

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم-



كلية العلوم الاجتماعية

قسم العلوم الإنسانية

شعبة الإعلام والاتصال



رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال تخصص وسائل الإعلام والمجتمع.

المعالجة الاعلامية لقناة النهار للحملة الانتخابية لرئاسيات 2014م

مقاربة في الاعلام السياسي في الجزائر

إشراف الدكتور :

العربي بوعمامة

إعداد الطالبة:

فوزية عبو

اللجنة المناقشة:

الاسم و اللقب	الدرجة العلمية	الجامعة	الصفة
خالدي امينة	أستاذة محاضرة	مستغانم	رئيسا
العربي بوعمامة	أستاذ محاضر	مستغانم	مشرفا ومقررا
محمد حمادي	أستاذ محاضر	مستغانم	مناقشا
رضوان بلخيري	أستاذ محاضر	تبسة	مناقشا
بدر الدين زواقة	أستاذ محاضر	باتنة	مناقشا

الموسم الجامعي: 2016/2017

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

قال الله تعالى :

وَيَسْأَلُونَكَ عَنِ الرُّوحِ قُلِ  
الرُّوحُ مِنْ أَمْرِ رَبِّي وَمَا أُوتِيتُمْ  
مِنَ الْعِلْمِ إِلَّا قَلِيلًا

سورة الإسراء

صَدَقَ اللَّهُ الْعَظِيمُ

# شكر و تقدير

الحمد لله رب العالمين الذي اعانني على اتمام هذا الجهد المتواضع ويسر لي سبل النجاح والتوفيق لانجاز هذا العمل ويسعدني وقد شارفت على انجاز هذه الاطروحة ان انسب الفضل لاهله.....فأتقدم بالشكر الجزيل والعرفان لأستاذي الفاضل الدكتور "العربي بوعمامة" الذي اكرمني بالاشراف على اطروحتي ... ومدّ لي يد العون فكان نعم المعين وقدم المساعدة بكثير من الصبر وفيض من الخلق الرفيع وكان له الفضل في ابراز هذا العمل الى حيز الوجود.....فله جزيل الشكر وكل التقدير والامتنان ....والشكر موصول الى اعضاء لجنة المناقشة المكرمين على تفضلهم بقبول مناقشة هذه الرسالة متمثلة :

الدكتور بدرالدين زواقة، الدكتور محمد حمادي، الدكتور رضوان بلخيري، الدكتورة امينة خالدي.

كما يسعدني ان اتقدم بالشكر الجزيل الى الدكتور "اشرف قدوس" من مصر، والدكتور "عزام ابو الحمام" من الاردن علي تقديمهما لي يد العون والمساعدة في اتمام هذا العمل .

كما اشكر كل من ساهم في انجاز هذا الجهد سواء بالتشجيع او المساعدة.

# الإهداء

اهدي هذه الاطروحة الى

من عايشا معاناتي بكل فصولها

وسايرا الحلم الجميل بكل تفاصيله

لنفيق معا على ثمرة هذا الجهد المتواضع.....

الى من علمني الصبر والتحدي (والدي) اطال الله في عمره.....فخرًا

الى من غمرتني بفيض حنانها (والدتي) حفظها الله.....وفاءً

الى رفيق دربي (زوجي)..... حبةً

الى من اسرجوا النور في ظلمة ليلي (اخوتي وأخواتي)

اهدي ثمرة هذا الجهد عرفانا لهم بالجميل

الى كل الذين عرفناهم.....فاحببناهم.....واحبونا....

فوزية



## ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة التي تمحور الإشكال العام فيها، حول كيفية معالجة قناة النهار لحدث الحملة الانتخابية لرئاسيات 2014م، وما هي اتجاهات طلبة علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية بجامعة مستغانم لهذه المعالجة الاعلامية، وذلك بهدف التعرف على نوع أساليب الإقناع التي استخدمتها القناة بهدف توجيه المشاهد إلى التصويت لمرشح معين وكشف بعض الأفكار التي استعملتها في تغطيتها لحدث الانتخابات الرئاسية 2014م، وكذا طبيعة العلاقة بين القنوات الفضائية الخاصة والنظام السياسي الجزائري ومعرفة اتجاهات الاتصال السياسي التي تتم من خلال قناة النهار والذي يحدث بين المتلقي والقائم بالاتصال انطلاقا من التساؤلات الفرعية التالية:

### 1/ تساؤلات الدراسة التحليلية:

\_ ما أبرز المواضيع التي ركزت عليها قناة "النهار" أثناء تغطيتها للحملة الانتخابية 2014؟

\_ هل التزمت قناة "النهار" بمعيار الحيادية في معالجتها لموضوع: الحملة الإعلامية، المعارضون للعهدة الرابعة، المؤيدون للعهدة الرابعة.

\_ ما مصادر المواد الإخبارية التي اعتمدها القناة أثناء تغطيتها للانتخابات الرئاسية؟

\_ ما طبيعة الصور المرفقة لتغطية قناة النهار للحملة الانتخابية؟

\_ ما أساليب الإقناع التي استعملتها قناة النهار الإخبارية أثناء تغطيتها لهذه الحملة؟

### 2/ تساؤلات الدراسة الميدانية:

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

\_ ما مدى اعتماد طلبة علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية بجامعة مستغانم على قناة النهار كمصدر للمعلومات أثناء الحملة الانتخابية 2014 ؟

\_ إلى أي مدى ساهمت قناة النهار في خلق تصورات وأفكار سياسية أثناء تغطيتها للحملة الانتخابية 2014؟

حاولنا من خلال هذه التساؤلات الإجابة على الفروض الآتية:

\_ تأثير السلطة على القضايا المطروحة التي كانت تعالجها قناة "النهار" أثناء الحملة الانتخابية.

\_ معظم طلبة علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية بجامعة مستغانم اعتمدوا على قناة النهار الإخبارية كمصدر للمعلومة السياسية أثناء الحملة الانتخابية 2014م و إعتبروا ان السلطة كانت تتحكم في المضامين التي قدمتها قناة النهار.

\_معظم طلبة علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية بجامعة مستغانم اعتبروا أن قناة النهار الإخبارية لم تتحلى بالمصداقية والموضوعية في تغطيتها للحملة الانتخابية 2014.

اعتمدنا في هذه الدراسة على تقنيتين هما:

\_ تقنية تحليل المضمون: اعتمدنا في هذه الدراسة على تقنية تحليل المضمون من خلال التحليل الكمي والكيفيلنشرات الأخبار التي بثتها قناة النهار أثناء الحملة الانتخابية بداية من انطلاقها يوم 23 مارس 2014م إلى غاية نهايتها 13 افريل 2014م، وقد اخترنا (09) نشرات إخبارية من أصل (21) نشرة .

وقد استخدمنا في هذه الدراسة فئات ماذا قيل منها: فئة الموضوع فئة الاتجاه، فئة المصدر وفئة ترتيب الأولويات، أما فيما يخص فئات الشكل اعتمدنا على فئة الصور وفئة أساليب الإقناع.

\_تقنية الاستمارة: تمثلت عينة الدراسة الميدانية في العينة غير احتمالية القصدية من خلال اختيار الطلبة الذين يشاهدون قناة النهار الإخبارية وتتبعوا حدث الحملة الانتخابية 2014، والعينة الاحتمالية الطبقية والتي اخترنا من خلالها المبحوثين وفق المستوى العلمي اي أخذنا من كل مستوى 10%، تم توزيع الاستمارة على طلبة علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية بجامعة مستغانم بداية من شهر ماي 2014 بعد الانتخابات الرئاسية ب 13 يوما .

الكلمات المفتاحية: الحملة الانتخابية، التغطية الإعلامية، النظام السياسي، اتجاهات الفضائيات، الاعلام السياسي.

## Résumé:

Cette étude est pour but de révéler comment la chaîne elnahar a traitée la campagne électorale de l'année 2014 et quelle sont les impressions des étudiants des médias et de la communication et de la science politique de l'université de Mostaganem vis-à-vis cette étude médiatique en vue de connaître les styles de conviction choisis et utilisés par la chaîne afin qu'elle oriente les téléspectateurs à voter pour un candidat précis ainsi de démontrer son idéologie lors sa couverture des élections présidentielles de 2014. l'étude également s'intéresse à la nature de la relation entre les chaînes télévisées et le régime politique algérien pour identifier le courant de la communication politiques pratiqués de la part de la Chaîne elnahar entre expéditeur et récepteur d'informations à partir de ses interrogations:

Les questionnements de l'étude analytique: Quels sont les différents sujets traités par Elnahar NEWS pendant la campagne électorale?

Est que Elnahar NEWS a été objective par rapport la campagne médiatique:les opposants et ceux qui sont d'accord avec le quatrième mandat?

Quelle sont les sources de l'information de la chaîne Elnahar lors la campagne électorale?

Quelle est la nature des images effectuées par Elnahar pour la campagne électorale?

Les questionnements d'étude pratique: Quelle habitude pour les étudiants des médias et de la communication et de la science politique lors la campagne électorale?

Est que les étudiants des médias et de la communication et de la science politique prennent Elnahar comme une source d'information fiables pendant la campagne électorale?

Est que la chaîne de la télévision Elnahar a créé des nouvelles idées politiques à travers sa couverture de la campagne présidentielle?

Nous avons tenté de répondre à travers ses questionnements aux hypothèses suivantes: Le pouvoir maîtrise les différents sujets traités par Elnahar NEWS pendant la campagne électorale de 2014.

-la majorité des étudiants des médias et de la communication et de la science politique ont pris Elnahar NEWS comme une source d'information pendant la campagne électorale.

La majorité des étudiants des médias et de la communication et de la science politique ont considérés que Elnahar n'a pas été objective lors sa couverture de la campagne électorale.

Nous avons basés dans notre étude sur l'analyse quantitative et qualitative des infos journalières d'Elnahar NEWS pendant sa couverture de campagne électorale à partir de 23 Mars 2014 jusqu'à sa fin en 13 Avril 2014 .Nous avons choisis 9 journal sur 21 .

Nous avons travaillé sur des différentes catégories. Catégorie du thème, du source, du classement, des priorités, de la forme, de l'image et des styles de conviction. La technique du questionnaire: Nous avons choisis les étudiants fidèles au chaine surtout ceux qui ont suivis la campagne électorale.

L'échantillon du public hétérogène.: Nous avons choisis un public des différents niveaux 10/. Nous avons aussi distribués notre questionnaire aux étudiants des médias et de la communication et de la science politique de l'université de Mostaganem.

Les mots clés: campagne électorale, couverture, le régime politique, les idéologies des chaines télévisées ; Média politique.

## **Abstract:**

The aim of this study, which the public query focused about how to handle Ennahar channel the election campaign 2014, and what are the trends of students of Media and Communication Sciences, and political science at the University of Mostaganem for this media treatment Science, In order to identify the type of persuasion techniques used by the channel, to direct the viewer to vote for a particular candidate, and revealed some of the ideas that the channel used in the coverage of the presidential election 2014, as well as the nature of the relationship between the private channels and the Algerian political system, to know political communication trends which made by the Ennahar channel, which occurs between the recipient and the based contact, Proceeding from the following sub-questions :

### 1/ Analytical study questions :

- What are the main themes that are focused on Ennahar channel during the coverage of the election campaign 2014 ?
- Is the Ennahar channel committed to the standard of neutrality in dealing with the subject : Media campaign, the opponents of the fourth covenant, supporters of the fourth covenant
- What sources of news articles adopted by the channel during its coverage of the presidential election ?
- What is the nature images accompanying the cover of the channel during the election campaign ?
- What are the persuasion techniques used by the Ennahar channel during the coverage of the election campaign ?

### 2/ The field study questions :

- What are the habits and patterns of showing the students of Media and communication Sciences and political science at the University of Mostaganem to Ennahar channel ?
- To what extent the adoption of students of Media and communication Sciences and political science at the University of Mostaganem on the Ennahar channel as a source of information during the election campaign 2014 ?

- To what extent Ennahar channel contributed to creating perceptions and political ideas during the coverage of the election campaign 2014 ?

We tried through these questions to answer on the following assumptions :

-The power is the control of issues that were addressed by the Ennahar channel during the election campaign.

- Most students of media and communication and political sciences at the University of Mostaganem relied on Ennahar channel as a source of political information during the election campaign 2014

-Most students of media and communication and political sciences at the University of Mostaganem considered that Ennahar channel did not show the credibility and objectivity during the election campaign 2014

In this study we relied on two techniques :

Content analysis technology: we relied in this study on the content analysis through quantitative Analysis and news that had broadcast by Ennahar channel during election campaign from the beginning of its launch day 23 rd March until 13th April, we chose(09) newsletters out of (21) newsletter

The Form Technology : The study sample consisted of field in the sample of non- probability through the selection of students who watch Ennahar news channel, and they followed the election campaign event 2014 when we chose through it the respondents according to the scientific level, i.e : we chose from each level 10%, The questionnaire was distributed to the students of Media, and communication sciences and political science at the University of Mostaganem from the beginning of the month of May 2014 after the presidential election by 13 days.

**key words** :, election campaign, , media coverage, , political system, Satellite directions; Political Media .

# مقدمة

## مقدمة:

يتميز العصر الحالي بأنه عصر الاعلام والمعلومات، لما يمتلكه من قدرة على التأثير والاقناع، وتشكيل الافكار، وصياغة الرأي العام، فقد أصبح الاعلام عاملا من عوامل التنمية وعنصرا متزايدا الهامية في التطوير السياسي والاقتصادي والاجتماعي والثقافي.

ان التطور الكبير الذي طرأ على وسائل الاعلام والاتصال والتكنولوجيا ساهم في ظهور وسائل اعلام حديثة تتميز بعنصر السرعة في نقل الخبر والمعلومة، جعلته يخترق كل الحدود والحواجز بين الدول، ويصل الى جميع الناس بدون استثناء من خلال استخدام وسائل جديدة مثل الانترنت، الفاكس، الموبايل وبرامجه، وغيرها. و تلك الوسائل الجديدة عززت دور الاعلام عامة وفي المجال السياسي خاصة فقد اتاحت له فرصة نقل الاخبار والمعلومات باسرع وقت وبتكاليف اقل.

لقد شهد العالم في نهايات القرن الماضي وبدايات القرن الحالي تطورات وتحركات سياسية كبيرة مما دفع الدول والحكومات باللجوء الى مختلف الوسائل والاساليب الاعلامية والاتصالية من اجل تحقيق غاياتها واهدافها وتعميق مبادئها والترويج لايديولوجيتها، وظهر الاعلام السياسي الذي يهتم بالجوانب والقضايا السياسية ويقوم بإحداث التأثير والتغيير في الآراء والقناعات والافكار لدى الجمهور ويساهم في عملية صنع القرار السياسي، وصار يحظى باهتمام الوحدات والتيارات السياسية كونه المعبر عن فكرها وفلسفتها ونشاطاتها وتطورها وقدرتها على التأثير في الجمهور.

فقد تطور الاعلام السياسي مع تطور وسائل الاعلام المختلفة اذ اصبح بكيفية توظيف واستغلال تلك الوسائل في العملية السياسية، اذ يقوم بنقل وتحليل النشاط السياسي واتاحة المجال امام السياسيين وقادة الرأي للحصول على المعلومات والبيانات، وتلقي ردود افعال الجمهور نحو سياساتهم وقراراتهم ومواقفهم، مما يساعد في كل العمليات والخطوات المصاحبة لصنع القرار السياسي فضلا على اعتماد الجمهور عليها في تكوينه واعتقاده واتجاهاته ومواقفه المختلفة ازاء الاحداث والسياسات التي تقع داخل الواقع المحيط به.<sup>1</sup>

وهذا ما سوف نتطرق اليه من خلال هذه الدراسة التي تتمحور اشكالياتها حول معالجة قناة النهار لحدث الحملة الانتخابية لرئاسيات 2014م بالجزائر وعليه تدخل هذه الدراسة في إطار المقاربات الامبريقية، من خلال محاولة التعرف على المضامين المعالجة والبحث في علاقة وسائل الإعلام بالجمهور، من خلال

<sup>1</sup> الاعلام والتعبئة السياسية، [http://www.arab-unity.com/default\\_ar.aspx?ID=245](http://www.arab-unity.com/default_ar.aspx?ID=245) ، 2016/10/25 ، 18:08 سا

الاعتماد على أدوات كمية وإحصائية لجمع المعطيات وتحليلها، وقد اشتملت خطة البحث على خمسة فصول:


يتناول الفصل الأول الجانب المنهجي للدراسة الذي يتضمن الإشكالية والتساؤلات وقد قدمنا الفرضيات بشكل يمكن إثباتها أو تعديلها أو إلغائها وهي فرضيات قابلة للدراسة عن طريق أدوات منهجية محددة، بالإضافة إلى أسباب اختيار الموضوع وأهداف الدراسة وأهميتها وأخيرا المنهج المستعمل وأدوات البحث التحليلي والميداني.

أما الفصل الثاني الذي يتضمن الجانب النظري تم تخصيصه لموضوع الاتصال السياسي والإعلام الفضائي في الجزائر تضمن مدخل مفاهيمي حول الاتصال السياسي والإعلام السياسي وتحديد طبيعة الدولة الجزائرية بعد الاستقلال يليه موضوع التحول الديمقراطي والإعلامي في الجزائر ثم موضوع الإعلام الفضائي والذي تطرقنا فيه إلى التطور التاريخي للأقمار الصناعية وإلى القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر.

أما الفصل الثالث الذي خصصناه لموضوع للمشاركة السياسية والتجربة الانتخابية في الجزائر تضمن مدخل مفاهيمي حول المشاركة السياسية والمعارضة في الجزائر والانتخاب والحملة الانتخابية وأخر عنصر شمل الانتخابات الرئاسية في الجزائر منذ أول انتخابات نظمت سنة 1995م إلى غاية انتخابات 2014م.

أما الفصل الرابع الخاص بالدراسة التحليلية الذي قمنا من خلاله بتحليل نشرات الأخبار التي بثتها قناة النهار أثناء تغطيتها للحملة الانتخابية السالفة الذكر في محاولة معرفة مدى مصداقية وموضوعية القناة في المعالجة وكذا معرفة طبيعة العلاقة بين القنوات الفضائية والنظام السياسي الجزائري.

أما الفصل الخامس والأخير تضمن الدراسة الميدانية التي تطرقنا فيها إلى دراسة اتجاهات طلبة علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية بجامعة مستغانم حول معالجة قناة النهار لحدث الحملة الانتخابية 2014م لرئاسيات ، في الأخير تم التوصل إلى مجموعة من النتائج من خلال الدراسة التحليلية والميدانية .



# الفصل الأول

## الإطار المنهجي

## الفصل:الأول الاطار المنهجي

1\_الدراسة الاستطلاعية

2\_موضوع البحث وإشكاليته

1\_2 تساؤلات الدراسة

2\_2 فرضيات الدراسة

3\_أسباب اختيارالموضوع

4\_أهمية الموضوع

5\_أهداف الموضوع

6\_تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة

7\_الدراسات السابقة

8\_الإجراءات المنهجية

1\_8 المدخل النظري للدراسة

## 1\_ الدراسة الاستطلاعية:

يعتاد أيّ باحث في الدكتوراه أو الماجستير أو في دراسة أو مقال علمي على إجراء دراسة استطلاعية أو استكشافية قبل الشروع في إشكالية البحث التي اختارها، حيث تشتغل الدراسة الاستطلاعية على مشكلة بحث غير محددة المعالم وتمثّل اللبنة الأولى للبحث الميداني.

فهذه الدراسة تساعد الباحثين على بناء أفكار جديدة ورسم استبصارات متباينة مما يجعلهم يفهمون إشكالية البحث المدروسة، ويلجئون إليها عندما يكون هناك ندرة في الموضوع المراد معالجته ولا يملك القدر الكافي من المعلومات والبيانات التي من شأنها تمكينه من إجراء الدراسة الميدانية.

والدراسة الاستطلاعية تختلف من باحث لآخر إلا أننا في هذه الدراسة\_ اعتمدنا على نوع يطلق عليه علميا بالحالات المثيرة للاستبصار ويقصد به الحالات التي تزود الباحث بمعلومات جديدة في الموضوع الذي يود دراسته، إذ يوجه الباحث بعض الأسئلة إلى المبحوثين في الجوانب التي يود معرفة المزيد عنها.

بدأنا دراستنا الإستطلاعية بوضع بعض الأسئلة التي وزعناها على عينة متكونة من 100 مفردة مقسمة بالإنصاف على نفس الفئة المقصودة في الدراسة وهي طلبة علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية من جامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم.

وقد انحصر موضوع بحثنا حول القنوات الفضائية الخاصة التي تعزّزت بها السّاحة الإعلامية في الجزائر مؤخراً، تزامنا مع الإعلان عن قانون الإعلام الجديد (12\_05) الذي سمح بحرية إنشاء قنوات فضائية خاصة، بحيث بلغ عدد هذه القنوات حوالي 40 قناة تنوعت بين الإخبارية والثقافية والمتخصصة وغيرها ولهذا تعمدنا تقديم أسئلة مفتوحة دون تحديد اختيارات حتى تساعدنا الأجوبة في اختيار القناة المفضّلة من قبل المبحوثين وما مدى مشاهدتها، وما مدى اعتماد عينة الدراسة على القنوات الفضائية الخاصة كمصدر للمعلومة السياسية خاصة في فترة الانتخابات الرئاسية لعام 2014م.

أجريت الدراسة من (01 ماي 2014م) إلى غاية (15 ماي 2014م) على الطلبة الذين يشاهدون القنوات الفضائية الخاصة ومجريات الحملة الانتخابية 2014م بالجزائر، بعد القيام بهذه الدراسة الاستكشافية والتنقيب عن المعطيات التي نبحث عنها، ساعدتنا هذه الأخيرة في اختيار القناة الفضائية الأكثر تفضيلا للمشاهدين وتغطيتها للحملة الانتخابية السالف ذكرها، كما جمعنا معلومات قمنا من خلالها ببناء إشكالية الدراسة النهائية وتفصيل التساؤلات الفرعية وتحديد الأهداف وكذا بناء محاور الاستمارة النهائية، وعدنا في هذه المرحلة إلى سبر أغوار الدراسات السابقة التي أجريت حول موضوعنا، وبعد قراءتنا المعمقة استخرجنا أوجه الاختلاف والتشابه كنقطة مهمة لتفادي الوقوع في التكرار، بعدها جمعنا المصادر والمراجع التي تخص موضوعنا بأنواعها، واستغرقت مرحلة جمع الوثائق والكتب مدة 6 أشهر أي بداية من شهر جوان إلى غاية شهر نوفمبر 2014م، وتوصلنا في الأخير من خلال هذه الدراسة التمهيدية إلى أن أكثر القنوات مشاهدة وتفضيلا كانت على النحو الآتي :

- ✓ قناة النهار الإخبارية (37%)
- ✓ قناة الشروق نيوز (30%)
- ✓ قناة KBC (19%)
- ✓ قناة الجزائرية. (14%)

أما عن مدى مشاهدة المبحوثين لهذه القنوات فكانت اغلب إجاباتهم محصورة بين "دائماً" و"أحياناً"، أما بالنسبة للسؤال الأخير فكانت إجابة جل المبحوثين تصُّب في اعتمادهم على هذه القنوات الفضائية الخاصة كمصدر يطلعون من خلالها على المواضيع السياسية ومنها حدث الانتخابات الرئاسية 2014م بالجزائر التي تعد أهم محطة سياسية تمرُّ بها البلاد في نظرهم، وعليه تم تحديد موضوع الدراسة وبناء الإشكالية التالية:

## 2\_ تحديد الإشكالية:

عرف التطور السريع الذي شهدته وسائل الاتصال الجماهيري خلال الخمسين سنة الأخيرة، ظهور قنوات تتمنن نقل الخبر ومعالجة المواضيع السياسية، إنطلاقاً من مرجعياتها المختلفة التي غالباً ما تتعلق بمصادر تمويلها وتوجهاتها السياسية وكذا الأقاليم التي تستهدف بثها، فتترك هذه القنوات الإخبارية أثراً كبيراً على الرأي العام .

حيث تُعدُّ الانتخابات الوسيلة الوحيدة لإسناد السلطة السياسية عبر جميع الأنظمة السياسية المعاصرة باختلاف أشكالها وتباين الإيديولوجيات التي تستند عليها، بهذا المفهوم أصبح الانتخاب مؤسسة قائمة بذاتها وحقلاً للصراعات السياسية والاجتماعية، وفي آن واحد مخبراً لقياس التغييرات السياسية التي تحدث في المجتمع، فيستخدم الانتخاب إذاً كأداة للتحكم في موازين القوى من طرف الفاعلين في اللعبة السياسية.

إذ تقوم وسائل الاعلام بدورٍ مهم في الحملات الانتخابية من خلال التسويق لبرامج المرشحين ونشر أخبار الحملات الانتخابية وقضايا الجدل المطروحة فيها، حيث يتوقع الفرد أن تقدم له الحملة المعلومات كما أنها تؤثر في تصوره وإدراكه، وفي نفس الاتجاه " تعتمد الحملة مثلاً على أكثر من وسيلة إعلامية تخلق أثراً واحداً متفقاً عليه وهذا الأثر يظهر بشكل واضح بالنسبة لأولئك الذين يناقشون الموضوع مع الآخرين، ومن ثم فإن الحملة تنقل الموضوع إلى أجندة الجمهور"<sup>1</sup>.

فالعلاقة بين العملية الاتصالية والعملية السياسية هي علاقة وثيقة للغاية فكلتا النظامين يتأثر بالأخر ويؤثر فيه، وإن كان حجم التأثير الذي يمارسه النظام السياسي، يرتبط بسمات المجتمعات النامية السياسية والاجتماعية والاقتصادية، فمرحلة الانتخابات " الرئاسية" أهم محطة تقاس فيها اهتمامات الرأي العام، وكذا وسائل الإعلام خاصة هذه الأخيرة التي تريد توجيه والتأثير في الرأي العام، فهي حالة غير عادية تجمع فيها كل القوى للتأثير.

1 يوسف تمار: «الاتصال السياسي: الثقافة السياسية بين وسائل الإعلام و الجمهور»، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2012، ص. 31.

إذ يعتبر الانتخاب أحد إفرازات الحياة المشتركة التي ترتبت عنها صراعات مريرة، وعنيفة سببها الرئيس التضارب الطبيعي لمصالح الأفراد واختلاف تطلعاتهم، بحيث تهدف الانتخابات إلى خلق إطار سياسي مقبول تتم فيه عملية تداول السلطة بشكل سلمي ودوري فتمنح الفرصة للمواطنين لتجديد ثقتهم بالسلطة أو حجبا عنهم، فقد كان النظام الجزائري قبل عام 1989م يتشكل من سلطة الحكم الأحادي المتمثل في جبهة التحرير الوطني FLN، ترتب عليه نظام انتخابي شكلي انعدمت فيه الإرادة الحرّة للمواطنين في اختيار ممثليهم، إلا بعد الاعلان عن دستور جديد في فيفري 1989م، وما صاحبه من إصلاحات تعثرت في أول خطوة لها بعد الانتخابات التشريعية لسنة 1991م وما نتج عن ذلك من عنف ودمار للبلاد في ظل الغياب الكلي للمؤسسات الشرعية للدولة، التي شهدت انطلاقة جديدة مع أول انتخابات رئاسية سنة 1995م، وما صاحبا من قوانين عضوية للانتخابات، تلتها انتخابات عام 1999م و عام 2004م و 2009م التي فاز فيها المرشح بوتفليقة خلال العهدة الثالث، حيث ساد الجو التنافسي بين الكتل السياسية خلال الحملة الانتخابية الكثير من التوتر نتيجة للأحداث التي مست دول الجوار وما يسمى بثورات الربيع العربي، مما أدى إلى محاولة احتواء فكر المواطن وقولبته برسائل ومضامين تدعم نظرية المؤامرة من خارج البلاد، حيث تزامنت هذه الحملة مع أحداث غرداية وظهور حركات رافضة للعهد الرابع للمرشح بوتفليقة وداعية لمقاطعة الانتخابات وخلق مشاركة سياسية سلبية.

فقد تزامنت الحملة الانتخابية مع ظهور قنوات فضائية جزائرية خاصة عديدة في ظل قانون الإعلام الجديد رقم 12/05 المؤرخ بتاريخ 12 يناير 2012م الذي يشجع على التعددية الإعلامية<sup>1</sup>. حيث امتازت الحملة الانتخابية السالفة الذكر بمنافسة قوية بين المرشحين (علي فوزي رباعين، لويظة حنون، عبد العزيز بلعيد، عبد العزيز بوتفليقة، موسى تواتي، علي بن فليس)، مما سمح لهذه القنوات بتغطية هذا الحدث ونقل كل ما يتعلق بأخبار الحملة، وعليه بنيت الإشكالية على تساؤلين عامين تمثلا في :

كيف عالجت قناة النهار الإخبارية الحملة الانتخابية لرئاسيات الجزائر عام 2014 م ؟ وما هي اتجاهات طلبية علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية بجامعة مستغانم حول المعالجة الاعلامية لقناة النهار؟

2\_1 تساؤلات الدراسة: من خلال الإشكال العام تتفرع مجموعة من التساؤلات تتمحور حول:

أ\_ تساؤلات الدراسة التحليلية:

1\_ ما ابرز المواضيع التي ركزت عليها قناة "النهار" خلال تغطيتها للحملة الانتخابية بالجزائر لعام 2014م؟

2\_ هل التزمت قناة "النهار" بمعايير الحيادية في معالجتها لموضوع: الحملة الإعلامية، المعارضون للعهد الرابع، المؤيدون للعهد الرابع.

3\_ ما مصادر المواد الإخبارية لتغطية قناة النهار الإخبارية للحملة الانتخابية 2014م؟

---

1 الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، قانون الإعلام 12/05 المؤرخ في 26 يناير 2012.

4\_ ما طبيعة الصور المرفقة لتغطية "النهار" للانتخابات الرئاسية بالجزائر 2014م؟

5\_ ما أساليب الإقناع التي استعملتها "قناة" أثناء تغطيتها للحملة الانتخابية لعام 2014م؟

ب\_ تساؤلات الدراسة الميدانية:

1\_ ما هي عادات وأنماط مشاهدة طلبة علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية بجامعة مستغانم لقناة "النهار"؟

2\_ ما مدى اعتماد طلبة علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية بجامعة مستغانم على قناة "النهار" كمصدر للمعلومات في الحملة الانتخابية 2014م ؟

3\_ إلى أي مدى ساهمت قناة "النهار" في خلق تصورات وأفكار سياسية أثناء تغطيتها للحملة الانتخابية 2014م؟

2\_2\_ فرضيات الدراسة:

الفرضية الأولى: تأثير السلطة على القضايا المطروحة التي كانت تعالجها قناة "النهار" أثناء الحملة الانتخابية.

الفرضية الثانية: ابتعاد قناة النهار الإخبارية عن المصدقية والموضوعية أثناء تغطيتها للحملة الانتخابية 2014م بالجزائر.

الفرضية الثالثة: معظم طلبة علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية بجامعة مستغانم اعتمدوا على قناة النهار الإخبارية كمصدر للمعلومة السياسية أثناء الحملة الانتخابية 2014م و اعتبروا ان السلطة كانت تتحكم في المضامين التي قدمتها قناة النهار.

3\_ أسباب اختيار الموضوع

لا يخل أي بحث علمي من رغبة ذاتية تدفع إلى انجازه، ولعل ما يدفعنا إلى معالجة هذا الموضوع من هذه الزاوية هو اهتمامنا بالمجال السياسي خاصة القضايا المتعلقة بالجزائر، و رغبنا الملحة في محاولة معرفة مدى مصداقية القنوات الفضائية الخاصة في تعاطيها ومعالجتها للقضايا السياسية ومدى استقلالية هذه القنوات من عدمه، بالإضافة إلى حداثة الموضوع وقلة الأبحاث الجزائرية فيه خاصة فيما يتعلق بالقنوات الإخبارية الخاصة، إذ تقل هذه الدراسات التي تخص مسألة الانتخابات الرئاسية ويعود ذلك إلى حساسية الظاهرة السياسية وصعوبتها في الطرح .

ولقد اخترنا قناة النهار الإخبارية، باعتبارها قناة غير حكومية متخصصة في مجال الخدمة الإخبارية كعينة تخدم بحثنا الذي يتناول القنوات الفضائية الخاصة، ظهرت مع أولى القنوات كالشروق TV والمغربية، وقد تم اختيارها وفق الدراسة الاستطلاعية التي قمنا بها والتي أظهرت نتائجها أن قناة النهار كانت أكثر متابعة من قبل الشباب أثناء الانتخابات الرئاسية بالجزائر لسنة 2014.

#### 4\_ أهمية الموضوع: تكمن أهمية الدراسة من عدة نقاط:

أولها: انعدام الدراسات الجزائرية التي أجريت حول معالجة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة لرئاسيات 2014م، التي تعمل حاليا من خارج الجزائر ولا تتوفر داخلها إلا على مكاتب تعتمدها وزارة الاتصال وتمنح لها العمل.

ثانيا: محاولة فهم ومعرفة الأسس التي تبنى وتوضع عليها القضايا المثارة للنقاش أثناء الحملة الانتخابية وما مدى أثرها في تشكيل قيم ورؤى سياسية في أوساط المجتمع الجزائري المشاهد لهذه القنوات.

ثالثا: تناول هذه الدراسة جانب من جوانب العلاقة القائمة ما بين قنوات وسائل الإعلام والحياة السياسية في المجتمع الجزائري، ومن هنا فإنها تكتسب أهميتها من دورها في التعرف على اتجاهات ومواقف القنوات الفضائية الخاصة من الانتخابات الرئاسية وتحديد طبيعة هذه الاتجاهات.

#### 5\_ أهداف الموضوع : في ضوء المشكلة التي تتعامل معها الدراسة فإنها تسعى إلى تحقيق الأهداف التالية:

- ✓ رصد مدى متابعة الشباب لأخبار الانتخابات الرئاسية بالجزائر لسنة 2014م
- ✓ التعرف على نوع وأساليب الإقناع التي استخدمتها قناة النهار بهدف توجيه المشاهد للتصويت لمرشح معين في الانتخابات الرئاسية بالجزائر 2014 من وجهة نظر الشباب المشاهدين.
- ✓ طبيعة العلاقة بين القنوات الفضائية الخاصة والنظام السياسي الجزائري.
- ✓ معرفة كيف تتعامل قناة النهار الإخبارية في تحليلها لمضامين أخبار الانتخابات الرئاسية.

