



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم -
كلية العلوم الإجتماعية
قسم العلوم الانسانية
شعبة علوم الإعلام والاتصال



مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: وسائل الاعلام والمجتمع
الموسومة بـ:

تجليات التضييل الإعلامي في قناة النهار
_ دراسة ميدانية على عينة من أساتذة جامعة عبد الحميد بن باديس
مستغانم-

إشراف: د. رقاد حليلة

إعداد:

• عزوز آسية

اسم الاستاذة ولقبها	الرتبة	الجامعة المنتسب اليها	صفتها
رقاد حليلة	أستاذة محاضر	جامعة مستغانم	مقررة
عيسى عبيدي نورية	أستاذة محاضر	جامعة مستغانم	رئيسة
صفاح أمال	أستاذة محاضر	جامعة مستغانم	مناقشة

باسم الله الرحمن الرحيم

قال الله تعالى

﴿أَفَتَطْمَعُونَ أَنْ يُؤْمِنُوا لَكُمْ وَقَدْ كَانَ فَرِيقٌ مِّنْهُمْ يَسْمَعُونَ كَلَامَ

اللَّهِ ثُمَّ يُحَرِّفُونَهُ مِن بَعْدِ مَا عَقَلُوهُ وَهُمْ يَعْلَمُونَ﴾ (75) سورة

البقرة

صدق الله العظيم

إِهْلَاك

"بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ"

"قل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنون"

صدق الله العظيم

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلى بطاعتك.. ولا تطيب
اللحظات إلا بذكرك.. ولا تطيب الآخرة إلا بعفوك.. ولا تطيب الجنة إلا برؤيتك

اشكر الله ﷻ

الذي وفقني و أعانني و هداني و قدرني وحماني و أنار دربي
إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة .. ونصح الأمة.. إلى نبي الرحمة ونور العالمين
"سيدنا محمد ﷺ".

إلى من كلفه الله بالهيبة والوقار .. إلى من علمني العطاء بدون انتظار .. إلى
من أحمل اسمه بكل افتخار .. أرجو من الله أن يمد في عمرك لترى ثماراً قد حان
قطافها بعد طول انتظار وستبقى كلماتك نجوم أهدي بها اليوم وفي الغد
وإلى الأبد..

أهدي هذا العمل المتواضع إلى أبي
وإلى من كان دعائها سر نجاحي وحنانها بلسم جراحي إلى أغلى الحبايب
أمي الحبيبة.

أقول لهم: أنتم وهبتموني الحياة والأمل والنشأة على بشغف الاطلاع والمعرفة
وإلى أسرتي وإخوتي جميعاً ورفقاء دربي في هذه الحياة، معكم أكون أنا ودونكم أكون
مثل لاشيء .

في نهاية مشواري أريد أن أشكركم على مواقفكم النبيلة إلى من تطلعتم لنجاحي بينظرات
الأمل ثم إلى كل من علمني حرفاً أصبح سراجاً يضيء الطريق أمامي
وإلى من علمني النجاح والصبر.

إلى زملائي وزميلاتي

أهدي هذا البحث المتواضع راجياً من المولى عز وجل أن يجد القبول
والنجاح إلى من كانوا يضيئون لي الطريق ويساندوني ويتنازلون عن حقوق

لإرضائي والعيش في هناء واطمئنان

إلى أساتذتي الكرام وكل رفقاء الدراسة

وفي الأخير أرجوا من الله تعالى أن يجعل عملي هذا نفعاً يستفيد منها

جميع الطلبة علوم الاعلام والاتصال المقبلين على التخرج. **آسية**

شكر وتقدير

"بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ"

"رَبِّ اشْرَحْ لِي صَدْرِي * وَيَسِّرْ لِي أَمْرِي * وَاخْلُفْ عَنِّي مِّن لِّسَانِي * يُفْقَهُوا قَوْلِي".

بعد رحلة بحث وجهد واجتهاد تكللت بإنجاز هذا البحث، نحمد الله عز وجل على

نعمه التي منَّ بها علينا فهو العلي القدير،

اشكر والداي الكريمان اللذان أحسنا تربيتي ووضعنا في الثقة واني كنت عند حسن

ظنكم ولم أخيبهم أبدا

أتوجه بالشكر والعرفان الكبير لكل من كانوا عائلتي الثانية

جدي رحمه الله، جدتي، أخوالي، خالاتي ولم يبخلوا علي بشيء

نتوجه بجزيل الشكر و الامتنان إلى كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد على

انجاز هذا العمل وفي تذليل ما وجهنا من صعوبات، ونخص بالذكر الأستاذة

المشرفة"الدكتورة رقاد حليلة" المتألقة والمحبوبة التي لم تبخل علينا بتوجيهاتها

ونصائحها الهميمة التي كانت عوننا لنا في إتمام هذا البحث.

ولا يفوتنا أن نشكر كل الأساتذة الذين تعاونوا معنا في هذه الدراسة

اشكر كل الأساتذة في جميع الأطوار الدراسية من الابتدائي إلى الجامعة

كما اشكر كل من قال لي كلمة لا كان سببا في تحفيزي للنجاح

آسية

الفهرس

الصفحة	المحتويات
	كلمة شكر
	الإهداء
	ملخص الدراسة
أ-ب.....	مقدمة.....

الإطار المنهجي

09 -07.....	الإشكالية.....
09.....	أسباب اختيار الموضوع.....
10-09.....	أهمية الدراسة.....
10.....	أهداف الدراسة.....
12-10.....	منهج الدراسة وأدواتها.....
22 -12.....	تحديد المفاهيم.....
23-22.....	مجتمع البحث والعينة.....
33-23.....	الدراسات السابقة.....
39-33.....	الخلفية النظرية.....

الإطار النظري

تمهيد..... 42

الفصل الأول: الرأي العام مفهومه ووسائل تكوينه

المبحث الأول: مدخل مفاهيمي للرأي العام..... 44-43

المبحث الثاني: كيف يتكون الرأي العام؟..... 46-44

المبحث الثالث: دور وسائل الاعلام في تشكل الرأي العام..... 47-46

خلاصة..... 48

تمهيد..... 50

الفصل الثاني: الرأي العام والتضليل الإعلامي

المبحث الأول: مفاهيم مشابهة لتضليل الرأي العام..... 53-50

المبحث الثاني: أساليب تضليل الرأي العام..... 57-54

المبحث الثالث: التكنولوجيات الإعلامية الحديثة ودورها في احتكار المعلومات

أو التضليل..... 59-57

خلاصة..... 60

الايطار التطبيقي

بطاقة فنية لقناة النهار..... 62-61

تحليل بيانات الاستبيان..... 116-63

119-117.....نتائج الدراسة

121-119.....الاستنتاج العام

122.....خاتمة

قائمة المراجع والمصادر

الملاحق

فهرس الجداول

- الجدول رقم 01: توزيع مفردات البحث حسب متغير السن.....63
- الجدول رقم 02: توزيع مفردات البحث حسب متغير الجنس.....64
- الجدول رقم 03: توزيع مفردات البحث حسب متغير المستوى.....65
- الجدول رقم 04: توزيع مفردات البحث حسب متغير الخبرة.....65
- الجدول رقم 05: توزيع مفردات البحث حسب متغير المشاهدة لقناة النهار بدلالة الجنس
67-66.....
- الجدول رقم 06: توزيع مفردات البحث حسب متغير المشاهدة لقناة النهار بدلالة المستوى
67-66.....
- الجدول رقم 07: توزيع مفردات البحث حسب متغير بداية المشاهدة لقناة النهار بدلالة
الجنس 68
- الجدول رقم 08: توزيع مفردات البحث حسب متغير بداية المشاهدة لقناة النهار بدلالة
المستوى 69
- الجدول رقم 09: توزيع مفردات البحث حسب أوقات المشاهدة بدلالة الجنس 70
- الجدول رقم 10: توزيع مفردات البحث حسب أوقات المشاهدة بدلالة المستوى 71-70
- الجدول رقم 11: توزيع مفردات البحث حسب متغير طبيعة البرامج المشاهدة من طرف
المبحوثين بدلالة الجنس 72
- الجدول رقم 12: توزيع مفردات البحث حسب متغير طبيعة البرامج المشاهدة من طرف
المبحوثين بدلالة المستوى 73-72

- الجدول رقم13: توزيع مفردات البحث حسب متغير سبب اختيار مشاهدة هذه القناة بدلالة الجنس.....74-75
- الجدول رقم14: توزيع مفردات البحث حسب متغير سبب اختيار مشاهدة هذه القناة بدلالة المستوى 75-76
- الجدول رقم 15: توزيع مفردات البحث حسب متغير أسباب مشاهدة أخرى لقناة النهار بدلالة الجنس.....77-78
- الجدول رقم16: توزيع مفردات البحث حسب متغير أسباب مشاهدة أخرى لقناة النهار بدلالة المستوى 78
- الجدول رقم17: توزيع مفردات البحث حسب متغير مشاركة المشاهدة لقناة النهار بدلالة الجنس 79
- الجدول رقم18: توزيع مفردات البحث حسب متغير مشاركة المشاهدة لقناة النهار بدلالة المستوى 80
- الجدول رقم 19: توزيع مفردات البحث حسب متغير درجة الاستفادة من البرامج قناة النهار بدلالة الجنس.....81
- الجدول رقم20: توزيع مفردات البحث حسب متغير درجة الاستفادة من هذه البرامج بدلالة المستوى 81
- الجدول رقم21: توزيع مفردات البحث حسب متغير تأثير هذه البرامج على المبحوثين بدلالة الجنس.....83
- الجدول رقم22: توزيع مفردات البحث حسب متغير تأثير هذه البرامج على المبحوثين بصفة ايجابية أو سلبية بدلالة المستوى.....83

- الجدول رقم 23: توزيع مفردات البحث حسب متغير تأثير البرامج على المبحوثين بصفة ايجابية أو سلبية بدلالة الجنس.....84
- الجدول رقم 24: توزيع مفردات البحث حسب متغير القوالب الصحفية المعتمدة من قبل القناة في عرض الأحداث بدلالة الجنس.....84
- الجدول رقم 25: توزيع مفردات البحث حسب متغير القوالب الصحفية المعتمدة من قبل قناة النهار في عرض الأحداث بدلالة المستوى.....85
- الجدول رقم 26: توزيع مفردات البحث حسب متغير معيار الحقيقة من حيث التغطية الإعلامية للأحداث والوقائع من قبل القناة بدلالة الجنس.....86
- الجدول رقم 27: توزيع مفردات البحث حسب متغير معيار الحقيقة من حيث التغطية الإعلامية للأحداث والوقائع من قبل القناة بدلالة المستوى.....88
- الجدول رقم 28: توزيع مفردات البحث حسب متغير صناعة أو مواكبة الأحداث من قبل قناة النهار بدلالة الجنس88-89
- الجدول رقم 29: توزيع مفردات البحث حسب متغير صناعة أو مواكبة الأحداث من قبل قناة النهار بدلالة المستوى.....90
- الجدول رقم 30: توزيع مفردات البحث حسب متغير ما إذا كانت تهدف القناة إلى التخويف والترهيب، أو الترغيب والتحييب بدلالة الجنس91
- الجدول رقم 31: توزيع مفردات البحث حسب متغير ما إذا كانت تهدف القناة إلى التخويف والترهيب، أو الترغيب والتحييب بدلالة المستوى.....92
- الجدول رقم 32: توزيع مفردات البحث حسب متغير اعتماد القناة لأخلاقيات الاعلام في تعاملها مع الصوت والصورة والموسيقى والمعلومة بدلالة الجنس.....92-93

الجدول رقم 33: توزيع مفردات البحث حسب متغير اعتماد القناة لأخلاقيات الاعلام في تعاملها مع الصوت والصورة والموسيقى والمعلومة بدلالة المستوى.....94

الجدول رقم 34: توزيع مفردات البحث حسب متغير اعتماد القناة على تحقيق الوحدة الوطنية والمحافظة على تكامل البنية الاجتماعية للمجتمع الجزائري ومقوماته الأساسية بدلالة الجنس.....94

الجدول رقم 35: توزيع مفردات البحث حسب متغير اعتماد القناة على تحقيق الوحدة الوطنية والمحافظة على تكامل البنية الاجتماعية للمجتمع الجزائري ومقوماته الأساسية بدلالة المستوى.....96

الجدول رقم 36: توزيع مفردات البحث حسب متغير التفسير الإجابة بنعم أو لا بدلالة الجنس.....96

جدول رقم 37: توزيع مفردات البحث حسب متغير التفسير الإجابة بنعم أو لا بدلالة المستوى.....97-98

الجدول رقم 38: توزيع مفردات البحث حسب متغير تسليط القناة الضوء على قضايا الشأن العام الجزائري بدلالة الجنس.....98

الجدول رقم 39: توزيع مفردات البحث حسب متغير تسليط القناة الضوء على قضايا الشأن العام الجزائري بدلالة المستوى.....100

جدول رقم 40: توزيع متغيرات البحث حسب متغير تقديم قناة النهار التزييف كحقيقة

بدلالة الجنس.....100

الجدول رقم 41: توزيع متغيرات البحث حسب متغير تقديم قناة النهار التزييف كحقيقة

- بدلالة المستوى.....101
- جدول رقم42: توزيع مفردات البحث حسب متغير مصداقية قناة النهار بدلالة الجنس.....102
- جدول رقم43: توزيع مفردات البحث حسب متغير مصداقية قناة النهار بدلالة المستوى.103
- الجدول رقم44: يمثل توزيع مفردات البحث حسب متغير قيام قناة النهار ب أحد هذه الاختيارات بدلالة الجنس.....104
- الجدول رقم45: يمثل توزيع مفردات البحث حسب متغير قيام قناة النهار بأحد هذه الاختيارات بدلالة المستوى.....105-106
- الجدول رقم46: توزيع مفردات البحث حسب متغير تقديم قناة النهار للمواطن الجزائري حقه الكامل والموضوعي حسب ما جاء به قانون الاعلام 2012 بدلالة الجنس106
- الجدول رقم47: توزيع مفردات البحث حسب متغير تقديم قناة النهار للمواطن الجزائري حقه الكامل والموضوعي حسب ما جاء به قانون الاعلام 2012 بدلالة المستوى108
- الجدول رقم 48: توزيع مفردات البحث حسب متغير درجة رضا أفراد العينة عن البرامج تعرضها التي القناة بدلالة الجنس.....108
- الجدول رقم49: توزيع مفردات البحث حسب متغير درجة رضا أفراد العينة عن البرامج تعرضها التي القناة بدلالة المستوى.....109-110
- الجدول رقم50: توزيع مفردات البحث حسب ما إذا كانت القناة تقدم على مستوى مضامينها أحد هذه المتغيرات بدلالة الجنس.....110

الجدول رقم 51: توزيع مفردات البحث حسب ما إذا كانت القناة تقدم على مستوى مضامينها
أحد هذه المتغيرات بدلالة المستوى.....111

الجدول رقم 52: توزيع مفردات البحث حسب متغير تقييم البرامج والأحداث التي تعرض من
طرف قناة النهار بدلالة الجنس.....112

الجدول رقم 53: توزيع مفردات البحث حسب متغير تقييم البرامج والأحداث التي تعرض من
طرف قناة النهار بدلالة المستوى.....115-114

ملخص الدراسة:

تطرقنا في هذه الدراسة إلى معالجة موضوع التضليل الإعلامي الذي يشكل خطورة بالغة على الرأي العام، بحيث هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن ما إذا كانت قناة النهار الجزائرية الخاصة تستخدم أساليب التضليل الإعلامي في توجيه مضامينها الإعلامية للمتلقي حيث اتبعنا المنهج الوصفي في الكشف عن العلاقة بين المتغيرات، بالاعتماد على أداة الاستبيان والتي وزعت على عينة من أساتذة تخصص علوم الاعلام والاتصال جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم ، وتوصلت الدراسة إلى النتائج المحورية الآتي ذكرها:

1-التضليل الإعلامي هو التزييف والتحريف وقلب الحقائق باعتماد مجموعة من الأساليب في التضليل الإعلامي هي التكتم التام، التكتم الجزئي، التكتم بالانتقائية وفرض الأجندة، أسلوب التهويل والتضليل، الترويج الإعلامي، خلق مصادر مختلفة للأخبار، التحليلات والمقالات الموجهة، أسلوب الإغراق بالمعلومات، أسلوب التخويف والترهيب، أسلوب الدعاية، الإشاعة، التشويش، تزييف الوعي.

2- اغلب المبحوثين يرون بأن قناة النهار تقوم بالتضليل الإعلامي على مستوى التقرير والريبورتاج والتحقيق والبورترية والأخبار.

3-الأساليب الصحفية المتبعة من طرف قناة النهار في تشكيل الرأي العام حسب ما ادلى به أفراد عينة الدراسة هي التكتم الجزئي، التكتم بالانتقائية وفرض الأجندة و الإغراق بالمعلومة والتضخيم والدعاية وتزييف الحقائق وإتباع أسلوب التخويف والترهيب .

4-قناة النهار لا تعتمد الحيادية والموضوعية في المعالجة الإعلامية للقضايا بحيث تقدم نوعا ما جزء من المصدقية كما أنها تقوم بالتضليل الإعلامي هذا من وجهة نظر عينة البحث.

الكلمات المفتاحية:

ملخص

التضليل الإعلامي، التغطية الإعلامية، القنوات الفضائية الخاصة، الرأي العام.

الإطار المنهجي

الايطار المنهجي:

1 - إشكالية الدراسة:

تشكل وسائل الإعلام، والاتصال همزة وصل بين الجمهور المتلقي، وعناصر الحدث التي تشأ في الواقع بحيث تقوم هذه الأخيرة بنقلها باختلاف أنواعها وإعلام المجتمع بما يحصل داخل وطنه وخارجه وفي العالم بأسره ما جعل المعلومات متاحة على هذه الوسائل، و التي أصبح من غير الممكن الاستغناء عنها في الاطلاع حول ما يجري من الأحداث، والوقائع التي يتعسر على الإنسان الإلمام بها بنفسه خاصة مع ظهور القرية الكونية التي نتجت عن التكنولوجيات الحديثة للاتصال، والتي أدت بدورها إلى التخمة المعلوماتية نظرا لسرعة التبادل، والتفاعل وكذلك التطور الحاصل في المجال السمعي البصري، بما في ذلك التلفزيون الذي أصبح فائق التطور من حيث المثيرات الصوتية والشاشة الرقمية وجودة الصورة التي يقال أنها تعادل مئة كلمة فما بالنا إذا كانت متحركة وعالية الجودة، فهو وسيلة جد فعالة يعتمد عليها الأفراد في نهل المعلومة في كافة المجالات السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية والتاريخية من خلال المضامين الإعلامية التي تتوافق والجمهور المشاهد في البيئة ذاتها، وتشارك في نفس الخصائص حيث تقدم بدورها خدمات عديدة ومهمة يرتكز عليها في محيطه الاجتماعي ما يجعله متتبع لها باستمرار والتي تشكل بدورها خارطة الطريق التي تفيده في تحديد مساره من خلال التوعية و النصح و الإرشاد وذلك بتعرضه للأخبار و النشرات و البرامج و الحصص الإعلامية و الأفلام والمسلسلات.

هناك نوعان من التلفزيون هما العمومي والخاص، الأول تابع للقطاع العام للدولة والثاني تابع للأشخاص، والذي ظهر بعد إقرار التعددية الحزبية التي سمحت بخصوصية قطاع الإعلام والذي أدى إلى ظهور قنوات جزائرية خاصة تعتمد على رجال الأعمال برأسمال الاستثمار و التمويل من قبل الأشخاص المعنويين خاص بها وليس من طرف الدولة، وقد نالت هذه الأخيرة اهتماما ومشاهدة من قبل المواطن الجزائري نظرا لما تنقله من أخبار وأحداث وحصص وبرامج

واقعية للمجتمع الجزائري استنادا إلى أساليب الإقناع، والتأثير من خلال الصوت والصورة وشهود وسرعة الوصول لمكان الحدث فلكل قناة إعلامية أيديولوجية وسياسة خاصة بها تعمل وفق إيطارها.

تتعدد وتختلف طرق معالجة القضايا والأحداث للمواضيع المثارة في المجتمع لكل قناة على حدا وهذا بحسب السياسة التحريرية للقناة، التي تحدد المضمون الإعلامي حيال القضايا محل الاهتمام فالمشكل هنا يكمن فيما تعرضه وسائل الإعلام الخاصة ودرجة مصداقية هذه القنوات وما توجهه للمواطن يمكن أن نعتبره حقيقة أم هو جزء من الحقيقة، أم هو تغليب جزء على جزء آخر، أم هو صناعة إعلامية بحتة ذو أهداف خفية أي إعلام مزيف لا أساس له من الصحة أو هدفه تجاري فقط تسعى فيه المؤسسة أو القناة إلى تحقيق الربح المادي بشتى الطرق والوسائل دون اخذ أي اعتبار للطبيعة السوسيوثقافية للمجتمع الجزائري المحافظ من حيث مبادئه ومقوماته الثقافية والتاريخية وكذلك الموضوعية في عرض المعلومات التي اقرها قانون الإعلام 2012 بحق المواطن في إعلام كامل وموضوعي حيث أنه في آخر المطاف هذه المادة الإعلامية هي منتجة للجمهور الجزائري، وهذا ما يوقعه في الشك حول مصداقية هذه القنوات نظرا للتناقض حول كيفية نقل وطرق المعالجة الإعلامية للمواضيع المثارة ونقلها صوتا وصورة، فبعضها تجعله مهم ويحظى بتغطية كاملة، والبعض الآخر ينحصر فقط في شكل أخبار بسيطة، وفي قناة أخرى نرى عكس ذلك. هذا ما يسمى بالتضليل الإعلامي وسياسة التعتيم بدون شك يجد المواطن الجزائري أمام متاهة من حيث المعلومات بين النفي والثبات ويوقعه في حيرة من أمره حول من يقول الحقيقة ومن هو اقرب للصدق و المصداقية وبهذا يصبح الجمهور مضللا إعلاميا هذا ما أدى بنا إلى طرح التساؤل العام المتمثل في:

هل قناة النهار الإخبارية الجزائرية تستخدم أساليب التضليل الإعلامي في توجيه مضامينها الإعلامية للمتلقي؟

حيث تتفرع عنها جملة التساؤلات الفرعية الآتي ذكرها:

- 1- ما هو التضليل الإعلامي، وما هي أهم أساليبه؟
- 2- ما هي مستويات التضليل الإعلامي في الإعلام السمعي البصري؟
- 3- ما هي الأساليب الصحفية المتبعة من طرف قناة النهار في تشكيل الرأي العام؟
- 4- هل قناة النهار تعتمد الحيادية والموضوعية في المعالجة الإعلامية للقضايا وما درجة مصداقيتها؟

3- أسباب اختيار الموضوع:

1-3 الأسباب ذاتية:

- 1- الاهتمام بمواضيع التضليل التي تمارسها وسائل الإعلام الجماهيرية.
- 2- رغبتنا الجامعة في معرفة ما إذا كانت قناة النهار تستخدم التضليل الإعلامي من عدمه.
- 3- كوننا أحد أفراد المجتمع الجزائري نعتبر أنفسنا أحد المتلقين لهذه القناة الإعلامية.

2-3 الأسباب موضوعية:

- 1- عدم وجود دراسات سابقة حول موضوع التضليل في القنوات الإعلامية الجزائرية الخاصة.
- 2- دراسة قناة النهار وما تقدمه للمواطن الجزائري ذلك أنها تحظى بنسبة المشاهدة اليومية أكثر من 6 ملايين مشاهد يوميا و12 مليون مشاهد أسبوعيا بين القنوات الأخرى.¹

¹ - الموقع الرسمي لقناة النهار - <https://www.ennahronline.com.12:02> تم التصفح بتاريخ 2018/02/27، على

3-الكشف عن الأساليب الصحفية المتبعة من طرف قناة النهار في تشكيل الرأي العام.

4- أهمية الدراسة:

1-بحكم أننا تخصص وسائل الإعلام والمجتمع يهتما ما تقدمه وسائل الإعلام للمجتمع الجزائري وخاصة قناة النهار.

2-معالجة موضوع التضليل الإعلامي الذي لم يحظى بدراسة معمقة من طرف الباحثين.

3-إثراء المكتبة في مجال التخصص ببحوث التضليل الإعلامي والرأي العام والأبحاث المتعلقة بتلفزيون قناة النهار.

4-تسليط الضوء على الأساليب التي تقوم من خلالها قناة النهار بتوجيه مضامينها الإعلامية للمتلقي.

5- أهداف الدراسة:

1-معرفة ما إذا كانت قناة النهار تعمل على تضليل المواطن الجزائري.

2-الكشف عن وجود أساليب التضليل الإعلامي على مستوى مضامينها من عدمه.

3-محاولة معرفة ما إذا كانت القناة تهدف إلى تغليب الرأي العام الجزائري بإشغاله بمواضيع على حساب مواضيع أخرى.

4-التأكد من مدى مصداقية قناة النهار الإخبارية من نظرة عينة البحث.

6- منهج الدراسة

يعرف المنهج على أنه الطريق المؤدي إلى الحقيقة في العلوم بواسطة مجموعة من القواعد العامة تهيمن على سير العقل، وتحدد عملياته حتى يصل إلى نتيجة معينة.¹

لقد اعتمدنا على المنهج الوصفي المسحي الذي يعتمد على الملاحظة بأنواعها بالإضافة إلى عمليات التصنيف والإحصاء مع بيان وتفسير تلك العمليات، ويعد المنهج الوصفي أكثر المناهج ملائمة مع الواقع الاجتماعي كسبيل لفهم ظواهره واستخلاص سماته²، و في البحث العلمي يستخدم في الإشارة إلى الجمع الشامل والدقيق للمعلومات والبيانات ذات الصلة بالظاهرة من الحيز الذي تنتمي إليه، لذا كان احد المناهج الأساسية للدراسات الوصفية الخاصة ببحث الظواهر الاجتماعية والسلوكية . لاسيما في أبحاث الإعلام والاتصال.و يكون مسحا شاملا حصريا إذ تناول جميع الوحدات المكونة للمجتمع الأصلي المبحوث وان يكون مسحا عاما عينيا إذ شمل فقط جزءا عينيا من هذا الأخير أو يكون مسحا عاما إذا قام على مسح جميع جوانب الظاهرة المدروسة.³ يمكننا في هذه الدراسة من وصف ظاهرة التضليل الإعلامي في قناة النهار الخاصة بغية الوصول إلى أسباب حدوثها وتحديدتها من خلال استطلاع آراء أساتذة مختصين في مجال الإعلام و الاتصال بجامعة مستغانم والذين يمثلون عينة المبحوثين من المجتمع الأصلي العام الأساتذة الجامعة محاولين معرفة ما إذا كانت قناة النهار تقوم بالتضليل الإعلامي للرأي العام.

7-أداة جمع المعلومات:أما بالنسبة لأدوات جمع المعلومات فقد اخترنا أداة الاستبيان التي تعتبر من الأدوات الأساسية لجمع المعلومات والبيانات مباشرة من المبحوثين في العلوم الإنسانية والاجتماعية، خاصة في علوم الإعلام والاتصال للحصول من المبحوثين كتابة على معلومات دقيقة لا يستطيع ملاحظتها بنفسه في ميدان البحث، وهذا بفضل توجيه العديد من

1-منال هلال المزاهرة.مناهج البحث الإعلامي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، الأردن، طبعة الأولى، 2014.ص94

2-عبود عبد الله العسكري.منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية،دار النмир للنشر،سورية،الطبعة الثانية مصححة مزيدة منقحة،2014.ص6

3-احمد بن مرسى.الأسس العلمية لبحوث الإعلام والاتصال، الورسم للنشر والتوزيع،الطبعة الأولى،الجزائر،2013. ص98-99

الأسئلة التي يتم صياغتها وتصميمها مسبقا فوق الاستمارة (الصحيفة/القائمة) بطريقة منظمة حول موضوع معين.

وعرفه إبراهيم البيوني غانم بأنه: "يأخذ شكل استمارة تحتوي عددا من الأسئلة المصممة بطريقة منظمة حول موضوع معين وتوجهه إلى مجموعة عينة من الأفراد ليجيبوا عنها ((عليها)) ويدونوا إجاباتهم بأنفسهم ،وقد يدون الباحث الميداني تلك الإجابات بنفسه ،مع الالتزام بنص ما يقوله المبحوث.¹

لقد ارتأينا في هذه الدراسة التي بين أيدينا إلى اعتماد الاستمارة التي نستطيع من خلالها التوصل إلى نتائج مضبوطة ووصف الظاهرة المدروسة وصفا دقيقا ومحددا من بين الأدوات البحثية الأخرى بوضع قائمة من الأسئلة وتقديمها إلى المبحوثين من أساتذة تخصص علوم الإعلام والاتصال لجامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم وذلك لتفادي الوقوع في ما يعرف بذاتية الباحث نحو الموضوع نظرا لحساسية الموضوع.

7- مفاهيم الدراسة:

7-2- التضييل الإعلامي:

أولا: لغة: التضييل الإعلامي أو المعلوماتي هو تحريف أو عملية تشويش للمعلومات أو هو عملية خداعية تضمن المزج بمهارة للمعلومات الحقيقية بمعلومات كاذبة أو مصنوعة، وهو بالنسبة لعمليات الاتصال ووسائله يعادل الهجوم المضلل الذي يشن في العمليات الحربية لصرف أنظار العدو عن الحركة الحقيقية أو ما يعني المناورة الحربية انه عبارة عن معلومات شبيهة في مظهرها الخارجي بالحقيقة تسرب أو يتم إتاحتها للجاسوسية أو لوسائل الإعلام لكي يتم خلق اتجاهات أو استثارة أفعال محببة لأهداف المضلل الإعلامي أو المعلوماتي.²

3-أحمد بن مرسي. مرجع نفسه. صص181-182

2-طارق سيد أحمد الخلفي.معجم مصطلحات الاعلام:انجليزي-عربي،دار المعرفة الجامعية،الطبعة الأولى،2008.ص105

ولم ينقل المصطلح إلى اللغة الإنجليزية إلا في الستينيات ليشير إلى التسريب المقصود للمعلومات المضللة". إما فرنسا فظهر لأول مرة في عام 1974، ودخل القاموس الفرنسي مع بداية الثمانينات من القرن الماضي ويتضمن دلالات سياسية أساسا، أي "النية المبيتة لتغليب الرأي العام وإبقائه على جهل تام بمشكل خطير، أو عدم تنويره بما فيه الكفاية حول مسائل هامة".

وعليه فإن القاموس الفرنسي يحدده على النحو التالي: "استعمال الإعلام و بالتحديد تقنيات الإعلام الجماهيري من أجل التغليب وإخفاء الوقائع أو تحريفها". في نفس الاتجاه، يحدد التضليل الإعلامي على أنه "التلاعب بالرأي العام، لأهداف سياسية بمعلومات معالجة بوسائل ملتوية. ويشير نفس الكاتب إلى أن التضليل الإعلامي يفترض ثلاثة عناصر:

أ- التلاعب بالرأي العام وإلا أصبح تسميم العقول

ب- وسائل ملتوية وإلا أصبح دعاية

ج- أهداف سياسية داخلية و خارجية، وإلا أصبح إشهارا.¹

ثانيا: اصطلاحا:

إذا كان تضليل العدو أسلوبا معروفا منذ القدم، إذا تحدث عنه الصيني في سياق " فن الحرب " ثلاثة قرون قبل الميلاد، وتم استعماله ببراعة من طرف الكسندر المقدوني وجان كز خان و اشتهر به عمر بن العاص. إلا أن مصطلح التضليل الإعلامي ظهر لأول مرة في اللغة الروسية مع بداية العشرينيات من القرن الماضي، وشاع استعماله في الاتحاد السوفيتي سابقا بعد الحرب العالمية الثانية لينعت به "الممارسات الإعلامية في البلدان الرأسمالية الهادفة إلى استبعاد الجماهير الشعبية".

¹-سعيد بومعيزة، التضليل الإعلامي وأقول السلطة، متاح بصيغة Pdf

تعرف مي العبد الله التضليل الإعلامي انه نشاط تخريبي سيكولوجي يرتكز على حرب الأفكار والمفاهيم وشكل من أشكال الدعاية والسلاح العصري السري وله أساليب مختلفة منها الكذب والخداع، والإشاعة، والتشويش، وإخفاء الحقائق، واختلاف الوقائع ممسحة ونشر الشائعات و إغراق وسائل الإعلام و الاتصال أكثر الأخبار تناقضا¹.

