الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد بوضياف - المسيلة -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: الإعلام والاتصال

مذكرة لنيل شهادة الماستر أكاديمي في الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

الموضوع:

اتجاهات الجمهور إزاء مصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة

-قناة النهار أنموذجا-

إعداد الطلبة:

? عبد اللطيف شـــريف

? عبد الغني حاج مبارك

لجنة المناقشة:

د. عبد الرزاق غزال	جامعة محمد بوضياف بالمسيلة	رئيسا
د/ صالح بلخيري	جامعة محمد بوضياف بالمسيلة	مشرفا ومقررا
د/ إبراهيم مرزقلال	جامعة محمد بوضياف بالمسيلة	مناقشا

السنة الجامعية: 2016-2017

** شكر وعرفان **

الحمد والشكر لله العلي القدير الذي بفضله تتم الصالحات على ما وفقنا إليه بمشيئته في إنجاز هذا البحث المتواضع.

كما نتقدم بخالص الشكر والتقدير والعرفان إلى أستاذنا الفاضل: صالح بلخيري المشرف على هذا العمل المتواضع وصاحب الفضل الأول في إخراج هذا البحث إلى النور الذي صبر علينا كثيرا فله منا أعظم التقدير والامتنان والاحترام.

كما نتقدم بخالص الشكر والتقدير إلى كل أساتذة قسم الإعلام والاتصال وإلى كل من ساعدنا في إنجاز هذا العمل المتواضع

فهرس الموضوعات

شكر وعرفان

قائمة المحتويات

مقدمة أ

الفصل الأو ل: التوجه النظري والإطار المنهجي للدراسة

1- الإشكالية 04

2- التساؤلات 50

3- أسباب اختيار الموضوع 05

4- أهدا ف الدراسة 60

5- أهمية الدراسة 06

6- المدخل النظري للدراسة 07

6-1 المصداقية في الإعلام الإخبار ي 07

6-1-1 تعريف الإعلام الإخبار ي 07

6-1-2 مقاييس المصداقية 08

6-1-3 الأخبار وعلاقتها بالمصداقية 09

6-1-4 نظرية ترتيب الأولويات (الأجندة) 10

6-2 الفضائيات الجزائرية الخاصة 12

6-2-1 نشأة الفضائيات الجزائرية الخاصة 12

6-2-2 تعريف القنوا ت الخاصة 13

6-2-3 أسباب ظهور الفضائيات الخاصة 14

7- منهج الدراسة 15

8- أدوا ت جمع البيانات 16

9- مجتمع البحث 17

10- عينة الدراسة 18

11- تحديد المفاهيم 19

12- الأساليب الإحصائية المستخدمة 23
13- الدراسات السابقة 23
الفصل الثاني:الإطار التطبيقي
1-التحليل الكمي والكيفي للنتائج 26
2- نتائج الدراسة 62
خاتمة 64
قائمة المراجع
الملاحق
ملخص الدراسة

مقدمة

يعتبر البث التلفزيوني عبر الأقمار الصناعية ظاهرة إعلامية مهمة، حيث يشهد العالم اليوم ثورة هائلة في مجال نقل المعلومات والاتصالات، ويعتبر التطور التكنولوجي سمة أساسية للبيئة الاتصالية في العصر الحديث وفي ظل هذا التقدم التكنولوجي تضاعف عدد القنوات الفضائية بظهور التقنية الرقمية و أصبحت بمثابة أداة مهمة للتأثير في الرأي العام العالمي، إذ أصبحت الرسائل المصورة التي يتم بثها عبر الفضائيات إلى كل أنحاء العالم، حاملة للأخبار من موقع الأحداث وتعليقات المراسلين وتحليلات ومناقشات الخبراء في شتى التخصصات و بكافة اللغات العالمية تحقق الربط بين مختلف أرجاء الكرة الأرضية وصولاً إلى مفهوم أن العالم أصبح بمثابة القرية الالكترونية الصغيرة، حيث أننا نعيش اليوم مرحلة الدولة الإعلامية الواحدة التي ألغت كل الحدود و اختزلت المسافات و الأزمان واختصرت التاريخ و يمكن القول أن المعركة الحقيقية والمستمرة والفاصلة اليوم هي معركة الإعلام، إذ أصبح هذا الأخير علماً له مقوماته، معاهده، شروطه، تقنياته...، كما أصبح صناعة من الصناعات الفكرية الثقيلة التي لها مؤسساتها و خططها ونفقاتها، بل لعل نصيب الدعم الإعلامي من الميزانيات في بعض الدول يفوق الدعم الغذائي.

إن كان الإعلام في الماضي يوظف ليكون أداة ترفيهية يعيش على هوامش المجتمع وفي خارجه، فهو اليوم في صميم المجتمع يوظف كلاً من الترفيه والتسلية لأداء رسالة وإيصال فكرة ما وتشكيل عقل، وصناعة ذوق عام، فهو لم يعد يكتفي برصد الحدث وإيصال المعلومات، بل أصبح بما يملك من قوة وعوامل تأثير وضغط يصنع الحدث ويحضر، له في الوقت نفسه، وهو أنواع فهناك الإعلام الترفيهي، التثقيفي، الإخباري...هذا الأخير الذي أصبح ذا أهمية كبيرة بالنسبة للعالم حيث أن الجمهور دوماً بحاجة إلى الخبر ومهما أعطي من الأخبار فهو يريد المزيد، وذلك للتغير الدائم في الأحداث ولأنه بحاجة إلى التعرف على ما يدور حوله وهذه حاجة طبيعية لدى الإنسان .

وتبعا لهذا التأثير يأتي الموضوع الذي يتناول مصداقية الأخبار في الفضائيات الجزائرية الخاصة والتي ظهرت في الساحة اثر قانون الإعلام الجديد وقانون السمعي البصري أصبحت تلعب دورا مهما في حياة الفرد الجزائري بل أصبحت تشكل محورا مهما في محاور حياته وتساهم في تغير أرائه وتوعيته وجعله طرفا فعالا في العملية التنموية الشاملة،كما أن هذه القنوات أخذت معنى جديد تعكسه من خلال البرامج التي تبثها والتي أصبح لها معنى وأثر واضح، وجلي على المجتمعات الجزائرية التي أصبحت تنادي بالديمقراطية وحرية التعبير ، وقد شهدت العقود الأخيرة تعمقا لهذا المبدأ فقد غيرت القنوات الجزائرية الخاصة بعمق الصورة الكلاسيكية للمواطن، حيث ساعدت على تكوين أراء جديدة لدى الفرد لأن حرية التعبير والمعتقد من الأصول الأساسية التي يقوم عليها نظام الدولة القانونية الديمقراطية.

ومن هنا نجد أن الفضائيات الجزائرية الخاصة هي ظاهرة جديدة وفريدة من نوعها،ولهذا ارتأينا للقيام بهذه الدراسة المتعلقة بمصداقية الأخبار في القنوات الجزائرية الخاصة، وذلك من خلال أخذ قناة "النهار" كنموذج لهذه الدراسة وفي هذه الدراسة سنحاول معرفة خصائص طلبة علوم الإعلام و الاتصال ومدى تفاعلهم مع برامج قناة النهار.

وعليه تم تقسيم دراستنا إلى فصلين:

الفصل الأول: التوجه النظري والإطار المنهجي للدراسة، حيث تناولنا فيه إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، فرضيات الدراسة، وأسباب اختيارنا للموضوع، بالإضافة إلى أهداف الدراسة وأهميتها، كما ضمناه أيضا مدخل نظري للدراسة، وكذا نوع الدراسة ومنهجها وأدوات جمع البيانات ومجتمع البحث وعينته وكذا تحديد المفاهيم والأساليب الإحصائية المستخدمة وبعض الدراسات السابقة.

الفصل الثاني: الإطار التطبيقي، حيث تناولنا فيه التحليل الكمي والكيفي للنتائج، وكذا نتائج الدراسة، وفي الأخير ختمنا البحث بخاتمة كانت كحوصلة لنتائج الدراسة ككل.

1- الإشكالية:

لقد 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 اللّحاق بالركب التكنولوجي،و أن تحتل مكانة هامة وجزءا كبيرا في الجوانب الحياتية للمجتمع، فمن المعلوم أن أغلب الدول العربية تملك على الأقل نافذة فضائية ساهمت بشكل أو بآخر في تنشئة الفرد العربي، ففي سنة 2011 بلغ عدد الفضائيات التي تبثها الهيئات العربية 1069 قناة منها 960 قناة خاصة،ومن بين هذه القنوات، الفضائيات الجزائرية الخاصة التي تعد من بين الدول التي ساهمت في فتح قطاع السمعي البصري أمام الخواص،وهذا قد يضع الجمهور الجزائري أمام زخم إعلامي كبير وهذا ما يؤدي بطبيعة الحال إلى التأثير في قيم وأفكار الفرد الجزائري، وتوجيه سلوكياته، وتشكيل تصوراته لبعض القضايا، أيضا تنمية معارفه وقدراته ومداركه، وذلك لما يتوافر عليه البث الفضائي من تقنيات متجددة تضمن له جذب الجمهور (صورة+ صوت).

كل هذه الفضائيات تطل علينا عبر نوافذ إعلامية متعددة؛ دينية،درامية، غنائية، رياضية ، وقنوات أخرى خاصة بالأخبار هذه الأخيرة استطاعت فرض نفسها كأحد أهم المضامين الإعلامية التي تبثها القنوات التلفزيونية ويحرص عليها المشاهد في كل مكان ،حيث أصبحت هذه الأخبار ساحة تنافس بين القنوات التلفزيونية المتعددة للوصول إلى أكبر عدد من المشاهدين،خاصة مع ظهور ما يسمى بالقنوات الخاصة و حاجة المشاهد لمعرفة الأخبار الصادقة من خلال الكم الهائل من الأخبار ، حيث أصبحت المصداقية 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.

ولقد جاءت هذه الدراسة للتعرف على رأي شريحة مهمة من المجتمع الجزائري وهم طلاب جامعة علوم الإعلام والاتصال بالمسيلة ،وذلك من اجل معرفة رأيهم حول مصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الخاصة ، وذلك من خلال اخذ قناة النهار كنموذج لإجراء هذه الدراسة

وعليه دراستنا تنطلق من طرح التساؤل الرئيسي الأتي :

ما هي اتجاهات طلبة ماستر علوم الإعلام والاتصال بالمسيلة إزاء مصداقية الأخبار في قناة النهار الجزائرية؟

2- تساؤلات الدراسة:

وللإجابة على التساؤل الرئيسي تم طرح مجموعة من التساؤلات الفرعية التي تحدد مسار الدراسة وهي:

1- ما هي الأوقات المفضلة للطلبة لمشاهدة أخبار قناة النهار؟

2- ما هي الدوافع التي تحث الطلبة على مشاهدة قناة النهار؟

3- ما العلاقة بين مصداقية الأخبار التلفزيونية وبين نوعية الخبر الذي تبثه القناة؟

4- ما العلاقة بين مصداقية الأخبار التلفزيو نية و المجتمع أو الجمهور الذي توجه له هذه الأخبار؟

5- في أي وقت تبث هذه القناة برامجها الإخبارية؟

6- ما نوعية البرامج الإخبارية التي يفضل المبحوثين مشاهدتها؟

وللإجابة على هذه التساؤلات جاءت فرضيات الدراسة كالآتي :

1-اهتمام كبير من طرف الطلبة بقناة النهار الإخبارية .

3-يتابع الطلبة قناة النهار بصفة معتبرة وبشكل غير منتظم.

3-يقبل الطلبة على مشاهدة البرامج الإخبارية وذلك لمعرفة ما يحدث في الحياة اليومية

3- أسباب اختيار الموضوع:

لم يكن اختيار الموضوع بالأمر الاعتباطي، كما أنه لم يخضع لأسباب عارضة؛ بل كان نتيجة لقناعة شخصية مبنية على أسباب موضوعية وذاتية.

الأسباب الموضوعية :

- حب التطلع و معرفة آراء الطلبة خول ما تبثه قناة النهار من مضامين إعلامية تمس في مجملها قضايا في مختلف المجالات.

- الرغبة في التعرف على خصائص أفراد العينة المتتبعين للقنوات الفضائية العربيةوالجز ائرية خاصة وبالتحديد برامج قناة النهار الإخبارية.

لان قناة النهار تعتبر من القنوات الفضائية المفتوحة التي تقدم خدماتها لكل فئات الجمهور وكونها تمثل إحدى القنوات الإخبارية المتخصصة

الأسباب الذاتية:

- قلة الخبرة في مجال البحوث العلمية والميدانية لذلك تم الخوض في هذه التجربة من أجل الاستزادة المعرفية.
- تدعيم المكتبة الجزائرية ببحوث ميدانية تتناول المشاهد الجزائري وعلاقته بالقنوات الخاصة .

4- أهدا ف الدراسة:

لكل إنسان هدف يسعى لتحقيقه ويتأثر من أجل الوصولإليه وكلما كان الهدف واضحاً ومحدداً كلما تيسر الوصول له إنشاء الله واتضحت له معا لم الطريق.

وقد حددنا في دراستنا هذه أهدافاً تمثلت في ما يلي:

1- التعرف على مدى متابعة الأخبار من طرف أفراد العينة.

2- إبراز دور قناة النهار في تلبية رغبات الطلبة من معلومات تساعدهم في دراستهم أو على فهم ما يحيط بهم في المجال الإخباري .

3- التعرف على وجهات نظر الطلبة حول قناة النهار.

4- التعرف على أنواع البرامج التي يفضل الطلبة مشاهدتها في قناة النهار.

5- إثراء مكتبة قسم علوم الإعلام والاتصال بهذه الدراسة لعلها تفيد زملائنا الطلبة في إنجاز بحوثهم ودراساتهم لاحقاً .

5- أهمية الدراسة:

1- تطور صناعة الأخبار في الآونة الأخيرة حيث أصبحت تنقل في زمن وقوعها من مراكز الأحداث إلى الجمهور.

2- أهمية دراسة جمهور القنوات الفضائية الجزائرية في ظل المنافسة بين القنوات الفضائية.

3- تزايد أعداد القنوات الفضائية العربية العامة التي تقدم خدمة إخبارية من ناحية و القنوات الفضائية العربية المتخصصة من ناحية أخرى كالنهار.

6- تحديد المفاهيم:

الاتجاه:

لغة: الوجه معروف والجمع وجوه...وقال الزمخشري: ووجه كل شيء مستقبله وفي الترتيل العزيز(فأينما تولوا فثم وجه الله). فالاتجاه يعني الطريق والمذهب.[1]

اصطلاحا: يعرف بأنه حالة من الاستعداد أو التأهب النسبي، العصبي ، النفسي تنتظم من خلاله خبرة الشخص، وتكون ذات أثر توجيهي أو دينامي على استجابة الفرد لجميع الموضوعات والمواقف التي هذه تثير الاستجابة .[2]

إن التعريف الذي شاع أكثر من غيره والذي لا يزال يحوز القبول لدى غالبية الدارسين، هو تعريف"جوردن البورت "G.Allport" والذي يعرف الاتجاه:" أنه حالة من الاستعداد أو التأهب العصبي والنفسي تنتظم من خلال خبرة الشخص، وتكون ذات تأثير توجيهي أو ديناميكي على استجابة الفرد لجميع الموضوعات والمواقف التي تثير هذه الاستجابة.[3]

ويعرف"محمد منير حجاب" الاتجاه: على أنه حالة من الاستعداد أو التأهب النفسي والعصبي تولد تأثيرا ديناميكيا على استجابة الفرد وتساعده على اتخاذ القرارات المناسبة سواء كان بالرفض أم الإيجاب، فيما يتعرض إليه من مواقف ومشكلات، ويتأثر بالخبرات التي مر بها الفرد من ناحية وبالسمات من ناحية أخرى.[4]

إجرائيا: من خلال ما سبق فإن الاتجاه يعني:"استجابة قبول أو رفض من الفرد إزاء موضوع أو فكرة أو موقف جدلي معين، أن موقف يحتمل القبول أو الرفض، حيث يكتسب الفرد هذه الاستجابة من خلال خبرته الحياتية.