#### 6\_ مفاهيم ومصطلحات الدراسة:

##### ✓ الحملة الانتخابية:

1/التعريف الاصطلاحي: هي مجموعة من الإجراءات والأعمال القانونية والمادية التي تؤدي بصورة رئيسية إلى تعيين الحكام من قبل أفراد الشعب 1.

2/التعريف الإجرائي: هي جهد مدروس ومخطط له ،يتطلب إعداد طويلا وتنسيقا بين عدة أطراف بعناية فائقة من الشخص المرشح نفسه وبمتابعة مركزية ،وتعد الآلية المثلى التي من خلالها يقوم المرشحون بعرض و طرح البرامج السياسية أمام الناخبين وقد انطلقت الحملة الانتخابية لرئاسيات 2014 بالجزائر من 23 مارس 2014 إلى 13 افريل 2014 أي انتهت بثلاث أيام قبل يوم الاقتراع الذي كان يوم 17 افريل 2014.

---

1 عبدو سعد وآخرون : "النظم الانتخابية ، دراسة مقارنة حول العلاقة بين النظام السياسي و النظام الانتخابي"، منشورات الحلبي الحقوقية ، بيروت، 2005، ص.27.

## ✓ التغطية الإعلامية:

1/التعريف الاصطلاحي: هي طريقة تتناول فيها المؤسسة الإعلامية (المكتوبة، المرئية، المسموعة) مختلف الجوانب المتعلقة بالحدث من خلال رصد مجريات الخبر وتحليل أبعاده وأثاره بغرض إيصال رسالتها إلى جمهور الرأي العام والتأثير عليه بهدف إحداث التغيير.1

2/التعريف الإجرائي: ونقصد بها التغطية الإعلامية التي قامت بها قناة "النهار" للانتخابات الرئاسية لعام 2014م وكيف قامت بنقل ومعالجة الأحداث وفتح النقاش والحوار للمحللين التي كانت تستضيفهم في برامجها ونشراتها الإخبارية التي كانت تخصصها للانتخابات.

## ✓ النظام السياسي:

1/التعريف الاصطلاحي: يعرف على انه تنظيم يضم دوائر المدنية، وبصفة خاصة تلك الدوائر التي تركز فيها السيادة، ويتخذ من مجموع المواطنين الذين تركز فيهم السلطة النهائية والحكم معيارا من ناحية الحكم والكيف لدراسة تقييم الدساتير والنظم السياسية. 2.

ويعرفه احمد وهبان بأنه: "المؤسسات السياسية للدولة التي هي منظمة قانونيا مسبقا من حيث قيامها واستمرارها وكذا من حيث كيانها العضوي والوظيفي منظور إليها من خلال الإيديولوجيات التي استندت عليها".3

ويعرف غابرييل ألوند (Gabriel Almond) النظام السياسي على أنه نظام من التفاعلات القائمة في شتى المجتمعات المستقلة، يؤمن مجموعة من الوظائف التي تهدف إلى التكيف والانسجام \_ إما داخل المجتمع ذاته أو تجاه المجتمعات الأخرى\_ بواسطة القهر الجسدي الذي يعدُّ مشروعا إلى درجة ما، ويهتم هذا النظام السياسي بالمحافظة على النسق داخل المجتمع، أو يعمل على تحويله وتبديله. 4.

## 2/التعريف الإجرائي:

نقصد هنا بالنظام السياسي الجزائري مثل اي نظام سياسي الرئاسي اخر؛ من حيث المؤسسات الشكلية، لكن مع خصوصية انه يتشكل من مجموعة عَصَب الجيش والبيروقراطية واصحاب المال.

1 بسام مشاقبة: "مناهج البحث الإعلامي"، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.ص.168.

2 ناجي عبد النور: "النظام السياسي الجزائري من الأحادية إلى التعددية الحزبية"، منشورات جامعة 8 ماي 1945، قلمة، ص.08.

<sup>3</sup> أحمد وهبان: "التخلف السياسي و غايات التنمية السياسية"، جامعة الإسكندرية، الدار الجامعية، 2003، ص.26.

<sup>4</sup> حسن ملحم: "التحليل الاجتماعي للسلطة"، منشورات دحلب، الجزائر، 1993، ص، 44.

## ✓ اتجاهات الفضائيات:

1/التعريف الاصطلاحي: يقصد به التوجهات والأفكار والقيم و"الأجندات" التي تتبناها الجهة الممولة من القنوات والفضائيات أو الممولة لها، على الشاكلة التي يتم بموجبها ضبط الأخبار وفتراتها وفقا لمبادئها وسياساتها.<sup>1</sup>

2/التعريف الإجرائي: إن لكل قناة تلفزيونية خطّها السياسي والإيديولوجي وجمهورها المستهدف ومواقفها من مختلف القضايا المطروحة داخليا وخارجيا ،فالتوجهات السياسية قد تكون لخدمة سياسة داخلية بمنع مجموعة من النقاط الحمراء وفرض الترتيب لنشاط المسؤولين بغضّ النظر عن أهميته ونقصد هنا بالخط السياسي لقناة النهار والمسار الذي تنتهجه من خلال تحريرها وترتيبها وتغطيتها للأحداث السياسية .

## ✓ الاعلام السياسي:

التعريف الاصطلاحي: هو تلك المادة الاعلامية المتصلة بمضمون سياسي ما او اي موضوع له دلالة سياسية تتولى الصحافة نشره سواء جاء ذلك بصورة عارضة او مؤقتة او مستمرة، اي على المدى الطويل او القصير حسب طبيعة وظروف الحدث او الموضوع السياسي.<sup>2</sup>

التعريف الاجرائي: هو تلك الافكار و الاراء و الاتجاهات السياسية التي يقدمها الافراد سواء كانوا فاعلون سياسيون او اعلاميون او اشخاص عاديون عبر وسيلة اعلامية معينة بهدف التأثير في المتلقي من خلال صناعة الرأي العام او القرار السياسي.

## 7\_الدراسات السابقة:

### الدراسة الأولى:

الحملة الانتخابية لرئاسيات 2004م في التلفزيون الجزائري، وهي مذكرة تخرج لنيل درجة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال من إعداد الباحث عادل جربوعة من جامعة قسنطينة للموسم 2007م/2008م غير منشورة.

بني الباحث اشكاليته من خلال أهمية التلفزيون في معالجة القضايا السياسية ودوره في الحملات الانتخابية، حيث تمثلت الإشكالية في :

كيف جاءت الحملة الانتخابية لرئاسيات الثامن افريل 2004م في نشرة الثامنة للتلفزيون الجزائري في فترة الحملة الانتخابية من حيث الشكل ومن حيث المضمون ؟

وقد حدد مجموعة من الفرضيات تمثلت في:

<sup>1</sup> فرانك ميرنيه: "الفضاء العربي"، تر: فريدريك معتوق، دار دقمس، دمشق، 2003، ص. 11.

<sup>2</sup> عزيزة عبدة: "الاعلام السياسي والرأي العام"، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2004، ص 126

التلفزيون الجزائري اعتمد في نشرة الثامنة نموذجاً واحداً طوال تغطيته للحملة الانتخابية الرئاسية.

التلفزيون الجزائري طبق موضوعية إعلامية في مجال التغطية الإخبارية للحملات الانتخابية في نشرات الثامنة.

حيث هدفت دراسته إلى تقدير مدى احترافية التلفزيون الجزائري في تقديمه لنشرات الأخبار أثناء ظرف حملة انتخابية رئاسية، حيث اختار الباحث في دراسته المنهج المسحي واستعمل أداة تحليل المضمون وفي الأخير توصل إلى مجموعة إلى النتائج نذكر منها :

- ✓ التلفزيون الجزائري أعطى أهمية كبيرة للحملة الانتخابية في نشرة الثامنة .
- ✓ استعمال القوالب الإخبارية من بينها الأخبار والتغطيات والنصوص التسجيلية والتقارير.
- ✓ اتجاه مضامين الحملة كان مؤيدا بنسبة عالية .
- ✓ استعمال الاستمالات العاطفية كأسلوب للإقناع .
- ✓ عدم موضوعية التلفزيون الجزائري من حيث المضمون.<sup>1</sup>

الدراسة الثانية:

الصحافة والحملة الانتخابية لرئاسيات 2004م بالجزائر وهي دراسة للدكتور نصير بوعلي، ديسمبر 2004م، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، دراسة منشورة، ركز الباحث على الصحافة المكتوبة فاختر جريدة الخبر والشروق اليومي وانطلق من إشكالية مفادها، كيف عالجت عينة من الصحف الوطنية رئاسيات 2004م ؟

تفرعت عن هذا الإشكال العام مجموعة من التساؤلات الفرعية تمثلت في:

ما هي المساحة الكلية للحملة الانتخابية أثناء هذه الفترة ؟

ما هي المواضيع المعالجة من حيث المبنى والمعنى وما شكل هذه المواضيع ؟

هل حاولت الصحافة تقديم قراءة خاصة وتمييزة للحملة ؟

هل أملت الصحافة الوطنية بكل حيثيات هذه القضية لما يتلاءم واحتياجات الجمهور الجزائري؟.

سعت هذه الدراسة إلى معرفة أهم الجوانب التي تطرقت إليها الصحيفتين محل الدراسة من خلال حدث الجملة الانتخابية واستنتاج أهم القيم والاتجاهات نحو الحملة ومعرفة الاختلاف في طريقة معالجة الحملة تبعا لكل صحيفة واتجاههما الفكري.

<sup>1</sup> عادل جربوعة: "الحملة الانتخابية لرئاسيات 2004 في التلفزيون الجزائري، دراسة وصفية تحليلية لنشرة الثامنة مساء"، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة قسنطينة، 2006/2007.

اعتمد الباحث على منهج تحليل المحتوى وتمثلت عينة البحث في اختيار صحيفتين بطريقة عمدية تمثلت في جريدة الشروق اليومي والخبر وفق التوزيع والمقروئية والانتماء الفكري، حيث ركز على الأعداد التي صدرت أثناء الحملة الانتخابية، قام بتحليلها من خلال تقنية تحليل المحتوى محددًا بذلك فئة الموضوع، فئة المصدر، فئة اتجاه المضمون، فئة الموقع، فئة المساحة، فئة النوع الصحفي، فئة الإخراج الفني .

أما وحدات التحليل فقد اعتمد على وحدة السياق، وحدة الفكرة الإعلامية أو النوع الصحفي.

وفي الأخير توصل الباحث إلى جملة من النتائج من بينها:

إن الحملة الرئاسية لعام 2004 احتلت مساحة كبيرة في الصحيفتين غيرت من خطابها الإعلامي وأركانها الداخلية خلال مدة الحملة.

كلتا الصحيفتين اهتمتا بشكل متساو تقريبا بموضوع الحملة.

تناولت الصحيفتان موضوع الحملة الرئاسية من خلال التقرير الصحفي ثم الخبر الصحفي بنسبة مقارنة ببقية الأنواع الأخرى.

الانحياز إلى مرشح معين من طرف كل صحيفة.<sup>1</sup>

#### الدراسة الثالثة:

الحملة الانتخابية لرئاسيات 2009 من خلال الصحافة الجزائرية الخاصة وهي دراسة في تحليل المضمون صحيفتي الخبر والشروق اليومي ، دراسة لنيل درجة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال للموسم 2010/2009 من إعداد الطالب لحسن رزاق دراسة غير منشورة.

أشار الباحث في إشكالية البحث إلى دور وسائل الإعلام في تدفق المعلومات بين الحاكم والمحكوم وقدرتها على صنع التأثير من خلال الإشكال العام الذي تمحور حول : كيف عالجت الصحافة الجزائرية الخاصة أحداث الحملة الانتخابية لرئاسيات افريل 2009 من حيث الشكل والمضمون ، وضمن هذا التساؤل صاغ الباحث جملة من الأسئلة الفرعية :

ما هي مختلف المؤشرات المعبرة عن اهتمام الصحافة الخاصة بالحملة الانتخابية كحدث متداول.

ما هي مجموع المواضيع والقضايا التي شكلت القرار الإعلامي للصحافة الجزائرية الخاصة من خلال تغطيتها لأحداث الحملة الرئاسية ؟

هل التزمت الصحافة الخاصة بمعيار عدم التحيز في معالجتها للشؤون ذات الصلة بكل من:

---

<sup>1</sup> نصير بوعلي: " الصحافة و الحملة الانتخابية 2004 بالجزائر، دراسة تحليلية على صحيفتي الخبر والشروق اليومي"، دراسة، جامعة الامير عبد القادر للعلوم الاسلامية، قسنطينة، 2004.

أ\_ المترشحين الستة .

ب\_ دعاء المقاطعة.

اعتمد الباحث على منهج المسحي الذي سعى من خلاله على جمع البيانات والمعلومات والأوصاف عن الظاهرة التي هي موضع البحث ، كما استند على تقنية تحليل المحتوى حيث اختار مجموعة من الفئات منها :  
فئة ماذا قيل ؟ : فئة الموضوع \_ فئة اتجاه المضمون \_ فئة المصدر \_ فئة الفاعل \_ فئة القيم \_ فئة اتجاه القيم .

فئة كيف قيل ؟ : فئة المساحة \_ فئة موقع المادة موضع التحليل \_ فئة الأنواع الصحفية \_ فئة المعالجة التيبوغرافية .

حيث أقحم وحدة الفكرة ووحدة سم2 لقياس المساحة ، كما تمثلت عينة الباحث في جريدتين هما الخبر والشروق اليومي بحيث اخضع جميع الأعداد إلي صدرت طيلة فترة الحملة الانتخابية من يوم انطلاقها في 19 مارس 2009 إلى غاية نهايتها 06 افريل 2009 للتحليل كان مجموعها 32 عدد.

ومن خلال هذه الدراسة توصل الباحث إلى أن الصحافة الجزائرية أبدت اهتماما بشؤون الحملة الرئاسية 2009، كحدث متداول من خلال تغطية ومتابعة يومية لهذه الشؤون، خصصت لها صفحات قارة ومتقدمة من حيث الترتيب كما نشرت هذه الشؤون في مواقع متنوعة على تلك الصفحات، وضمن قوالب صحفية متعددة وتبعاً لمصادر إعلامية مختلفة أكثرها المراسلون .

إن القنوات التلفزيونية الفضائية بمضامينها المتعددة المتنوعة، أصبحت تشكل جزءاً من نسيج المجتمع وحياته في كل مكان في عالمنا، ذات تأثير مباشر في التكوين السياسي للإعلامي للمجتمعات، فضلاً عن تشكيل وتحديد مسار السلوك السياسي لأفراد المجتمعات.

من هذا المنطلق وبعد القراءة المتمعنة والمعمقة للدراسات السابقة تسعى دراستنا إلى محاولة دراسة هذا الموضوع (الانتخابات الرئاسية في الجزائر) من زاوية أخرى للوصول إلى نتائج جديدة على غرار النتائج التي توصلت إليها الدراسات الأخرى، إلا أن هناك نقاط تشابه مع دراستنا تمثلت في المنهج المتبع والتقنية المستعملة في الدراسة بحيث اكتفى جل الباحثين بأداة تحليل المضمون وقد استعملوا نظرية ترتيب الأولويات والاهتمامات نظراً لكونها تتناسب مع موضوع البحث، أما نقاط الاختلاف تمثلت في كون دراستنا اعتمدت على تساؤلين عامين ووسيلتين هما الاستبيان وتحليل المضمون حتى نعطي للدراسة وزن وثقل علمي ، إن الدراسات السالفة الذكر والتي لها علاقة بموضوع بحثنا. ركزت فيما المشكلات البحثية على دراسة المضامين الإخبارية المختلفة في الصحافة المكتوبة الجزائرية وطرحها للانتخابات الرئاسية واثرت ذلك على القراءة في تشكيل وعي سياسي، وأشارت بعض الدراسات إلى ترتيب الأولويات الأخبار السياسية في الصحف . كما

ذهبت بعض المشكلات إلى دراسة دور التلفزيون العمومي في التأثير على مواقف المشاهدين في اختيار مرشحهم.<sup>1</sup>

## 8\_ الإجراءات المنهجية:

### 1\_8 المدخل النظري للدراسة: نظرية ترتيب الأولويات (وضع الأجندة)

تقوم دراستنا هذه من افتراضات نظرية ترتيب الأولويات (الأجندة)، بحيث تنطلق هذه النظرية من فرضية أن لوسائل الإعلام تأثيرا كبيرا في تركيز الجمهور نحو الاهتمام بموضوعات وأحداث وقضايا معينة وطرح رؤى تراعي المساواة في النوع يمكن أن يؤدي إلى اهتمام الجمهور بهذه القضايا .

ويفترض هذا أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات والقضايا التي تحدث في المجتمع، وإنما يختار القائمون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة والتحكم في طبيعتها ومحتواها، هذه الموضوعات تثير اهتمام الناس تدريجيا وتجعلهم يدركونها ويفكرون فيها وبالتالي تمثل هذه الموضوعات لدى الجماهير أهمية أكبر نسبيا عن الموضوعات التي لا تطرحها وسائل الإعلام ،وعملية الانتقاء اليومي لموضوعات قائمة أولويات وسائل الإعلام وأساليب إبراز أو طمس تلك الموضوعات وتحريكها صعودا أو هبوطا، لا تستهدف إثارة اهتمام الجمهور العام فقط إنما هي عملية تستهدف \_ أيضا \_ صانعي القرار السياسي.<sup>2</sup>

### البعد التاريخي للنظرية:

إن مقرب تحديد الأجندة يعد الأكثر ثراء من حيث عدد الدراسات والأبحاث التي أنجزت وكذلك عدد البلدان التي اعد فيها فرضياته، وإذا كان البعض ينسبون نظرية وضع الأجندة إلى باحثين اثنين MC COMBS AND D. SHAW لفضلهما في ابتكار التسمية وتحليل الظاهرة بأدوات أكثر دقة، لكن في الواقع جذور هذه النظرية تعود إلى العشرينيات من القرن الماضي، وكذلك هناك مرحلتين تميزان هذا المقرب :

ما قبل الثمانينات من القرن الماضي وما بعده، وكل مرحلة تعكس السياقات السياسية والاجتماعية والتكنولوجية التي سادت آنذاك، وإبراز مظاهرها. إن دراسات نظرية وضع الأجندة نمت في أنظمة سياسية ديمقراطية مفتوحة وفي عهدها قبل الثورة الرقمية في قطاع الإعلام.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> لحسن رزاق: " الحملة الانتخابية 2009 من خلال الصحافة الجزائرية الخاصة، دراسة في تحليل مضمون صحيفتي الخبر والشروق اليومي"، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة قسنطينة، 2010/2009.

<sup>2</sup> هبة جمال الدين: "أولويات الإعلام وعملية تشكيل الرأي العام"، المجلة الاجتماعية القومية، المجلد الثلاثون، العدد الثاني والثلاثون، مصر، سبتمبر 1993، ص.10.

<sup>3</sup> السعيد بومعيزة: "اثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب"، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام، جامعة الجزائر، 2005، ص.85.

ويرجع بعض الباحثين في تاريخ وضع الأجندة إلى أن أول إشارة مباشرة إلى وظيفة الأجندة (ترتيب الأولويات) ظهرت عام 1958 في مقال "لنورثن لونج" إلا أن أفضل تصريح حول هذه الوظيفة ظهر لدى برنارد كوهن في كتابه الصحافة والسياسة الخارجية سنة 1963.

إلا أن البعض يرجعها إلى "ليبمان" LIPPMAN WALTER\* الذي يرى أن وسائل الإعلام تساعد في بناء الصور الذهنية لدى الجماهير، وفي الكثير من الأحيان تقدم هذه الوسائل (بيئات زائفة) في عقول الجماهير وتعمل وسائل الإعلام على تكوين الرأي العام من خلال تقديم القضايا التي تهتم المجتمع وعند حديثه عن الاستخدامات الرمزية لسياسات أشار "ليبمان" إلى أن السياسات عبارة عن سلسلة من الصور الذهنية التي يتم نقلها من خلال وسائل الإعلام، وتكون هذه الصور الذهنية بانوراما متحركة تقع أحداثها في عالم لا يدركه معظم الجمهور.<sup>1</sup>

إن احد المفاهيم الرئيسية في نظرية وضع الأجندة والاختيار الذي تقوم به وسائل الإعلام في عملية قبول أو رفض مفردة من مفردات الإخبارية، وهذا المفهوم كان قد ابتكره "كيرت لوين" KURT LEWIN سنة 1947 حول قرارات ربات البيوت بخصوص شراء المواد الغذائية، حيث لاحظ أن تدفق المعلومات عبر بعض القنوات التي تحتوي على (مناطق بوابات) بخصوص ما إذا يسمح للمعلومات أو السلع بالدخول أو التواصل في القناة، هذه الفكرة طبقها WHITE سنة 1950، في دراسات قرارات محرر قصص البرقية الخيرية في جريدة أمريكية بشأن قبول البرقيات أو رفضها "القرارات" النشاط الأهم في حراسة البوابة وعليه فإن نموذج "وايت" شكل الأرضية التي انطلقت منها الأبحاث اللاحقة في عملية اختيار الأخبار من البرقيات الخيرية لوكالات الأنباء وبالرغم من الانتقادات التي وجهت لهذا النموذج من حيث انه يتجاهل العوامل البنائية التنظيمية في عملية اختيار الأخبار واعتبر المسألة شخصية "التركيز على المحرر" إلا أن "وايت" ساهم باسم في مدرسة بحث كاملة حول المبلغين.<sup>2</sup>

وضع الأجندة والوظيفة السياسية: تعتبر افتراضات ترتيب أولويات الاهتمام احد الجهود العلمية لفهم دلالات الواقع الذي تقدمه وسائل الإعلام، والفكرة الأساسية وراء هذا الافتراض هو وجود علاقة قوية بين الطريقة التي تعرض بها وسائل الإعلام الإخبارية القضايا والموضوعات وبين ترتيب أهمية هذه القضايا لدى الجمهور المتعرض للوسيلة.<sup>3</sup>

---

\* والتر ليبمان: (1889\_1974) تخرج من جامعة هارفارد الأمريكية 1910م، هو صحفي أمريكي اكتسب شهرة عالمية بوصفه كاتباً سياسياً وفيلسوفاً. انظر إلى الموقع الإلكتروني: [www.Wikipedia.com](http://www.Wikipedia.com)، يوم 2015/01/31، على الساعة

<sup>1</sup> حسن عماد مكاوي، ليلى حسين السيد: "الاتصال ونظرياته المعاصرة"، مرجع سبق ذكره، ص 288.

<sup>2</sup> السعيد بومعيزة، "اثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب"، مرجع سابق، ص. 85.

<sup>3</sup> عزيزة عبدة: "الإعلام السياسي والرأي العام (دراسة في ترتيب الأولويات)"، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة،

وتهتم هذه النظرية على وجه التحديد بالقضايا والأخبار السياسية من بين محتويات وسائل الإعلام عبر فترة زمنية قصيرة أو ممتدة وتنتهي غالباً الدراسات القائمة على هذه النظرية إلى وجود مستوى عالٍ من التشابه بين كمية الاهتمام المعطاة لقضية معينة من قبل وسائل الإعلام، وبين مستوى أهمية هذه القضية لدى الجمهور الذي تعرض لهذه الوسائل لاعتناق وجهة نظر معينة ولكن وسائل الإعلام تنجح في حمل الجمهور على اعتبار بعض القضايا أكثر اهتماماً من قضايا أخرى، أي أن أولويات الاهتمام لدى وسائل الإعلام تصبح هي ذاتها أولويات الاهتمام عند الجمهور.

وقد حدد جولدنبيرج **Goldenberg** مفهوم الأجندة السياسية باعتبارها هي اهتمام الجمهور بالقضايا، وركز كل عنصر واحد من عملية بناء الأجندة وهو دور وسائل الإعلام في تحديد سعة وعمق الاهتمام العام بالنسبة لقضية محددة.

وقد أكدت أغلب بحوث ترتيب الأولويات، أن أولويات وسائل الإعلام تؤثر بدرجة كبيرة في أولويات اهتمام الجمهور أو الرأي العام، بحيث يرى ماكوبس وشو أن ترتيب الأولويات، يعتبر جزءاً من بحوث ونظريات التأثير، فقد ركزت على تحليل عناصر من المضمون عند قياس التأثير، وبمعنى آخر ربطت بحوث ترتيب الأولويات بين مضمون معين يغطي من خلال وسائل محددة مع موضوعات ظاهرة لدى أفراد الجمهور.<sup>1</sup>

دراستنا هذه تقتصر على نموذج معين من وسائل الإعلام وهي القنوات الفضائية الخاصة المتمثلة في قناة النهار الإخبارية لمعرفة كيفية ترتيب مضامينها ووضع الاهتمامات والأولويات للمواضيع التي قدمتها أثناء الحملة الانتخابية لرئاسيات 2014 بالجزائر، وكشف نوعية القضايا التي طرحتها القناة محل النقاش إن كانت سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية، من خلال إجراء دراسة ميدانية على عينة من الطلبة للتوصل إلى نتائج مقنعة. إذ تسعى مثل هذه القنوات إلى خلق مساحات كبيرة لهذه المواضيع، إذ تعد فترة الانتخابات من أكثر المراحل التي تقاس فيها اهتمامات الرأي العام، وتكون طبيعة المعالجة للقنوات وفق الخلفيات السياسية والإيديولوجيات التي تحركها.

## 2\_8 منهج الدراسة

لقد ارتأينا في هذا الصدد أن نختار المسح كأحد المناهج العلمية الملائمة للدراسات الوصفية وأقدرها لتحقيق أهداف الدراسة باعتبار منهج المسح جهداً منظماً للحصول على بيانات ومعلومات وأوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع البحث، بحيث يعرف المنهج المسحي بأنه: "محاولة منظمة لتقرير وتحليل وتفسير الوضع الراهن لنظام اجتماعياً وجماعياً أو بيئة معينة وهو ينصب على الموقف الحاضر، كما أنه يهدف إلى

<sup>1</sup> عزيزة عبدة: "الإعلام السياسي و الرأي العام (دراسة في ترتيب الأولويات)"، نفس المرجع السابق، ص 106.

الوصول إلى بيانات يمكن تصنيفها وتفسيرها وتعميمها وذلك للاستفادة بها في المستقبل وخاصة في الأغراض العلمية.<sup>1</sup> وجاء في تعريف أخر بأنه: محاولات منظمة للحصول على معلومات ضخمة من أعداد كبيرة لجمهور معين أو عينة منه، من خلال أساليب محددة.<sup>2</sup>

### 8\_3 أدوات جمع البيانات:

بناء على ما تم تقديمه من إشكالية وما تّمت صياغته من تساؤلات وعطفاً أيضاً على ما حدد من أهداف، اعتمدنا في هذه الدراسة على أداتين، حيث "ينبع الاهتمام بهذه المزاوجة من قناعة علمية ومن نتائج دراسات سابقة أكدت أن الالتزام بطريقة بحث واحدة في مجال الإعلام يسيء في كثير من الأحيان إلى المنهجية العلمية، وعليه ينصح عدد من الباحثين في الحقل ذاته بضرورة اتّخاذ منهجية متعددة الطرق تكمل بعضها بعضاً، يستطيع الباحث من خلالها أن يتجاوز ظاهر الأشياء أو جانب منها ليسبر أغوارها، ويتوصل إلى نتائج تأخذ بعين الاعتبار مختلف العناصر المكونة للمشكلة محل الدراسة".<sup>3</sup>

8\_3\_1 تحليل المضمون: يعرفه "برلسون" على انه: " احد أساليب البحث العلمي التي تهدف إلى الوصف الموضوعي، المنظم، الكمي، والظاهر، لمادة من مواد الاتصال".<sup>4</sup> كما يعتبر تحليل المحتوى " أداة وأسلوباً أو طريقة تستخدم في وصف أو تحليل محتويات المصادر والمؤلفات والأقوال والرسائل وهذا عن طريق تصنيف، تنظيم، وترتيب الموضوع، حسب الفئات التي صنف على أساسها ومن ثم يمكن التعبير عنها بصيغ يفضل أن تكون كمية و كيفية".<sup>5</sup> وجاء في تعريف أخر بأنه وسيلة للقيام بالاستنتاجات عن طريق التحديد المنظم والموضوعي لسمات معينة في الرسائل الاتصالية"<sup>6</sup>

لقد تم اختيار هذه التقنية التي نحلل من خلالها النشرات الإخبارية الرئيسية التي بثتها قناة النهار الإخبارية طيلة الحملة الانتخابية الرئاسية 2014 لما تقدمه من نتائج دقيقة ومرضية حتى تعطي وزن لداستنا العلمية هذه بعيداً عن كل ما يتعلق بذاتية الباحث.\*

### 8\_3\_2 مجتمع الدراسة التحليلية والعينة:

<sup>1</sup> عبد الباسط محمد: "أصول البحث الاجتماعي"، ط 11، مكتبة وهبة، القاهرة، 1990، صص، 222/221.

<sup>2</sup> عبد الغفار رشاد القصي: "مناهج البحث في علوم السياسة"، مكتبة الآداب، القاهرة، 2004، ص 27.

<sup>3</sup> حسان التليلي: "إعلامنا المعتدل"، المنشورات الجامعية والعلمية، منشورات Publication باريس، 1984، ص 189.

<sup>4</sup> احمد بدر: «مناهج البحث في الاتصال والرأي العام والإعلام المرئي»، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، د ت ص.34.

<sup>5</sup> جبارة عطية جبارة: «علم اجتماع الإعلام"، دار الوفاء للطباعة والنشر، 2001، ص.206.

6 Ole H ; Content analysis for social science and Humanitiesresearch ,addition, 1969, p 12.

\* هناك بعض الباحثين الذين يختلفون حول تحليل المضمون فمنهم من يعتبره أداة وآخرون يعتبرونه منهجاً ، إلا أننا ننظر إلى هذه الوسيلة كأداة تندرج ضمن المنهج المسحي .

يتطلب توضيح أهداف الدراسة وضع تعريف واضح لمجتمع البحث<sup>1</sup>، ويعرف المجتمع بأنه مجموع المصادر التي نشر أو أذيع فيها المحتوى المراد دراسته خلال الإطار الزمني للبحث<sup>2</sup>، ويتمثل مجتمع البحث في القنوات الفضائية الخاصة التي تم اختيار منها قناة "النهار" من بين أكثر أربعين قناة فضائية خاصة ( بعد القيام بدراسة استطلاعية). وجمع النشرات الإخبارية ذات الحصر الشامل في غضون المرحلة التي اخترناها مرحلة (الحملة الانتخابية) التي انطلقت يوم 23 مارس 2014 وانتهت في 13 أفريل 2014\* والتي تشكل الإطار الزمني للدراسة، ونتيجة للعدد الكبيرة من المادة الإعلامية تم تقسيم هذه الفترة (21 يوم) إلى ثلاث أسابيع اخترنا من كل أسبوع 3 نشرات إخبارية لنحصل في الأخير على تسعة نشرات قمنا بانتقائها بطريقة قصدية. ووفق هذا المنحى يكون عدد النشرات الخاضعة للتحليل وفق الجدول الزمني التالي:

الجدول رقم 01: النشرات الإخبارية الخاضعة للتحليل من قناة النهار الإخبارية\*

رقم النشرة	تاريخ البث	
01	يوم 23 مارس 2014	الأسبوع الأول
02	يوم 24 مارس 2014	
03	يوم 29 مارس 2014	
04	يوم 30 مارس 2014	
05	يوم 04 افريل 2014	
06	يوم 06 افريل 2014	
07	يوم 09 افريل 2014	الأسبوع الثالث
08	يوم 10 افريل 2014	
09	يوم 13 افريل 2014	

أسلوب القياس:

<sup>1</sup> بون ريتشارد وآخرون: "تحليل مضمون الإعلام، المنهج والتطبيقات العربية"، تر: ناجي الجوهري، أريد، 1992، ص.7.

<sup>2</sup> محمد عبد الحميد: "تحليل المحتوى في بحوث الإعلام"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1979، ص.91.

\* وفقا لأحكام القانون العضوي المتعلق بالنظام الانتخابي الجزائري، هذا يعني أن الحملة تبدأ قبل 25 يوما من موعد إجراء الانتخابات وتتوقف 3 أيام نافذة قبل تاريخ انطلاقها.

\* لقد حاولنا جمع كل النشرات الإخبارية التي بثتها قناة النهار الإخبارية على مدار الحملة الانتخابية 2014، قصد تحليلها لكن واجهتنا صعوبات وعراقيل في الحصول على المادة الإعلامية في البوابة الالكترونية لقناة النهار، ولهذا قمنا بالتنقل إلى مقر القناة بالجزائر العاصمة وأودعنا طلب الحصول على نشرات الأخبار لكن وللأسف قبولنا بالرفض لأسباب لا نعلمها، ولهذا الأسباب قمنا بتحليل ما تيسر لنا من نشرات الأخبار التي وجدناها في الموقع الالكتروني الخاص بقناة النهار الإخبارية.

والمقصود به هنا هو الكيفية التي يتسم بها تحويل الخصائص الوصفية إلى خصائص كمية يسهل قياسها ومقارنتها بغيرها، وأسلوب القياس يختلف وفقا لأهداف الدراسة وتساؤلاتها وطريقة وضع الفئات التي تجمع عن طريقها المعلومات والبيانات .

أما فيما يخص لوحدة القياس المستخدمة في هذه الدراسة فهي وحدة العد والحصر وذلك لرصد مرات تكرار الفئات الخاصة بالقياس.

