهم على هذا السؤال بـ: أوافق بنسبة 25.9% في حين نلاحظ نسبة 15.3% تمثل لا أوافق، أما نسبة 9.2% تمثل لا أوافق بشدة، وإجابة أوافق بشدة فكانت بنسبة 8.2%.

ومنه نستنتج أن التغطية الإخبارية في القنوات الخاصة في الجزائر إلى حد ما سريعة وتواكب الحدث.

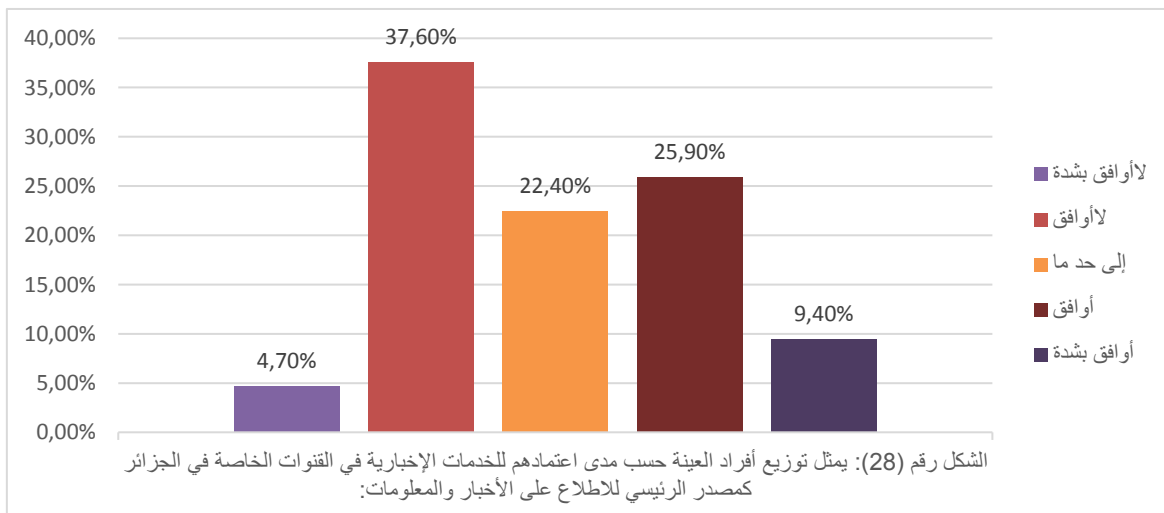


الجدول رقم (28): يمثل توزيع أفراد العينة حسب مدى اعتمادهم للخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة في الجزائر كمصدر الرئيسي للاطلاع على الأخبار والمعلومات:

المجموع	أوافق بشدة	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة	الفقرة
85	8	22	19	32	4	الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة في الجزائر مصدر الرئيسي للاطلاع على الأخبار والمعلومات
% 100	% 9.4	% 25.9	% 22.4	% 37.6	% 4.7	نسبة

نلاحظ من خلال الجدول أن إجابات أفراد عينة الدراسة على سؤال هل الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة في الجزائر مصدر رئيسي للاطلاع على الأخبار والمعلومات، كانت إجابات المجموعة الأولى على هذا السؤال بـ: لا أوافق بنسبة 37.6% حيث بلغ عددهم 32، أما المجموعة الثانية من الأفراد كانت إجاباتهم على هذا السؤال بـ: أوافق بنسبة 25.9% في حين نلاحظ نسبة 22.4% تمثل إلى حد ما، أما نسبة 9.4% تمثل أوافق بشدة، وإجابة لا أوافق فكانت بنسبة 4.7%.

ومنه نستنتج أن الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة في الجزائر ليست المصدر الرئيسي للطالب الجامعي من أجل الاطلاع على الأخبار والمعلومات.