من جهة أخرى، يعرف أحد الباحثين التضليل الإعلامي ، على أنه : " الاستعمال المقصود للمعلومات بهدف تغليب إدراك الدريئة للواقع . كما يهدف إلى ،سواء تضليل الخصم أو التأثير على الرأي العام ،أو لجعل الدريئة تستوعب بعض المعتقدات التي كانت ترفضها من قبل ،أو تقدم الكذب كحقيقة". وعليه،فان التضليل الإعلامي يمكن أن يشير إلى محاولات مصادر،معلن عنها أو غير معلن عنها،للتلاعب بالرأي العام أو بجهات أخرى عن طريق وسائل ،وباستعمال معلومات كاذبة أو مفبركة أو مؤكرة أو ممسحة أو إخفاء معلومات حقيقية ،لتحقيق أهداف سياسية،أساسا.

في نفس السياق ،من المفيد التمييز ما بين التضليل الإعلامي و الأشكال الأخرى لتضليل الرأي العام،ولو بطريقة غير مباشرة بالرغم من الترابط والتكامل فيما بينها.على سبيل المثال،الدعاية لا تعتمد دائما على الكذب ومصادرها معروفة في غالب الأحيان،لكنها قد تستعمل التضليل الإعلامي،والإشهار يهدف إلى تحقيق أغراض تجارية وليس سياسية، إما التحيز،الذي يميز معظم محتويات وسائل الإعلام خاصة في جانبها الإخباري،لصالح جهة على حساب جهات أخرى،وربما يساهم في تغليب الرأي العام ،فينقسم إلى قسمين:

1-التحيز غير المقصود الناتج عن الأحكام المسبقة للصحفيين بسبب التنشئة الثقافية،والذي يؤدي،أساسيا،إلى ما يسمى بسوء الإعلام أو بسبب الجهل بالأمور،وليس بسبب نية مبيتة للكذب أو لإلحاق الضرر بالأخر.فعلى سبيل المثال معظم التغطيات الإخبارية ،الخاصة ببلدان

2-مي العبد الله ،عبد الكريم شين.المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال المشروع العربي لتوحيد المصطلحات.دار النهضة العربية،الطبعة الأولى،2014-1435.ص171

العالم الثالث تتسم بنوع من التشويه لجهل الصحفيين الغربيين بواقع هذه البلدان أو لتحيزهم غير المقصود .والصورة النمطية التي تقدمها وسائل الإعلام الغربية عن العرب معروفة.

2-التحيز المقصود الناتج عن النية المبيتة بسبب ميولات سياسية وإيديولوجية و الذي يساهم في تغليب الرأي العام.وبالتالي ،فهو يشترك في الهدف مع التضليل الإعلامي،إلا انه من فعل قيم الصحفيين أنفسهم وتقييماتهم،و السياسة الإخبارية للمؤسسة الإعلامية.¹

إجرائيا: هو نشر قناة النهار الجزائرية للأخبار والأحداث باعتماد أساليب التضليل الإعلامي.

7-3-القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة:

أولا:اصطلاحا:

يشير مصطلح القنوات الفضائية إلى لفظة حديثة هي في الواقع اختصار لقنوات التلفزيون الرقمية التي تبث من خلال الأقمار الصناعية.

فالقنوات الفضائية ،هي قنوات تبث عبر شبكة من الأقمار الصناعية التي تدور حول الأرض في مسارات محددة معروفة تحدد عموما بالزاوية والاتجاه على البوصلة لتحديد اتجاه التقاط كل مجموعة من القنوات الفضائية التي يتم بثها على قمر من القنوات.

فقد أدى ظهور تكنولوجيا البث المباشر عن طريق الأقمار الصناعية إلى ظهور عشرات القنوات الفضائية حيث استطاعت أقمار الاتصال المباشر التي وضعت على مدارات ثابتة فوق المحيطات الثلاثة تكون منها نظام دولي تمكن من ضمان التغطية لكل الكرة الأرضية وجعلت من التلفزيون إذاعة دولية تصل إلى الناس مباشرة من منازلهم كما ضاعفت التكنولوجيا الرقمية من القنوات المتاحة وهي في تطور مستمر من حيث النوع والتكنولوجيا المستخدمة حيث لا يكاد يمر يوم إلا وشهد فيه ميلاد قنوات فضائية جديدة وأصبح بإمكان المشاهد اليوم أن يلتقط عشرات القنوات باستخدام هوائي لا يزيد قطره عن 90 سنتمترا بحيث تعد الفضائيات من وسائل

¹-سعيد بومعيزة،المرجع سبق ذكره.متاح بصيغةpdf

الاتصال الجماهيري الفعالة، والتي أصبح له دور أساس في التأثير على حياة الناس وخاصة بعد انتشار البث الفضائي ولعل المعلومات الإخبارية هي أهم ما يبثه التلفزيون ويثير اهتمام الإنسان المعاصر.

فقد حققت وسائل الاعلام الجزائرية خطوات ملحوظة في تطورها، أخذت مؤسسة الإذاعة والتلفزيون تنوع في برامجها محاولة إبراز دور وسائل الاعلام العمومية إلى الجمهور المتعطش لمعرفة أخبار الأحداث التي تقع من حوله سواء كانت أخبار الأحداث التي تقع من حوله سواء كانت أخبار سياسية او اجتماعية او ثقافية وغيرها ليسمح قانون الاعلام الجديد رقم(12/05) الذي صدر في 12يناير2012 بظهور العديد من القنوات الفضائية الخاصة، التي أصبحت بموجب هذا القانون تقوم على تقديم وجهة نظر أخرى غير رسمية، مع أن بعض هذه القنوات¹ كانت أحيانا تقدم الإثارة بهدف التسويق، إلا أن بعضها كان يكشف الخبر التي تستر عنها الاعلام الرسمي. وقد قامت هذه القنوات الفضائية الخاصة بعرض برامج إخبارية وحوارية مع وجود كم كبير من ساعات البث المخصصة لتلك البرامج وهذا كله يساهم في زيادة الفئات المستهدفة، فمع عقليات المشاهدين واختلاف رغباتهم، يأتي هذا التنوع ليصل إلى أكبر نسبة منهم، ومن بين الايجابيات التي نجدها في هذه القنوات الفضائية أنها تكرر في أكثر من وقت المادة التي بثت في وقت الذروة مثلا يعد بثها مرتين أو ثلاث مرات في فترات مختلفة من اليوم لتصل إلى أكبر عدد من المشاهدين. كما قد استطاعت القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر أن تخلق نوعا من التوازن في تدفق المعلومات على غرار القنوات العمومية.²

ثانيا: إجرائيا: هي تلك القنوات التي تبث برامجها عبر الأقمار الصناعية للمشاهد الجزائري التابعة للأشخاص والتي تتمتع بالاستقلال المالي الخاضعة للقانون الجزائري والمتمثلة في 15قناة من بينها قناة النهار الإخبارية التي تقوم بتوجيه الرأي العام بشكل ايجابي أو سلبي.

1- عبو فوزية. المعالجة الإعلامية لقناة النهار للحملة الانتخابية لرئاسيات 2014:مقاربة في الاعلام السياسي في الجزائر. بإشراف العربي بوعمامة. جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم. صص32-33
1-عبو فوزية. المرجع سبق ذكره. صص32-33

7-4-التغطية الإعلامية:

أولاً: لغة: عملية الحصول على البيانات و التفاصيل لحدث معين و المعلومات المتعلقة به و الإحاطة بأسبابه و مكان وقوعه و أسماء المشتركين فيه وكيف وقع وغير ذلك من المعلومات التي تجعل الحدث مالكا لمقومات و العناصر التي تجعله صالحا للنشر و التغطية الصحفية نوعان تغطية تمهيدية حيث يحصل الصحفي عليها عن طريق الإحساس بحدوث الخبر أو تغطية صحفية تسجيلية التي تهتم بحدث وقع في مكان ما كتابة أو عن طريق التسجيل بالصوت و الصورة.¹

ثانياً: اصطلاحاً: تتمحور التغطية حول كل ماله صلة بالأفعال المرتكبة من فعله ماذا و بحق من، وكيف، ولماذا، وأين، ومتى. ويمكننا أن نعكس هذا الحدث ونختصره في جملة تتكون من فاعل ومسند ومفعول به و متمم وساق تجمعها في كلمة سبوك. وبالموضوعية نقصد القدرة على نقل الحدث بحيث يتداول بين الأشخاص بسهولة ودقة وعلى نمو قابل لإعادة الإنتاج مما يمكن صحفيون آخرون من تغطية نفس الحدث على نفس الشكل بمعنى الحدث لم مجرد توهم شخصي.²

و يوجد عدة أنواع للتغطية الصحفية وهي:

وهذا حسب اتجاه المضمون أو توقيت حدوثها كما تمر بعدة مراحل فمن حيث اتجاه المضمون فهناك:

¹ -محمد منير حجاب. الموسوعة الإعلامية. المجلد الرابع. دار الفجر للنشر والتوزيع. ص 732
² -يوهان غالتو، جاك لينش. التغطية الإعلامية للنزاعات التوجهات الجديدة لإعلام السلم، تعريب رشيد زياني الشريف. معهد القهار شبكة ترانساند مؤسسة قرطبة، 2010. صص 200، متاح على الموقع بصيغة PDF، تم التصفح بتاريخ 2018/02/29، على الساعة 15:03،
، <https://www.books4arab.com/201507/pdf92.html>، 201،

- التغطية المحايدة التي يقوم فيها الصحفي بتقديم الحقائق فقط فيعرض القصص الإخبارية بموضوعية من خلال الحقائق والمعلومات الأساسية المتعلقة بالموضوع دون تدخل بالرأي أو إعطاء خلفيات.

- التغطية التفسيرية للخبر كخدمة للقراء من ليس لديهم وقت كاف للبحث بأنفسهم.

-التغطية المتحيزة أو الملونة التي تركز على جوانب معينة من الخبر فتحذف بعض الوقائع وتبالغ في أخرى مما قد يشوه الخبر

أما من حيث توقيت حدود التغطية:

- التغطية التمهيدية حينما يقوم الصحفي بتغطية تفاصيل حدث متوقع ورصد وقائعه قبل أن تحدث.

-وهناك التغطية التقريرية أو التسجيلية التي تتم بعد وقوع الحدث.

-هناك تغطية المتابعة وهي تعالج نتائج أو تطورات جديدة في أحداث أو وقائع سابقة.¹

-إن أي تغطية صحيحة ناجحة لحدث ما هي التي تبدأ بمحاولة الوصول إلى البيانات والمعلومات التي تجيب على الأسئلة الست التالية:

1-ماذا حدث؟

2-من هو الشخص أو الشخصيات التي اشتركت في هذا الحدث ؟

3-أين وقع هذا الحدث؟

4-متى وقع هذا الحدث؟

5-لماذا وقع هذا الحدث؟

6- كيف وقع هذا الحدث؟¹

إن الخطوة الأولى في التغطية الإخبارية لأي حدث عالمي يتمثل في ضرورة تحديد موقف الوسيلة الإعلامية منه، ولكن هذا الأمر يجب إن يتم بشكل لا يتناقض مع الأهمية الذاتية للحدث ولا مع موقف الجمهور وتوقعاته واحتياجاته من الحدث فضلا عن القيم التي يحملها هذا الحدث و يتفق الصحفيون على مجموعة من المعايير يتمكنون منها على غريبة بعض الوقائع التي توجد في المجتمع غاضين النظر في بعض الوقائع الأخرى التي تبقى دون متابعة واهم هذه المعايير والاعتبارات هي الآنية أو الجدة والواقعية والموضوعية والأمانة والدقة والأهمية والقرب والصراع والغرابة والطرافة، إن هذه المعايير لا تتعدى في اغلب الأحيان مرتبة إعلان مبادئ يصعب التحقق منها. وترافق هذه المعايير والاعتبارات مجموعة من الضوابط أو شروط النجاح مثل:

1 وجوب الفصل بين الرأي و الخبر .

2-أهمية التزام القائم بالتغطية بالحياد إزاء أطراف الصراع.

3-الحرص على تعدد المصادر وتوازنها في حالة تناقض الروايات واختلاف المواقف.

4-التأكيد على وجوب التحقق من صحة الأخبار قبل الإسراع ببيئها.²

ثالثا: إجراءات:

عملية جمع الأخبار من طرف الطاقم الصحفي لقناة النهار بهدف الحصول على المعلومات والوقائع والإلمام بحدث معين من خلال تحديد إطاره الزمني والمكاني والعناصر المشاركة فيه

¹ -محمد منير حجاب. الموسوعة الإعلامية. المرجع سبق ذكره. ص733

1-عرفات مفتاح معيوف. معايير التغطية الإخبارية في القنوات التلفزيونية. المجلد 17، العدد1، البلقاء للبحوث والدراسات، 2014، ليبيا. متاح على الموقع بصيغة pdf. [http:// albalqajournal.ammanu.edu.jo/pdfs/17/1101001045.pdf](http://albalqajournal.ammanu.edu.jo/pdfs/17/1101001045.pdf)، تم التصفح بتاريخ 2018/02/29، على الساعة 10:11

باعتقاد الموضوعية أو الذاتية أو تقديم خدمة عامة للمجتمع الجزائري عن طريق الصوت والصورة.

7-5-الرأي العام:

أولاً: لغة: وهو مصطلح وضع له الباحثين النظريين في علم الاجتماع و الباحثين في علم السياسة وعلماء النفس الاجتماعي تعارف كثير منها

هو ظاهرة اجتماعية وسياسية فالرأي العام يتكون داخل المجتمع ويؤثر ويتأثر بالنظام السياسي الذي يسود المجتمع ويأخذ أشكال التعبير عنه والعوامل التي تشكله من طبيعة المجتمع الذي يتكون فيه وهو كظاهرة لهذه ملازم لنشوء الدولة و السلطة السياسية فنجد أن الاهتمام بالرأي العام قد كان ملازماً لكل الأنظمة السياسية التي شاهدها الأرض بغض النظر عن طبيعتها¹، ويقول بعض الباحثين أن المقصود بالعام هو الجماعة التي تشترك في الرأي والعام هو ليس بخاص أي انه إلا يرتبط بالفردية بل الوحدة العامة الكلية، كان تقول المسؤولية العامة القضايا العامة والعام أيضا هو المشترك أي الصدفة الغالبة والخاصية المشتركة بين المجموعة كقول صفة الشهامة هي الصفة الغالبة على العرب والعام هو المعلى والمعروف بين الناس.²

ثانياً: اصطلاحاً:

هو مجموعة مركبة من أفضل الآراء التي يعبر بها غالبية الأفراد في مجموعة جماهيرية ما في مجتمع ما عن مسألة معينة يهتمون بها بعد مناقشتها الفترة المناسبة وربما يكون لهذا الرأي تأثير معين. والرأي العام هو جماع الآراء التي هي مواقف يتخذها الأفراد إزاء مسألة أو قضية متنازع عليها قابلة للجدال.

وهو الحكم الذي تصل إليه الجماعات في قضية ما ذات اعتبار ما وهو ذلك الرأي الذي ينتج عن المؤثرات وردود الأفعال المتبادلة بين أفراد أية مجموعة كبيرة من الناس، وينتج عن

¹ - محمد جمال الفار. معجم المصطلحات الإعلامية. دار أسامة للنشر والتوزيع، الطبعة 2014، صص 6-7

² - محمد جمال الفار. مرجع سبق ذكره. صص 6-7

المؤثرات وردود الأفعال المتبادلة بين أفراد أية مجموعة كبيرة من الناس والرأي العام هو وعي أغلبية الجمهور في زمان ومكان محددين بقضية أو أكثر تكون موضع خلاف ونقاش عام وصراع لأنها تمس المصالح المادية أو الثقافية¹.

ويرى الدكتور مختار التهامي الذي يرى أن الرأي العام هو الرأي السائد بين أغلبية الشعب الواعية في فترة معينة بالنسبة لقضية أو أكثر يحتدم فيها الجدل والنقاش وتمس مصالح هذه الأغلبية أو قيمها الإنسانية مسا مباشرا.

ويرى هاريمان الرأي العام انه الرؤى أو الاتجاهات التي تشترك فيها الغالبية العظمى من الأفراد التي يمكن التوصل إليها عن طريق استطلاعات الرأي العام و استخدام عينات ممثلة.في ما عرفه من مصر عبد القادر حاتم على إن الرأي العام هو الحكم الذي تصل إليه الجماعة إزاء قضية معينة وينتج عن هذا الرأي المؤثرات وردود الأفعال المتبادلة بين أفراد الجماعة أو جماعة كبيرة وانه يتشكل من خلال عناصر متداخلة متفاعلة²

فيما بينها هي الناس والموروث الثقافي و الأحداث و القيم والمعتقدات والروح القومية والعادات والاتجاهات والمعرفة والأسرة والدين والأساطير والزعامة وتوصل إلى أن هناك عناصر جامدة تشكل الرأي العام وهي الموروث الثقافي ويدخل فيها القيم والمعتقدات والأعراف بينما العناصر الديناميكية تحتوي على الرغبة في التغيير فتدخل فيها الرغبات والطموحات والاحتجاجات والاعتراضات.³

ثالثا: إجرائيا:

هو مجموعة من الأفكار والتوجهات التي تتكون في المجتمع الجزائري،من خلال ما تبثه قناة النهار الإخبارية الجزائرية من مضامين وبهدف تشكيل مواقف للأفراد اتجاه قضية محل النقاش.

1-صابر حارص. إشكاليات الاعلام في التأثير على الرأي العام.العربي للنشر والتوزيع.القاهرة، الطبعة الاولى،2007،ص14
1-منذر صالح جاسم الزبيري. دور وسائل الاعلام في صنع القرار السياسي،دار الحامد للنشر والتوزيع،الأردن. الطبعة الأولى،2013م-2014 هـ.ص147
2- منذر صالح جاسم الزبيري. المرجع سبق ذكره.ص147

8- مجتمع البحث:

إن القصد بمجتمع البحث كما ذكر الباحثون هو جميع المفردات ذات العلاقة بالمشكلة المدروسة فمجتمع بحثنا الكلي هم أساتذة كلية العلوم الإنسانية تخصص علوم الإعلام والاتصال لجامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم

9- العينة: ولقد اعتمدنا في هذه الدراسة على العينة القصدية الغير احتمالية التي تمكننا من الوصول إلى المبحوث بصفة مباشرة، كما أشار الباحثون إلى هذا النوع من العينات تحت أسماء عديدة. مثل العين الغرضية أو العينة العمدية أو العينة النمطية. وهي تلك العينات الناتجة عن استخدام الأسلوب القصدي في اختيار مفرداتها بتدخل الباحث للقيام بذلك ،دون ترك المجال لعاملي الصدفة أو الانتظام.¹ وتمثلت عينة دراستنا بمجموع قيمته (27) أستاذ من مجتمع البحث الكلي (35) أستاذ بجامعة عبد الحميد بن باديس لولاية مستغانم تخصص وسائل الإعلام والاتصال لمعرفة آرائهم حول موضوع التضليل الإعلامي في قناة النهار وجوده من عدمه.

10- الدراسات السابقة:

تعرف الدراسات السابقة في البحث العلمي تحت عدة مسميات. مثل أدبيات البحث أو التراث العلمي أو الدراسات المرتبطة.²

الدراسة الأولى:

عبو فوزية ، مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال ،المعالجة الإعلامية لقناة النهار للحملة الانتخابية لرئاسيات 2014م مقارنة في الإعلام السياسي في الجزائر¹،2016/2017

3-أحمد بن مرسي.الأسس العلمية لبحوث الاعلام والاتصال،الورسم للنشر والتوزيع،الجزائر،الطبعة الأولى،2013.ص16

1-أحمد بن مرسي.الأسس العلمية لبحوث الاعلام والاتصال،الورسم للنشر والتوزيع،الطبعة الأولى،2013،الجزائر.ص84

(أ)- الإشكالية: هدفت الباحثة من خلال هذه الدراسة إلى معرفة كيف عالجت قناة النهار الإخبارية الحملة الانتخابية لرئاسيات الجزائر لسنة 2014م، وما هي اتجاهات الطابة علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية بجامعة مستغانم حول المعالجة الإعلامية لقناة النهار.

(ب)- تساؤلات الدراسة:

- ما ابرز المواضيع التي ركزت عليها قناة النهار خلال تخطيطها للحملة الانتخابية بالجزائر لعام 2014؟

- هل التزمت قناة النهار بمعيار الحيادية في معالجتها لموضوع الحملة الإعلامية المعرضون للعهددة الرابعة، المؤيدون للعهددة الرابعة؟

- ما مصادر المواد الإخبارية لتغطية قناة النهار الإخبارية للحملة الانتخابية 2014؟

- ما طبيعة الصور المرفقة لتغطية النهار للانتخابات الرئاسية بالجزائر 2014 ؟

- ما أسباب الإقناع التي استعملتها قناة النهار أثناء تغطيتها للحملة الانتخابية لرئاسيات 2014؟

(ج)- تساؤلات الدراسة الميدانية:

- ما هي عادات وأنماط مشاهدة طلبة علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية بجامعة مستغانم لقناة النهار؟

- ما مدى اعتماد طلبة علوم الإعلام و الاتصال والعلوم السياسية بجامعة مستغانم على قناة النهار كمصدر للمعلومات في الحملة الانتخابية 2014؟

2-عبو فوزية. المعالجة الإعلامية لقناة النهار الحملة الانتخابية لرئاسيات 2014م:مقاربة في الاعلام السياسي في الجزائر، بإشراف العربي بوعمامة، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، الجزائر. 2016-2017.

-إلى أي مدى ساهمت قناة النهار في خلق تطورات وأفكار سياسية أثناء تغطيتها للحملة الانتخابية في 2014م؟

(د)-المنهج:المنهج الذي اعتمدت عليها الباحثة هو منهج المسحي الوصفي وذلك لتوصيف الظاهرة وصفا دقيقا من حيث استطلاع عينة الدراسة ،كما أنها اعتمدت في جمع البيانات على أداة تحليل المضمون (و الاستمارة) .تمثلت عينة الدراسة في مجموع نشرات الأخبار التي تتحصر من 23مارس الى 13افريل 2014م في قناة النهار.طلبة كلية العلوم السياسية بسلامندر وعلوم الإعلام والاتصال جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم.

(و)-نتائج الدراسة:

تمثلت في أن 48,93% من أفراد العين اجمعوا على أن تغطية قناة النهار للحملة الانتخابية كانت مكثفة فيما أجاب 41,48% أن التغطية كانت متوسطة .و 53,19% من أفراد العينة يرون أن قناة النهار للحملة الانتخابية كانت جيدة إلى حد ما فيما أشار بعضهم إلى أن التغطية كانت جيدة بنسبة 32,97% و 64,89% من أفراد العينة يرون أن قناة النهار إلى حد ما كان لها اطلاع بالقضايا المطروحة أثناء الحملة الانتخاب فيما أجاب 21,63%بالمئة بنعم.

57,08% يرون أن المسؤول عن تحديد القضايا المطروحة أثناء الحملة الانتخابية 2014م هي السلطة فيما أشار 33.33% أن رئيس التحرير هو من يحددها و 64.89% من أفراد العينة يرون أن قناة النهار لم تلتزم بالحياد أثناء تغطيتها لبرامج المرشحين.كما كشفت الدراسة أن 53,19% من المتابعين لقناة النهار أثناء الحملة الانتخابية يرون أن القناة كانت تراعي ترتيب أولويات القضايا المطروحة .

83,68% من أفراد العينة يوافقوا على أن قناة النهار استعملت أساليب الإقناع عاطفية وأشار 14,53% أنها استعملت أساليب إقناع حسية.

79,43 بالمئة من أفراد العينة يرون أن المرشح عبد العزيز بوتفليقة كانت له تغطية مكثفة أثناء عرضه لخطاباته و برنامجه الانتخابي ، يليه المرشح علي بن فليس بنسبة 10,99 بالمئة.

تعقيب على الدراسة:

1-نقاط التشابه:تمثلت في أن هذه الدراسة أنها عالجت نفس القناة التي نحن بصدد معالجتها(قناة النهار الجزائرية)،وكلانا اعتمد على نفس المنهج الوصفي ،وكلانا تمحورت دراسته في نفس المجال الجغرافي جامعة مستغانم وانه كلانا عالج التغطية الإعلامية لقناة النهار من خلال الأحداث والقضايا،و كلانا اعتمد على عينة الدراسة من نفس التخصص علوم الإعلام والاتصال.

2-تكمّن نقاط الاختلاف أن هذه الدراسة اعتمدت على عينة من الطلبة ونحن اعتمدنا على عينة من أساتذة نفس التخصص علوم الإعلام والاتصال من نفس الجامعة.

-أفادتنا هذه الدراسة في أنها أعطتنا اندفاعا ايجابيا من خلال اعتمادها كلبنة أولى أسسنا عليها هذا العمل البحثي من حيث النتائج التي توصلت إليها وذلك أن قناة النهار لم تلتزم الحيادية والموضوعية في تغطيتها الإعلامية من خلال تغطيتها لبرامج المرشحين لرئاسيات 2014م وان

أفراد العينة يوافقون على أن قناة النهار استعملت أساليب الإقناع عاطفية وحسية للتأثير على الرأي العام الجزائري.

الدراسة الثانية: سمير رحمانى، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال، صورة إسرائيل بعد حربها الأخيرة على لبنان لدى الجزائريين، دراسة ميدانية لجمهور طلبة علوم الاعلام والاتصال من جويلية-أوت 2006،¹ 2007-2008

(أ)-الإشكالية:

إن العصر الحالي الذي يعيشه اليوم وما يتميز به من مختلف الوسائل التكنولوجية الحديثة يمثل تطورا إعلاميا ضخما بالدرجة الأولى فأصبح الاعلام هو المسيطر على مختلف الميادين الحياة العصرية، ويعتبر المجال العسكري أحد أهم الميادين التي دخلها الاعلام بقوة من بين الحروب التي دخلها القطاع حرب إسرائيل على لبنان في جويلية 2006 وبالتالي كان استخدام الاعلام من الطرفين واضحا وبشكل ضخم، وحتى المتلقي الجزائري عاش خلال هذه الفترة حرب الصور والأفكار من خلال وسائل الاعلام وللكشف عن ما تم بناؤه من صور خلال وبعد الحرب قام بوضع التساؤلات التالية:

(ب)-كيف أصبحت صورة إسرائيل بعد حربها الأخيرة على لبنان 2006؟ وماهي أسباب تغيير هذه الصورة؟

1- سمير رحمانى. صورة إسرائيل بعد حربها الأخيرة على لبنان لدى الجزائريين جويلية-أوت 2006: دراسة ميدانية لجمهور طلبة العلوم السياسية وعلوم الاعلام والاتصال بجامعة محمد خيضر بسكرة، إشراف الطاهر اجنيم، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر. 2007-2008 م، متاح بصيغة pdf

(ج)-المنهج:اعتمد الباحث على منهج المسح بالعينة.

(د)-أداة جمع البيانات:اعتمد على أداة الاستبيان من خلال وضع أسئلة استمارة وتقديمها للطلبة.

(و)-العينة:العينة الغرضية متجه نحو الطلبة بقسمي العلوم السياسية والعلاقات الدولية وقسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة محمد خيضر بسكرة.

(هـ)-النتائج :وقد توصل الباحث من خلال نتائج الدراسة أنها أوسع مما افترضه في البداية عن أن صورة إسرائيل تغيرت لدى العرب فقط بل تغيرت لدى العالم كله في نظر أفراد العينة من حيث التغيير في صورة إسرائيل لدى العرب والمسلمين،والعالم جاءت نتائج الدراسة نظرا إلى تداعيات الحرب بعد ذلك وظهور إسرائيل بمظهر ضعيف،عززه قول الرئيس الإسرائيلي "شمعون بيريز"أثناء الحرب"لقد وقف العالم معنا أثناء الحرب لأننا كنا ضعفاء..."وكانت النتائج بنسبة أقل تنشير إلى إن الصورة تغيرت لدى المسلمين فقط وذلك بالنظر إلى الخلفية الدينية واثر المعتقد في توجيه الصراع.

التعقيب على الدراسة:

1-نقاط التشابه :تكمن في انه كلانا اعتمد نفس المنهج ونوع العينة وأداة جمع البيانات وكذلك عالج الصورة الذهنية التي تشكلت لدى الطلبة ونحن نريد معالجة موضوع التضليل الإعلامي للرأي العام من خلال الصور التي تعرضها قناة النهار الإخبارية من خلال آراء الأساتذة لتخصص علوم الاعلام والاتصال ،بحيث كلانا عالج نفس الوسيلة الإعلامية التلفزيون.

2-نقاط الاختلاف:في هذه الدراسة نحن قمنا باستطلاع آراء أساتذة تخصص علوم الاعلام والاتصال والباحث قام باستطلاع آراء طلبة من نفس التخصص وكذلك و كذلك تخصص العلوم السياسية،كما اختلفت معنا من حيث المجال الجغرافي فهذه الدراسة كانت في ولاية بسكرة بجامعة محمد خيضر للموسم الجامعي2007-2008 ونحن في ولاية مستغانم بجامعة عبد الحميد بن باديس.

-أفادتنا هذه الدراسة أنها أزلت لنا الغبار والغموض حول الدعاية التي تعتبر أسلوب من أساليب التضليل الإعلامي وهذا من خلال الايطار النظري لدراستنا.

الدراسة الثالثة:فرحات مهدي، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير بعنوان دور الصحافة المكتوبة في الجزائر في تكوين الرأي العام في الجزائر جريدة الشروق اليومي أنموذجا¹ لسنة الجامعية2009-2010

(أ)-الإشكالية:

إن الحرية النسبية الممنوحة للصحافة المكتوبة في الجزائر أضفت عليها نوعا من المصادقية وهذا يمكن لنا تبريره بالإقبال الجماهيري الكبير على هذه الصحف اليومية التي تتميز بتعدد مشاربها وإيديولوجياتها ومنه ارتفاع قدرتها الاقناعية للرأي العام الجزائري الذي أصبح يعيش على إيقاع هذه الصحف فما هي الأساليب الصحفية المنتهجة من طرف جريدة الشروق اليومي في تكوين الرأي العام الجزائري إزاء التعديل الدستوري2008م

(ب)-التساؤلات:

1-فرحات مهدي. دور الصحافة المكتوبة في تكوين الرأي العام في الجزائر:جريدة الشروق اليومي نموذجا،بإشراف عبد الإله عبد القادر،المدرسة الدكتورالية للعلوم الاجتماعية والإنسانية جامعة وهران.2009-2010متاح بصيغة pdf

- ما هي دوافع جريدة الشروق اليومي في تغطيتها للتعديل الدستوري 2008؟

- ما طبيعة الخطاب المتداول الذي تبنته جريدة الشروق اليومي حيال موضوع التعديل الدستوري 2008 وما هي اتجاهاتها؟

- هل تمكنت جريدة الشروق اليومي من التأثير على القارئ الجزائري؟

- هل هناك ازدواجية في الخطاب الإعلامي لجريدة الشروق اليومي؟

(ج) - المنهج المعتمد: في هذه الدراسة هو منهج تحليل المضمون الذي يركز على اللغة كأداة تفسر لنا توجهات القائمين على الخطاب الإعلامي، بحيث اعتمد على أداة تحليل المضمون في جمع وتحليل البيانات.

د- عينة البحث هي العينة القصدية التي تمثلت في اختيار 18 مقالا من جريدة الشروق اليومي وتمتد الفترة من قبل إلى ما بعد المصادقة على التعديل.

(و) - نتائج الدراسة:

تمثلت النتائج في أن موقع المادة الإعلامية وتمركزها وتكرارها في الجريدة له الأثر البالغ في التأثير على المتلقي وتكوين اتجاهاته

كما توصل الباحث إلى أن طريقة وأسلوب معالجة جريدة الشروق اليومي لموضوع التعديل الدستوري من حيث حجم التغطية الإعلامية التي لم تتجاوز العشرين مقالا خاصا بهذا التعديل ومن بينها افتتاحيتان فقط والتي اعتبرها الباحث دليل على عدم إعطاء جريدة الشروق اليومي الأهمية الكاملة لموضوع الدراسة من حجم التغطية الإعلامية.