صدق وثبات التحليل:

لقد اعتمدنا على بعض الباحثين قصد تحكيم استمارة تحليل المضمون وذلك بهدف تقديم ملاحظات نسعى من خلالها إلى تعديل الاستمارة وضبطها\* ، وعليه قمنا بتطبيق معادلة هولستي لقياس درجة التجانس بين المحللين والمتمثلة في:

$$\text{معامل الثبات} = \frac{\text{ن (الاتفاق متوسط)}}{\text{ن}}$$

و على هذا الأساس توصلنا إلى:

بين أ وب = 0,89    بين أ و ج = 0,78    بين أ و د = 0,82    بين أ و ت = 0,82

بين ب و ج = 0,92    بين ب و ج = 0,85    بين ب و ت = 0,85

بين ج و د = 0,75    بين ج و ت = 0,75    بين د و ت = 0,78

وعليه فان متوسط الاتفاق كان:

\* الدكتور العربي بوعمامة المشرف على الأطروحة

\_الدكتور عزام أبو الحمام

\_الدكتورة أمينة قجالي

\_الدكتور عبد القادر تومي

\_الدكتور ساعد ساعد

$$0,95 = \frac{4,1}{4,28} = \frac{0,82 \times 5}{0,82(1-5)+1} = \text{معامل الثبات}$$

وعليه معامل الثبات يساوي

0,95

نلاحظ أن نسبة الثبات عالية وهي نسبة مقبولة للتحليل.

### 3\_3\_8 فئات ووحدات تحليل المضمون :

#### فئات تحليل المضمون:

تشير الدراسات الإعلامية إلى أن قيمة تحليل المحتوى تكمن في قيمة فئاته التي يجب أن تتصف بالتحديد والوضوح والتفرد، كما يعرف ( محمد عبد الحميد ) فئات التحليل على أنها " التقسيمات والتوزيعات والأركان التي يعتمدها الباحث في توزيع وحدات التحليل التي توصلنا إليها في المادة المدروسة، وهذا بناء على ما تتحدد فيه من صفات أو تختلف فيه خصائص 1.

وبذلك تعتبر الفئة " قسم يجمع أشياء تمتلك خصائص مشتركة جمعتها في ذلك القسم"<sup>2</sup>

بحيث ترتبط عملية تحديد الفئات بعملية التجزئة، أي تحويل الكل إلى أجزاء ذات خصائص مشتركة قابلة للعد والقياس وتعتبر هذه المرحلة من أكثر المراحل صعوبة، إذا يبدأ الباحث في هذه المرحلة بصياغة معايير التصنيف حتى لا تصبح الفئات المختارة مجرد عناوين دون دلالات تصنيفية.<sup>3</sup> وعملية وضع الفئات هي " عملية ترمي إلى ترتيب الأشياء أو الأشخاص تحت نفس القسم"<sup>4</sup>.

إذ تنقسم فئات تحليل المضمون إلى فرعين، هناك فئات ماذا قيل ؟ التي ترتبط بالمضمون وفئة كيف قيل ؟ التي ترتبط بالشكل وعليه تم اختيار الفئات التالية:

#### أولاً: فئة ماذا قيل ؟

1- فئة الموضوع: هي الفئة الأكثر استخداماً في دراسات تحليل المضمون، حيث تستهدف الإجابة على السؤال التالي: حول ماذا يدور موضوع المحتوى المراد تحليله ؟ وبحثه وتمحيصه، وتفيد هذه الفئة في الكشف عن

<sup>1</sup> احمد بن مرسلبي: "مناهج البحث العلمي، في بحوث الإعلام والاتصال"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000، ص. 13.

<sup>2</sup> Françoise Cordier, *les représentation cognitives privilégiées*, université de Lille, 1993; p09.

<sup>3</sup> محمد عبد الحميد: "تحليل المحتوى في بحوث الإعلام"، نفس المرجع السابق، ص ص 112، 113.

<sup>4</sup> Henriette Black, *Grand dictionnaire de psychologie*, paris ; larousse ; 1994 ; p 117.

مراكز الاهتمام في المحتوى وتساعد أيضا في تقدير درجة الأهمية بحيث يتم تقسيم الموضوع الرئيسي إلى مجموعة موضوعات فردية وعليه سنقوم في هذه الفئة بالتعريف بالمواضيع الرئيسية التي قمنا باختيارها في دراستنا وهي كالآتي:

\_ التصويت والانتخاب: هو واجب كل جزائري في اختيار من يمثله لرئاسة البلاد، ليساهم بذلك في تحديد مصير بلده من خلال قيامه بهذا الواجب ومشاركته في السياسية.

\_ الحملة الإعلامية: هي الحملة الإعلامية التي قامت بها قناة النهار الإخبارية من خلال عرض برامج المترشحين للانتخابات الرئاسية ورصد مجريات الأحداث الحاصلة أثناء تلك الفترة وإيصالها إلى الجمهور الجزائري المشاهد.

\_ المعارضون للعهدة الرابعة: هم كل الجهات والأشخاص والحركات المعارضة لترشح الرئيس عبد العزيز بوتفليقة لعهدة رابعة لانتخابات 2014 وهي: الأحزاب المعارضة، حركة رشاد وبركات، أنصار حزب الجبهة الإسلامية للإنقاذ المنحل.

\_ المؤيدون للعهدة الرابعة: هم الداعون إلى ضرورة التصويت والانتخاب والمؤيدون للعهدة الرابعة لبوتفليقة وهم المجتمع المدني والشخصيات الفاعلة في الحكومة (عبد العزيز بلخادم، عمارة بن يونس، عبد المالك سلال، احمد اويحي، عمار غول، عمار سعيداني، القائد صالح).

\_ قضايا الأمن والاستقرار: هي كل المواضيع المطروحة المتعلقة بأمن الجزائر الداخلي والخارجي كقضية السلم والمصالحة الوطنية، مكافحة الإرهاب، أزمة غرداية، التدخل الأجنبي، الربيع العربي.

\_ العلاقات الدولية: نقصد بها علاقة الجزائر بالدول الأخرى والتعاون معها في العديد من المجالات كالشراكة والاستثمار مع الاتحاد الأوروبي في المجال الاقتصادي وكذا دور الجزائر في حل النزاعات في دول الساحل، ودعمها للقضية الفلسطينية والصحراء الغربية في المجال السياسي.

\_ المطالب الاجتماعية: هي كل المواضيع والقضايا الاجتماعية التي تم طرحها أثناء الحملة الانتخابية 2014 والتي تخص الشعب الجزائري مثل: التكفل بالشباب، الشغل، توفير السكن، البطالة، البحث العلمي، القضاء على الفقر، مكافحة الفساد والتزوير، تمثيل المرأة في المنابر السياسية.

## 2- فئة الاتجاه:

نقصد بالاتجاه موقف قناة النهار الإخبارية الصريح أو الضمني نحو المواضيع المطروحة في معالجتها وثمة أربع اتجاهات وهي: مؤيد، محايد، معارض، مختلط.

3\_ فئة المصدر: نركز في هذه الفئة على المصادر التي اعتمدت عليها القناة في تغطية الحملة الانتخابية و يتمثل ذلك في: مراسلون، وكالات الأنباء، رئيس التحرير، المبعوث، مصادر ذاتية (من المحررين ومعدّي القناة) مواقع التواصل الاجتماعي، وسائل إعلام أخرى، غير محدد.

4\_ فئة ترتيب الأولويات: ونشير في هذه الفئة إلى ترتيب قناة النهار الإخبارية للقضايا المطروحة أثناء الحملة الانتخابية لرئاسيات 2014 بالجزائر بحيث أن قناة النهار الإخبارية لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات والقضايا المطروحة أثناء تغطيتها للحملة الانتخابية ، وإنما يختار القائمون بالاتصال فيها بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة والتحكم في طبيعتها ومحتواها ، هذه الموضوعات تثير اهتمام الناس تدريجيا وتجعلهم يدركونها ويفكرون فيها وبالتالي تمثل هذه الموضوعات لدى الجماهير أهمية أكبر نسبيا عن الموضوعات التي لم تطرحها وقد تمثلت هذه المواضيع الأكثر طرحا وتكرارا في : الاحتجاجات والمقاطعات، الأزمة الاقتصادية، الأمن والاستقرار، الفساد، ترقية المرأة، السياسة الخارجية للجزائر، توفير فرص العمل، أزمة السكن، تعديل الدستور، انجازات الرئيس عبد العزيز بوتفليقة.

ثانيا: فئة كيف قيل ؟

1\_ فئة الصورة: هي كل الصور الثابتة والفيديوهات التي من خلالها تم عرض المرشحين والمؤيدين للعهد الرابعة والمعارضين لها بحيث من خلال تحليل هذه الصور سيتم تحديد موقف قناة النهار من الانتخابات الرئاسية بصفة عامة وموقفها من المترشحين والمؤيدين والمعارضين لهذه الانتخابات.

2\_ فئة أساليب الإقناع (استمالات):

هي الفئة التي يتضح من خلالها أساليب الإقناع التي استعملتها قناة النهار الإخبارية في نشراتها الإخبارية بخصوص ما قدمته عن رئاسيات 2014 سواء كانت أساليب إقناع عقلية أو عاطفية أو أخلاقية.

استمالات عقلية: هي كل الحجج والبراهين المنطقية التي قدمتها قناة النهار في نشراتها التي بثتها في الحملة الانتخابية 2014م مثل الاستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعية كذلك الأرقام والإحصاءات وبناء النتائج على مقدمات، أما الاستمالات العاطفية: فتتمثل في استخدام الرموز والشعارات فيما يخص عرض برامج المرشحين للانتخابات واستخدام الأساليب اللغوية مثل الاستعارة والتشبيه والكناية، واستعمال كذلك الصفات والأفعال المحملة بالمشاعر والاستشهاد بالمصادر وغيره، أما عن استمالات حسية: تمثلت في الإشارة إلى المخاطر التي قد تحدث بالجزائر في حالة امتناع الجزائريون عن التصويت ومقاطعتهم للعهد الرابعة، حيث أشارت قناة النهار إلى العشرية السوداء وقضية "ثورات الربيع العربي" وأزمة العرب والاباضيين في غرداية والأزمة الاقتصادية.

وحدات تحليل المضمون: يسعى تحليل المحتوى إلى وصف عناصر المضمون وصفا كميا، فمن الضروري أن يتم تقسيم هذا المضمون إلى وحدات مستقلة أو عناصر محددة، حتى يمكن القيام بدراسة كل عنصر أو حساب التكرار الخاص به.

تعرف وحدة التحليل على أنها الشيء الذي يتم عده فعلا، وهي أصغر عناصر تحليل المحتوى لكنها في ذات الوقت من أهم هذه العناصر، وحدة التحليل قد تكون كلمة واحدة أو رمزا أو القصة الكاملة ولقد اخترنا في دراستنا:

1. وحدة الموضوع: التي تعتبر مناسبة لطبيعة دراستنا فضلا على أنها تسهل علينا عملية التحليل ، فوحدة الموضوع تمثل اكبر واهم وحدات المضمون وأكثر إعادة وتعتبر إحدى الدعامات الأساسية في تحليل المواد الإعلامية، الاتجاهات، القيم والمعتقدات وهذه الوحدة عبارة عن جملة أو عبارة تتضمن الفكرة التي يدور حولها موضوع التحليل، وتكون هناك عدة جمل مختصرة محددة تتضمن مجموعة الأفكار التي يحتوي عليها موضوع التحليل.

2. وحدة الكلمة: تعد الكلمة من أصغر مقاطع النصوص، وقد تخص كل كلمات المحتوى، بحسابها وتصنيفها حسب طبيعتها أو وظيفتها في النص، كأن تصنف الكلمات إلى أفعال، أو أوصاف، أو نعوت.....، كما يمكن أن يخص التحليل بعض الكلمات الدالة فقط والتي تحملها الإشكالية، كما يقوم الباحث بتحليل وحساب كل كلمة لها علاقة بمضمون الموضوع.

4\_8\_ الاستمارة: ترى الباحثة دلال القاضي بأنها: "أداة ملائمة ومناسبة وفعالة للحصول على المعلومات والبيانات أو الحقائق المرتبطة بموضوع معين أو دراسة محددة."<sup>1</sup> ويعرفها الدكتور خليل فهد زايد بأنها: "أداة لجمع البيانات المتعلقة بموضوع بحث محدد عن طريق استمارة. يجري تعبئتها من قبل المستجيب، ويكون المستجيب سيد الموقف فهو يعي الاستمارة بكلماته ويخط يده وبحسب فهمه للأسئلة ومدى رغبته للاستجابة."<sup>2</sup> كما أنها الأداة الأوسع طرق انتشارا لصعوبة مقابلة الأشخاص المبحوثين.<sup>3</sup>

ولقد تم تقسيم الاستمارة إلى ثلاث محاور هي:

السمات العامة: تتضمن معلومات والبيانات الشخصية للعينة منها: الجنس، والسن، والمؤهل العلمي والتخصص.

المحور الأول: يتضمن خمس (05) أسئلة تهدف إلى معرفة عادات وأنماط مشاهدة قناة النهار الإخبارية، إذ لا يمكننا قياس اثر هذه القناة على الرأي العام دون أن نعرف مدى تتبع الشباب الجزائري لهذه القناة.

المحور الثاني: تمثلت في معرفة اتجاهات الشباب الجزائري نحو معالجة قناة النهار الإخبارية للانتخابات الرئاسية 2014 وتضمن هذا المحور عشرة أسئلة.

اختبار الصدق والثبات:

<sup>1</sup> دلال القاضي، محمود البياتي: "منهجية وأساليب البحث العلمي وتحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي spss"، دار الحامد للنشر والتوزيع، 2008، ص. 66.

<sup>2</sup> فهد خليل زايد: "أساسيات منهجية البحث في العلوم الإنسانية"، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، د ت، ص. 69.

<sup>3</sup> نبيل احمد عبد الهادي: "منهجية البحث في العلوم الإنسانية"، الأهلية للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص 54.

أ. اختبار الصدق: استخدمت الباحثة أسلوب الصدق الظاهري Face Validity لاختبار صدق الاستبيان عن طريق التحكيم من خلال عرضه على ذوي الخبرة في ذلك والمختصين\* بموضوع دراستنا، وتم الأخذ بعدة مقترحات لتعديل هذه الاستمارة لتصبح صالحة للتطبيق الميداني .

لقد تم إجراء عدد من التعديلات بناء على الاختبار القبلي والتحكيم منها:

- ✓ تعديل صياغة بعض الأسئلة البحثية، لتتناسب مع أهداف الدراسة.
  - ✓ تعديل عدد من أولويات طرح الأسئلة، ومراعاة تسلسلها المنطقي.
  - ✓ التأكد من اختيار معيار ثلاثي لدرجة استجابات أفراد العينة ، ومناسبتها للدراسة وهو (دائماً، أحياناً، نادراً).
  - ✓ تم الاستفادة من اختبار Pre\_Test وتم الأخذ بعدد من ملاحظات أفراد العينة على الاستبيان.
- ب. ثبات الأداة: تم حساب ثبات الأداة بطريقة الاختبار\_إعادة الاختبار (اختبارت Test\_Retest) على عينة تتألف من 30 فرداً، أي ما يمثل 10% من حجم العينة الأصلية من أفراد العينة، وكانت الفترة الفاصلة بين التطبيق الأول والثاني أسبوعان.

أ. أسلوب التحليل الكمي : يتم من خلال أرقام ونسب مئوية تأتي في شكل معطيات إحصائية، وجداول رقمية تدل على مؤشرات ذات علاقات ارتباطية تتيح استخلاص النتائج ومناقشتها علمياً. ومن أنواع التحليل الكمي المعتمدة في هذه الدراسة:

- التكرارات والنسب المئوية: وتتعلق بكل الجداول، فلمعرفة الاختلافات في درجة التوزيعات للمتغير التابع متغير الصف، كذال كشف عن تأثير الجنس، والسن، والمؤهل العلمي، والتخصص، يتم حساب النسب للمتغير المستقل على أساس أن المتغيرات الاجتماعية هي التي تؤثر على رأي المبحوث.
- مقياس الدلالة الإحصائية: لقد اعتمدنا في هذه الدراسة مقياس الدلالة الإحصائية كا<sup>2</sup>.

$$كا^2 = \frac{(\text{التكرار المشاهد} - \text{التكرار المتوقع})^2}{\text{التكرار المتوقع}}$$

ثم بعد ذلك نقوم بمقارنة كا<sup>2</sup> المحسوبة ب كا<sup>2</sup> الجدولية بالرجوع إلى الجدول الذي أعده كارل بيرسون والذي حدد فيه توزيع القيم المختلفة عندما تكون الصدفة هي العامل الوحيد المسبب للفرق المعنوي وهذا من خلال مقارنة قيمة درجة الحرية المحصل عليها بتوزيع القيم المختلفة التي تقابلها في الجدول مع أخذ نسبة احتمال الصدفة المطبقة في العلوم الاجتماعية والبالغة 5%، إذا كانت كا<sup>2</sup> المحسوبة أكبر من

\* تم تحكيم الاستمارة من طرف:

\_الدكتور العربي بوعمامة المشرف

\_الدكتور عزام أبو الحمام من الأردن

\_الدكتور اشرف قدوس من مصر

\_الدكتور بداني فؤاد من الجزائر

ك<sup>2</sup> الجدولية عند درجة الحرية المعينة ومستوى ثقة غالباً 0.05<sup>1</sup> فهذا يعني رفضاً لفرض الصفري وقبولاً لفرض البديل بوجود فروق ذات دلالة إحصائية بين الظاهرتين والعكس بالعكس.

ب. أسلوب التحليل الكيفي: حيث قمنا بوصف وتفسير البيانات والنتائج، كما حاولنا ربط العلاقات السببية ومقارنة مختلف البيانات حسب المتغيرات.

1\_4\_8 مجتمع الدراسة: تمثل مجتمع الدراسة الميدانية في طلبة جامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، بحيث تعتبر هذه الجامعة قطبا يشمل كل التخصصات من كل ولايات الجزائر شرقاً أو جنوباً أو شمالاً، ويصل عددهم أكثر من 20 ألف طالب في كل التخصصات المتوفرة بالجامعة.

2\_4\_8 عينة الدراسة: إن تحديد حجم العينة يتطلب معرفة مجموعة من الأمور الهامة، إذ هناك عدد من العوامل التي لا بد من التعرف عليها قبل اختيار عينة البحث ومنها، " طبيعة المجتمع المدروس، أسلوب الدراسة موضوع البحث، مدى وفرة الوقت والمال والباحثين لإجراء الدراسة، مدى الدقة المطلوبة في النتائج"، إضافة إلى "عدد المتغيرات المطلوب قياسها، وحجم عينة المجتمع الأصلي المراد دراسته"<sup>2</sup>

وفي هذه الدراسة اعتمدنا على طلبة جامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، بحيث اعتمدنا قبل تحديد عينة الدراسة على طريقتين وهي :

أولاً قمنا بتحديد حجم طلبة علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية بجامعة مستغانم في مختلف المستويات (ليسانس، ماستر، ماجستير، دكتوراه) لسنة 2014.

ثانياً: اعتمدنا على العينة غير الاحتمالية القصدية، من خلال اختيار الطلبة الذين يشاهدون قناة النهار وتتبعوا الحملة الانتخابية بالجزائر لعام 2014، والعينة الاحتمالية الطبقية والتي اخترنا من خلالها أفراد العينة وفق المستوى العلمي أي أخذنا من كل مستوى 10%، انحصرت عينة الدراسة في (300) مفردة، بحيث أصبح العدد 282 مفردة نظراً لعدم استرجاع بعض الاستثمارات وإلغاء أخرى منها، بحيث أشارت بعض الدراسات انه "إذا زاد العدد في الدراسات الميدانية عن 800 مبحوثاً فإنه لا يؤدي إلى نتائج إضافية في البحث"<sup>3</sup>.

مجالات الدراسة: شملت الدراسة من حيث المجال المكاني جامعة عبد الحميد بن باديس بمستغانم، أما المجال الزمني فقد تمثل في شهر ماي و جوان 2014 بعد الانتخابات الرئاسية بـ 13 يوماً، وقد كان هناك

---

<sup>1</sup> أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والإيصال، ط 3، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص 237.

<sup>2</sup> محمد منير حجاب: "أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية"، المجلد 2، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2002، ص ص 113، 122.

<sup>3</sup> محمود طلعت عيسى: "التحليل الإحصائي وتطبيقه في البحوث الاجتماعية"، ط 2، القاهرة، 1985، ص 114.

حرص على أن يتم توزيع الاستمارات في فترة ليست بعيدة جدا عن الانتخابات الرئاسية، حتى لا نقع في مشكلة صعوبة التذكر التي عادة ما تواجه أفراد العينة الذين غالبا ما لا يتذكرون العديد من تفاصيل الأحداث التي سيسألون عنها.

وقد تم اختيار الشباب و الجامعة كمجتمع للدراسة وفق الأسباب التالية:

أن أكثر فئة تمثل المجتمع الجزائري هي فئة الشباب التي تبلغ نسبة 70 بالمائة من المجتمع الجزائري.

أنهم أكثر الفئة التي نحتك بها طوال اليوم مما يسهل علينا عملية إجراء الدراسة الميدانية.

أن الطلبة الجامعيون لهم مستوى يسمح بالتبع والتفاعل مع مختلف القضايا الحاصلة خاصة لما يتعلق الأمر بالمواضيع السياسية .

أما فيما يخص اختيار تخصص علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية فذلك يرجع إلى علاقة التخصصات المختارة بموضوع دراستنا.



# الفصل الثاني

## الإعلام و العمل السياسي في الجزائر

## خطة الفصل الثاني:

1/ البث الفضائي المباشر

1/1 البث الفضائي المباشر في اوروبا

2/1 البث الفضائي المباشر في الوطن العربي

3/1 البث الفضائي المباشر في الجزائر

4/1 القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر

2/ الاعلام السياسي

1/2 اثر وسائل الاعلام على الرأي العام

2/2 وسائل الاعلام وقدرة التأثير السياسي

3/ طبيعة الدولة الجزائرية بعد الاستقلال

4/ التحول الديمقراطي و الاعلامي في الجزائر

5/ حتمية ثنائية الاعلام و الديمقراطية.

## تمهيد:

مع المتغيرات العالمية المعاصرة ، أصبحت السياسة والاتصال أكثر محورية وشمولية في حياة الإنسان المعاصر، وابتداء من القرن العشرين تغلغت السياسة وتحكمت في الحياة، وارتبطت بأهم الاحتياجات البشرية وتصدرت قائمة الأولويات في كل المجتمعات الحديثة، كما لم تتصدرها في العصور السابقة وأخذ كل نشاط اتصالي يصدر عن الإنسان يحمل معاني ومضامين سياسية واضحة أو غير واضحة، كما أن كل قضية من القضايا المحلية أو العالمية، التي تطرحها وسائل الإعلام والاتصال، أصبحت مرتبطة بشكل أو بآخر بالاعتبارات السياسية، بما في ذلك القضايا العابرة، إلى جانب فهم السياسة وقضاياها لم يعد حكرا على من يمارسون العمل السياسي فحسب فالسياسة أصبحت سلوكا يقوم به أفراد المجتمع العاديين كما يقوم به القائم بالاتصال على السلطة السياسية إلى الحد الذي دفع البعض إلى تسمية هذا العصر، بعصر السياسة والتسييس، سنحاول من خلال هذا الفصل التطرق إلى البث الفضائي والقنوات الفضائية الخاصة في الجزائر و تركيبية النظام الجزائري والى وسائل الإعلام الجزائرية وعلاقتها بالسلطة وأثرها على الرأي العام، وفي الأخير تطرقنا الى موضوع التحول الديمقراطي والاعلامي في الجزائر.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> اشكالية الندوة الوطنية الثاني حول الاتصال السياسي في الجزائر المنظم من طرف مخبر دراسات اتصالية و اعلامية جامعة مستغانم من تنسيق الباحثة عبو فوزية.

## 1-1 البث الفضائي المباشر:

أصبحت ميزة الانتشار المكاني للقنوات الفضائية في الوقت الحاضر قدرتها اختراق الحواجز الجغرافية والحدود والوصول إلى مسافات بعيدة، من خلال استخدام أقمار الاتصال في البث الفضائي المباشر الذي يمثل ثورة في مجال الاتصال، فالبث التلفزيوني أصبح، منذ عقد التسعينيات من القرن العشرين، إرسالاً بلا حواجز، لا يعرف قيوداً ولا يعترف بحدود، وأصبح استقباله في متناول المشاهد، عن طريق لاقط هوائي (Dish)، لا يتجاوز قطره متراً واحداً، ومهما بعدت المسافات.

لقد تم استغلال وسائل الاتصال الحديثة والمتطورة من قبل الدول الغربية، ومنها البث الفضائي المباشر الوافد إلى الوطن العربي في عملية التدفق الإعلامي الدولي، للترويج من خلال ذلك لمظاهر العولمة، وذلك انطلاقاً من مفهوم أن من يصنع ويمتلك تقنيات الاتصال يتحكم في صياغة المادة الإعلامية.<sup>1</sup>

ويعرف البث المباشر بأنه: الاستلام المباشر من القمر الصناعي إلى جهاز الاستقبال بالمتزل أو الكابل المرتبط بمحطة استقبال وتوزيع ترددات أما ميكانيكية البث المباشر فتعتمد على قيام محطة بث برامج أو مادة بحجز لها وقت على قمر صناعي تتعامل معه، بحيث يقوم القمر الصناعي ببث المادة في نفس وقت بثها إلى الدول أو الدولة المستقبلة لها.<sup>2</sup>

## 1-2 تجارب البث الفضائي المباشر في العالم:

### ✓ في أوروبا:

إن أحسن التجارب في مجال البث الفضائي المباشر عرفتها المنطقة الغربية لحوض البحر الأبيض المتوسط خلال منتصف الثمانينات والتسعينيات من القرن الماضي، فقد أطلقت فرنسا قمر صناعي خاص بالبث المباشر في أكتوبر سنة 1975 يسمى TDF1 الذي أعقبه فيما بعد قمرها الصناعي الثاني TDF2 في أفريل من عام 1990 وقد تم توزيع قنوات القمر الأول على القناة الفرنسية الأولى (TF1) والقناة الفرنسية الثانية (F2) والقناة الفرنسية السابعة (TV7)، أما قنوات القمر الثاني فتم توزيعها على القناة الخامسة (LA5) وقناة (M6) والقناة الفرنسية (CANAL+)، كما أطلقت ألمانيا في شهر أوت عام 1988 أول قمر صناعي خاص بالبث المباشر ويسمى (TV SAT) وكان من المفروض حسب الخبراء أن يكون هو أول قمر أوروبي للبث المباشر.<sup>3</sup> أما إيطاليا فقد أطلقت قمرها الصناعي الأول الخاص بالبث المباشر في شهر أفريل سنة 1990 ثم أطلقت قمرها الصناعي الثاني الاحتياطي في سنة 1993 وعليه ثلاث قنوات للبث المباشر.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> عبد الملك الدناني: "البث الفضائي العربي وتحديات العولمة الإعلامية"، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 2006، ص.313.

<sup>2</sup> أحمد عبد الملك: "قضايا إعلامية"، دار مجدلاوي للنشر، عمان، 1999، ص.103.

<sup>3</sup> Jean Pierre paul, Economie De La Communication, Ed- Dahleb, Que sais-je!, 1995, p : 99.

<sup>4</sup> أنشراح الشال: "بث وافد على شاشات التلفزيون"، دار الفكر العربي، القاهرة، ص.54.

## ✓ في الوطن العربي:

دول المغرب العربي كان لها السبق عربيا في التعرض للبت المباشر وكان ذلك في منتصف الثمانينات من القرن الماضي، حيث كانت تتعرض للبت الفضائي المباشر من دولتي ( فرنسا وإيطاليا).<sup>1</sup> ومن هنا كانت الضرورة الملحة لبدء منظومة البث الفضائي العربي، ومن ثم تم إنشاء اتحاد إذاعات الدول العربية المؤسسة عام 1969 والذي أطلق عليها ( المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية) Arab (A.S.C.O) <sup>2</sup> Satellite communication Organisation، في 14 ابريل 1976 من قبل الدول الأعضاء بجامعة الدول العربية لإثراء اتفاقية المؤتمر الثالث لوزراء المواصلات العرب المنعقد في القاهرة في التاريخ نفسه والذي صدرت توصياته بضرورة الاستفادة من التقدم التكنولوجي في وسائل الاتصال وخاصة الأقمار الصناعية لمساندة الإعلام العربي.<sup>3</sup> وبذلك أنشأت المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية (Arabsat) مؤسسة مستقلة في نطاق جامعة الدول العربية لاستعمال قطاع فضائي للدول العربية وتوفير الخدمات الاتصالية بناء على معايير فنية ولوائح متبعة دوليا متخذة من مدينة الرياض مركزا لها، وتوجد محطتان تتحكمان في عمل الأقمار الصناعية المحطة الأولى محطة التحكم الرئيسية في "ديران" بالمملكة العربية السعودية، والمحطة الثانية محطة تحكم مساعدة في "الدخلية" في تونس.<sup>4</sup> ولقد حددت الاتفاقية أهداف المؤسسة بأنها تهدف توفير وتشغيل قطاع عربي للخدمات العامة والمتخصصة في مجال الاتصالات لجميع الدول الأعضاء في الجامعة ومساعدة الدول العربية فنيا وماديا في تصميم وتنفيذ المحطات الأرضية وإجراء البحوث والدراسات الخاصة بعلوم تكنولوجيا الفضاء الفضائي الأرضي والهوائي والقيام بعمل النقل التلفزيوني من الإدارات والهيئات المتخصصة في البلاد العربية عن طريق الشبكة العربية.<sup>5</sup> والعمل على وضع قواعد محددة بما يحقق المتطلبات والحاجات المحلية والجماعية للدول العربية.<sup>6</sup>

## ✓ في الجزائر:

دخلت الجزائر ميدان البث التلفزيوني الفضائي المباشر رسميا منذ منتصف الثمانينات وذلك من جراء إطلاق فرنسا لقمريها الصناعي الأول (TDF) الخاص بالبث المباشر في أكتوبر من سنة 1975 فقد قدر الملاحظون آنذاك أن مساحة بث هذا القمر تمتد من اسبانيا والبرتغال غربا إلى مجتمعات أوروبا الشرقية ومن دول الإسكندنافية شمالا إلى مجتمعات المغرب العربي جنوبا، ولم يكن المختصون في الثمانينات يتوقعون أن عملية البث بواسطة الأقمار الصناعية ستتطور بهذه السرعة، إذ من العقبات التي كانت

<sup>1</sup> احمد إسماعيل حسن محمد: "القمر الصناعي العربي ودوره في تطوير الخدمة الإخبارية للقنوات الفضائية التلفزيونية السودانية"، مجلة العلوم الإنسانية والاقتصادية، جامعة السودان، 13 نوفمبر 2012، ص 102.

<sup>2</sup> سامي الشريف: "الفضائيات العربية... رؤية نقدية"، دار النهضة العربية، القاهرة، 2004، ص 37.

<sup>3</sup> محمد بهي: "الفضاء الخارجي واستخداماته السلمية"، عالم المعرفة، العدد 214، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1996، ص 333.

<sup>4</sup> فاروق سيد حسين: "ساتلايت الإرسال والاستقبال التلفزيوني عبر الأقمار الصناعية"، دار الرتب الجامعية، بيروت، 1995، ص 251.

<sup>5</sup> محمد احمد فياض: "الإعلام الفضائي الدولي والعربي: النشأة التطورية وصناعة الأخبار"، دار الخليج، عمان، 2005، ص 49.

<sup>6</sup> الطيب الجويلي: "البث الإذاعي عن طريق الأقمار الصناعية والإعلام العربي"، دار المسيرة، لبنان، 1991، ص 51.

تشهد أنظار المختصين والمهتمين بقطاع صناعة الأقمار الصناعية للبث التلفزيوني المباشر هي صعوبات تقنية وتكلفة أجهزة الاستقبال وخاصة الهوائيات المقعرة، فلم يكن بوسع المتلقين التقاط البرامج التلفزيونية بواسطة الأقمار الصناعية إلا بتوفر شروط أو ظروف مساعدة وفي مقدمتها هوائي مقعري يزيد قطره عن متر، ومن هنا كانت عملية الاستقبال في الجزائر مقصورة في البداية على وضعيات معينة أو أماكن عمومية مثل دور السينما وقاعات الحفلات، وقد كان رياض التح بالجزائر العاصمة السباق لهذا النوع من الاتصال التلفزيوني حيث جهز بهوائي كبير مكنه من التقاط أربعة قنوات تلفزيونية وهي: راي الإيطالية، ميوزيك بوكس (Music Box) الألمانية، و Tv5 الفرنسية وقناة أوروبا (Europa).<sup>1</sup>

### 1\_3 القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة:

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 عموماً بالزاوية والاتجاه على البوصلة لتحديد اتجاه التقاط كل مجموعة من القنوات الفضائية التي يتم بثها على قمر من القنوات.<sup>2</sup>

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 في 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 سنتيمتر.<sup>3</sup>

بحيث تعد الفضائيات من وسائل 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 فالمعلومات والأخبار سمعة متفردة لأنها فعلاً حصلت على هذه السمعة لنفسها في مجال التغطية الإخبارية للأحداث في العالم وأصبح لبعض هذه القنوات ذات التأثير سلطة حقيقية على الحكام والسياسيين في العالم.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> نصير بوعلي: "أثر البث التلفزيوني "الفضائي" المباشر على الشباب الجزائري دراسة تحليلية وميدانية"، نفس المرجع السابق، ص 67.

<sup>2</sup> سليم عبد النبي: "الإعلام التلفزيوني"، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010، ص 25.

<sup>3</sup> على محمد شمو: "تكنولوجيا الفضاء والاتصالات"، مكتبة الإشعاع، الإسكندرية، 2002، ص 113.

<sup>4</sup> هيثم الهيتي: "الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات"، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص 03.

فمنذ أوائل تسعينيات القرن الماضي، حدثت تغييرات جذرية على مستوى المشهد الإعلامي السمعي البصري العالمي وانعكست مختلف أنساقه التكنولوجية والتنظيمية والبرمجية، ويبدو واضحا أن هذا الوضع الجديد الموسوم بالانفجار الفضائي وشدة المنافسة جراء كثافة عدد القنوات التلفزيونية وتنوع رسائلها، قد تزامن أيضا مع ما عرفته من تطورات سياسية واقتصادية في مجتمعاته، إلا أن المنظومة الإعلامية السمعية البصرية في الجزائر كانت بمعزل عن هذه التحولات ولم تدخل المعترك الإعلامي إلا مؤخرا بفضل التشريعات الإعلامية الجديدة، بعدما كانت بعيدة عن ساحة التنظير والصياغة القانونية للمشرع الجزائري.