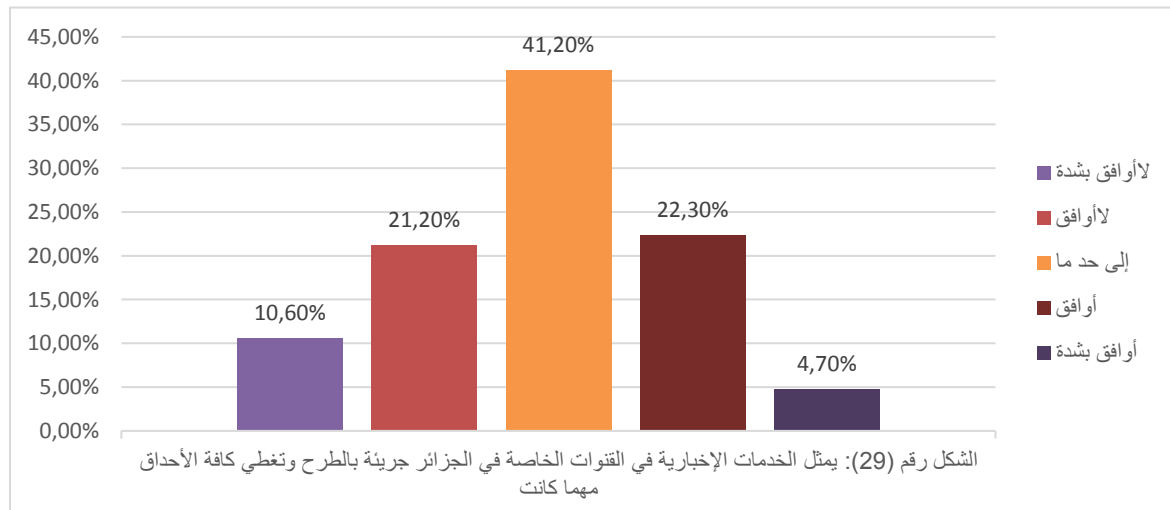


الجدول رقم (29): يمثل الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة في الجزائر جريئة بالطرح وتغطي كافة الأحداث مهما كانت:

المجموع	أوافق بشدة	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة	الفقرة
85	4	19	35	18	9	الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة في الجزائر جريئة بالطرح وتغطي كافة الأحداث مهما كانت
% 100	% 4.7	% 22.3	% 41.2	% 21.2	% 10.6	نسبة

نلاحظ من خلال الجدول أن إجابات أفراد عينة الدراسة على سؤال هل الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة في الجزائر جريئة بالطرح وتغطي كافة الأحداث مهما كانت، كانت إجابات المجموعة الأولى على هذا السؤال بـ: إلى حد مل بنسبة 41.2 % حيث بلغ عددهم 35، أما المجموعة ثانية من الأفراد كانت إجاباتهم على هذا السؤال بـ: أوافق بنسبة 22.3% في حين نلاحظ نسبة 21.2% من أفراد العينة كانت إجاباتهم لا أوافق، أما نسبة 10.6% تمثل لا أوافق بشدة، وإجابة المجموعة الأخير من أفراد العينة كانت أوافق بشدة بنسبة 4.7%.

ومنه نستنتج أن الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة في الجزائر تتسم إلى حد ما بالمصدقية والموضوعية.

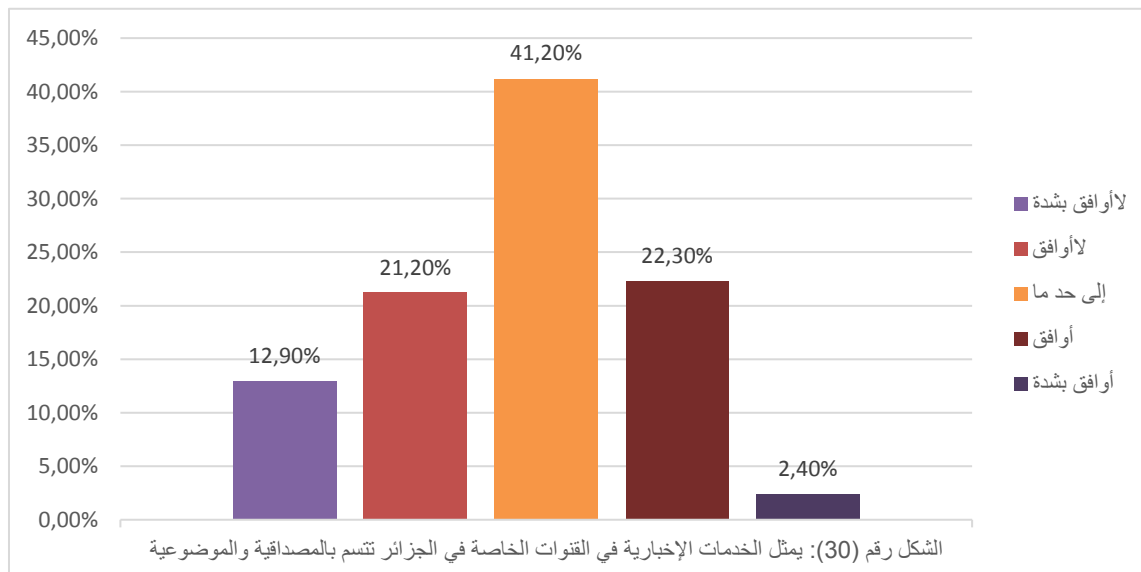


## الجدول رقم (30): يمثل الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة في الجزائر تتسم بالمصداقية والموضوعية:

المجموع	أوافق بشدة	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة	الفقرة
85	2	19	35	18	11	الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة في الجزائر تتسم بالمصداقية والموضوعية
% 100	% 2.4	% 22.3	% 41.2	% 21.2	% 12.9	نسبة