---

[1] - ابن منظور: لسان العرب المحيط، دار لسان العرب، بيروت، ج 6 ، د،ط ، 1988،884.

[2] - أحمد زكي بدوي : معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية ، مكتبة لبنان، ، بيروت، ط1، 1978 ، ص 30.

[3] - حلمي المليجي: علم النفس المعاصر، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2000، ص 153.

[4] - محمد منير حجاب: المعجم الإعلامي، دار الفجر، القاهرة، ط1، 2004، ص 80.

الجمهور : AUDIENCE:

لغة:من الفعل جمهر؛ بمعنى جمهر له الخبر: أخبره بطرف له على غير وجهه. وجمهور الناس: جلهم، وجماهير القوم: أشرفهم وجمهرت القوم إذا جمعتهم، وجمهرت الشيء إذا جمعته[1].

اصطلاحا: هو اصطلاح فني، يقصد به جماعة من الناس تتميز عن غيرها بصفات خاصة، كما يرتبط أفرادها بروابط معينة وهذه الجماعة من الناس تقع في محيط نشاط المنشأة أو التنظيم أو المؤسسة الإعلامية، تؤثر فيه وتتأثر به، أي أن هناك تفاعلا متبادلا بين الطرفين)[2].

وحسب تعريف "فرانسيس بال" فان الجمهور هو مجموعة الأفراد القادرين على تقبل الرسالة المعروضة لوسائل الإعلام، وهذا الجمهور إما أن يكون فعالا أو غير فعال، فالفعالية تحدد درجة اقتراب الرسالة الإعلامية ،من رغبات الجمهور[3].

إجرائيا: الجمهور هو مجموعة من الناس، أو الفئات المختلفة،يتم توصيل المعلومات إليهم من أجل أن يكون اتجاه وسلوك هذا الجمهور حسب الهدف المرغوب .

المصداقية:

هناك خلط لدى البعض بين مفهوم الصدق والمصداقية على الرغم من أنهما مختلفان في المعنى ، فالصدق يعني مطابقة الكلام للواقع وهو ضد الكذب.

أما المصداقية فهي الأدلة التي تثبت صدق الخبر أو الموضوع أو الرأي ، فمصداق الأمر : الدليل على صدقه

وقد تمت دراسة مفهوم المصداقية في الدراسات الأجنبية على أنها دائما نوع من تأثير معالجة المصدر للرسالة بهدف جعلها قادرة على الإقناع وبما يؤدي إلى قبولها ولهذا نظر البعض إلى مصداقية الإعلام على أنها مصداقية المصدر.

[1] - ابن منظور: مرجع سبق ذكره، ص 215.

[2] -. محمد منير حجاب: مرجع سبق ذكره، ص204.

[3] - Francis Ball : Js Media et societe. Seme Edition,Paris.1990; P 525-526

أما في العالم العربي فلقد عرفت هويدا مصطفى المصداقية على أنها : تلك المؤشرات التي تساعد على تحديد مصداقية المضمون الصحفي مثل (التوازن في مقابل التحيز، التعددية في مقابل الأحادية والثقة في مقابل التشكيك) وقد أضافت الباحثة معايير أخرى في التعريف خاصة بالكفاءة المهنية والوضوح وحرية الممارسة الإعلامية ومراعاة اهتمام الجمهور ومراعاة الأخلاقيات العامة.[1]

التلفزيون:

لغة: مكون من مقطعين télé ومعناه عن بعد و visionومعناه الزاوية ،أي هو الزاوية عن بعد.

اصطلاحا: هو طريقة إرسال واستقبال الصورة والصوت من مكان أخر بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية والأقمار الصناعية.[2]

اجرائيا: هو جهاز اتصالات لبث و استقبال صور متحركة و صوت عن بعد ، ويعد التلفاز أكثر وسائل الاتصال الجماهيرية أهمية وتأثيرا نظرا لما يتمتع به من خصائص ومميزات يتفوق بها عن غيره من وسائل الاتصال الجماهرية الأخرى والتلفاز يقدم مواد عبر قوالب وأشكال متعددة .

الفضائيات التلفزيونية:

لغة: يقصد بكلمة الفضائيات بالمد المكاني الواسع وفضا المكان (وفضوا) من باب قعد إذا اتسع فهو فضاء.

اصطلاحا: هي عرض تلفزيوني مرئي يبث عبر شبكة الأقمار الصناعية تدور حول الأرض في مسارات محددة معروفة ،وتتحدد بالزاوية والاتجاه على البوصلة لتحديد اتجاه النقاط كل مجموعة منها .

وعرفها هناء السيد : على أنها استقبال الإرسال التلفزيوني من الأقمار الصناعية مباشرة بأجهزة الاستقبال المنزلية دون تدخل من محطات الاستقبال الأرضي.[3]

---

[1]- نائف مطلق فهد العتيبي: مصداقية الأخبار التلفزيونية لدى طلاب وطالبات الملك سعود دراسة مقارنة بين القنوات التلفزيونية الحكومية و الخاصة ، دراسة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام ،السعودية،2008،ص7،8.

[2] - نهى عاطف العبد:صناعة الأخبار التلفزيونية في عصر البث الفضائي،دار الفكر العربي، مصر،2017،ص32.

3- هناء السيد: الفضائيات وقادة الرأي، العربي للنشر والتوزيع ،دار الفكر العربي، القاهرة،2005،ص12.

تعريف الخبر : NEWS:

لغة: هو ما ينقل ويتحدث به قولا وكتابة، وخبرت بالأمر أي علمته، وخبرت لأمر أخبره، إذا عرفته على حقيقته والخبر جمعه أخبار.

اصطلاحا: "الخبر هو أي معلومة أو رأي، عن حدث لم يعرفه الفرد من قبل، ولم يسبق له معرفته.[1]

إجرائيا: الخبر هو النص الذي يتضمن، معلومات حول وقائع وأحداث وقعت فعلا، يتميز بالآنية والموضوعية، ويهم أكبر عدد ممكن من الجمهور،ينقل للجمهو ر عن طريق وسائل الإعلام المختلفة ويرتبط بوسائل الإعلام، وتقوم على هذا الارتباط مميزاته وقوانينه الخاصة به .

قناة النهار:

تعد أولى القنوات الجزائرية الخاصة، حيث انتقلت إلى البث الفضائي بعد أن ظلت تعمل كصحيفة مطبوعة لسنوات لينطلق بثها التجريبي يوم 6 مارس 2012 بأول نشرة إخبارية مدشنة بذلك مسيرة القنوات الجزائرية الخاصة المؤسسة وفقا لقوانين المدينة الإعلامية الأردنية ،التي تعد أول منطقة إعلامية حرة في الشرق الأوسط والتي تأسست في 2011كشركة خاصة ثم إقامتها بالتعاون بين حكومة المملكة الأردنية وشركة دلة .

و وفقا لهذا التكييف فان النهار تعمل كقناة أجنبية تتخذ مقرها الرئيسي بالعاصمة الأردنية عمان وتبث برامجها على قمر نايلسات، وتهتم بالشأن الإخباري والسياسي في الجزائر حيث أن برامجها تبدو مزيجا بين نشرات الأخبار والرياضة وأخبار الاقتصاد في الجزائر وكذا أخبار الصحف الوطنية.[2]

[1] - محمد شطاح : الإعلام التلفزيوني نشرات الأخبار -المحتوى والجمهور- ،دار الكتاب الحديث ،ط 3، 2003، ص 7.

[2] - خلود شريط: الصورة الذهنية للإعلام التلفزيوني الخاص قناة النهار نموذجا، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في الإعلام والاتصال ، جامعة تبسة، 2016 ، ص 50.

7- المدخل النظري للدراسة

6-1-1: المصداقية في الإعلام الإخبار ي

6-1-1: تعريف الإعلام الإخبار ي

إن الخبر اليوم أصبح عاملاً من العوامل المؤثرة في كافة مجالات الحياة: سياسة أو اقتصادية أو اجتماعية، هذا بالإضافة إلى آثاره النفسية و الاجتماعية على الأفراد و الجماعة أو الأمة وهو مسؤولية كبرى يتحملها أولئك الذين يعملون في مجال الأخبار في كل وسائل الإعلام على اختلافها(مقروؤة، مسموعة، مسموعة مرئية) وذلك لأهمية الخبر الذي كان و لا يزال أهم فنون الإعلام تأثيراً في الرأي العام و يؤكد العلماء على أن الوظيفة الإخبارية هي التي تستطيع وسائل الإعلام أن تؤديها مباشرة و بكفاءة و بدون الإعلام يصعب أداء هذه المهمة الأساسية في أي مجتمع و جدير بالذكر أن الوظيفة الإخبارية هي من أقدم الوظائف التي قامت من أجلها وسائل الإعلام في الشرق أو الغرب على السواء، و أن التأثيرات الناتجة عن التعرض للمادة الإخبارية في وسائل الإعلام أصبحت واسعة المدى فالوظيفة الإخبارية أصبحت تأخذ على عاتقها مهمة الإعلام الإخباري بالدرجة الأولى[1].

هذا الأخير الذي نشأ بفضل الفضائيات وهو يشتمل على الأخبار وما يدخل في عددها وما يترتب عليها، حيث أعطت قنوات التلفزيون وخاصة خلال العقد الأخير لهذا المستوى الإعلامي اهتلماً كبيراً بحيث توفرت للعالم و الدول و الهيئات تجربة إعلامية في هذا المجال.[2]

إن الإعلام الإخباري هو بمثابة الوظيفة الإخبارية للاتصال إذ تمثل الإخبار والبرامج الإخبارية العمود الفقري للمواد التي يتم بثها من خلال الكثير من القنوات الفضائية[3]. ووظيفته تتمثل بنقل الأخبار سواء كانت محلية أو إقليمية أو دولية، ومهما كان نوعها: اقتصادية أو سياسية أو اجتماعية أو فنية وذلك لمتابعة ما يجري حول المرء في عالمه الصغير والكبير، وتهدف الأخبار إلى وصل الإنسان بالعالم الخارجي غير الشخصي، و تزويده بما يستجد من الأخبار.[4]

---

[1] - عزيزة عبده: الإعلام السياسي و الرأي العام دراسة في ترتيب الأولويات، دار الفجر، القاهرة ، ط1، 2004م، ص 76.

[2] - هيثم هادي الهيتي: الإعلام السياسي و الإخباري في الفضائيات، دار أسامة، عمان، ط1، 2008م، ص 161.

[3] - هيثم هادي الهيتي: المرجع نفسه، ص 19.

[4] - محمد الهاشمي: الإعلام الدولي و الصحافة عبر الأقمار الصناعية، دار المناهج، عمان: ، 2000 ،ص 30.

ويعتبر الخبر هو العنصر الأساسي في الإعلام الإخباري، بل هو العنصر الأول في تكوينه، و كل ما يقدم من مواد إعلامية كالتحليل، و التعليق، و البرامج الإخبارية والسياسية إنما أساسها و سندها الخبر...

والخبر سواء كان بسيطاً أو طويلاً هو ما اجتمعت له عناصر الصدق و الموضوعية والواقعية وكثيراً ما يتصور البعض أن البرامج الإخبارية تقتصر على نشرة الأخبار و لكن الحقيقة أن النشرة لا تشمل إلا جانباً إلا جانباً واحداً من هذا العمل و أن النشاط الإخباري لابد أن يحقق هدفين أساسين هما الأخبار والتفسير[1].

4- الأحداث الجارية وشؤون الساعة "Current Affairs" ومنها تستمد البرامج الإخبارية ،والمواجهات أو المقابلات التلفزيونية والتحقيقات (الريبورتاج) ، والتحقيق الإذاعي في التلفزيون يقوم على الموضوع والشخصية أو يقوم على الموضوع والشخصية معا كما يقوم على الرأي والخبر والحدث.[2]

6-1-2: مقاييس المصداقية

ساهمت بحوث المصداقية في الأدبيات الغربية إلى تحديد معايير ومقاييس لمصداقية وسائل الإعلام بشكل عام، حيث استفادت الدراسات الإعلامية المتعاقبة والتي تطرقت إلى مفهوم المصداقية من هذه المعايير واستخلصت منها أكثر الأبعاد شيوعا في عملية قياس المصداقية.

وتنقسم مقاييس المصداقية إلى فسمين:

أ- مقاييس المصداقية في المدرسة العربية :

في المدرسة الإعلامية العربية يعتبر سيد محمد من أوائل الباحثين الذين تطرقوا إلى موضوع المصداقية في وسائل الإعلام ، حيث حدد الدكتور محمد سيد محمد أربع مقاييس رئيسية لقياس المصداقية في الإعلام العربي وفي الإعلام بصفة عامة، وهذه المقاييس هي:

1- **المقياس اللغوي :** والذي يعتمد على وضوح اللغة في التعبير، مما يجعلها عاملا حاسما في صدق الرسالة الإعلامية.

[1] - هيثم هادي الهيتي: مرجع سبق ذكره ،ص35.

[2] - قبلان عبده قبلان حرب:اتجاهات المشاهدين نحو البرامج والخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني ،مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا،عمان، 2008 ،ص 36.

2- **المقياس الإيديولوجي:** وهو حجب النظرة المحايدة والمتعددة الأبعاد عن الواقعة الإعلامية بسبب النظرة الاجتماعية التي يلتزم بها الإيديولوجيون.

3- **مقياس جزئية المعرفة:** ويرتبط بجهل القائم بالاتصال وعدم معرفته العامة بالموضوع الذي يكتب عنه.

4- **مقياس التزوير:** الذي يرتبط بتحريف الرسالة الإعلامية، وإخفاء جوانب من الخبر ، وصرف الانتباه وما إلى ذلك مما يمكن إجماله في الدرجات المتفاوتة من التزوير.[1]

ب- مقاييس المدرسة الغربية :

من الدراسات المهمة التي تناولت مقاييس المصداقية دراسة قام به كل من جازيانو ومكارثي "Mcgrath" and Gaziano"" والتي كانت بعنوان قياس مفهوم المصداقية من منظور الجمهور عل وسيلتي الصحافة والتلفزيون، وقد قام الباحثين بصياغة معايير على شكل أسئلة تم توجيهها إلى الجمهور، وهذه المعايير هي: التوازن أو الحياد، الوضوح، الشمول، الدقة، احترام الجمهور، ومراعاة اهتمامه، فصل الرأي عن الوقائع، الثقة، كفاءة الصحفي.[2]

6-1-3: الأخبار وعلاقتها بالمصداقية

إن الخبر الصحيح هو الذي يصنع مصداقية الوسيلة الإعلامية "Credibility" بين جمهورها، فالمتلقي يتعامل مع وسيلته لمعرفة ما وقع بالفعل من أحداث ووقائع، فإذا انتفت هذه الإمكانية لم يعد هناك مبرر للتعامل مع الوسيلة أصلا ، فالخبر الصحيح (الصادق) هو مبرر وجود أي وسيلة إعلام جادة تدرك حقيقة دورها الاجتماعي وتعي خطورة مسؤوليتها إزاء جمهورها، إن من الأسئلة الكبيرة المطروحة في الإعلام هو سؤال "الحقيقة" هل هي موجودة فعلا في الإعلام وبأي نسبة ؟ والسؤال يفتح على أسئلة كثيرة تتفرع منه، ومنها موضوع بحثنا عن الأخبار في المحطات التلفزيونية الخاصة.[3]

تقدم لنا التقنيات الحديثة صورة مثيرة وصوتا نقيا واضحا ومؤثرات وأجواء جذابة تنقلنا إلى عوالم مجهولة وبعيدة في إطار من اليسر والسهولة، لكن هذا ليس الجديد الوحيد في عالم الصحافة و الإعلام، إن

---

[1] - نائف مطلق فهد العتيبي: مرجع سبق ذكره، ص41.

[2] - نائف مطلق فهد العتيبي: المرجع نفسه،ص 42.