وأما بخصوص نوعية التغطية ومضمونها فكانت جل المقالات مخصصة لرجال السلطة ونشاطاتهم وتصريحاتهم الموالية للتعديل الدستوري وعدم فتح المجال الكافي للأصوات المعارضة لهذا المشروع.

-تأثير جريدة الشروق اليومي على القارئ الجزائري ومنه لا يمكننا حصر هذا التأثير في إثارة عواطف القارئ على غرار ما حصل مع بعض القضايا كمقابلات الجزائر-مصر وإنما حاول إبراز التأثير من نوع آخر والذي يعتمد على تطبيع بعض القضايا المصيرية من خلال خطة إعلامية شبه تعميمية، هذا ما استخلصه من خلال تناول جريدة الشروق قيدت إيديولوجيا من طرف جهات سياسية حاكمة في تناولها لمشروع التعديل الدستوري 2008 بغية التأثير أو تنويم الرأي العام الجزائري إزاء هذا المشروع يتضح أن هناك بعض التناقض بين ما هو كائن وبين ما هو متداول.

التعقيب على الدراسة

1-نقاط التشابه: كلانا عالج موضوع الرأي العام الجزائري من خلال وسائل الإعلام الجزائرية، وكلانا اعتمد على العينة القصدية.

2-نقاط الاختلاف: اختلفت معنا من حيث العينة التي تمثلت في 18 مقالا من جريدة الشروق اليومي ونحن اعتمدنا على استطلاع آراء أساتذة كما اختلف معنا من حيث نموذج الذي تم إسقاط عليه الدراسة حيث اعتمد على جريدة الشروق اليومي (الصحافة المكتوبة) ونحن تلفزيون قناة النهار الخاصة (الصحافة السمعية البصرية)، ومن حيث المجال الجغرافي كانت هذه الدراسة بالمدرسة الدكتورالية للعلوم الاجتماعية والإنسانية-وهران، ونحن أقمنا دراستنا في جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، وكذلك من حيث أداة وجمع وتحليل البيانات بحيث اعتمد على أداة تحليل المضمون ونحن اعتمدنا على أداة الاستبيان ومنهج الوصفي المسحي وهو تحليل المضمون.

-أفادتنا هذه الدراسة من خلال إبراز الباحث الضغوطات التي تمارسها السلطة على الصحافة تجبرها على اعتماد السياسة الشبه تعميمية، وكذلك من حيث عوامل تكوين الرأي العام التي استفدنا منها في الإطار النظري.

الدراسة الرابعة: رضا عيد حمودة أكحيل، الشائعات في المواقع الإخبارية الأردنية وتأثيرها في نشر الأخبار من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين¹، 2015

(أ)-الإشكالية:

تعد الشائعة من أقدم ظواهر الوسائل الإعلامية في التاريخ حيث كانت وسيلة تأجيج الفتن والحروب، وهي إحدى عوامل تشكيل وتوجيه الرأي العام وفي وقتنا الحالي ومع تطور وسائل الاعلام الحديثة وظهور وسائل التواصل الاجتماعي، فالشائعة تصل اليوم إلى الملايين خلال دقائق ومن خلال ملاحظة الباحثة من كثرة الإشاعات والترويج لها في المواقع الإخبارية، تحدد مشكلة الدراسة بالسؤال التالي:

(ب)-مامدى تأثير الشائعات في نشر الأخبار في المواقع الإخبارية الأردنية من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين؟ ومعرفة مدى إدراك للصحفيين الأردنيين للشائعات من حيث المفهوم والأهداف والأخطار، ومدى اعتمادهم على الشائعات في عملية نشر الأخبار ومعرفة هل هناك فروق فردية ذات دلالة إحصائية للصحفيين الأردنيين ف درجة الشائعات تعزى للمتغيرات الديمغرافية(العمر،الجنس،المؤهل العلمي،والخبرة،والمنصب الوظيفي).

(ج)-المنهج والأداة:استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي وذلك لأن هذا المنهج بالنسبة لها مناسب للجانب الميداني من هذه الدراسة وذلك لاستطلاع آراء الصحفيين نحو الشائعات وتأثيرها في نشر الأخبار، وذلك من خلال تصميم استبانته(استمارة الاستبيان)والمقابلة المقننة.

(د)-العينة:اعتمدت الباحثة على العينة العشوائية البسيطة من المجتمع الكلي الصحفيين الأردنيين.

1- رضا عيد حمودة أكحيل. الشائعات في المواقع الإخبارية الأردنية وتأثيرها في نشر الأخبار من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين، جامعة الشرق الأوسط، 2015، متاح على الموقع https://meu.edu.jo/libraryTheses/586374d4ebe8a_1.pdf بصيغة PDF

(و)-توصلت إلى النتائج التالية: أن هناك من الصحفيين الأردنيين تأثير دال إحصائياً للشائعات في نشر الأخبار من وجهة نظر الصحفيين من خلال درجة تعاملهم مع الشائعات في نشر الأخبار، وهذا يدل على أن هناك بعض المواقع تقوم بنشر الأخبار دون التثبت من عدم صحتها. وهذا ما سيؤثر على مصداقية هذه المواقع على المدى البعيد متجاهلة كل المعايير الأخلاقية والمهنية التي يجب أن يلتزم بها كل صحفي حقيقي بالإضافة إلى تجاهلها حق المواطن في الحصول على الحقيقة من خلال وسائل الاعلام.

التعقيب على الدراسة:

1-نقاط التشابه: تكمن في إن هذه الدراسة عالجت احد جوانب الدراسة من خلال الإشاعة التي تعتبر إحدى أساليب او أنواع التضليل الإعلامي للرأي العام، وكلانا اعتمد على اداة الاستبيان في جمع البيانات.

2-نقاط الاختلاف: اختلفت معنا أنها عالجت موضوع الشائعات في المواقع الإخبارية الأردنية وتأثيرها في نشر الأخبار من وجهة نظر الصحفيين الأردنيين ونحن نريد معالجة هذا الموضوع من خلال تلفزيون قناة النهار الجزائرية الخاصة، وكذلك المجال الزمكاني هذه الدراسة كانت في الأردن بتاريخ ونحن في الجزائر للموسم الجامعي 2017-2018، كم اختلفت معنا من حيث العينة حيث نحن عالجتنا الأساتذة تخصص علوم الاعلام والاتصال مستغانم-الجزائر، والباحثة عالجت الصحفيين الأردنيين.

-أفادتنا هذه الدراسة من خلال الايطار النظري من حيث مفهوم الإشاعة وأنها قدمت لنا فكرة أخرى عن أحد أساليب التضليل الإعلامي التي تقوم بها وسائل الاعلام.

10-الخلفية النظرية:نظرية الأطر الإعلامية:

تعرف النظرية على أنها مجموعة من القضايا المترابطة ارتباطا منطقيًا لتفسير ظاهرة ما، ليست من كماليات البحث العلمي بقدر ما هي ضرورة ملحة للباحث الاجتماعي¹ تكمن أهميتها بشكل رئيس في كونها مسألة أساسية في العلم، بل أن البحث الاجتماعي الذي لا يستند إلى نظرية هو نوع من العبث ومضيعة للوقت إذ يتفق كثير من العلماء والدارسين على أن النظرية تمثل "تفسير لظاهرة معينة خلال نسق فكري استنباطي شرط أن يكون متسقاً".

يعتبر باتر سون أول من استخدم مصطلح الأطر في الفترة بين عامي 1955-1972م وفي عام 1974 قدم قوفمان صياغته لنظرية تحليل الأطر وفي عام 1989م أوضح للحاجة إلى قياس البروز النسبي للأطر في المحتوى الإعلامي، وينظر باحثون آخرون إلى نظرية الأطر باعتبارها المستوى الثاني لوضع الأجندة هو التركيز على انتقال بروز السمات من الأجندة وسائل الإعلام إلى أجندة الجمهور.

تعد نظرية الأطر الإعلامية واحدة من الروافد في دراسات الاتصال حيث تسمح للباحث بقياس المحتوى الضمني للرسائل الإعلامية التي تعكسها وسائل الدور ووسائل الإعلام وتقدم هذه النظرية تفسيراً منظماً لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات حيال القضايا البارزة وعلاقة ذلك باستجابات الجمهور المعرفية والوجدانية لتلك القضايا البارزة.²

10-1- فروض نظرية الأطر الإعلامية:

1- تفترض النظرية أن:

(أ)- الأحداث لا تتطوي في حد ذاتها على مغزى إنما تكتسب مغزاهما من خلال وضعها في إطار يحددها وينظمها ويضفي عليها قدراً من الاتساق من خلال التركيز على جوانب الموضوع وإغفال أخرى.

¹-A. MAURIK ,initiation pratique a la méthodologie des sciences humaines ,casabah ,Alger,1997 ,p,22

²-طارق سيد احمد الخليلي، معجم المصطلحات الاعلام: انجليزي-عربي، دار المعرفة الجامعية ،الطبعة الأولى، 2008، ص134

(ب)-تركز وسائل الإعلام في رسائلها على جوانب بعينها في القضية دون غيرها من الجوانب، مما يؤدي بدوره إلى وجود معايير مختلفة يستخدمها أفراد الجمهور عندما يفكرون في القضية ويشكلون آراءهم بشأنها.

ومن خلال هذه الافتراضات نفترض أن:

(أ)-قناة النهار الإخبارية لا تنقل الأحداث كما هي في الواقع بل تضي عليها صبغتها الخاصة من خلال السياسة التحريرية للقناة وتوجهها الإيديولوجي وبذلك تقوم بالتضليل الإعلامي للأحداث بالتركيز على جانب من الحدث أو القضية وإغفال جانب آخر.

(ب)-تركز قناة النهار في رسائلها الإعلامية على جزء من القضية دون غيرها من الأجزاء الأخرى، فالجمهور المتلقي الجزائري يقوم باستحضار بعض المعايير تكمن أساسا في مستوى التعلم، الثقافة، الوضع الاقتصادي للأفراد، القيم والأخلاق، الدين، التوجه السياسي عندما يفكرون في هذه القضية ويشكلون رأيهم حيالها تبعا لهذه الرسائل مما يؤدي إلى تشكل رأي عام مضلل من قبل قناة النهار.

10-2-عوامل تؤثر في بناء الأطر:

هناك خمسة عوامل داخلية وخارجية تؤثر في كيفية تأطير الصحفيين لموضوع معين :

-العادات والتقاليد الاجتماعية.

-القيود وضغوطات المؤسسة أو التنظيمية.

-جماعات الضغط والمصالح.

-القيود الروتينية.

-الاتجاهات الأيديولوجية والسياسية للصحفيين.¹

10-3-آليات الأطر:

-الانتقاء: وفيها يقوم القائم بالاتصال بانتقاء بعض العناصر والمعلومات والصور المرئية التي يراها جديرة بالتركيز عليها من وجهة نظره.

-البروز والتلميح: وهي أن تشغل القضية النصيب الأكبر من المصادر الإعلامية المتاحة على الساحة العامة، وتكون هي القضية المسيطرة، ويمكن ملاحظتها وإضفاء المعنى عليها كي يسهل على الجمهور تذكرها.

-التلميحات الاجتماعية: يعتمد تشكيل الأطر الإعلامية للرسائل والنصوص على الرموز والمعاني السائدة والتلميحات الاجتماعية التي تستخدمها وسائل الاعلام لنشر الأفكار والآراء المستهدفة وتعزيزها.

-الاستبعاد: وتعني إغفال معلومات معينة قد تؤثر على تفسير الجمهور للأحداث، وذلك من خلال: تجاهل أخبار معينة أو حجب بعض المصادر من الوصول إلى المؤسسة الإعلامية أو إغفال بعض التفسيرات التي توضح سبب الحدث وكيفية حدوثه.

-التكرار: ويعني تكرار وعرض بعض الكلمات والصور والتأثير في وعي الجمهور تجاه أحداث معينة.

-نبرة التغطية الإعلامية: والتي تحدد طبيعة التغطية الإعلامية وميول ومواقف الوسيلة الإعلامية تجاه المحتوى الإعلامي.

10-4-أنواع الأطر الإعلامية:

-إطار الصراع: وهو الذي يركز على عدم الاتفاق بين الأفراد والأطراف.

¹-حامد ربيع. أبحاث في نظرية الاتصال والتفاعل السلوكي، القاهرة، مكتبة القاهرة الحديثة، الطبعة الثانية، 2002، صص 97

-إطار المصلحة الإنسانية: ويركز على الجوانب والخصائص الإنسانية للجمهور.

-إطار المسؤولية: وفيه يتم إلقاء اللوم على شخص أو مؤسسة في مشكلة ما.¹

-إطار العائد الاقتصادي: ويركز على النتائج الاقتصادية والمادية والايجابية.

كما قدم العلماء عدة أنواع للأطر الإعلامية المرتبطة غالباً بتغطية الاعلام للأخبار من ذلك:

-الإطار المحدد بقضية: حيث يتم التركيز على قضية أو حدث جوانبه واضحة عند الجمهور لأنه حدث مرتبط بوقائع ملموسة عندئذ يركز الإطار على المدخل الشخصي أو تقديم عناصر الحدث وتداعياته(مثل أنفلونزا الطيور الحدث انتشار مظاهر الإصابة نصائح إجراءات سلوكية وطبية أدوار وقرارات المسؤولين قصص إخبارية عن الإصابات أو صناعة سلعة ما التي تضررت ، البدائل المتاحة عند الحكومة و الشعب)

-الإطار العام: يرى الأحداث في سياق عام مجرد يقدم تفسيرات عامة للوقائع يربطها بالمعايير الثقافية والسياسية وقد تكون ثقيلة على نفسية المتلقي من الناحية المهنية إلا أنها هامة لفهم المشكلات وتقديم الحلول والإقناع على المدى البعيد (فحادث انتحار الرجل الذي عجز عن دفع رسوم الجامعة لأولاده يعالج في إطار: البطالة أو الفقر الذي يهدد المجتمع ، غياب التضامن الاجتماعي ، مجانية التعليم التي ذهبت مع الريح، يدفع الآباء حياتهم ثمناً لأولادهم وهكذا)

-إطار الإستراتيجية: يرى الأحداث في سياقها الاستراتيجي المؤثر على أمن الدولة القومي، يتلاءم هذا الإطار مع الأحداث السياسية والعسكرية ويركز على قيم مثل:

- مبدأ الفوز والخسارة والتقدم والتأخر والنهضة أو الانهيار

- لغة الحروب والصراعات والتنافس الوطني والدولي

- مبدأ النفوذ والقوة ومصادره وأشخاصه ومظاهره

¹ - حامد ربيع. المرجع سبق ذكره. ص 97

- تقديم الانجازات الضخمة أو الإخفاقات والانتقادات الكبرى هذا المعنى برز في أعقاب فوز دولة ما بكأس مسابقة رياضية

-إطار الاهتمامات الإنسانية: يرى الأحداث في سياق تأثيراتها الإنسانية و العاطفية العامة، تصاغ الرسائل في قوالب وقصص درامية ذات نزعة عاطفية مؤثرة(الاستشهادية التي¹ فجرت نفسها في جيش الاحتلال الصهيوني يتم تطيرها في سياق إنساني يدور حول: قصة² قرار الاستشهاد لحظة وداعها لأمها، اللحظات الأخيرة في وداعها لخطيبها ، الفتاة التي صارت نموذجا لأطفال العرب وهكذا)

- إطار النتائج الاقتصادية: يضع هذا الإطار الوقائع في سياق النتائج الاقتصادية التي نتجت عن الأحداث' يشير للتأثير المتوقع أو القائم على الأفراد والدول والمؤسسات القائمون بالاتصال يستخدمون الناتج المادي لجعل الرسالة الإعلامية أكثر فاعلية على الناس وأكثر ارتباطا بمصالحهم(بيع إحدى شركات القطاع العام تتأطر في: علاج الخسائر المادية الحالية' تشغيل رأس المال الفردي' إيجاد فرص عمل جديدة للشباب وهكذا)

-إطار المسؤولية: يضع القائم بالاتصال الرسالة للإجابة عن السؤال "من المسئول عن؟" الأفراد والمؤسسات والدولة معنيون بمعرفة المسئول عن الحدث وتحديدته في شخص أو مؤسسة أو قانون أو سلوك أو حكومة محددة(إنتاج أغنية هابطة قد يؤطر فيك، من المسئول عن هذا الإسفاف؟ هل يتحكم المنتجون في إفساد الذوق العربي ؟ أين دور الدولة والقانون في حمايتنا من مثل هذا الإنتاج)

- إطار الصراع: تقدم الأحداث في إطار تنافسي صراعي حاد قد تتجاهل الرسائل الإعلامية عناصر هامة في سبيل إبراز سياق الصراع، تبرز الفساد وعدم الثقة في المسئولين، ترى الأشخاص قبل أن ترى الأحداث وترصد المصالح قبل أن ترصد الأهداف وتقيس الرسالة غالبا

¹-حامد ربيع. المرجع سبق ذكره.صص97-98

²-حامد ربيع. المرجع سبق ذكره.صص97-98

بمقياس الخاسر والرابح والمنتصر والمهزوم وهو بعد يبالغ الصحفيون والمذيعون كثيرا في جعله إطارا للأحداث (اعتذار أحد مرشحي الحزب عن خوض الانتخابات قد يُوَطر في سياق: صراع خطير داخل الحزب، تنافس بين الحرس القديم والجديد، التيار الإصلاحى يهزم القدامى)

-إطار المبادئ الأخلاقية: عرض الوقائع في السياق الأخلاقي والقيمي للمجتمع، يخاطب المعتقدات والمبادئ الراسخة عند المتلقي، القائم بالاتصال يرد الحدث ردا مباشرا لوعاء المجتمع الأخلاقي، قد يستشهد بالاقتباسات والأدلة الدينية التي تدعم سوقه للوقائع أو بالمصادر والجماعات المرجعية التي تؤكد هذا الإطار (مظاهرة طلاب الجامعة الإسلامية ضد الرسوم الكاريكاتيرية المسيئة للنبي ﷺ قد يضعها الإعلاميون في إطار: حماية الشباب المشروعة للدفاع عن دين المجتمع، دور فلسطين التاريخي يبرر هذا الموقف الوطني، النصوص الدينية تدفع الأفراد للدفاع عن رسول الله.¹

¹ -حامد ربيع. مرجع سبق ذكره. ص98

الايطار النظري

تمهيد

من خلال هذا الفصل حاولنا التطرق إلى أهم مفاهيم الرأي العام التي تعددت واختلف المنظرين والمفكرين حولها، وباعتباره عنصر مهم الذي يبرز من خلال الرسائل التي توجهها وسائل الاعلام بحيث تطرقنا إلى كيفية تكوينه، ودور وسائل الاعلام وتأثيرها في تشكل الرأي العام تبعا لمل تعرضه هذه الأخيرة من مواضيع وقضايا تثير الرأي العام.

1- الفصل الأول: الرأي العام مفهومه ووسائل تكوينه

1-1-1-المبحث الأول:مدخل مفاهيمي للرأي العام

لقد ظهرت تعريفات كثيرة للرأي العام في إطار النموذج وأبرزها ما قدمه تشارلز كولي من أن الرأي العام ليس مجرد حاصل جمع الآراء الفردية لكنه عملية تنظيم الإنتاج الاشتراك في الاتصال والتأثير المتبادل¹.

وكما عرفه **جولدنسون** هو ذلك الاتجاه نحو قضية ما او مجموعة من القضايا تهتم مجتمعا معينا.

ويعرفه **ليونارد دوب** هو ميول الناس اتجاه قضية معينة عندما يكونون رأيهم العام عن طريق النقاش ،فالرأي العام عنده ناتج عن ضرب الآراء الفردية بعضها ببعض ،أي حصيلة الآراء الفردية المشتركة والتي تشكل رأي الجماعة .

وعرفه **جيمس برايس** هو مجموعة من الآراء التي يدين بها الناس إزاء القضايا والموضوعات التي تهتم جماعات وتؤثر فيها .

ويعرفه **بلومر** إن كثير من التفاعل الذي يتكون من خلاله الرأي العام يحدث نتيجة للتقارب آراء الجماعة وأوضاعها.

ويعرفه كذلك **فريدريك فيرزان** الرأي العام لا يمثل الاتفاق الكامل بين الأفراد أو بين العدد الأكبر من المواطنين ،بل يفرض عدد قليل من المتحدثين (قادة الرأي) مواقفهم على الأغلبية أو على الرأي العام².

1-منذر الزبيري.دور وسائل الاعلام في صنع القرار السياسي ،دار الحامد ،عمان،2013.ص147
2-عزام أبو الحمام،الاعلام والمجتمع،دار أسامة للنشر والتوزيع،نبلاء ناشرون وموزعون،عمان-الأردن
2015.صص139-141

ويعرفه "سمير أمين" على أنه خلاصة آراء مجموعة من الناس أو الرأي الغالب، أو الاعتقادات السائدة أو جماع الآراء أو الاتفاق الجماعي لدى غالبية فئات الشعب، أو الجمهور اتجاه أمر ما أو ظاهرة، أو موضوع أو قضية من القضايا قد تكون اجتماعية اقتصادية أو سياسية كما قد تكون ذات طابع محلي أو قومي أو إقليمي أو دولي. ويثور حولها الجدل... وان هذا الإجماع له قوة وتأثير على القضية أو الموضوع الذي يتعلق به.³

أما الدكتور إبراهيم يعرف الرأي العام باعتباره الفكرة السائدة بين جمهور من الناس، تربطهم مصلحة مشتركة إزاء موقف أو مسألة من المسائل العامة التي تثير اهتمامهم أو تتعلق بمصلحة من المصالح المشتركة بينهم.⁴

من خلال عرض هذه المفاهيم نلاحظ بأن الرأي العام نال اهتمام كبير من قبل المفكرين الأجانب والعرب، فمنهم من أرجعه إلى المصلحة الفردية المشتركة، في حين رأى البعض الآخر أنه يتشكل بفعل القضايا التي تهم مجتمع معين نتيجة لتأثير والتأثر فيما ذهب آخرون على أنه ناتج عن طريق النقاش.

1-2-المبحث الثاني: كيفية تكوين الرأي العام.

يعني تكوين الرأي العام قيام وجهة نظر المجتمع واتجاه مشترك حول مسألة تهمة ويتم اتخاذ هذا الموقف عقب مناقشة أوجه النظر في الأمر، وتؤدي عوامل كثيرة ومتنوعة ومتشابكة دوراً هاماً في تكوين الرأي العام، هذه العوامل تتفاعل مع بعضها البعض بمعنى أن كل منها يؤثر في الآخر ويتأثر به وأهم هذه العوامل البيئية التي تنشأ فيها، فالمجتمع الذي يتكون فيه الرأي العام يتكون من مجموعة من الأفراد لكل منهم رأي.⁵

³-عزام أبو الحمام، المرجع سبق ذكره.ص141

⁴-منذر الزبيري، المرجع سبق ذكره.ص148

⁵-منذر الزبيري، نفسه.ص153

هذه الآراء في النهاية تكوين ما نسميه بالرأي العام فالفرد يتكون رأيه متأثر بالبيئة التي ينشأ فيها فهو ينظر إلى الأشياء كما يحددها له المجتمع الذي يعيش فيه الفرد ،الفرد الذي تربي في بيئة متفرقة له نظرة في الأمور غير ذلك الذي تربي في بيئة فقيرة فمن الخطأ أننا نتصور الإنسان فرد منعزلا عن المجتمع إذ انه يتأثر بالآخرين فضلا عن أن الإنسان طبع بذاته،لأنه كائن اجتماعي لا يتصور أن يعيش خارج كيان المجتمع ولا يستطيع أن يعيش بعيدا عن الظروف الاجتماعية ونجد أن للوراثة دور في تكوين رأى الفرد الذي هو نواة الرأي العام للنواحي الجسمية تأثير في عقلية الفرد وأفكاره ،فقد أثبتت الدراسات العلمية أن لفصيلة الدم وصفات القلوية والحمضية وإفرازات الغدد الصماء والصفات الجسمية الأخرى تأثير كبير في تكوين رأى وشخصية كل فرد من أفراد المجتمع وهناك أيضا عوامل نفسية إلى جانب ذلك قد تكون وراثية كالخوف أو حب الاستطلاع أو السيطرة فهذه العوامل النفسية المتوازنة قد تدفع الفرد إلى نوع من التفكير أو التصرف أو إصدار الأحكام والقرارات ،فهي تبدو واضحة في تصرفات الفرد من غير إن يقصد هذا أو بطريقة عضوية لا شعورية.

ومن العوامل المكونة للرأي العام أيضا الحضارة والمؤثرات الحضارية الثقافية،كما قد يكون للكوارث والأحداث والأزمات تأثير كبير في تكوين الرأي العام فالفرد يتأثر منذ نعومة أظافره بالأفكار والعادات والتقاليد التي توارثها المجتمع على مر العصور وكل العوامل التي سبق ذكرها تلعب دورا هاما في تكوين الرأي العام وتختلف عن العوامل المحسوسة أو الصناعية في المجتمع كالصحف والراديو والتلفزيون والسينما والمسرح والكتب والمنشورات وغيرها من وسائل الاتصال.⁶ تعد تنمية الاتفاق الجماعي في الرأي بالمجتمع ابرز دور للوسيلة الاتصالية، فالتعرض للمعلومات من زاوية على حساب زاوية أخرى يؤدي إلى إنشاء رأي عام موحد لدى القراء او المتتبعين ولو بنسب مختلفة ويتم هذا التوجيه و التحكم بالمادة الاتصالية من خلال ما يمكن تسميته "صناعة الرأي العام " أو "تشكيل اتجاهات الجماهير"

⁶-منذر الزبيري ، مرجع سبق ذكره. ص153-154

أو "صناعة الفكر والإقناع" ونشأ في هذا الايطار نوع من الصراع الثقافي والإعلامي من اجل السيطرة على القوى التي تشكل المعتقدات وتنفي الاتجاهات وتبلور الآراء، سواء أكانت فردية أو جماعية ،فالاتصال يمتلك سلطة لم يسبق لها مثيل في تاريخ الإنسانية ،والتي أصبحت تعتمد على قواعد منهجية ودراسات أكاديمية، بهدف الوصول الى توجيهه او تكوينه او حتى فبركة لهذا الرأي العام.⁷

1-3المبحث الثالث: دور وسائل الاعلام في تشكيل الرأي العام

يرى فاروق يوسف أحمد أن الرأي العام يتكون وفق خمس مراحل هي:

1-مرحلة إدراك المشكلة،وفي هذه المرحلة تمثل وسائل الاعلام الجماهيري دورا هاما في إثارة الاهتمام بالمشكلة .

2-مرحلة المناقشة الاستطلاعية وتعدد الآراء، حيث تظهر وجهات النظر المختلفة في تصور المشكلة وحلولها وربطها بالمجتمع الذي تثار فيه.

3-مرحلة الصراع، من عملية المناقشة يبدأ الصراع بالأفراد وينتهي بالقوى الاجتماعية القائمة فيصبح صراعا فئويا أو طبقيًا.

4-مرحلة التبلور والتركيز ،تؤدي عملية الصراع إلى وضوح الأبعاد والمفاهيم فتبدأ وجهات النظر في الالتقاء والتقارب على الأقل بالنسبة إلى بعض نقاط معينة .

5-مرحلة الرضا والاتفاق والانقضاء، مع استبعاد الآراء المتطرفة و الوصول إلى الحلول الوسط بالنسبة إلى بعض النقاط.فيصبح هناك رأي معين يجوز رضا الأغلبية وقبولها.⁸

7-فرحات مهدي.دور الصحافة المكتوبة في تكوين الرأي العام في الجزائر، جريدة الشروق اليومي نموذجاً، بإشراف عبد الإله عبد القادر، المدرسة الدكتورالبيبة للعلوم الاجتماعية والإنسانية جامعة وهران 2009-2010متاح بصيغة pdf

8-منذر الزبير، نفسه.صص158-160

كما تؤثر وسائل الاعلام على الرأي العام بحيث تلعب دورا متميزا في حياة المجتمعات خاصة بعد التطورات التكنولوجية الهامة والبت الفضائي عبر الحدود، الذي يعطي بشكل أو آخر اطلاع عامة المجتمعات على ما يجري من أحداث بغية الوصول إلى أهداف القائم بالرسائل الاتصالية. وأصبح الاعلام المرجع الرئيس لتتوير الفكري واتخاذ المواقف إزاء الأعمال المختلفة العسكرية والثقافية والتكنولوجية لحشد آراء الشارع الإنساني للرأي العام، ففي 9 نوفمبر 1977، زار الرئيس المصري أنور السادات القدس واشتهرت هذه الزيارة إعلاميا بمبادرة أولى للسلام، بمثابة أول زيارة رسمية معلنة يقوم بها رئيس عربي إلى إسرائيل في وقت كانت الدول العربية في حالة حرب مع إسرائيل، ونظرا لأهمية الزيارة فقد استحوذت على اهتمام وسائل الاعلام المحلية على ذلك، والتي كانت تخضع لسيطرة الدولة بصورة مباشرة على النتائج الايجابية فقط وربطت بين الزيارة في وقت أن الزيارة تمت عندما كان النظام الحربي في مصر يقوم على تعددية شكلية فنقول أن الزيارة أثارت اهتمام الرأي العام المصري وأحدثت جدلا ونقاشا واسعين لم تعكسه وسائل الاعلام.⁹

⁹-منذر الزبيري، المرجع سبق ذكره.ص157

خلاصة

نستخلص من خلال هذا الفصل أن الرأي العام هو مجموع الآراء الفردية التي تشترك في مصلحة واحدة، وفي مجموعة اجتماعية واحدة حول موضوع معين عن طريق النقاش وضرب الآراء الفردية بعضها ببعض، أو هو موقف الأغلبية حول القضية التي تكون ذات طابع محلي، أو قومي، أو إقليمي، أو دولي والتي يثور حولها الجدل بحيث يتكون من خلال عدة عوامل متنوعة، تتفاعل مع بعضها البعض في المجتمع فالفرد يتأثر بالبيئة التي ينشأ فيها وينظر للأشياء كما يحدده له المجتمع الذي يعيش فيه بحيث أنه يؤثر ويتأثر به، وكذلك الصفات الوراثية والجسمية التي تؤثر في عقلية الفرد وأفكاره، والعوامل النفسية مثل حب الاستطلاع أو الخوف التي يمكن أن تدفع الفرد إلى نوع من التفكير أو التصرف بطريقة لا شعورية، وأيضا المؤثرات الحضارية الثقافية والكوارث والأزمات، كل هذه العوامل هي عوامل محسوسة غير صناعية مثل وسائل الاعلام التي تنقل الرسائل للأفراد من خلال إدراكهم بالمشاكل والاهتمام بها، ثم تناقشها بحث تتعدد الآراء وتختلف حول هذه المشكلة أو القضية من خلال وجهات النظر المختلفة في التصور للمشكلة والحل، تليها مرحلة الصراع لكل فرد تنتهي بآراء القوى الاجتماعية والتبلور والتركيز من حيث هذه الوجهات إلى الخلوص إلى اتفاق وحل وسط، بحيث تؤثر وسائل الاعلام على الرأي العام من خلال إثارة القضية أو المشكلة واطلاع عامة المجتمعات على ما يجري من أحداث بغية تحقيق أهداف القائم بالاتصال.

تمهيد

من خلال هذا الفصل حاولنا التطرق إلى المفاهيم المشابهة والمتداخلة والمتشابكة مع مفهوم التضليل الإعلامي الذي يقع على المشاهد ، بفعل التزييف والتلاعب بالحقائق وأساليب التضليل الإعلامي التي تمارس من قبل وسائل الاعلام، التي تبرز من خلال المعالجة للقضايا والأحداث التي تثار من قبل هذه الوسائل، وكذلك التكنولوجيات الإعلامية التي لها دور في احتكار المعلومات والتضليل الإعلامي.