نلاحظ من خلال الجدول أن إجابات أفراد عينة الدراسة على سؤال هل الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة في الجزائر تتسم بالموضوعية، كانت إجابات المجموعة الأولى على هذا السؤال بـ: إلى حد مل بنسبة 41.2 % حيث بلغ عددهم 35، أما المجموعة ثانية من الأفراد كانت إجاباتهم على هذا السؤال بـ: أوافق بنسبة 22.3% في حين نلاحظ نسبة 21.2% من أفراد العينة كانت إجابتهم لا أوافق، أما نسبة 12.9% تمثل لا أوافق بشدة، وإجابة أوافق بشدة فكانت بنسبة 2.4%.

ومنه نستنتج أن الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة في الجزائر تتسم إلى حد ما بالمصداقية والموضوعية.



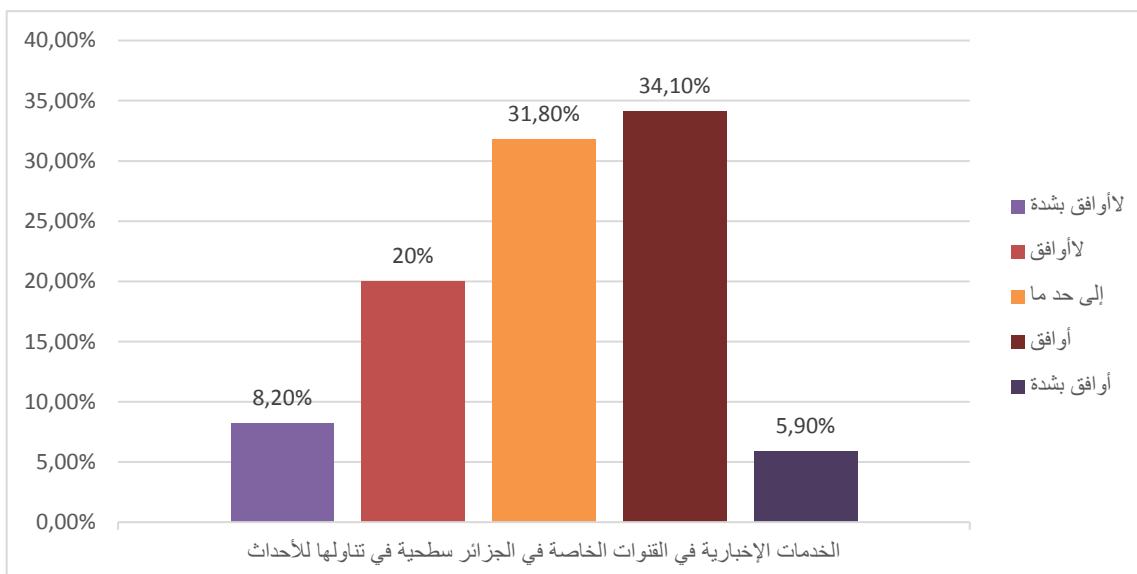
## الجدول رقم (31): يمثل الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة في

## الجزائر سطحية في تناولها للأحداث:

المجموع	أوافق بشدة	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة	الفقرة
85	5	29	27	17	7	الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة في الجزائر سطحية في تناولها للأحداث
% 100	% 5.9	% 34.1	% 31.8	% 20	% 8.2	نسبة

نلاحظ من خلال الجدول أن إجابات أفراد عينة الدراسة على سؤال هل الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة في الجزائر سطحية في تناول الأحداث، كانت إجابات المجموعة الأولى على هذا السؤال بـ: أوافق بنسبة 34.1% حيث بلغ عددهم 29، أما المجموعة الثانية من الأفراد كانت إجاباتهم على هذا السؤال بـ: إلى حد ما بنسبة 31.8% في حين نلاحظ نسبة 20% من أفراد العينة كانت إجابتهم لا أوافق، أما نسبة 8.2% تمثل لا أوافق بشدة، أما المجموعة الخامسة كانت إجابتهم أوافق بشدة فكانت بنسبة 2.4%.

ومنه نستنتج أن الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة في الجزائر سطحية في تناولها للأحداث.