[3] - عبد القادر شعباني ، راغب جابر وآخرون : المعالجة الخبرية التلفزيونية العربية بين المتطلبات المهنية والتوجهات السياسية، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، تونس، 2006 ، ص 17.

أشكالا جديدة تتقدم اليوم إلى الواجهة ، سواء في الصحافة المكتوبة أو المرئية المسموعة : "التحقيق التقرير الحوار و النقاش" وبدأ الخبر يفقد شيئا من قدسيته، صحيح أنه مازال عصب الإعلام، منه تتفرع بقية الأشكال، فلا تحقيق بدون خبر ولا تحليل أو تعليق...لكن هذا الخبر بات يخضع أكثر فأكثر لتدخلات وإضافات يفرضها أيضا تسارع في مقتضيات المهنة ، فهناك أولا المنافسة المتزايدة حدة يوما بعد يوم بين الوسائل الإعلامية، التلفزيونية بالخصوص نتيجة تزايد عددها وتطاحنها على سوق الجمهور وسوق الإعلان، وهناك ثانيا رؤوس الأموال الهائلة المستثمرة في هذا القطاع، وهي رؤوس أموال عائدة إما لدول، وإما إلى مؤسسات ضخمة وإما إلى قوى اقتصادية أو قوى سياسية ممولة أيضا، فطبيعي إذا أن تكون هذه القوى منحازة، وطبيعي أن يؤدي ذلك إلى التداخل المهني بالمصلحي وبالسياسي وأن يؤثر في طبيعة المهنة ذاتها التي تنتقل من أيدي المهنيين إلى أيدي أصحاب السلطة والنفوذ.[1]

[1] - عبد القادر شعباني ، راغب جابر وآخرون : مرجع سبق ذكره ، ص18.

6-2 : الفضائيات الجزائرية الخاصة

6-2-1: نشأة القنوا ت الجزائرية الخاصة :

أ - ظهور القنوا ت الفضائية في الجزائر:

ظهرت القنوات الفضائية في الجزائر ابتدءا من سنة 1985 حيث قامت الجزائر باستيراد 33000 هوائي مقعر، وقد انتشر فقط في أوساط الطبقات الاجتماعية من طرف ذوي الدخل العالي كالتجار الكبار وأصحاب المناصب العالية، وما يلاحظه في الفترة الأخيرة إقبالا 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.1

وإذا أخذنا بعين الاعتبار نظرة القانون إلى الهوائيات المقعرة فان الدولة هي المحتكر الأول للإعلام، وذلك بامتلاكها لمؤسسة التلفزة الوطنية (ENTV) والقناة الفضائية الجزائرية(Canal Algérie).

ولكن امتدت هذه العملية ليتبناها الخواص وليس هناك رقابة قانونية لمثل هذه العمليات، حيث توصلت لجنة حول ظاهرة استيراد الهوائيات المقعرة، فخرجت بقرار تنظيم عملية الاستيراد ثم حلت.

وفي سنة 1987 صدر قرار يمنع استيرادها ليصدر قرار سنة 1988 أنفى القرار الأول وبالتالي لا يوجد أي قانون يمنع دخولها إلى الجزائر، ومنذ ذلك الوقت اتسعت شبكة الاستيراد حيث تم إدخال حوالي 600 هوائي بين سنتي 1989-1990 إلى البلاد وازداد هذا العدد إلى أم بلغ حجم امتلاك الهوائيات إلى نصف سكان الجزائر أي ما يعادل 13 مليون.[2]

ب- بعض القنوا ت الجزائرية الخاصة:

-قناة (الجزائرية): تم إطلاقها على القمر الصناعي (أتلانتيك بيرد 7)، انطلق بثها الرسمي ابتدءا من يوم 05 جويلية 2012 بشبكة برامجية متنوعة، شعارها (قناة كل الجزائريين)، مقرها الجزائر.

---

[1]- نجاة بوبيدي: عادات وأنماط مشاهدة الأولياء لبرامج التلفزيون، رسالة ماجستير، تخصص علم الاجتماع، معهد العلوم الاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة، 1998، ص 85.

[2]- جريدة الشروق العربي، 06 أوت 2000، العدد 412، ص 11-14.

-قناة (الشرو ق): كانت انطلاقتها في الذكرى السابعة والخمسين لاندلا ع الثورة التحريرية المباركة والذكرى الحادية عشر لتأسيس يومية (الشروق)، فيما بدأت بثها الرسمي في 15 مارس 2012.

تمتلك القناة مجموعة من المكاتب على المستوى الوطني ومكاتب عالمية أخرى شعارها (قناة كل العائلة).

-قناة (نوميديا نيوز): هي قناة إخبارية، اتخذت هذا الاسم تيمنا بمملكة نوميديا الأمازيغية التي قامت في عصور ما قبل الميلاد، انطلق بثها في 11 ديسمبر 2012 في الذكرى الأولى لانطلاق وكالة (نوميديا نيوز) وتهتم ببث آخر المستجدات السياسية والرياضية على الساحة الجزائرية، العربية والدولية.

-قناة (الهقار): تم افتتاحها في شهر ماي 2012، يوجد مقر بثها في لندن.

-قناة (جرجرة): خاصة ببرامج الأطفال، انطلق بثها التجريبي على (الساتل) في أفريل 2013.

-قناة (سميرة): موجهة للمرأة، انطلق بثها في شهر أوت 2013.[1]

6-2-2: تعريف القنوا ت الجزائرية الخاصة

تعريف الفضائيات الجزائرية الخاصة: هي أبرز المحطات التلفزيونية المحلية الخاصة في الجزائر،وهي قنوات جزائرية حديثة النشأة أطلقت معظمها البث في الجزائر بعد فتح المجال أمام القطاع الإعلامي الخاص للسمعي البصري والتعددية الإعلامية بداية من سنة 2011.[2]

ولقد كانت أولى التجارب لجريدة النهار الجديدة التي أطلقت قناتها "النهار تي في" في بدايات 2012 لتتبعها صحف أخرى كالشروق، البلاد، ووقت الجزائر (دزاير تي في) والخبر kbc ،وغيرها من الصحف التي تسعى للتحول إلى قنوات فضائية،حيث تضمن المدن العربية البث الفضائي على كل من الأقمار الصناعية Arabsat Badr، والقمر Nilesat ،بمعدل نقل بيانات عال.[3]

---

[1]- موقع الكتروني تمت الزيادة يوم 29 أفريل 2016 . http://el-hourria.com/index.php

[2]-رزيق سامية: البرامج الاجتماعية في الفضائيات الجزائرية الخاصة برنامج ما وراء الجدران قناة النهار نموذجا ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر،تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة العربي تبسي ، تبسه، سنة 2016،2015.ص16.

[3] - رزيق سامية: المرجع نفسه، ص66.

6-2-3 :أسباب إنشاء القنوا ت الفضائية الخاصة فالجزائر:

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 بالبحث على متنفس أخر في قنوات أخرى تغذي احتياجات الأفراد وتلبي متطلباته الإعلامية ليسمع صوته ويبدي رأيه، وهذا ما هيأ الأرضية للإعلاميين لكسر هيمنة السلطة وفتح المجال السمعي البصري ، ومن أهم الأسباب المتدخلة في إنشاء القنوات الجزائرية الخاصة مايلي :

- تجسيد قانون السمعي البصري بعد انتظار الموافقة عليه ليضمن حرية التعبير وليفتح لأول مرة المجال السمعي البصري للقطاع الخاص في الجزائر
- كسر حاجز احتكار السلطة العمومية للتلفزة والقطاع الإعلامي بأكمله
- تجسيد مبدأ الحر ية الصحفية للبحث وجمع المعلومات لتجسيد ديمقراطية العمل
- مواكبة التطورات الحاصلة في المجل الإعلامي لاتساع دائرة 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 إلى فتح مناصب شغل تهم المواطن
- نشأة اهتمامات خاصة ومحددة لدى جمهور المشاهدين وأصبح مطلوبا من القائمين على المنتج الإعلامي الفضائي، محاولة التعبير عن هذه الاهتمامات وتلبية الاشباعات المترتبة عن ذلك والاستجابة لمتطلبات هذه الجماهير.[1]

[1]- هبة نسرين بن يوسف:استخدامات المرأة الماكثة بالبيت لقناة الشروق بنة الفضائية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، دراسة ميدانية بولاية المسيلة،2016-2017،ص51.

8- نوع ومنهج الدراسة:

تعتمد الدراسات العلمية في مجال علوم الإعلام والاتصال على مجموعة متكاملة من المناهج العلمية لتحاكي نتائجها العلمية القابلة للتعميم فالمنهج هو وسيلة الغاية من استعمالنا له وذلك من أجل الوصول إلى الحقيقة العلمية سواء كانت مجهولة أو معلومة.

إن نوع الدراسة التي اعتمدنا عليها في هذا البحث هي الدراسة الوصفية التحليلية التي تستخدم لأغراض الوصف المجرد للظاهرة وأما المنهج المستخدم فهو المنهج المسحي: هو عبارة عن عملية تحليلية لجميع القضايا الحيوية إذ بفضله يمكن الوقوف على الظروف المحيطة بالموضوع الذي نرغب في دراسته والتعرف على الجوانب التي هي بحاجة إلى تعبير وتقييم شامل، فهو في مجمله أداة لتوضيح الطبيعة الحقيقية للمشكلة أو الواقع الاجتماعي وتحليل تلك الأوضاع والوقوف على الظروف المحيطة بها والأسباب الدافعة إلى ظهورها.

ويعرفه الباحث ذوقان عبيدات بأنه "المنهج الذي يقوم على جمع المعلومات والبيانات عن الظاهرة المدروسة قصد التعرف على نقاط قوتها وضعفها".[1]

يعرف المنهج المسحي حسب الباحث محمد زيان بأنه "دراسة الظاهرة في وضعها الطبيعي دون أي تدخل من قبل الباحث أي دراسة الظاهرة تحت ظروف طبيعية غير اصطناعية كما هو الحال في المنهج التجريبي.

وعرفه الباحث حلمي محمود فودة وعبد الرحمن صالح عبد الله "وصف ظاهرة معينة في الموقف الراهن فيقوم بتحليل خصائص تلك الظاهرة والعوامل المؤثرة فيها".[2]

وعموما فإن المنهج المسحي هو: عبارة عن عملية تحليلية لجميع القضايا الحيوية إذ بفضلها يمكن الوقوف على الظروف المحيطة بالموضوع الذي نرغب في دراسته والتعرف على الجوانب التي هي بحاجة إلى تفسير وتقييم شامل.[3]

---

[1]- أحمد بن مرسلي :مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2004، ص287- 289.

[2]- أحمد بن مرسلي :المرجع نفسه، ص 289.

3- عمار بخوش : دليل الباحث في منهجية وكتابة الرسائل الجامعية، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1958، ص30.

وقد تم اختياره دون المناهج الأخرى كونه يتوافق وموضوع الدراسة حيث يعتبر من المناهج المستعملة في الدراسات الوصفية.

ستعتمد الدراسة على منهج المسح بالعينة لجمهور هذه الفضائيات الخاصة وهم طلبة ماستر الإعلام والاتصال بجامعة المسيلة للأسباب الآتية:

-تعدد جمهور القنوات الفضائية وتنوعه.مما يقتضي ضرورة دراسته دراسة وصفية كاملة؛ وإن اقتصرت هذه الدراسة على فئة واحدة من هذا الجمهور فهذا لضرورات الدقة العلمية المتوخاة، وكذا التركيز وعدم التشعب الذي قد يفضي إلى الجهد الكبير والنتائج الضئيلة.

-اتساع رقعة العينة جغرافيا، مما استلزم اتخاذ منهج المسح بالعينة لجمع البيانات اللازمة للموضوع في واقعه الميداني، وتعذر معه المسح الشامل لمجتمع البحث كله.

- الحاجة الماسة لمثل هذه الدراسات المسحية بصفة مستمرة للتغيرات السريعة التي تحدث وحدثت في مجال الإعلام والاتصال ووسائله وتكنولوجياته في عصر العولمة، والتي تتطلب ضرورة ملاحقتها وتسجيلها باستمرار، وعدم الركون إلى بيانات ومعلومات مضت عليها فترة طويلة نسبيا.[1]

9- أدوا ت جمع البيانات:

حتى يتمكن الباحث من الوصول إلى النتائج الموضوعية بالنسبة لإشكالية البحث يستلزم من الباحث استخدام أدوات وطرق في عملية جمع المعلومات وهذه الأدوات هي التي يستخدمها الباحث في عملية جمع البيانات المستهدفة في البحث ضمن منهج معين ومن بين أدوات البحث العلمي المناسبة لدراستنا هذه هي:

استمارة الاستبيان:

والتي تعتبر من أهم أساليب جمع المعلومات لما تتمته به من خصائص تميزها عن غيرها من الأساليب وتتفق مع طبيعة الظاهرة المدروسة.[2]

[1]- هبة نسرين بن يوسف: مرجع سبق ذكره، ص12.

[2]- رشيد زرواتي: مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار الهدى، الجزائر، 2007، ص 129، 13.

تعتمد هذه الدراسة على أداة الاستمارة أو الاستبيان التي هي وسيلة من وسائل التقرير الذاتي وهي عبارة عن مجموعة من الأسئلة ترسل للمبحوثين عن طريق البريد أو تسلم باليد أو عن طريق الانترنت للإجابة عنها ويعيدوها للباحث،وتتميز هذه الأسئلة بأن المبحوث هو الذي يجيب عليها دونما تدخل للباحث، وان كان يحبذ تواجده لإيضاح ما تميز بالغموض من أسئلته فيتم معالجة الكثير من مشكلات الاستبيان.[1]

وقد تم ذلك كما يلي:

1- صياغة الأسئلة: وذلك من خلال ما طرح في تساؤلات الدراسة بالإضافة لي إطلاعنا على بعض الدراسات السابقة وقد تم إسقاط التساؤلات على محاور في الاستمارة.

2- بناء الاستمارة في صورتها الأولية من خلال وضع لكل محور أسئلة خاصة به.

3- عرض الاستمارة على الأستاذ المشرف، وعدد من المحكمين " د: غزال عبد الرزاق ، د: براردي نعيمة، أ: ولد جاب الله سعاد"

4- صياغة أسئلة الاستمارة في شكلها النهائي.

وتتضمن الاستمارة ستة محاور وهي:

المحور الأول: خاص بالبيانات الشخصية.

المحور الثاني: يتضمن الأسئلة الخاصة اهتمام الطلبة بمشاهدة القنوات الخاصة.

المحور الثالث: يتضمن الأسئلة الخاصة أوقات تعرض الطلبة للقنوات الخاصة

المحور الرابع: يتضمن الأسئلة الخاصة أسباب ودوافع التعرض للقنوات الخاصة .

المحور الخامس: يتضمن الأسئلة الخاصة بتقييم البرامج الإخبارية في قناة النهار.

المحور السادس: يتضمن الأسئلة الخاصة باتجاهات الجمهور حول مصداقية الأخبار في قناة النهار.

[1]- سعيدة عباس : اتجاهات المرأة الجزائرية نحو الفضائيات الدينية ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الدعوة والإعلام ، دراسة ميدانية بجامعة الحاج لخضر ، باتنة، 2009-2010،ص24 .

10- مجتمع البحث:

مجتمع البحث هو المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموعة الأكبر المجتمع المستهدف أي المجتمع المستهدف -Targeat Population، الذي يهدف الباحث لدراسته ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته إلا أنه يصعب الوصول إليه والاقتراب منه لجمع البيانات (المجتمع المتاح) Accessible population.

والذي يعتبر عادة جزءا ممثلا للمجتمع المستهدف ويلي حاجات الدراسة وأهدافها ونختار منه عينة البحث.[1]

أو هو مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة وتختلف عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث أو التقصي.[2]

وقد تم اختيارنا لمجتمع البحث للقيام بدراستنا حيث تمثل في طلبة الماستر للإعلام والاتصال بجامعة محمد بوضياف –بالمسيلة- .