2-الفصل الثاني :التضليل الإعلامي

2-1-المبحث الأول: مفاهيم مشابهة لتضليل الرأي العام

أولاً: الوعي الزائف: إن ماركس غالبا ما يسمي الإيديولوجية وعيا زائفاً. وبتحدث كذلك عنها على أنها تتشكل تبعا "للظروف الاجتماعية" أو "للوجود الاجتماعي"

بيد أنه لم يكن يفكر فيما يبدو على أنها وعي زائف لكونها تتشكل على هذا النحو، ولأنه كان يرى-في بعض الأحيان-أن الوعي بصفة عامة وليس الوعي الزائف وحسب، يتشكل تبعا للوجود الاجتماعي. ولا شك في أن مايعنيه "بالوعي" يختلف باختلاف السياق، ويبدو انه يستخدم هذه اللفظة أحيانا في أوسع ما يمكن من معانيها لتغطي كل الألفاظ والمعتقدات.¹⁰

ثانيا: الدعاية: إن الدعاية هي فن إقناع الآخرين بان يسلكوا في حياتهم سلوكا معيناً ما كانوا ليسلكوه بدونه والدعاية تنقسم إلى شقين رئيسيين: شق ايجابي وشق سلبي... فالشق الإيجابي هو أن يكون هدف رجل الدعاية إحداث تغيير في سلوك الموجه إليه، السلبي فهدفه الحيلولة دون وقوع تغيير ما متوقع الحدوث مالم توجه هذه الحملة، أما الباحث ليونارد دوب فيعرف الدعاية على أنها هي المحاولة المنظمة التي يقوم بهاو أفراد او فرد ذو مصلحة لضبط مواقف مجموعات من الأفراد باستخدام الإيحاء وبالتالي ضبط أفعالهم.

الدعاية و الاعلام: تأتي الدعاية لتلتقي بظلالها على المشهد الإعلامي في العالم لكن الدراسات التي تناولتها، لا تدرس ها بشكل أساسي، على الرغم من أن الدعاية هي مجموعة من التقنيات التي تستخدم الاعلام وليس الاعلام يوظفها .

تتلخص الدعاية في العملية التي تهدف إلى ممارسة ضغط على الرأي العام ليتبنى أفكارا معينة ويدافع عنها فيما بعد... ويمكن أن تكون هذه الأفكار سياسية، دينية، اجتماعية...

10-إسماعيل علي سعيد. الدعاية والرأي العام دراسة في الاتصال الإنساني ،دار المعرفة الجامعية،كلية الآداب جامعة

الإسكندرية، 2004.ص92

وتحرص صياغة الأفكار الدعائية على تبني التأكيد في الرسالة المراد تبليغها، وتحمل صيغة التأكيد في ثناياها عنصرا قويا يؤثر على الرأي العام، لان الدر من الصيغ المشككة او التي توحى بذلك لاتحضى بنفس الإقناع ...

يمكن أن تكون المادة الدعائية متلفزة، أو مكتوبة (مقالات في الجرائد، أو مذاعة في الراديو أو مبنوثة في الانترنت ...) (إن الاعلام يستخدم من طرف الدعاية وليس العكس ... وكثيرا من الدراسات تصفها بالحرب الإعلامية ... ولكنها في الحقيقة حرب دعائية.¹¹

لقد كانت حرب 1967 بين إسرائيل والعرب المرتكز الأساس حديثا للدعاية الصهيونية في بناء صورة كان الزعماء اليهود طالما حلموا بها وهي صورة تظهر الجيش الإسرائيلي بمظهر القوة التي لا تقهر عكس الجيوش العربية فبعدها عملت إسرائيل على بناء صورة عالمية لها تظهر الشعب اليهودي في صورة المضطهد في كل مكان، أثارت من خلالها مشاعر الغرب وشفقتهم عليها، هذا بداية، ولكن بالنسبة للعالم العربي كانت القوة هي أساس الصورة التي كانت لابد لزعماء الصهاينة أن يبرزوها، رغبة في كبح جناح الثورة والمقاومة لدى العرب.¹²

غسيل المخ: هو جهد مخطط أو مدبر لتغيير الاتجاهات من خلال استخدام مدى واسع من التكنيكات، ويشير ذلك بصورة دقيقة إلى استبعاد أو إزالة المعتقدات السياسية ومحاولة استبدالها بالمعتقدات السياسية للجماعة أو الحزب، أو الحركة، أو الشعب المسؤول عن عملية غسيل المخ. وهناك كلمة مشابهة، وهي تلقين الأفكار أو المبادئ ويعتقد بأن عملية

¹¹- احمد زايد. منظرو الاعلام الجديد: بين الاعلام والاتصال والدعاية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، الجزائر، د ت. ص 33

¹²- سمير رحمانى. صورة إسرائيل بعد حربها الأخيرة على لبنان لدى الجزائريين جويلية -أوت 2006: دراسة ميدانية لجمهور طلبة العلوم السياسية وعلوم الاعلام والاتصال بجامعة محمد خيضر بسكرة، بإشراف طاهر اجنيم، جامعة منتوري قسنطينة 2007-2008 pdfمتاح بصيغة

غسيل المخ تحدث بطريقة أكثر فاعلية حين يكون الشخص منعزلاً وحين تكون المعالجة مركزة وعندما يحفز تعاونه من خلال نظام المكافآت والعقوبات¹³.

الإشاعة: أخبار غير مطابقة للصحة، تشاع بين الناس على مدى واسع ليتفاعلوا معها، وإما بغرض قياس رجحان الصدى حيال قضية بعينها، وهي طريقة لجس نبض الشارع تلجا إليها الأنظمة قبل إخراج القوانين إلى حيز الوجود والإشاعة تقنية من التقنيات التي تستخدمها الدعاية بشكل عام.¹⁴

والشائعة هي ترويج لخبر مختلف لا أساس له من الواقع أو تعمد المبالغة والتهويل أو التشويه في سرد خبر فيه جانب ضئيل من الحقيقة، أو إضافة معلومة كاذبة أو مشوهة لخبر معظمه صحيح أو تفسير خبر صحيح والتعليق عليه بأسلوب مغاير للواقع والحقيقة، وذلك بهدف التأثير النفسي في الرأي العام المحلي أو الإقليمي أو العالمي أو القومي تحقيقاً لأهداف سياسية أو اقتصادية أو عسكرية على نطاق دولة واحدة أو عدة دول أو على نطاق العامي باجمعه.¹⁵

إخفاء الحقائق: هو وصف لمرحلة من مراحل الدعاية التي تعتمد على إظهار جانب من الصورة وتعظيمها وعلى إخفاء الجانب الأخر، إخفاء الحقائق ليس مصطلحاً وإنما لغة واصفة لعملية تتعلق بتقنية ممارسة الدعاية على مجال الواسع.¹⁶

13- طارق سيد احمد الخليفي، معجم مصطلحات الاعلام، انجليزي -عربي، دار المعرفة الجامعية، الطبعة الأولى، 2008، ص54

14- احمد زايد، المرجع نفسه، ص33

15- رضا عيد حمودة أكحيل، الشائعات في المواقع الإخبارية الأردنية وتأثيرها في نشر الأخبار، جامعة الشرق الأوسط، 2015، متاح على الموقع

https://meu.edu.jo/libraryTheses/586374d4ebe8a_1.pdf بصيغة، PDF

16- احمد زايد، المرجع سبق ذكره، ص56

التشويش: هو وصف لعملية تضليلية تبتغي شغل جهاز الاستقبال عند الجمهور، شغله عن الأخبار الرئيسية بأخبار بسيطة لا تحمل صحة في مصادرها ويهدف التشويش إلى شغل الرأي العام عن الحقائق والقضايا الكبرى بقضايا أخرى، ويبتغي المشوش من ورائها الوصول إلى نتائج ايجابية او تفويت الفرصة على الجمهور ليتفاعل مع الأخبار التي لا تخدم مصلحته.¹⁷

2-2 المبحث الثاني: أساليب التضليل الإعلامي للرأي العام

تتعدد وتتنوع أساليب التضليل الإعلامي للرأي العام فمن بينها:

1- أسلوب التكتم التام:

وكان مثل هذا الأسلوب كثير الاستخدام وناجعا من قبل ثورة الاتصال والمعلومات، وكان بإمكان التكتم على أحداث كبيرة كزيارات الشخصيات المهمة او كبعض الحوادث المهمة التي تجري هنا وهناك في الداخل والخارج، او حتى الكتم على خلافات حادة وصراعات تعصف بالمؤسسات الرسمية وغيرها من خلال منع طباعة الصحف او منع توزيعها او من خلال الاتصال بغرف تحرير الأخبار في الإذاعات والتلفزيونات وتحذيره من نشر الأخبار وحيث كان من الممكن حماية الفضاءات والحدود من البث او النشر القادم من الخارج عبر الرقابة من مختلف أشكالها الفنية والإدارية وفي هذه الحالة تعمل السلطات إلى منع نشر بعض الأنباء او المواد الإعلامية والثقافية وتمنع وسائل الاعلام المحلية من نشرها أيضا حتى لو حاولت ذلك وكان مثل هذا الأسلوب معروفا في الأنظمة الشمولية كنظام الاتحاد السوفيتي السابق وبعض الدول العربية ونظام طالبان في أفغانستان والاحتلال الإسرائيلي تتعلق بالصحف العربية الصادرة هناك وبعض القضايا التي تصنف في دائرة الأمن والسرية.

¹⁷-احمد زايد، المرجع نفسه، ص33

ومن خلال هذا الأسلوب استطاعت الكثير من الأنظمة الحاكمة تجنب غضب الجماهير او الأحزاب المعارضة او حتى الدول الأخرى المعادية مثل ما تقضي قوانين بعض الدول بمنع نشر أي وثائق تصنف بأنها بالغة السرية قبل مضي اربعين عاما او يزيد على هذه الوثائق.¹⁸

2-أسلوب التكتم الجزئي:

يكون هذا الأسلوب في الحالات التي يتضمن فيها الخبر أو الواقعة جوانب ايجابية من وجهة نظر السياسي او الإعلامي ،فان هذه العناصر والجوانب تأخذ طريقها إلى النشر وربما الإشادة والتضخيم يجري مثل هذا التكتيك في حالات كثيرة منها نشر معاهدات واتفاقيات سياسية او غيرها في حين يجري التكتم على ملاحق وبروتوكولات تصنف "بالسرية" لتجنب ردود الأفعال والتداعيات السلبية للخبر،تكنم خطورة في أن الأخبار والتحليلات اليومية،المحلية منها والوطنية تخضع لهذا التكتيك ،فإذا ما تخيلنا حجم المواد السياسية التي يجري نشرها او بثها وفق رؤيا أحادية ،فانه أيضا يمكن تخيل أو توقع الأثر البالغ الذي يمكن أن يقع على وعي الجماهير عبر سنوات من البث او النشر ،وكيف يمكن أن يؤدي ذلك إلى تشويه الوعي العام.¹⁹

3-الأسلوب الانتقائي"فرض الأجندة": يتيح هذا الأسلوب للوسيلة الإعلامية فرض ترتيبها الخاص للمواد الإعلامية ،وكثيرا ما تكنم الأهمية في تلك المواد التي تتحاشى وسائل الاعلام نقلها .لذلك نجد مثل هذا الأسلوب أكثر شيوعا في وسائل الاعلام العربية ،إذ تحاول الكثير من تلك الوسائل إشغال الناس من خلال معالجة هموم حقيقية لهم غالبا ما تنحصر في المسائل الخدمية والصحية كمشاكل المجاري والمياه والطعام والتعليم ،لكنها في المقابل

¹⁸-عزام أبو الحمام،الاعلام والمجتمع،دار أسامة للنشر والتوزيع،طبعة مزيدة ومنقحة،2015ص127

¹⁹- عزام أبو الحمام. المرجع سبق ذكره.ص128

تتجنب الخوض في مسائل سياسية جوهرية او في مسائل الفساد التي يطال مستويات مسئولة في الدولة او الحكومات.²⁰

وتتزايد خطورة الموضوع من حقيقة تحول العمل الإعلامي إلى مهنة احترافية عالية التقنية، خصوصا تلك التي تعتمد الكاميرا أي التلفزيون والانترنت فتواطؤ الاعلام والسياسة يمكن أن يحول الأسود إلى ابيض و الأبيض إلى اسود من اجل الوصول إلى الأهداف المبتغاة وهذه الخديعة التي تعرف فرض الأجندة ،فالوسيلة الإعلامية والقائمين عليها ،هم من يقرر أجندة الاهتمام اليومي ،ويظهر هذا في الاختلافات التي نلاحظها في الخبر الرئيسي وفي مجمل النشرات والتقارير الإخبارية من وسيلة إعلامية إلى أخرى.²¹

4-أسلوب التضليل والتهويل:الخداع والتضليل قد لا يأتي في نطاق سرد وقائع او معطيات الحدث ،ولكنه قد يتخلل التحليل والتعليق بحيث يجري أحيانا كثيرة إقناع نسبة كبيرة من المتلقين بالتحليل المقدم لان الكثير من المتلقين إما أنهم غير معنيين بالتقريب و المتابعة او أنهم غير قادرين عليها مما يعني أن الرواية المقدمة هي الرواية الرئيسية،في حين ان الروايات الأخرى قد يجري تصنيفها في نطاق الروايات المعارضة او المشككة او الثانوية.

5-أسلوب الإغراق بالمعلومات:على النقيض من الأسلوب الأول الذي ساد في الدول الشمولية والأنظمة الدكتاتورية والدول النامية والسلطات الاحتلالية الاستعمارية،فان هذا التكتيك يقضي بثشتيت الجمهور وإرباكه من خلال دفق المعلومات والصور والبيانات،مما يفقد الجمهور القدرة على الاختيار والتمييز والثبات²²

6-التحليلات والمقالات الموجهة:تخصص معظم وسائل الاعلام صفحات ومساحات واسعة للمقالات والتحليلات في مختلف الشؤون التي تتعامل معها من شؤون سياسية إلى اجتماعية

²⁰-عزام أبو الحمام،المرجع سبق ذكره.صص128-129

²¹-عزام أبو الحمام .نفسه.صص129-130

²²-عزام أبو الحمام.نفسه.صص130-131

إلى اقتصادية إلى ثقافية إلى صحية أو تربوية ،وفي كل الأحوال،تتعلق معظم تلك الوسائل الإعلامية من رؤى إيديولوجية ووجهات نظر تتحاز لهذا الطرف أو ذلك الرأي أو تلك الفلسفة رغم كل مايمكن أن تقوله الوسيلة الإعلامية عن حياديتها أو عن أن المقال أو التحليل لا يعبر عن وجهة نظر الصحيفة .²³

7-الترويج الإعلامي:بنشر الأخبار المطلوبة فقط.وذلك بالتحكم في نوعية المراسلين كما حدث في حرب العراق إذ تمت الدعوة ل500مراسل تلفزيوني وصحفي من مختلف أنحاء العالم لمرافقة قوات التحالف.وتم تأهيلهم من خلال دورات تدريبية تولاهم البنجاحون ليعتادوا على كيفية الحماية من النيران وارتداء الأقنعة الواقية من الغازات والمكوث في ظل الحرب.. ونتيجة لمعيشتهم للجنود،من المتوقع أن يكونوا كثر تعاطفا معهم..مما قد يؤدي إلى تحسين الصورة المنقولة عنهم إلى وسائل الاعلام التي يمثلونها،وأیضا يتم الترويج الإعلامي لما يراد بثه من خلال الرقابة والتحكم في باقي المراسلين كما حدث في الحرب العراقية الأخيرة وفي غيرها من الحروب.

8-خلق مصادر مختلفة للأخبار:وهو احد أساليب التضليل الإعلامي الأخرى والتي تميزت بهاو الحرب النفسية الإسرائيلية،للإيحاء بالمصادقية عند تنوع المصادر ،ولإخفاء الأخبار الملائمة للخصم وتضليله عنها،كإخفاء أخبار خسائرها من الانتفاضة وأسلوب تحويل الانتباه عما يجري على الساحة الفلسطينية من مذابح وقتل وتدمير ونشر أخبار أخرى.²⁴

3-2-المبحث الثالث:التكنولوجيات الإعلامية ودورها في احتكار المعلومات والتضليل

لقد ساعد التطور في تكنولوجيا وسائل الاعلام على ظهور أشكال متعددة من التضليل،وان كان العدد المتضاعف للفئة المتعلمة من الناس قد جعل من مهمة مضللي العقول أصعب

²³-عزام أبو الحمام . المرجع نفسه.ص133

²⁴-محمد منير حجاب، الحرب النفسية، دار الفجر للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، 2005.ص151

من ذي قبل ،خصوصا وان هذه الفئة المتعلمة والفاعلة في المجتمع ،هي الأكثر انتقادا لأهداف ومخططات النظام كما يتم ممارستها في زماننا الحاضر،وبذلك لا يمكن الجزم بان التضليل كان يمارس كأداة أولى بالنسبة للنخب الحاكمة ،بيد انه لابد من الاعتراف بوجود قمع ،يشتمل حتى المواقع المتميزة في العام.²⁵

فالصورة الذائعة على مستوى العالم،لشروط الحياة في أمريكا هي حرية الاختيار في بيئة من التنوعين الثقافي والإعلامي ،كذلك تتغلغل هذه النظرة في أعماق أغلبية كبيرة من الأمريكيين وهو ما جعلهم سريعى التأثير بالتضليل الإعلامي الشامل،أنها إذن إحدى الأساطير المركزية التي يقوم عليها ازدهار نشاط توجيه العقول فتتوعد الآراء فيما يتعلق بالأخبار الخارجية والداخلية او بالنسبة لشؤون المجتمعات المحلية ،لا وجود له في المادة الإعلامية .وهو ما ينتج أساسا من التطابق الكامل للمصالح المادية والإيديولوجية ،لأصحاب الملكية(في هذه الحالة من يتطابق وسائل الاتصال ملكية خاصة)وانه كل قناة من قنوات الاعلام تصنع إسهامها الخاص لكن النتيجة واحدة في النهاية هي تعزيز ودعم الوضع القائم.²⁶

على أن الأساطير التي تؤسس للمضمون الخاص بالنظام التضليلي يمكن الاستدلال عليها من خلال شواهد عديدة فأساس الحرية بالمفهوم الغربي مثلا يتمثل بوجود اختيار شخصي جوهري وهو يعكس بدقة بنية الاقتصاد القائم على نظام الحياة الفردية والإنتاج الخاص .ذلك أن طابع الخصوصية ،يعد أمرا طبيعيا في بلاد الغرب وبناء عليه ،يصبح تحقق التغيرات أيا كانت طبيعتها ،أمرا متوقعا من خلال وسائل تقنية تنظيمية ومملوكة ملكية خاصة،لتضفي على النظام الصناعي طابعا عقلانيا ويتسم بالنزعة الفردية القابلة للتطبيق في أي نظام اجتماعي شريطة المحافظة على هيمنته،ولكي يؤدي التضليل دوره بفعالية اكبر يتطلب واقعا مزيفا ،ليصف الأداء الوظيفي لمجمل الأنشطة المحملة بقيم وأهداف محددة

²⁵-اماني الخطيب.الاعلام الدعائي المعاصر،منشورات الحلبي الحقوقية ،الطبعة الأولى،لبنان،2015.ص147

²⁶-هربرت شيلر،ترجمة عبد السلام رضوان،المتلاعبون بالعقول،سلسلة عالم المعرفة،رقم106 ،الكويت،1999.ص26

داعمة للنظام المؤسسي السائد او داعمة للأسطورة لأية مجموعات او أية آراء خاصة على عمليات صنع القرار في البلاد.²⁷ محددة داعمة للنظام المؤسسي السائد او الداعمة للأسطورة لأية مجموعات أو أية آراء خاصة على عمليات صنع القرار في البلاد.²⁸

كل العناصر التي سبق ذكرها في هذا الفصل تخص سوء استخدام الاعلام و رسائله بالرغم على أن الاعلام يسعى دائما لدعم أوصل الثقافة والعلم والمعرفة وخدمة الصالح العام بالتحلي بالصدق والمصادقية وهذه الأساليب هي من صفات الكفار والنصارى ،وليست من صفات بلاد الإسلام والمسلمين القائمين بالاتصال ، هذا ما جاء مصداقا لقوله تعالى: {الذين ضل سعيهم في الحياة الدنيا وهم يحسبون أنهم يحسنون صنعا(104) أولئك الذين كفروا بآيات ربهم ولقائه فحبطت أعمالهم فلا نقيم لهم يوم القيامة وزنا} الاية 104-105 من سورة الكهف صدق الله العظيم²⁹

²⁷-اماني الخطيب،المرجع سبق ذكره .ص 147

1-اماني الخطيب،المرجع سبق ذكره.ص 147

2- القرآن الكريم. سورة الكهف،104-105.ص 304

خلاصة

نستخلص أن التضليل الإعلامي يتم عن طريق وضع خطط معينة لتوجيه الرأي ، وذلك من خلال تقديم المحتويات الإعلامية لأهداف القائم بالاتصال أو مصالح معينة، وكذا الإشاعات بالأخبار الغير صحيحة والتزييف والدعاية بشقيها الايجابي والسلبي ،وبإحداث تشويش في جهاز الاستقبال لكي لا يدرك الرأي العام كل جوانب الحدث حسب سياسة وايدولوجية الوسيلة الإعلامية، واعتماد أساليب تضليلية تتمثل في التكتم الكلي عن الحقيقة كالتكتم عن قضايا سرية خطيرة، وأسلوب بالتضخيم لجانب أو رأي معين حسب وجهة نظر السياسي أو الإعلامي ،وبفرض أجندة الوسيلة الإعلامية ترتيب المواد الإعلامية حسب ترتيبها الخاص ، وإشغال الناس من خلال المعالجة للمشاكل الاجتماعية وعدم الخوض في القضايا الجوهرية، بالتضليل والتهويل من خلال إقناع نسبة كبيرة من المتلقين بالتحليل والتعليق المقدم من رؤى إيديولوجية تتحاز لطرف أو رأي معين ، وبالإغراق من خلال الدفق الكبير للمعلومات من حيث الصور والبيانات مما يفقد الجمهور القدرة على الاختيار والثبات ، والترويج الإعلامي بنشر الأخبار المطلوبة فقط ، وخلق مصادر مختلفة للأخبار للإيحاء بالمصادقية وإخفاء الأخبار ، واحتكار المعلومات عن طريق ملكية وسائل الإنتاج التي تدعي الحرية لكل قناة ذات ملكية خاصة إلا أنها تساهم في إنتاج محتويات تخدم السلطة ودعم الوضع القائم.

الإطار التطبيقي

3-الإطار التطبيقي:

1-بطاقة فنية لقناة النهار:

2-قناة النهار (الجزائر):قناة إخبارية جزائرية

3-شعار القناة النهار:منذ2013

4-نوعها:إخبارية

5-تاريخ التأسيس:6مارس2012

6-البلد:الجزائر

7-المقر الرسمي:سعيد حمدين ،بئر مراد رايس،الجزائر.

8-موقع الالكتروني النهار اونلاين البث الحي:

<https://www.ennaharonline.com/%D8%A7%D9%84%D8%A3%D8%AE%D8%A8%>

<https://www.facebook.com/Enahartv> - صفحة الفيسبوك:

10-عبر الساتل: نايل سات:12360عمودي27500.

12303افقي27500

12130افقي27500

11-رئيس تحرير قناة النهار:أحمد حفصي

12-مدير قناة النهار:أنيس رحماني

-قناة النهار جزائرية مستقلة،انطلق البث التجريبي يوم 6مارس2012بأول نشرة إخبارية

قدمت من طرف الثنائي الإعلامي رياض بن عمر ونور اليقين مغريش.

اتخذت قناة النهار مقرها الرئيسي بالعاصمة الجزائرية الجزائر ليبدأ البث من هناك على قمر نايل سات.

تهتم القناة بالشأن السياسي والرياضي والثقافي في الجزائر ،حيث أن برامجها كانت مزيجا بين نشرات الأخبار ،والرياضة ،وأخبار الاقتصاد في الجزائر ،وكذا أخبار الصحف الوطنية وهذا من خلال برنامج قهوة جرنان .عرفت القناة حيادها في الطرح ،خاصة أثناء الحملة الانتخابية للانتخابات الرئاسية الجزائرية.¹

2-تحليل الاستبيان: تحكيم الاستمارة: إن تصميم الاستمارة لا يكتمل دون إخضاعه إلى أساتذة [2]*في مجال البحث بهدف تقييمه،ومعرفة مدى الالتزام في بناء بالأسس المنهجية العلمية القادرة على أن تجعل من هذه الأداة البحثية همزة وصل تجمع بين الباحث والميدان ،وتحقق الترابط المنطقي أيضا بين الجانبين المنهجي والتطبيقي - وبعد إعادة إرجاع الاستمارة عقب عملية التحكيم تم أخذ كل الملاحظات الخاصة سواء بالنقائص على مستوى الاستمارة الأولية أو الإضافات التي اقترحها الأساتذة بهدف إثراء البحث -

1-متاح على الموقع https://ar.m.wikipe.dia.org/wik_i،تم التصفح بتاريخ 11مارس2018،على الساعة 10:33

2-أستاذة عيسى عبيدي نورية،أستاذة صفاح أمال،أستاذ محمد مرواني

3- تحليل الاستبيان:

محور السمات العامة:

1-الجدول رقم 01:توزيع مفردات البحث حسب متغير السن:

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
من 28 إلى 35 سنة	10	37.03%
من 35 إلى 45 سنة	7	25.92%
من 45 إلى 50 سنة	2	7.40%
المجموع	17	62.94%

1-التعليق:

من خلال الجدول البسيط أحادي المدخل نلاحظ للذين تتراوح أعمارهم بين 28 سنة إلى 35 سنة يحتلون أكبر نسبة قدرت ب 37.03% بعدد تكرار قيمته 10 مفردة، ثم تليهم في المرتبة الثانية الأساتذة الذين تتراوح أعمارهم بين 35 إلى 45 سنة بنسبة 25.92% بعدد تكرار قيمته 7 مفردة.

والمرتبة الثالثة قدرت بنسبة 7.40% من بين الأساتذة الذين تتراوح أعمارهم بين 45 إلى 50 سنة بتكرار قيمته 2 مفردة.

نسبة المبحوثين الذين أجابوا على هذا المتغير كانت بنسبة 62.94% بالمائة في حين أن الباقي تحفظوا عن الإجابة.

2-التفسير:

من خلال الفئات العمرية للأساتذة نستنتج أن أكثر الأساتذة لتخصص علوم الاعلام والاتصال هم شباب، والكهول بنسبة قليلة جدا هذا ما يعني أن هذا التخصص يجمع بين خبرة الأساتذة الكبار والشباب الذي يساعد على ديناميكية وصيرورة العمل وله القدرة على

تقديم الأفضل فيما يخص البحث العلمي والأكاديمي ،وهذا مايفسر ربما لأن نسبة الشباب الملتحق للجامعة تتزايد في السنوات الأخيرة وهذا على عكس ما كان في الماضي فئة قليلة من تلتحق بالجامعة.

-الجدول رقم 02:توزيع مفردات البحث حسب متغير الجنس:

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	13	%48.14
أنثى	14	%51.85
المجموع	27	%100

1-التعليق:

من خلال الجدول نلاحظ أن عدد الذكور اقل من عدد الإناث بنسبة مئوية تقدر ب%48.51 وتكرار بقيمة 13 مفردة، ثم تليه فئة الإناث بنسبة مئوية تقدر ب %51.85 وعدد تكرار قيمته 14.

2-التفسير:

نجد أن هناك نسبة الذكور اقل من نسبة الإناث، وهذا ما يفسر ربما أن المرأة تحررت من القيود التي كانت في الماضي وأصبحت لها اهتمامات أخرى تحاول إثبات ذاتها ومنافسة الرجل في كل المجالات خاصة البحث العلمي.

وبالرغم من أن للمرأة التزامات وواجبات منزلية اتجاه بيتها و أسرتها ، إلا أنها لازالت تنافس الرجل وتتفانى في العمل بتحدي كل الظروف لإثبات الذات، وتحقيق طموحاتها وتتقلد هذه المناصب.

-الجدول رقم 03: توزيع مفردات البحث حسب متغير المستوى:

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
ماجستير	6	22.22%
دكتوراه	12	77.77%
المجموع	27	100%

1-التعليق: من خلال الجدول نلاحظ أن أكثر أساتذة التخصص لديهم درجة الدكتوراه بنسبة مئوية قدرت بـ 77.77% بالمائة وبتكرار قيمته 21 مفردة.

في حين نلاحظ أن عدد الأساتذة الذين لديهم درجة الماجستير بنسبة اقل قدرت 22.22% وبتكرار قيمته 6 مفردة.

2-التفسير: أن الدكتوراه هم عماد أي تخصص وهم الذين يتكون بفعلهم الطلبة وكذلك الماجستير وهذا شيء يميز تخصص علوم الاعلام والاتصال لجامعة عبد الحميد بن باديس-مستغانم انه ثري في مجال البحث العلمي من حيث دكاترة الإعلام والاتصال خاصة مع نظام ل م د الذي أتاح للطلبة إتمام درجة الدكتوراه في أجل أقصاه خمسة سنوات ، وهي فترة أقل إذا ما قارناها بالنظام الكلاسيكي.

-الجدول رقم 04: توزيع مفردات البحث حسب متغير الخبرة:

المتغير	التكرار	النسبة المئوية
اقل من سنة إلى 3 سنوات	5	18.51%
من 3 سنوات إلى 6 سنوات	7	25.92%
أكثر من 6 سنوات	15	55.55%
المجموع	72	100%

1-التعليق:

من خلال الجدول نلاحظ أن من لديهم خبرة مدة ثلاث سنوات أو أقل قدرت نسبتهم بـ 18.51% وبتكرار قيمته 5، في حين تليها فئة الأساتذة الذين لديهم خبرة من 3 سنوات إلى 6 سنوات قدرت نسبتهم 25.92% و بتكرار قيمته 7، ثم تليها فئة الأساتذة الذين لهم الخبرة لأكثر من 6 سنوات والذين قدرت نسبتهم بـ 55.55% وبتكرار قيمته 15.

2-التفسير:

من خلال الجدول نستنتج أن أساتذة تخصص علوم الاعلام والاتصال لجامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم لهم الخبرة تفوق 6سنوات في مجال العمل والبحث العلمي الذي يؤهلهم لتقديم الرؤى العلمية والفصل في القضايا والمشاكل الإعلامية بنظرة نقدية بناءة تسعى إلى تحقيق الأفضل في مجال الاعلام وتفرعاته.

المحور الأول: عادات وأنماط متابعة قناة النهار الجزائرية

-الجدول رقم 05:توزيع مفردات البحث حسب متغير المشاهدة لقناة النهار بدلالة الجنس

المتغير	ذكر		أنثى		مجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
باستمرار	5	18.51%	4	14.81%	9	33.33%
أحيانا	6	22.22%	5	18.51%	11	40.73%
نادرا	2	7.40%	5	18.51%	7	25.91%

الجدول رقم 06: توزيع مفردات البحث حسب متغير المشاهدة لقناة النهار بدلالة المستوى

المتغير	ماجستير		دكتوراه		مجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
باستمرار	5	18.51%	4	14.81%	9	33.33%

أحيانا	1	%3.70	10	%37.03	11	%40.73
نادرا	/	/	7	%25.92	7	%25.92

1-التعليق:

من خلال الجدول نلاحظ أن فئة الذكور تشاهد قناة النهار بصفة مستمرة بنسبة %18.51 /وتكرار قيمته 5 ، في حين الإناث أقل نسبة من الذكور بنسبة مئوية قدرت ب%14.81/وتكرار قيمته 4، وأساتذة الماجستير بنسبة تقدر ب%18.51 وتكرار قيمته 5، مرتفعة مقارنة مع نسبة أساتذة الدكتوراه بنسبة %14.81/وتكرار قيمته 4،

والذين يشاهدون قناة النهار أحيانا نلاحظ أن نسبة الذكور قدرت ب%22.22 مئوية وتكرار قيمته 6، أكثر من نسبة الإناث بنسبة مئوية تقدر ب%18.51 وتكرار قيمته، أساتذة الماجستير نلاحظ نسبة منخفضة جدا تقدر ب%3.70/وتكرار قيمته 1، في حين أن نسبة أساتذة الدكتوراه كانت مرتفعة جدا وتقدر ب%37.03 وتكرار قيمته 10.

والذين يشاهدون نادرا نلاحظ أن نسبة الذكور منخفضة جدا ب%3.70/وتكرار قيمته %7.40 وتكرار قيمته 2، و نسبة الإناث مرتفعة جدا ب%18.51 وتكرار قيمته 5، أما أساتذة لا نلاحظ أي إجابة تذكر، نسبة أساتذة الدكتوراه تقدر ب %25.92/وتكرار قيمته 7.