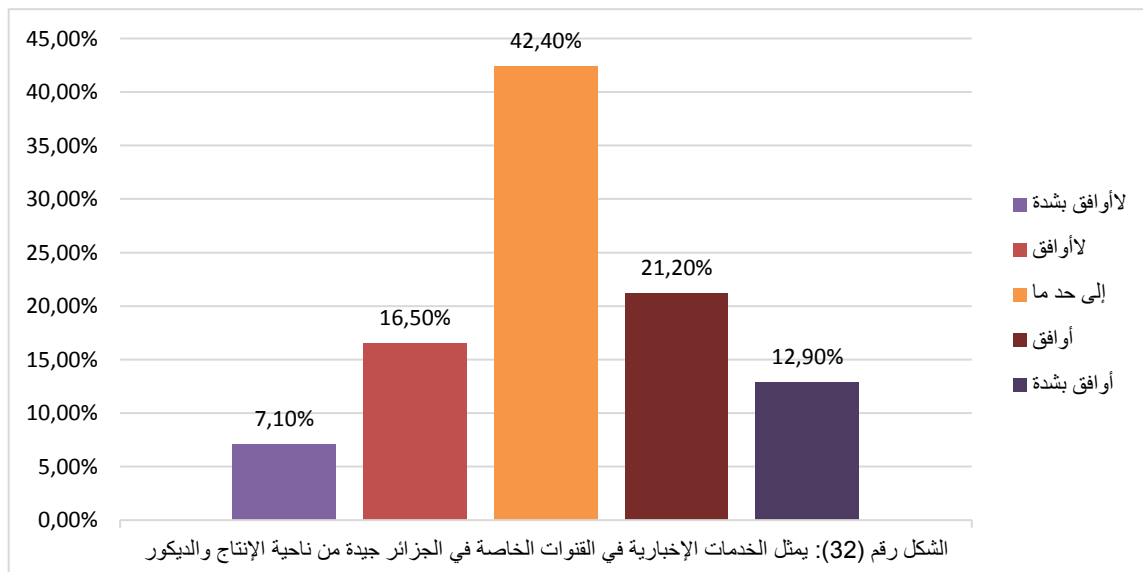
## الجدول رقم (32): يمثل الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة في

## الجزائر جيدة من ناحية الإنتاج والديكور:

المجموع	أوافق بشدة	أوافق	إلى حد ما	لا أوافق	لا أوافق بشدة	الفقرة
85	11	18	36	14	6	الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة في الجزائر جيدة من ناحية الإنتاج والديكور
% 100	% 12.9	% 21.2	% 42.4	% 16.5	% 7.1	نسبة

نلاحظ من خلال الجدول أن إجابات أفراد عينة الدراسة على سؤال هل الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة في الجزائر جيدة من ناحية الإنتاج والديكور، فكانت إجابات المجموعة الأولى على هذا السؤال بـ: إلى حد ما بنسبة 42.4% حيث بلغ عددهم 36، أما المجموعة الثانية من الأفراد كانت إجاباتهم على هذا السؤال بـ: أوافق بنسبة 21.2% في حين نلاحظ نسبة 16.5% من أفراد العينة كانت إجابتهم لا أوافق، أما نسبة 12.9% تمثل أوافق بشدة، أما المجموعة الخامسة كانت إجابتهم لا أوافق بشدة فكانت بنسبة 7.1%.

ومنه نستنتج أن الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة في الجزائر جيدة من ناحية الإنتاج والديكور.



## نتائج الدراسة:

بعد عملية القراءة والتحليل للجدول، يمكن إيجاز أهم نتائج الدراسة الميدانية في نقاط التالية:

- أن الطلبة الجامعيين لا يشاهدون القنوات التلفزيونية الخاصة خلال الفترة الصباحية والفترة المسائية، بينما يشاهدونها في الفترة الليلية وذلك بنسبة 49.4%.
- أن الطلبة الجامعيين يفضلون التلفزيون كوسيط إعلامي لمشاهدة القنوات التلفزيونية الخاصة وجاء ذلك في الجدول رقم (8) بنسبة 80%.
- أن القناة المفضلة لدى الطلبة الجامعيين هي الشروق، وتليها النهار والجزائرية.
- أن أهم أنواع البرامج التي يفضل مشاهدتها الطالب الجامعي هي الأخبار وذلك بنسبة 50.6%، وثم البرامج الدينية والثقافية.
- أن أكثر الخدمات الإخبارية التي يفضل الطالب الجامعي مشاهدتها هي الخدمات الإخبارية المحلية والوطنية.
- أن أكثر أشكال الخدمات الإخبارية التي يفضل الطالب الجامعي مشاهدتها هي نشرة الأخبار في المرتبة الأولى بنسبة 40%، يليها الروبورتاج وشريط الخبر العاجل.
- أن الطالب الجامعي يفضل الأخبار الاجتماعية والأخبار الثقافية والترفيهية.
- أن الأسباب الذاتية لمشاهدة الأخبار في القنوات التلفزيونية الجزائرية بالنسبة للطلاب الجامعي هي الرغبة في معرفة معلومات عن الأحداث التي تجري في المحيط الاجتماعي وجاء ذلك في الجدول رقم (15) بنسبة 20.6%، ومتابعة الأحداث الداخلية بنسبة 19.6%.
- أن الأسباب الموضوعية لمشاهدة الأخبار في القنوات التلفزيونية الجزائرية بالنسبة للطلاب الجامعي وحسب الجدول رقم (16) هي نقل الأحداث بسرعة وفورية وذلك بنسبة 29.7%، وطرح مختلف الآراء بنسبة 22.9%.
- أن الطالب الجامعي يعتمد على معيار الاثارة في انتقاء الأخبار التلفزيونية في القنوات الخاصة حسب الجدول (17) بنسبة 20.2%.
- أن القنوات الخاصة الجزائرية حسب الجدول (18) ناجحة في جذب إنتباه الطالب إلى حد ما بنسبة 50.6%.

- أن التغطية الإخبارية في القنوات الخاصة في الجزائر حسب الطلبة الجامعيين سريعة وتواكب الحدث إلى حد ما بنسبة 41.2% وذلك في الجدول رقم (27).
- أن الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة في الجزائر ليست المصدر الرئيسي لدى الطالب الجامعي للاطلاع على الأحداث وجاء ذلك في الجدول رقم (28) بنسبة 25.9%.
- الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة حسب الطلبة الجامعيين سطحية في تناولها للمواضيع وذلك حسب الجدول رقم (31) بنسبة 34.1%.

## الخاتمة:

في نهاية بحثنا هذا خلصنا إلى أن القنوات التلفزيونية في الجزائر ناجحة في جذب انتباه الطالب الجامعي من خلال خدماتها الإخبارية المتنوعة ومختلفة الأشكال، وأن اتجاهات الطلبة نحو هذه الخدمات الإخبارية كانت إيجابية من ناحية الإنتاج والإخراج وسرعة تناول الأحداث، بشكل عام كانت الاتجاهات إيجابية من ناحية الشكل.

وبالرغم من تنوع الخدمات الإخبارية وتعدد أشكالها في القنوات الخاصة إلا أن الطلبة الجامعيين لا يعتبرونها مصدرا رئيسيا في الاطلاع على الأخبار والمعلومات وذلك لأن اتجاهاتهم جاءت حسب هذه الدراسة سلبية من ناحية المضمون، خاصة المصدقية والموضوعية والمعلومات المعمقة عن الأحداث الجارية.

إلا أن المؤكد في الأخير أن نتائج هذه الدراسة تبقى ذات خصوصية مرهونة بطبيعة زمان ومكان الدراسة وعينتها.

## قائمة المصادر والمراجع:

## القواميس والمعاجم

- المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية (مصر: مكتبة الشروق الدولية، 2004).  
الكتب
- حسن عماد مكاوي. دكتورة ليلي حسين السي. الاتصال ونظريات المعاصرة. ط01. مصر. دار المصرية اللبنانية. 1998.
- رحيم يونس كرو. مقدمة في منهج البحث العلمي. ط01. عمان. دار دجلة للنشر وتوزيع. 2007.
- سيف الإسلام سعد عمر. الموجز في منهج البحث العلمي. في التربية والعلوم الإنسانية. ط01. دمشق. دار الفكر. 2009.
- عبد النبي عبد الله الطيب. فلسفة ونظريات الاتصال. ط01. مصر. دار العالمية للنشر والتوزيع. 2014.
- عبود عبد الله العسكري. منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية. ط01. سورية. دار النمير. 2002.
- فاروق أبو زيد. فن الخبر الصحفي. ط02. مصر. عالم الكتب. 1992.
- فضيل دليو. أسس منهجية في العلوم الاجتماعية. قسنطينة، منشورات جامعة منتوري. 1999.
- ماهر إسماعيل صبري محمد يوسف. المدخل للمناهج وطرق التدريس. ط01. الرياض. مكتبة الشقري. 2009.
- محمد عبد الحميد. البحث العلمي في الدراسات الاعلامية. مصر. عالم الكتب. 2004.
- محمود السيد أبو النيل. علم النفس اجتماعيا: عربيا وعالميا. ط01. مصر. مكتبة الانجلو مصرية، 2009.
- مصطفى يوسف كافي. الرأي العام ونظريات الاتصال. ط01. عمان. دار الحامد للنشر والتوزيع. 2015.