11- عينة الدراسة :

هي (طريقة من طرق البحث، وجمع البيانات، وتؤخذ العينة من مجموعة ما للانتقال من الجزء إلى الكل، وللتوصل إلى حكم على المجتمع في ضوء بعض الأفراد).[3]

واتجاهنا نحو أسلوب البحث بالعينات، نابع من المميزات التي يتمتع بها البحث عن طريق العينة مقارنة بالحصر الشامل ومن أهمها: اختصار الجهد والاقتصاد في التكاليف.

- يمكن البحث عن طريق العينة من الحصول على الإجابات الدقيقة، إذا ما تم استخدام جزء من المجتمع الكلي.[4]

---

[1]- موري أنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي كمال بوشرف سعيد، دار القصبة، الجزائر، 2010، ص.215

[2]- هبة نسرين بن يوسف: مرجع سبق ذكره،ص.13

[3]- محمد منير حجاب: مرجع سبق ذكره، ص .544

[4]- رشيد زرواتي: مرجع سبق ذكره، ص346.

نوع العينة: اعتمدنا في هذه الدراسة على العينة القصدية، التي يشير معناها (إلى التعمد والقصد في اقتناء عينة للدراسة)، حيث يتم اختيار مفرداتها بطريقة تحكمية لا مجال للصدفة فيها وقد يكون لهذا الاختيار مبررات بأن يكون حجم هذا المجتمع كبيرا، وقد تكون هذه الوحدات طبقا للمعلومات المتوافرة لديها نفس الصفات العامة للمجتمع الكبير.[1]

يعود اختيارنا للعينة القصدية هو أن هذا النوع من العينات يتلاءم وطبيعة الدراسة وسنعتمد على عينة من 60فردا، هذه العينة تشمل طلبة الماستر للإعلام والاتصال بجامعة المسيلة.

12- الأساليب الإحصائية المستخدمة:

-التكرارات والنسب المئوية.

- اختبار كا^2 لجودة التطابق (تم استخدامه لحساب دلالة الفروق بين النسب المئوية).

13- الدراسات السابقة:

من بين الدراسات السابقة، التي تدور حول موضوع الأخبار.

الدراسة التي نشرها كل من الباحث:

* **أحمد حسين محمدين بعنوا ن:** "الخبر في القران الكريم" -دراسة تحليلية عام 1987، رسالة ماجستير، القاهرة ومن بين أهم النتائج التي توصلت إليها ما يلي:

1- إن القران الكريم جاءت آياته وسوره تحمل أخبارا من الله سبحانه وتعالى إلى أهل الأرض جميعا، وقد جاءت هذه الأخبار مشتملة على المقاييس والمواصفات الرامية، مما يؤدي إلى نتيجة حتمية هي إن القران الكريم سبق رجال الإعلام في الاهتمام بالخبر، وفي وضع الشروط والمواصفات للخبر، وان ما وضعه رجال الإعلام من مقاييس وشروط مستمد أساسا من القران الكريم.

2- إن للخبر في القران الكريم أهمية قصوى سواء في العهد المكي أو العهد المدني.

[1] - أحمد بن مرسلي، مرجع سبق ذكره، ص 197.

- **يوسف يعقوب مرزو ق** بعنوان: "العوامل التي تؤثر على القائمين بالأخبار" -دراسة وصفية وميدانية، 1981، رسالة دكتوراه، القاهرة ومن بين أهم النتائج التي توصلت إليها:

1- إن هناك عوامل تؤثر على القائمين بالأخبار في راديو القاهرة، يمكن تقسيمها إلى عوامل رئيسية ثلاثة هي: العوامل السياسية والاجتماعية، العوامل التي تتعلق بالضغوط المهنية والقيم الشخصية للقائمين بالأخبار وأخيرا العوامل المادية والفنية التي تؤثر في العمل الإخباري.

2- يسود بين جميع القائمين بالأخبار، شعور بالتزام واحترام الرؤساء والزملاء القدامى.

3- يتساوى الثواب والعقاب بين القائم بالأخبار وموظف الحكومة.

- **عبد الصمد محمد دسوقي** بعنوان البرامج الإخبارية ودورها في التنمية، عام 1982، رسالة دكتوراه، القاهرة وكانت أهم النتائج التي انتهت إليها الدراسة كمرايلي:

1- إن معيار اختيار الخبر، يرجع إلى اعتبارات أخرى وليس لأهميته بالدرجة الأولى.

2- تراعى في تحرير الأخبار أصول تحرير الخبر الإذاعي، بقدر الإمكان وتصل عملية توجيه الأخبار وتلوينها إلى الحد الذي يتفق و الخط السياسي للدولة وبما لا يتعارض مع أهدافها الداخلية والخارجية.

وبالنسبة لمصادر الأنباء، أثبتت الدراسة أن نشرة الأخبار تعتمد على المندوبين ووكالة أنباء الشرق الأوسط بالنسبة للأخبار المحلية -أما الأخبار العالمية فتحصل عليها الوكالات العالمية للأنباء ومن الاستماع السياسي.[1]

-**دراسة جازيانو ومكارثي "Gaziano and McGrath"** والتي كانت بعنوان "قياس مفهوم المصداقية "1986 م وهي دراسة مسحية شملت 775 مبحوثا تراوحت أعمارهم مابين 17 و25 عاما في أمريكا وقد توصلت الدراسة إلى تحديد 12 عنصرا للمصداقية منها الإنصاف وعدم التحيز، والثقة، والاكتمال، والواقعية، والصحة.

وقد أظهرت نتائج الدراسة ارتفاع مستوى مصداقية كل من الصحافة والتلفزيون مقارنة بوسائل الإعلام الأخرى وان تفضيل المشاهد للتلفزيون يزداد كلما تحرك المجال الجغرافي من الأخبار المحلية إلى أخبار

[1]- صالح سمية يوسفي، عبد الحفيظ أحلام: البرامج الإخبارية في الإذاعات المحلية،دراسة ميدانية لإذاعة المسيلة الجهوية ، مذكرة تخرج لنيل شهادة ليسانس في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد بوضياف ، المسيلة، 2011 ، 2012،ص 8.

الولاية وصو لا إلى الأخبار القومية والدولية، وأظهرت الدراسة إن المشاهد يختار الصحف عندما يتعلق الموضوع بمفهوم حادث معقد أو يثار حوله الجدل وقد حصلت الصحف على تقديرات أعلى من غيرها إذا كان الأمر يختص بتغطية الأخبار المحلية، وحصل التلفزيون على تقديرات أعلى في ما يتعلق بالكوارث الطبيعية وقد بينت الدراسة أن المبحوثين يؤيدون حرية الصحافة عندما تقوم بمراقبة الحكومة وفي المقابل لا يدعمون هذا التوجه إذا كان الأمر يتعلق بالتعرض لحقوق الناس العاديين ، كما أوضحت الدراسة ان دعم المبحوثين لحرية الصحافة ليس له علاقة بالمصداقية[1].

[1]- نائف مطلق فهد العتيبي: مرجع سبق ذكره، ص 29.

1-المحور الأو ل: البيانات الشخصية:

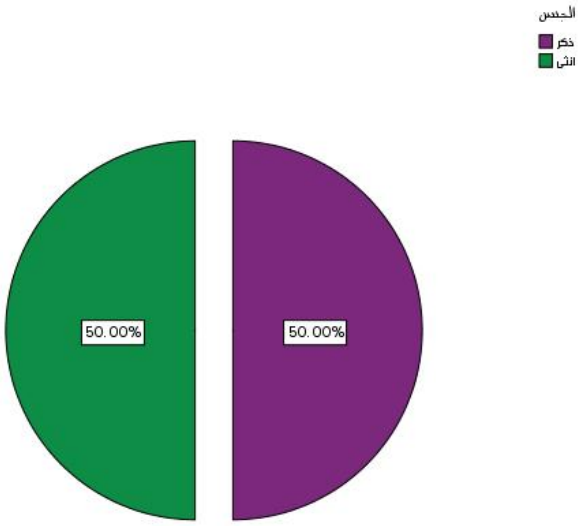
1-الجنس:

الجدو ل رقم (01) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرارا ت	النسبة المئوية
ذكر	30	%50
أنثى	30	%50
المجموع	60	%100

من خلال الجدو ل أعلاه وبالنظر إلى تكرارا ت أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم الإجمالي (**60**) فردا، نلاحظ أن نسب وتعداد الذكور والإناث كان متساوي بواقع (30) ونسبة**50%**، لكلا الجنسين.

كما هو موضح من خلال الشكل رقم (01)



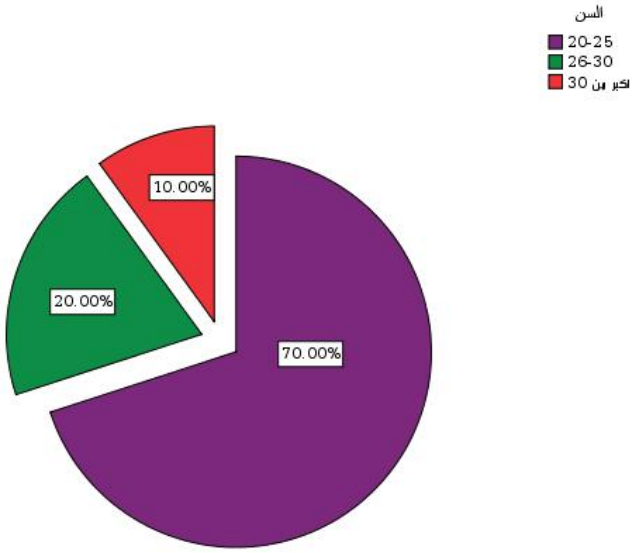
الشكل رقم (01) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير الجنس

1-2-السن:

الجدو ل رقم (02) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن

السن	التكرارا ت	النسبة المئوية
من 20 سنة الى 25	42	% 70
من 26 سنة الى 30	12	% 20
أكثر من 30	06	%10
المجموع	**60**	**%100**

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ تعدادهم إجمالا (60) فردا، نلاحظ أن (42)فرداً بلغ سنهم من 20 سنة إلى 25 بنسبة بلغت **70 %**، أما من تتراوح أعمارهم بينمن 25 سنة إلى 30 سنة فقد بلغ عددهم (**12**) فرد بنسبة قدرت بـ 20 %، في حين تمثل فئة أكثر من 30 سنة (06) فردا بنسبة قدرت بـ **10**%، فقط ، وهذا ما يوضحه الشكل رقم (02)



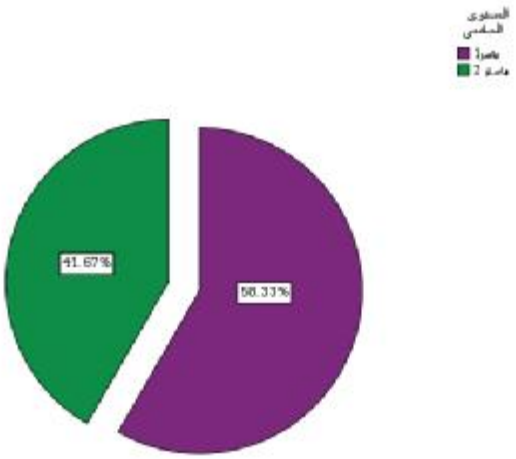
الشكل رقم (02) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير السن

1-3-المستوى الجامعي:

الجدو ل رقم (03) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرارا ت	النسبة المئوية
أولى ماستر	35	%58,3
سنة ثانية ماستر	25	%41,7
المجموع	60	%100

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ إجمالا (06) فردا، نلاحظ أن (35) أفراد لديهم مستوى أولى ماستر بنسبة مئوية بلغت 58,3%، أما الذين لديهم مستوى سنة ثانية ماستر فقد بلغ عددهم (25) بنسبة قدرت بـ (41,7%) كما هو موضح من خلال الشكل رقم (03)



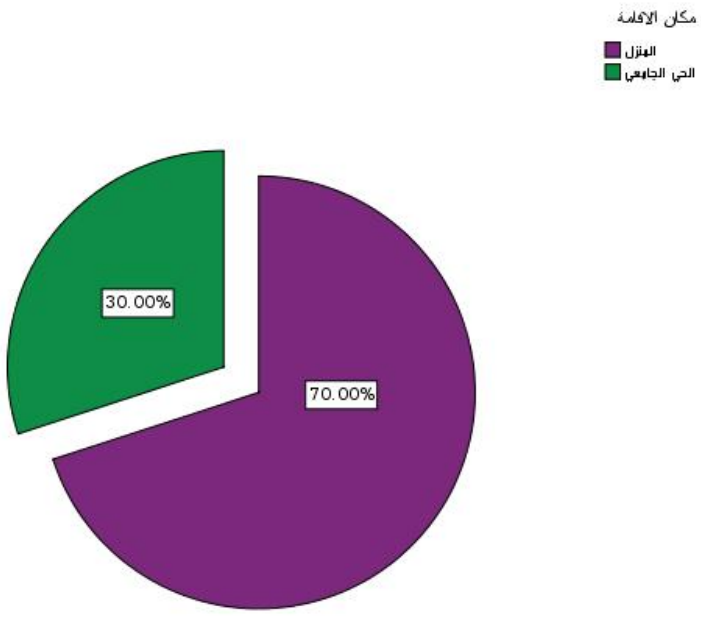
الشكل رقم (03) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير المستوى الجامعي

1-4-مكان الإقامة:

الجدو ل رقم (04) يوضح توزيع أفراد عينة الدراسة حسب متغير مكان الإقامة

الإقامة	التكرارا ت	النسبة المئوية
المنزل	42	%70
الحي الجامعي	18	%30
المجموع	60	%100

من خلال الجدول أعلاه وبالنظر إلى تكرارات أفراد عينة الدراسة والبالغ حجمهم إجمالا (60) فردا، نلاحظ أن (42) فردا يقيمون بالمنزل بنسبة مئوية قدرت بـ 70% في حين بلغ عدد الافراد الذين يقطنون بالحي الجامعي (18) فردا بنسبة مئوية بلغت 30% وهذا ما هو موضح من خلال الشكل رقم (04).



الشكل رقم (04) يوضح توزيع نسب أفراد عينة الدراسة حسب متغير التخصص

1-المحور الأو ل: اهتمام الطلبة بمشاهدة القنوا ت التلفزيونية الجزائرية الخاصة

1-ما مدى مشاهدتك للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة؟

الجدو ل رقم (05) يوضح الإجابة على السؤال 01.

بدائل الإجابة على السؤال رقم(1)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية%	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	قيمة K^2	مستوى الدلالة	القرار
دائما	11	**18.3**	20.0	**-9.0**	**2**	**30.100a**	**0,000**	**دال عند مستوى 0.01**
احيانا	40	**66.7**	20.0	**20.0**				
نادرا	9	**15.0**	20.0	**-11.0**				
الإجمالي	60	**100.**	/////					

من خلال الجدول أعلاه رقم (05) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت استجاباتهم بين (دائما ، أحيانا ، نادرا) ، في إجاباتهم على السؤال رقم (1) فالبديل "دائما" أدلى به (11) فردا بنسبة مئوية بلغت 18.3%، أما البديل "أحيانا" فقد أدلى به (40) فردا بنسبة مئوية قدرت بـ 66.7%، وأما البديل "نادرا "فأدلى به (9) أفراد بنسبة بلغت 15 %وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ **30.100a** وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات(دائما ، أحيانا ، نادرا) لصالح الاستجابة **أحيانا** ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99%مع احتمال الوقو ع في الخطأ بنسبة 1%.

من خلال ما سبق يتبين لنا أن عدد الطلبة الذين يشاهدون القنوات الجزائرية الخاصة بصفة دائمة قد يرجع هذا إلى حب التطلع ومعرفة ما هو موجود بالبلد، أما الطلبة الذين أجابوا بأحيانا فيبدوا أنا متابعتهم تكون أيضا من أجل الاستكشاف والاطلاع ولو على فترات زمنية، وهذا راجع إلى طبيعة تخصصهم في الإعلام والاتصال،أما الطلبة الذين أجابوا بنادرا ، فربما لأنهم يعتمدون على مصادر أخرى للتعرف على القضايا والأخبار.