فقد حققت وسائل الإعلام الجزائرية خطوات ملحوظة في تطورها، فأخذت مؤسسة الإذاعة والتلفزيون تنوع في برامجها محاولة إبراز دور وسائل الإعلام العمومية في نقل المعلومة إلى الجمهور المتعطش لمعرفة أخبار الأحداث التي تقع من حوله سواء كانت أخبارا سياسية أو اجتماعية أو ثقافية وغيرها، ليسمح قانون الإعلام الجديد رقم (12/05) الذي صدر في 12 يناير 2012 بظهور العديد من القنوات الفضائية الخاصة، التي أصبحت بموجب هذا القانون تقوم على تقديم وجهة النظر الأخرى غير الرسمية، مع أن بعض هذه القنوات كانت أحيانا تقدم أخبار الإثارة بهدف التسويق، إلا أن بعضها كان يكشف الأخبار التي تستر عنها الإعلام 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 تباين عقليات المشاهدين واختلاف رغباتهم، يأتي هذا التنوع ليصل إلى أكبر نسبة منهم، ومن بين الإيجابيات التي نجدها في هذه القنوات الفضائية أنها تكرر في أكثر من وقت المادة التي بثت في وقت الذروة مثلا يعاد بثها مرتين أو ثلاث مرات في فترات مختلفة من اليوم لتصل إلى أكبر عدد من المشاهدين.

ونرى أن القنوات الفضائية الجزائرية قد أغنت المشاهد الجزائري عن الجري وراء القنوات الفضائية العربية والأجنبية والناطقة باللغة العربية منها، حتى تتعرف على ما يقع من حوادث يومية على أرض الواقع من أحداث وطنية وإقليمية وعالمية، والتي كثيرا ما كانت تتعرض إلى التحريف والتزييف الذي يخدم مالكي هذه القنوات وبالتالي العمل على تشكيل وصناعة الرأي العام وتوجيهه نحو المسار الذي تنتهجه هذه المؤسسات الإعلامية.

وقد استطاعت القنوات الفضائية الخاصة في الجزائرية أن تخلق نوعا من التوازن في تدفق المعلومات على غرار القنوات العمومية مما أسهم في كسر الاحتكار الخبري والمعلوماتي لدى هذه القنوات العمومية وساعد في خلق وعي سياسي وحصول الشباب الجزائري على المعرفة السياسية وبالتالي تكوين رأي عام جزائري متزن.

نستعرض في هذا العنصر المشهد السمعي البصري في الجزائر من خلال القنوات التلفزيونية التي تنشط في الحقل الخاص والتي يشاهدها الجمهور الجزائري، تبث من خارج الجزائر لكنها تتوجه إلى جمهور جزائري،

حيث قارب عددها حوالي أربعون قناة فضائية تم الاعتماد منها فقط خمسة قنوات خاصة حسب موقع وكالة الأنباء الجزائرية ونقلًا عن وزير الاتصال فإن القنوات الفضائية الخمس التي لها مكاتب معتمدة في الجزائر تتمثل في القنوات التلفزيونية "النهار، الشروق، الهقار، دزير، الجزائرية" وكلها قنوات معتمدة في دول أجنبية ولها مكاتب معتمدة في الجزائر كما تم إغلاق قناتين هما قناة الأطلس وقناة الوطن، ومن بين هذه القنوات الخاصة التي كانت سباقًا في الظهور نجد:

#### قناة الشروق TV:

هي قناة جزائرية مستقلة تابعة لمؤسسة الشروق، انطلق البث التجريبي لها في عيد الثورة وذكرى تأسيس جريدة الشروق اليومي (الجزائر)، حيث اتخذت مكتبا بالجزائر بينما يبدأ البث من عمان وبيروت على نايلسات، أطلقت مؤسسة الشروق بداية من الساعة صفر ليوم الأول نوفمبر 2011، وجاءت هذه الانطلاقة في الذكرى الـ 57 لانقلاب الثورة التحريرية الجزائرية، والذكرى الـ 11 لتأسيس يومية الشروق.

#### قناة الجزائرية:

هي قناة خاصة تم إطلاقها على القمر الصناعي اتلانتيك برد 7، انطلق بها البث التجريبي في فيفري من عام 2012، وبعدها انطلق البث الرسمي ابتداء من يوم 05 جويلية 2012 بشبكة برمجية متنوعة.

#### قناة الهقار:

قناة مستقلة تم افتتاحها في شهر ماي 2012، مقر بثها من لندن، وهي قناة عامة ناطقة باللغة العربية.

#### قناة نوميديا نيوز:

قناة إخبارية دولية انطلق بثها في أكتوبر 2012، تحتوي على مكاتب من مختلف دول العالم (فلسطين، أمريكا، البرازيل، مصر، سوريا، المغرب، تونس، ليبيا، الأردن، اليمن، بلجيكا، تركيا، فرنسا، بريطانيا، اسبانيا، الصين، كندا، الإمارات، لبنان، العراق، الجزائر، سويسرا).

#### 2- الإعلام السياسي:

يعرف الإعلام السياسي على أنه: هو ذلك الجزء من النشاط الاتصالي الذي تقوم به الهيئات المتخصصة في بث المعلومات والأفكار والمواقف عن الشؤون الحكومية.<sup>1</sup> وترتكز المبادئ الأساسية التي يقوم عليها الإعلام السياسي على:

(1) الإعلام السياسي يوجه للفرد والجمهير.

(2) يتسم الإعلام السياسي بطابع كلي ويستخدم كل الوسائل المتاحة.

(3) الإعلام السياسي هو نشاط مستمر لا يتوقف.

(4) الاعلام السياسي لا يسعى للتأثير على الاراء فقط بل للتأثير على السلوك.

(5) معرفة التيارات الاساسية في المجتمع.<sup>1</sup>

بحيث تمثل العلاقة بين النظام السياسي ووسائل الإعلام أحد أهم مجالات البحث في الاتصال السياسي باعتبار السلطة السياسية احد أهم العوامل التي تحدد خصائص النظام الإعلامي في المجتمع من ناحية، وباعتبار أن هذه العلاقة هي المحدد الأقوى لدرجة الحرية التي تعمل بموجبها وسائل الإعلام "فإذا كان الأصل في الإعلام أن يكون حراً وأن يكون مستقلاً عن تلك الضغوطات الحكومية أو التمركز الاقتصادي أو الاحتكاري أو الإعلان، فإن التطور الإعلامي هو الذي يجعل الحكومات أكثر قلقاً".<sup>2</sup>

بحيث أشارت دراسات الاتصال السياسي إلى الأهمية التي تمثلها وسائل الإعلام في نشر المعرفة السياسية والمساهمة في التنشئة السياسية لأفراد المجتمع وتلبية احتياجات الجمهور السياسية بالنظر إلى السمات الخاصة بالنظام السياسي لأفراد المجتمع الجزائري وطبيعة العلاقة بينه وبين أفراد المجتمع وكذلك خصائص النظام الإعلامي .

بحيث يعمل الإعلام السياسي كأداة للهيمنة الإيديولوجية عبر تمثل التحليل الغرامشي الذي يرى أن هيمنة الطبقة الحاكمة تعتمد على الاختراق و التثقيف الإيديولوجي للطبقات الخاضعة من خلال الهندسة الذهنية لضمان هيمنتها، وتكون هذه الهيمنة من خلال التسليم بالمفاهيم والأفكار التي تتبناها الطبقة السياسية الحاكمة باعتبارها نتاج لإجماع المجتمع بها والتي تقوم بتمريرها وتكرارها عبر وسائل الإعلام المختلفة .

فوسائل الإعلام تخدم مصالح هذه الطبقة بعدة طرق، مثل اختيار الموضوعات، وتحديد الاهتمامات ومصادر القلق، وتأطير القضايا وتنقية المعلومات، عبر صيغ التشديد والنغمة التعبيرية وعبر الحفاظ على النقاش ضمن حدود المسلمات المقبولة.<sup>3</sup> فقد حاول بعض الباحثين أن يبرهنوا على أنه يمكن فهم الحياة السياسية وتفسير ظواهرها من خلال (العملية الإعلامية) كوظيفة اتصالية تمثل عصب الحياة السياسية، فالإعلام السياسي هو أحد وظائف النظام السياسي وسياسته الخارجية والقرارات يجب أن تتخذ على أساس معلومات جديدة و مناسبة وهي تكون كذلك إذا حصلنا عليها بواسطة (أداة الإعلام) جديدة تعبر عن : الواقع الذي نريده وتمدنا بالحقائق التي يحتاجها دون تشويه أو تحريف، أي إذا ما استخدم الحكام قنوات اتصال جديدة وفعالة تنقل إليهم نبض الجماهير وتطلعاتهم وأراءهم ومواقفهم واتجاهاتهم الحقيقية وتنقل للمواطنين تعليمات وأوامر الحكام بدقة، كانت عملية التواصل بين الحكام والمحكوم جيدة وتواصل من خلالها النظام السياسي.<sup>4</sup>

1 العالم صفوت: "الاتصال السياسي والدعاية الانتخابية"، دار النهضة العربية ، القاهرة، 2005، ص 25.

2 أحمد بدر: "الرأي العام طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة"، دارقباء، القاهرة، 1998، ص 237.

3 الأميرة سماح خرج عبد الفتاح وآخرون: "الإعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم"، سلسلة كتب المستقبل العربي (79)، بيروت، 2013، ص156.

4 مجد الهاشي: "الإعلام الدبلوماسي والسياسي"، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص71.

حيث يمكن توصيف العلاقة بين النظام السياسي والإعلام عموماً بأنها علاقة تأثير متبادل، حيث يؤثر النظام السياسي في وسائل الإعلام من خلال آليات متعددة، كما تؤثر وسائل الإعلام في النظام السياسي من خلال آليات متعددة، ويختلف حجم التأثير الذي يتبادلته الطرفين وذلك وفق درجة الديمقراطية التي يتمتع بها المجتمع، ودرجة الحرية السياسية التي يتمتع بها الإعلام في ومعالجة قضايا المجتمع، ودرجة استجابة النظام السياسي لملاحظات الإعلام على الأداء التنفيذي في واقع الحياة.<sup>1</sup>

بحيث تستعمل السلطة وسائل الإعلام لتحقيق الأهداف التالية:

1. **التثقيف السياسي:** تحرص أنظمة الحكم وعلى الخصوص الشمولية منها التي تخضع لسلطة مركزية (حكم فردي أو حكومات الحزب الواحد) على الاستعمال المكثف لوسائل الإعلام من أجل تنشئة جماهيرها الوطنية لهدف خلق وعي سياسي لديها بشأن قضية معينة قد تكون إيديولوجية اقتصادية أو عقيدة سياسية أو سياسات إصلاحية معينة .
2. **التأثير في الرأي العام:** يتأثر الرأي العام بالأحداث الاجتماعية والسياسية للمجتمع وبكل ما تحويه من عادات، تقاليد، نظم سياسية، اقتصادية وحضارية ويتم ذلك عن طريق وسائل الإعلام، إذ تضع الأحداث اليومية الرأي العام أمام واجبات جديدة لأن كل القوى الفردية والجماعية تحاول التأثير عليه وتوجيهه بواسطة التحفيز والإقناع، حيث تحاول الحكومات والأحزاب السياسية والمنظمات الاجتماعية استقطاب واجتذاب هذا الرأي وجعله إلى جانبها وعلى الأقل اجتناب معارضته له.
- غير انه في أحيان أخرى تفرض الظروف على الرأي العام أن يتصرف وفقاً لما تبتغيه جهات معينة، كما هو الحال في النظم غير الديمقراطية كالأنظمة السياسية الدكتاتورية التي تستخدم الرأي العام كوسيلة لفرض نتائج وسياسات معينة ومراقبة تحرك المجتمع عبر استعمال الصحافة، نفس هذه الوسيلة تسمح لمختلف الأحزاب السياسية، التوجهات والمصالح السياسية بطرح رؤاها والتنافس لمعرفة ما يفكر به الرأي العام وبالتالي المشاركة بفعالية في اللعبة السياسية.
3. **التسويق السياسي:** يستخدم التسويق السياسي جميع الوسائل الضرورية والتقنيات الممكنة للوصول إلى هدف معين، وذلك بالارتباط مع تطلعات الرأي العام ومتطلبات الجماهير الحقيقية أو المفترضة، سمي هذا الأسلوب في الإعلام السياسي "تسويقاً" لأنه استعار من "التسويق التجاري" أحدث مبادئه وأساليبه وتقنياته وطوعها في خدمة الإعلام السياسي.<sup>3</sup>

فبما أن التسويق السياسي هو مجموعة من الأنشطة التي تستهدف زيادة وتنظيم عدد المؤيدين لمرشح سياسي، حزب معين، برنامج، أو فكرة معينة بما في ذلك الدعم المادي الجماهيري باستخدام

<sup>1</sup> عادل عبد الغفار: "الإعلام والمشاركة السياسية للمرأة (رؤية تحليلية استشرافية)", الدار المصرية اللبنانية، 2009، القاهرة، ص116.

<sup>2</sup> Frederic c, Turner : L'opinion publique e le comportement électoral, Revue internationale des sciences sociales, n°146, Unesco /paris, décembre 1995, p : 591.

<sup>3</sup> فيليب برو: "علم الاجتماع السياسي"، تر: محمد حرب صاصيلا، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 1998، ص195.

كافة وسائل الاتصال الجماهيري، أو أي وسائل أخرى ضرورية، فالتسويق السياسي يستهدف تسويق منتج سياسي أين يلعب الاتصال دورا هاما في التسويق السياسي، حيث من الممكن استخدام تقنيات تسويق السلع والخدمات في مجال تسويق الأفكار، إذا كان المهم في مجال التسويق هو التأثير على اتجاهات اكبر عدد ممكن من الأفراد في اقصر وقت ممكن.<sup>1</sup>

ويمكن القول أن الوظائف السياسية للإعلام هي بمثابة إعلام خارجي تسعى إلى التعريف من خلاله بحضارتهم ومصالحهم على نطاق دولي واسع من خلال مختلف الوسائل الإعلامية المتاحة، بالإضافة إلى وجود منابر وتجمعات وأحزاب تسعى إلى امتلاك الوسائل والقنوات الإعلامية الموضحة لبرامجها السياسية، وفي الأخير تعد أداة قمعية في يد السلطة التي تتبع في قيادة العمل الإعلامي مناهج النظرية الاستبدادية في الإعلام.<sup>2</sup>

## 1-2 اثر وسائل الإعلام على الرأي العام:

تعتبر وسائل الإعلام دعامة أساسية من دعائم المجتمع الديمقراطي، أين يتميز هذا المجتمع بفسح المجال للمواطنين أو الهيئات السياسية بكل حرية من اجل طرح انشغالاتهم واهتماماتهم عبر وسائل الإعلام المختلفة، بحيث أن انتقال المضامين السياسية يعد من اشد أنواع الاتصال حيوية وفاعلية في المجتمع، إذ يجمع بين طرفين هما أساس المجتمع وقاعدته الحاكم والمحكوم، أي المواطنين والسلطة السياسية الحاكمة، فيكون الاتصال بين هذين الطرفين تلاقيا يحقق تبادلا للرسائل بينهما مباشرة للتأثير على سلوك بعضهم.<sup>3</sup>

بحيث كلما تزداد الطبيعة الشخصية لوسائل الاتصال تزداد فعاليتها في تحويل الآراء، فمعظم حجم الشخصية في العمل الاتصالي من المفترض أن يحقق فعالية أكثر، ولأن آراء الأفراد يتم تشكيلها<sup>4</sup> في سياق روابط اجتماعية رسمية أو غير رسمية، تشكل الحاجة إلى انسجام آراء الفرد مع آراء رفقائه وجماعته المفضلة عاملا حافزا هاما.

كما تلعب نوعية القضايا عامل من العوامل المؤثرة في فعالية الإعلام وتأثيره على الرأي العام، ويرى برلسون بأن فاعلية الاتصالات في التأثير على الرأي العام تختلف باختلاف القضايا(الموضوعات) ويكون مضمون الاتصال أكثر تأثيرا في الرأي العام إذا كانت القضايا جديدة وغير معادة، كما يختلف تأثير وسائل الإعلام على الرأي العام باختلاف نوعيات الناس، إذ أن التأثير المباشر لوسائل الإعلام على الرأي العام يمكن ممارسته على جزء فقط من الجمهور الذي يتعرض لوسائل الإعلام المختلفة، وانه

<sup>1</sup> أمال فضلون: "استخدام الأحزاب السياسية للصحافة في التأثير على الرأي العام"، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة باجي مختار-عناية، ب ت، ص116.

<sup>2</sup> حسين عبد الجبار: "اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر"، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص170.

<sup>3</sup> يامين بودهان: "الممارسة الديمقراطية والعلاقة بين الحكم الراشد والتنمية"، مجلة دفاتر السياسة والقانون، عدد خاص ابريل 2011، ص438.

<sup>4</sup> مجد الهاشي: "الإعلام الدبلوماسي والسياسي"، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص83.

كلما كان اقتناع الناس قويا بقضية ما، يصبح صعبا على وسائل الإعلام تغيير الآراء، وكلما كان الناس أقل معرفة بالموضوع، كلما كانت الفرصة اكبر في أن تقوم وسائل الإعلام بالتأثير لتغيير الآراء.<sup>1</sup>

فالإعلام دور بارز في تكوين الرأي العام من خلال أجهزته العديدة المؤثرة مثل الصحافة والتلفزيون التي تعتبر من أهم وسائل الاتصال بالجمهور، فهي تعمل متضافرة وفي اتساق وتكامل على تكوين رأي عام في مختلف الموضوعات والظروف والأوضاع والمشاكل التي تطرح نفسها على الأذهان والتي تتعلق بمختلف النواحي السياسية أو الاجتماعية أو الثقافية أو الاقتصادية .

بحيث يعتبر التلفزيون من أحدث وسائل التأثير في الرأي العام التي تمخض عنها القرن العشرين، وأخطرها أيضا لأنه يقدم الكلمة المسموعة والكلمة المرئية في آن واحد معا.

ولقد اتضحت في السنوات الأخيرة خطورة وأهمية التلفزيون وأثره في تكوين الرأي العام في اتخاذ وسيلة توجيه الرأي العام لخدمة مصالحها، حيث تستعمل هذا الجهاز في الدعاية للانتخابات خاصة الرئاسية ويتميز التلفزيون عن وسائل الإعلام الأخرى بعدة مزايا من بينها:

\_ انه اقرب وسيلة للاتصال والمواجهة.

\_ أن برامجه في اغلب الأحيان محلية ومن هنا كان أكثر قدرة على مخاطبة الرأي العام والتأثير فيه.

ويمكن تلخيص تأثير الإعلام على الرأي العام في النقاط التالية:<sup>2</sup>

1\_ بعث الاستقرار: الإعلام يعمل في الغالب على الحفاظ على الوضع القائم وإبقائه على حاله، ويرجع السبب في ذلك إلى أن الإعلاميين يتأثرون بالمواقف والأفكار والتوقعات السائدة في المجتمع و ذلك يأتي نتائجهم متأثرا بالأفكار وعاكسا لها.

2\_ تغيير الرأي: يستطيع الإعلام أن يغير آراء الجمهور باختيار نوع الأخبار التي يعرضها وطريقة عرضها والتعليق عليها أو تغيير الاتجاهات بشكل معاكس أو المحافظة على الاتجاهات كما هي.

3\_ تحديد الأولويات: إبراز موضوعات\_ تجاهل موضوعات\_ تضخيم\_ مبالغة\_ تهويل\_ تهوين.

4\_ تحديد الخيارات المطروحة: تختار وسائل الإعلام ما تراه هي مناسبا للجمهور وتطرح من خلاله فكرها وفلسفتها وأجندتها ورؤيتها للإحداث.

5\_ الترفيع والإعلاء: إبراز ناس وإعلاء شأنهم وتحقيق الشهرة لهم وكذلك اختيار وقائع وأحداث وإعطائها الأهمية في التغطية الإخبارية.

## 2-2 وسائل الاعلام وقدرة التأثير السياسي:

<sup>1</sup>/مجد الهاشمي: "الإعلام الدبلوماسي والسياسي"، نفس المرجع السابق، ص 84\_85.

كامل خورشيد مراد: "مدخل إلى الرأي العام"، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2011، ص 184.<sup>2</sup>

ان وسائل الاعلام في المجال السياسي تقوم بدور حارس البوابة - الرقابة- او الناقل للافكار و القضايا ذات الصيغة الشرعية فهي تعمل على تدعيم الاراء والقيم والافكار، وفي نفس الوقت تعمل على اقضاء الافكار التي تعوق مسيرة عملها السياسي بالاضافة الى كونها منبرا سياسيا للتعليم و التنشئة و التربية السياسية للرأي العام من خلال ما ترسله من مضامين هادفة.

فوسائل الاعلام هي انعكاس للبيئة السياسية، اي مرآة عاكسة للاحداث و الصراعات و التفاعلات المحلية و الاقليمية والدولية على الصعيد السياسي فهي تعرفنا بواقعا و ما يدور فيه. و قد جاء الدور السياسي لوسائل الاعلام كما حدده جانowitz على انها اضافة لصفة الشرعية، او القبول الاجتماعي لافكار و مفاهيم معينة، واستبعاد افكار و مفاهيم اخرى من الجدل و النقاش السياسي، اي انها تعمل على ترتيب قائمة الاعتمات السياسية في شكل يتوافق مع سياستها الاعلامية و الصورة الذهنية للواقع السياسي التي تريد تكوينها و اصالها الى الرأي العام.

فالاعلام يحاول دائما التأثير و الاقناع بالدرجة الاولى التي تصب كلها في عملية تكوين الرأي العام لانه اصبح هناك فرق كبير بين المضامين الاعلامية الحديثة و ماكانت عليه منذ عقدين من الزمن فالمضمون السياسي للمادة الاعلامية في وسائل الاعلام العربية يطغى على سواه، بحيث ان نسبة المادة السياسية تشكل نسبة عالية من مضمون مختلف الوسائل الاعلامية بل ان الهيمنة الحكومية على وسائل الاعلام في البلاد العربية تبين لنا التركيز الكبير على فرض الوظيفة السياسية على باقي الوظائف الاخرى التي تؤدها هذه الوسائل.

و جدير بالذكر ان طريقة طرح المجريات والاحداث على الجماهير في صورة حملات سياسية، انما تستعمل عملية نشر الاعلام السياسي، و توصيل الرسالة المعينة من قبل صناع القرار باستعمال هذه الوسائل بطريقة ذكية جدا و بحذر شديد ليبدو الارتقاء و غير مقصود في ظاهره.

مما يجرد الفرد من ارتياحه و قلة ثقته في اصحاب القرار السياسي و السلطة لكون الفاعلين السياسيين لم يتوجهوا مباشرة الى الرأي العام و انما يقومون باستخدام وسائل اعلام و يمررون رسائلهم السياسية بطريقة غير مباشرة، و استدراج الافراد الى الانتباه للرسالة والتفاعل مع مضمون نمط التعليم الذهني الى نمط البحث عن الاعلام من خلال وسائل اعلام و هذا ما اكد عليه كل من ماكوبس و ويفر في دراسة قاما بها عام 1973 خلصت الى انه كلما زادت حاجة الفرد الى التوجيه السياسي زاد تعرضه للمضمون السياسي لوسائل الاعلام و زادت درجة اتفاق الرأي العام و وسائل الاعلام

ان الراي العام في المجتمعات المعاصرة يتعرض اليوم وعلى نطاق واسع ومستمر لفقرات و مضامين، وتعليقات لها طابع سياسي تحملها اليه مختلف قنوات الاتصال الجماهيري ولا يكاد يمر يوم دون ان تظهر هذه المضامين السياسية في التلفزيون، الصحف، المجالات و على موجات الاذاعة.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> أمال فضلون: "استخدام الأحزاب السياسية للصحافة في التأثير على الرأي العام"، مرجع سبق ذكره، ص 127/128.

### 3\_ طبيعة الدولة الجزائرية بعد الاستقلال:

منذ فرض الاستعمار الفرنسي سيطرته على الجزائر و اعتبرها جزءا من التراب الفرنسي، اصبحت الجزائر تسير من قبل الادارة الفرنسية من باريس اما الاطارات التي تشرف على التسيير الاداري فكلهم من المعمرين المقيمين في الجزائر او من الفرنسيين، و خلال سنوات الاحتلال الطويلة دمر الاستعمار الجزائر اقتصاديا و سياسيا و اجتماعيا و ثقافيا فتعرضت ثروات البلاد للنهب كما تعرض المجتمع الجزائري للفقر و الأمية ، حيث عرفت الجزائر تطورا سياسيا بعد الاستقلال تمثل في المراحل التالية:

#### التطور السياسي (1962-1989) :

بعد وقف اطلاق النار في 19 مارس 1962 تكونت هيئة تنفيذية مؤقتة تسهر على تسيير البلاد الى غاية يوم الاستفتاء .و خلال هذه الفترة عقد المجلس الوطني للثورة الجزائرية دورة في طرابلس خلال شهر جوان 1962 و في هذه الدورة تم انتخاب مجلس تأسيسي تسلم السلطة من الهيئة التنفيذية المؤقتة في سبتمبر 1962 و قام بدورة على تعيين اول حكومة جزائرية برئاسة احمد بن بلة الذي حكم البلاد الى غاية 19 جوان 1965 و فترة حكمه عرفت عدة تطورات سياسية.<sup>1</sup>

#### مرحلة (1962-1965): اهم انجازات هذه المرحلة في المجال السياسي:

-اعداد مشروع الدستور الذي وافق عليه المجلس التأسيسي بتاريخ 29 اوت 1963 و عرض على الشعب للاستفتاء يوم 08 سبتمبر 1963 و تمت صياغة هذا الدستور حسب برنامج طرابلس فاعتمد هذا الدستور الاشتراكية و سياسة الحزب الواحد و الموجه و المراقب ، و في سنة 1964 تم اصدار اول ميثاق للجزائر اعتمد في تشريعاته على اقرار النظام الاشتراكي و سياسة الحزب الواحد، ولكن اهم انجاز سياسي في هذه الفترة يتمثل في تكوين المؤسسات الحكومية التي تسهر على تسيير شؤون البلاد اما التطور الذي عرفته السياسة الجزائرية على المستوى الخارجي يتمثل في اختيار الجزائر سياسة عدم الانحياز و انضمامها الى هيئة الامم المتحدة سنة 1962 كما انضمت الى الجامعة العربية و ساهمت في انشاء منظمة الوحدة الافريقية ، و بعد 19 جوان 1965 دخلت السياسة الجزائرية مرحلة جديدة الى غاية سنة 1978.

مرحلة (1965-1978): من اهم التغييرات التي عرفتها السياسة الداخلية للجزائر القيام بحركة انقلابية بزعامة الرئيس هواري بومدين في 19 جوان 1965، اطاحت بالرئيس بن بلة و اعتبر للقائمون بحركة 19 جوان على ان حركتهم تصحيحية اعادت الثورة الى مجراها العادي و كانت اهم التطورات السياسية التي عرفتها الجزائر على المستوى الداخلي بعد 19 جوان 1965 نذكر مايلي:

<sup>1</sup> جمال بن مسعود: تطور الجزائر (1962-1989)، نقلا عن الموقع الالكتروني :

-انشاء مجلس الثورة الذي حل محل المجلس الوطني التأسيسي و تم انشاء حكومة حلت محل رئيس الجمهورية غير ان مجلس الثورة و الحكومة يرأسها شخص واحد (الرئيس هواري بومدين) يحمل لقب رئيس مجلس الثورة ورئيس مجلس الوزراء ولهذا الرئيس سلطات واسعة.

- اعداد قانون للبلدية بتاريخ 18 جانفي 1967 ثم قانون الولايات في 23 ماي 1969 و يهدف مجلس الثورة بهذين القانونين الى بناء دولة من القاعدة باشتراك المواطنين في تسيير شؤونهم المحلية.

- و في سنة 1976 عرفت السياسة الجزائرية تطورات هامة منها اصدار دستور و ميثاق وطني في 1976 و نص هذا الدستور على الغاء مجلس الثورة و انتخاب مجلس شعبي وطني منذ 1977 يتولى مهام السلطة التشريعية. وفي 11 ديسمبر 1976 تم انتخاب رئيس الجمهورية الذي يجسد وحدة القيادة السياسية للحزب و الدولة لأن رئيس الجمهورية هو الامين العام للحزب جهة التحرير الوطني مع العلم ان الحزب هو الذي يرشح رئيس الجمهورية، اما اهم التطورات التي عرفت الساحة السياسية الجزائرية على المستوى الخارجي:

\_ الدعم الفعال لحركة عدم الانحياز فالجزائر شاركت في كل مؤتمرات الحركة كما احتضنت مؤتمر الجزائر 1973 الذي كان من اهم قراراته المطالبة باقامة نظام اقتصادي دولي جديد و في اطار جهود حركة عدم الانحياز قامت الجزائر في سنة 1975 بتسوية المشاكل الحدودية بين العراق و ايران.

\_ كما كان للجزائر دور فعال ايضا في مناصرة القضايا العربية و على رأسها القضية الفلسطينية اذ دعمت الجزائر الجيوش العربية في حربي 1967 و 1973 التي خاضتها الدول العربية ضد اسرائيل و بعد حرب اكتوبر 1973 تم عقد القمة السادسة للدول العربية في الجزائر شهر نوفمبر 1973 و تركت اشغال هذه القمة حول القضية الفلسطينية و في ديسمبر 1978 توفي الرئيس هواري بومدين و تولى الرئيس الشاذلي بن جديد منصب الامين العام للحزب جهة التحرير الوطني بعد ترشيح مؤتمر الحزب له ووفق دستور 1976 فان الامين العام للحزب هو المرشح الوحيد لتولي منصب رئيس الجمهورية و فعلا في يوم 8 فيفري 1979 اجري استفتاء فصوت الشعب الجزائري باغلبية مطلقة ب "نعم" فاصبح الشاذلي بن جديد رئيسا للجمهورية الجزائرية .

مرحلة ( 1979- 1989): في عهد الرئيس الشاذلي بن جديد عرفت الاوضاع الاقتصادية و الاجتماعية تدهورا ملحوظا بسبب الازمة الاقتصادية ووجه الرئيس الشاذلي بن جديد انتقادات لاذعة للحزب و الحكومة بسبب تقصيرهما في اداء مهامهما لمعالجة المشال التي يتخبط فيها المجتمع و هذه الانتقادات ذكرها يوم القائه خطابا في 19 سبتمبر 1988 للاعلان عن افتتاح مناقشة مشروع الاتحاد بين الجزائر و ليبيا فالازمة الاقتصادية ادت الى بدأ الحديث عن تنظيم مظاهرات مناهضة للنظام و فعلا في 5 اكتوبر 1988 قامت مظاهرات في العاصمة كما انتشرت في ضواحي اخرى من الوطن، و في يوم 10 اكتوبر 1988 القى الرئيس خطابا و واعد فيه الشعب الجزائري القيام باصلاحات سياسية كبيرة تعرض على الشعب للاستفتاء حولها و كان اهم هذه الازمات تعديل الدستور تعديلا شاملا و اجري حوله استفتاء في يوم

23 فيفري 1989 وكان من اهم الاصلاحات السياسية التي اقرها هذا الدستور الغاء نظام الحزب الواحد و اقرار التعددية الحزبية و منذ ذلك التاريخ و الدولة الجزائرية تسعى الى تجسيد نظام التعددية الحزبية في مؤسساتها المنتخبة (رئاسة الجمهورية، المجالس الشعبية الوطنية والولائية والبلدية).

اما على مستوى السياسة الخارجية فان الجزائر حافظت في عهد الشاذلي بن جديد على خط عدم الانحياز و الانتماء الحضاري والعربي والاسلامي كما لعبت الدبلوماسية الجزائرية دورا فعالا في تحرير الرهائن الامريكيين المحتجزين في السفارة الامريكية بايران من يوم 5 نوفمبر 1979 اليوم 20 جانفي 1981، و اهم انجاز حققته السياسة الخارجية الجزائرية عودت العلاقات الجزائرية المغربية يوم 16 ماي 1988 بعدما قطعت العلاقات بين البلدين في شهر فيفري 1976 بسبب مشكلة الصحراء المغربية، هذا و لم يقتصر التطور الذي عرفته الجزائر بعد الاستقلال على الجانب السياسي فقط بل شمل الجانب الاقتصادي والاجتماعي والثقافي.<sup>1</sup>

#### 4-التحول الديمقراطي و الإعلامي في الجزائر:

##### 1/مفهوم الديمقراطية و التحول الديمقراطي:

قبل أن نتطرق للحديث عن ماهية التحول الديمقراطي لابد الإشارة إلى بعض المفاهيم المتعلقة به وهي:

##### معنى التحول:

يدل لفظ التحول على التغيير أو النقل.<sup>2</sup> وتقابلها كلمة "Transition" باللغتين الفرنسية والانجليزية وتعني المرور أو الانتقال من حالة معينة أو من مرحلة أو مكان معين إلى حال أو مرحلة أو مكان آخر.<sup>3</sup>

كما أن عملية التحول والتغيير تحدث في العلوم الأخرى ومنها على وجه الخصوص علم السياسة وقد جاء في موسوعة العلوم السياسية التي ربطت هذا المفهوم بالتغيير السياسي الذي يشير إلى "التحول في الأبنية أو العمليات السياسية بما يؤثر على توزيع و ممارسة القوة السياسية بمشتملاتها السلطة، الإيجبار والنفوذ السياسي.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> نفس المرجع الذي سبق ذكره

<sup>2</sup> إبراهيم مصطفى وآخرون: "المعجم الوسيط"، الجزء الأول، (باب الحاء)، مطبعة مصر، القاهرة، 1960، ص216.

<sup>3</sup> Le petite Robert, paris, PUF, 1994, p 96.

<sup>4</sup> موسوعة العلوم السياسية، الجزء الأول، مطابع دار الوطن، الكويت، ص476.