2-التفسير:

من خلال التعليق على الجدول يتبين الفئة التي تشاهد باستمرار هي فئة الذكور وهذا راجع في الواقع ربما إلى حب الاطلاع على مجريات الأحداث الوطنية ، التي تعرضها القناة وتوفر الوقت الكافي ،على عكس فئة الإناث اللواتي ليس لديهم وقت للمشاهدة و الانشغال بمهام أخرى ،أو لأن هذه القناة لا تشبع حاجياتهم ،وأن نسبة درجة الماجستير بنسبة أكثر من الدكتوراه ربما لأن أساتذة الدكتوراه لا يهتمون أكثر بمتابعة هذه القناة،أما بالنسبة لفئة

الذكور أكثر مشاهدة من الإناث ربما لأنهم لا يتفرغون إلا في بعض الأحيان نظرا للمهام المنزلية، أو ربما لأنهم يشاهدون قنوات أخرى، أو لأن هذه القناة لا تلبي احتياجاتهم من الحصص والبرامج حول المعالجة الإعلامية للقضايا والأحداث التي تعرضها هذه القناة الخاصة، وفئة الماجستير اقل من الدكتوراه ربما لأن أساتذة الدكتوراه يشاهدون فقط كيف تعالج القضايا ومقارنتها مع باقي القنوات الأخرى، وأن فئة الإناث أكثر من فئة الذكور التي ربما لأن الإناث لا يتفرغون لمتابعتها، أو لا تحقق متطلباتهم من المشاهدة من حيث المشاهدة بحيث أن الإناث يفضلون المواضيع التي تهم المرأة بصفة نادرة، أما الذكور ربما لا تحقق رغباتهم بصفة كبيرة من المتابعة، أما أساتذة الماجستير نفسهم عدم الإجابة ربما أنهم يشاهدون القناة باستمرار أو أحيانا، وأساتذة الدكتوراه نفسهم يشاهدون نادرا ربما لأن لديهم نظرة نقدية لهذه الوسيلة الإعلامية باعتبار أن هذه عموما نظرة الباحث حول وسائل الاعلام والاتصال.

وأن أغلب المثقفين لا يفضلون مشاهدة هذه القناة هذا ما لاحظناه في مقال نشره خليفة حمدي 31 يوليو 2017 على موقع الجزائر 24، بعنوان لماذا يكره المثقفون قناة النهار، يعلل فيه بأن قناة النهار تتبع التزييف ولا تخدم جمهور المثقفين من خلال ما تعرضه من مواضيع اجتماعية ذات الخصوصية مثل مواضيع الغير أخلاقية وغيرها من المواضيع الغير هادفة.

-الجدول رقم 07: توزيع مفردات البحث حسب متغير بداية المشاهدة لقناة النهار بدلالة الجنس:

المتغير	ذكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
منذ سنة 2013	5	18.51%	5	22.22%	10	40.73%
منذ سنة 2015	/	/	2	7.40%	2	7.40%

الجدول رقم 08: توزيع مفردات البحث حسب متغير بداية المشاهدة لقناة النهار بدلالة المستوى

المتغير	الماجستير		دكتوراه		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
منذ سنة 2013	2	7.40%	10	37.03%	12	44.44%
منذ سنة 2015	/	/	2	7.40%	2	7.40%

1-التعليق:

بعد تقسيم الاستمارة على المبحوثين قمنا بتحديد فترتين لبداية المشاهدة منذ سنة 2013 والفترة الثانية منذ 2015 ومن الملاحظ في الجدول أعلاه أن بداية المشاهدة من 2013 لفئة الذكور قدرت بنسبة 22.22% بالمائة وتكرار قيمته 2، وفئة الإناث قدرت بنسبة 22.22% وتكرار قيمته 10، في حين أن بداية المشاهدة منذ 3 سنوات بالنسبة لفئة الذكور لا وجود لأي إجابة تذكر، وفئة الإناث قدرت بنسبة 7.40% وتكرار قيمته 2، وأساتذة الماجستير قدرت نسبتهم ب 7.40% من حيث بداية المشاهدة منذ 2013 وتكرار قيمته 2، في حين نسبة أساتذة الدكتوراه كانت أعلى بنسبة قدرت ب 29.62% وتكرار قيمته 8، وأما فيما يخص الذين كانت بدايتهم للمشاهدة منذ 3 سنوات من أساتذة الماجستير لا وجود لأي إجابة تذكر في حين أن أساتذة الدكتوراه قدرت نسبتهم ب 7.40% وتكرار قيمته 2.

2-التفسير:

من الملاحظ أن نسبة الذكور والإناث متساوية كانت من حيث مشاهدتهم للقناة منذ بداية البث إلى يومنا وأساتذة الدكتوراه أكثر من الماجستير ،ربما هذا ما يفسر أن لهم خبرة والاطلاع أكثر حول القناة من غيرهم باعتبارهم احد أفراد التخصص، وكما أن بعض الإناث كانت بداية مشاهدتهم للقناة منذ 3سنوات أن لديهم خبرة اقل من غيرهم حول القناة ربما لأنهم تأثروا بنظرة زملائهم في العمل حول هذه القناة التي تبث ربما مواضيع لا تهم أساتذة هذا التخصص، وكذلك نسبة أساتذة الدكتوراه التي كان لهم الأسبقية من حيث بداية المشاهدة على غرار بعض أساتذة الماجستير اللذين لم يجيبوا بهذا الاختيار ، هذا ربما لأنهم أصبحوا واعين أكثر من غيرهم حول ما يبثه الاعلام ولأن نظرة الباحث في الاعلام هي نظرة نقدية لوسائل الاعلام و ربما لأن الاعلام الخاص في الجزائر تنقصه الاحترافية و الجودة.

-الجدول رقم 09:توزيع مفردات البحث حسب أوقات المشاهدة بدلالة الجنس

المتغير	ذكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
-الصباح	1	%3.70	/	/	1	%3.70
-المساء	6	%22.22	3	%11.11	9	%33.33
-السهرة	7	%25.92	10	%37.03	17	%62.95

الجدول رقم 10:توزيع مفردات البحث حسب أوقات المشاهدة بدلالة المستوى

المتغير	ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
-الصباح	/	/	1	%3.70	1	%3.70
-المساء	2	%7.40	7	%25.92	9	%33.33

4	14.81%	13	48.14%	17	62.95%
---	--------	----	--------	----	--------

1-التعليق:

من خلال الجدول نلاحظ أن نسبة المشاهدة في السهرة لدى الذكور احتلت نسبة أكبر بنسبة قدرت بـ 25.92% وتكرر قيمته 7، ثم تليها نسبة المشاهدة في المساء بنسبة 22.22% وتكرر قيمته 6 وآخر نسبة تمثلت في الذين يشاهدون القناة في الصباح بنسبة 3.70% وتكرر قيمته 1، أما فيما يخص الإناث نلاحظ بأنهن يشاهدن القناة في السهرة بنسبة كبيرة قدرت بـ 37.03% وتكرر قيمته 10، في حين تأتي نسبة الذين يفضلون المشاهدة في المساء في بنسبة منخفضة قدرت بـ 11.11% وتكرر قيمته 3، أما من حيث الذين يفضلن المشاهدة في الصباح لا وجود لأي إجابة تذكر.

من خلال الجدول الثاني نلاحظ بأن نسبة أساتذة الماجستير الذين يفضلون المشاهدة في السهرة تحتل نسبتهم المرتبة الأولى بنسبة قدرت بـ 14.81% وتكرر قيمته 4، ثم تليها نسبة الذين يفضلون المشاهدة في المساء بنسبة قدرت بـ 7.40% وتكرر قيمته 2، في حين أن الذين يشاهدون في الصباح كانت منعدمة، أما من حيث أساتذة الدكتوراه نلاحظ بأن أعلى نسبة تمثل في الذين يفضلون المشاهدة في السهرة بنسبة قدرت بـ 48.14% وتكرر قيمته 13، ثم تليها فئة الذين يشاهدون في المساء بـ 25.92% وتكرر قيمته 7، وآخر نسبة تمثلت في الذين يشاهدون في الفترة الصباحية بنسبة 3.70% وتكرر قيمته 1.

2-التفسير:

لعل أن فئة الذكور والإناث أنه ليس لديهم الوقت الكافي للمشاهدة في الصباح بحكم أنهم يذهبون للعمل، في حين أن نسبة المشاهدة في المساء كانت مرتفعة عند الذكور وقليلة نوعاً ما عند الإناث، ربما لتفرغ المبحوثين الذكور للمشاهدة أما بالنسبة للإناث ربما لأن لديهم وظائف منزلية يقومون بها ولا يتفرغون إلا في السهرة للمشاهدة، هذا ما يفسر أعلى نسبة

عندهم. أما بالنسبة لأساتذة الدكتوراه أعلى من نسبة أساتذة الماجستير ربما لأن نسبة
المبحوثين ذوي درجة الدكتوراه يمثلون نسبة أكثر من المجتمع الكلي للبحث.

-الجدول رقم 11: توزيع مفردات البحث حسب متغير طبيعة البرامج المشاهدة من طرف
المبحوثين بدلالة الجنس:

المتغير	ذكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
سياسية	8	29.62%	9	33.33%	9	62.95%
اقتصادية	3	11.11%	/	/	3	11.11%
اجتماعية	4	14.81%	5	18.51%	9	33.32%
ثقافية	2	7.40%	/	/	2	7.40%
دينية	2	7.40%	2	7.40%	4	14.8%
رياضية	5	18.51%	/	/	5	18.51%
إخبارية	9	33.33%	9	33.33%	18	66.66%

الجدول رقم 12: توزيع مفردات البحث حسب متغير طبيعة البرامج المشاهدة من قبل
المبحوثين بدلالة المستوى

المتغير	ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
سياسية	1	3.70%	14	51.85%	15	55.55%
اقتصادية	1	3.70%	2	7.40%	3	11.1%
اجتماعية	5	18.51%	4	14.81%	9	29.62%
ثقافية	/	/	2	7.40%	2	33.02%
دينية	1	3.70%	3	11.11%	4	14.81%
رياضية	1	3.70%	4	3.70%	5	7.4%

إخبارية	5	%11.11	13	%48.14	18	%59.25
---------	---	--------	----	--------	----	--------

1-التعليق:

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ بأن نسبة المبحوثين الذين يفضلون مشاهدة المواضيع لفئة الذكور تبعا للترتيب التالي: المواضيع الإخبارية يحتلون أعلى نسبة مئوية الذكور 33.33% بالمائة وتكرار قيمته 9، ثم تليها نسبة المواضيع السياسية بنسبة %29.62 وتكرار قيمته 8، ثم تليها المواضيع الرياضية بنسبة %18.51 وتكرار قيمته 5، ثم المواضيع الاجتماعية بنسبة %14.81 وتكرار قيمته 4، وأخيرا المواضيع الثقافية والدينية بنسب متماثلة ب%7.40 وتكرار قيمته 2.

أما فيما يخص فئة الإناث فكانت إجابتهن تبعا للترتيب التالي: المواضيع السياسية و الإخبارية بنسبة متساوية 33.33% بالمائة وتكرار قيمته 9، ثم تليها المواضيع الاجتماعية بنسبة مئوية قدرت ب%18.51 وتكرار قيمته 5، ثم تأتي المواضيع الدينية بنسبة %7.40 وتكرار قيمته 2، في حين لا يفضل المبحوثين من فئة الإناث مشاهدة المواضيع الاقتصادية والرياضية والثقافية لا توجد أي إجابة تذكر.

نلاحظ من خلال الجدول الثاني بأن نسبة المبحوثين ذوي درجة الماجستير الذين يفضلون مشاهدة المواضيع حسب الترتيب التالي مواضيع بنسبة متماثلة قدرت ب %18.51 وتكرار قيمته 5 من حيث المواضيع الاجتماعية والإخبارية، ثم المواضيع السياسية والاقتصادية والدينية والرياضية بنسبة متساوية %3.70 وتكرار قيمته 1، في حين لا وجود لأي إجابة تذكر من حيث مشاهدة المواضيع الثقافية من قبل المبحوثين.

وأستاذة الدكتوراه قدرت نسب إجابتهن تبعا للترتيب التالي: المواضيع السياسية بنسبة مئوية قيمتها %51.85 وتكرار قيمته 14، والمواضيع الإخبارية وبنسبة مئوية قدرت ب %48.14 وتكرار قيمته 13، ثم تليها المواضيع الاجتماعية والرياضية بنسبة مئوية قدرت ب %14.81

وتكرارا قيمته 4، ثم تليها المواضيع الدينية بنسبة تقدر ب11.11٪ وتكرارا قيمته 3، في الأخير المواضيع الاقتصادية والثقافية بنسب متماثلة قدرت ب 7.40٪ بالمائة وتكرار قيمته 2.

2-التفسير :

نفسر ترتيب هذه البرامج بالنسبة للمبحوثين أنهم يفضلون المواضيع الإخبارية والسياسية ويجعلونها في أهم اهتماماتهم بهدف الاطلاع ومعرفة الأخبار الوطنية والخارجية و المواضيع السياسية ، لأن فئة المبحوثين تربطهم صلة وثيقة بهذا التخصص ولمعرفة واقع القضايا السياسية في الجزائر وخارجها باعتبار الاعلام السلطة الرابعة، ثم تليها المواضيع الاجتماعية والرياضية التي نالت مشاهدة متوسطة من الفئة المبحوثين ، و ثم أقل مشاهدة هي المواضيع الاقتصادية والثقافية والدينية والتي هي في الواقع لا تعطى لها أهمية كبيرة من قبل قناة النهار وتقتصر فقط في حصة انصحوني لتقديم فتاوى دينية وبعض الأخبار الثقافية ذات مدة زمنية قصيرة جدا والرياضية ربما لأن فئة المبحوثين لا تهتم بهذا المجال بصفة كبيرة ، بما فيهم فئة الإناث اللواتي لا يشاهدن المواضيع الرياضية والثقافية والاقتصادية إطلاقا ربما لأنها لا تحقق احتياجاتهم ورغباتهم.

المحور الثاني:المعالجة الإعلامية لقناة النهار

-الجدول رقم13:توزيع مفردات البحث حسب متغير سبب اختيار مشاهدة هذه القناة بدلالة الجنس.

المتغير	نكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
التداول السريع	6	22.22٪	5	18.51٪	11	40.73٪

						للأحداث
/	/	/	/	/	/	مقدمي البرامج
%11.1	1	%7.40	2	%3.70	1	طبيعة البرامج
%3.70	1	/	/	%3.70	1	جودة الصوت والصورة
%37.02	10	%18.51	5	%18.51	5	ملء الفراغ

-الجدول رقم 14: توزيع مفردات البحث حسب متغير سبب اختيار مشاهدة هذه القناة بدلالة المستوى

المتغير		ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	التكرار	النسبة		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
التداول السريع للأحداث	4	%14.81	7	%25.92	11	%40.73	
مقدمي البرامج	/	/	/	/	/	/	
طبيعة البرامج	1	%3.70	2	%7.40	1	%11.1	

جودة الصوت والصورة	1	3.70%	/	/	1	3.70%
ملء الفراغ	2	7.40%	8	29.62%	10	37.02%

1-التعليق:

من خلال الجدول رقم نلاحظ بأن فئة الذكور كان اختيارهم للقناة بغرض التداول السريع للأخبار والأحداث بنسبة مئوية قدرت بـ 22.22% وتكرار قيمته 6، ثم تليها نسبة الذين يشاهدون القناة بغرض ملء الفراغ بنسبة 18.51% وتكرار قيمته 5، في حين أن الذين يشاهدون بغرض طبيعة البرامج بنسبة 3.70% وتكرار قيمته 1، ونسبة الذين يشاهدون بغرض جودة الصوت والصورة قدرت نسبتهم بـ 3.70% وتكرار قيمته 1، أما فيما يخص باقي المتغيرات لم تلقى إجابة وكانت منعدمة. أما الإناث فنلاحظ أن اللواتي يفضلن المشاهدة بغرض ملء الفراغ بنسبة مئوية قدرت بـ 18.51% وتكرار قيمته 5، و الذين يشاهدون بغرض التداول السريع نفس النسبة بـ 18.51% وتكرار قيمته 5، ثم تليها فئة اللواتي اختاروا متابعة هذه القناة حسب طبيعة البرامج بنسبة 7.40% وتكرار قيمته وتكرار قيمته 2، في حين لم تلقى المتغيرات الأخرى الإجابة من قبل هذه الفئة.

أما فيما يخص المبحوثين ذوي درجة الماجستير يفضلون مشاهدة القناة بغرض التداول السريع للأخبار والأحداث بنسبة مئوية 14.81% وتكرار قيمته 4، ثم تليها نسبة الذين يشاهدون القناة بغرض ملء الفراغ والذين يشاهدون بغرض طبيعة البرامج بـ 7.40% وتكرار قيمته 2، في حين أن الذين يشاهدون بغرض جودة الصوت 3.70% وتكرار قيمته 1، في حين الذين يشاهدون بغرض مقدمي البرامج نلاحظ انه لا توجد أي إجابة تذكر.

وبالنسبة لعينة المبحوثين ذوي درجة الدكتوراه نلاحظ بأنهم يفضلون مشاهدة بغرض ملء الفراغ بنسبة 29.62% وتكرار قيمته 8، ثم تليها نسبة الذين يشاهدون بغرض التداول السريع للأحداث بنسبة 25.92% وتكرار قيمته 7، ثم الذين يشاهدون بغرض طبيعة البرامج بنسبة 3.70% وتكرار قيمته 1، والذين يشاهدون بغرض جودة الصوت والصورة قدرت ومقدمي البرامج نلاحظ انه لا توجد أي إجابة تذكر.

2-التفسير:

الفئة الكبيرة من المبحوثين أجابت بأن غرض مشاهدة هو التداول السريع الأحداث وهذا ما نلاحظه في قناة النهار هو أنها تقدم نشرات إخبارية كل 120 دقيقة باستمرار وإعادة تكرارها لكي يشاهدها معظم متتبعي القناة، في حين نالت نسبة متغير ملء الفراغ في مرتبة الثانية وهذا ربما من خلال الجلوس مع الأسرة او مشاركتهم في المشاهدة حسب إرادتهم الخاصة بغرض ملء الفراغ مع الأسرة. ثم نسبة الذين يشاهدون بغرض طبيعة وهذا ربما أنهم يتابعون فقط البرامج التي تهمهم او يفضلونها، ثم أخيرا بغرض جودة الصوت والصورة ربما لان هذه القناة تتمتع بجودة في الصوت وكذلك من حيث البرامج وهذا ما نلاحظه في بعض القنوات الخاصة بصفة اقل .

الجدول رقم 15:توزيع مفردات البحث حسب متغير أسباب مشاهدة أخرى لقناة النهار بدلالة الجنس

	ذكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
معرفة كيفية معالجة الأحداث	2	7.40%	/	/	2	7.40%

المقارنة بين القنوات	/	/	2	%7.40	2	%7.40
أخرى	1	3.70%			1	%3.70

الجدول رقم 16: توزيع مفردات البحث حسب متغير أسباب مشاهدة أخرى لقناة النهار بدلالة المستوى

	ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
معرفة كيفية معالجة الأحداث	/	/	2	%7.40	2	%7.40
المقارنة بين القنوات	/	/	2	%7.40	2	%7.40
أخرى	/	/	1	3.70	1	%3.70

1-التعليق:

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن فئة الذكور يشاهدون القناة لمعرفة كيفية معالجة الأحداث بنسبة 7.40% وتكرار قيمته 2، والإناث لا نلاحظ أي إجابة تذكر، أما المبحوثين الذين يشاهدون القناة بغرض المقارنة بين القنوات بنسبة 7.40% وتكرار قيمته 2، و عن الإناث والذكور لا نلاحظ أي إجابة تذكر.

أما فيما يخص الجدول الثاني نلاحظ بأن المبحوثين ذوي درجة الماجستير لم تكن لهم إجابات أي إجابة، أما بالنسبة للمبحوثين ذوي درجة الدكتوراه نلاحظ بأنهم يشاهدون بغرض معرفة كيفية معالجة الأحداث بنسبة 7.40% وتكرار قيمته 2، والذين يشاهدون بغرض المقارنة بين القنوات بنسبة 7.40% وتكرار قيمته 2.

2-التفسير:

نفسر الإجابة بالاختيار معرفة كيفية الاطلاع على الأحداث، ربما أن هذه الفئة من المبحوثين يحاولون معرفة المعالجة الإعلامية للقناة، التي تمكنهم ربما من دراستها كنماذج إعلامية جزائرية، فيما ذهب البعض إلى إجابة محددة أكثر من التي سبقتها بأنهم يشاهدون بغرض المقارنة بين القنوات، فمن حيث المقارنة يتبين لديهم ربما نقاط الضعف والقوة في القناة وهذا بحسب أنهم أدرى من غيرهم في مجال تخصص علوم الاعلام والاتصال من حيث إلمامهم بنظريات الاعلام والاتصال، وكذا المجال التقني لوسائل الاعلام السمعية البصرية والدراسات الإعلامية المنجزة من قبل أساتذة الجامعة .

-الجدول رقم 17:توزيع مفردات البحث حسب متغير مشاركة المشاهدة لقناة النهار بدلالة الجنس

المتغير	ذكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
وحدك	5	18.51%	2	7.40%	7	25.91%
مع العائلة	8	29.62%	10	37.03%	18	66.66%
مع الأصدقاء	/	/	/	/	/	/

-الجدول رقم18:توزيع مفردات البحث حسب متغير مشاركة المشاهدة لقناة النهار بدلالة المستوى

	ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
وحدك	2	7.40%	10	37.03%	12	44.43%
مع العائلة	5	18.51%	8	29.62%	13	48.13%
مع الأصدقاء	/		/		/	

2-التعليق:

من خلال الجدولين نلاحظ أن المبحوثين الذين يشاهدون لوحدهم قدرت من فئة الذكور ب 18.51% وتكرار قيمته 5، ونلاحظ أن الإناث كانت نسبتهم منخفضة تقدر ب 7.40% وتكرارا قيمته 2، أما بالنسبة لأساتذة الماجستير نلاحظ أن نسبتهم منخفضة بنسبة 7.40% وتكرار قيمته 2، وأساتذة الدكتوراه مرتفعة بنسبة 37.03% وتكرار قيمته 10، أما بالنسبة للجواب الثاني "المشاهدة مع العائلة" نلاحظ أن نسبة الذكور قدرت ب 29.62% وتكرار قيمته 8، بحيث كانت منخفضة أما بالنسبة للإناث فنلاحظ نسبة مرتفعة تقدر ب 37.03% وتكرار قيمته 10، أما أساتذة الماجستير نلاحظ إجابة منخفضة تقدر ب 18.51% وتكرار قيمته 5، في حين إجابة أساتذة الدكتوراه كانت مرتفعة بنسبة 29.62% وتكرار قيمته 8.

2-التفسير:

نفسر نسبة ارتفاع إجابة الذكور أكثر من الإناث، ربما لأن الذكور يفضلون المشاهدة لوحدهم ولا يحبون الإزعاج أحيانا، وأن الإناث ربما قلما يفضلون المشاهدة بمفردهم وهذا ما ينطبق على أساتذة الدكتوراه والماجستير، وأن الذين يفضلون المشاهدة مع العائلة بنسبة

كبيرة عند الإناث والذكور ربما لأنهم يفضلون المشاهدة مع باقي أفراد العائلة وتبادل أطراف الحديث هذا ما ينطبق على أساتذة الدكتوراه والماجستير

الجدول رقم 19: توزيع مفردات البحث حسب متغير درجة الاستفادة من البرامج قناة النهار بدلالة الجنس

المتغير	ذكر		أنثى		المجموع	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
بدرجة كبيرة	%3.70	1	/	/	%3.70	1
بدرجة متوسطة	%18.51	5	%18.51	5	%37.02	10
بدرجة ضعيفة	%11.11	3	%33.33	9	22.22	12

الجدول رقم 20: توزيع مفردات البحث حسب متغير درجة الاستفادة من هذه البرامج بدلالة المستوى

المتغير	ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
بدرجة كبيرة	/	/	%3.70	1	%3.70	1
بدرجة متوسطة	%18.51	4	%22.22	6	%40.73	10
بدرجة ضعيفة	%3.70	1	%40.74	11	%44.44	12

1-التعليق :

من خلال الجدول رقم 11 نلاحظ أن نسبة الذكور الذين يستفيدون بدرجة كبيرة كانت بنسبة 11.11% وبتكرار قيمته 3 في حين لم تجب فئة المبحوثين من الإناث بهذا الاختيار الذين يستفيدون بدرجة متوسطة نلاحظ أن نسبة الإناث و الذكور متماثلة قدرت ب 18.51%، وتكرار قيمته 5، أما من حيث الذين يستفيدون بدرجة ضعيفة قدرت نسبة الذكور ب 11.11% وتكرار قيمته 3، منخفضة مقارنة مع نسبة الإناث التي قدرت بنسبة 33.33% وتكرار قيمته 9.

في حين أن المبحوثين من أساتذة الماجستير الذين يستفيدون بدرجة كبيرة لا تلاحظ أي إجابة تذكر، على عكس ذوى درجة الدكتوراه الذين قدرت نسبتهم ب 3.70%، وبتكرار قيمته 1، أما الذين يستفيدون بدرجة متوسطة لذوي درجة الماجستير قدرت 14.81 % وبتكرار قيمته 4 نسبة منخفضة مقارنة مع نسبة أساتذة الدكتوراه التي تقدر ب 22.22 وبتكرار قيمته 6، أما بالنسبة للمبحوثين الذين يستفيدون ب درجة ضعيفة نلاحظ أن نسبة أساتذة الماجستير منخفضة جدا ب 3.70% وبتكرار قيمته 1، أما أساتذة الدكتوراه نلاحظ أنها مرتفعة بنسب 40.74% وبتكرار قيمته 11.

2-التفسير:

من خلال الجدول يتبين أن درجة الاستفادة من قناة النهار بالنسبة للمبحوثين بدرجة متوسطة إلى ضعيفة ربما لأنها لا تغطي القضايا التي تهمهم أو لأنها هي بذات لا تقدم معلومات علمية مهمة أو حصص وبرامج مفيدة تنمي الفكر وتثير العقول وهذا ما نلاحظه في القناة أنها تبث محتويات إعلامية تافهة في بعض الأحيان وغير واقعية في الغالب او لأنها ربما لا تغطي القضايا كما هي في الواقع.

الجدول رقم 21: توزيع مفردات البحث حسب متغير تأثير هذه البرامج على المبحوثين بدلالة الجنس

المتغير	ذكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نعم	7	%25.92	1	%3.70	8	%29.62
لا	5	%18.51	01	%37.03	15	%55.55

الجدول رقم 21: توزيع مفردات البحث حسب متغير تأثير هذه البرامج على المبحوثين بدلالة المستوى

المتغير	ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نعم	3	%11.11	5	%18.51	8	%29.62
لا	3	%11.11	11	%40.74	14	%51.85

1-التعليق:

من خلال الجدولين نلاحظ بأن فئة الذكور يتأثرون بالمحتويات الإعلامية التي تبث من قبل القناة بنسبة %25.92 وتكراراً قيمته 7، أكثر من فئة الإناث بنسبة قدرت ب %3.70 وتكراراً قيمته 1 في حين نلاحظ أن نسبة الذين لا يتأثرون بالمحتويات الإعلامية للقناة فئة الذكور أقل من الإناث بنسبة %14.81 وتكراراً قيمته 4، بحيث قدرت نسبة الإناث ب %37.03 وتكراراً قيمته 10.

ونلاحظ بأن المبحوثين اللذين يتأثروا بالمحتويات الإعلامية فئة ذوي درجة الماجستير بنسبة منخفضة ب %11.11 وتكراراً قيمته 3، و فئة درجة الدكتوراه مرتفعون ب %18.51 وتكراراً قيمته 5، في حين أن نسبة الذين لا يتأثرون، نلاحظ نسبة أساتذة الماجستير أقل من نسبة

أساتذة الدكتوراه ب 11.11% بتكرار قيمته 3، في حين أن نسبة المبحوثين أساتذة الدكتوراه كانت مرتفعة جدا بنسبة 40.74%، وتكرار قيمته 11.

2-التفسير: نستنتج بأن الذكور يتأثرون بنسبة أكبر من الإناث ربما لأن الذكور تثير تفكيرهم هذه المحتويات في حين أن الإناث ربما لا يهتمون لهذه المحتويات بصفة كبيرة.

وأن فئة الدكتوراه يتأثرون بصفة أقل من فئة الماجستير ربما لأن لهم خبرة أكثر في المجال.

الجدول رقم 22: توزيع مفردات البحث حسب متغير تأثير البرامج على المبحوثين بصفة ايجابية او سلبية بدلالة الجنس

المتغير	ذكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
ايجابيا	6	22.22%	1	7.40%	7	29.62%
سلبيا	1	3.70%	/	/	1	3.70%

الجدول رقم 23: توزيع مفردات البحث حسب متغير تأثير البرامج على المبحوثين بصفة ايجابية أو سلبية بدلالة المستوى

المتغير	ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
ايجابيا	3	11.11%	4	14.81%	7	25.92%
سلبيا	/	/	1	3.70%	1	3.70%

1-التعليق:

من خلال الجدول نلاحظ أن فئة الذكور يتأثرون بصفة ايجابية بنسبة 22.22% مرتفعة جدا وتكرار قيمته 6، ونلاحظ بأن فئة الإناث يتأثرون بصفة ايجابية بنسبة اقل من الذكور بنسبة

قدرت ب3.70% وتكرار قيمته 1، في حين نلاحظ بأن الذكور يتأثرون بصفة سلبية قدرت ب 3.70% وتكرار قيمته 1، أما من حيث الإناث نلاحظ انعدام الإجابة بهذا الاختيار.

من خلال الجدول الثاني نلاحظ بأن أساتذة الماجستير يتأثرون بصفة ايجابية بنسبة 11.11% وتكرار قيمته 3، أما نسبة أساتذة والدكتوراه مرتفعة بنسبة قدرت ب14.81% وتكرار قيمته 4، ونلاحظ بأن الذين يتأثرون بصفة سلبية أن أساتذة الماجستير لا نلاحظ أي إجابة تذكر، أما نسبة أساتذة الدكتوراه قدرت ب3.70% وتكرار قيمته 1.

2-التفسير: من خلال التعليق نستنتج بأن الذكور يتأثرون بصفة ايجابية أكثر من الإناث نظرا ربما من خلال الأخبار الوطنية والجدة من حيث الأخبار وطرح القضايا بصفة أسرع ما يجعلهم على اطلاع مستمر بكل ما هو جديد، أما من حيث الإناث يتأثرون بنسبة ضئيلة ربما ليس لديهم الوقت الكافي، أو مشاهدتهم للقناة محدودة بفترة زمنية وجيزة أما الذين يتأثرون بصفة سلبية ربما هذا يعود إلى للحصص والبرامج والأخبار التي تطرح المشاكل الاجتماعية والأوضاع الاقتصادية التي تصورها القناة ما يجعلهم يعيشون حالة من التذمر الإحباط واليأس من أوضاع البلاد ربما لأنهم أكثر مشاهدة للقناة على عكس الإناث اللواتي لا يتأثرون بصفة سلبية ربما لان مشاهدتهم للقناة اقل، فيما نرى أن من حيث أساتذة الدكتوراه يتأثرون بصفة ايجابية أكثر من أساتذة الماجستير، بمحتويات القناة بصفة ايجابية أكثر من الصفة السلبية، وهذا من خلال أن هذه الفئة من الجمهور تستحضر بعض العوامل من خلال عملية التلقي التي تتمثل في المستوى التعليمي العالي وكذلك الوضع الاقتصادي المعتدل وثقافة المجتمع المحافظ والدين الإسلامي من خلال التفكير في هذه الرسائل الإعلامية لقناة النهار.