2-ما هي القنوا ت التي تفضل مشاهدتها ؟

الجدو ل رقم (06) يوضح الإجابة على السؤال 02.

بدائل الإجابة على السؤال رقم (02)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية%	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K^2 قيمة	مستوى الدلالة	القرار
قناة الشرو ق	25	41.7	12.0	13.0	4	47.33^b	0,000	دال عند مستوى 0.01
قناة النهار	25	41.7	12.0	13.0				
قناة الجزائرية	3	5.0	12.0	-9.0				
قناة الخبر	2	3.3	12.0	-10.0				
قناة النهار لك	5	8.3	12.0	-7.0				
اخرى	00	00	00	00				
Total	06	%100,0	/////					

من خلال الجدول أعلاه رقم (06) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (1) بالبديل "قناة الشروق " وقد بلغ عددهم (25) فردا بنسبة مئوية بلغت 41,7%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "قناة النهار" والبالغ عددهم (25) بنسبة مئوية قدرت بـ 41,7%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "قناة الجزائرية " والبالغ عددهم (3) بنسبة مئوية قدرت بـ 5%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "قناة الخبر" والبالغ عددهم (2) بنسبة مئوية قدرت بـ 3,3%،، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "قناة النهار لك" والبالغ عددهم (5) بنسبة مئوية قدرت بـ 8,3%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ***47.33^b***

وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الأولى (قناة الشروق) والبديل الثاني (قناة النهار) بالتساوي، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

من خلال هذه النتائج يبدو أن هناك تنافس بين قناة النهار و قناة الشروق وهذا ما توضحه النسبة المتساوية في المشاهدة بين الأفراد ، وهذا التنافس ربما يكون دليلا على أهمية هاتين القناتين، من خلال البرامج والموضوعات التي تقدمها لأفراد المجتمع الجزائري.

3- من بين هذه القنوا ت العربية الخاصة قناة النهار فما مدى متابعتك لها ؟

الجدو ل رقم (07) يوضح الإجابة على السؤال 03.

بدائل الإجابة على السؤال رقم(03)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية%	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K^2 قيمة	مستوى الدلالة	القرار
دائما	11	18.3	20.0	-9.0	2	*24.300[a]*	0,000	دال عند مستوى 0.01
احيانا	38	63.3	20.0	18.0				
نادرا	11	18.3	20.0	-9.0				
الإجمالي	60	100.0	/////					

خلال الجدول أعلاه رقم (07) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (1) بالبديل "**دائما**" وقد بلغ عددهم (11) فردا بنسبة مئوية بلغت 18.3 % ، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "**احياناً** " والبالغ عددهم (38) بنسبة مئوية قدرت بـ 63.3%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "**نادراً** " والبالغ عددهم (11) بنسبة مئوية قدرت بـ 18.3%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (26) قدرت بـ ***24.300[a]*** وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات لصالح المجموعة الثانية (**احيانا**)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

من خلال ما سبق يتضح لنا أن أغلب الطلبة أحيانا ما يشاهدون قناة النهار بنسبة 6303%، وهذا قد يعود إلى أن مشاهدة الطلبة لهذه القناة يكون على فترات زمنية مختلفة، وذلك أثناء وجود أحداث ومناسبات خاصة في الجزائر .

محور تعرض الطلبة للبرامج الإخبارية في قناة النهار":

1- ***كيف يكون تعرضك للبرامج الإخبارية*** ؟

الجدو ل رقم (08) يوضح الإجابة على السؤال 01.

بدائل الإجابة على السؤال رقم (01)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية%	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K^2 قيمة	مستوى الدلالة	القرار
عن قصد	**26**	**43.3**	**30.0**	**-4.0**	**1**	**1.067^c**	**0,30**	**غير دال عند مستوى 0.01**
صدفة	**34**	**56.7**	**30.0**	**4.0**				
Total	**60**	**100.0**	/////					

من خلال الجدول أعلاه رقم (08) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى مجموعتين، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (1) بالبديل " **إلا عن قصد**" وقد بلغ عددهم (26) فردا بنسبة مئوية بلغت 43.3 % ، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "**صدفة** " والبالغ عددهم (34) بنسبة مئوية قدرت بـ 56.7%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (1) قدرت بـ***1.067^c*** وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه لا توجد فرق دالة إحصائيا بين المجموعتين ، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

2- ما هي الأيام التي تفضلها لمشاهدة البرامج الإخبارية في قناة النهار ؟

الجدو ل رقم (09) يوضح الإجابة على السؤال 02.

بدائل الإجابة على السؤال رقم (02)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية%	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	قيمة K^2	مستوى الدلالة	القرار
كل ايام الاسبوع	***9***	***15.0***	***15.0***	***-6.0***	**3**	***22.800[d]***	**0,000**	دال عند مستوى **0.01**
يوم العطلة	***10***	***16.7***	***15.0***	***-5.0***				
ايام محددة	***10***	***16.7***	***15.0***	***-5.0***				
اوقات الفراغ	***31***	***51.7***	***15.0***	***16.0***				
Total	***60***	***100.0***	/////					

من خلال الجدول أعلاه رقم (09) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (2) بالبديل "كل أيام الأسبوع" وقد بلغ عددهم (9) فردا بنسبة مئوية بلغت 15%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "يوم العطلة" والبالغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ 16,7%، وتساوت مع المجموعة الثالثة الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "ايام محددة " والبالغ عددهم (16.7) بنسبة مئوية قدرت بـ 16.7%، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "اوقات الفراغ" والبالغ عددهم (31) بنسبة مئوية قدرت بـ 51,7%،وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (3) قدرت بـ ***22.800[d]*** وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الأربع لصالح المجموعة الأولى (أوقات الفراغ)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

يتضح لنا من خلال التحليل الكمي أن أغلب الطلبة تكون متابعتهم للقناة في أوقات الفراغ وهذا يدل على أن هؤلاء الطلبة ليس لديهم برامج خاصة أو أوقات معينة لمتابعة القناة،وهم يتعرضون لها من أجل القضاء على وقت الفراغ وفقط.

3- ما معدل مشاهدتك للبرامج الإخبارية في لقناة النهار ؟

الجدو ل رقم (10) يوضح الإجابة على السؤال 03.

بدائل الإجابة على السؤال رقم (03)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية%	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	قيمة K^2	مستوى الدلالة	القرار
ساعة	44	73.3	20.0	24.0	2	43.300^a	0,000	دال عند مستوى 0.01
ساعتان	7	11.7	20.0	-13.0				
اكثر من ذلك	9	15.0	20.0	-11.0				
الإجمالي	60	100.0	/////					

من خلال الجدول أعلاه رقم (10) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات ، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (1) بالبديل " **ساعة** " وقد بلغ عددهم (44) فردا بنسبة مئوية بلغت 73.3 % ، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **ساعتان** " والبالغ عددهم (7) بنسبة مئوية قدرت بـ 11.7% ، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **اكثر من ذلك** " والبالغ عددهم (9) بنسبة مئوية قدرت بـ .15%، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ ***43.300^a*** وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات لصالح المجموعة الثانية **(ساعة)**، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

من خلال ما سبق يتضح لنا أن هناك عدد قليل من الطلبة الذين يشاهدون القناة لأكثر من ساعتان، وهي نتيجة منطقية نظرا لوجود بدائل ترفيهية كثيرة للطلاب يقضون فيها جزء كبير من أوقاتهم، مثل استخدام شبكة

الانترنت، والتي يفضلها الكثير من الطلبة في هذا السن، وهذا ما يتفق مع دراسة "السهلي "1428" عن طلاب جامعة الملك سعود.

4- ما هي الفترة التي تتابع فيها قناة النهار ؟

الجدو ل رقم (11) يوضح الإجابة على السؤال 04.

بدائل الإجابة على السؤال رقم (04)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية%	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	قيمة K^2	مستوى الدلالة	القرار
الفترة الصباحية	*3*	*5.0*	**20.0**	*-17.0*	**2**	*21.900[a]*	**0,000**	**دال عند مستوى 0.01**
الفترة المسائية	*30*	*50.0*	**20.0**	*10.0*				
فترة الليل	*27*	*45.0*	**20.0**	*7.0*				
الإجمالي	*60*	*100.0*	/////					

من خلال الجدول أعلاه رقم (11) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات ، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (1) بالبديل "**الفترة الصباحية**" وقد بلغ عددهم (3) فردا بنسبة مئوية بلغت 5 % ، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "**الفترة المسائية** " والبالغ عددهم (30) بنسبة مئوية قدرت بـ .50%، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "**فترة الليل**" والبالغ عددهم (27) بنسبة مئوية قدرت بـ 45% وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات و النسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ ***21.900[a]*** وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات لصالح المجموعة الثانية (**الفترة المسائية**)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

من خلال التحليل السابق يتضح لنا أن أغلب الطلبة يفضلون مشاهدة القناة في الفترتين المسائية والليلية، وهذا راجع إلى انشغال الطلبة في الفترة الصباحية بأمور الدراسة، أما الفترتين المسائية والليلية فهي تعد أوقات راحة بالنسبة للطلبة.

محور دوافع الطلبة لمشاهدة البرامج الإخبارية في قناة النهار:

1- ما نوع البرامج التي تفضل متابعتها في قناة النهار ؟

الجدو ل رقم (12) يوضح الإجابة على السؤال 01.

بدائل الإجابة على السؤال رقم (01)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية%	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K^2 قيمة	مستوى الدلالة	القرار
الموجز النشرا ت الاخبارية	25	41.7	15.0	10.0	3	9.733^d	0,02	دال عند مستوى 0,05
البرامج الحوارية	14	23.3	15.0	-1.0				
البرامج المعنية بشؤو ن الساعة	12	20.0	15.0	-3.0				
البرامج الرياضية	9	15.0	15.0	-6.0				
اخرى	00	00	00	00				
Total	60	%100,0	/////					

من خلال الجدول أعلاه رقم (12) نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (01) بالبديل "**الموجز أو النشرا ت الإخبارية**" وقد بلغ عددهم (25) فردا بنسبة مئوية بلغت **41,7%**، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "**البرامج الحوارية**" والبالغ عددهم (14) بنسبة مئوية قدرت ب**23,3%**- ، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **البرامج المعنية بشؤو ن الساعة**" والبالغ عددهم (12)بنسبة مئوية قدرت بـ **20,%**، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "**البرامج الرياضية**" والبالغ عددهم

(9) بنسبة مئوية قدرت بـ **15%**، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "اخرى " والبالغ عددهم (00) بنسبة مئوية قدرت بـ **00,%** وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ ***9.733^d***وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.05)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الأربع لصالح المجموعة الاولى (**الموجز النشرا ت الاخبارية**)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 95% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 5%.

من خلال التحليل الكمي يتضح لنا اهتمام الطلبة بالبرامج الإخبارية والحرص على متابعة النشرات و المواجيز الإخبارية ، وذلك لأنها تبث في أوقات زمنية مختلفة كما أن هذه النشرات تتناول مختلف المجالات الحياتية للإنسان، وهذا م أشارت إليه دراسة "صالحي سمية وعبد الحفيظ أحلام" في دراستهم التي كانت حول البرامج الإخبارية في الإذاعة المحلية، سنة 2012.

2- إذا كنت من المهتمين بمتابعة برامج الأخبار لقناة النهار، فما نوع الأخبار التي تحرص على متابعتها؟

الجدول رقم (13) يوضح الإجابة على السؤال 02.

بدائل الإجابة على السؤال رقم (02)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية%	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	قيمة K^2	مستوى الدلالة	القرار
الاخبار الاقتصادية	**3**	5.0	**10.0**	**-7.0**	**5**	**e22.000**	**0,00**	دال عند مستوى **0.01**
الاخبار الرياضية	**15**	25.0	**10.0**	**5.0**				
الاخبار الثقافية	**11**	18.3	**10.0**	**1.0**				
الاخبار الاجتماعية	**20**	33.3	**10.0**	**10.0**				
الاخبار السياسية	**7**	11.7	**10.0**	**-3.0**				
الاخبار المحلية	**4**	6.7	**10.0**	**-6.0**				
Total	**60**	100	/////					

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى ستة مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (1) بالبديل "**الأخبار الاقتصادية**" وقد بلغ عددهم (**3**) فردا بنسبة مئوية بلغت **5,0%**، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "**الأخبار الرياضية**" والبالغ عددهم (**15**) بنسبة مئوية قدرت بـ**25,0%** ، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **الأخبار الثقافية**" والبالغ عددهم (11) بنسبة مئوية قدرت بـ **18.3%**، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "**الأخبار الاجتماعية**" والبالغ عددهم (20) بنسبة مئوية قدرت بـ **33,3%**، أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "**الأخبار السياسية**" والبالغ عددهم (7) بنسبة مئوية قدرت بـ **11,7%**، أما المجموعة السادسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "**الأخبار المحلية**" والبالغ عددهم (4) بنسبة مئوية قدرت بـ **6,7%**، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ **e22.000**وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الست لصالح المجموعة الرابعة (**الأخبار الاجتماعية**)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

من خلال ما سبق يتضح لنا أهمية الأخبار الاجتماعية بالنسبة للطلبة ، حيث أن أغلبهم يحرص على مشاهدة ومتابعة البرامج الإخبارية الاجتماعية ، ويمكن إرجاع ارتفاع نسبة متابعة هذه البرامج إلى كثرة المشاكل المرتبطة بالحياة اليومية والمحيط المعيشي الذي يعاني منه المجتمع ومحاولة إيجاد الحلول لها.

3- ما هي الأسباب التي جعلتك تقبل على مشاهدة برامج قناة النهار ؟

الجدول رقم (14) يوضح الإجابة على السؤال 03.

بدائل الإجابة على السؤال رقم (03)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية%	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	قيمة K^2	مستوى الدلالة	القرار
كثافة العرض الإخباري في القناة	9	15.0	12.0	-3.0	4	8.500^b	0,07	دال عند مستوى 0.01
التنوع في سلسلة الوامج المعروضة	14	23.3	12.0	2.0				
تناول كل ما هو جديد واني	18	30.0	12.0	6.0				
مخاطبة لجميع فئات المجتمع	14	23.3	12.0	2.0				
المصداقية والموضوعية في معالجة مختلف القضايا والأحداث	5	8.3	12.0	-7.0				
أخرى	00	00	00	00				
Total	60	100	/////					

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى ستة مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (1) بالبديل "**كثافة العرض الإخباري في القناة** " وقد بلغ عددهم (**9**) فردا بنسبة مئوية بلغت **15,0%**، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "**التنوع في سلسلة البرامج المعروضة التنوع في سلسلة البرامج المعروضة**" والبالغ عددهم (**14**) بنسبة مئوية قدرت بـ **23,3%** ، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **تناول كل ما هو جديد واني تناول كل ما هو جديد واني**" والبالغ عددهم (18) بنسبة مئوية قدرت بـ **.30%**، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "**مخاطبة لجميع فئات المجتمع مخاطبة لجميع فئات المجتمع**" والبالغ عددهم (14) بنسبة مئوية قدرت بـ **23,3%** أما المجموعة الخامسة فتمثل الأفراد الذين

كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "**المصداقية والموضوعية في معالجة مختلف القضايا والأحداث**" والبالغ عددهم (5) بنسبة مئوية قدرت بـ **8,3%**، أما المجموعة السادسة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "**اخرى**" والبالغ عددهم (0) بنسبة مئوية قدرت بـ **00%**، وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ **e22.000**وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.07)، وبالتالي فإنه لا توجد فرق دال إحصائيا بين المجموعات الست ،ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

المحور الرابع : تقييم البرامج الإخبارية في قناة النهار ؟

1- هل تلبي قناة النهار انشغالات المجتمع في رأيك؟

الجدول رقم (15) يوضح الإجابة على السؤال 01.