## الديمقراطية\*:

يعتبر مصطلح الديمقراطية من المفاهيم التي دار ومازال يدور حوله جدال كبير، فهو مصطلح غامض ومركب لا يزال يستخدم بمعان شتى باختلاف الزمان والمكان، كما انه لا يوجد تعريف جامع مانع للديمقراطية ولا شكل تطبيقي واحد تأخذ به جميع نظم الحكم الديمقراطي في العالم، ولو كان للديمقراطية شكل جامد ومضمون عقائدي ثابت لما استطاع نظام الحكم الديمقراطي أن ينتشر عبر القارات ويتكيف مع مختلف الثقافات<sup>1</sup>.

رغم الاتفاق حول الأصل اليوناني لكلمة الديمقراطية والتي هي مركبة من شقين الأول Demos وتعني الشعب Kratos وتعني السلطة والحكم وبذلك يصبح معناها حكم الشعب نفسه بنفسه وهو ما اصطلح على تسميته بالمفهوم الكلاسيكي للديمقراطية وهو نفس التعريف الذي قاله الرئيس الأمريكي "أبراهام لنكولن" إذ عرف الديمقراطية بأنها حكم الشعب بالشعب وللشعب<sup>2</sup>.

## التحول الديمقراطي:

جاء في كتاب الرأي العام للكاتب أحمد بدر على انه: "العملية التي يتم في إطارها صياغة أساليب وقواعد حل الصراعات بطرق سلمية، وصولاً إلى وضع دستوري ديمقراطي، وعقد انتخابات نزيهة وحرّة، وتوسيع نطاق المشاركة السياسية باعتبارها معيار نمو النظام السياسي ومؤشراً دالاً على ديمقراطيته"<sup>3</sup>.

ويشير هذا المصطلح في الفكر السياسي الأوروبي منذ أوائل القرن العشرين، إلى ذلك القسم من الحركة الاشتراكية والعمالية، الذي يشكل مبدئياً البناء الديمقراطي للمجتمع والدولة.

وتسعى الديمقراطية لتحقيق التغييرات الاجتماعية نحو ضمان حقوق أوسع للطبقة العاملة في عوائد، وإدارة وسائل الإنتاج، نحو تحرير المجتمع من قيود التفرقة بين الناس على أساس العنصر، أو الجنس، أو الدين، أو العقيدة، أو الدخل وغيره من خلال الإصلاح التشريعي، وليس من خلال الاستيلاء على الحكم بالقوة سواء بالثورة أو بالانقلاب<sup>4</sup>.

---

\* ذهب "لورد برايس" إلى أن الديمقراطية شكل من أشكال الحكم تكون فيه السلطة الحاكمة في الدول ممثلة قانوناً في أعضاء الجماعة ككل ، وليس في طبقة أو طبقات معينة، وعرفها جون ستيوارت قبله بأنها شكل من أشكال الحكم يمارس فيه الشعب كله أو القسم الأكبر وعرفها سييلي بأنها: الحكم الذي يشارك فيه كل فرد من أفراد المجتمع. انظر: حسين عبد الحميد احمد رشوان: "الديمقراطية وحرية وحقوق الإنسان"، المكتب الجامعي الحديث، 2006، ص 11.

<sup>1</sup> علي الخليفة الكواري وآخرون: "الخليج العربي والديمقراطية نحو رؤية مستقبلية لتغيير المساعي الديمقراطية"، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2002، ص 17.

<sup>2</sup> عبد المعز نصر: "في النظريات والنظم السياسية"، دار النهضة العربية، بيروت، 1981، ص 163.

<sup>3</sup> أحمد بدر: "الرأي العام طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة"، دار قوباء للطباعة والتوزيع، 1998، ص 287-288.

<sup>4</sup> /وضاح زبتون: "المعجم السياسي"، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2006، ص 182.

## 2/التحول الديمقراطي والإعلامي في الجزائر:

تسارعت الأحداث التي عاشتها الجزائر منذ انتفاضة أكتوبر 1988 وتعددت، فألى جانب المشروع الإصلاح السياسي<sup>1</sup> الذي انطلق بالاستفتاء على دستور جديد في فيفري 1989م، والذي تنص فيه المادة 42 على أن حق إنشاء الأحزاب السياسية مضمون بشرط تأسيسها على أساس ديني أو لغوي أو عرقي أو جنسي أو مهني أو جهوي،<sup>2</sup> بعدما ظلت الجزائر محكومة بنظام الحزب الواحد مدة سبعة وعشرون سنة. بحيث تزايدت المحاولات للإسراع بالإصلاحات الاقتصادية التي شرع فيها منذ بداية الثمانينات مع مشروع إعادة هيكلة المنشآت الاقتصادية الكبرى التابعة للقطاع العمومي.<sup>3</sup> دخلت الجزائر مرحلة جديدة أطلقت معها ديناميكية التحول نحو الديمقراطية، واجل ذلك شرعت في إصلاحات شاملة سياسية واقتصادية تحت ضغط القوى الخارجية وتأثير عوامل داخلية، وقد أفصحت الخارطة الحزبية آنذاك عن تضخم غير مسبوق على صعيد التشكيلات السياسية، وذلك لسببين أساسيين:

الأول: تفاقم الكبت الجماهيري خلال العقود الماضية ولم يتم تبني الانفتاح، وعدم ثقة الشعب في الأنظمة الأحادية التي تآكلت شرعيتها واستنفذت كافة مبررات بقائها واستمراريتها وتمسكها بمجموعة من الذرائع لتأجيل التحول الديمقراطي.<sup>4</sup> والتي يمكن إدراجها ضمن الآتي:<sup>5</sup>

- عدم النضج السياسي .
- حماية الوحدة الوطنية بحيث ترى نخبة النضال أن التعددية السياسية ستكون خطر على الوحدة والتماسك الوطنيين.
- التنمية الاقتصادية والخروج من التخلف بشكل أولى الأولويات.

الثاني:"مرونة الشروط المتعلقة بإنشاء الأحزاب في قانون الجمعيات ذات الطابع السياسي فلاحت في الأفق حياة سياسية تشوبها الفوضى والعنف والعشوائية".<sup>6</sup>

---

<sup>1</sup> بعد فترة طويلة من التسلط السياسي الذي عايشته الجزائر بعد الاستقلال، ظهرت مجموعة من التغييرات البنيوية الهامة التي قلبت الموازين الاجتماعية والسياسية حيث انتقلت الجزائر من نظام "شبه مغلق" إلى "نظام مفتوح" كانت ترجمته المباشرة في انفجار أكتوبر 1988، انظر: مجلة مقاربات فلسفية، "الجزائر و عملية التحول الديمقراطي" قراءة في المسار"، العدد 1 جانفي 2014، جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، ص 51.

<sup>2</sup> دستور 1989 الجريدة الرسمية، مارس 1989.

3 العياشي عنصر، "التجربة الديمقراطية في الجزائر للعبة والرهانات"، دراسة، جامعة عنابة، الجزائر، 1996، ص 01.

4 صالح بالحاج: "النظام السياسي الجزائري والعودة السياسية تحول أم تكيف"، مداخلة مقدمة في إطار فعاليات الملتقى العلمي الوطني ( مستقبل الدولة الوطنية في عصر العولمة ومجتمع المعلومات)، 6/5 ماي 2009، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، قسم العلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة.

<sup>5</sup> ابتسام الكتبي وآخرون: "الديمقراطية والتنمية الديمقراطية في الوطن العربي"، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2004، ص 60.

<sup>6</sup> صالح بالحاج: "النظام السياسي الجزائري والعودة السياسية تحول أم تكيف"، نفس المرجع السابق.

إذا ما تعمقنا في قضية التحول الديمقراطي في الجزائر، فإننا مضطرون إلى تحديد أشكال هذا التحول وأيها عرفها النظام السياسي الجزائري، هذا ونجد ثلاثة أشكال تتمثل في الانتقال الممنوح والانتقال بالتراضي والانتقال التوافقي لهذا التحول نوردتها كالآتي:

1/ الانتقال الممنوح: ينظم عادة بمبادرة من الحكم القائم بمفرده. وكثيرا ما يلجأ إليها بغية تلميع صورته أو محو خاصياته الأكثر نبذا أو رفضا أو التخلص من تجاوزات أو تعسفات أضحت لا تطاق. ويجب على الحقيقة أن تقال بهذا الشأن وهي أن بفعله هذا لا يرمي الحكم القائم إلى تغيير كيانه وإنما يكتفي بترميمه وترقيعه، فالانتقال مثل هذا الصنف لا يعمر.

2/ التحول بالتراضي: فهو في اغلب الأحيان نتاج تفاهم بين القوى السياسية (سلطة ومعارضة) يرمي إلى تطوير النظام القائم، يتم التفاوض والاتفاق على هذا الصنف من الانتقالات السياسية بين هذه القوى خارج إرادة شعبية تكون بمثابة المؤطر والمرجع بالنسبة له، وفي هذا يكمن موطن ضعفه الرئيسي.

فلا يمكن لانتقال بالتراضي مشبع بغاية ديمقراطية أن يستهل مشواره بالاستغناء عن الإرادة الشعبية دون أن يطعن في سلامته ومصداقيته، وبالفعل لا يمكن ضرب موعد مع الديمقراطية بوسائل لا ديمقراطية أي بتغيب الإرادة الشعبية أو القفز عليها.

3/ الانتقال التوافقي: تصنعه قوى سياسية ممثلة تستمد شرعيتها من خيار شعبي و نزيه هو الانتقال الأصيل الذي يتطلع إليه بلدنا الجزائر ويصبو إليه شعبنا.<sup>1</sup>

وبالتالي فإن الجزائر لم تعرف سوى محاولتين لتنظيم انتقال سياسي: الأولى أجهضت والثانية لم تكتمل.

ولم يشتمل التحول الديمقراطي في الجزائر على السياسة الداخلية والخارجية للبلاد فحسب، وإنما تعداها ذلك مؤسسة الإعلام التي تعتبر من اقوي أدوات الاتصال السياسي الذي يخدم القضايا المتعلقة بالدولة، بحيث أثرت الممارسة الديمقراطية في الجزائر بعد أحداث أكتوبر 1988م على قطاع الإعلام وخصوصا منها التلفزيون .

فقد استطاعت الحكومة ان تهيمن بسهولة على الوسائل الاعلامية الاخرى، فالتلفزيون و الاذاعة كانتا قبل الاستقلال تحت نظام الاحتكار الذي فرضته الحكومة الفرنسية، فنقل هذا الاحتكار الى الحكومة الجزائرية و اصبحت الاذاعة و التلفزيون تحت تصرفها و تحت مراقبتها الاعلامية والثقافية، اما وكالة الانباء فانه لم تكن توجد اية وكالة بالجزائر الا بعض المكاتب لمراسلي بعض الوكالات العالمية، فبقي الحال كذلك الى تحويل مركز وكالة الانباء الجزائرية التي تأسست اثناء الثورة بتونس الى الجزائر العاصمة و اصبحت تنشط كوكالة وطنية لها صلاحية الاحتكار كذلك.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> جريدة الخبر، طبيعة نظام السلطة الجزائرية، العدد 1582، 15\10\2014، ص ص6\_7.

<sup>2</sup> زهير إحدادن: "الصحافة المكتوبة في الجزائر"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007، ص 123.

والمثير للجدل بالنسبة للممارسة الإعلامية التلفزيونية في مجال الأخبار هو نيل كلي للأصوات المعارضة والتي تعارض مواقف السلطة، في نشرة الأخبار الثامنة التي تستغرق 45 دقيقة تخصص أكبر وقت الذي عادة ما يقارب نصف ساعة لنشاطات الرئيس مما أدى ببعض الملاحظين لوصف هذه النشرة الإخبارية بالنشرة الرئاسية.<sup>1</sup>

وقبل إلغاء حالة الطوارئ في فيفري 2011م، وفي ظل الحراك الشعبي الذي اجتاحت الدول العربية، كان مرسوم حالة الطوارئ ساري المفعول طيلة 19 سنة في الجزائر ويستخدم لمنع التظاهرات والمسيرات الشعبية في الساحة العمومية وأيضا لخلق الفضاء العمومي في وجه العامة ومختلف النخب السياسية والحقوقية التي لا تتوافق أطروحاتها السلطات الجزائرية .

هذه المعطيات وغيرها توضح غلق كل الفضاء العمومي واستحالة ممارسة الحريات في الجزائر اليوم، ويربط المختصون بين محاصرة الصحافة المكتوبة إلى جانب إبقاء الاحتكار على القطاع السمعي البصري، وبين إفرازات التجربة الديمقراطية التي دخلتها الجزائر على عجل في عام 1989م بعد أحداث أكتوبر 1988م.<sup>2</sup>

وهنا أسهم الصراع بين أركان النظام السياسي في الجزائر، كأحد أبرز معوقات التحول الديمقراطي في الجزائر، فلم تكن تجربة التحول إلى التعددية الحزبية تجربة عادية في مسلسل التحول الذي شهدته دول العالم الثالث، بل كانت وفقا لما جاءت به من نتائج وأسفرت عنه من مضاعفات، قضت على هيبة النظام السياسي وتركيبته، ولعل من أهم النتائج التي خلصت إليها عملية التحول هو تعاضل الكلفة التي دفعتها الجزائر حكومة وشعبا راح ضحيتها أكثر من 20 ألف ضحية منهم المدنيون والعسكريون والصحفيون، حيث شهدت هذه المحطة دخول أحزاب جديدة على الساحة السياسية وبقاء القديمة، التي بقيت محافظة على مكانتها طيلة سنوات بالرغم من تنامي قوة الجبهة الإسلامية للإنقاذ.

من جهة أخرى وبعد صدور الدستور الجديد الذي نص في مادته الـ 40 على التعددية وحرية إنشاء الجمعيات ذات الطابع السياسي (الأحزاب)، صدرت العشرات من الصحف وخاصة بعد صدور قانون الإعلام (1990/07)، الذي أكد حرية إنشاء العناوين الصحفية المستقلة، إلا أن القطاع السمعي البصري ومنه التلفزيون بقي تحت ملكية ووصاية الدولة وصدر منذ 1990م مشروعان تمهيديان لقانون الإعلام سنة 1998م، وسنة 2002م وقد تناولا القطاع السمعي البصري بشيء من التوسع والتركيز.<sup>3</sup>

وقد يعود إدراج قطاع السمعي البصري تحت وصاية الدولة، إلى الوضع المتأزم الذي كانت تعيشه الجزائر، فحاولت أن تستعيد استقرارها وقوتها مستعينة بهذه الوسائل التي تعتبر من أهم الأساليب المستعملة في التأثير، من أجل تهدئة الوضع السياسي والاجتماعي والاقتصادي المزري.

<sup>1</sup> رضوان بوجمعة: "الإعلام في الجزائر التجاذب بين المهنة والتشريع"، مركز دراسات حقوق الإنسان، العدد 44، 2007، ص 106.

<sup>2</sup> رضوان بوجمعة، نفس المرجع السابق، ص 108.

<sup>3</sup> محمد شطاح: "الإعلام التلفزيوني - نشرات الأخبار- المحتوى والجمهور"، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2007، ص 87.

ومن بين المسائل التي ركز عليها هذين المشروعين من خلال هذا التهذيب والتنقيح هو عملية إعادة هيكلة وسائل الإعلام العمومية، ودعم دورها في تصحيح صورة الجزائر في الخارج على إثر الأحداث التي عايشتها البلاد وتمكينها من القيام بإعلام مضاد ذي مصداقية قادرا على كسب معركة التحدي في زمن ثورة الاتصالات وصحافة الساتل، ولقد أوليت اهتماما لتأكيد التعليمات الرئاسية الجديدة على تزويد أفراد المجتمع بإعلام موضوعي وجاد يلبي حقهم في الإعلام الحر يهدف إلى ترشيد سلوكيات الناس وأنماط معيشتهم وعلاقاتهم الاجتماعية.<sup>1</sup>

وبعد تطور المشهد الإعلامي السمعي البصري في الوطن العربي والعالم ككل، منذ نهاية الثمانينات وبداية التسعينيات من القرن الماضي، فرض إعادة النظر في قانون الإعلام الجزائري، فجاء قرار تعديل قانون الإعلام 1990/07 ليصدر في 12 يناير 2012 قانون الإعلام الجديد 2012/05 بعد دراسات معمقة من قبل المختصين في المجال، أسفرت على إدراج مادة تنص على إمكانية فتح قنوات فضائية خاصة ومتخصصة في الجزائر.

#### 5/ حتمية ثنائية الاعلام و الديمقراطية :

ان حرية الاعلام لا يمكن ان تفهم بعيدا عن قاعدة الديمقراطية، ولذلك يعطي الغرب لجوهر العلاقة بين الاعلام والديمقراطية مصطلح "ثنائية الاعلام والديمقراطية"، فهما زوجان لا ينفصلان، ولا نريد ان نخوض في سجال سفسطائي عن مقولات شائعة، مثل لا ديمقراطية بدون حرية الصحافة، او لا وجود لحرية الصحافة بدون ديمقراطية، وهي كلها مقولات تعجيزية "سياسوية" مشروطة لا تأخذ في الاعتبار عنصر الفعل الاجتماعي، واستقلاليته، وعامل الحراك البطيء للثقافة السياسية.<sup>2</sup>

ان مبدأ ثنائية الاعلام لا يحتمل تقديم الديمقراطية على الاعلام او العكس، بل ان تلازم العنصرين المكونين لهذه الثنائية هو الذي سيكون الفيصل في تحديد كيفية تعامل كل من وسائل الاعلام، والديمقراطية، كمبادئ سياسية في منظومة ادارة الصالح العام، وتفعيل العملية السياسية في اي بلد يعيش حالة من التحول الديمقراطي، ان قاعدة ثنائية الاعلام والديمقراطية هي اذن حالة تستوجب تنزيل ليس فقط الاعلام او الديمقراطية وبشكل ميكانيكي منفصل على ارض الواقع، بل وتحتم ضرورة ادراك قوة هذه الثنائية في انجاح على مبدأ حرية التعبير على الرأي العام الذي على اساسه يفهم كل مشروع ديمقراطي، اذ يمكن ان تكون الديمقراطية اصلية على المستوى الشكلي العملي اي في حدود صندوق

<sup>1</sup> عباسة الجيلالي: "سلطة الصحافة في الجزائر: الحرية، الرقابة والتعظيم"، مؤسسة الجزائر كتاب للطباعة والنشر والتسويق، الجزائر، 2002، ص 15.

2 جمال الزرن، معزين مسعود: "اعلام الخدمة العامة في العالم العربي"، مجلة جامعة الدول العربية، ص 16

الاقتراع، لكن اذا لم يكن الاعلام تعدديا فان ذلك قد ينسف مكسب صندوق الاقتراع والديمقراطية معا، وهو ما يمكن ان نصطلح علي تسميته بعدم تلازم المبدأ مع الممارسة.

ففي الواقع يمكن التنبؤ بنتائج مزج العملية الاعلامية بقضية الديمقراطية في المجتمعات التي تفتقد الى ارضية ومرجعية صلبة في العمل السياسي، وفي ادارة التعددية الاعلامية، حيث تظهر\_ وبأشكال مختلفة\_ اثناء وبعد المرور الى الديمقراطية، اي في حالة الانتقال الديمقراطي وفي صور جديدة، قوى رجعية مجسدة في فكر حزبي، وشبكات محلية او دولية مثل قضية الطائفية، والفقر، والعنصرية، والارهاب، والجريمة المنظمة في مختلف اشكالها، وهي كلها علامات قد تؤثر في اداء الديمقراطية ومعها وسائل الاعلام.

فلا يمكن للاعلام الحراذن ان يكتفي بترسيخ الانتقال الديمقراطي، بل الاهم من ذلك هو حمايته والدفاع عنه، وتحويله الى قضية مجتمع، ولأن الاعلام كان من بين أولى عقبات الانتقال الديمقراطي في تونس ومصر والكثير من البلدان العربية الاخرى، برزت ضرورة قصوة لفتح ملف الاعلام وخاصة الاعلام العمومي الذي وجد نفسه بين فكي كماشة استحقاقات الانتقال الديمقراطي وموروث سنوات الكبت والاستبداد. ومع قيام ربيع الثورات العربية اصبح لزاما مراجعة علاقة العرب بالاعلام والاتصال اولا وبتلفزيون الخدمة العامة ثانيا، فلا مجال لادارة الشأن العام بعيدا عن اعادة قراءة وظائف الاعلام في علاقته بنموذج الحكم، وادارة الدولة الذي طالبت به الثورات العربية والذي يجب ان يؤسس على قاعدة حرية التعبير وآلية الوصول الى الحكم ديمقراطيا عبر الانتخاب والتداول السلمي على السلطة ضمن اعلام تعددي مبني على مبدأ الخدمة العامة وليس خدمة الحزب الحاكم او السلطة التنفيذية او ما يسمى بالاعلام الحكومي.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> نفس المرجع السابق ، ص ص 18/17.

## الفصل الثالث

المشاركة السياسية والتجربة الانتخابية في الجزائر

## الفصل الثاني: المشاركة السياسية و التجربة الانتخابية في الجزائر

1\_1 المشاركة السياسية

2\_ المشاركة السياسية في الجزائر

1\_2 أزمة المشاركة السياسية في الجزائر

3\_ المعارضة السياسية في الجزائر بين الغائب و المغيب.

1\_3\_ المعارضة السياسية في عهد الحزب الواحد 1989م

2\_3\_ المعارضة بعد التعددية الحزبية

1\_4\_ الانتخابات

2\_4\_ الحملة الانتخابية

3\_4\_ وسائل الحملة الانتخابية

5\_ التجربة الانتخابية في الجزائر (الانتخابات الرئاسية)

6\_ دور القنوات الفضائية الخاصة في الانتخابات الرئاسية 2014 في الجزائر.

تمهيد:

يجمع العديد من الباحثين على أن وسائل الإعلام ذات نشاط واسع، من خلال توليها القيام بعملية الاتصال بين الحاكمين والمحكومين من خلال تقديم المعلومات للشعب، ذلك لأن هذه المجتمعات بحاجة إلى الإجماع ولديها الرغبة في الاستمرارية بواسطة خلق ونشر المعلومات السياسية، هذا ويطمح العديد من الفاعلين في السلطة إلى جعل الممارسة السياسية تتسم بحرية ونزاهة ومناخ ديمقراطي، يكفل للأحزاب السياسية المشاركة في توعية الناخبين وحثهم على ممارسة حقوقهم وتدريبهم للممارسة الانتخابية والمشاركة السياسية التي تُسهم أثناء أي انتخابات مرتقبة في السير الحسن وتسجيل اقتراح شامل يكسب الناخبين سلوكا حضاريا من شأنه أن يقضي على ما يسمّى بالعُزوف عن السياسة، ويدفع هذا إلى تفاقم دور الإعلام والأحزاب السياسية في العمل على وضع استراتيجية اتصال قوي لرفع وعي المواطن والمرشح والأحزاب السياسية لإحداث النقلة والتحول الديمقراطي التي تهدف إليه البلاد إسهاما في الاستقرار السياسي وتسهيلا لانسباب علاقة السلطة بالفرد.

## 1\_ المشاركة السياسية

### 1\_1 تعريف المشاركة السياسية:

إن الاقتراب من مفهوم المشاركة السياسية يلزمنا توضيح ماهية مصطلح المشاركة بصفة عامة، تمهيدا لطرح مفهومها.

فالمشاركة قد تعني أي عمل تطوعي من جانب المواطن، يهدف التأثير على اختيار السياسات العامة وإدارة الشؤون العامة أو اختيار القادة السياسيين على أي مستوى حكومي أو محلي أو قومي.

وهناك من يعرفها على أنها: "عملية تشمل جميع صور اشتراك أو إسهامات المواطنين في توجيه عمل أجهزة الحكومة أو أجهزة الحكم المحلي أو لمباشرة القيام بالمهام التي يتطلبها المجتمع سواء أكان طابعها استشاريا أم تقريبا أم تنفيذيا أم رقابيا، وسواء أكانت المساهمة مباشرة أم غير مباشرة"<sup>1</sup>.

وهي قد تعني لدى البعض "الجهود التطوعية المنظمة التي تتصل بعمليات اختيار القيادات السياسية وصنع السياسات ووضع الخطط، وتنفيذ البرامج والمشروعات، سواء على المستوى الخدمي أم على المستوى الإنتاجي"<sup>2</sup>.

أما مفهوم المشاركة السياسية بصفة خاصة قد ينحصر هذا في أنها هي أساس الديمقراطية من خلال اتساع الاقتراح الشامل وامتداده بدرجات مختلفة من دولة إلى أخرى، لكل أفراد المجتمع حيث يتساوى الرجال و النساء عبر أيضا\_ المؤسسات الشرعية التي تشجع وتيسر اللقاءات والتجمعات السياسية،

<sup>1</sup> فاروق خالد الحسنات: "الإعلام والتنمية المعاصرة"، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص 67.

<sup>2</sup> فاروق خالد الحسنات، المرجع نفسه، ص 68.

والوجود الحزبي أو التنظيمي، وحق وضع الملصقات والقيام بالاتصالات وغير ذلك، ويسهم تشجيع المشاركة في تطبيق الشرعية السياسية مما يجعل الفرد كائنا سياسيا.

فيما يرى آخرون أن المشاركة السياسية هي: "الأنشطة الإرادية التي يقوم بها المواطن بهدف التأثير بشكل مباشر أو غير مباشر في عملية اختيار الحكام والتأثير في القرارات والسياسات التي يتخذونها، وتشمل هذه الأنشطة التصويت ومتابعة الأمور السياسية والدخول مع الغير في مناقشات سياسية وحضور ندوات أو مؤتمرات عامة أو المشاركة في الحملة الانتخابية بالمال والدعاية والانضمام إلى جماعات المصالح والانخراط في عضوية الأحزاب والاتصال بالمسؤولين والترشيح للمناصب العامة وتقليد المناصب السياسية كما تتضمن أساليب الشكوى والتظاهر والإضراب وغيرها من السلوكيات التي يحددها القانون.<sup>1</sup>

ويرى "جرينشين" أن المشاركة السياسية هي مجال تلك الأنشطة التي تأتي في فترة الانتخابات، والتي بوساطتها يحاول المواطنون التأثير على القرارات الحكومية التي تتعلق بالمشكلات التي تهمهم.<sup>2</sup>

ويعرفها "محمد السويدي" في مؤلفه علم الاجتماع السياسي: "إنها تلك الأنشطة السياسية التي يشارك بمقتضاها أفراد مجتمع ما في اختيار حكامه، وفي صياغة السياسة العامة بشكل مباشر (تقلد منصب سياسي) أو غير سياسي مثل (مناقشة الأمور العامة) أي تعني اشتراك الفرد في مختلف مستويات النظام السياسي".<sup>3</sup> أما "رايت" فيرى أن: "المشاركة السياسية نشاط يقصد به التأثير في اختيار القائمين بالحكم وفي كيفية قيامهم به".<sup>4</sup>

ويذهب "إسماعيل على سعد" إلى أنها: "انشغال بالمسائل السياسية داخل نطاق مجتمعه سواء أكان هذا الانشغال عن طريق التأييد أم الرفض أم المقاومة".<sup>5</sup>

أما "ألان بيكوسينيمج" (Beek and Sening) فقد تناول مجالات المشاركة السياسية بمفهوم أوسع من خلال تعريفهما لها بأنها: "العملية التي يحدث فيها إشراك المواطن في صياغة السياسة العامة بشكل مباشر أو غير مباشر على كافة مستويات النظام السياسي ويكون تحديد المشاركة السياسية عبر متصل متدرج يمثل أقصى درجات المشاركة السياسية وأقل درجة منها مثل تقلد منصب سياسي، السعي نحو منصب سياسي، العضوية الايجابية في التنظيم السياسي، العضوية السلبية في التنظيم شبه السياسي،

<sup>1</sup> السيد عليوة ومنى حمود: "المشاركة السياسية"، موسوعة الشباب السياسية، مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية بمؤسسة الأهرام، القاهرة، 2000، ص5.

<sup>2</sup> طارق محمد عبد الوهاب: "سيكولوجية المشاركة السياسية"، دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة، 1999، ص109.

<sup>3</sup> محمد السويدي: "علم الاجتماع السياسي\_ميدانه وقضاياها"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998، ص159.

<sup>4</sup> عاطف احمد فؤاد: "علم الاجتماع السياسي"، دار المعرفية الجامعية، الإسكندرية، 1995، ص23.

<sup>5</sup> الصديق محمد الشيباني: "أزمة الديمقراطية الغربية المعاصرة: دراسة تحليلية"، ط 2، مركز دراسات وأبحاث الكتاب الأخضر، طرابلس، 1990، ص36.

المشاركة في الاجتماعات السياسية والمظاهرات و المشاركة في المناقشات السياسية والرسمية والاهتمام العام بالسياسة والتصويت.<sup>1</sup>

والمشاركة السياسية في نظر "Huntington" هي الأنشطة الهادفة إلى التأثير على صنع القرار الحكومي، وهي أما فردية أو جماعية، منظمة أو عفوية، موسمية أو مستمرة، سليمة أو عنيفة، فعالة أو غير فعالة، شرعية أو غير شرعية.<sup>2</sup> ويميز "جلال عبد الله" بين المشاركة والاهتمام والتفاعل أو التجاوب، فالاهتمام يعني عدم السلبية، بحيث يشعر المواطن العادي أن الدولة أو الشؤون العامة والقرارات السياسية ترتبط بحياته ووجوده الذاتي تأثيراً وتأثراً، وسواء أدى ذلك إلى استخدام حق معين في عملية اتخاذ القرار السياسي أم لا. فإن الاهتمام يظل مفهوماً مستقلاً عن المشاركة، أما التفاعل فإنه يعني التجاوب، بحيث ينسى المواطن ذاته في نطاق الوجود السياسي، هذا التفاعل يشكل حلقة تتوسط الاهتمام والمشاركة، فالاهتمام قد يؤدي إلى التفاعل وكذلك المشاركة تفرضه.<sup>3</sup>

ويذكر بعض الباحثين أن هناك أربعة مراحل للمشاركة السياسية وهي:<sup>4</sup>

1. الاهتمام السياسي: يتمثل في الاهتمام أو متابعة الاهتمام بالقضايا العامة على فترات مختلفة، قد تطول أو تقصر إضافة إلى متابعة الأحداث السياسية، إذ يميل بعض الأفراد إلى الاشتراك في مناقشة القضايا السياسية في الوسط العائلي أو في الوسط المهني خاصة في فترة الحملات الانتخابية.
2. المعرفة السياسية: المقصود هنا هو معرفة القيادات السياسية في مختلف المناصب، وفي مختلف المستويات، سواء على المستوى المحلي أو القومي، مثل أعضاء المجلس المحلي وأعضاء مجلس الشعب والشورى والشخصيات القومية كالوزراء.
3. التصويت السياسي: يتمثل في المشاركة في الحملات الانتخابية بالدعم والمساندة المادية عن طريق تمويل الحملات ومساعدة المرشحين أو بالمشاركة بالتصويت.
4. المطالب السياسية: تتمثل في الاتصال بالأجهزة الرسمية وتقديم الشكاوى والاشتراك في الأحزاب والجمعيات التطوعية.

## 2\_1 مستويات وخصائص المشاركة السياسية:

أ. المستوى الأول: وهو المشاركة التي يقوم بها الرسميون وأصحاب المناصب.

<sup>1</sup> حنان محمد إسماعيل يوسف: "دور المادة الإخبارية التلفزيونية في تدعيم مفهوم المشاركة السياسية لدى شباب القاهرة الكبرى"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1996، ص 69.

<sup>2</sup> ثروت مكي: "الإعلام و السياسة وسائل الاتصال والمشاركة السياسية"، عالم الكتب، القاهرة، 2005، ص 67.

<sup>3</sup> محمد عاطف غيث: "مجالات علم الاجتماع المعاصر: أسس نظرية ودراسات واقعية"، دار النشر للمعرفة، الإسكندرية، 1982، ص 16.

<sup>4</sup> عبد العزيز إبراهيم عيسى، محمد جاب الله عمارة: "السياسة بين النمذجة والمحاكاة"، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2004، ص 181.

ب. المستوى الثاني: ويتكون من أولئك الذين هم خارج السلطة والباحثين عنها الذين يستطيعون التأثير في عملية صنع القرارات السياسية بما يملكونه من مصادر القوة أو القدرة أو الثروة (جماعات الضغط والمصالح والجمعيات ومؤسسات المجتمع المدني على اختلافه).

ج. المستوى الثالث: ويتكون من أعضاء المنظمات السياسية الذين يدافعون عن المصلحة العامة بمشاركة في المؤتمرات الرسمية وغير الرسمية وهم اقل تأثيراً من النوعية السابقة وهم:

1. من لهم حق الإدلاء بأصواتهم في الانتخابات.
2. العابثون سياسياً أي الذين يعملون خارج اطر الشرعية.
3. الجماعات الصامتة، وعادة ما تكون مشاركتها محدودة أو غير مباشرة وتكون فاعلة عندما تهدد مصالحها لذا غالباً ما تأتي متأخرة عن غيرها.<sup>1</sup>

ومن هنا فان هذه المستويات يمكنها أن تؤثر في القرار السياسي، كما تتأثر به في الوقت نفسه، بحيث تختلف نسبة تجاوب المشاركة السياسية من حيز اجتماعي إلى آخر حسب ثقافة المجتمع السياسية وطبيعة النظام السياسي ومدى ممارسته للديمقراطية.

أما ابرز خصائص هذا النوع من المشاركة فيتمثل في:

- أ. اختلال في شرائح المجتمع السياسي، إذ هناك تقليص واضح في شرائح المشاركين وتضخم ملحوظ في شرائح غير المهتمين.
- ب. تكون هذه المشاركة شكلية وموسمية وغير فعّالة ومثال ذلك، ظاهرة المرشح الوحيد والانتخابات و انتقاد المعارضة.
- ج. تدخل الدولة بشكل ملحوظ وواضح في تعبئة الجماهير دون تعبير عن مشاركة حقيقية من جانبها نابعة عن اهتمام المواطنين بما يجري من حولهم في المجتمع السياسي وعدم قدرتهم على التأثير بما يصدر وينفذ من قرارات سياسية.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> شعبان الطاهر الأسود: "علم الاجتماع السياسي"، الدار المصرية للطباعة والنشر، 1999، ص 177.

<sup>2</sup> جلال عبد الله معوض (1983): "أزمة المشاركة السياسية في الوطن العربي"، في: علم الدين هلال وآخرون، الديمقراطية وحقوق الإنسان في الوطن العربي، سلسلة كتب المستقبل العربي، العدد 4، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، تشرين الأول، ص 65.