المحور الثاني:المعالجة الإعلامية لقناة النهار

-الجدول رقم 24:توزيع مفردات البحث حسب متغير القوالب الصحفية المعتمدة من قبل القناة
في عرض الأحداث بدلالة الجنس

المتغير	ذكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
أخبار	2	%7.40	3	%11.11	5	%18.51
التقارير والتحقيقات	6	%14.81	4	%18.51	10	%33.33
الريبورتاج والبورترية	3	%14.81	3	%11.11	6	%25.92
أخرى	6	%3.70	1	%3.70	7	%7.4

الجدول رقم 25:توزيع مفردات البحث حسب متغير القوالب الصحفية المعتمدة من قبل قناة
النهار في عرض الأحداث بدلالة المستوى

المتغير	ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
أخبار	/		7	%25.92	7	%25.92
التقارير والتحقيقات	2	%7.40	7	%25.92	9	%33.32
البورترية والريبورتاج	4	%14.81	4	%14.81	8	%29.62
أخرى	/		6	%22.22	6	%22.22

التعليق:

من خلال الجدول نلاحظ بأن القوالب الصحفية المتبعة من قبل النهار حسب فئة الذكور هي الأخبار بنسبة قدرت ب7.40% وتكرار قيمته 2، في حين أن الإناث قدرت بنسبة اقل قدرت ب11.11% وتكرار قيمته 3، أما من حيث التقارير والتحقيقات كانت النسبة مرتفعة عند فئة الذكور ب22.22% وتكرار قيمته 6 و منخفضة عند فئة الإناث بنسبة 14.81% وتكرار قيمته 4، في حين أن الريبورتاج والبورتريه نلاحظ بأن نسبة الذكور والإناث كانت متساوية قدرت ب11.11% وتكرار قيمته 3.

أما بالنسبة للجدول الثاني نلاحظ بأن ذوي درجة الماجستير بنسبة منخفضة من حيث الأخبار تقدر ب7.40% وتكرار قيمته 2، في حين أن نسبة ذوي درجة الدكتوراه قدرت نسبتهم ب11.11% وتكرار قيمته 3، في حين أن نسبة التقارير والتحقيقات عند أساتذة الماجستير منخفضة ب14.81% وتكرار قيمته 4، أما بالنسبة للدكتوراه فكانت مرتفعة ب25.92% وتكرار قيمته 7، ومن حيث الريبورتاج والبورتريه نسبة أساتذة الماجستير منخفضة ب7.40% وتكرار قيمته 2، أما نسبة أساتذة الدكتوراه مرتفعة ب14.81% وتكرار قيمته 4.

2-التفسير:

من خلال الجدول نلاحظ بأن أكبر نسبة هي نسبة الريبورتاج والتحقيق نظرا لأن أكثر القوالب المتداولة في القناة هي عبارة عن ريبورتاجات وتقارير وأخبار في حين البورتريه والتحقيق اقل نسبة ربما لأن القناة تقدم فقط الأخبار التي تتبعها في الغالب الريبورتاجات والتقارير حسب طبيعة الأحداث والأخبار أما فيما يخص البورتريه والتحقيق ربما لا تركز القناة كثيرا في تقديم الأسباب الحقيقية في الغالب بل تركز على بعض الجوانب فقط التي تراها هي مناسبة حسب إيديولوجيتها.

-الجدول رقم26:توزيع مفردات البحث حسب متغير معيار الحقيقة من حيث التغطية الإعلامية للأحداث و الوقائع من قبل القناة بدلالة الجنس

المتغير	ذكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
تقدم الحقيقة كاملة	/	/	/	/	/	/
تقدم جزء من الحقيقة فقط	6	%22.22	6	%22.22	12	%44.44
تغليب جزء على جزء آخر	6	%22.22	6	%22.22	12	%44.44
لا تقدم الحقيقة إطلاقا	2	%7.40	1	%3.70	3	%11.1

الجدول رقم 27:توزيع مفردات البحث حسب متغير معيار الحقيقة من حيث التغطية الإعلامية للأحداث و الوقائع من قبل القناة بدلالة المستوى

المتغير	ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
تقدم الحقيقة كاملة	/	/	/	/	/	/

تقدم جزء من الحقيقة فقط	5	%18.51	7	%25.92	12	%44.44
تغليب جزء على آخر	2	%7.40	10	%37.03	12	%44.44
لا تقدم الحقيقة إطلاقاً	/	/	3	%11.11	3	%11.11

1-التعليق:

من خلال الجدول نلاحظ بأن نسبة الذكور والإناث وذوي درجة الماجستير والدكتوراه من حيث الاختيار الأول تقدم الحقيقة كاملة أنها منعدمة وتساوي 0، أما من حيث الاختيار الثاني تقدم جزء من الحقيقة فقط نلاحظ بأن نسبة إجابة الذكور والإناث كانت متساوية النسب ب 22.22% وتكرر قيمته 6، أما نسبة أساتذة الماجستير كانت منخفضة ب 18.51% وتكرر قيمته 5، أما نسبة أساتذة الدكتوراه مرتفعة ب 25.92% وتكرر قيمته 7، أما فيما يخص الاختيار الثالث تغليب جزء على جزء نلاحظ بأن أيضا نسبة الذكور والإناث متساوية النسب قدرت ب 22.22% وتكرارا قيمته 6، أما نسبة أساتذة الماجستير اقل من نسبة الدكتوراه قدرت ب 7.40% وتكرر قيمته 2، في حين أن نسبة الدكتوراه كانت مرتفعة قدرت ب 37.03% وتكرر قيمته 10، ومن حيث الاختيار الرابع لا تقدم الحقيقة إطلاقاً نلاحظ أن نسبة الذكور أكثر من نسبة الإناث قدرت ب 7.40% وتكرر قيمته 2، في حين أن نسبة الإناث قدرت ب 3.70% وتكرر قيمته 1 ونسبة أساتذة الماجستير نلاحظ انعدام الإجابة، في حين نسبة أساتذة الدكتوراه قدرت ب 11.11% وتكرر قيمته 3.

2-التفسير: من خلال الجدولين نستنتج بأن القناة لا تقدم الحقيقة كاملة، بل تقدم جزء فقط منها حسب نسبة الإجابات المماثلة للذكور والإناث وذلك حسب إبرازها لجوانب محددة من حيث المعالجة الإعلامية للأخبار والأحداث مثل الحدث الأخير سقوط الطائرة العسكرية ببوفاريك، حيث تم تغطية فقط الحدث السقوط وعدد الضحايا ومراسيم الدفن وحالة عائلاتهم، وعدم التصريح بالأسباب الحقيقية لسقوط الطائرة، وتقوم أيضا بتغليب جزء على حساب جزء أخر من خلال الإجابات المماثلة للذكور والإناث ، ربما لأنها تعطي الأهمية لجانب محدد من القضية محل الاهتمام من خلال المحتويات الإعلامية التي تعرضها ،في حين أن الجانب الأخر يبقى يشوبه الغموض ولا يحظى بالمعالجة بنسبة متماثلة مثل معالجة المشاكل الاجتماعية التي تعرض في الغالب فقط آراء الأفراد والواقع الذي يعيشونه ، في حين نادرا ما تعرض رأي المسؤولين حول هذه المشاكل وفي غالب الأحيان تعرض مواضيع حول تأزم الأوضاع الاقتصادية .فهذه القناة في رأيهم لا تقدم الحقيقة إطلاقا من خلال ما شاهدوه بحكم أنهم يستحضرون عدة عوامل التي تؤهلهم لمعرفة ذلك.وكل هذا راجع إلى السياسة التحريرية للقناة وخطها الأيديولوجي أو ما تفرضه عليها السلطة أو بعض الأحزاب ربما وهذا ما نجده في فرضيات نظرية الايطار الإعلامي .

الجدول رقم28:توزيع مفردات البحث حسب متغير صناعة أو مواكبة الأحداث من قبل قناة النهار بدلالة الجنس

المتغير	ذكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
تواكب الأحداث	9	33.33%	7	25.92%	16	59.25%
تقوم بصناعتها	2	7.40%	5	18.51%	7	25.91%

الجدول رقم 29 : توزيع مفردات البحث حسب متغير صناعة أو مواكبة الأحداث من قبل قناة النهار بدلالة المستوى

المتغير	ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
تواكب الأحداث	5	18.51%	11	40.74%	16	59.25%
تقوم بصناعتها	1	7.40%	6	22.22%	7	29.62%

1-التعليق :

من خلال الجدولين نلاحظ بأن نسبة الذين يرون بأن قناة النهار تقوم بمواكبة الأحداث بنسبة مرتفعة هي نسبة الذكور قدرت ب 33.33% وتكرارا قيمته 9، في حين نسبة الإناث منخفضة 25.92% بتكرار قيمته 7، أما نسبة أساتذة الماجستير كانت منخفضة قدرت ب 18.51% وتكرارا قيمته 5، ونسبة أساتذة الدكتوراه بنسبة مرتفعة قدرت ب 40.74% وتكرار قيمته 11، أما من حيث أن القناة تقوم بصناعة الأحداث نلاحظ بأن نسبة الذكور منخفضة ب 7.40% وتكرارا قيمته 2، والإناث قدرت نسبتهم مرتفعة ب 18.51% وتكرارا قيمته 5، ونسبة أساتذة الماجستير منخفضة ب 3.70% وتكرارا قيمته 1، و نسبة أساتذة الدكتوراه مرتفعة ب 22.22% وتكرار قيمته 6.

2-التفسير:

نلاحظ بأن فئة الإناث ترى بأن القناة تواكب الأحداث أكثر من فئة الذكور هذا راجع ربما لأن الإناث لا يشاهدون لمدة أطول وهذا ما ينطبق أيضا على الجواب الثاني، ان الذكور اقل من الإناث. ونلاحظ بأن نسبة الماجستير في الإجابة أقل من أساتذة الدكتوراه الذين لديهم خبرة أكثر، أو لأن عددهم اقل.

فمواكبة الأحداث ربما من خلال القناة من تغطيتها للحدث الواقعية المختلفة أما صناعة الأحداث هو الحدث أو الخبر الذي لم يحدث إطلاقاً وتقوم هي بوضع عناصره له، وتقدمه في شكل حدث أو خبر واقعي بهدف خدمة مصلح ما، أو تضليل الرأي العام هذا حسب السياسة التحريرية للقناة، وهذا ما نلاحظه من خلال بعض عرض بعض القضايا لم تحدث أصلاً تمثيلية مثل بعض القضايا المتداولة في حصة ما وراء الجدران أنه نرى الشخصيات تعرض في قناة النهار بوجه وقناة أخرى بوجه آخر مثل قضية "مهدي" وقضية خيانة زوجته له في النهار وقضية قتل عامل بمسجد الجزائر الأعظم من قبل الأفارقة الذي مثل دور "أخ الضحية" وهذا ربما أمر غير حقيقي.

-الجدول رقم 30: توزيع مفردات البحث حسب متغير ما إذا كانت تهدف القناة إلى التخويف والترهيب، أو الترغيب والتحييب بدلالة الجنس

المتغير	ذكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
التخويف والترهيب	6	22.22%	9	33.33%	12	55.55%
الترغيب والتحييب	6	22.22%	3	11.11%	9	33.33%

الجدول رقم 31: توزيع مفردات البحث حسب متغير ما إذا كانت تهدف القناة إلى التخويف والترهيب، أو الترغيب والتحييب بدلالة المستوى

المتغير	ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
التخويف	3	11.11%	12	44.44%	15	55.55%

						والترهيب
33.32	9	%25.92	7	%7.40	2	الترغيب والتحبيب

1-التعليق:

من خلال الجدول نلاحظ بأن نسبة المبحوثين الذين يرون بأن القناة تقوم بالتخويف والترهيب فئة الذكور اقل من نسبة الإناث بنسبة 22.22% وتكرر قيمته، والإناث بنسبة 33.33% وتكرر قيمته 9، وأن نسبة أساتذة الماجستير منخفضة ب11.11% وتكرر قيمته 3، وأساتذة الدكتوراه مرتفعة بنسبة 44.44% وتكرر قيمته 12، ومن حيث نسبة المبحوثين الذين يرون بأن القناة تقوم بالترغيب والتحبيب نسبة الذكور مرتفعة ب22.22% وتكرر قيمته 6، أما الإناث بنسبة قدرت ب11.11% وتكرر قيمته 3، ونسبة أساتذة الماجستير بنسبة منخفضة قدرت ب7.40% وتكرر قيمته 2، وأساتذة الدكتوراه بنسبة مرتفعة قدرت ب25.92% وتكرر قيمته 7.

2-التفسير:

من خلال التعليق على الجدول نستنتج بأن فئة الذكور يرون بأن القناة تقوم بالتخويف والترهيب ومن حيث الإناث اقل، ربما من خلال ما تعرضه القناة من تغطية لمواضيع القتل والإرهاب وعرض الصور بالنسبة للحوادث والضحايا، وفيما يخص مواضيع الهجرة الغير شرعية والانتحار أو من حيث الصورة التي تقدمها عن واقع المجتمع الجزائري وأوضاع البلاد، فالإناث ربما لديهم عاطفة وحساسين أكثر من الذكور. وأساتذة الماجستير اقل من الدكتوراه ربما لأن عددهم قليل. ونفسر إجابة بالمتغير الترغيب والتحبيب أن الذكور كانت أكثر من الإناث ربما لأن الذكور يرون بأن القناة تقدم هذه المواضيع بغرض تبينها من قبل الجمهور، ونلاحظ بأن الدكاترة أجابوا بنسبة أكثر من أساتذة الماجستير ربما هذا من خلال اختلاف وجهات النظر لكل فرد.

المحور الثالث: التضليل الإعلامي

الجدول رقم 32: توزيع مفردات البحث حسب متغير اعتماد القناة لأخلاقيات الاعلام في تعاملها مع الصوت والصورة والموسيقى والمعلومة بدلالة الجنس

المتغير	نكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
دائما	3	%11.11	/	/	3	%11.11
أحيانا	9	%33.33	11	%40.74	20	%74.07
إطلاقا	2	%7.40	2	%7.40	4	%14.8

الجدول رقم 33: توزيع مفردات البحث حسب متغير اعتماد القناة لأخلاقيات الاعلام في تعاملها مع الصوت والصورة والموسيقى والمعلومة بدلالة المستوى

المتغير	ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
دائما	/		14	%51.85	14	%51.85
أحيانا	6	%22.22	3	%11.11	9	%44.44
إطلاقا	/		4	%14.81	4	%14.81

1-التعليق:

من خلال الجدول رقم 18 نلاحظ بأن نسبة المبحوثين الذين يرون بأن القناة تعتمد على أخلاقيات المهنة في تعاملها مع الصور والموسيقى والمعلومة بصفة دائمة نسبة الذكور منخفضة بـ %33.33 وتكرار قيمته 9، في حين نسبة الإناث مرتفعة تقدر بـ %40.74 وتكرار قيمته 11. وفيما يخص أساتذة الماجستير نلاحظ بأن هذه الفئة أيضا لا توجد إجابة وأساتذة

الدكتوراه بنسبة منخفضة قدرت ب11.11٪ وتكرر قيمته 3، أما المبحوثين الذين يرون أحيانا نلاحظ بان فئة الذكور اقل من فئة الإناث قدرت ب33.33٪ وتكرر قيمته9، في حين أن نسبة الإناث كانت مرتفعة جدا بنسبة قدرت ب40.74٪ وتكرر قيمته11، أما نسبة فئة أساتذة الماجستير لا نلاحظ أي إجابة تذكر، أما نسبة أساتذة الدكتوراه مرتفعة جدا قدرت ب51.85٪ وتكرر قيمته14، أما من يرون إطلاقا نسبة الذكور والإناث متساوية النسب ب7.40٪ وتكرر قيمته 2، و أما أساتذة الماجستير نلاحظ انعدم الإجابة في حين أن نسبة أساتذة الدكتوراه قدرت ب 14.81٪ وتكرر قيمته4.

2-التفسير:

نلاحظ بأن فئة الذكور أجابت بنسبة منخفضة بالاختيار دائما، في حين لم نلاحظ إجابة بالنسبة لفئة الإناث ،ربما لأن القناة تقدم في بعض الأحيان معلومات صادقة بالصوت والصورة من خلال نبذة الصحفي الذي يقدم المادة الإعلامية السمعية البصرية في القناة والموسيقى المصاحبة للحدث.وهذا ما ينطبق ربما على فئة الماجستير والدكتوراه.أما فيما يخص الاختيار "أحيانا" نفسر إجابة الإناث أكثر من الذكور ،ربما لأن الإناث يدققون في التفاصيل أكثر من الذكور ونفسر إجابة أساتذة الدكتوراه أكثر من أساتذة الماجستير ربما من خلال الخبرة العلمية في المجال التقني والفني والعلمي ،وهذا ربما راجع إلى أنه لا يوجد إعلام برئ فالقناة تصيب أحيانا وتخطئ في بعض الأحيان ،أما من حيث الإجابة بالاختيار "نادرا" الذكور متساوية مع الإناث نفسر هذا ربما أنهم يشاهدون القناة بصفة مستمرة والإناث لا تلبى رغباتهم، وأساتذة الماجستير أكثر من الدكتوراه ربما لا يستطيعون الإجابة عليه فقط من خلال الدراسة علمية على عكس أساتذة الدكتوراه ،وهذا ربما من خلال عدم الصدق والواقعية من خلال المؤثرات الصوتية أو الإيماءات والإشارات لجهات أو أطراف معينة أو لأنها تقوم بإشاعة أخبار غير حقيقية وهذا راجع ربما إلى الضغوطات التي تمارسها عليها جماعات المصالح أو بدافع السياسة التحريرية للقناة.

الجدول رقم 34: توزيع مفردات البحث حسب متغير اعتماد القناة على تحقيق الوحدة الوطنية والمحافطة على تكامل البنية الاجتماعية للمجتمع الجزائري ومقوماته الأساسية بدلالة الجنس

المتغير	ذكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نعم	3	%11.11	3	%11.11	6	%22.22
لا	5	%18.51	4	%14.81	9	%33.33

الجدول رقم 35: توزيع مفردات البحث حسب متغير اعتماد القناة على تحقيق الوحدة الوطنية والمحافطة على تكامل البنية الاجتماعية للمجتمع الجزائري ومقوماته الأساسية بدلالة المستوى

المتغير	ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نعم	3	%11.11	3	%11.11	6	%22.22
لا	3	%11.11	6	%22.22	9	%33.33

1-التعليق: من خلال الجدول الأول نلاحظ بأن ارتفاع نسبة الذكور والإناث بنسب متساوية قدرت ب11.11% وتكرار قيمته 3 بنعم، في حين أن نسبة الذين أجابوا ب" لا" قدرت نسبة الذكور والإناث ب18.51% وتكرارا قيمته 5، أما أساتذة الماجستير والدكتوراه بنسب متساوية قدرت ب11.11% وتكرار قيمته 3.

أما الذين أجابوا بالاختيار " لا" نلاحظ أن أساتذة الماجستير والدكتوراه متساوية النسب تقدر ب11.11% وتكرار قيمته 3.

2-التفسير:

نفسر إجابة الذكور والإناث بنسبة متماثلة هو أنه لديهم نفس الرؤية حول هذا الاختيار وأساتذة الماجستير والدكتوراه بنسبة متماثلة ربما لأن لديهم نفس الرؤيا ، فهذا الجواب ربما لأن القناة تسعى لتمجيد السياسة الوطنية للبلاد والنظام الحاكم ومحاولة غرس هذه الضوابط لدى المجتمع الجزائري.و نفسر الإجابة ب "لا" ربما الإناث يلحظون بأن هذه القناة تعالج مواضيع تمسهم أكثر من الذكور نظرا للمواضيع التي تقدم صورة غير حقيقية عن المرأة الجزائرية باعتبار مقولة احد الشعراء الأم مدرسة إذا أعددتها أعددت شعبا طيب الأعراق،وأساتذة الماجستير والدكتوراه ربما لأن هذه القناة تثير الفتنة بين أفراد الشعب الجزائري ولا تقدم الحقيقة .

جدول رقم36: توزيع مفردات البحث حسب متغير التفسير الإجابة بنعم أو لا بدلالة الجنس

المتغير	ذكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
خدمة السلطة الحاكمة	1	3.70%	4	14.81%	5	18.51%
عرض برامج تثوير الثغرات والفتن	2	7.40%	1	3.70%	3	11.1%
لا تخدم المصلحة العامة	2	7.40%	1	3.70%	3	11.1%

أخرى	2	%7.40	1	%3.70	3	11.11
------	---	-------	---	-------	---	-------

جدول رقم 37: توزيع مفردات البحث حسب متغير التفسير الإجابة بنعم أو لا بدلالة المستوى

المتغير	ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
خدمة السلطة الحاكمة	2	%7.40	3	%11.11	5	%18.51
عرض برامج تثير الشجرات والفتن	1	%3.70	2	%7.40	3	%11.1
لا تخدم المصلحة العامة	1	%3.70	2	%3.70	3	7.4%
أخرى	2	%7.40	2	%25.92	4	%14.81

2-التعليق:

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن الذكور يرون بأن قناة النهار تخدم السلطة الحاكمة بنسب قدرت ب %3.70 وتكرار قيمته 1، وفئة الإناث ب %14.48 وتكرار قيمته 4، في حين أساتذة الماجستير بنسبة منخفضة قدرت %7.40 وتكرار قيمته 2، وأساتذة الدكتوراه قدرت ب %11.11 بنسبة مرتفعة وتكرار قيمته 3، أما المتغير عرض برامج تثير الشجرات والفتن فئة

الذكور مرتفعة 7.40٪ وتكرارا قيمته 2، بنسبة اقل من الإناث، في حين أن الإناث قدرت ب3.70٪ وتكرارا قيمته 1، أما نسبة أساتذة الماجستير منخفضة ب3.70٪ وتكرارا قيمته 1، وأما أساتذة الدكتوراه قدرت ب7.40٪ وتكرارا قيمته 2، وبالنسبة للمتغير لا تخدم المصلحة العامة نسبة إجابة الذكور مرتفعة ب7.40٪ وتكرار قيمته 2، و نسبة الإناث منخفضة ب3.70٪ وتكرار قيمته 1، ونسبة أساتذة الماجستير منخفضة ب3.70٪ وتكرار قيمته 1، ونسبة أساتذة الدكتوراه مرتفعة ب7.40٪ وتكرار قيمته 2،

2-التفسير :

نفسر إجابة الذكور والإناث المتساوية بالمتغير خدمة السلطة الحاكمة هذا ربما لأن لديهم نفس الرؤية حول القناة وما تسعى له هذا من خلال الدراسات السابقة دراسة الأستاذة عبو فوزية التي توصلت إلى نتيجة مفادها أن قناة النهار تخدم مصلحة السلطة الحاكمة من خلال تغطية الحملة الانتخابية لرئاسيات 2014، أما من حيث أساتذة الدكتوراه والماجستير ربما لأنهم شاهدوا ما تعرضه هذه القناة ،وما تسعى لتحقيقه من ضوابط لدى الشعب الجزائري، أما المتغير الثاني عرض برامج تثير الثغرات نفسر إجابة الذكور اقل من الإناث والماجستير دون إجابة على عكس الدكتوراه، وهذا ربما بأن القناة تقوم بزرع الفتنة وإثارة الرأي العام من خلال مثلا قضية الامازيغية والعربية والبلبلية التي جرت حول جعل اللغة الامازيغية لغة رسمية بجانب اللغة العربية وزرع الفتنة بين الفئتين من خلال النقاشات التي تم تداولها في القناة.

لا تخدم القناة المصلحة العامة ربما لأن القناة تقتصر فقط على تقديم رسائل تخدم مصالح خاصة أكثر من مصالح المواطن العامة وتقتصر فقط في طرح انشغالات المواطن من حيث ضروريات الحياة والمشاكل الاجتماعية، وهذا حسب ما يتوافق ومصلحة الخاصة للقناة تبعا لسياستها التحريرية وعدم التعامل مع الأحداث بنزاهة وموضوعية ،بهدف تغليب الرأي العام وفرض عليه القضايا حسب سياستها التحريرية التي تجعلها هي مهمة بالنسبة له.

نفسر هذه الإجابة ربما من خلال أن القناة تسعى للتغيير في سلوكيات الجمهور من خلال عرض القضايا بصورة قادرة على إثارة الرأي العام حولها ،و من هنا تحقق التغيير حسب أصحاب رؤوس الأموال أو أحزاب أو أصحاب السلطة أو حسب مصلحة القناة وسياستها التحريرية. وهذا من قول أحد المنظرين في الاعلام أنه لا تنجح وسائل الاعلام في جعل الأفراد كيف يفكرون ولكن تنجح في جعلهم فيما يفكرون وهذا ما تسعى له هذه القناة من خلال جعل الرأي العام يفكر في هذه القضايا التي تقوم ببحثها.

الجدول رقم 38:توزيع مفردات البحث حسب متغير تسليط القناة الضوء على قضايا الشأن العام الجزائري بدلالة الجنس

المتغير	ذكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
غالبا	4	%14.81	4	%14.81	8	%29.62
نادرا	5	%18.51	4	%14.81	9	%33.32
أبدا	/	/	/	/	/	/

الجدول رقم 39:توزيع مفردات البحث حسب متغير تسليط القناة الضوء على قضايا الشأن العام الجزائري بدلالة المستوى

المتغير	ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
غالبا	/	/	8	%29.62	8	29.62
نادرا	5	%11.11	9	%33.33	14	%44.44
أبدا	/	/	/	/	/	/

1-التعليق :

من خلال الجدول نلاحظ بأن نسبة المبحوثين الذين أجابوا ب غالبا نلاحظ أن نسبة الذكور والإناث متساوية بنسبة قدرت ب14.81% وتكرار قيمته 4، ونسبة أساتذة الماجستير نلاحظ انه لا توجد إجابة تذكر، أما أساتذة الدكتوراه بنسبة مرتفعة ب29.62% وتكرار قيمته 8، فيما يخص الخيار الثاني " نادرا" نلاحظ بأن فئة الذكور مرتفعة أكثر من الإناث قدرت ب29.62% وتكرار قيمته 8، ونسبة الإناث 22.22% وتكرار قيمته 6، وأما أساتذة الماجستير بنسبة منخفضة ب18.51% وتكرار قيمته 5، وأساتذة الدكتوراه بنسبة مرتفعة قدرت ب33.33% وتكرار قيمته 9، وبالنسبة للاختيار الثالث " أبدا " نلاحظ أن فنلاحظ عدم وجود إجابة تذكر،

من خلال الجدولين نستنتج أن الإجابة بالمتغير "غالبا" كانت أقل من المتغير "نادرا" في حين أن المتغير "أبدا" لم يلقى إجابة، وهذا ما نفسره نظرا لأن القناة تعرض قضايا في الغالب تقتصر على المشاكل الاجتماعية، فليس كل المجتمع الجزائري لديه تلك المشاكل فهناك قضايا أخرى لا تتطرق إليها بشكل مفصل في حين أن بعض القضايا تافهة لا تخدم الشأن العام بل العكس.

المحور الثالث: التضليل الإعلامي

جدول رقم 40: توزيع متغيرات البحث حسب متغير تقديم قناة النهار التزييف كحقيقة بدلالة الجنس

المتغير	ذكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نعم	11	40.74%	8	29.62%	19	70.36%
لا	1	3.70%	/	/	1	3.70%

الجدول رقم 41: توزيع متغيرات البحث حسب متغير تقديم قناة النهار التزييف كحقيقة بدلالة المستوى

المتغير	ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نعم	5	%18.51	14	%51.85	19	%70.36
لا	/	/	1	%3.70	1	%3.70

1-التعليق:

من خلال الجدولين نلاحظ بأن نسبة المبحوثين الذين يرون بأن القناة تقدم التزييف كحقيقة من الذكور قدرت نسبتهم بـ 40.74% وتكرار قيمته 11 تفوق الإناث بنسبة 29.62% وتكرار قيمته 8، و نسبة أساتذة الماجستير منخفضة بـ 18.51% تكرار قيمته 5، وأساتذة الدكتوراه بنسبة مرتفعة قدرت بـ 51.85% وتكرار قيمته 14، في حين نلاحظ بأن إجابة المبحوثين اللذين ينفون ذلك نلاحظ أن نسبة الذكور قدرت بـ 3.70% وتكرار قيمته 1، ونسبة الإناث لا نلاحظ أي إجابة تذكر، أما أساتذة الماجستير فنلاحظ عدم وجود أي إجابة تذكر، أما نسبة أساتذة الدكتوراه تقدر بـ 3.70% وتكرار قيمته 1.

2-التفسير:

نستنتج من خلال الجدول أن نسبة إجابة الذكور أكثر من الإناث من حيث الجواب "نعم" والماجستير اقل من الدكتوراه وبنسبة كبيرة هذا ما يفسر ربما أن القناة تقوم بالتزييف الحقيقية وتقدمها للجمهور الجزائري من خلال تلفيق واختراع القصص، بهدف تنميط الصور والأفكار لدى الشعب الجزائري وجعله شعبا بلاوعي، بحيث تصبح ما تنقله القناة هو الحقيقة وهذا ليس صحيحا فالقناة لديها عدة عوامل تتحكم في ايطارها الإعلامي من عادات وتقاليد

المجتمع الجزائري ،والضغوطات القانونية وضغوطات جماعات المصالح، والعمل الروتيني اليومي لصحفيي القناة، وكذلك التوجه السياسي والإيديولوجي للقناة كل هذه العوامل تساهم في تساهم في بناء الخبر أو الحدث التي تتطلب في بعض الأحيان قلب الحقيقة للخبر، وبالتالي تقع القناة فيما يعرف بالتزييف الإعلامي مما يؤدي إلى تغليب الرأي العام.

أما الذين أجابوا ب "لا" نلاحظ بأن فئة الذكور وفئة الدكتوراه فقط التي أجابت لأنهم يلاحظون ربما أن القناة غير مصداقية في الطرح فقط التي أجابت وفئة الدكتوراه وفئة الإناث و أساتذة الماجستير لا توجد إجابة ربما لأنهم تحفظوا عن الإجابة لأسبابهم ، نسبة هذا الجواب كانت ضئيلة جدا، وهذا مايفسر ربما أن القناة لا تقدم الحقيقة ،وتسعى إلى التزييف في الغالب لنفس العوامل التي تم ذكرها سابقا، وأنها تنقل الحقيقة بنسبة ضئيلة جدا. وهذا حسب مقولة "جوب لنز" وزير الدعاية الألمانية لهتلر(:"أعطيني إعلاما بلا ضمير ،أعطيك شعبا بلا وعي").

جدول رقم42:توزيع مفردات البحث حسب متغير مصداقية قناة النهار بدلالة الجنس

المتغير	ذكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
قناة تضليلية	6	%22.22	4	%14.81	10	%37.03
قناة ذات مصداقية	1	%3.70	/	/	1	%3.70
قناة نوعا ما من المصدقية	5	%18.51	6	%22.22	11	%40.73

جدول رقم 43: توزيع مفردات البحث حسب متغير مصداقية قناة النهار بدلالة المستوى

المتغير	ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
قناة تضليلية	1	%3.70	9	%33.33	10	%37.03
قناة ذات مصداقية	/	/	1	%3.70	1	%3.70
قناة نوعا ما من المصداقية	4	%14.81	7	%25.92	11	%40.74

1-التعليق:

من خلال الجدولين نلاحظ بأن نسبة المبحوثين الذين أجابوا بالمتغير قناة تضليلية نسبة الذكور قدرت بـ 22.22% وتكرار قيمته 6، ونسبة الإناث منخفضة بـ 14.81% وتكرار قيمته 4، ونسبة أساتذة الماجستير قدرت بـ 3.70% وتكرار قيمته 1، أما الدكتوراه فكانت مرتفعة جدا فقدرت بـ 33.33% وتكرار قيمته 9، أما المبحوثين الذين أجابوا بالمتغير قناة ذات مصداقية نلاحظ بأن فئة الذكور قدرت بـ 3.70% وتكرار قيمته 1 في حين أن نسبة الإناث كانت منعدمة تماما، ونسبة الماجستير نلاحظ أيضا بأنها كانت منعدمة تماما في حين أن نسبة الدكتوراه قدرت بـ 3.70% وتكرار قيمته 1، أما من حيث المتغير نوعا ما من المصداقية نلاحظ بأن نسبة الذكور اقل من نسبة الإناث بحيث قدرت بـ 18.51% وتكرار قيمته 5، في حين فاقتها نسبة الإناث بـ 33.33% وتكرار قيمته 6، أما أساتذة الماجستير قدرت نسبتهم بـ 14.81% وتكرار قيمته 4، و نسبة الدكتوراه مرتفعة بـ 18.51% وتكرار قيمته 5.