بدائل الإجابة على السؤال رقم (01)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية%	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K^2 قيمة	مستوى الدلالة	القرار
دائما	6	10.0	20.0	-14.0	2	***54.700^a***	**0,00**	دال عند مستوى **0.01**
أحيانا	47	78.3	20.0	27.0				
نادرا	7	11.7	20.0	-13.0				
Total	60	100.0	/////					

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم ( ) بالبديل "دائما" وقد بلغ عددهم (6) فردا بنسبة مئوية بلغت**10.0%** أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "أحيانا " والبالغ عددهم (47) بنسبة مئوية قدرت بـ **78.3%**، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " نادرا " والبالغ عددهم (7) بنسبة مئوية قدرت بـ **11,7%**وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة

الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ ***54.700^a***وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الثانية(أحيانا)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

من خلال سبق يتضح لنا أن أغلبية الطلبة رأوا بأن القناة أحيانا ما تلبي انشغالات المجتمع، وهذا قد يرجع إلى اهتمام القناة أيضا بمعالجة القضايا الدولية والعربية، فهي لا تهتم بما يدور في المجتمع الجزائري بل تتعدى ذلك.

2- أثناء متابعتك للبرامج الإخبارية في قناة النهار هل ترى أن عنصر الحياد الإعلامي متوفر ؟

الجدول رقم (16) يوضح الإجابة على السؤال 02.

بدائل الإجابة على السؤال رقم (02)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية%	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	قيمة K^2	مستوى الدلالة	القرار
دائما	7	11.7	20.0	**-13.0**	**2**	**16.900^a**	**0,00**	**دال عند مستوى 0.01**
أحيانا	33	55.0	20.0	**13.0**				
نادرا	20	33.3	20.0	**0.0**				
Total	60	100.0	/////					

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى ثلاث مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم ( ) بالبديل "دائما" وقد بلغ عددهم (7) فردا بنسبة مئوية بلغت**11.7%** أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "أحيانا " والبالغ عددهم (33) بنسبة مئوية قدرت بـ **55.0%**، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " نادرا " والبالغ عددهم (20) بنسبة مئوية قدرت بـ **33,3%**وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ ***16.900^a***وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات

الثلاث لصالح المجموعة الثانية(احيانا)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

3-ما رأيك في التغطية الإخبارية لقناة النهار

الجدول رقم (17) يوضح الإجابة على السؤال 03.

بدائل الإجابة على السؤال رقم (03)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية%	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	قيمة K^2	مستوى الدلالة	القرار
جيدة	12	20.0	15.0	-3.0	3	***14.800d***	**0,00**	**دال عند مستوى 0.01**
حسنة	27	45.0	15.0	12.0				
متوسطة	16	26.7	15.0	1.0				
ضعيفة	5	8.3	15.0	-10.0				
Total	60	100.0	/////					

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى اربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم ( ) بالبديل "جيدة" وقد بلغ عددهم (12) فردا بنسبة مئوية بلغت **20.0%**، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "حسنة " والبالغ عددهم (27) بنسبة مئوية قدرت بـ **45.0%**، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " متوسطة " والبالغ عددهم (16) بنسبة مئوية قدرت بـ **26,7%**، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " ضعيفة " والبالغ عددهم (5) بنسبة مئوية قدرت بـ **8,3%**وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (3) قدرت بـ ***14.800d***وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الثانية(حسنة)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

من خلال التحليل الكمي يتضح لنا أن التغطية الإخبارية لهذه القناة تتراوح بين حسنة و متوسطة، وعليه فان التغطية الإخبارية لهذه القناة ليست سيئة ولكنها تحتاج إلى إعادة هيكلة النشاط الإخباري في القناة وذلك لأهميته بالنسبة لها وأهميته أيضا لجمهور المشاهدين ،لمعرفة كل ما يتعلق ويحدث في الجزائر من أحداث ووقائع.

4-ما هو تقييمك لبرامج قناة النهار من حيث المضمون وطريقة التقديم ؟

الجدول رقم (18) يوضح الإجابة على السؤال 04.

بدائل الإجابة على السؤال رقم (04)	التكرار المشاهد	النسبة المئوية%	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	قيمة K^2	مستوى الدلالة	القرار
جيدة	5	8.3	15.0	-10.0	3	***16.933***^{d}	**0,00**	**دال عند مستوى 0.01**
حسنة	24	40.0	15.0	9.0				
متوسطة	20	33.3	15.0	5.0				
ضعيفة	11	18.3	15.0	-4.0				
Total	60	100.0	/////					

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى أربع مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم ( ) بالبديل "جيدة" وقد بلغ عددهم (5) فردا بنسبة مئوية بلغت **8.3%** أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل "حسنة " والبالغ عددهم (24) بنسبة مئوية قدرت بـ **40.0%**، أما المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " متوسطة " والبالغ عددهم (20) بنسبة مئوية قدرت بـ **33,3%**، أما المجموعة الرابعة فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " ضعيفة " والبالغ عددهم (11) بنسبة مئوية قدرت بـ **18,3%**وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (2) قدرت بـ ***16.933***^{a}وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)،

وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الثلاث لصالح المجموعة الثانية(حسنة)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

من خلال التحليل الكمي يتضح لنا أن برامج قناة النهار من حيث المضمون وطريقة التقديم لا زالت تحتاج إلى العديد من التحسينات ،خاصة مع التطورات السريعة التي تحدث على مستوى العالم من حيث طريقة عرضها للبرامج و كذلك التقنيات والوسائل المستخدمة في ذلك،وعليه فانه من الواجب على القائمين على هذه القناة مواكبة ومسايرة ما يحدث من تطورات على مستوى العالم .

محور المصداقية في قناة النهار

الجدول رقم 19:اتجاهات الجمهور إزاء مصداقية السياسة الإعلامية في القناة من خلال العناصر الأتية:

العبارات	بدائل الإجابة	التكرار المشاهد	%	التكرار المتوقع	الفرق بين التكرار المشاهد والمتوقع	درجة الحرية	K^2 قيمة	مستوى الدلالة	القرار
مخاطبة برامج قناة النهار لجميع فئات المجتمع	لا أوافق تماما	42	71.2	11.8	30.2	4	97.864[a]	0,000	دال
	لا أوافق	1	1.7	11.8	-10.8				
	محايد	6	10.2	11.8	-5.8				
	أوافق	5	8.5	11.8	-6.8				
	أوافق بشدة	5	8.5	11.8	-6.8				
حجم وشمولية التغطية الإعلامية(المحلية،الوطنية،الدولية)	لا أوافق تماما	33	55.9	11.8	21.2	4	49.220[a]	0,000	دال
	لا أوافق	4	6.8	11.8	-7.8				
	محايد	6	10.2	11.8	-5.8				
	اوافق	6	10.2	11.8	-5.8				
	أوافق بشدة	10	16.9	11.8	-1.8				
بساطة اللغة الإعلامية	لا اوافق تماما	40	67.8	11.8	28.2	4	86.339[a]	0,000	دال
	لا أوافق	9	15.3	11.8	-2.8				
	محايد	3	5.1	11.8	-8.8				
	اوافق	4	6.8	11.8	-7.8				
	أوافق بشدة	3	5.1	11.8	-8.8				
المصادر المستقاة منها الاخبار	لا اوافق تماما	17	28.8	11.8	5.2	4	12.780[a]	0.01	
	لا أوافق	4	6.8	11.8	-7.8				
	محايد	19	32.2	11.8	7.2				
	اوافق	10	16.9	11.8	-1.8				
	أوافق بشدة	9	15.3	11.8	-2.8				
توجد حرية إعلامية كبيرة في هذه القناة	لا اوافق تماما	24	40.7	11.8	12.2	4	19.559[a]	0.00	دال
	لا أوافق	5	8.5	11.8	-6.8				
	محايد	14	23.7	11.8	2.2				
	اوافق	7	11.9	11.8	-4.8				
	أوافق بشدة	9	15.3	11.8	-2.8				

تقدم القناة كل ما هو أني وجديد	لا اوافق تماما	38	64.4	11.8	26.2	4	73.288[a]	0.00	دال
	لا أوافق	6	10.2	11.8	-5.8				
	محايد	7	11.9	11.8	-4.8				
	اوافق	4	6.8	11.8	-7.8				
	أوافق بشدة	4	6.8	11.8	-7.8				
قيام القناة بتكرار الأخبار	لا اوافق تماما	32	54.2	11.8	20.2	4	52.102[a]	0.00	دال
	لا أوافق	15	25.4	11.8	3.2				
	محايد	3	5.1	11.8	-8.8				
	اوافق	7	11.9	11.8	-4.8				
	أوافق بشدة	2	3.4	11.8	-9.8				
تركز القناة بشكل أساسي على البرامج الإخبارية	لا اوافق تماما	26	44.1	11.8	14.2	4	32.610[a]		دال
	لا أوافق	18	30.5	11.8	6.2				
	محايد	7	11.9	11.8	-4.8				
	اوافق	4	6.8	11.8	-7.8				
	أوافق بشدة	4	6.8	11.8	-7.8				
تقدم القناة برامجها الإخبارية بكل موضوعية ومصداقية	لا اوافق تماما	17	28.8	11.8	5.2	4	5.831[a]	0.21	غير دال
	لا أوافق	7	11.9	11.8	-4.8				
	محايد	9	15.3	11.8	-2.8				
	اوافق	15	25.4	11.8	3.2				
	أوافق بشدة	11	18.6	11.8	-.8				
يتمتع القائمون على الأخبار ومراسلو القناة بحرفية وخبرة كبيرة	لا اوافق تماما	11	18.6	11.8	-.8	4	18.203[a]	0.00	دال
	لا أوافق	2	3.4	11.8	-9.8				
	محايد	19	32.2	11.8	7.2				
	اوافق	19	32.2	11.8	7.2				
	أوافق بشدة	8	13.6	11.8	-3.8				
يمتاز المذيعون ومراسلو القناة بعنصر الإقناع والقبول	لا اوافق تماما	14	23.7	11.8	2.2	4	9.390[a]	0.05	دال
	لا أوافق	3	5.1	11.8	-8.8				
	محايد	16	27.1	11.8	4.2				
	اوافق	15	25.4	11.8	3.2				
	أوافق بشدة	11	18.6	11.8	-.8				
تقوم القناة بتغطية الوقائع والأحداث مباشرة من موقع الحدث	لا اوافق تماما	30	50.8	11.8	18.2	4	37.864[a]	0.00	دال
	لا أوافق	7	11.9	11.8	-4.8				
	محايد	12	20.3	11.8	.2				
	اوافق	5	8.5	11.8	-6.8				
	أوافق بشدة	5	8.5	11.8	-6.8				

توفر القناة على الإمكانيات المادية واستخدامها للتقنيات الحديثة في تقديم برامجها	لا اوافق تماما	15	25.4	11.8	3.2	4	12.441[a]	0.00	دال
	لا أوافق	6	10.2	11.8	-5.8				
	محايد	14	23.7	11.8	2.2				
	اوافق	19	32.2	11.8	7.2				
	أوافق بشدة	5	8.5	11.8	-6.8				
الإحساس بالمسؤولية اتجاه الجمهور	لا اوافق تماما	8	13.6	11.8	-3.8	4	12.949[a]	0.01	دال
	لا أوافق	4	6.8	11.8	-7.8				
	محايد	15	25.4	11.8	3.2				
	اوافق	20	33.9	11.8	8.2				
	أوافق بشدة	12	20.3	11.8	.2				
تقدم التفاصيل الكافية عن الحدث	لا اوافق تماما	23	39.0	11.8	11.2	4	18.542[a]	0.00	دال
	لا أوافق	4	6.8	11.8	-7.8				
	محايد	8	13.6	11.8	-3.8				
	اوافق	15	25.4	11.8	3.2				
	أوافق بشدة	9	15.3	11.8	-2.8				
مراعاة التناسب الزمني بين أهمية الخبر والوقت الذي يستغرقه	لا اوافق تماما	28	47.5	11.8	16.2	4	34.136[a]	0.00	دال
	لا أوافق	3	5.1	11.8	-8.8				
	محايد	11	18.6	11.8	-.8				
	اوافق	13	22.0	11.8	1.2				
	أوافق بشدة	4	6.8	11.8	-7.8				
تحقق القناة السبق الصحفي أكثر من القنوات الأخرى	لا اوافق تماما	22	37.3	11.8	10.2	4	13.797[a]	0.00	دال
	لا أوافق	6	10.2	11.8	-5.8				
	محايد	13	22.0	11.8	1.2				
	اوافق	11	18.6	11.8	-.8				
	أوافق بشدة	7	11.9	11.8	-4.8				
الأسلوب المتميز في تناول القضايا ومناقشته	لا اوافق تماما	14	23.7	11.8	2.2	4	2.949[a]	0.56	دال
	لا أوافق	7	11.9	11.8	-4.8				
	محايد	11	18.6	11.8	-.8				
	اوافق	14	23.7	11.8	2.2				
	أوافق بشدة	13	22.0	11.8	1.2				
المجموع			100	11.8					

نلاحظ من من خلال الجدول رقم (19) أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (01) والذي نص على **" مخاطبة برامج قناة النهار لجميع فئات المجتمع "** بالبديل **(أوافق بشدة)** وقد بلغ عددهم (5) فردا بنسبة مئوية بلغت 8,5%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **موافق**" فبلغ عددهم (5) بنسبة مئوية قدرت بـ 8,5%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 10,2% فتمثل المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " محايد " والذين بلغ عددهم (6)، أما المجموعة الرابعة فتمثل البديل **" لا أوافق"** والذين بلغ عددهم (1)، بنسبة مئوية بلغت 1.7%، في حين تمثل المجموعة الخامسة والذين تمحورت إجاباتهم على هذا السؤال بالبدل **"لا أوافق تماما"** والذين بلغ عددهم (42) بنسبة مئوية قدرت بـ 71.2 % وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ **97.864**^{a}وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الخامسة **(غير موافق تماما)**، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

كما نلاحظ من الجدول أعلاه أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (02) والذي نص على **" حجم وشمولية التغطية الإعلامية (المحلية،الوطنية،الدولية)"** بالبديل **(أوافق بشدة)** وقد بلغ عددهم (10) فردا بنسبة مئوية بلغت 16,9%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **موافق**" فبلغ عددهم (6) بنسبة مئوية قدرت بـ 10,2%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 10,2% فتمثل المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " محايد "

والذين بلغ عددهم (6)، أما المجموعة الرابعة فتمثل البديل **'' لا أوافق''** والذين بلغ عددهم (4)، بنسبة مئوية بلغت 6.8%، في حين تمثل المجموعة الخامسة والذين تمحورت إجاباتهم على هذا السؤال بالبدل **''لا أوافق تماما''** والذين بلغ عددهم (33) بنسبة مئوية قدرت بـ 55.9 % وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ **49.220^a**

وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الخامسة **(غير موافق تماما)**، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

كما نلاحظ أيضا أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (03)و الذي نص على **'بساطة اللغة الإعلامية'** بالبديل **(أوافق بشدة)** وقد بلغ عددهم (3) فردا بنسبة مئوية بلغت 5,1%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **موافق**" فبلغ عددهم (4) بنسبة مئوية قدرت بـ 6,8%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 5,1% فتمثل المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " محايد " والذين بلغ عددهم (3)، أما المجموعة الرابعة فتمثل البديل **'' لا أوافق''** والذين بلغ عددهم (9)، بنسبة مئوية بلغت 15.3%، في حين تمثل المجموعة الخامسة والذين تمحورت إجاباتهم على هذا السؤال بالبدل **''لا أوافق تماما''** والذين بلغ عددهم (40) بنسبة مئوية قدرت بـ 67.8 % وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ **86.339^a**وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس

لصالح المجموعة الخامسة (**غير موافق تماما**)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