## 2 المشاركة السياسية في الجزائر:

تمتد ظاهرة ضعف المشاركة إلى مظاهر المشاركة السياسية الرسمية ولذا هناك تخوف على مستوى الأحزاب والحكومة من نسبة منخفضة للمشاركة في الانتخابات، فالمعطيات الأولية بتعامل الناخب اللامبالي والمتسم بالبرودة تجاه الحملات الانتخابية، تؤشر على أن هناك عزوفاً أعمق من العزوف عن المشاركة الانتخابية، وأنه عزوف عن المشاركة الرسمية، لأن الاغتراب السياسي لدى فئة عريضة من المواطنين ترسخ لديهم قناعة بان كل مظاهر المشاركة السياسية \_ بما في ذلك المشاركة الحزبية\_ غير ذات جدوى، كما أن العديد من مظاهر المشاركة السياسية ليست متاحة، مثل منع المسيرات والاحتجاجات السلمية، ويدفع ذلك الطبقة السياسية الحاكمة إلى التفكير جدياً في إعادة بعث المشاركة السياسية وتنويع أساليبها، وتعزيز الأسلوب السلمي، كبديل لمظاهر الاحتجاجات الاجتماعية غير المؤطرة.<sup>1</sup>

وقد عرفت الجزائر في أواخر الثمانينات وبداية التسعينيات، اشتعال فتيل نيران الإرهاب الذي أدخل الجزائر في دوامة من العنف راح خلالها نحو مائتي ألف قتيل وأكثر من خمسة عشر ألف مفقود ناهيك عن الدمار والخسائر المادية التي تقدر بمليارات الدولارات. لم تكن الجزائر لتعرف هذا الخراب الهائل لو لم يكن هناك مخطط برمجهته بعض القوي التي كانت تريد السير بالبلاد إلى المنعطف الذي وصلت إليه انذاك وزعزعة استقرارها\*.

فالعزوف عن المشاركة السياسية والعزوف المرتقب عن التصويت في الانتخابات، يمكن أن توظفه بعض القوى السياسية، والتي يمكن أن تتركب توجهي الامتناع والمقاطعة، محاولة تغطية فشلها السابق في تنظيم الاحتجاجات الشعبية، كما أن بعض التوجهات في الرأي العام الجزائري تعبر عن موقف امتناعي في مقاطعة الانتخابات، وما تتخوف منه السلطة هو الامتناع الواسع عن التصويت في الانتخابات وهو ما سيكون ضربة لكل الإصلاحات، وإضعافاً لمصادقية وشرعية المؤسسات السياسية القائمة والناجئة من الانتخابات المقبلة ولاسيما الامتناع اخذ منحى تصاعدياً منذ سنة 2004م.<sup>2</sup>

وتعد المشاركة السياسية في وقتنا الحالي، أنجع الوسائل للاستثمار في طاقات الناس الفردية والجماعية، وتوجيهها نحو تحقيق تطورات ايجابية ملموسة في حياتهم، بحيث لا يستطيع الأفراد أن يشاركوا في التظاهرات السياسية إلا إذا كانت فيه أرضية مهيأة لحرية التعبير والرأي واحترام الأخر والتنظيم والإعلام وتنشيط المجتمع المدني والأهلي والمساواة أمام القانون.

<sup>1</sup> عبد القادر عبد العالي: "الإصلاحات السياسية ونتائجها المحتملة بعد الانتخابات التشريعية في الجزائر"، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الدوحة، قطر، 2012، ص 06.

\* يستخدم هذا المصطلح لوصف وتلطيف وقع ذلك النوع من التدخل السري وغير الرسمي، الذي يتراوح بين الدبلوماسية العادية والغزو العسكري من قبل الدولة في شؤون غيرها من الدول التي تعتبر معادية أو مهددة لمصالحها أو صديقة لأعدائها، أو حتى الموالية لها نسبياً في بعض الحالات، وذلك عبر تخطيط وتشجيع وتنفيذ أعمال من شأنها إقلاقاً من البلد الأخر وإضعافه بغية شل إرادته والتقليل من تأثيره أو تغيير نظامه أو استبداله بنظام ضعيف أو عميل. انظر: صلاح الخياط: "معجم المصطلحات الدبلوماسية والإتيكيت الدبلوماسية". دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص 198.

2 عبد القادر عبد العالي: "الإصلاحات السياسية ونتائجها المحتملة بعد الانتخابات التشريعية في الجزائر"، نفس المرجع، ص 06.

## 1\_2 أزمة المشاركة السياسية في الجزائر:

مفهوم أزمة المشاركة: وهي تشير إلى تدني معدلات مشاركة الجماهير في الحياة السياسية نظرا للجوء الصفوة إلى وضع العراقيل أمام المتطلعين إلى المشاركة من جهة، وشيوع الأمية واستشراء الفقر في صفوة أبناء الشعب.<sup>1</sup> وتصبح المشاركة أزمة من أزمات التنمية السياسية عندما تأخذ جماعات جديدة بالمطالبة بإشراكها في الحكم على نحو أو آخر.

بحيث تصبح المشاركة السياسية أزمة في الحالات الآتية:

1. ظهور جماعات تطالب بإشراكها في الحكم.
2. عدم استجابة الجماعة الحاكمة إلى مطالب القوى الاجتماعية الصاعدة.<sup>2</sup>

أما الحديث عن أزمة المشاركة السياسية في الجزائر فقد تمثلت في عجز المؤسسات السياسية عن استيعاب القوى السياسية والاجتماعية، ولذلك اقتضت رؤية حزب جبهة التحرير الوطني (FLN) بالنسبة إلى المشاركة بمعنى التعبئة السياسية، التي تأخذ شكل التأييد والحشد والمساندة لبعض القرارات دون الإسهام الحقيقي في صنعها نتيجة لضعف الحزب، وعدم قدرته على تمكين مختلف القوى من التعبير عن مصالحها ومطالبها، وبالتالي افتقاد وجود قنوات شرعية أخرى.

إن الجزائر وقبل التحول إلى التعددية الحزبية في 1989م لم تكن تمتلك أية تقاليد أو ميراث يفصح عن مشاركة سياسية حقيقية، فالمفهوم السائد هو التعبئة وليس المشاركة، ما إن الساحة السياسية كانت مغلقة تماما أمام الجبهة التي تسيطر عليها العناصر العسكرية المتعددة والتكنوقراط.<sup>3</sup>

وقد ارجع الكاتب "ناجي عبد النور" أزمة المشاركة في الجزائر لمجموعة من الأسباب تمثلت فيما يلي:

<sup>1</sup> مصطفى الصوفي، الجماعات المحلية والتنمية السياسية:

www.safipness.com/imdexphp? suit et ort 96

<sup>2</sup> نبيل السمالوطي: "بناء القوة والتنمية السياسية"، في كتاب احمد وهبان: التخلف السياسي وغايات التنمية السياسية، دار الجامعة الجديدة للنشر، القاهرة، 2000، ص 106.

\* تكنوقراطية: مفهوم حديث نشأ مع اتساع اثر الثورة الصناعية والتكنولوجية، بدأ مع المفكر الاشتراكي المثالي "سان سيمون" الذي تنبأ بقيام مجتمع يحكمه العلماء والمهندسون، بينما انطلق آخرون من هذا التوقع إلى القول بأن "السلطة الحقيقية هي من الممثلين المنتخبين إلى الخبراء الفنيين فيكون المجتمع قد انتقل من الديمقراطية مرورا بالبيروقراطية (المكتبية) إلى التكنوقراطية، أما استحداث المصطلح نفسه فقد تم على يد وليام هنري سميث عام 1919 الذي دعي إلى تولي أهل الاختصاص العلمي مهام الحكم في المجتمع الفاضل. وقد أشاع استخدام المفهوم "هواردسكوت" واستطاع أن يكسب شعبية تحولت إلى تيار سياسي أمريكي كسب قوة عابرة في مطلع مرحلة الهبوط الاقتصادي الكبير في الثلاثينات من هذا القرن. انظر: صايل زكي الخطابية: "مدخل إلى علم السياسة"، دار وائل للنشر، الأردن، 2010، ص 283.

<sup>3</sup> خميس حزام والي: "إشكالية الشرعية في الأنظمة السياسية العربية: تجربة الجزائر"، مركز الدراسات العربية، بيروت، 2001، ص 159.

✓ توجد مشاركة سياسية لكنها شخصية و موسمية غير فعالة من قبل قوى السياسة، حيث لا تظهر الأحزاب السياسية إلا أثناء العملية الانتخابية لهدف تأدية ادوار معينة أو الحصول على الربيع الانتخابي.

✓ عرفت المشاركة السياسية شكل التعبئة بغرض خلق مساندة دون أن تعبر عن مشاركة حقيقية نابعة من الاهتمام بمجريات المجتمع السياسي.

✓ ضعف مشاركة التشكيلات السياسية في أوجه النشاط الاجتماعي وفي مجالات غير السياسية للحياة الاجتماعية، ذلك أن مثل هذه المشاركة تؤثر في اتجاهات الأفراد نحو النظام السياسي و العملية السياسية.

✓ الحفاظ على الوضع القائم سواء في المؤسسات غير الرسمية كالأحزاب والجمعيات وغياب التداول على السلطة على المستوى الداخلي وفي المؤسسات الرسمية.

✓ المقاطعات الانتخابية المتكررة.

✓ ضعف الحراك الاجتماعي وعزوف المثقفين عن المشاركة في الحياة السياسية بشكل مباشر أم غير مباشر لتأدية الدور المنوط بهم.<sup>1</sup>

وقد أخذت نسبة المشاركة السياسية في الانتخابات الرئاسية بعد التعددية الحزبية تتراجع عبر المحطات الانتخابية، " بحيث بلغت نسبة المشاركة في الانتخابات الرئاسية لسنة 2014م ما يعادل 51,70% وهو ما اعتبرها المحللون انقساما كبيرا وتصدعا في السلوك الانتخابي السياسي وتدمرا من رتابة العمل السياسي.<sup>2</sup>

ويمكن القول أن السبب الرئيس في عزوف الناخب الجزائري عن الانتخابات يعود الى عوامل نذكر منها:

- فقدان الثقة في الإدارة الجزائرية و هياكلها.
- تصدير المترشحين لخطابات غير مقنعة ولا تتماشى مع أكبر شريحة واعية من الشعب.
- غياب البرامج الطموحة و الموضوعية.
- غياب الكفاءة لدى المترشحين.
- غياب المناخ الملائم لممارسة الفعل الديمقراطي الذي يضمن الحد الأدنى من المصداقية و الشرعية.

<sup>1</sup> ناجي عبد النور: " أزمة المشاركة السياسية في الجزائر: دراسة تحليلية للانتخابات التشريعية 2007"، دراسة غير منشورة، جامعة باجي مختار، عنابة، 2008.

<sup>2</sup> بوحنية قوي: "الانتخابات الرئاسية في الجزائر: العهدة الرابعة لبوتفليقة وتحديات المشهد"، مركز الجزيرة للدراسات، 13 ماي 2014، ص 02.

### 3\_ المعارضة السياسية في الجزائر بين الغائب والمغيّب:

#### 1/3 المعارضة السياسية في عهد الحزب الواحد 1989م:

لقد أدت أحداث أكتوبر 1989م إلى ميلاد دستور جديد يسمح بتأسيس الجمعيات ذات الطابع السياسي فأصبحت بذلك المعارضة السياسية ممكنة، مما أدى إلى صمت المعارضة المسلحة التي لم تثق في النظام إلى حين، حيث أن المعارضة في هذه الفترة لم تبرز إلى السطح بشكل قوي إلا بعد تأجيل الدور الأول من الانتخابات التشريعية التي فازت بها الجبهة الإسلامية للإنقاذ، حيث دخلت الجزائر بعدها إلى دوامة "حرب أهلية" راح ضحيتها أكثر من مئة ألف جزائري، تمثلت أطرافها في مختلف قوات وأعوان الأمن والجيش الجزائري وميليشيات التيار الإستئصالي من جهة والجماعات المسلحة التابع منها للجبهة الإسلامية للإنقاذ والمعارض لها مثل أهم فصائل الجماعات الإسلامية المسلحة.<sup>1</sup>

أما في ما يخص المعارضة السياسية اثر انقلاب جانفي 1992م فنستعرضها في ما يلي:<sup>2</sup> بدأت بوادر أهم معارضة للنظام الجديد بمجلس الأعلى للدولة محاولة الجهات الثلاث (الإنقاذ، التحرير، القوى الاشتراكية) تنسيق جهودها لإيجاد حل سياسي للأزمة منذ مطلع عام 1992م وانتهت محاولتها بما سمي "مجموعة العقد الوطني" في نوفمبر 1994م بعد انضمام كل من النهضة وحزب العمال (وحزب الجزائر المسلمة المعاصرة الذي حل لاحقا وحزبا حماس والتجديد اللذان انسحبا بعد اللقاء الأول) ولكنها اصطدمت كغيرها من المحاولات الإصلاحية الجزائرية والعربية، وذلك لو اضطرت إلى توقيف مسار وفاق بادرت به هي نفسها، كما حدث مع لجنة الحوار الوطني في أكتوبر 1994م التي ترأس لجنتها "يوسف الخطيب"، والتي كان من المفروض أن تتوج بالمصالح الشاملة في ندوة الوفاق الوطني مطلع عام 1995م، لكن ما أكد جهله به رئيس اللجنة هو أسباب عدم إطلاق سراح ممثلي الإنقاذ للمشاركة في الحوار أو الندوة لتجهض المبادرة السياسية الأخيرة.<sup>3</sup>

انتهت هذه الحرب الأهلية في أكتوبر سنة 1997م من خلال التزام الجيش الإسلامي للإنقاذ بهدنة، ليعلن بذلك الرئيس الفائز في انتخابات 1999م عن مشروع الوثام المدني وبعدها مشروع السلم المصالحة الوطنية.

وقد انخرطت شريحة كبيرة داخل النظام السياسي، حتى ولو لم تكن موافقة على المسار والتوجه العام، وعليه كان من الصعب على النخبة المثقفة أو المفكرة الخروج من بوتقة النظام والتوجه إلى الجماهير أو الجمهور بل ما كان مقبولا هو الانتقاد أو المعارضة داخل النظام لا خارج الدائرة، لكن برزت معالم الرفض أو المقاومة من خلال الصحافة والمحامين أساسا.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> إسماعيل قيرة وآخرون: "مستقبل الديمقراطية في الجزائر"، مركز دراسات الوحدة العربية، د ت، لبنان ص ص، 123، 124.

<sup>2</sup> إسماعيل قيرة وآخرون، نفس المرجع السابق، ص 125.

<sup>3</sup> المرجع السابق نفسه، ص 126.

<sup>4</sup> محمد حربي: "الانتخابات في الجزائر"، جريدة الخبر، العدد 5609، 17\_04\_2009، ص 3.

## 2/3 المعارضة بعد التعددية الحزبية:

تعد المعارضة في الجزائر ضعيفة جدا لعدم قدرتها على تفعيل نفسها أمام طروحات النظام، حيث أنها حاضرة في وسائل الإعلام بشكل مناسباتي، فنظرة بسيطة عن السلع السياسية المعروضة بشأن اللاعبين من المعارضة في المشهد السياسي تجعلنا نتوصل إلى نتيجة مفادها أن وجودها غائب تماما عن تفكير الطبقة السياسية. بحيث لولا دورها السلبي لما استطاعت السلطة أن تبقى في الحكم لكل هذه الفترة، كما يمكن أن نشير إلى أن الجزائر عرفت معارضة مع بداية الاستقلال وتميزت هذه الأخيرة بالفاعلية لكن تدخلت ظروف وعوامل ساهمت في تراجعها، ودخلت مرحلة الحزب الواحد لكي تقصى نهائيا من أجندها ما يسمى بالمعارضة، وقد تواصل هذا النهج إلى غاية اليوم مع تغير جوهري في عمل المعارضة بغياب الشخصيات الكارزماتية عن المشهد وبات واضحا بأن من ينشطون في حقل المعارضة لا يمثلون إلا أنفسهم دون قاعدة قوية أو قدرة على التأثير.<sup>1</sup>

فالمعارضة في الجزائر لم تتراجع عن لعب دورها في تنشيط الحياة السياسية ومراقبة أداء السلطة فحسب، بل انتقلت من الفعل إلى مجرد رد فعل من خلال الفترة التي سبقت الانتخابات الرئاسية افريل 2009م، رغم ما عرفته الجزائر من أحداث هامة من تغيير لقانون الانتخابات إلى تعديل الدستور، حيث أصبحت أحزاب المعارضة ضعيفة مقابل سيطرة أحزاب التحالف الرئاسي على الإعلام الثقيل ومختلف المؤسسات المنتخبة، ولم يترك المجال لبروز حياة حزبية تعددية لتطوير الفعل الديمقراطي.

فوزارة الداخلية والجماعات المحلية لم تمنح أي اعتماد منذ عشر سنوات وقامت بتحديد قائمة تسعة أحزاب فقد للمشاركة في رئاسيات 2009م وغلقت الباب عن الآخرين لتعيد ترتيب الخريطة الحزبية، فلم يبقى من ستين حزب مع بداية ظهور التعددية مع دستور 23 فبراير 1989م سوى عشرون حزبا فقط.<sup>2</sup>

### 1\_4 الانتخابات:

قبل أن نتطرق إلى تحديد مفهوم الانتخابات من الناحية الاصطلاحية والإجرائية لابد الإشارة إلى استعمالات هذه الكلمة قديما، بحيث ترجع أصل كلمة الانتخابات إلى اللغة الانجليزية "to vote" وذلك سنة 1702م، وأكثر قديما إلى اللاتينية "votum" ولهما نفس المعنى وهو القيام بعود للإله، وفي القرن الخامس عشر اقترب مصطلح معنى الانتخابات من التشاور، ومع بداية القرن السابع عشر اخذ المصطلح معنى "قرار مأخوذ من طرف تجمع تعبيراً عن التصويت" ومع الفقيه "furitière" في سنة 1690م عرف الانتخاب معنى الاقتراع.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> إسماعيل معراف: "المعارضة وخيار الانتحار"، جريدة الشروق، العدد 2585، 15.01.2009.

<sup>2</sup> السلطة تضع أدوات الخنق، جريدة الخبر، العدد 5893، يوم 21 جانفي 2010، ص 4.

<sup>3</sup> Oliver, Ihl, *le vote*, 2ème éd, montreschestien, paris, 2000, p 115.

بحيث يعرف الانتخاب بأنه اختيار شخص أو أكثر من بين عدد من المرشحين من طرف مجموعة من الأفراد لتمثيلهم في حكم البلاد.<sup>1</sup> ويعرفه الفقه الفرنسي بأنه حق الاختيار على نحو تتسابق فيه الإرادات المؤهلة لتلك الممارسة ويضيف الفقه الدستوري إلى الانتخاب وصف "السياسي" الذي يعبر فيه الناخبون عن السيادة التشريعية الوطنية ويشمل الانتخاب السياسي رئيس الدولة والانتخابات التشريعية والاستفتاءات.<sup>2</sup>

وتعتبر الانتخابات إحدى الآليات الناجعة لتحقيق الديمقراطية وتكريس دولة القانون، وهذا من خلال إمكانية مشاركة المواطنين في اختيار ممثليهم، وإسهامهم بصورة واضحة في تسيير السياسة العامة للدولة، كون الانتخابات مرادف للحرية والتعددية، ويفترض بأنها الطريقة الأساسية لمشاركة المواطنين في اتخاذ القرار.<sup>3</sup>

ويعتبر جون ماري كوتري أن الانتخابات أصبحت تعد تجمعا اتصاليا، تتم من خلاله المواجهة العلنية الحقيقية بين الحاكم والمحكوم في المجتمع الديمقراطي التعددي مثل المجتمع الجزائري بعد دستور 23 فيراير 1989م، حيث تخصص في الفترة التي تسبق الانتخابات فضاءات لتبادل الاتصال بين المواطنين والمرشحين، يعرض فيها هؤلاء برامجهم على الناخبين عبر مختلف وسائل الاتصال المتاحة، وانطلاقا من هذه الخيارات يستطيع الناخب اتخاذ قرار المشاركة الانتخابية، واختيار المرشح أو الحزب الذي يرى أن برنامجه يتوافق وتوجهاته الأساسية.

فإذا كانت الانتخابات تمثل مرحلة واحدة من الاتصال السياسي وهي مرحلة العودة (الاتجاه الصاعد)، فإن ذلك يعني انه بإمكانها أن تكون وسيلة للناخبين من اجل سماع أصواتهم وللإجابة على سياسة يقوم بها فريق معين موجودة في السلطة أو في الأجهزة الحكومية والإدارية، فهي إذن تلك اللحظة التي يواجه فيها مجموعة من الحكام المحكومين في حوار حقيقي ومفتوح.<sup>4</sup>

وفي الجزائر وبالرغم من أنها دخلت عهد التعددية الحزبية انطلقا من دستور 1989م، إلا انه لم يكرس من خلاله هذا المبدأ ولم يحدث ذلك إلا في ظل التعديل الدستوري لسنة 1996م الذي جسده في مادته (23) منها بقوله "عدم تحيز الإدارة ضمنه القانون".<sup>5</sup>

ويتمثل التنظيم القانوني للانتخابات في سن مبادئ قانونية أساسية لتنظيم هذا الحق وفي الوقت نفسه وضع قيود لتنظيم هذا الحق على الجميع الالتزام بها سواء من قبل المرشحين أو السلطات أو فرض عقوبات على كل من يخالفها، وقد سعت الجزائر إلى وضع مواد قانونية حول الانتخاب حتى تكون فيه

<sup>1</sup> احمد رشاد يعي الرصاص: "النظام الانتخابي في الجمهورية اليمنية: دراسة مقارنة"، أطروحة دكتوراه، جامعة عين شمس، القاهرة، 1995، ص 36.

<sup>2</sup> محمد عبد اللطيف: "إجراءات القضاء الدستوري"، دار النهضة العربية، القاهرة، 1989، ص 85.

<sup>3</sup> Dimitri George Lavroff, *Le droit constitutionnel de la république*, 3<sup>ème</sup> édition, Dalloz, paris, 1999, p 298.

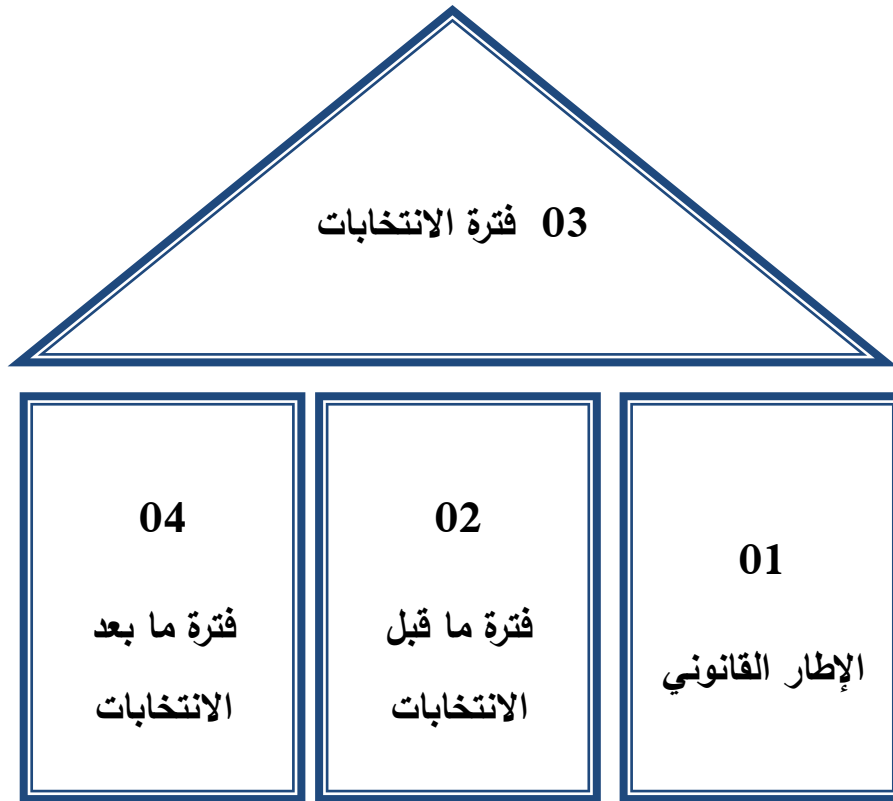
<sup>4</sup> Jean marie, cotteret, *gouverner c'est praitre*, 3<sup>ème</sup> éd. , PUF, paris, 2002, p 80.

<sup>5</sup> محفوظ لعشب: "التجربة الدستورية في الجزائر"، المطبعة الحديثة للفنون المطبعية، الجزائر، IMAG، 2001، ص 23.

شفافية ونزاهة وحرية في اختيار المرشح الأنسب وأن تكون العملية الانتخابية وفق إطارها الصحيح ووفق المعايير المعمول به.

وقد اعتبر الكاتب احمد بنيني في مقال له بعنوان الإشراف القضائي على الانتخابات أن الانتخاب يمثل احد أهم الوسائل التي عرفتها النظم السياسية على اختلافها لاختيار الحكام بطريقة ديمقراطية هذه الأخيرة لا تتجسد إلا بانتخابات سليمة وجدية، حيث أن الانتخاب المزيف يؤدي حتما إلى ديمقراطية مزيفة، ولقيام أي نظام ديمقراطي حقيقي يتطلب أن تعمل الدولة على كفالة الحقوق السياسية وحمايتها بنصوص دستورية وقانونية بالقدر الذي يشجع مواطنيها على المشاركة في الانتخابات بترجيح القانون على أي اعتبار وفي كل الظروف لضمان قاعدة حرية اختيار الشعب لممثليه بحرية وعدالة<sup>1</sup>.

حيث تسعى الجزائر في كل الانتخابات أن تركز مبدأ الشفافية والعمل على إشراك المواطن الجزائري في مثل هذه التظاهرات السياسية وبناء أسس قوية للمشاركة السياسية في أطرها القانونية عبر المراحل التي تمر بها العملية الانتخابية سواء في فترة ما قبل الانتخابات أو فترة الانتخابات أو فترة ما بعد الانتخابات وبذلك يكون للمواطن الجزائري كلمة وحق في اختيار ممثله بكل نزاهة.



الشكل رقم 02: يمثل بناء أسس قوية للمشاركة السياسية<sup>2</sup>

<sup>1</sup> احمد بنيني: "الإشراف القضائي على الانتخابات النيابية في ظل الإصلاحات السياسية في الجزائر"، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد الثامن، جانفي 2013، ص 212.

<sup>2</sup> صخر المحمد: "أزمة المشاركة السياسية في البلدان النامية الجزائر أنموذج"، كلية العلوم السياسية، جامعة دمشق، 2010\_2001.

## 4\_2 الحملة الانتخابية:

عرف "دنيس ماكسويل" الحملة الانتخابية بأنها: جهود اتصالية تمتد إلى مدة زمنية، وتستند إلى سلوك مؤسسي أو جمعي يكون متوافقا مع المعايير والقيم السائدة، بهدف توجيه وتدعيم، وتحفيز اتجاهات الجمهور نحو أهداف مقبولة اجتماعيا مثل التصويت.<sup>1</sup>

أما بيسلي "Paisly" يرى أن الحملات الانتخابية هي نشاطات مقصودة للتأثير في معتقدات واتجاهات وسلوك الآخرين، عن طريق استخدام أساليب استمالة إعلامية، تؤثر في الجمهور، وأن مفهوم إعادة التشكيل يعد أهم السمات التي تميزها بوصفها نشاطا اتصاليا، سواء كان على مستوى البناء الاجتماعي، أو على مستوى الحياة الفردية.<sup>2</sup> ويمكن أن نقول بأنها مجموعة من الأعمال التي يقوم بها الحزب أو المرشح بغرض إعطاء صورة حسنة للجماهير والناخبين عن سياسته وأهدافه، ومحاولة التأثير فيهم بكل الوسائل والإمكانيات المتاحة، من خلال قنوات الاتصال الجماهيري وذلك بقصد تحقيق الفوز في الانتخابات.<sup>3</sup>

إذا الحملة الانتخابية عملية تواصلية، الهدف منها تقديم مرشح يطمح لتولي منصب في الحكومة أو البرلمان أو في موقع من مواقع التدبير المحلي للشأن العام وتعريف الناخبين به وكفاءته على التصويت لصالحه، بحيث تجري الحملة الانتخابية داخل مساحة زمنية محددة ينص عليها القانون، تبدأ في بعض الأنظمة مباشرة عقب فتح لائحة الترشيحات، بينما في أنظمة أخرى لا تبدأ إلا بعد الانتهاء من وضع التصريحات بالترشح، و في كلتا الحالتين تمتد مدة الحملة إلى غاية الليلة السابقة على اليوم المحدد للاقتراع.

وتمنع القوانين الانتخابية التجمعات السياسية وحملات الدعاية خارج المدة القانونية المخصصة لأنشطة الحملة وهي في الغالب، تتراوح بين أسبوعين و ثلاث أسابيع (وفي أحيان قليلة تتجاوز ذلك)، حيث يراعى في طولها وقصرها القدر الذي يبدو للمشرع انه كاف للمرشحين والأحزاب السياسية لمخاطبة الناخبين.<sup>4</sup>

## 4\_2\_1 أشكال الحملة الانتخابية:

إن الحملة الانتخابية هي نوع من أنواع الحملات الإعلامية السياسية لأن لها أهدافا محددة تسعى إلى تحقيقها، ولها مدى زمني محدد ودائما ما يكون قصيرا، وهي مركزة وتتسم بكثافة التغطية، وتخضع للتقييم لمعرفة مدى فاعليتها، عادة ليست معروفة أو شائعة بين جمهور الناخبين وتهدف إلى تحقيق أهداف ليست خاضعة لجدل مثل التصويت، وأن الدائرة الانتخابية تضم مجموعة من الناخبين الذين يتمركزون في بقعة ارض ذات حدود جغرافية أو إدارية ويحاول المرشح أن يؤثر عليهم عن طريق حملته الانتخابية وخلال مدة الحملة الانتخابية يكون الحزب منتشرا كون كل مرشح في الانتخابات يتنافس

<sup>1</sup> زكريا بن صغير: "الحملات الانتخابية مفهومها وسائلها وأساليبها"، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2004، ص 11.

<sup>2</sup> محمد بن سعود البشر: "مقدمة في الاتصال السياسي"، مكتبة العبيكان، السعودية، 1997، ص 108.

<sup>3</sup> عبد الوهاب الكيالي: "الموسوعة السياسية"، المؤسسة العربية للدراسات، لبنان، 1997، ص 270.

<sup>4</sup> عبد الإله بوحالة: "الحملة الانتخابية: فعل ديمقراطي بأدوات تواصلية"، مجلة الحوار المتمدن، العدد 1769، 19\_12\_2009.

ليضمن الفوز، وكثيراً ما تسفر مثل هذه الحزبية إلى منافسة قوية وهذه هي الديمقراطية الحقيقية وأحياناً يسفر عن المنافسة ظلم يمكن أن يكون له تأثير كبير قد يؤدي إلى سلوك مخالف لأي انتخابات نزيهة والحملة السياسية الانتخابية الناجحة هي تلك التي تستغل في كل الأحوال، الوقت لاستهداف الناخب، وتقوم بتطوير رسالة مقنعة، وتتابع العمل وفق خطة معقولة للوصول إلى ذلك الناخب.<sup>1</sup>

ومن بين أشكال الحملات الانتخابية نذكر:

1. البداية القوية و التناقص التدريجي: وهي أن تبدأ الحملة بداية كبيرة بدرجة كثيفة من الانتشار لتحقيق تغطية كبيرة وتأثير قوي ثم تبدأ بالتراجع أي بالتناقص بالتدريج حتى تصل إلى حد معين تتوقف عنده من التكرار والتغطية.
2. البداية المحدودة والتزايد التدريجي: وهي عكس الشكل الأول حيث تبدأ بمواد محدودة وفي وسائل محدودة ثم تأخذ بالتزايد التدريجي في التغطية والتكرار فتأخذ بالاتساع والانتشار إلى أن تتوقف عند حد معين.
3. التوازن: وهو الشكل الذي تكون فيه كمية المادة الإعلامية في الصحف أو المجلات أو التلفزيون أو الراديو متساوية خلال المدة الزمنية للحملة.<sup>2</sup>

#### 2\_2\_4 مراحل التخطيط للحملة الانتخابية:

حتى تنجح الحملات الانتخابية وتصبح البداية الحقيقية لتحقيق الفوز في الانتخابات لابد من تحديد خطوات وجب على المرشح أن يعمل بها والتي تخص الناخبين، والعمل بهذه الخطوات وتطبيقها على أرض الواقع لابد من مراعاة بعض المؤشرات الخاصة بالأفراد من بينها الجانب الاجتماعي والسياسي والاقتصادي والثقافي الذي يعيش فيه الناخب ، ولتحديد هذه المؤشرات ومعرفتها يتطلب على المرشح أن يقوم بدراسات مسبقة ومعمقة عن الناخبين الذين يود تقديم لهم برنامج الانتخابي، ونحدد هذه المراحل في المخطط التالي:

#### مراحل التخطيط للحملة الانتخابية:<sup>3</sup>

1\_ جمع البيانات.

2\_ تحديد الأهداف.

3\_ تحديد الأفكار والقضايا

<sup>1</sup> احمد فاضل حسين: "التنظيم القانوني للدعاية الانتخابية"، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 10\_09 ، جوان\_ جويلية 2010، ص 57.

<sup>2</sup> تغريد فاضل حسين: "الحملات الإعلامية في الصحافة العراقية"، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية الإعلام، جامعة بغداد، 2006، ص 77.

<sup>3</sup> محمد منير حجاب: "إدارة الحملات الانتخابية"، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص 60.