### المقالات العلمية:

- حسين صديق. "الاتجاهات في منظور علم الاجتماع". مجلة جامعة دمشق 3. 2010. ص 299 ص 322.
- شعباني مالك. "دور التلفزيون في التنشئة الاجتماعية". مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية جامعة محمد خيضر بسكرة 7. 2012. ص 213 ص 228.

### مذكرات:

- بوزيان عبد الغني. استخدامات الشباب الجزائري للبرامج الثقافية التلفزيونية للقناة الأرضية والإشباع المتحققة منها (رسالة ماجستير). جامعة باجي مختار عنابة، 2010.
- يوسف تمار. نظرية Agenda setting دراسة نقدية علة ضوء الحقائق الاجتماعية والثقافية والاعلامية في المجتمع الجزائري (أطروحة دكتوراه دولة)، جامعة الجزائر. 2004-2005.

الملاحق

## الملحق 1: الاستمارة.

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية  
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف بالمسيلة  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال

استبيان حول اتجاهات الطالب الجامعي نحو الخدمات الإخبارية في  
القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته، وبعد:

يسعى الباحث من خلال هذا الاستبيان إلى دراسة: اتجاهات وآراء الطالب الجامعي نحو الخدمات الإخبارية في القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر، وذلك في إطار بحث تكميلي لمتطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي تخصص اتصال وعلاقات عامة لسنة 2018/2017.

وإن تعاونكم الفعال معنا سيكون له بالغ الأثر في الحصول على أفضل النتائج، علما أن كافة المعلومات التي يتم الحصول عليها ستستخدم لغرض البحث العلمي فقط.

نرجو منكم وضع علامة (X) أمام الإجابة المناسبة.

وشكرا لكم على حسن تعاونكم.

تحت إشراف:  
أ/ سدار رابح

من إعداد الطالب:  
دهيمات يونس

السنة الجامعية: 2018/2017

## المحور الأول: البيانات الشخصية

1. الجنس:

 ذكر  أنثى

2. السن:

 22-18  26-23  
 30-27  30 فما فوق

3. المستوى التعليمي الجامعي:

 سنة ثانية  سنة أولى ماستر  
 سنة ثالثة  سنة ثانية ماستر

المحور الثاني: عادات وأنماط مشاهدة الطالب الجامعي للخدمات

الإخبارية في القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر.

5. هل تشاهد القنوات الخاصة الجزائرية؟

دائما  أحيانا  نادرا

6. ما هي الفترة المفضلة لديك لمشاهدة هذه القنوات؟

صباحا  مساء  ليلا

7. مع من تشاهد هذه القنوات؟

وحدك  مع الأسرة  مع الأصدقاء

8. ما هي الأماكن المفضلة لديك لمشاهدة القنوات الخاصة:

المنزل  خارج المنزل

9. ما هي الوسيلة المفضلة لديك لمشاهدتها:

التلفزيون  الهاتف  اللوحة الالكترونية

10. ما هي القناة الأكثر مشاهدة لديك؟

رتبها حسب الأهمية:

الشروق

النهار

الجزائرية

الهدف

البلاد

دزاير تي في

11. ما نوع البرامج التي تفضل مشاهدتها عبر هذه القنوات؟

رتبها حسب الأهمية:

البرامج الثقافية

الأخبار

البرامج الترفيهية

المسلسلات والأفلام

البرامج الرياضية

البرامج الدينية

12. هل تساهم القنوات الخاصة في تزويدك بالأخبار؟

دائما  أحيانا  نادرا

13. ما هي أكثر الخدمات الإخبارية التي تفضل مشاهدتها في القنوات الخاصة؟

رتبها حسب الأهمية:

المحلية

الوطنية

الدولية

العربية

الإقليمية

14. ما هي أكثر أشكال الخدمات الإخبارية التي تفضل مشاهدتها في القنوات

الخاصة؟

رتبها حسب الأهمية:

نشرة الأخبار.

شريط الخبر العاجل.

تقرير الإخباري.

الريبورتاج.

شريط الأخبار المتحرك.

المقابلات الصحفية.

البرامج السياسية.