و من الجدول أعلاه نجد كذلك أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (04) والذي نص على **" المصادر المنتقاة منها الأخبار "** بالبديل **(أوافق بشدة)** وقد بلغ عددهم (9) فردا بنسبة مئوية بلغت 15,3%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **موافق**" فبلغ عددهم (10) بنسبة مئوية قدرت بـ 16,9%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 32,2% فتمثل المجموعة الثالثة فتمثل الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " محايد " والذين بلغ عددهم (19)، أما المجموعة الرابعة فتمثل البديل **" لا أوافق"** والذين بلغ عددهم (4)، بنسبة مئوية بلغت 6.8%، في حين تمثل المجموعة الخامسة والذين تمحورت إجاباتهم على هذا السؤال بالبدل **"لا أوافق تماما"** والذين بلغ عددهم (17) بنسبة مئوية قدرت بـ 28.8 % وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية ($كا^2$) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ **12.780^{α}**وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الخامسة (**محايد**)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

كما نلاحظ من نفس الجدول السابق أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (05) والذي نص على **" توجد حرية إعلامية كبيرة في هذه القناة "** بالبديل **(أوافق بشدة)** وقد بلغ عددهم (9) فردا بنسبة مئوية بلغت 15,3%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال

بالبديل " **أوافق**" فبلغ عددهم (7) بنسبة مئوية قدرت بـ 11,9%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 23,17% فتمثل المجموعة الثالثة وهم الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " **محايد** " والذين بلغ عددهم (14)، أما المجموعة الرابعة فتمثل البديل **'' لا أوافق''** والذين بلغ عددهم (5)، بنسبة مئوية بلغت 8.5%، في حين تمثل المجموعة الخامسة والذين تمحورت إجاباتهم على هذا السؤال بالبدل **''لا أوافق تماما''** والذين بلغ عددهم (24) بنسبة مئوية قدرت بـ 40.7 % وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ **19.559**^{a}وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الخامسة **(لا موافق تماما)**، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

نلاحظ أيضا من خلال الجدول السابق أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (06) والذي نص على **'' تقدم القناة كل ما هو أني وجديد ''** بالبديل **(أوافق بشدة)** وقد بلغ عددهم (4) فردا بنسبة مئوية بلغت 6,8%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **أوافق**" فبلغ عددهم (4) بنسبة مئوية قدرت بـ 6,8%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 11,9% فتمثل المجموعة الثالثة وهم الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " **محايد** " والذين بلغ عددهم (7)، أما المجموعة الرابعة فتمثل البديل **'' لا أوافق''** والذين بلغ عددهم (6)، بنسبة مئوية بلغت 10.2%، في حين تمثل المجموعة الخامسة والذين تمحورت إجاباتهم على هذا السؤال بالبدل **''لا أوافق تماما''** والذين بلغ عددهم (38) بنسبة مئوية قدرت بـ 64.4 % وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ

73.288[a]وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الخامسة **(لا موافق تماما)**، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

أيضا نلاحظ من الجدول أعلاه أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (07) والذي نص على **'' قيام القناة بتكرار الأخبار ''** بالبديل **(أوافق بشدة)** وقد بلغ عددهم (2) فردا بنسبة مئوية بلغت 3,4%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **أوافق**" فبلغ عددهم (7) بنسبة مئوية قدرت بـ 11,9%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 5,1% فتمثل المجموعة الثالثة وهم الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل **" محايد "** والذين بلغ عددهم (3)، أما المجموعة الرابعة فتمثل البديل **'' لا أوافق''** والذين بلغ عددهم (15)، بنسبة مئوية بلغت 25.4%، في حين تمثل المجموعة الخامسة والذين تمحورت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل **''لا أوافق تماما''** والذين بلغ عددهم (32) بنسبة مئوية قدرت بـ 54.2 % وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية ($كا^2$) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ **52.102[a]**هي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الخامسة **(لا موافق تماما)**، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

و نلاحظ أيضا من الجدول أعلاه أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (08) والذي نص على **'' تركز القناة بشكل أساسي على البرامج الإخبارية ''** بالبديل **(أوافق بشدة)** وقد بلغ

عددهم (4) فردا بنسبة مئوية بلغت 6,8%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **أوافق**" فبلغ عددهم (4) بنسبة مئوية قدرت بـ 6,8%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 11,9% فتمثل المجموعة الثالثة وهم الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " **محايد** " والذين بلغ عددهم (7)، أما المجموعة الرابعة فتمثل البديل **'' لا أوافق''** والذين بلغ عددهم (18)، بنسبة مئوية بلغت 30.5%، في حين تمثل المجموعة الخامسة والذين تمحورت إجاباتهم على هذا السؤال بالبدل **''لا أوافق تماما''** والذين بلغ عددهم (26) بنسبة مئوية قدرت بـ 44.1 % وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ **32.610^a**وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الخامسة **(لا موافق تماما)**، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

في حين نلاحظ أيضا من الجدول السابق أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت تقريبا بالتساوي إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (09) والذي نص على **'' تقدم القناة برامجها الإخبارية بكل موضوعية ومصداقية ''** بالبديل **(أوافق بشدة)** وقد بلغ عددهم (11) فردا بنسبة مئوية بلغت 18,6%،أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **أوافق**" فبلغ عددهم (15) بنسبة مئوية قدرت بـ 25,4%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 15.3 % فتمثل المجموعة الثالثة وهم الأفراد الذين تمحورت إجاباتهمعلى هذا السؤال بالبديل " **محايد** " والذين بلغ عددهم (9)، أما المجموعة الرابعة فتمثل البديل **'' لا أوافق''** والذين بلغ عددهم (7)، بنسبة مئوية بلغت 11.9%، في حين تمثل المجموعة الخامسة والذين تمحورت إجاباتهم على هذا السؤال بالبدل **''لا أوافق تماما''** والذين بلغ عددهم (17) بنسبة مئوية قدرت بـ 28.8 % وللتأكد من دلالة

هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ ***5.831***^{a}وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه لا يوجد فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس ، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

كما نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (10) والذي نص على **'' يتمتع القائمون على الأخبار ومراسلو القناة بحرفية وخبرة كبيرة ''** بالبديل **(أوافق بشدة)** وقد بلغ عددهم (8) فردا بنسبة مئوية بلغت 13,6%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **أوافق**" فبلغ عددهم (19) بنسبة مئوية قدرت بـ 32,2%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 32,2% فتمثل المجموعة الثالثة وهم الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " **محايد** " والذين بلغ عددهم (19)، أما المجموعة الرابعة فتمثل البديل **'' لا أوافق''** والذين بلغ عددهم (2)، بنسبة مئوية بلغت 3.4%، في حين تمثل المجموعة الخامسة والذين تمحورت إجاباتهم على هذا السؤال بالبدل **''لا أوافق تماما''** والذين بلغ عددهم (11) بنسبة مئوية قدرت بـ 18.6 % وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ **18.203**^{a}وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس لصالح المجموعتين الثالثة والرابعة بالتساوي (**محايد**) و(**أوافق**)، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

وكذلك نلاحظ أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (11) والذي نص على " **يمتاز المذيعون ومراسلو القناة بعنصر الإقناع والقبول** " بالبديل **(أوافق بشدة)** وقد بلغ عددهم (11) فردا بنسبة مئوية بلغت 18,6%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **أوافق**" فبلغ عددهم (15) بنسبة مئوية قدرت بـ 25,4%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 27,1% فتمثل المجموعة الثالثة وهم الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " **محايد** " والذين بلغ عددهم (16)، أما المجموعة الرابعة فتمثل البديل " **لا أوافق**" والذين بلغ عددهم (3)، بنسبة مئوية بلغت 5.1%، في حين تمثل المجموعة الخامسة والذين تمحورت إجاباتهم على هذا السؤال بالبدل "**لا أوافق تماما**" والذين بلغ عددهم (14) بنسبة مئوية قدرت بـ 23.7 % وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ $\mathbf{9.390^a}$وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه لا يوجد فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس ، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

كما نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (12) والذي نص على " **تقوم القناة بتغطية الوقائع والأحداث مباشرة من موقع الحدث** " بالبديل **(أوافق بشدة)** وقد بلغ عددهم (5) فردا بنسبة مئوية بلغت 8,5%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **أوافق**" فبلغ عددهم (5) بنسبة مئوية قدرت بـ 8,5%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 20,3% فتمثل المجموعة الثالثة وهم الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " **محايد** " والذين

بلغ عددهم (12)، أما المجموعة الرابعة فتمثل البديل **'' لا أوافق''** والذين بلغ عددهم (7)، بنسبة مئوية بلغت 11.9%، في حين تمثل المجموعة الخامسة والذين تمحورت إجاباتهم على هذا السؤال بالبدل **''لا أوافق تماما''** والذين بلغ عددهم (30) بنسبة مئوية قدرت بـ 50.8 % وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ ***37.864***^{a}وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الخامسة **(لا أوافق تماما)**، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

و نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (13) والذي نص على **'' توفر القناة على الإمكانيات المادية واستخدامها للتقنيات الحديثة في تقديم برامجها ''** بالبديل **(أوافق بشدة)** وقد بلغ عددهم (5) فردا بنسبة مئوية بلغت 8,5%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **أوافق**" فبلغ عددهم (19) بنسبة مئوية قدرت بـ 32,2%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 23,7% فتمثل المجموعة الثالثة وهم الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " **محايد** " والذين بلغ عددهم (14)، أما المجموعة الرابعة فتمثل البديل **'' لا أوافق''** والذين بلغ عددهم (6)، بنسبة مئوية بلغت 10.2%، في حين تمثل المجموعة الخامسة والذين تمحورت إجاباتهم على هذا السؤال بالبدل **''لا أوافق تماما''** والذين بلغ عددهم (15) بنسبة مئوية قدرت بـ 25.4 % وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ ***12.441***^{a}وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى

الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الخامسة **(أوافق)**، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

نجد كذلك من خلال الجدول أعلاه أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (14) والذي نص على **'' الإحساس بالمسؤولية اتجاه الجمهور ''** بالبديل **(أوافق بشدة)** وقد بلغ عددهم (12) فردا بنسبة مئوية بلغت 20,3%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **أوافق**" فبلغ عددهم (20) بنسبة مئوية قدرت بـ 33,9%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 25,4% فتمثل المجموعة الثالثة وهم الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل **" محايد "** والذين بلغ عددهم (15)، أما المجموعة الرابعة فتمثل البديل **'' لا أوافق''** والذين بلغ عددهم (4)، بنسبة مئوية بلغت 6.8%، في حين تمثل المجموعة الخامسة والذين تمحورت إجاباتهم على هذا السؤال بالبدل **''لا أوافق تماما''** والذين بلغ عددهم (8) بنسبة مئوية قدرت بـ 13.6 % وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ **12.949**^{a}وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الخامسة **(أوافق)**، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

نلاحظ أيضا أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (15) والذي نص على **'' تقدم التفاصيل الكافية عن الحدث ''** بالبديل **(أوافق بشدة)** وقد بلغ عددهم (9) فردا بنسبة مئوية بلغت 15,3%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **أوافق**" فبلغ

عددهم (15) بنسبة مئوية قدرت بـ 25,4%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 13,6% فتمثل المجموعة الثالثة وهم الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " **محايد** " والذين بلغ عددهم (8)، أما المجموعة الرابعة فتمثل البديل **'' لا أوافق''** والذين بلغ عددهم (4)، بنسبة مئوية بلغت 6.8%، في حين تمثل المجموعة الخامسة والذين تمحورت إجاباتهم على هذا السؤال بالبدل **''لا أوافق تماما''** والذين بلغ عددهم (23) بنسبة مئوية قدرت بـ 39.0 % وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ **18.542**^{a}وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الخامسة **(لا أوافق تماما)**، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

كما نلاحظ من الجدول السابق أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (16) والذي نص على **'' مراعاة التناسب الزمني بين أهمية الخبر والوقت الذي يستغرقه ''** بالبديل **(أوافق بشدة)** وقد بلغ عددهم (4) فردا بنسبة مئوية بلغت 6,8%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **أوافق**" فبلغ عددهم (13) بنسبة مئوية قدرت بـ 22,0%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 18,6% فتمثل المجموعة الثالثة وهم الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " **محايد** " والذين بلغ عددهم (11)، أما المجموعة الرابعة فتمثل البديل **'' لا أوافق''** والذين بلغ عددهم (3)، بنسبة مئوية بلغت 5.1%، في حين تمثل المجموعة الخامسة والذين تمحورت إجاباتهم على هذا السؤال بالبدل **''لا أوافق تماما''** والذين بلغ عددهم (28) بنسبة مئوية قدرت بـ 47.5 % وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن

قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ **34.136[a]** وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الخامسة **(لا أوافق تماما)**، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%.

كما أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (17) والذي نص على **" تحقق القناة السبق الصحفي أكثر من القنوات الأخرى "** بالبديل **(أوافق بشدة)** وقد بلغ عددهم (7) فردا بنسبة مئوية بلغت 11,9%، أما المجموعة الثانية فتمثل الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **أوافق**" فبلغ عددهم (11) بنسبة مئوية قدرت بـ 18,6%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 22,0% فتمثل المجموعة الثالثة وهم الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " **محايد** " والذين بلغ عددهم (13)، أما المجموعة الرابعة فتمثل البديل **" لا أوافق"** والذين بلغ عددهم (6)، بنسبة مئوية بلغت 10.2%، في حين تمثل المجموعة الخامسة والذين تمحورت إجاباتهم على هذا السؤال بالبدل **"لا أوافق تماما"** والذين بلغ عددهم (22) بنسبة مئوية قدرت بـ 37.3 % وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية ($كا^2$) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ **13.797[a]** وهي قيمة دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإن هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس لصالح المجموعة الخامسة **(لا أوافق تماما)**، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%. كما نلاحظ من خلال الجدول السابق أن إجابات أفراد عينة الدراسة والبالغ عددهم إجمالا (60) فردا قد انقسمت إلى خمس مجموعات، تمثلت المجموعة الأولى في الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على السؤال رقم (18) والذي نص على **" الأسلوب المتميز في تناول القضايا ومناقشتها "** بالبديل **(أوافق بشدة)** وقد بلغ عددهم (13) فردا بنسبة مئوية بلغت 22,0%، أما المجموعة الثانية فتمثل

الأفراد الذين كانت إجابتهم على هذا السؤال بالبديل " **أوافق**" فبلغ عددهم (14) بنسبة مئوية قدرت بـ 23,7%، في حين نلاحظ أن ما نسبته 18,6% فتمثل المجموعة الثالثة وهم الأفراد الذين تمحورت إجاباتهم على هذا السؤال بالبديل " **محايد** " والذين بلغ عددهم (11)، أما المجموعة الرابعة فتمثل البديل **'' لا أوافق''** والذين بلغ عددهم (7)، بنسبة مئوية بلغت 11.9%، في حين تمثل المجموعة الخامسة والذين تمحورت إجاباتهم على هذا السؤال بالبدل **''لا أوافق تماما''** والذين بلغ عددهم (14) بنسبة مئوية قدرت بـ 23.7 % وللتأكد من دلالة هذه الفروق في التكرارات والنسب تم اللجوء إلى اختبار الدلالة الإحصائية (كا^2) حيث نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن قيمتها عند درجة الحرية (4) قدرت بـ **2.949^a**وهي قيمة غير دالة إحصائيا عند مستوى الدلالة ألفا (α=0.01)، وبالتالي فإنه لا يوجد هناك فرق دال إحصائيا بين المجموعات الخمس ، ونسبة التأكد من هذه النتيجة هو 99% مع احتمال الوقوع في الخطأ بنسبة 1%. من خلال التحليل الكمي لاستجابات أفراد عينة الدراسة على أسئلة المحور السادس المتعلق بمدى مصداقية الأخبار في قناة النهار يتضح لنا أن أغلبية أفراد عينة الدراسة كانت نظرتهم سلبية للقناة من حيث مصداقية السياسة الاعلامية في القناة .