4\_تحديد الرسالة الانتخابية

5\_تحديد شكل الاتصال

6\_تحديد الوسائل

7\_تحديد الاستراتيجيات

8\_تحديد التكتيكات

9\_تحديد الميزانية

10\_جدول الأعمال

11\_إجراءات التنفيذ

12\_المتابعة والتقييم

4\_2\_3 وسائل الحملة الانتخابية:

من بين الوسائل التي يستخدمها المرشحين للانتخابات من أجل إقناع الناخبين بالتصويت عليهم:

البرامج الانتخابية: تتضمن البرامج الانتخابية للأحزاب والمرشحين الأحرار المبادئ الإيديولوجية والتوجهات الاقتصادية والاجتماعية والمشاريع المستقبلية للإصلاح السياسي والإداري والتكافل الاجتماعي. حيث تم تحديد مدة الحملة الانتخابية في المادة رقم(188) من قانون الانتخابات التي تفتح قبل 25 يوما من يوم الاقتراع، وتنتهي قبل ثلاثة أيام من تاريخ الاقتراع.

وسائل الإعلام: تنقسم وسائل الإعلام العمومية في الجزائر مثلا إلى التلفزيون والإذاعة، إما الإعلانات والبيانات والصور وما إلى ذلك من الوسائل التي يستخدمها المرشحون أنفسهم فهي تدخل في باب الوسائل الدعائية وليست الإعلامية إلا أن قانون الانتخابات واللجنة الوطنية لمراقبة الانتخابات بحيث خصصت حصصا زمنية للأحزاب بالتساوي لعرض برنامجها الانتخابي في التلفزيون والإذاعة في ثلاث فترات زمنية قبيل مواعيد الأخبار وهي الفترة التي تحظى بالإقبال من المشاهد الجزائري<sup>1</sup>، بحيث أشارت المادة (189) من قانون الانتخابات بأنه: لا يمكن أيا كان مهما كانت الوسيلة وبأي شكل كان أن يقوم بالحملة خارج الفترة المنصوص عليها في المادة(188) من هذا القانون العضوي.

حيث يقدم كل مرشح للانتخابات المحلية أو التشريعية أو الرئاسية برنامجا للناخبين ، في مجال عادل في وسائل الإعلام التلفزيونية والإذاعية والوطنية والمحلية وأكدت المادة(191) على أن الحصص الممنوحة وجب

<sup>1</sup>ناجي عبد النور: "مدخل إلى علم السياسة"، دار العلوم للنشر والتوزيع، عنابة، 2007، ص 180.

أن تكون متساوية بين المرشحين للانتخابات الرئاسية وتختلف بالنسبة إلى الانتخابات المحلية والتشريعية تبعاً لأهمية عدد المرشحين الذين يرشحهم حزب سياسي أو مجموعة أو أحزاب سياسية.<sup>1</sup>

مصادر تمويل الحملة الانتخابية: تقوم الأحزاب السياسية بالحملة الانتخابية التي تؤيد مرشحاً معيناً ووسيلتها في ذلك المال، والذي تحصل عليه من اشتراكات الأعضاء، ومن بعض الموارد الخارجية كالهبات والتبرعات التي تقدمها الدولة، فالمصروفات الانتخابية تشكل أرقاماً كبيرة للغاية في الحياة المالية للأحزاب السياسية الجزائرية من فترة انتخابية لأخرى نظراً لعامل ارتفاع الأسعار ودخول البلاد إلى اقتصاد السوق هذا بالإضافة إلى ارتفاع عدد الناخبين إذا صار الاتصال بتلك الأعداد الكبيرة أمراً صعباً لدفعهم لممارسة حق الانتخاب والرفع من نسبة المشاركة مما يقتضي زيادة الإنفاق بنسبة كبيرة، فهناك من يعترض على فكرة تحمل الدولة نسبة من نفقات الحملة الانتخابية ومصاريفها وتدعيم الأحزاب مالياً على اعتبار أنها مسألة تخص الحزب وحده فطالما أن الحزب وأنصاره لديه ما ينفقونه على تلك العمليات الدعائية في المجال الانتخابي فالحزب وشأنه أيما بلغت المصاريف، لكن ترك المجال للأحزاب القادرة مالياً وليس المبدأ والبرنامج وأساليب حل المشكلات، ويفتح الباب أمام مشتري الأصوات سيما أصوات الفقراء والبطالين، ولأهمية دور المال في المنافسة الانتخابية والأهمية تمويل الأحزاب السياسية للدعاية الانتخابية فإن بعض المؤسسات الاقتصادية والهيئات ورجال المال والأعمال "تدفع الأحزاب السياسية الكثير من الأموال بغية أن يحافظ الحزب في إذا ما فاز في الانتخابات على مصالحها."<sup>2</sup>

## 5\_ التجربة الانتخابية في الجزائر (الانتخابات الرئاسية):

سنتطرق من خلال هذا العنصر إلى أبرز المحطات التي مرت بها الجزائر والمتمثلة في الانتخابات الرئاسية والتي تعتبر قرار مصيري يتخذه الشعب الجزائري في اختيار ممثلهم الذي من شأنه أن يدير شؤون البلاد بداية بانتخابات 1995م إلى غاية انتخابات 2014م وهي كالآتي:

### 5\_1 الانتخابات الرئاسية لعام 1995م:

بتاريخ 17 نوفمبر 1995م شهدت الجزائر إجراء أول انتخابات رئاسية تعددية وقد جرت هذه الرئاسيات في ظرف خاص تزامناً وألة القتل والتدمير تحصد العشرات من الأبرياء، وعرفت هذه المحطة الانتخابية مشاركة أربع أسماء للتنافس على منصب رئيس الجمهورية، ودخل معترك رئاسيات 1995م كل من اليامين زروال ابن المؤسسة العسكرية ومحفوظ نوح عن حركة مجتمع السلم وسعيد سعدي ممثلاً عن التجمع من أجل الثقافة والديمقراطية، ونور الدين بوكروح عن حزب التجديد الجزائري، واكتسح اليامين زروال صناديق الاقتراع وحل أولاً بنسبة 61% من الأصوات المعبر عنها وشهدت هذه المحطة الانتخابية نسبة أكبر مشاركة وصلت إلى 75%.

<sup>1</sup> الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، قانون الانتخابات.

<sup>2</sup> ناجي عبد النور: "مدخل إلى علم السياسة"، نفس المرجع السابق، ص 180.

وقد جاءت نتائج الانتخابات كالتالي:

اليامين زروال: 61,29% ، محفوظ نحناح: 26,06% ، سعيد سعدي: 8,94% ، نور الدين بوكروح: 3,70% .

فنسبة 61% التي حصل عليها اليامين زروال تفسر على أساس توجه عدد كبير من الناخبين للبحث عن الاستقرار وتجنب المغامرة فاخاروا مرشح الجيش في تقبل ألآن بسيطرة الجيش من اجل الحفاظ على الأمن ووضع حد للصراع الذي أصبح غير محتمل للجميع.<sup>1</sup>

## 2\_5 الانتخابات الرئاسية لعام 1999م:

فتحت استقالة الرئيس اليمين زروال المجال أمام ترشيح عدد من الشخصيات السياسية لمنصب الرئاسة، وافر المجلس الدستوري في 11 مارس 1999م سبعة ترشيحات لكل من: عبد العزيز بوتفليقة، حسين ايت احمد، مولود حمروش، يوسف الخطيب، مقداد سيقي، احمد طالب الإبراهيمي، ورفض ثلاث ترشيحات أخرى لكل من لويظة حنون، سيد احمد غزالي، نور الدين بوكروح، لعدم إيفائها بأحد شروط المادة (159) من القانون الانتخابي.<sup>2</sup>

وتميزت الحملة الانتخابية بين المرشحين بمستوى عال من الشفافية حيث اتسمت بنقاش مفتوح تعرض لمعظم المواضيع، إلا انه لما شارفت الحملة الانتخابية على نهايتها انسحب المرشحون الستة من السباق تاركين المرشح عبد العزيز بوتفليقة وحده في السباق مبررين الانسحاب بوجود تزوير في إرادة الشعب قبل الاقتراع.<sup>3</sup>

بحيث بدأت العملية الانتخابية في 15 ماي 1999م في أجواء تتسم بالهدوء والتنظيم ليعلن المجلس الدستوري عن نتائج الانتخابات بفوز المرشح عبد العزيز بوتفليقة بنسبة 73.75% من أصوات الناخبين وأصبح بذلك سابع رئيس للجزائر منذ الاستقلال وكانت نتائج الانتخابات الرئاسية على النحو الآتي:

المرشح عبد العزيز بوتفليقة بنسبة 73.75% ثم المرشح أحمد طالب الإبراهيمي بنسبة 12.53% ليلها عبد الله جاب الله بنسبة قدرت 03.96% وفي المرتبة الرابعة المرشح حسين ايت احمد 03.18% بعدها مولود حمروش في المرتبة الخامسة بنسبة 03.11% أما المرتبة السادسة والتي جاء فيها المرشح مقداد سيقي بنسبة 02.24% ليتحصل في الأخير المرشح يوسف الخطيب بنسبة 01.20%.

<sup>1</sup> رياض الصيداوي وآخرون: "الأزمة الجزائرية الخلفيات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية"، نفس المرجع، ص 543.

<sup>2</sup> مصطفى بلعور: "الانتخابات الرئاسية والتشريعية في الجزائر 1999\_2007: استمرارية أم حل لأزمة"، مجلة دفاتر السياسة والقانون،

عدد خاص افريل 2011، ص 169.

<sup>3</sup> جريدة الخبر، العدد 2530، 13\_04\_1999، ص 5.

### 3\_5 الانتخابات الرئاسية لعام 2004م:

بدأت العملية الانتخابية بتاريخ 8 افريل 2004م، تقدم ست مرشحين ملفاتهم إلى المجلس الدستوري وهم: الرئيس المنتهية ولايته عبد العزيز بوتفليقة، على بن فليس، عبد الله جاب الله، سعيد سعدي، احمد طالب الإبراهيمي، فوزي ربايعين، موسى تواتي، احمد غزالي.

تم إقصاء منهم من قبل المجلس الدستوري أحمد غزالي وموسى تواتي لعدم قدرتهما على جمع توقيعات المواطنين.

وقد حظيت هذه الانتخابات باهتمام واسع على الصعيدين الإقليمي والدولي، حيث حضر 130 مراقبا دوليا وتابعوا عملية الاقتراع وواكبوا التطورات السياسية المصاحبة لها، ويبدو من خلال التعليقات المسيرة للعملية الانتخابية أو تلك التي أعقبت الإعلان عن النتائج النهائية أن التنافس التعددي على الرئاسة لم يكن عرضه لما يشكك في نزاهته، فالمؤسسة العسكرية التي دأبت على التدخل في صنع النتائج وانتقاء الرؤساء المتمتعين بجاهزية الاشتغال تحت

سلطتها، التزمت موقف اقرب من المراقبة من بعيد، منه إلى الحياد المطلق فاسحة المجال للتنافس التعددي ولربما دشنت بهذا السلوك سبيل التحول إلى مؤسسة محترفة.<sup>1</sup>

وقد بلغت نسبة المشاركة في الانتخابات الرئاسية 46.17%،<sup>2</sup> بحيث اعتبر وزير الداخلية نور الدين يزيد زرهوني في المؤتمر الصحفي الذي عقده للإعلان عن نتائج الانتخابات أنها ناقصة وارجع ذلك إلى نداء المقاطعة الذي أطلقه البعض\_تنسيقية العروش\_ والذي أسهم في عدم إجراء الانتخابات في ثلاث ولايات من منطقة القبائل.

وأُسفرت الانتخابات الرئاسية لعام 2004 على النتائج التالية:

عبد العزيز بوتفليقة بنسبة 84.99%، على بن فليس بنسبة 06.42%، عبد الله جاب الله بنسبة 05.02%، سعيد سعدي بنسبة 01.94%، لويزة حنون 01.94%، فوزي ربايعين بنسبة 0.63%.

### 4\_5 الانتخابات الرئاسية لعام 2009م:

جرت هذه الانتخابات يوم 09 افريل 2009م في ظروف جد محكمة ومنظمة انعكست على نسبة المشاركة العالية التي بلغت نسبتها 74,11%، حيث ترشح لهذه الانتخابات كل من الرئيس السابق المرشح الحر عبد العزيز بوتفليقة ورئيسة حزب العمال لويزة حنون وكذا رئيس الجبهة الوطني موسى تواتي وممثل حركة

<sup>1</sup> التقرير الاستراتيجي العربي (2004\_2005)، مركز الأهرام للدراسات السياسية والإستراتيجية، 2005، ص ص 291، 292.

<sup>2</sup> صبع عامر: "دور المشاركة السياسية في ترقية الحكم الصالح (انتخابات 1999م\_2004م)". رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم

السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2007\_2008، ص 104.

الإصلاح الوطني محمد جهيد تونسي وعلي فوزي رباعية رئيس حزب عهد 54 وأخيرا محمد السعيد كمرشح حر.

وجاءت نتائج الانتخابات الرئاسية على النحو التالي:

المرشح عبد العزيز بوتفليقة بنسبة 90.24%، المرشحة لويزة حنون بنسبة 04.22%، المرشح موسى التواتي بنسبة 02.31%، المرشح محمد جهيد يونس بنسبة 01.37%، المرشح علي فوزي رباعين بنسبة 00.93%، المرشح محمد السعيد بنسبة 0.92%.

## 5\_5 الانتخابات الرئاسية لعام 2014م:

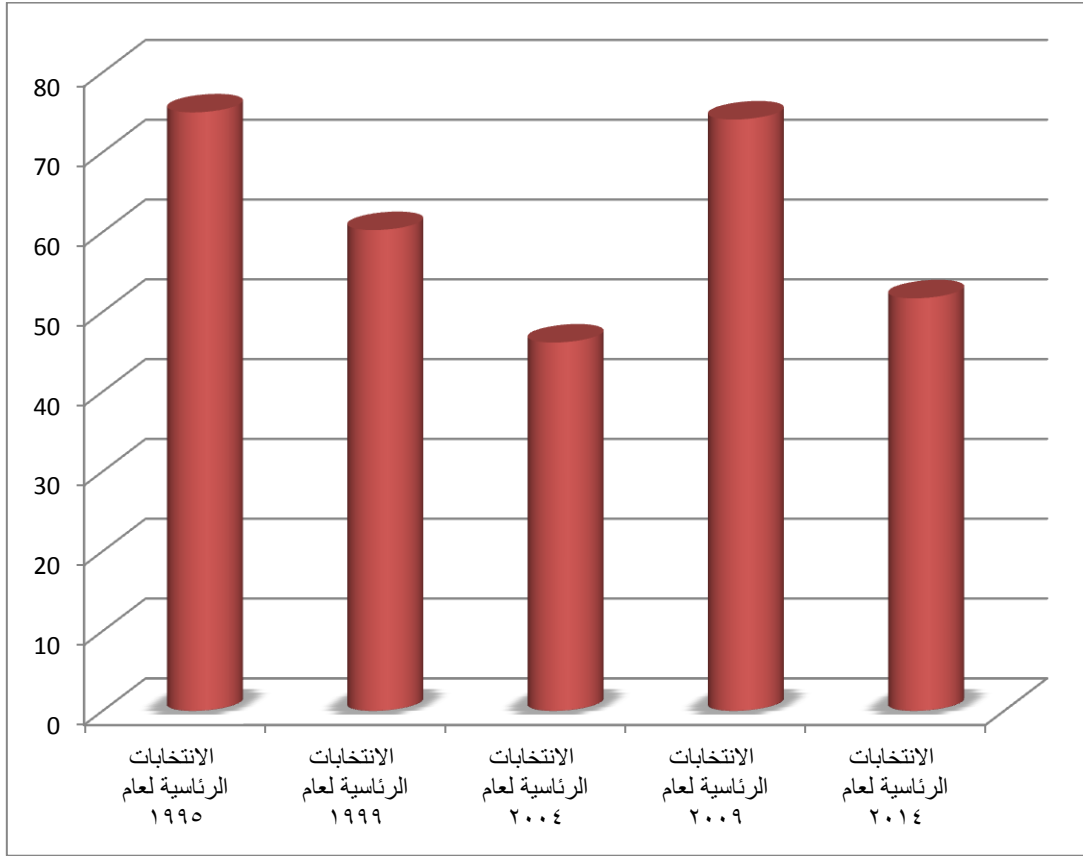
بعد إعلان الرئيس عبد العزيز بوتفليقة عن نيته في التخلي عن السلطة، وقال في خطاب ألقاه بمدينة سطيف "طاب جناني" و"لا يكلف الله نفسا إلا وسعها" دفع هذا الإعلان بالأحزاب السياسية الموالية للسلطة والمنظمات المدنية إلى مطالبة بوتفليقة للترشح إلى عهدة رابعة رغم الوعكات الصحية التي كانت تصيب الرئيس بوتفليقة كل مرة والتي كان ينقل على أثرها للعلاج بفرنسا، وعاد بعدها ليعلن عن تعديل حكومي تمثل في إبعاد 11 وزيرا من منصبه وتفكيك جهاز المخابرات، لتعلن بعدها قيادة أركان الجيش إلى الولاء التام للرئيس بوتفليقة.

تقدم إلى الترشح عديد الشخصيات البارزة في الساحة السياسية الجزائرية تم قبول ست مرشحين من قبل المجلس الدستوري وهم : الرئيس المستقل والمنتية عهدته الثالثة عبد العزيز بوتفليقة، علي بن فليس رئيس الحكومة الأسبق، لويزة حنون رئيسة حزب العمال، علي فوزي رباعين رئيس حزب عهد 54، موسى تواتي رئيس الجبهة الوطنية الجزائرية، وعبد العزيز بلعيد رئيس حزب جبهة المستقبل، فيما رفض المرشح علي بلحاج لأسباب غير معلومة، والمرشح رشيد نغاز الذي سرقت منه قوائم التوقيعات التي جمعها قبل يوم من تقديم ملفات الترشح كاملة.

تمت العملية الانتخابية يوم 17 افريل 2014م، وقد بلغت نسبة المشاركة في الانتخابات الرئاسية 2014م ما يعادل 51.70%، وقد نجح في هذه الانتخابات الرئيس المنتية ولايته عبد العزيز بوتفليقة بنسبة ساحقة قدرت ب 81.53% ليلها المرشح المنافس القوي علي بن فليس بنسبة 12.18%، ثم المرشح الأصغر سنا في هذه الاستحقاقات عبد العزيز بلعيد بنسبة 3.36% ثم المرشحة لويزة حنون بنسبة 1.37% ليلها المرشح علي فوزي رباعين بنسبة 0.99% وفي المرتبة الأخيرة المرشح موسى تواتي بنسبة ضئيلة جدا قدرت ب 0.56%.

وفي الأخير توضح الجداول التالية نسب المشاركة وعدد الأصوات المعبر عنها والعدد الإجمالي للمسجلين في الانتخابات الرئاسية في الجزائر للسنوات التالية: 1995م/ 1999م/ 2004م/ 2009م/ 2014م.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> لقد تم إعداد الشكل رقم 02 من قبل الباحثة.



الشكل رقم 02 يوضح عدد المسجلين وعدد المقترعين في الانتخابات الرئاسية

## 6\_ دور القنوات الفضائية الخاصة في الانتخابات الرئاسية (2014م) بالجزائر:

برزت على الساحة الإعلامية الجزائرية ظاهرة التعددية الإعلامية وظهور القنوات الخاصة التي اهتمت من خلال البرامج التي تقدمها سواء السياسية منها أو الثقافية أو الترفيهية معالجة بعض الإشكالات والقضايا الراهنة، وחדش الطابوهات والمواضيع المسكوت عنها، حيث أضحت تتيح للمشاهد فرصة سماع الأخبار والمعلومات بأسرع وقت ممكن، وهذا من اجل توعيته بما يدور من حوله من أحداث ومواقف بغية القيام بعمليتين التأثير والتغيير في آراء الجمهور مما يسمح ويساهم في عملية صنع القرار السياسي بعدما أصبحت تعبر عن نشاط وأفكار مختلف التيارات السياسية.<sup>1</sup>

فطبيعة العلاقة بين القناة الفضائية كوسيلة إعلامية والعملية السياسية علاقة جدلية، إذ أن وسائل الإعلام تعمل على نقل وتحليل النشاط السياسي وفي نفس الوقت تعد جزء من العملية السياسية فهي من المصادر المتاحة أمام السياسيين وقادة الرأي للحصول على المعلومات والبيانات وتلقي ردود أفعال الجمهور نحو سياساتهم وقراراتهم ومواقفهم، مما يساعد في كل العمليات والخطوات المصاحبة لصنع

<sup>1</sup> نعيبي مليكة، بوحزام نوال: "القنوات الفضائية الخاصة ودورها في تشكيل المجال العمومي"، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الوادي، العدد السادس، افريل 2014، ص 76.77.

القرار السياسي فضلا عن اعتماد الجمهور عليها في تكوينه واعتقاده واتجاهاته ومواقفه المختلفة إزاء الأحداث والسياسات التي تقع داخل الواقع المحيط به.

فقد أثبتت الدراسات العلمية الحديثة في مجال الاتصال السياسي وعلم السياسة أن وسائل الإعلام قوة مستقلة في المجتمع، وأنها تقوم بأدوار أساسية على الصعيد السياسي من خلال ما تقدمه من مواد اتصالية، كما تلعب دور مهم ومتزايد في الحياة السياسية سواء على المستوى الداخلي أو الخارجي، ليس فقط لأن محترفي السياسة يهتمون عند تحضير استراتيجياتهم بالاتصال وبما تبثه وتنشره هذه الوسائل، ولكن أفراد المجتمع أيضا وبنفس الاهتمام يكتسبون أهم معلوماتهم الأساسية بفضل المضامين التي تعرضها.<sup>1</sup>

وبعدما تعود الجمهور الجزائري استهلاك الأخبار والمعلومات التي تهمة لاسيما السياسية منها (خاصة عندما يتعلق الأمر بالانتخابات) التي يستقيها من الإعلام الرسمي، إلا أنه أصبح بإمكانه اللجوء إلى القنوات الفضائية الخاصة التي تعززت بها الساحة الإعلامية الجزائرية مؤخرا وتغطية هذه القنوات للانتخابات الرئاسية لعام 2014م، التي عملت على التهام أخبار الانتخابات ولقاءات المرشحين الساخنة ساعات البث في القنوات الخاصة المنوعة، والتي تحولت ولأسباب ترويجية إلى قنوات انتخابية طوال اليوم تلبية لرغبات الناخبين الذين باتوا أكثر تواترا مع الانتخابات، بفضل الحملات المكثفة والتغطيات الحية التي تقوم بها.

فلم نعرف الحياة السياسية قبل القنوات الفضائية الخاصة، وهكذا فإن الاتصال الجماهيري وأدواته جعلته مسرحا تدور من خلاله أحداث الحياة السياسية، هذه الأخيرة التي اعتبرت شكلا من أشكال التابو السياسي.<sup>2</sup>

بحيث يلاحظ أن العديد من القنوات الفضائية الإخبارية كثيرا ما تلجأ إلى اختيار بعض الأحداث بوضعها بين قوائم الأخبار، ليس بسبب أهميتها كأخبار، بل بقصد عرض وترويج وجهات نظر وعواطف بعينها، ويؤدي ذلك إلى انقياد الرأي العام إلى كثير من الطروحات، خصوصا أن هناك قطاعات تولي الموضوعات المثارة أهمية \_بوعي أو من دون وعي\_ الأمر الذي يجعل منها أكثر ابتعادا عن واقعها عند انشغالها لمسائل سياسية محددة، منذ وقت مبكر كان يشار إلى أن القنوات الخاصة تثير الشك السياسي لدى المجتمع، على أساس أنها لا تبدي احتراما كافيا للأعراف والتقاليد والرأي العام والأخلاق الشائعة كما أنها تسفه العمل السياسي وتهز الثقة برجال الحركة السياسية خصوصا أن الزعماء السياسيين لم يعد في وسعهم

<sup>1</sup> سليمة رابحي: "الأحزاب السياسية وعملية الاتصال السياسي في الجزائر". دراسة وصفية مقارنة لدور حزب جبهة التحرير الوطني وحزب العمال"، رسالة ماجستير غير منشورة، معهد علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2008، ص 81.

<sup>2</sup> حميدة سميسم: "نظرية الرأي العام"، الدار الثقافية للنشر، القاهرة، 2005، ص 166.

ممارسة السلطة بالطريقة نفسها التي كانت تجري من قبل بعد أن أُتيح للناس بمن فيهم أولئك الذين يعيشون في المناطق البعيدة، أن يكونوا وجهة نظر خاصة بهم.<sup>1</sup>

فألاهم في عملية الاتصال السياسي ليس فقط أداء ونجاعة ونزاهة وسائل الإعلام "ونقصد بالقنوات الفضائية الخاصة" طيلة الفترة الانتخابية، بل المقدرة على ترسيخ الثقافة السياسية ومبدأ المواطنة واحترام الرأي العام والتي تعتبر في المجتمعات الحديثة بمثابة الهم اليومي وليست عبارة عن حدث موسمي.<sup>2</sup>

فالرسالة الإعلامية قد حولت الإعلام إلى أكثر القوى نفذا وتأثيرا في العمليات السياسية وعلى رأسها العملية الانتخابية التي يجري تقديمها لصنع صورة لها من الخارج، تكون سهلة الإدراك وتكون الموضوعات الإعلامية حلقة وصل بين الحكومات وممثلي المجتمع المدني في مرحلة الصدام، ويناط بالإعلاميين والمراسلين مسؤولية تزويد المواطنين الناخبين بالمعلومات التي تمكنهم من اتخاذ القرار في عملية الاقتراع.<sup>3</sup>

وقد اعتبر اغلب الباحثين الأكاديميين والمختصين في مجال الإعلام إلى أن القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر لم تكن تتمتع أخلاقيات العمل الإعلامي أثناء تغطيتها للانتخابات الرئاسية الفارطة 2014م ، فقد كانت متحيزة بدرجة كبيرة لمرشح معين، مما اظهر البعض منها توجهه، من خلال عرض برامج و حصص متنوعة عن مرشح محدد تروج وتسوق له دون التقييد بمعيار الحيادية والمصداقية والموضوعية على غرار المرشحين الآخرين وذلك من خلال استعمال هذه القنوات "تقنيات وفنون الحقل السمعي البصري من فنيات التصوير والتركيب والإخراج بحيث تساهم في خلق مجال تفاعلي يعمل على التأثير في سلوك المتلقي أو يقوم بضخ معلومات قد تكون مضللة تخدم لطرف على حساب طرف آخر وفق تصورات وأفكار وتوجهات المرسل"<sup>4</sup> والبعض الآخر من هذه القنوات قامت بالتهجم على المرشحين المنافسين و حاولت التأثير في اتجاهات المعارضين و تحويلها إلى مؤيدين، وذلك عن طريق توجيه نقد إلى المرشح المنافس ومحاولة النيل من برنامجه الانتخابي، وتوجيه الضربات الدعائية أثناء الساعات الأخيرة قبل إجراء الاقتراع ودون وجود وقت كافي لعرض حق الرد عبر هذه القنوات.بينما يرى آخرون أن سبب ابتعاد هذه القنوات عن الحيادية في تغطيتها للانتخابات الرئاسية الفارطة هو كونها ترتبط بالنظام السياسي الجزائري حسب المادة (61) من قانون الإعلام الجديد الذي ينص على أن النشاط السمعي البصري يمارس من قبل: هيئات عمومية، مؤسسات وأجهزة القطاع العمومي، المؤسسات والشركات التي تخضع للقانون

<sup>1</sup> فاطمة حسين عواد: "الإعلام الفضائي"، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010. ص 73.

<sup>2</sup> جمال الزرن: "من العزل إلى الانقلاب إلى التداول: المحددات السوسيوثقافية للاتصال السياسي في العالم العربي"، اشغال ملتقى الاتصال السياسي في العالم العربي وإفريقيا المقاربات وآليات الممارسة، معهد الصحافة وعلوم الأخبار ومؤسسة كونراد أديناور، تونس، 2014، ص 32.

<sup>3</sup> روس هاورد، نفس المرجع السابق ، ص 6.

<sup>4</sup> احمد بجاج: "القنوات الإعلامية الخاصة ....الدور والمهنية في ظل الأحداث الأخيرة"-<http://www.aswat->

الجزائري، ويمارس هذا النشاط طبقا لأحكام هذا القانون العضوي و التشريع المعمول به، وهذا أصبح ارتباط الإعلام الخاص بالنظام احد أهم ثوابته كونه دائما بحاجة إلى هذا العنصر ولتوضيح قراراته السياسية لإثبات شرعيته ، غير أن الباحث مونرو يرى أن: "رفع القيود عن وسائل الإعلام من عوامل ظهور الديمقراطية، في هذه المجتمعات، لكنه ليس شرطا أساسيا في إحداث التغيير السياسي".<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup>Price Monroe ,democratizing the media :democratizing the statet(london) routhedgerandall-Nickyed ;1998.pp 10/.11.

# الفصل الرابع الدراسة التحليلية

## الفصل الرابع: عرض وتحليل نتائج الدراسة التحليلية

\_نتائج الدراسة

\_الاستنتاجات والخلاصة.

تمهيد:

تهدف دراستنا هذه التي تتمحور حول كيفية معالجة قناة النهار للحملة الانتخابية لرئاسيات 2014م، إلى التعرف على نوع أساليب الإقناع التي استخدمتها القناة بهدف توجيه المشاهد إلى التصويت لمرشح معين وكشف بعض الإستراتيجيات التي استعملتها في تغطيتها لحدث الانتخابات الرئاسية 2014م، وكذا طبيعة العلاقة بين القنوات الفضائية الخاصة والنظام السياسي الجزائري، من خلال تحليل بعض من نشرات الأخبار التي بثتها قناة النهار أثناء الحملة الانتخابية بداية من انطلاقها يوم 23 مارس 2014م إلى غاية نهايتها 13 افريل 2014م، وقد اخترنا (09) نشرات إخبارية من أصل (22) نشرة وذلك لأسباب نذكر منها:

أولاً: حصولنا على مجموعة من النشرات ما يقارب 17 نشرة إخبارية اخترنا فقط منها النشرات الكاملة وتخلينا على النشرات غير الكاملة، وقد واجهتنا صعوبات عويصة في الحصول عليها نظراً لرفض القناة منحنا هذه النشرات وبالتالي اعتمدنا على البوابة الالكترونية لقناة النهار.

ثانياً: المدة الطويلة التي تحويها هذه النشرة التي بلغت مدتها ساعة كاملة بما يعادل 9 ساعات، وهنا يصعب على الباحث تحليل كل المضامين نظراً لأنه يستغرق وقتاً طويلاً بالإضافة إلى أن تحليل مضمون المادة المصورة يتطلب وقت أكثر من المادة المكتوبة.

وقد بنينا هذه الدراسة على إشكال عام تمثل في: كيف عالجت قناة النهار الإخبارية حدث الحملة الانتخابية لرئاسيات الجزائر لعام 2014؟ وتفرعت الإشكالية عن هذا الإشكال التساؤلات التالية:

\_ ما أبرز المواضيع التي ركزت عليها قناة النهار الإخبارية أثناء تغطيتها للحملة الانتخابية 2014م؟

\_ هل التزمت قناة "النهار" بمعيار الحيادية في معالجتها لموضوع: الحملة الإعلامية، المعارضون للعهد الرابع، المؤيدون للعهد الرابع.

\_ ما مصادر المواد الإخبارية التي اعتمدها القناة أثناء تغطيتها للانتخابات الرئاسية؟

\_ ما طبيعة الصور المرفقة لتغطية قناة النهار للحملة الانتخابية؟

\_ ما أساليب الإقناع التي استعملتها قناة النهار الإخبارية أثناء تغطيتها لهذه الحملة؟

حاولنا من خلال هذه التساؤلات الإجابة على الفروض الآتية:

\_ السلطة هي من يتحكم في القضايا المطروحة التي كانت تعالجها قناة النهار الإخبارية أثناء الحملة الانتخابية.

\_قناة النهار الإخبارية لم تتحلى بالمصداقية والموضوعية أثناء تغطيتها للحملة الانتخابية 2014 بالجزائر.

اعتمدنا في هذه الدراسة على تقنية تحليل المضمون من خلال التحليل الكمي والكيفي لنشرات الأخبار التي بثتها القناة أثناء الحملة الانتخابية، أما عينة الدراسة فتمثلت في:

1/ مستوى العينة: تم اختيار الفترة المتمثلة في بداية الحملة الانتخابية إلى نهايتها أي من 23 مارس 2014م إلى 13 افريل 2014م حسب ما حدده المجلس الدستوري.

2/ عينة المصدر: تم اختيار قناة النهار الإخبارية كعينة للتحليل بعدما تبين لنا أنها أكثر القنوات مشاهدة من خلال إجراء دراسة استطلاعية.

3/ نوع العينة: اعتمدنا في هذه الدراسة على العينة القصدية.

4/ حجم العينة: 9 نشرات إخبارية بمدة ساعة واحدة لكل نشرة

وقد استخدمنا في هذه الدراسة فئات ماذا قيل منها: فئة الموضوع فئة الاتجاه فئة المصدر وفئة ترتيب الأولويات، أما فيما يخص فئات الشكل اعتمدنا على فئة الصور وفئة أساليب الإقناع.

الجدول رقم (1) يمثل المواضيع المطروحة في فئة الموضوع.