15. ما هي أكثر أنواع الأخبار التي تفضل مشاهدتها في القنوات الخاصة؟

رتبها حسب الأهمية:

الأخبار السياسية

الأخبار الاقتصادية

الأخبار العسكرية

الأخبار الرياضية

الأخبار الثقافية والترفيهية

الأخبار الاجتماعية

**المحور الثالث: دوافع مشاهدة الطالب الجامعي للخدمات الإخبارية في**

**القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر:**

**16. ما هي الأسباب الذاتية لمشاهدتك للخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة**

**الجزائرية؟ (بإمكانك اختيار أكثر من إقتراح)**

- الرغبة في معرفة المعلومات عن الأحداث التي تجري في المحيط الاجتماعي.
- توجهات سياسية.
- توجهات الأهل.
- متابعة الأحداث الداخلية
- متابعة الأحداث الخارجية
- عدم وجود قنوات إخبارية تلبي حاجياتي المعرفية.
- تمضية وقت الفراغ.
- تعجبني طريقة التقديم.

**17. ما هي الأسباب الموضوعية لمشاهدتك للخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة**

**الجزائرية؟ (بإمكانك اختيار أكثر من إقتراح)**

- أداء وكفاءة الاعلامين والمقدمين.
- نقل الأحداث بسرعة وفورية.
- المصداقية والموضوعية في نقل الأحداث.
- طرح مختلف الآراء.
- تقديم تحليلات معمقة وواقية عن الأحداث.
- الجرأة والحرية في مناقشة المواضيع.

**18. ما هي المعايير التي تعتمد عليها في انتقاء الأخبار التلفزيونية في القنوات**

**الخاصة؟**

**(بإمكانك اختيار أكثر من إقتراح)**

- الحداثة والأنية.
- القرب المكاني والزمني.
- الأهمية.
- الصراعات والخلافات.
- غرابة وطرافة الأخبار.
- الأخبار المثيرة.
- الأخبار ذات المصداقية والموضوعية.

## المحور الرابع: اتجاهات الطالب الجامعي نحو الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة التلفزيونية في الجزائر.

الرقم	الفقرات	لا أوافق بشدة	لا أوافق	إلى حد ما	أوافق	أوافق بشدة
المحور الأول: اتجاهات الطالب الجامعي نحو القنوات الخاصة التلفزيونية في الجزائر						
1.	القنوات الجزائرية الخاصة ناجحة في جذب انتباه الطالب					
2.	القنوات الجزائرية الخاصة تحافظ على القيم الدينية للطالب الجامعي					
3.	القنوات الجزائرية الخاصة تلتزم بأخلاقيات العمل الصحفي					
4.	القنوات الجزائرية الخاصة تساهم في تعزيز معارف وثقافة الطالب الجامعي					
5.	القنوات الخاصة الجزائرية تلتزم بالموضوعية في نقل الأحداث وبثها.					
6.	القنوات الجزائرية الخاصة تزيد من وعي الطالب سياسيا وفكريا واقتصاديا					
7.	القنوات الجزائرية الخاصة سطحية في تناولها لمختلف المواضيع					
8.	أداء مقدمي الإعلاميين في القنوات الخاصة يتسم بالضعف					
9.	يستخدم الإعلامي القنوات الخاصة للغة العربية الفصحى					
المحور الثاني: اتجاهات الطالب الجامعي نحو الخدمات الإخبارية في القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر.						
10.	الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة تلبى جميع اهتماماتي					
11.	التغطية الإخبارية في القنوات الخاصة سريعة وتواكب الحدث					
12.	الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة مصدرى الرئيسي للاطلاع على الأخبار والمعلومات					
13.	الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة جريئة بالطرح وتغطي كافة الأحداث مهما كانت					
14.	الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة تتسم بالمصداقية والموضوعية					
15.	الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة سطحية في تناولها للقضايا والأحداث					
16.	الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة متفوقة من ناحية الإنتاج والإخراج					

## ملخص الدراسة:

هدفت الدراسة إلى التعرف على اتجاهات وآراء الطلبة الجامعيين نحو الخدمات الإخبارية في القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر.

وتمثل السؤال الرئيسي في هذه الدراسة في: ماهي اتجاهات الطالب الجامعي نحو الخدمات الإخبارية في القنوات الإخبارية الخاصة؟

وللإجابة على هذا التساؤل اعتمد الباحث المنهج الوصفي وأداة استبانة لجمع البيانات من أفراد العينة، والمكونة من أربعة محاور:

المحور الأول: خاص بالبيانات الشخصية.

المحور الثاني: خاص بعادات وأنماط مشاهدة الطالب الجامعي للقنوات الخاصة التلفزيونية في الجزائر.