ولقد اتفقت نتائج هذه الدراسة في مجملها مع ما توصلت إليه الدراسات العربية بشكل عام، فقد أشارت بعض الدراسات العربية إلى افتقاد وسائل الإعلام العربية للمصداقية، وهذا ما تم استنتاجه من خلال دراستنا المتعلقة بمصداقية الأخبار في القنوات الجزائرية الخاصة، ويمكن تفسير هذا على أن الوسائل الإعلامية الجزائرية خاصة والعربية عامة، لا زالت تحت سيطرت الحكومات ولا تعمل بمعزل عنها، حتى وان استقلت بإدارتها وبالتالي تكون الموضوعية والمصداقية مقننة إلى حد كبير، والعمل فيها لا بد أن يراعي التوجه السياسي والإيديولوجي لتلك الدول. وهذا ما أشارت إليه العديد من الدراسات العربية ، كدراسة "مصطفى 2005"،والتي كانت بعنوان مصداقية وسائل الإعلام كما تراها النخبة في مصر ، حيث أن أبرز النتائج التي توصل إليها الباحث هي انخفاض مستوى المصداقية في أداء وسائل الإعلام،حيث افتقدت هذه الأخيرة للموضوعية ،الدقة ،الحرية، المهنية والثقة.

نتائج الدراسة: من خلال نتائج هذه الدراسة عن مصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الخاصة ، توصل الباحث إلى العديد من الاقتراحات وهي كالتالي :

- تشجيع وتفعيل الدراسات في مراكز البحوث الإعلامية التي تهتم بمضمون المادة الإخبارية وصناعة الأخبار إضافة إلى تعزيز مستويات معايير التغطية الإخبارية بما ينسجم مع المعايير الدولية للتغطية.

- انخفاض معدل المشاهدة للقنوات الفضائية الخاصة بالنسبة لأفراد العينة.وعليه فهذا يتطلب من إدارة التلفزيون الجزائري التخطيط لسياسات الإنتاج والمتابعة والدورات البرامجية على ضوء نتائج بحوث المشاهدين، وإعادة النظر في نوعية البرامج المقدمة وأسلوب الأداء والإخراج بما يحقق رغبات واهتمامات المشاهد الجزائري ومحاكاة همومه.

- ضرورة إعداد برامج التلفزيون الجزائري باتجاه تقوية روابط الوحدة الوطنية وتقوية النسيج الاجتماعي القائم بين أفراد وفئات المجتمع المختلفة،لأن التلفزيون الجزائري وحسب رأي أفراد العينة لم ينجح في إيجاد لغة مشتركة بين أفراد المجتمع.

- تطوير الكوادر الإعلامية وتدريبها وإزالة الضغوط التي تمارس عليها وإتاحة الحرية لهم لكي يعملوا في مناخ إعلامي حقيقي فيما لا يتعارض مع قيم المجتمع و أخلاقة.

- يجب على المسؤولين عن الأجهزة الإعلامية في الجزائر،أن يجعلوا نصب أعينهم تحقيق أعلى قدر من المصداقية وان يكون الخط الإعلامي الذين يسيرون عليه أكثر مهنية وأكثر أخلاقية وأن يراعوا قواعد المهنية ومواثيق الشرف الإعلامي

- يجب على القائمين على الإعلام في الجزائر تناول موضوع المصداقية ودراستها من أجل الوصول إلى معايير دقيقة لقياسها حتى تتفق مع واقعنا وبيئتنا الاجتماعية والثقافية والسياسية في عالمنا العربي لأن هناك الكثير من المقاييس للمصداقية ولكنها أجنبية، وعليه فان وضع مقاييس للمصداقية في الدراسات المستقبلية حتى تتلاءم مع وسائل الإعلام أصبح أمر ضروري .

خاتمة:

لقد أصبحت وسائل الإعلام الحديثة(الفضائيات خصوصا) تحمل على عاتقها وظيفة التنوير ونقل الأخبار للناس والتأثير فيهم من أجل تكوين رأي عام إخباري، واستخدام الفضائيات أصبح ضرورة لمواكبة الإعلام الإخباري للتطورات الحاصلة في المجال الإعلامي ، فالسمو بهذا الإعلام يستدعي استعمال كل الوسائل المتاحة. وكون الإعلام الإخباري علم قائم بذاته له معاييره ومقاييسه فقد تمكن من فرض نفسه في الساحة الإعلامية الفضائية في السنوات الأخيرة خاصة مع ظهور قنوات إخبارية متخصصة إذ أنها عملت على إرساء خدمة إعلامية هادفة في ظل التغيرات التي تعرفها دول العالم الثالث سواء كانت اجتماعية أو سياسية أو اقتصادية.

ولكن السؤال الذي يجب علينا طرحه من خلال هذه الدراسة : هو كيفية التوفيق بين احترام التوجهات والضغوط المختلفة (سياسية، دينية، مالية....) والمتطلبات المهنية؟

يبدو أن الإجابة عن هذا الإشكال ليس بالأمر الهين، حيث أن المتطلبات المهنية تستوجب أن نكون موضوعيين وأن نتعامل مع الحقائق بشكل مجرد دون السقوط في أي انتماءات، وهذا ما تم التوصل اليه من خلال دراستنا حيث أن الإعلام الجزائري خاصة والإعلام العربي بصفة عامة، لا يزال يفتقد وبعيد عن هذه المتطلبات، في ظل القيود المفروضة عليه.

قائمة المصادر والمراجع:

كتب عربية:

1- أحمد بن مرسلي **:مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال،** ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2004.

2- أحمد زكي بدوي **: معجم مصطلحات العلوم الإجتماعية** ، مكتبة لبنان ، ط 1 ، بيروت ، 1978 .

3- أزمان ماتلار: تاريخ نظريات الاتصال، ترجمة: نصر الدين العياضي، تونس، المنطقة العربية للثقافة، 1996.

4- ابن منظور: **لسان العرب المحيط،** دار لسان العرب ، بيروت ، ج 6 ، د،ط ، 1988،884.

5- حلمي المليجي: **علم النفس المعاصر،** دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2000.

6- محمد الهاشمي: **الإعلام الدولي و الصحافة عبر الأقمار الصناعية،** عمان: دار المناهج، 2000.

7- مي العبد الله: نظريات الاتصال، ط1، بيروت: دار النهضة العربية للنشر، 2006 .

8- محمد منير حجاب: **المعجم الإعلامي،** دار الفجر للنشر والتوزيع، د.ط، 2004.

9- موري أنجرس: **منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية،** ترجمة بوزيد صحراوي كمال بوشرف سعيد، دار القصبة، الجزائر، 2010.

10- محمد شطاح **: الإعلام التلفزيوني،** نشرات الأخبار، المحتوى والجمهور، ط 3، دار الكتاب الحديث، 2003.

11- نهى عاطف العبد:صناعة **الأخبار التلفزيونية في عصر البث الفضائي**،دار الفكر العربي، مصر،2017.

12- عبد القادر شعباني ، راغب جابر وآخرون **:** المعالجة الخبرية التلفزيونية العربية بين المتطلبات المهنية والتوجهات السياسية، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، تونس، 2006.

13- عمار بحوش: **دليل الباحث في منهجية وكتابة الرسائل الجامعية المؤسسة الوطنية للكتاب،** الجزائر، 1958.

14- عزيزة عبده: **الإعلام السياسي و الرأ ي العام" دراسة في ترتيب الأولويات:**"ط1؛ القاهرة: دار الفجر، 2004م.

15- هناء السيد: **الفضائيات وقادة الرأ ي،** العربي للنشر والتوزيع ،دار الفكر العربي، القاهرة،2005.

16- هيثم هادي الهيتي: **الإعلام السياسي و الإخبار ي في الفضائيات**،ط1؛ عمان: دار أسامة 2008م.

كتب أجنبية:

1- Francis Ball : Js Media et societe. Seme Edition.Paris.1990**.**

2 - *Ranald show& maxwell mc combs, the emergence of American political issues: agenda- setting function of the press, st. paul: wet pubilther, London, 1977..*

الرسائل الجامعية :

1- قبلان عبده قبلان حرب:اتجاهات المشاهدين نحو البرامج والخدمة الإخبارية في التلفزيون الأردني ،مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام ،جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا،عمان، 2008 .

2- نجاة بوبيدي: **عادات وأنماط مشاهدة الأولياء لبرامج التلفزيون**، رسالة ماجستير، تخصص علم الاجتماع، معهد العلوم الاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة، 1998.

3- رزيق سامية: **البرامج الاجتماعية في الفضائيات الجزائرية الخاصة برنامج ما وراء الجدران قناة النهار نموذجا** ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر،تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، جامعة العربي تبسي ، تبسه، 2015 ، 2016.

4- هبة نسرين بن يوسف:استخدامات المرأة الماكثة بالبيت لقناة الشروق بنة الفضائية، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال ،دراسة ميدانية بولاية المسيلة،2016-2017.

5- سعيدة عباس : **اتجاهات المرأة الجزائرية نحو الفضائيات الدينية** ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الدعوة والإعلام ، دراسة ميدانية بجامعة الحاج لخضر ، باتنة، 2009-2010.

نائف مطلق فهد العتيبي: **مصداقية الأخبار التلفزيونية لدى طلاب وطالبات الملك سعود دراسة مقارنة بين القنوات التلفزيونية الحكومية و الخاصة** ، دراسة مكملة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام ،السعودية،2008.

6- خلود شريط: **الصورة الذهنية للاعلام التلفزيوني الخاص قناة النهار نموذجا**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في الاعلام والاتصال ، جامعة تبسة، 2016 .

7- صالح سمية يوسفي، عبد الحفيظ أحلام: البرامج الإخبارية في الإذاعات المحلية،دراسة ميدانية لإذاعة المسيلة الجهوية ، مذكرة تخرج لنيل شهادة ليسانس في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد بوضياف ، المسيلة، 2011 ، 2012.

المواقع الالكترونية:

1- جريدة الشروق العربي، 06 أوت 2000، العدد 412، ص 11-14.

2- موقع الكتروني تمت الزيادة يوم 29 أفريل 2016 http://el-hourria.com/index.php

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة المسيلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: علوم الإعلام والاتصال **التخصص:** اتصال وعلاقات عامة

استمارة حول:

اتجاهات الجمهور إزاء مصداقية الأخبار في القنوا ت التلفزيونية الجز ائرية الخاصة

-قناة النهار نموذجا-

دراسة ميدانية على عينة من طلبة ماستر إعلام واتصال بجامعة المسيلة

من إعداد **الأستاذ:**

***شريف عبد اللطيف** **صالح بلخيري**

***حاج مبارك عبد الغني**

إن المعلومات التي ستدلي بها تصب في بحث علمي لا غير لذا يرجي منك أخي المبحوث أخذه بجدية ووضع علامة (X) في الإجابة التي تراها مناسبة

السنة الجامعية:2017/2016

البيانات الشخصية :

1-الجنس : ذكر **5** أنثي **5**

2- السن :

من 20 سنة إلى 25 **5** من 26 سنة إلى 30 **5**

أكثر من 30 سنة **5**

3-المستوي الجامعي :

ماستر1 **5** ماستر 2 **5**

4- مكان الإقامة :

المنزل **5** الحي الجامعي **5**

المحور الأو ل: اهتمام الطلبة بمشاهدة القنوا ت الفضائية الجزائرية الخاصة:

1ما مدىمشاهدتك للقنوات الفضائية الجزائرية الخاصة؟

دائما **5** أحيانا **5** نادرا **5**

2- ما هي القنوات التي تفضل مشاهدتها؟

قناة الشروق نيوز **5** قناة النهار **5** قناة الجزائرية **5**

قناة الخبر **5** قناة النهار لك **5**

قنوات أخرى أذكرها.....

3-رتب القنوات السابقة حسب معدل مشاهدتك لها؟

1-..... 2- ..... 3-.....

4-..... 5-.....

1- من بين هذه القنوات الجزائرية الخاصة قناة النهار.فما مدى متابعتك لها ؟

دائما **5** أحيانا **5** نادرا **5**

المحور الثاني: تعرض الطلبة للبرامج الإخبارية في قناة النهار":

1- كيف يكون تعرضك للبرامج الإخبارية في قناة النهار؟

عن قصد **5** صدفة **5**

2- ما هي الأيام التي تفضلها لمشاهدة البرامج الإخبارية في قناة النهار ؟

أيام الأسبوع 5 يوم العطلة 5 أيام محددة 5 أوقات الفراغ 5

3- ما معدل مشاهدتك للبرامج الإخبارية في قناة النهار ؟

ساعة 5 ساعتان 5 أكثر من ذلك 5

4- ما هي الفترة التي تتابع فيها قناة النهار ؟

الفترة الصباحية 5 الفترة المسائية 5 الفترة الليلية 5

المحور الثالث : دوافع الطلبة لمشاهدة البرامج الإخبارية في قناة النهار:

1- ما نوع البرامج التي تفضل متابعتها في قناة النهار؟

المواجيز والنشرات الإخبارية 5 البرامج الحوارية 5

البرامج المعنية بشؤون الساعة 5 التغطيات الخاصة 5

* برامج أخرى:

اذكرها.....

2- إذا كنت من المهتمين بمتابعة برامج الأخبار لقناة النهار، فما نوع الأخبار التي تحرص على متابعتها؟

الأخبار الاقتصادية 5 الأخبار الرياضية 5 الأخبار الثقافية 5

الأخبار الاجتماعية 5 الأخبار السياسية 5 الأخبار المحلية 5

أخبار أخرى أذكرها: .....

3- ما هي الأسباب التي جعلتك تقبل على مشاهدة برامج قناة النهار؟

كثافة العرض الإخباري في القناة 5 التنوع في سلسلة البرامج المعروضة 5

تناول كل ما هو جديد وأني 5 مخاطبتها لجميع فئات المجتمع 5

المصداقية والموضوعية في معالجة مختلف القضايا والأحداث 5

أسباب أخرى ذكرها .....

المحور الرابع: تقييم البرامج الإخبارية في قناة النهار؟

3-هل تلبي قناة النهار حاجاتك وانشغالات المجتمع؟

دائما 5 أحيانا 5 نادرا 5

4- أثناء متابعتك للبرامج الإخبارية في قناة النهار. هل ترى أنا عنصر الحياد الإعلامي متوفر؟

دائما 5 أحيانا 5 نادرا 5

5- ما رأيك في التغطية الإخبارية لقناة النهار؟

جيدة **5** حسنة **5** متوسطة **5** ضعيفة **5**

5- ما هو تقييمك لبرامج قناة النهار من حيث المضمون و طريقة التقديم ؟

جيدة **5** حسنة **5** متوسطة **5** ضعيفة **5**

المحور الخامس: المصداقية في قناة النهار

اتجاهات الجمهور إزاء مصداقية السياسة الإعلامية في القناة من خلال العناصر الآتية:

	أوافق	موافق بشدة	محايد	لا أوافق	لا أوافق تماما
مخاطبة برامج قناة النهار لجميع فئات المجتمع					
حجم وشمولية التغطية الإعلامية (المحلية ، الوطنية ،الدولية)					
بساطة اللغة الإعلامية المستخدمة					
المصادر المستقاة منها الأخبار					
توجد حرية إعلامية كبيرة في هذه القناة					
تقدم القناة كل ما هو أني وجديد					
قيام القناة بتكرار الأخبار					
تركز القناة بشكل أساسي على البرامج الإخبارية					
تقدم القناة برامجها الإخبارية بكل موضوعية ومصداقية					
يتمتع القائمون على الأخبار ومراسلو القناة بحرفية وخبرة كبيرة					
يمتاز المذيعون ومراسلو القناة بعنصر الإقناع والقبول					
تقوم القناة بتغطية الوقائع والأحداث مباشرة من موقع الحدث					
توفر القناة على الإمكانيات المادية واستخدامها للتقنيات الحديثة في تقديم برامجها					
الإحساس بالمسؤولية اتجاه الجمهور					
تقدم التفاصيل الكافية عن الحدث					
مراعاة التناسب الزمني بين أهمية الخبر والوقت الذي يستغرقه					
تحقق القناة السبق الصحفي أكثر من القنوات الأخرى					
الأسلوب المتميز في تناول القضايا ومناقشتها					