2-التفسير:

من خلال التعليق على الجدول نلاحظ بأن نسبة الذكور أكثر من نسبة الإناث وأساتذة الماجستير اقل من الدكتوراه من حيث الجواب قناة تضليلية هذا مايفسر ربما أن قناة النهار تقوم بتضليل الرأي العام من خلال استثارة العواطف ،و التلاعب على الغرائز والحاجات النفسية والعقلية في الإقناع والتأثير على الرأي من خلال الرسائل الإعلامية التي تبثها، وهذا ما توصلت إليه الأستاذة عبو فوزية من خلال دراستها معالجة قناة النهار لموضوع الحملة الانتخابية لرئاسيات 2014 ، و صرف انتباههم عن القضية محل النقاش. و أما الجواب الثاني قناة نوعا ما من المصادقية نلاحظ بأن نسبة الإجابة بقناة ذات مصادقية اقتصرت الإجابة فقط على فئة الذكور وأساتذة الماجستير بنسبة ضئيلة جدا ،وهذا راجع ربما إلى أن القناة تعتمد المصادقية بنسبة قليلة جدا .وأن الذين أجابوا ب نوعا ما من المصادقية نلاحظ بأن نسبة الذكور اقل من نسبة الإناث، ونسبة أساتذة الماجستير اقل من أساتذة الدكتوراه هذا ما نفسره ربما بأن القناة هي قناة تعتمد المصادقية بشكل جزئي ،وذلك بجعل القضايا ربما لأن القناة لا تعالج القضايا بمصادقية من جانب، في حين تغفل جوانب أخرى وهذا ما يجعل القضية أو الفكرة تصل للمتلقي مشوهة فيصبح بين النفي والثبات من حيث التصديق أو لا وبالتالي يصبح الرأي العام مضلل من قبل هذه القناة.

الجدول رقم 44: يمثل توزيع مفردات البحث حسب متغير قيام قناة النهار ب احد هذه الاختيارات بدلالة الجنس

المتغير	ذكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الدعاية	9	33.33%	4	14.81%	13	48.14%
التوعية	3	7.40%	1	3.70%	4	11.1%

						والإرشاد
/	/	/	/	/	/	التعليم
%14.81	4	%11.11	3	%3.70	1	نشر الفتنة

الجدول رقم 45: يمثل توزيع مفردات البحث حسب متغير قيام قناة النهار ب احد هذه الاختيارات بدلالة المستوى

المتغير	ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الدعاية	4	%14.81	9	%33.33	13	%48.14
التوعية والإرشاد	2	%7.40	2	7.40%	4	%14.8
التعليم	/	/	/	/	/	/
نشر الفتنة	/	/	4	%14.81	4	14.81

1-التعليق:

من خلال الجدول نلاحظ بأن المبحوثين الذين أجابوا بالاختيار الأول الدعاية بنسبة كبيرة بحيث قدرت نسبة الذكور ب 33.33% وتكرار قيمته 9، في حين أن نسبة الإناث قدرت ب 18.51% وتكرار قيمته 5، وتكرار قيمته أما نسبة أساتذة الماجستير قدرت ب 14.81% وتكرار قيمته 2، وأساتذة الدكتوراه قدرت نسبتهم 33.33% وتكرار قيمته 9، أما من حيث الإجابة بالاختيار الثاني التوعية والإرشاد نلاحظ أن فئة الذكور قدرت نسبة الإجابة ب 11.11% وتكرار قيمته 3، في حين أن نسبة الإناث قدرت ب 3.70% وتكرار قيمته 1، أما أساتذة الماجستير قدرت نسبتهم ب 7.40% وتكرار قيمته 2، و نفس نسبة أساتذة الدكتوراه التي قدرت ب 7.40% وتكرار قيمته 2، وأما الاختيار الثالث التعليم نلاحظ عدم وجود أي إجابة أما من حيث الاختيار الرابع نشر الفتنة نلاحظ بأن نسبة إجابة المبحوثين

الذكور منخفضة بـ3.70٪ بتكرار قيمته 1، ونسبة الإناث بـ11.11٪ وتكرار قيمته 3، أما نسبة أساتذة الماجستير نلاحظ عدم وجود أي إجابة تذكر، في حين أن نسبة أساتذة الدكتوراه تقدر بـ14.81 وتكرار قيمته 4.

2-التفسير: نستنتج أن إجابة الذكور كانت أكثر من الإناث والماجستير اقل من الدكتوراه بالاختيار الدعاية التي استحوذت على أكبر نسبة، ربما لأن هذه القناة في نظرهم تقدم الدعاية نظرا لما لاحظناه على القناة من خلال معالجة موضوع مثلا الهجرة الغير شرعية "الحرقه"، وذلك أنها تعرض نقاشات حول الموضوع بصفة دائمة، ربما هذا هو الواقع الحقيقي الذي تتقله فلماذا تركز عليه بشدة ،هنا نلاحظ بأنها تقوم ربما بالدعاية لهذا السلوك وعرضه بصفة متكررة حتى تستقر الفكرة في أذهان الشعب، وبالتالي يصبح أمر طبيعي يزيد من نسبة الهجرة الغير شرعية في الجزائر ولا يحد منها، وكذلك لعبة الحوت الأزرق التي تم تكرارها بشكل يومي لمدة ما يقارب أسبوع في كل وقت.أما من حيث الاختيار التوعية والإرشاد نلاحظ إجابة قليلة ربما لأن القناة في نظرهم تقوم بالتوعية والإرشاد من خلال الحملات التحسيسية للمواطن فقط.ومن حيث الاختيار التعليم ربما لأن القناة ليست تعليمية ولا تقدم حصص أو برامج حول التثقيف والمعرفة العلمية .أما فيما يخص الاختيار نشر الفتنة نلاحظ بأنه يلقي إجابة من قبل الذكور والإناث وأساتذة الدكتوراه في حين لا توجد إجابة بالنسبة لأساتذة الماجستير.فمن خلال هذا نفسر ربما أن القناة تزرع الفتنة مثلا من خلال حصة "طالع هابط"التي ربما هي لديها شئ ايجابي من خلال ترقب أشغال المسؤولين التي تحظى بالمدح والذم، ولأن اغلب المسؤولين يودون أن تلقى انجازاتهم المدح وبذلك تحقق ربما التنافس على خدمة البلاد إلا أنها تثير الشعب من خلال التذمر من الوضع القائم ،وبالتالي تقوم بشحنه بصفة غير مباشرة على إثارته على هذه السلطات.وكذلك من خلال عرض بعض الأخبار فيما يخص داعش والإرهاب التي تشجع على العنف والإجرام من خلال بيان القانون والعقوبة، وكذلك إبراز قوة أعضاء الأمن في القيام بواجبهم على أكمل

وجه و تحقيق الاطمئنان لدى الشعب في شقه الايجابي، أما في الشق السلبي ربما تشجع على الإجرام والعنف ، وكيفية القيام به من خلال حصة تحريات وكذلك من خلال أخبار الحجز على الأطنان من المخدرات باستمرار، وكذلك من خلال الاعتداءات الجنسية وهذا خدمة للمصالح وبعض الجهات الخاصة التي تفرض على القناة تمرير هذه الرسائل للمتلقي، وكذلك سياستها التحريرية ربما.

-الجدول رقم46:توزيع مفردات البحث حسب متغير تقديم قناة النهار للمواطن الجزائري حقه الكامل والموضوعي حسب ما جاء به قانون الاعلام 2012 بدلالة الجنس

المتغير	ذكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نعم	1	%11.11	4	%14.81	5	%25.92
لا	1	%3.70	4	%14.81	5	%18.51

-الجدول رقم47:توزيع مفردات البحث حسب متغير تقديم قناة النهار للمواطن الجزائري حقه الكامل والموضوعي حسب ما جاء به قانون الاعلام 2012 بدلالة المستوى

المتغير	ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
نعم	4	%14.81	1	%3.70	5	%18.51
لا	1	%3.70	4	%14.81	5	%18.51

1-التعليق:

من خلال الجدول نلاحظ بان المبحوثين الذين أجابوا بنعم من حيث فئة الذكور قدرت نسبتهم ب%11.11 وتكرار قيمته 3،والإناث بنسبة مرتفعة 14.81%وتكرار قيمته4 أما فيما يخص أساتذة الماجستير قدرت نسبتهم ب%7.40 وتكرار قيمته 2، أما فيما يخص أساتذة

الدكتوراه قدرت نسبتهم ب 3.70٪ وتكرار قيمته 1، وبالنسبة للاختيار "لا" نلاحظ بان
المبحوثين الذكور قدرت نسبتهم ب 25.92٪ وتكرار قيمته 7، والإناث قدرت نسبتهم
ب 18.51٪ وتكرار قيمته 5، أما أساتذة الماجستير قدرت ب 3.70٪ وتكرار قيمته 1، وأساتذة
الدكتوراه كانت مرتفعة جدا بنسبة 40.74٪ وتكرار قيمته 11.

نستنتج بأن أغلب المبحوثين أجابوا بالاختيار لا بنسبة 18.51٪ وتكرار قيمته في حين
تحفظ الباقي عن الإجابة.

2-التفسير:نفسر الإجابة بالاختيار نعم بنسبة قليلة ربما أن القناة تقدم للمواطن حقه الكامل
والموضوعي من حيث تعاملها مع بعض المواضيع التي تقدم فيها للمواطن حقائق
موضوعية. أما الاختيار الثاني الذي نال نسبة كبيرة من الإجابة من قبل المبحوثين من حيث
بعض الأحداث والأخبار التي نفسرها بان القناة ربما من خلال إبراز بعض القضايا
والأحداث والأخبار ربما لا تخدم المواطن التي تحتل الواقعية كما تحتل التزييف و
وتخويف المواطن وجعله يعيش حالة القلق المستمر من وضع البلاد ونشر بعض الأخبار
قبل نشرها ولا تقدم خدمة عامة للمواطن. وهذا من خلال تغطية جوانب معينة من القضايا
وإغفال أخرى.

نستنتج أن قناة النهار تقوم بتقديم إعلام كامل وموضوعي للمواطن بنسبة 18.51٪ فقط
بينما لا تقدم للمواطن الاعلام كامل وموضوعي بنسبة 40.74٪.

-الجدول رقم 48:توزيع مفردات البحث حسب متغير درجة رضا أفراد العينة عن البرامج
تعرضها التي القناة بدلالة الجنس

المتغير	ذكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
راضي جدا	2	7.40٪	/	/	2	7.40٪

رضا متوسط	7	%25.62	9	%33.33	16	%58.95
غير راض	4	%14.81	3	%11.11	7	%25.92

-الجدول رقم 49:توزيع مفردات البحث حسب متغير درجة رضا أفراد العينة عن البرامج تعرضها التي القناة بدلالة المستوى

المتغير	ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
راضي جدا	/	/	2	%7.40	2	%7.40
رضا متوسط	5	%18.51	11	%40.74	16	%59.25
غير راض	1	%3.70	6	%33.33	7	%37.03

1-التعليق:

من خلال الجدولين نلاحظ بأن المبحوثين الذين أجابوا بالاختيار راضي جدا قدر نسبة الذكور 7.40 % وتكرر قيمته 2، أما الإناث لا توجد أي إجابة ملحوظة أما أساتذة الماجستير لا توجد أي إجابة تذكر أما أساتذة الدكتوراه نلاحظ أن نسبتها قدرت ب 7.40% وتكرر قيمته 2، أما الذين أجابوا بالاختيار رضا متوسط قدرت إجابة الذكور بنسبة 25.92 % وتكرر قيمته 7 بنسبة منخفضة، أما نسبة الإناث قدرت ب 33.33% وتكرر قيمته 9، ونسبة أساتذة الماجستير بنسبة منخفضة قدرت ب 18.51% وتكرر قيمته 5، أما نسبة أساتذة الدكتوراه كانت مرتفعة جدا بنسبة 40.71% وتكرر قيمته 11، أما نسبة المبحوثين الذين أجابوا بالاختيار غير راض نسبة الذكور مرتفعة تقدر 14.81% وتكرر قيمته 4، ونسبة الإناث منخفضة ب 11.11% وتكرر قيمته 3، أما أساتذة الماجستير نلاحظ أن نسبتهم كانت

منخفضة تقدر 3.70% وبتكرار قيمته 1، أما أساتذة الدكتوراه كانت مرتفعة جدا تقدر ب22.22% وبتكرار قيمته 6.

1-التفسير:

نفسر الإجابة بالمتغير راضي جدا ربما لأن هذه القناة تحقق رغباته و اشباعاته من خلال الحصص والبرامج والأخبار وغيرها أما الإجابة بالمتغير رضا متوسط ربما لأن القناة تجمع بين ما هو سلبي وإيجابي بالنسبة لهم والاختيار غير راض ربما لأن القناة لا تقدم محتويات ضعيفة بالنسبة لهم هذا ربما لأن هذا المجتمع مثقف وواعي ويدرك جيدا القناة الهادفة من الضعيفة.

الجدول رقم 50:توزيع مفردات البحث حسب ما إذا كانت القناة تقدم على مستوى مضامينها أحد هذه المتغيرات بدلالة الجنس

المتغير	ذكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الإشاعة	2	7.40%	1	3.70%	3	11.1%
تضخم المعلومة	8	29.62%	8	29.62%	16	59.24%
تركب وتصنع الأحداث	3	11.11%	/	/	3	11.11%
لا شئ من هذا	1	3.70%	1	3.70%	2	7.4%

الجدول رقم 51: توزيع مفردات البحث حسب ما إذا كانت القناة تقدم على مستوى مضامينها
أحد هذه المتغيرات بدلالة المستوى

المتغير	ماجستير		دكتوراه		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الإشاعة	1	%3.70	2	%7.40	3	%11.1
تضخم المعلومة	4	%14.81	12	%44.44	16	%59.25
تركب وتصنع الأحداث	1	%3.70	2	%7.40	3	%11.1
لاشئ من هذا	1	%3.70	1	%3.70	2	%7.4

1-التعليق: من خلال الجدول نلاحظ بأن المبحوثين أجابوا بالاختيار الأول تقدم الإشاعة نلاحظ بأن نسبة الذكور أكثر من الإناث بنسبة %7.40 وبتكرار قيمته 2، أما نسبة الإناث منخفضة بـ %3.70 وبتكرار قيمته 1، وأساتذة الماجستير قدرت نسبتهم بـ %3.70 وبتكرار قيمته 1 أما أساتذة الدكتوراه قدرت نسبتهم بـ %7.40 وبتكرار قيمته 2، أما الاختيار الثاني تضخم المعلومة نلاحظ أن نسبة الذكور والإناث متساوية قدرت بـ %29.62 وبتكرار قيمته 8، ونسبة أساتذة الماجستير منخفضة قدرت بـ %14.81 وبتكرار قيمته 4، في حين أن نسبة أساتذة الدكتوراه تقدر بـ %44.44 وبتكرار قيمته 12، أما الاختيار تركيب وتصنع الأحداث نلاحظ بأن نسبة إجابة الذكور تقدر بـ %11.11 وبتكرار قيمته 3، والإناث لا نلاحظ أي إجابة تذكر، ونسبة أساتذة الماجستير نلاحظ أنها بنسبة اقل من أساتذة الدكتوراه تقدر

ب3.70 وتكرار قيمته 1 ونسبة أساتذة الدكتوراه تقدر ب 7.40٪ وتكرار قيمته 2. ومن خلال الاختيار لا شيء نلاحظ بأن نسبة إجابة الذكور والإناث متساوية تقدر ب 3.70٪ وتكرار قيمته 1

2-التفسير: نفسر الإجابة الذكور والإناث وأساتذة الماجستير والدكتوراه بالمتغير تضخم المعلومة أنها لقيت إجابة مرتفعة ربما لأن القناة تبرز الموضوعات والقضايا بشكل مبالغ فيه من خلال جعلها ذات أهمية بالغة بإضافة المعلومات الغير صحيحة. والمتغير الإشاعة بأن القناة تستخدم الإشاعة ونشر الأكاذيب ربما بهدف صرف انتباه الجمهور نحو قضية معينة تمس أحد المصالح أو أطراف التابعة لها التي تفرض عليها ذلك وهذا ما يؤدي إلى تغليب الرأي العام وإشغاله بالإشاعات دون القضايا ذات الأهمية البالغة. أما من حيث المتغير تركيب الأحداث وصناعتها ربما لأن القناة تقوم بتركيب الصور والفيديوهات والأحداث حسب ما لاحظوه هؤلاء المبحوثين.

الجدول رقم 52: توزيع مفردات البحث حسب متغير تقييم البرامج والأحداث التي تعرض من طرف قناة النهار بدلالة الجنس

المتغير	ذكر		أنثى		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
قناة جيدة نوعا ما	5	7.40%	/	/	5	7.40%
قناة لا تعالج القضايا بدقة	1	3.70%	3	11.11%	4	14.81%
قناة تزيد من حدة	1	3.70%	2	7.40%	3	11.1%

						المشاكل الاجتماعية
%22.22	6	7.40%	2	%14.81	4	قناة تحتاج إلى الاحترافية
%11.1	3	7.40%	1	%3.70	2	أخرى

الجدول رقم 53: توزيع مفردات البحث حسب متغير تقييم البرامج والأحداث التي تعرض من طرف قناة النهار بدلالة المستوى

المجموع		دكتوراه		ماجستير		المتغير
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%18.51	5	18.51%	5	/	/	قناة جيدة نوعا ما
%14.81	4	%11.11	3	%3.70	1	قناة لا تعالج القضايا بدقة
%11.11	3	%11.11	3			قناة تزيد من حدة المشاكل

الاجتماعية						
قناة تحتاج إلى الاحترافية	3	%11.11	3	%11.11	6	%22.22
أخرى	0	%11.11	3	0	3	%11.11

1-التعليق:

من خلال الجدول نلاحظ بأن فئة المبحوثين الذين أجابوا ب قناة جيدة نوعا ما أن نسبة الذكور مرتفعة 18.51% وتكرر قيمته 5 وفئة الإناث لا نلاحظ أي إجابة تذكر

وأساتذة الماجستير نلاحظ انه لا توجد أي إجابة تذكر أما أساتذة الدكتوراه قدرت نسبتهم ب 18.51% وتكرر قيمته 5، أما الاختيار الثاني قناة لا تعالج القضايا بدقة نلاحظ أن نسبة الذكور قدرت ب 3.70% وتكرر قيمته 1 ونسبة الإناث مرتفعة قدرت ب 11.11% وتكرر قيمته 3 وأساتذة الماجستير منخفضة بنسبة 3.70% وتكرر قيمته 1، في حين نلاحظ انه أن نسبة أساتذة الدكتوراه مرتفعة تقدر ب 11.11% وتكرر قيمته 3، أما الاختيار الثالث قناة تزيد من حدة المشاكل الاجتماعية نلاحظ بأن نسبة إجابة الذكور منخفضة تقدر ب 3.70% وتكرر قيمته 1 والإناث بنسبة مرتفعة تقدر ب 7.40% وتكرر قيمته 2، وأساتذة الماجستير نلاحظ انه لا توجد أي إجابة تذكر نسبة الدكتوراه ب 7.40% وتكرر قيمته 2، أما أساتذة الدكتوراه تقدر ب 11.11% وتكرر قيمته 3، أما فيما يخص الاختيار الرابع قناة تحتاج إلى احترافية نلاحظ بأن نسبة إجابة الذكور أكثر من الإناث تقدر ب 14.81% وتكرر قيمته 4، والإناث بنسبة منخفضة تقدر ب 7.40% وتكرر قيمته 2، ونسبة أساتذة الماجستير والدكتوراه متساوية النسبة ب 11.11% وتكرر قيمته 3، أما فيما يخص الإجابات الأخرى نلاحظ أن نسبة الذكور أكثر من الإناث بنسبة تقدر ب 7.40% وتكرر قيمته 2، أما الإناث تقدر إجابتهم ب 3.70% وتكرر

قيمه 1، أما نسبة أساتذة الدكتوراه تقدر ب11.11٪ وتكرر قيمته 3 في حين أن أساتذة الماجستير لا نلاحظ أي إجابة تذكر.

2-التفسير:

نلاحظ بان إجابة بالاختيار قناة تحتاج إلى الاحترافية نالت نسبة إجابة أكثر، وهذا ربما من خلال أن القناة ليست مصداقية بدرجة كبيرة ولا تقدم محتويات إعلامية وبرامج هادفة للمتلقي، أما فيما يخص الإجابة قناة جيدة نوعا ما ربما لأن القناة جيدة من خلال الأخبار التي تبثها دون انقطاع كل 120د ومتنوعة، أما الاختيار قناة لا تعالج القضايا بدقة ربما لأن هذه الفئة ترى بأن القناة تقوم بإبراز القضايا في شكل التضخيم والمبالغة في العرض والتلاعب بالحقائق،و أما فيما يخص الإجابة بالاختيار قناة تزيد من حدة المشاكل الاجتماعية ربما من عرضها على مستوى القناة وفق الإثارة والعوامل العاطفية والفضول والتضخيم التي تحتل الصدق كما قد تحتل الكذب في حين أن الإجابات الأخرى ليست متوافقة مع هذه الاختيارات.

3-نتائج الدراسة:

-توصلت الدراسة إلى أن:

1 -محور السمات العامة:

-37.03% من أفراد العينة تتراوح أعمارهم بين 28 و36 سنة.

-وهذا لان

-51.85% أفراد العينة ابناءث 48.14% ذكور متقاربة نوعا ما.

-77.77% أكثر من نصف أساتذة تخصص علوم الاعلام والاتصال لهم درجة الدكتوراه، و22.22% أساتذة لهم درجة الماجستير.

-55.55% اغلب أساتذة تخصص علوم الاعلام والاتصال بجامعة مستغانم لديهم خبرة تفوق أكثر من ست سنوات.

2-عادات وأنماط متابعة قناة النهار الجزائرية الخاصة:

-40.73% اغلب أفراد العينة يشاهدون قناة النهار أحيانا.

-44.44% أساتذة التخصص كانت بداية مشاهدتهم لقناة النهار منذ موعد انطلاق البث.

-44.44% من أساتذة التخصص يشاهدون القناة في السهرة .

-توصلت الدراسة إلى أن اغلب أفراد العينة يفضلون مشاهدة المواضيع الإخبارية ب59.25%، والسياسية 55.55%.

-توصلت الدراسة إلى أن أغلب أساتذة التخصص يفضلون مشاهدة القناة بغرض التداول السريع للأحداث 40.73%.

-7.40% من أفراد العينة يشاهدون القناة بغرض معرفة كيفية معالجة الأحداث و7.40% بغرض المقارنة بين القنوات.

-66.66% أكثر من نصف أساتذة التخصص يشاهدون القناة مع عائلاتهم .

-44.44% من أساتذة التخصص يستفيدون من البرامج التي تعرضها القناة بدرجة ضعيفة.

-51.85% من أساتذة التخصص لا يتأثرون بالبرامج التي تبثها القناة.

-29.62% من أفراد العينة يتأثرون ببرامج القناة بصفة ايجابية.

3- المعالجة الإعلامية لقناة النهار

-33.33% من أساتذة التخصص يرون بأن القناة تتبع التقارير والتحقيقات في عرض الأحداث والوقائع و29.62% يرون بأنها تتبع الريبورتاج والبورتريه والأخبار 25.92%.

-44.44% من أساتذة التخصص يرون بأن قناة النهار تقدم جزء من الحقيقة فقط و44.44% يرون بأنها تقوم بتغليب جزء على جزء آخر.

-59.25% من أساتذة التخصص يرون بأن قناة النهار تواكب الأحداث.

-55.55% يرون بأن قناة النهار تقوم بزرع الخوف والرهبه في المشاهد .

-51.85% من أساتذة التخصص يرون بأن قناة النهار تعتمد على أخلاقيات الاعلام في تعاملها مع الصوت والموسيقى والمعلومة بصفة دائمة و33.33% يرون عكس ذلك .

-33.33% من أساتذة التخصص يدلون بأن قناة النهار لا تعمل على تحقيق الوحدة الوطنية والمحافظة على تكامل البنية الاجتماعية للمجتمع الجزائري.

-أما من حيث تفسير الإجابة على السؤال السابق 18.51% من أفراد العينة يرون أن القناة تخدم مصلحة السلطة الحاكمة.

-44.44% أغلب أفراد العينة يرون أن قناة النهار نادرا ما تسلط الضوء على قضايا الشأن العام الجزائري.

4-التضليل الإعلامي:

-70.36% أكثر من نصف من أساتذة التخصص يدلون بأن قناة النهار تقدم التزييف كحقيقة.

-40.74% من أساتذة التخصص يرون بأن قناة النهار الخاصة هي قناة مصداقية نوعا ما، و37.03% يرون بأنها قناة تضليلية.

-48.14% من أساتذة تخصص علوم الاعلام والاتصال يدلون بأن قناة النهار تقوم بالدعاية.

-18.51% من أفراد أساتذة التخصص يوافقون على أن قناة النهار الخاصة تقدم للمواطن حقه الكامل والموضوعي حسب ما جاء به قانون الاعلام 2012، و18.51% يعارضون ذلك.

-59.25% من أساتذة الاعلام والاتصال يدلون بأنهم راضين رضا متوسط على ما تعرضه قناة النهار من البرامج.

-59.24% من أفراد العينة يدلون بأن قناة النهار تضخم المعلومة.

-22.22% من أفراد العينة أساتذة التخصص يرون بأن قناة النهار الخاصة تحتاج إلى احترافية.

4 الاستنتاج العام:

على ضوء تساؤلات الدراسة خلصنا إلى أن:

1-التضليل الإعلامي هو التزييف والتحريف وقلب الحقائق باعتماد مجموعة من الأساليب في التضليل الإعلامي هي التكتم التام، التكتم الجزئي، التكتم بالانتقائية وفرض الأجندة ، أسلوب التهويل والتضليل، الترويج الإعلامي، خلق مصادر مختلفة للأخبار، التحليلات والمقالات الموجهة، أسلوب الإغراق بالمعلومات، أسلوب التخويف والترهيب، أسلوب الدعاية، الإشاعة، التشويش، تزييف الوعي.

2-أغلب المبحوثين يرون بأن قناة النهار تقوم بالتضليل الإعلامي على مستوى التقارير والريپورتاج والتحقيق والبورترية والأخبار .

3-الأساليب الصحفية المتبعة من طرف قناة النهار في تشكيل الرأي العام حسب ما أدلى به أفراد عينة الدراسة هي التكتم الجزئي، التكتم بالانتقائية وفرض الأجندة بنسب متماثلة و أكثر من نصف أفراد العينة يرون بنها تضخم المعلومة و تقريبا نصف أفراد العينة اجمعوا على أن القناة تقوم بالدعاية و أكثر من نصف المبحوثين أكدوا على أنها تتبع تزييف الحقائق وتقريبا 55%من المبحوثين يصرحون بأنها تمارس أسلوب التخويف والترهيب.

4- اغلب أفراد العينة اجمعوا على أن قناة النهار لا تعتمد الحيادية والموضوعية في المعالجة الإعلامية للقضايا بحيث تقدم نوعا ما جزء من المصادقية كما أنها تقوم بالتضليل الإعلامي هذا من وجهة نظرهم.

نستنتج أن قناة النهار الإخبارية الجزائرية الخاصة تقوم بممارسة بعض أساليب التضليل الإعلامي ،وهذا من خلال المعالجة الإعلامية للقضايا والأحداث ونقلها للمشاهد بهدف تغليب الرأي العام حول القضايا المهمة وإغفالها حسب ما يتوافق و الايطار الإعلامي للقناة والسياسة التحريرية الخاصة بها. هذا ما توصلنا إليه حسب وجهة نظر أساتذة تخصص علوم الاعلام والاتصال بجامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم ،باعتبار أن كل باحث في

علوم الاعلام والاتصال لديه نظرة نقدية بناءة لوسائل الاعلام بصفة عامة هدفها تصويب الاعلام وترقيته لكي يصبح إعلاما احترافيا ناجحا.

خاتمة

على ضوء هذه الدراسة حاولنا أن نقف على أهم النقاط الأساسية وأهم العناصر التي يركز عليها البحث وذلك بالإجابة على الإشكالية والتساؤلات، وذلك من خلال إزالة اللبس والغموض الذي انتابنا قبل الشروع في الدراسة والشك حول الموضوع فيما إذا كانت قناة النهار الجزائرية الخاصة تقوم بتضليل الرأي العام، وذلك من خلال وصفنا للظاهرة وصفا دقيقا نوعا ما وحاولنا الابتعاد قدر المستطاع عن الذاتية وذلك للوصول إلى نتيجة مفادها أن قناة النهار الجزائرية الخاصة، تقوم بالتضليل الإعلامي للرأي العام وذلك من خلال تغطيتها الإعلامية للأحداث والوقائع بتقديم جزء من الحقيقة فقط على مستوى التقارير والتحقيقات والريبورتاج والبورترية والأخبار باعتماد أسلوب التكتم الجزئي، وأسلوب الانتقائية وفرض الأجندة الخاصة بالقناة، وكذلك الدعاية، وتضخيم المعلومة، وتقديم الحقائق المزيفة، وعدم اعتمادها على تحقيق الوحدة الوطنية والمحافظة على تكامل البنية الاجتماعية للمجتمع الجزائري رغم أنه مجتمع محافظ، وأن القناة تعتمد على معيار أخلاقيات مهنة الصحافة بشكل نسبي، وكذلك من حيث الموضوعية والحيادية في حق المواطن الجزائري، ولا يسعنا القول عن قناة النهار أنها قناة تعالج الأحداث والوقائع بمصداقية نوعا ما تتخللها بعض أساليب التضليل الإعلامي هذا حسب ما أدلى به أساتذة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، نتمنى أن نكون قد وفقنا إلى حد ما في الإلمام بالموضوع ونحيطكم علما أننا تعاملنا مع هذه الدراسة بكل دقة ومصداقي، كما نأمل أن يرتقي واقع الاعلام في الجزائر إلى الأفضل من حيث الاحترافية والدقة والموضوعية وتحقيق التوعية وخدمة المجتمع فيما يفيد والتخلي بالقيم الأخلاقية قبل القيام بأي عمل صحفي فالصدق شيمة من شيم المسلم التي أوصانا بها رسول الله ﷺ الصادق الأمين وعدم إلحاق الضرر بالمتلقي هذا ما أكد عليه الدكتور عبد الرحمن عزي.

خاتمة

على ضوء هذه الدراسة حاولنا أن نقف على أهم النقاط الأساسية وأهم العناصر التي يركز عليها البحث وذلك بالإجابة على الإشكالية والتساؤلات، وذلك من خلال إزالة اللبس والغموض الذي انتابنا قبل الشروع في الدراسة والشك حول الموضوع فيما إذا كانت قناة النهار الجزائرية الخاصة تقوم بتضليل الرأي العام، وذلك من خلال وصفنا للظاهرة وصفا دقيقا نوعا ما وحاولنا الابتعاد قدر المستطاع عن الذاتية وذلك للوصول إلى نتيجة مفادها أن قناة النهار الجزائرية الخاصة، تقوم بالتضليل الإعلامي للرأي العام وذلك من خلال تغطيتها الإعلامية للأحداث والوقائع بتقديم جزء من الحقيقة فقط على مستوى التقارير والتحقيقات والريبورتاج والبورترية والأخبار باعتماد أسلوب التكتم الجزئي، وأسلوب الانتقائية وفرض الأجندة الخاصة بالقناة، وكذلك الدعاية، وتضخيم المعلومة، وتقديم الحقائق المزيفة، وعدم اعتمادها على تحقيق الوحدة الوطنية والمحافظة على تكامل البنية الاجتماعية للمجتمع الجزائري رغم أنه مجتمع محافظ، وأن القناة تعتمد على معيار أخلاقيات مهنة الصحافة بشكل نسبي، وكذلك من حيث الموضوعية والحيادية في حق المواطن الجزائري، ولا يسعنا القول عن قناة النهار أنها قناة تعالج الأحداث والوقائع بمصداقية نوعا ما تتخللها بعض أساليب التضليل الإعلامي هذا حسب ما أدلى به أساتذة قسم علوم الاعلام والاتصال بجامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم.

قائمة المراجع والمصادر:

المصادر:

1-القران الكريم.

المعاجم :

2-إبراهيم أنيس،عطية الصوالحي، عبد الحليم منتصر،محمد خلاف الله احمد.المعجم الوسيط:الجزء الأول، الطبعة الثانية.

4- محمد جمال الفار.معجم المصطلحات الإعلامية.دار أسامة للنشر والتوزيع،الطبعة2014.