المحور الثالث: دوافع مشاهدة الطالب الجامعي للخدمات الإخبارية في القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر.

أما المحور الرابع: مكون من فقرات لدراسة اتجاهات الطالب الجامعي نحو الخدمات الإخبارية في القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر.

طبقت هذه الدراسة على جامعة محمد بوضياف المسيلة، حيث تم اختيار عينة عشوائية من قسم علوم الاعلام والاتصال، مكونة من 85 طالبا وطالبة بنسبة تعادل 10% من مجتمع البحث البالغ 855 طالبا وطالبة.

وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج كان أهمها:

- الأسباب الذاتية لمشاهدة الأخبار في القنوات التلفزيونية الجزائرية بالنسبة للطلاب الجامعي هي الرغبة في معرفة المعلومات عن الأحداث التي تجري في المحيط الاجتماعي وجاء ذلك في الجدول رقم (15) بنسبة 20.6%، ومتابعة الأحداث الداخلية بنسبة 19.6%.
- الأسباب الموضوعية لمشاهدة الأخبار في القنوات التلفزيونية الجزائرية بالنسبة للطلاب الجامعي وحسب الجدول رقم (16) هي نقل الأحداث بسرعة وفورية وذلك بنسبة 29.7%، وطرح مختلف الآراء بنسبة 22.9%.
- التغطية الإخبارية في القنوات الخاصة في الجزائر حسب الطلبة الجامعيين سريعة وتواكب الحدث إلى حد ما بنسبة 41.2% وذلك في الجدول رقم (27).
- الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة في الجزائر ليست المصدر الرئيسي لدى الطالب الجامعي للاطلاع على الأحداث وجاء ذلك في الجدول رقم (28) بنسبة 25.9%.
- الخدمات الإخبارية في القنوات الخاصة حسب الطلبة الجامعيين سطحية في تناولها للمواضيع وذلك حسب الجدول رقم (31) بنسبة 34.1%.

Résumé:

L'étude a eu comme objectif la reconnaissance des orientations et des opinions des étudiants universitaires envers les services des infos présentés par les médias privés en Algérie.

La question primordiale de cette étude, était : « quelles sont les orientations de l'étudiant universitaire envers les services des infos présentés par les médias privés en Algérie ?

Pour pouvoir répondre à cette question, le chercheur s'est basé sur la méthode descriptive ainsi qu'un outil de sondage, pour récolter les informations depuis les éléments ciblés (échantillonnage), répartis sur quatre chapitres :

**Chapitre Premier**, était destiné à la récolte des données personnelles,

**Le deuxième chapitre**, soulevait les manières Et les styles, utilisés par l'étudiant universitaire pour suivre les médias privés en Algérie.

**Le troisième chapitre**, les motifs qui poussent de l'étudiant universitaire à regarder les Services Infos présentés par les médias privés en Algérie,

**Alors que le quatrième chapitre**, était constitué par des paragraphes pour l'étude des orientations de l'étudiant universitaire envers les services des infos présentés par les médias privés en Algérie.

Cette étude a été appliqué au niveau de l'université Mohammed Boudiaf – M'sila, dont un échantillonnage aléatoire de la faculté des sciences de l'information et communication, constitué par 85 étudiants(es), soit un taux égal à 10% à partir de l'ensemble équivalent à 855 étudiants(es).

L'étude a été couronnée par plusieurs résultats, dont les plus importants, entre autres :

- Les raisons personnelles pour les quelles l'étudiant universitaire suit les infos présentés par les médias privés en Algérie, sont essentiellement le vouloir (la volonté, le désir) pour connaître les informations concernant les évènements motivant le social vécu, ces données sont portés dans le tableau n°15, et

représentent 20.6%, ainsi que 19.6% pour suivre les événements intérieurs.

- Les raisons subjectives pour suivre les infos dans les médias privés Algériens, pour l'étudiant universitaire, selon le tableau n°16, sont la vitesse de transfert des infos ainsi que l'instantanéité, 29,7% selon le tableau, également, un taux de 22.9% représentant la présentation de plusieurs opinions et points de vue.
- La couverture médiatique dans les médias privés algériens, selon les étudiants universitaires, la mise en exclusivité, est rapide et répond moyennant un taux de 41.2% selon le tableau n°27.
- Les services de l'info dans les médias privés algériens ne sont pas la source principale pour l'étudiant universitaire pour pouvoir cerner tout les événements, le taux équivalent à 25.9% est porté dans le tableau n°28.

Les services de l'info les médias privés algériens selon les étudiants universitaires, traitent les sujets évoqués d'une manière superficielle, et ce par un taux de 34.1% porté sur le tableau n°31