5-مي العبد الله ،عبد الكريم شين.المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال المشروع العربي لتوحيد المصطلحات.دار النهضة العربية،الطبعة الأولى،2014-1435

6-طارق سيد أحمد الخلفي.معجم مصطلحات الاعلام:انجليزي-عربي،دار المعرفة الجامعية،الطبعة الأولى.2008.

الموسوعات:

7-محمد منير حجاب.الموسوعة الإعلامية .المجلد الرابع.دار الفجر للنشر والتوزيع.

الكتب باللغة العربية:

8-احمد زايد.منظرو الاعلام الجديد:بين الاعلام والاتصال والدعاية،دار الثقافة للنشر والتوزيع،الجزائر.

9-احمد بن مرسي.الأسس العلمية لبحوث الإعلام والاتصال ،الورسم للنشر والتوزيع،الطبعة الأولى،الجزائر،2013.

10-إسماعيل علي سعيد.الدعاية والرأي العام دراسة في الاتصال الإنساني ،دار المعرفة الجامعية،كلية الآداب جامعة الإسكندرية،2004.

11-أماني الخطيب.الاعلام الدعائي المعاصر،منشورات الحلبي الحقوقية،الطبعة الأولى،لبنان،2015.

12- حامد ربيع. أبحاث في نظرية الاتصال والتفاعل السلوكي، مكتبة القاهرة الحديثة، الطبعة الثانية، القاهرة، 2002.

12- محمد منير حجاب، الحرب النفسية، دار الفجر للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، 2005.

13- منذر الزبيري. دور وسائل الاعلام في صنع القرار السياسي ،دار الحامد ،عمان، 2013.

14- منال هلال المزاهرة. مناهج البحث الإعلامي، دار المسيرة للنشر والتوزيع، طبعة الأولى، الأردن، 2014.

15- صابر حارص. إشكاليات الاعلام في التأثير على الرأي العام. العربي للنشر والتوزيع، الطبعة الأولى، القاهرة، 2007.

16- عبود عبد الله العسكري. منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار النمير للنشر، الطبعة الثانية مصححة مزيدة منقحة، سورية، 2014.

17- عزام أبو الحمام، الاعلام والمجتمع، دار أسامة للنشر والتوزيع، نبلأ ناشرون وموزعون، الأردن، 2015.

18- كلود يونان. التضليل الكلامي وآليات السيطرة على الرأي العام: الحركة السفسطائية نموذجاً، بحث في فلسفة التضليل الكلامي الدعائي الإعلامي السياسي. دار النهضة العربية، الطبعة الأولى، لبنان، 1432 هـ، 2011 م.

19- هيربرت شيلر، ترجمة عبد السلام رضوان، المتلاعبون بالعقول، سلسلة عالم المعرفة رقم 106، الكويت، 1999.

الوابوغرافية:

20- يوهان غالتو، جاك لينش. التغطية الإعلامية للنزاعات التوجهات الجديدة لإعلام السلم، تعريب رشيد زياني الشريف. معهد القهار شبكة ترانساند مؤسسة قرطبة، 2010. صص 200، متاح على الموقع بصيغة PDF

، ، <https://www.books4arab.com/201507/pdf92.html>، 201، تم التصفح

بتاريخ 2018/02/29، على الساعة 15:03

مجلات ودوريات:

- 21- سعيد بومعيزة ،التضليل الإعلامي وأقول السلطة، متاح بصيغة pdf
22- عرفات مفتاح معيوف.معايير التغطية الإخبارية في القنوات التلفزيونية.المجلد
17، العدد 1،اللقاء للبحوث والدراسات،2014،ليبيا.متاح على الموقع pdf،
[http:// albalqajournal.ammanu.edu.jo/pdfs/17/1101001045.pdf](http://albalqajournal.ammanu.edu.jo/pdfs/17/1101001045.pdf)

تم التصفح بتاريخ 2018/02/29، على الساعة 10:11

أطروحات :

- 23- سمير رحماني.صورة إسرائيل بعد حربها الأخيرة على لبنان لدى الجزائريين جويلية -
اوت2006:دراسة ميدانية لجمهور طلبة العلوم السياسية وعلوم الاعلام والاتصال بجامعة
محمد خيضر بسكرة ، بإشراف طاهر اجعيم ،جامعة منتوري قسنطينة2007-2008 متاح
بصيغة pdf

- 24-عبو فوزية. المعالجة الإعلامية لقناة النهار للحملة الانتخابية لرئاسيات 2014:مقاربة
في الاعلام السياسي في الجزائر.بإشراف العربي بوعمامة.جامعة عبد الحميد بن باديس
مستغانم

- 25-رضا عيد حمودة أكحيل،الشائعات في المواقع الإخبارية الأردنية وتأثيرها في نشر
الأخبار،جامعة الشرق الأوسط،2015،متاح على الموقع

PDFبصيغة،https://meu.edu.jo/libraryTheses/586374d4ebe8a_1.pdf

- 26--فرحات مهدي. دور الصحافة المكتوبة في تكوين الرأي العام في الجزائر:جريدة
الشروق اليومي نموذجا،بإشراف عبد الإله عبد القادر،المدرسة الدكتورالية للعلوم الاجتماعية
والإنسانية جامعة وهران.2009-2010متاح بصيغة pdf

المواقع الالكترونية:

- 27- <https://ar.m.wikipe.dia.org/wik> متاح على الموقع ،تم التصفح بتاريخ

11مارس2018،على الساعة 10:33

28- الموقع الرسمي لقناة النهار - <https://www.ennahronlaine.com.12:02> تم
التصفح بتاريخ 2018/02/27، على الساعة 12:02
المراجع باللغة الفرنسية :

29-A. MAURIK ,initiation pratique a la méthodologie des sciences
humaines ,casabah ,Alger,1997 ,p,22

الباب الرابع النشاط السمعي البصري الفصل الأول

ممارسة النشاط السمعي البصري

المادة 58: يقصد بالنشاط السمعي البصري في مفهوم هذا القانون العضوي، كل ما يوضع تحت تصرف الجمهور أو فئة منه عن طريق الاتصال اللاسلكي، أو بث إشارات أو علامات أو أشكال مرسومة أو صور أو أصوات أو رسائل مختلفة لا يكون لها طابع المراسلة الخاصة.

المادة 59: النشاط السمعي البصري مهمة ذات خدمة عمومية.

تحدد كفاءات الخدمة العمومية عن طريق التنظيم.

المادة 60: يقصد بخدمة الاتصال السمعي البصري في مفهوم هذا القانون العضوي، كل خدمة اتصال موجهة للجمهور لاستقبالها في آن واحد من قبل الجمهور كله أو فئة منه، يتضمن برنامجها الأساسي حصصا متتابعة ومنتظمة تحتوي على صور و/أو أصوات.

المادة 61: يمارس النشاط السمعي البصري من قبل:

- هيئات عمومية،
- مؤسسات وأجهزة القطاع العمومي،
- المؤسسات أو الشركات التي تخضع للقانون الجزائري.

ويعمارس هذا النشاط طبقا لأحكام هذا القانون العضوي والتشريع المعمول به.

المادة 62: يعهد إلى الهيئة المكلفة بالبحث الإذاعي والتلفزي تخصيص الترددات الموجهة لخدمات الاتصال السمعي البصري المرخص بها بعد أن يمنح خط الترددات من قبل الجهاز الوطني المكلف بضمان تسيير استخدام مجال الترددات الإذاعية الكهربائية.

المادة 63: يخضع إنشاء كل خدمة موضوعاتية للاتصال السمعي البصري، والتوزيع عبر خط الإرسال الإذاعي المسموع أو التلفزي، وكذا استخدام الترددات الإذاعية الكهربائية إلى ترخيص يمنح بموجب مرسوم.

المادة 51: مدة عضوية أعضاء سلطة ضبط الصحافة المكتوبة ست (6) سنوات غير قابلة للتجديد.

المادة 52: في حالة إخلال عضو سلطة ضبط الصحافة المكتوبة بالتزاماته المحددة في هذا القانون العضوي، يصرح رئيس سلطة ضبط الصحافة المكتوبة بعد مداولة طبقا للمادة 54 أدناه، بالاستقالة التلقائية للعضو المعني.

ويصرح رئيس سلطة ضبط الصحافة المكتوبة أيضا بالاستقالة التلقائية لكل عضو يصدر في حقه حكم قضائي نهائي بعقوبة مشينة أو مخلة بالشرف.

المادة 53: في حالة شغور منصب عضو سلطة ضبط الصحافة المكتوبة لأي سبب كان، يتم الاستخلاف بتعيين عضو جديد لاستكمال الفترة المتبقية، حسب الشروط والكيفيات المنصوص عليها في المادة 50 أعلاه.

وعند انقضاء هذه الفترة المتبقية، يمكن تعيينه من جديد عضوا في سلطة ضبط الصحافة المكتوبة إذا لم تتجاوز هذه الفترة المتبقية السنتين، وبحسب الشروط والكيفيات المنصوص عليها في المادة 50 أعلاه.

المادة 54: لا تصح مداولات سلطة ضبط الصحافة المكتوبة إلا إذا حضرها عشرة (10) أعضاء وتكون المداولة بأغلبية الأعضاء الحاضرين.

في حالة تساوي عدد الأصوات يكون صوت الرئيس مرجحا.

المادة 55: تكون مداولات سلطة ضبط الصحافة المكتوبة وقراراتها باللغة الوطنية الرسمية.

المادة 56: تتنافى مهام أعضاء سلطة ضبط الصحافة المكتوبة مع كل عهدة انتخابية أو وظيفة عمومية أو أي نشاط مهني.

تحدد تعويضات أعضاء سلطة ضبط الصحافة المكتوبة بموجب مرسوم.

المادة 57: لا يمكن أعضاء سلطة ضبط الصحافة المكتوبة، وكذا أفراد أسرهم وأصولهم وفروعهم من الدرجة الأولى، أن يمارسوا بصفة مباشرة أو غير مباشرة مسؤوليات أو يحوزوا مساهمة في مؤسسة مرتبطة بقطاع الإعلام.

المادة 70 : يتمثل النشاط السمعي البصري عبر الانترنت في إنتاج مضمون أصلي موجه للصالح العام ويجدد بصفة منتظمة، ويحتوي خصوصا على أخبار ذات صلة بالأحداث، وتكون موضوع معالجة ذات طابع صحفي.

لا تدخل ضمن هذا الصنف إلا خدمات السمعي البصري التي تمارس نشاطها حصريا عبر الانترنت.

المادة 71 : يمارس نشاط الصحافة الإلكترونية والنشاط السمعي البصري عبر الانترنت في ظل احترام أحكام المادة 2 من هذا القانون العضوي.

المادة 72 : تستثنى من هذه التعاريف الأخبار التي تشكل أداة للترويج أو فرعا لنشاط صناعي أو تجاري.

الباب السادس

مهنة الصحفي وأداب وأخلاقيات المهنة

الفصل الأول

مهنة الصحفي

المادة 73 : يعد صحفيا محترفا في مفهوم هذا القانون العضوي، كل من يتفرغ للبحث عن الأخبار وجمعها وانتقائها ومعالجتها و/أو تقديم الخبر لدى أو لحساب نشرية دورية أو وكالة أنباء أو خدمة اتصال سمعي بصري أو وسيلة إعلام عبر الانترنت، ويتخذ من هذا النشاط مهنته المنتظمة ومصدرا رئيسيا لدخله.

المادة 74 : يعد صحفيا محترفا كذلك كل مراسل دائم له علاقة تعاقدية مع جهاز إعلام، طبقا للإجراءات المنصوص عليها في المادة 80 أدناه.

المادة 75 : تحدد مدونة مختلف أصناف الصحفيين المحترفين بموجب النص المتضمن القانون الأساسي للصحفي.

المادة 76 : تثبت صفة الصحفي المحترف بموجب بطاقة وطنية للصحفي المحترف، تصدرها لجنة تحدد تشكيلتها وتنظيمها وسيرها عن طريق التنظيم.

المادة 77 : يمنع على الصحفي الذي يمارس مهنته بصفة دائمة في نشرية دورية أو وسيلة إعلام، أن يؤدي عملا مهما كانت طبيعته لحساب نشرية دورية أخرى أو وسيلة إعلام أخرى، أو أية هيئة مستخدمة أخرى، إلا بترخيص من الهيئة المستخدمة الرئيسية.

يجب إبرام اتفاقية بين سلطة ضبط السمعي البصري والمستفيد من الترخيص.

ويعد هذا الاستعمال طريقة شغل خاص للملكية العمومية للدولة.

الفصل الثاني

سلطة ضبط السمعي البصري

المادة 64 : تؤسس سلطة ضبط السمعي البصري، وهي سلطة مستقلة تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي.

المادة 65 : تحدد مهام وصلاحيات سلطة ضبط السمعي البصري، وكذا تشكيلتها وسيرها بموجب القانون المتعلق بالنشاط السمعي البصري.

المادة 66 : يمارس نشاط الإعلام عبر الانترنت بحرية.

ويخضع لإجراءات التسجيل ومراقبة صحة المعلومات، بإيداع تصريح مسبق من طرف المدير المسؤول عن جهاز الإعلام عبر الانترنت.

تحدد كفاءات تطبيق هذه المادة عن طريق التنظيم.

الباب الخامس

وسائل الإعلام الإلكترونية

المادة 67 : يقصد بالصحافة الإلكترونية، في مفهوم هذا القانون العضوي، كل خدمة اتصال مكتوب عبر الانترنت موجهة للجمهور أو فئة منه، وينشر بصفة مهنية من قبل شخص طبيعي أو معنوي يخضع للقانون الجزائري، ويتحكم في محتواها الافتتاحي.

المادة 68 : يتمثل نشاط الصحافة المكتوبة عبر الانترنت، في إنتاج مضمون أصلي موجه إلى الصالح العام، ويجدد بصفة منتظمة ويتكون من أخبار لها صلة بالأحداث وتكون موضوع معالجة ذات طابع صحفي.

لا تدخل المطبوعات الورقية ضمن هذا الصنف، عندما تكون النسخة عبر الانترنت والنسخة الأصلية متطابقتين.

المادة 69 : يقصد بخدمة السمعي البصري عبر الانترنت في مفهوم هذا القانون العضوي، كل خدمة اتصال سمعي بصري عبر الانترنت (واب - تلفزيون، واب - إذاعة) موجهة للجمهور أو فئة منه، وتنتج وتبث بصفة مهنية من قبل شخص طبيعي أو معنوي يخضع للقانون الجزائري، ويتحكم في محتواها الافتتاحي.

- عندما يتعلق الخبر بسر اقتصادي استراتيجي،
- عندما يكون من شأن الخبر المساس بالسياسة
الخارجية والمصالح الاقتصادية للبلاد.

المادة 85 : يعد السر المهني حقا بالنسبة للصحفي
والمدير مسؤول كل وسيلة إعلام طبقا للتشريع
والتنظيم المعمول بهما.

المادة 86 : يجب على الصحفي أو كاتب المقال الذي
يستعمل اسما مستعارا، أن يبلغ أليا وكتابيا، قبل
نشر أعماله، المدير مسؤول النشرية بهويته
الحقيقية.

المادة 87 : يحق لكل صحفي أجير لدى أية وسيلة
إعلام، أن يرفض نشر أو بث أي خبر للجمهور يحمل
توقيعه، إذا أدخلت على هذا الخبر تغييرات جوهرية
دون موافقته.

المادة 88 : في حالة نشر أو بث عمل صحفي، من
قبل أية وسيلة إعلام، فإن كل استخدام آخر لهذا العمل
يخضع للموافقة المسبقة لصاحبه.

يستفيد الصحفي من حق الملكية الأدبية والفنية
على أعماله طبقا للتشريع المعمول به.

المادة 89 : يجب أن يتضمن كل خبر تنشره أو
تبثه أية وسيلة إعلام، الاسم أو الاسم المستعار
لصاحبه، أو تتم الإشارة إلى المصدر الأصلي.

المادة 90 : يجب على الهيئة المستخدمة اكتباب
تأمين خاص على حياة كل صحفي يرسل إلى مناطق
الحرب أو التمرد أو المناطق التي تشهد أوبئة أو
كوارث طبيعية، أو أية منطقة أخرى قد تعرض حياته
للخطر.

المادة 91 : يحق لكل صحفي لا يستفيد من التأمين
الخاص المذكور في المادة 90 أعلاه، رفض القيام بالتنقل
المطلوب.

لا يمثل هذا الرفض خطأ مهنيا، ولا يمكن أن
يتعرض الصحفي بسببه إلى عقوبة مهما كانت
طبيعتها.

الفصل الثاني

أداب وأخلاقيات المهنة

المادة 92 : يجب على الصحفي أن يسهر على
الاحترام الكامل لأداب وأخلاقيات المهنة خلال ممارسته
للنشاط الصحفي.

المادة 78 : يمكن الصحفيين المحترفين إنشاء
شركات محررين تساهم في رأسمال المؤسسة
الصحفية التي تشغلهم، ويشاركون في تسييرها.

المادة 79 : يجب على كل مدير مسؤول نشرية
دورية للإعلام العام، أن يوظف بصفة دائمة صحفيين
حاصلين على البطاقة الوطنية للصحفي المحترف،
على أن يساوي عددهم على الأقل ثلث (3/1) طاقم
التحرير.

تطبق أحكام هذه المادة على طاقم تحرير خدمات
الاتصال السمعي البصري.

تستثنى من أحكام هذه المادة وسائل الإعلام
الإلكتروني.

المادة 80 : تخضع كل علاقة عمل بين الهيئة
المستخدمة والصحفي إلى عقد عمل مكتوب يحدد
حقوق الطرفين وواجباتهما، طبقا للتشريع المعمول
به.

المادة 81 : يشترط على الصحفيين المحترفين
الذين يعملون لحساب جهاز يخضع للقانون الأجنبي،
الحصول على اعتماد.

تحدد كفاءات تطبيق هذه المادة عن طريق
التنظيم.

المادة 82 : في حالة تغيير توجه أو مضمون أية
نشرية دورية أو خدمة اتصال سمعي بصري أو أية
وسيلة إعلام عبر الإنترنت، وكذا توقف نشاطها أو
التنازل عنها، يمكن الصحفي المحترف فسخ العقد،
ويعتبر ذلك تسريحا من العمل يخوله الحق في
الاستفادة من التعويضات المنصوص عليها في
التشريع والتنظيم المعمول بهما.

المادة 83 : يجب على كل الهيئات والإدارات
والمؤسسات أن تزود الصحفي بالأخبار والمعلومات
التي يطلبها بما يكفل حق المواطن في الإعلام، وفي إطار
هذا القانون العضوي والتشريع المعمول به.

المادة 84 : يعترف للصحفي المحترف بحق الوصول
إلى مصدر الخبر، ما عدا في الحالات الآتية :

- عندما يتعلق الخبر بسر الدفاع الوطني كما هو
محدد في التشريع المعمول به،

- عندما يمس الخبر بأمن الدولة و/أو السيادة
الوطنية مساسا واضحا،

- عندما يتعلق الخبر بسر البحث والتحقيق
القضائي،

المادة 98 : يحدد المجلس الأعلى لأداب وأخلاقيات مهنة الصحافة طبيعة هذه العقوبات وكيفيات الطعن فيها.

المادة 99 : ينصب المجلس الأعلى لأداب وأخلاقيات مهنة الصحافة في أجل أقصاه سنة ابتداء من تاريخ صدور هذا القانون العضوي.

الباب السابع

حق الرد وحق التصحيح

المادة 100 : يجب على المدير مسؤول النشرية أو مدير خدمة الاتصال السمعي البصري أو مدير وسيلة إعلام إلكترونية، أن ينشر أو يبث مجاناً كل تصحيح يبلغه إياه شخص طبيعي أو معنوي بشأن وقائع أو آراء، تكون قد أوردتها وسيلة الإعلام المعنية بصورة غير صحيحة.

المادة 101 : يحق لكل شخص يرى أنه تعرض لانتهاكات كاذبة من شأنها المساس بشرفه أو سمعته أن يستعمل حقه في الرد.

المادة 102 : يمارس حق الرد وحق التصحيح :

- الشخص أو الهيئة المعنية،

- الممثل القانوني للشخص أو الهيئة المعنية،

- السلطة السلمية أو الوصاية التي ينتمي إليها الشخص أو الهيئة المعنية.

المادة 103 : يجب أن يتضمن طلب حق الرد أو التصحيح الانتهاكات التي يرغب الطالب في الرد عليها، وفحوى الرد أو التصحيح الذي يقترحه.

يرسل الطلب برسالة موصى عليها مرفقة بوصول استلام، أو عن طريق المحضر القضائي، تحت طائلة سقوط الحق، في أجل أقصاه ثلاثون (30) يوماً إذا تعلق الأمر بصحيفة يومية أو خدمة اتصال سمعي بصري أو جهاز إعلام إلكتروني، وستون (60) يوماً فيما يخص النشريات الدورية الأخرى.

المادة 104 : يجب على المدير مسؤول النشرية إدراج الرد أو التصحيح المرسل إليه في العدد المقبل للدورية مجاناً وحسب الأشكال نفسها.

يجب أن ينشر الرد الوارد على الموضوع المعترض عليه في النشرية اليومية، في أجل يومين (2) وفي المكان نفسه وبالحروف نفسها، دون إضافة أو

زيادة على الأحكام الواردة في المادة 2 من هذا القانون العضوي، يجب على الصحفي على الخصوص :

- احترام شعارات الدولة ورموزها،

- التحلي بالاهتمام الدائم لإعداد خبر كامل وموضوعي،

- نقل الوقائع والأحداث بنزاهة وموضوعية،

- تصحيح كل خبر غير صحيح،

- الامتناع عن تعريض الأشخاص للخطر،

- الامتناع عن المساس بالتاريخ الوطني،

- الامتناع عن تمجيد الاستعمار،

- الامتناع عن الإشادة بصفة مباشرة أو غير مباشرة، بالعنصرية وعدم التسامح والعنف،

- الامتناع عن السرقة الأدبية والوشاية والقذف،

- الامتناع عن استعمال الحظوة المهنية لأغراض شخصية أو مادية،

- الامتناع عن نشر أو بث صور أو أقوال تمس بالخلق العام أو تستفز مشاعر المواطن.

المادة 93 : يمنع انتهاك الحياة الخاصة للأشخاص وشرفهم واعتبارهم.

ويمنع انتهاك الحياة الخاصة للشخصيات العمومية بصفة مباشرة أو غير مباشرة.

المادة 94 : ينشأ مجلس أعلى لأداب وأخلاقيات مهنة الصحافة، وينتخب أعضاؤه من قبل الصحفيين المحترفين.

المادة 95 : تحدد تشكيلة المجلس الأعلى لأداب وأخلاقيات مهنة الصحافة وتنظيمه وسيره من قبل جمعياته العامة التأسيسية.

يستفيد المجلس الأعلى لأداب وأخلاقيات مهنة الصحافة من دعم عمومي لتمويله.

المادة 96 : يعد المجلس الأعلى لأداب وأخلاقيات مهنة الصحافة ميثاق شرف مهنة الصحافة ويصادق عليه.

المادة 97 : يعرض كل خرق لقواعد آداب وأخلاقيات مهنة الصحافة أصحابه إلى عقوبات يأمر بها المجلس الأعلى لأداب وأخلاقيات مهنة الصحافة.

المادة 110 : يمارس حق الرد أيضا إذا أرفق نشره أو بثه بتعليق جديدة. وفي هذه الحالة، يجب أن لا يرفق الرد بأي تعليق.

المادة 111 : إذا كان الشخص المذكور اسمه في الخبر المعترض عليه متوفى أو كان عاجزا أو منعه عائق مشروع، يمكن أن يحل محله أو ينوب عنه في ممارسة حق الرد ممثله القانوني، أو قرينه، أو أحد أقاربه الأصول أو الفروع أو الحواشي من الدرجة الأولى.

المادة 112 : لكل شخص جزائري طبيعي أو معنوي الحق في ممارسة حق الرد على أي مقال مكتوب تم نشره أو حصة تم بثها، تمس بالقيم والمصلحة الوطنية.

المادة 113 : يجب على مدير جهاز الإعلام الإلكتروني أن ينشر في موقعه كل رد أو تصحيح فور إخطاره من طرف الشخص أو الهيئة المعنية.

تحدد كليات تطبيق هذه المادة عن طريق التنظيم.

المادة 114 : يمكن رفض نشر أو بث الرد إذا كان مضمونه منافيا للقانون أو الآداب العامة أو المنفعة المشروعة للغير أو لشرف الصحفي.

الباب الثامن

المسؤولية

المادة 115 : يتحمل المدير مسؤول النشرية أو مدير جهاز الصحافة الإلكترونية، وكذا صاحب الكتابة أو الرسم مسؤولية كل كتابة أو رسم يتم نشرهما من طرف نشرية دورية أو صحافة إلكترونية.

ويتحمل مدير خدمة الاتصال السمعي البصري أو عبر الإنترنت وصاحب الخبر الذي تم بثه المسؤولية عن الخبر السمعي و/أو البصري المبت من قبل خدمة الاتصال السمعي البصري أو عبر الإنترنت.

الباب التاسع

المخالفات المرتكبة في إطار ممارسة النشاط الإعلامي

المادة 116 : يعاقب كل من خالف أحكام المادة 29 من هذا القانون العضوي بغرامة من مائة ألف دينار (100.000 دج) إلى ثلاثمائة ألف دينار (300.000 دج)، والوقف المؤقت أو النهائي للنشرية أو جهاز الإعلام .

حذف أو تصرف. وفيما يخص النشرية الدورية الأخرى، يجب أن ينشر الرد في العدد الموالي لتاريخ استلام الطلب.

المادة 105 : تسري الأجل المتعلقة بنشر أو بث الرد أو التصحيح المنصوص عليها في المواد السابقة ابتداء من تاريخ استلام الطلب الذي يثبته وصل استلام موصى عليه أو تاريخ التبليغ عن طريق المحضر القضائي.

المادة 106 : يقلص الأجل المخصص للنشر خلال فترات الحملات الانتخابية بالنسبة للنشرية اليومية إلى أربع وعشرين (24) ساعة.

في حالة رفض نشر الرد، يقلص أجل الاستدعاء إلى أربع وعشرين (24) ساعة، ويمكن أن يسلم الاستدعاء بأمر على عريضة.

ويخول رفض نشر الرد الحق في رفع عريضة أمام قضاء الاستعجال، طبقا للتشريع المعمول به.

المادة 107 : يجب على مدير خدمة الاتصال السمعي البصري بث الرد مجانا حسب الشروط التقنية، وبنفس شروط أوقات البث التي بث فيها البرنامج المتضمن الاتهام المنسوب.

ويتم الإعلان على أن الرد يندرج في إطار ممارسة حق الرد مع الإشارة إلى عنوان البرنامج المتضمن الاتهام المنسوب بذكر تاريخ أو فترة بثه.

لا يمكن أن تتجاوز المدة القصوى للرسالة المتضمنة الرد دقيقتين (2) اثنتين.

تستثنى من ممارسة حق الرد الحصص التي يشارك فيها الشخص محل الجدل.

المادة 108 : في حالة رفض الرد أو السكوت عن الطلب في ظرف الثمانية (8) أيام التي تلي استلامه، يمكن الطالب اللجوء إلى المحكمة التي تنظر في القضايا الاستعجالية، ويصدر أمر الاستعجال في غضون ثلاثة (3) أيام.

يمكن أن تأمر المحكمة إجباريا بنشر الرد.

المادة 109 : يقلص أجل الرد من ثمانية (8) أيام إلى أربع وعشرين (24) ساعة خلال فترة الحملة الانتخابية، إذا كان المرشح محل جدل من قبل خدمة الاتصال السمعي البصري.

المنصوص عليها في هذا القانون العضوي، صورا أو رسوما أو أية بيانات توضيحية أخرى تعيد تمثيل كل أو جزء من ظروف الجنايات أو الجرح المذكورة في المواد 255 و256 و257 و258 و259 و260 و261 و262 و263 مكرر و333 و334 و335 و336 و337 و338 و339 و341 و342 من قانون العقوبات.

المادة 123 : يعاقب بغرامة من خمسة وعشرين ألف دينار (25.000 دج) إلى مائة ألف دينار (100.000 دج) كل من أهان بإحدى وسائل الإعلام المنصوص عليها في هذا القانون العضوي، رؤساء الدول الأجنبية وأعضاء البعثات الدبلوماسية المعتمدين لدى حكومة الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية.

المادة 124 : تتقدم الدعوى العمومية والدعوى المدنية المتعلقة بالجنح المرتكبة عن طريق الصحافة المكتوبة أو السمعية البصرية أو الإلكترونية، بعد ستة (6) أشهر كاملة ابتداء من تاريخ ارتكابها.

المادة 125 : مع مراعاة أحكام المواد من 100 إلى 112 من هذا القانون العضوي يعاقب بغرامة من مائة ألف دينار (100.000 دج) إلى ثلاثمائة ألف دينار (300.000 دج) كل من يرفض نشر أو بث الرد عبر وسيلة الإعلام المعنية.

المادة 126 : يعاقب بغرامة من ثلاثين ألف دينار (30.000 دج) إلى مائة ألف دينار (100.000 دج) كل من أهان بالإشارة المشينة أو القول الجارح صحفيا أثناء ممارسة مهنته أو بمناسبة ذلك.

الباب العاشر

دعم الصحافة وترقيتها

المادة 127 : تمنح الدولة إعانات لترقية حرية التعبير، لا سيما من خلال الصحافة الجوارية والصحافة المتخصصة.

تحدد مقاييس وكيفيات منح هذه الإعانات عن طريق التنظيم.

المادة 128 : تساهم الدولة في رفع المستوى المهني للصحفيين عن طريق التكوين.

تحدد كيفيات تطبيق هذه المادة عن طريق التنظيم.

المادة 129 : يجب على المؤسسات الإعلامية أن تخصص سنويا نسبة 2% من أرباحها السنوية لتكوين الصحفيين وترقية الأداء الإعلامي.

يمكن أن تأمر المحكمة بمصادرة الأموال محل الجنحة.

المادة 117 : يعاقب بغرامة من مائة ألف دينار (100.000 دج) إلى أربع مائة ألف دينار (400.000 دج) كل مدير أي من العناوين أو أجهزة الإعلام المنصوص عليها في المادة 4 أعلاه، تقاضى باسمه الشخصي أو لحساب وسيلة إعلام، سواء بصفة مباشرة أو غير مباشرة أموالا، أو قبل مزايا من طرف مؤسسة عمومية أو خاصة أجنبية، ماعدا عائدات الاشتراك والإشهار وفقا للأسعار والتنظيمات المعمول بها.

يمكن أن تأمر المحكمة بمصادرة الأموال محل الجنحة.

المادة 118 : يعاقب بغرامة من مائة ألف دينار (100.000 دج) إلى خمسمائة ألف دينار (500.000 دج) كل من يقوم عن قصد بإعارة اسمه إلى أي شخص طبيعي أو معنوي بغرض إنشاء نشرية، ولا سيما عن طريق اكتتاب سهم أو حصة في مؤسسة للنشر.

ويعاقب بنفس العقوبة المستفيدة من عملية "إعارة الاسم".

يمكن أن تأمر المحكمة بوقف صدور النشرية.

المادة 119 : يعاقب بغرامة من خمسين ألف دينار (50.000 دج) إلى مائة ألف دينار (100.000 دج) كل من نشر أو بث بإحدى وسائل الإعلام المنصوص عليها في هذا القانون العضوي، أي خبر أو وثيقة تلحق ضررا بسر التحقيق الابتدائي في الجرائم.

المادة 120 : يعاقب بغرامة من مائة ألف دينار (100.000 دج) إلى مائتي ألف دينار (200.000 دج) كل من نشر أو بث بإحدى وسائل الإعلام المنصوص عليها في هذا القانون العضوي، فحوى مناقشات الجهات القضائية التي تصدر الحكم، إذا كانت جلساتها سرية.

المادة 121 : يعاقب بغرامة من خمسين ألف دينار (50.000 دج) إلى مائتي ألف دينار (200.000 دج) كل من نشر أو بث بإحدى وسائل الإعلام المنصوص عليها في هذا القانون العضوي، تقارير عن المرافعات التي تتعلق بحالة الأشخاص والإجهاض.

المادة 122 : يعاقب بغرامة من خمسة وعشرين ألف دينار (25.000 دج) إلى مائة ألف دينار (100.000 دج) كل من نشر أو بث بإحدى وسائل الإعلام