النسبة %	التكرار	المواضيع الفرعية	المواضيع الرئيسية
12.34	58	الحملة الانتخابية	الانتخاب و التصويت
07.08	33	الواجب الانتخابي	
01.71	08	المشاركة السياسية	
01.07	05	خطابات المرشح على فوزي رباعين	الحملة الإعلامية
01.28	06	خطابات المرشحة لويزة حنون	
01.71	08	خطابات المرشح عبد العزيز بلعيد	
10.08	47	خطابات المرشح عبد العزيز بوتفليقة	
01.50	07	خطابات المرشح موسى تواتي	
02.14	10	خطابات المرشح على بن فليس	
0.85	04	الأحزاب المعارضة	المعارضون للعهد 4
02.14	10	حركة رشاد و بركات	
01.93	09	أنصار الجبهة الإسلامية للإنقاذ المنحل	
02.36	11	المجتمع المدني	المؤيدون للعهد 4
07.93	37	الشخصيات الفاعلة في الحكومة	
02.36	11	السلم والمصالحة الوطنية	قضايا الأمن والاستقرار
04.07	19	مكافحة الإرهاب	
03.43	16	أزمة غرداية	
03.64	17	التدخل الأجنبي	
03.43	16	الربيع العربي	

03.43	16	التعاون الجزائري العربي	العلاقات الدولية
10.30	48	العلاقات الجزائرية الأمريكية	
03.64	17	تعاون الجزائر مع دول الساحل وإفريقيا	
01.28	06	تعاون الجزائر مع دول أوروبا	
03	14	التكفل بالشباب	المطالب الاجتماعية
0.42	02	الشغل	
0.64	03	توفير السكن	
0.64	03	البطالة	
01.50	07	تطوير البحث العلمي	
0.64	03	القضاء على الفقر	
01.93	09	مكافحة الفساد والتزوير	
01.28	06	تمثيل المرأة في المنابر السياسية	
100	466	المجموع	

توضح النتائج الموضحة في الجدول رقم (1) الذي يمثل العناصر الفرعية لفئة الموضوع من خلال المواضيع المطروحة في قناة النهار الإخبارية، حيث احتل موضوع الحملة الانتخابية المرتبة الأولى بأكبر نسبة قدرت بـ (12.43%) وبتكرار 58 وحدة، يليه موضوع العلاقات الجزائرية الأمريكية الذي احتل المرتبة الثانية بنسبة (10.30%) وبتكرار بلغ 48 وحدة، يليه موضوع خطابات المرشح عبد العزيز بوتفليقة الذي احتل المرتبة الثالثة بنسبة قدرت بـ (10.08%) بتكرار بلغ 47 وحدة، يليها موضوعين احتلا المرتبة الرابعة بنسب وتكرار متقاربة شملت كل من موضوع الشخصيات الفاعلة في الحكومة بنسبة (7.93%) بتكرار بلغ 37 وحدة، وموضوع الواجب الانتخابي بنسبة (7.08%) وبتكرار بلغ 33 وحدة، ثم نجد موضوع مكافحة الإرهاب بنسبة (4.07%) بتكرار بلغ 19 وحدة، ليليه خمس مواضيع متشابهة ومتقاربة شملت موضوع التدخل الأجنبي بنسبة (3.64%) بتكرار بلغ 17 وحدة، وموضوع تعاون الجزائر مع دول الساحل وإفريقيا بنسبة (3.64%) وبتكرار 17 وحدة، يليه موضوع أزمة غرداية وموضوع الربيع العربي وموضوع التعاون

الجزائري العربي بنسبة (3.43%) وبتكرار بلغ 16 وحدة لكل موضوع، حيث احتلت هذه المواضيع المرتبة الخامسة، يليه موضوع التكفل بالشباب بنسبة (03%) وبتكرار بلغ 14 وحدة الذي احتل المرتبة السادسة، يليه ثلاث مواضيع كذلك متشابهة ومتقاربة شملت موضوع المجتمع المدني وموضوع السلم والمصالحة الوطنية بنسبة (2.36%) وبتكرار بلغ 11 وحدة لكل موضوع، يليه موضوع حركة رشاد وبركات وموضوع خطابات المرشح علي بن فليس بنسبة (02.14%) وبتكرار بلغ وحدات جاءت هذه المواضيع في المرتبة السابعة، يليه موضوع مكافحة الفساد والتزوير وموضوع أنصار الجبهة الإسلامية للإنقاذ المنحل بنسبة (1.93%) وتكرار بلغ 09 وحدات لكل موضوع وقد احتلت هذه المواضيع المرتبة الثامنة، ثم يليه موضوع المشاركة السياسية وموضوع خطابات المرشح عبد العزيز بلعيد بنسبة (1.71%) وبتكرار 08 وحدات لكل منهما وقد احتل المرتبة التاسعة، يليها موضوع خطابات المرشح موسى تواتي وموضوع تطوير البحث العلمي بنسبة (01.50%) بتكرار 07 وحدات لكل موضوع وقد نال هذه الموضوعين المرتبة العاشرة، لتليه ثلاث مواضيع متشابهة شملت: موضوع خطابات المرشحة لويزة حنون وموضوع تعاون الجزائر مع دول أوروبا وموضوع تمثيل المرأة في المنابر السياسية بنسبة (1.28%) بتكرار بلغ 06 وحدات لكل موضوع وقد احتلت المرتبة الحادي عشر، أما موضوع خطابات المرشح موسى تواتي فقد احتلت المرتبة الثاني عشر بنسبة (01.07%) وتكرار بلغ 5 وحدات، فيما نجد موضوع الأحزاب المعارضة قد حاز على المرتبة الثالث عشر بنسبة (0.85%) وبتكرار 4 وحدات، أما موضوع توفير السكن والبطالة والقضاء على الفقر، فقد نالت هذه المواضيع نسبة (0.64%) بتكرار 3 وحدات لكل موضوع، احتلت المرتبة الرابع عشر، أما آخر نسبة تمثلت في (0.42%) شملت موضوع الشغل بتكرار وحدتين فقط.

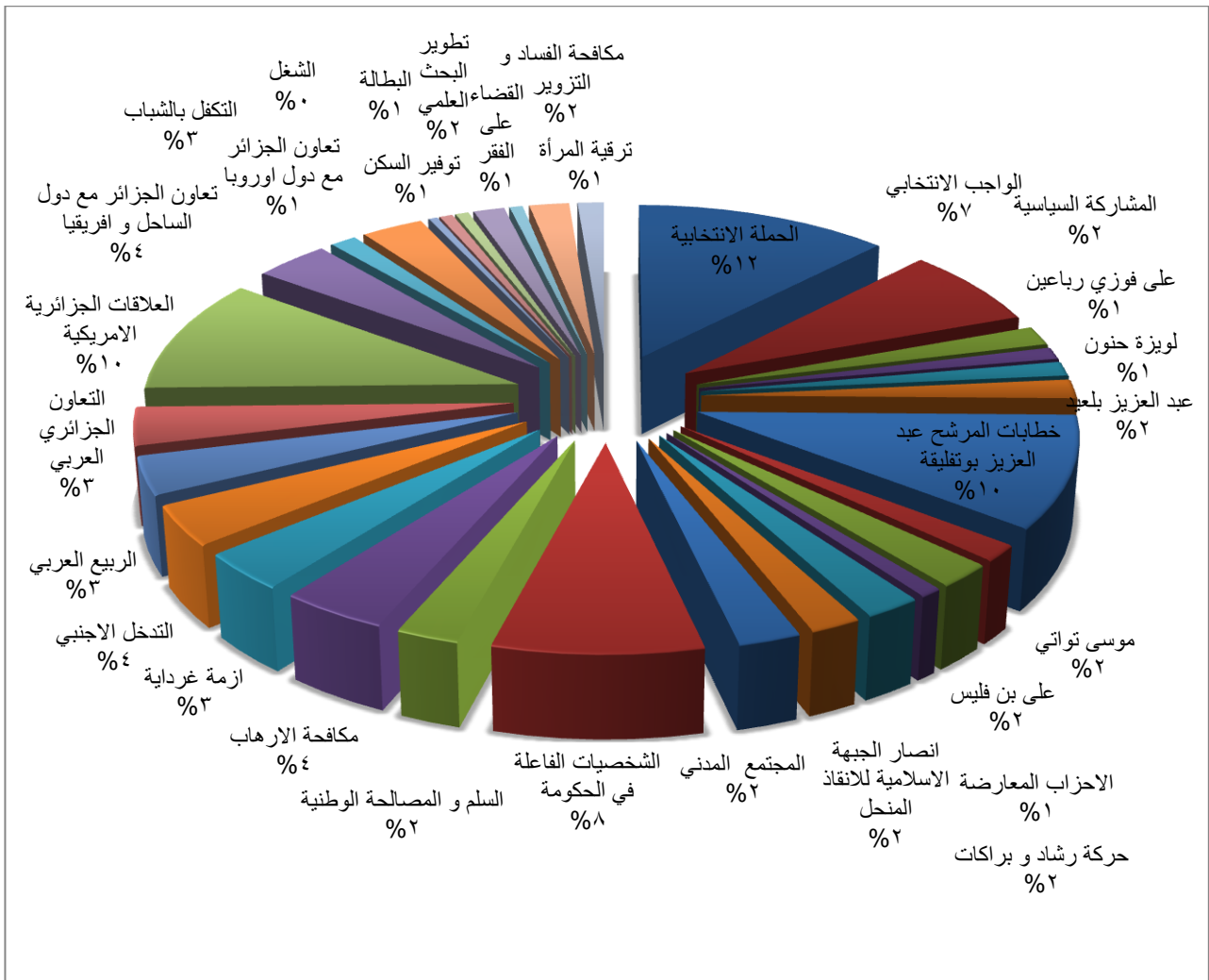
يمكن القول من خلال الأرقام الموضحة أن قناة النهار الإخبارية ركزت على بعض المواضيع التي طرحتها أثناء تغطيتها للحملة الانتخابية 2014 بالجزائر، فقد عرف موضوع الحملة الانتخابية أعلى مرتبة يليه موضوع العلاقات الجزائرية الأمريكية في المرتبة الثانية أما الموضوع الثالث فقد تمثل في خطابات المرشح عبد العزيز بوتفليقة، وتمثل هذه المواضيع الثلاثة الأولى مراكز اهتمام قناة النهار الإخبارية، إذ قدرت نسبتها المئوية مجتمعة بـ (32.40%) وبتكرار بلغ 153 وحدة أي ما يقارب ثلث النسبة المئوية الإجمالية وثلث مجموع التكرار.

حيث نجد أن قناة النهار الإخبارية قد ركزت على موضوع الحملة الانتخابية وخصصت لها وقت كبير للتعريف بالبرامج الانتخابية التي قامت بتغطيتها طيلة أيام الحملة، أما فيما يخص المواضيع الأخرى فقد كانت بعضها متقارب في الطرح من حيث مراكز اهتمام قناة النهار لها، بحيث نجد أن هذه القناة قد عالجت كل المواضيع انطلاقا من أهميته التي تعكس أجندتها نحو عرض ومعالجتها وصناعتها للحدث خاصة في فترة الحملة

الانتخابية التي تعد مرحلة حساسة بالنسبة للجزائر كحكومة والجزائريين كفاعلين أساسيين في عملية اختيار ممثلهم وكذا مكانة القناة التي تسعى إلى أن تكون الرقم (1) بين أكثر من أربعين قناة فضائية خاصة بتحقيق سبق الصحفي يكون دافع لكسب نسب عالية من المشاهدة وبالتالي صناعة وتشكيل رأى عام حول المواضيع التي تركز عليها والتي تعالجها انطلاقا من الخلفية السياسية التي تحركها وهو ما يتفق مع افتراض نظرية ترتيب الأولويات والاهتمامات الذي يهتم على وجه التحديد "بالقضايا والأخبار السياسية من بين محتويات وسائل الإعلام عبر فترة زمنية قصيرة أو ممتدة وتنتهي غالبا الدراسات القائمة على هذه النظرية إلى وجود مستوى عال من التشابه بين كمية الاهتمام المعطاة لقضية معينة من قبل وسائل الإعلام، وبين مستوى أهمية هذه القضية لدى الجمهور الذي تعرض لهذه الوسائل لاعتناق وجهة نظر معينة ولكن وسائل الإعلام تنجح في حمل الجمهور على اعتبار بعض القضايا أكثر اهتمام من قضايا أخرى، أي أن أولويات الاهتمام لدى وسائل الإعلام تصبح هي ذاتها أولويات الاهتمام عند الجمهور"<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup>عزيزة عبدة: "الإعلام السياسي والرأي العام (دراسة في ترتيب الأولويات)", نفس المرجع السابق، ص 106



الشكل رقم 01 يمثل المواضيع المطروحة في فئة الموضوع

الجدول رقم (02) المواضيع الفرعية بالنسبة لموضوع الانتخاب وحق التصويت.

النسبة %	التكرار	الموضوع الفرعي	الموضوع الرئيسي
58.58	58	الحملة الانتخابية	الانتخاب والتصويت.
33.33	33	الواجب الانتخابي	
08.08	08	المشاركة السياسية	
100	99	المجموع	

توضح البيانات في الجدول أعلاه المواضيع الفرعية بالنسبة لموضوع الانتخاب والتصويت، حيث احتل موضوع الحملة الانتخابية المرتبة الأولى وبأعلى نسبة قدرت بـ (58.58%) وبتكرار بلغ 58 وحدة، يليه موضوع الواجب الانتخابي الذي احتل المرتبة الثانية بنسبة (33.33%) وبتكرار بلغ 33 وحدة، يليها موضوع المشاركة السياسية الذي احتل المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة (08.08%) وبتكرار بلغ 8 وحدات فقط.

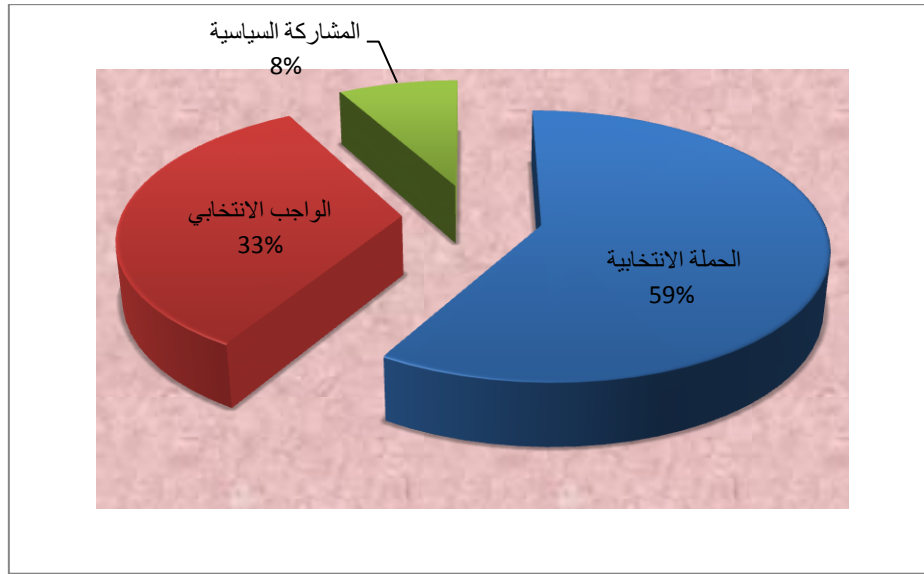
بحيث يتضح لنا أن موضوع الحملة الانتخابية احتل المرتبة الأولى، مما اظهر مركز اهتمام القناة بهذا الموضوع الذي اعتبرته أهم حدث ، بحيث نجد ومع ظهور قانون الإعلام الجديد الذي سمح بفتح قنوات فضائية خاصة، أصبحت تسعى إلى تقديم برامج مختلفة هدفها التنوع على غرار ما كان يعرض في القنوات التلفزيونية العمومية، فنجد أن قناة النهار قد غطت الحملة الانتخابية وحاولت نقل أخبار الانتخابات ولقاءات المرشحين الساخنة ساعات البث والتي تحولت ولأسباب ترويجية إلى قناة انتخابية طوال اليوم تلبية لرغبات الناخبين الذين باتوا أكثر تواصلًا مع الانتخابات من خلال الحملات المكثفة والتغطيات الحية التي تقوم بها.

إذ نجد أن هناك علاقة جدلية بين القناة الفضائية كوسيلة إعلامية والعملية السياسية، بحيث أن هذه القناة تعمل على نقل وتحليل النشاط السياسي من خلال تغطيتها المكثفة وفي الوقت نفسه تعد جزء من العملية السياسية مما يجعلها مصدر السياسيين وقادة الرأي للحصول على المعلومة وبالتالي تلقي ردود أفعال الجمهور الناخب نحو برامجهم وسياساتهم.

أما المواضيع الأخرى فقد حظيت بأقل اهتمام كموضوع الواجب الانتخابي وموضوع المشاركة السياسية، حيث عالجت القناة هذه المواضيع تزامنا مع الأحداث الواقعة أثناء الحملة الانتخابية، فالقناة تسعى دائما في هذه الفترة إلى ضرورة توعية الفرد سياسيا سواء من خلال شرح له كيفية التصويت وتعريفه

بثقافة الواجب الوطني ودفعه إلى المشاركة السياسية والممارسة الفعلية للسياسة، "فألهم في عملية الاتصال السياسي ليس فقط أداء ونجاعة ونزاهة وسائل الإعلام " بالقنوات الفضائية الخاصة" طيلة الفترة الانتخابية، بل المقدر على ترسيخ الثقافة السياسية ومبدأ المواطنة واحترام الرأي العام والتي تعتبر في المجتمعات الحديثة بمثابة الهم اليومي وليست عبارة عن حدث موسمي".<sup>1</sup>

في ظل نفور المواطن الجزائري الذي يعتقد أن كل الانتخابات التي جرت في الجزائر مزورة، وقد عرفت الجزائر مؤخرا نسب مشاركة ضعيفة في الانتخابات ناهيك عن الانتخابات الرئاسية لسنة 1995م التي بلغت نسبة المشاركة فيها 75%، ونجد أن هذه النسبة تعكس مدى حاجة الجزائريين إلى الأمن والاستقرار اثرى العشرية السوداء التي عرفت الجزائر، " فقد بلغت نسبة المشاركة في الانتخابات الرئاسية لسنة 2014م ما يعادل (51.70%) وهو ما اعتبره المحللين انقساما كبيرا وتصعدا في السلوك الانتخابي السياسي وتدمرا من رتبة في العمل السياسي الحزبي وقتامة أيضا في المشهد السياسي الذي لا يمكن إنكاره، ومع ذلك فالمؤشرات الكلية الإجمالية تظهر بأن الرئيس بوتفليقة حتى وإن ظهر مريضا ومرهقا لا يزال يحظى بدعم كبير، وأن المعارضة السياسية لا تزال عاجزة عن تقديم مرشح منافس".<sup>2</sup>



الشكل رقم 02 يمثل المواضيع الفرعية لموضوع الانتخاب وحق التصويت.

<sup>1</sup> جمال الزرن: "من العزل إلى الانقلاب إلى التداول: المحددات السوسيوثقافية للاتصال السياسي في العالم العربي"، أعمال ملتقى الاتصال السياسي في العالم العربي وإفريقيا المقاربات وآليات الممارسة، معهد الصحافة وعلوم الأخبار ومؤسسة كونراد أديناور، تونس، 2014، ص 32.

<sup>2</sup> بوحنية قوي: "الانتخابات الرئاسية في الجزائر: العهدة الرابعة لبوتفليقة وتحديات المشهد"، مرجع سبق ذكره، ص 02.

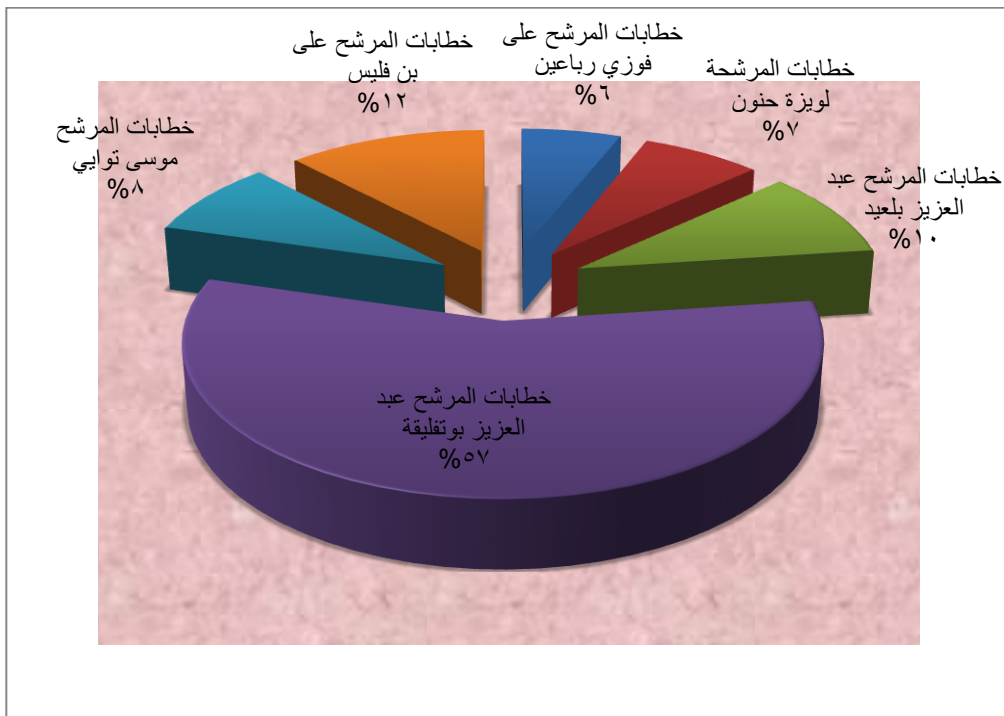
الجدول رقم (03) يمثل المواضيع الفرعية بالنسبة لفئة موضوع الحملة الإعلامية.

النسبة %	التكرار	الموضوع الفرعي	الموضوع الرئيسي
06.02	05	خطابات المرشح على فوزي رباعين	الحملة الإعلامية
07.22	06	خطابات المرشحة لويزة حنون	
09.63	08	خطابات المرشح عبد العزيز بلعيد	
56.62	47	خطابات المرشح عبد العزيز بوتفليقة	
08.43	07	خطابات المرشح موسى تواتي	
12.04	10	خطابات المرشح على بن فليس	
100	83	المجموع	

ما نلاحظه في الجدول أعلاه أن خطابات المرشح عبد العزيز بوتفليقة قد استحوذت على تغطية كبيرة في قناة النهار الإخبارية أثناء الحملة الانتخابية 2014م، واحتلت المرتبة الأولى بنسبة (56.62%) وبتكرار بلغ 47 وحدة، تليها في المرتبة الثانية خطابات المرشح على بن فليس بنسبة (12.04%) وبتكرار بلغ 10 وحدات، فيما احتلت خطابات المرشح عبد العزيز بلعيد المرتبة الثالثة بنسبة (9.63%) بتكرار بلغ 08 وحدات، تليه خطابات المرشح موسى تواتي بتكرار 7 وحدات وبنسبة قدرت بـ (8.43%) احتل فيها المرتبة الرابعة، يليه خطابات المرشحة لويزة حنون بنسبة (7.22%) وبتكرار 6 وحدات احتلت من خلالها المرتبة الخامسة، أما المرتبة الأخيرة احتلتها خطابات المرشح علي فوزي رباعين بتكرار 5 وحدات وبنسبة قدرت بـ (6.02%).

يتضح لنا من المعطيات أن قناة النهار كانت متحيزة إلى درجة كبيرة للمرشح عبد العزيز بوتفليقة من خلال النسبة العالية التي سجلت، بحيث أن القناة كانت تخصص للمرشح المنتهية ولايته مدة كبيرة من الوقت على غرار باقي المرشحين الآخرين، وهذا يعكس الخط السياسي للقناة واتجاهها نحو القضايا السياسية، إذ نجد السبب وراء ذلك يكمن في الرغبة في حفاظ القناة على مكانتها بين القنوات التي أغلق بعضها من طرف السلطة والبعض الآخر أفلس بسبب قلة السيولة المالية ونفور الممولين باعتبارها قنوات فضائية أجنبية وخاصة، وهنا يمكن القول أن قناة النهار لم تتحلّى بالمصداقية والحيادية في تغطيتها للحملة الانتخابية وبذلك قد عارضت قانون الإعلام الجديد (12/05) وقانون الانتخابات .

أما المرشحون الآخرون فنجد المرشح على بن فليس الذي احتل المرتبة الثانية هذا أن القناة كانت تعرض خطابه التي وجه فيها انتقادات لأذعة للمرشح عبد العزيز بوتفليقة بسبب وضعه الصحي الذي يمنعه من الترشح للعهدة الرابعة في نظر المرشح بن فليس حيث اعتبر هذا الأخير منافسا قويا للمرشح بوتفليقة في هذه الاستحقاقات أما المرشحون الآخرون فقد كانت نسبتهم ضئيلة وهذا يعكس أنها اقل اهتماما بالنسبة للقناة التي تعتبرها أحداثا لا بد من تغطيتها.



الشكل رقم 03 يمثل المواضيع الفرعية بالنسبة لفئة موضوع الحملة الإعلامية

الجدول رقم (04) يمثل المواضيع الفرعية بالنسبة لفئة موضوع المعارضين للعهدة الرابعة.

النسبة %	التكرار	الموضوع الفرعي	الموضوع الرئيسي
17.39	04	الأحزاب المعارضة	المعارضون للعهدة الرابعة
43.47	10	حركة رشاد وبركات	
39.13	09	أنصار الجبهة الإسلامية للإنقاذ المنحل	
100	23		المجموع

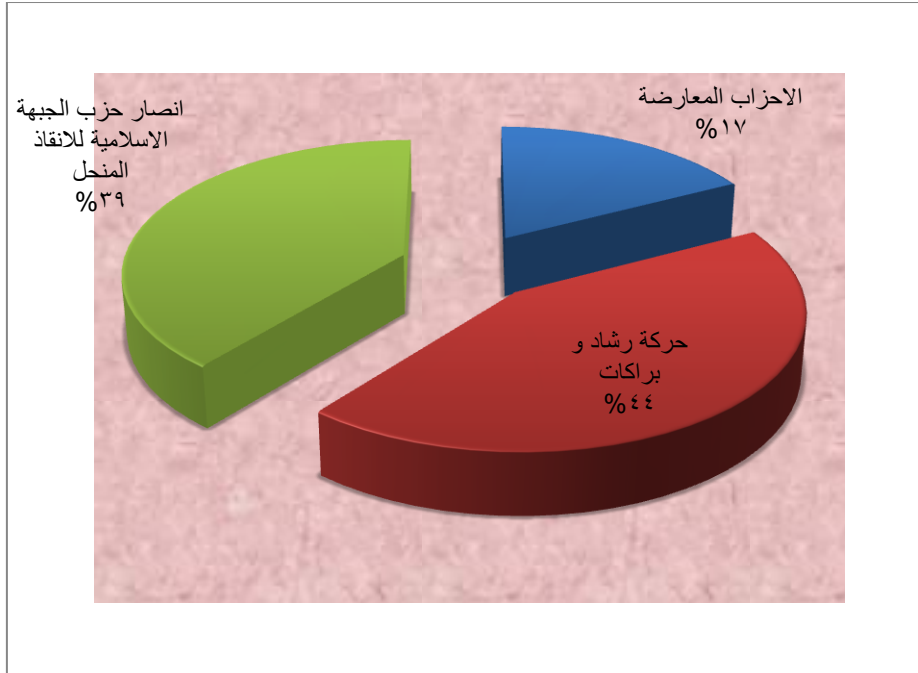
كشفت الأرقام الموضحة في الجدول أن موضوع حركة رشاد وبركات قد احتل المرتبة الأولى بنسبة (43.47%) وبتكرار بلغ 10 وحدات، يليها موضوع أنصار الجبهة الإسلامية للإنقاذ المنحل بنسبة (39.13%) وبتكرار بلغ 9 وحدات احتلت من خلالها المرتبة الثانية، أما في المرتبة الثالثة والأخيرة استحوذ عليها موضوع الأحزاب المعارضة بنسبة (17.39%) وبتكرار 4 وحدات فقط.

يمكن تفسير هذه الأرقام أن الموضوع الأول الذي تمثل في حركة رشاد وبركات نلاحظ انه كان من ضمن مراكز اهتمام قناة النهار الإخبارية وقد ظهرت هذه الحركة التي كانت تدعو إلى مقاطعة الانتخابات الرئاسية لسنة 2014م بسبب رفضها لترشح الرئيس المنتهية ولايته عبد العزيز بوتفليقة الذي اعتبرته هذه الحركة انه غير قادر لرئاسة الجزائر للمرة الرابعة بسبب تدهور صحته، ونجد أن معظم التقارير التي خصصتها قناة النهار لهذه الحركة كانت عبارة عن أسرار، بحيث كانت حركة رشاد وبركات تدعوا إلى الفوضى وإشعال حرب بين الجزائريين وتقسيم الجزائر إلى دويلات تضم دولتين في الجنوب ودولة القبائل ودولة في الشمال، فالقناة كانت تظهر توجهها المعارض والمعادي لهذه الحركة.

أما فيما يخص موضوع أنصار الجبهة الإسلامية للإنقاذ المنحل فقد كان في المرتبة الثانية من ضمن مراكز اهتمام القناة به، ذلك أن هذا الحزب الذي بقي منه بعض العناصر ممن كانوا يقومون باحتجاجات مناهضة للعهد الرابعة، وأن هذا الحزب يريد العودة إلى الساحة السياسية الجزائرية بعد غياب دام عقدين من الزمن ومحاولة انتهاز فرصة الوضع الصحي للمرشح عبد العزيز بوتفليقة من اجل كسب ثقة الجزائريين من جديد وصناعة وتشكيل رأي عام بين أوساط الناخبين، أما فيما يخص آخر موضوع في الترتيب تمثل في الأحزاب المعارضة حظي هذا الموضوع اقل اهتمام لهذه القناة ذلك أن هذه الأحزاب لم تظهر في الانتخابات 2014م إلا بعض الشخصيات وهنا يؤكد الأطروحة التي تقول أن المعارضة السياسية في الجزائر أصبحت شكلية فهي عبارة عن ممارسة ذاتية من اجل التموقع وخلق مراكز داخل السلطة لتحقيق المصالح الخاصة لا غير.

"حيث أن المعارضة في الجزائر حاضرة في وسائل الإعلام بشكل مناسباتي، فنظرة بسيطة عن السلع السياسية المعروضة بشأن اللاعبين من المعارضة في المشهد السياسي تجعلنا نتوصل إلى نتيجة مفادها أن العقلانية غائبة تماما عن تفكير الطبقة السياسية التي تمتطي حصان المعارضة شكلا لكنها في الواقع تقوم بتقديم خدمات جلييلة للنظام، بحيث لو لا دورها السلبي لما استطاعت السلطة أن تبقى في الحكم

لكل هذه الفترة.....وبات واضحا بأن من ينشطون في حقل المعارضة لا يمثلون إلا أنفسهم دون قاعدة قوية أو قدرة على التأثير".<sup>1</sup>



الشكل رقم 04 يمثل المواضيع الفرعية لفئة المعارضون للعهد الرابع.

الجدول رقم (5) يمثل المواضيع الفرعية بالنسبة لفئة مؤيدون للعهد الرابع.

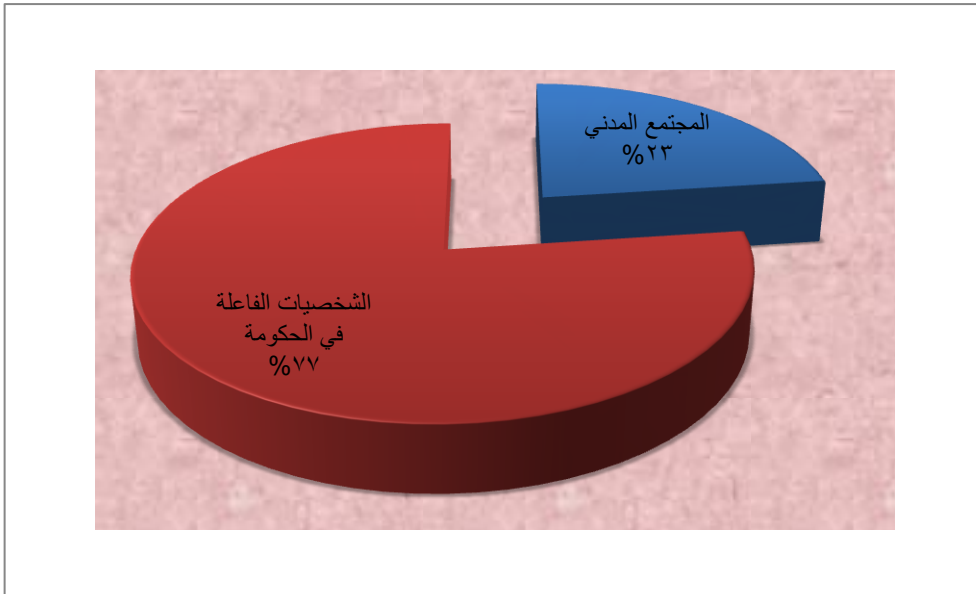
النسبة %	التكرار	الموضوع الفرعي	الموضوع الرئيسي
22.91	11	المجتمع المدني	المؤيدون للعهد الرابع
77.08	37	الشخصيات الفاعلة في الحكومة	الرابعة
100	48	المجموع	

كشفت نتائج الموضحة في الجدول أعلاه أن موضوع الشخصيات الفاعلة في الحكومة قد حاز على اعلي نسبة قدرت بـ (77.08%) بتكرار بلغ 37 وحدة احتل بذلك على اعلي مرتبة تليها في المرتبة الثانية موضوع المجتمع المدني بنسبة (22.91%) وتكرار بلغ 11 وحدة فقط.

<sup>1</sup> إسماعيل معارف: "المعارضة وخيار الانتحار"، مرجع سبق ذكره.

ويمكن القول أن قناة النهار ركزت على الشخصيات الفاعلة في الحكومة المؤيدة لترشح الرئيس المنتهية ولايته لعهدة رابعة، بحيث كانت القناة تغطي كل لقاءات الفاعلين الذين كانوا يعرضون برنامج المرشح بوتفليقة، وخصصت لهم مدة كبيرة من البث طيلة الحملة الانتخابية ومن بين هؤلاء الفاعلين نجد احمد أويحي، عمارة بن يونس، عمار غول، عمار سعيداني، عبد العزيز بلخادم، عبد المالك سلال واحمد بن صالح، أما فيما يخص المجتمع المدني فقد كانت قناة النهار الإخبارية داعمة ومنتبعة للقاءات التي ينظمها أنصار المرشح عبد العزيز بوتفليقة وكذا رؤساء الجمعيات الممثلة للمجتمع المدني.

فمن خلال النسب المسجلة في موضوع المعارضون للعهدة الرابعة وموضوع المؤيدون للعهدة الرابعة نلاحظ أن قناة النهار قد انحازت إلى المؤيدون من خلال تغطيتها لخبراتهم المؤيدة للمرشح بوتفليقة على غرار التغطية الضعيفة التي قامت بها للمعارضين وهنا تعكس هذه النسب توجه القناة وموقفها المعارض للمعارضين للعهدة الرابعة ودعمها ووقوفها مع المؤيدين للعهدة الرابعة.



الشكل رقم 05 يمثل المواضيع الفرعية لفئة المؤيدون للعهدة الرابعة.

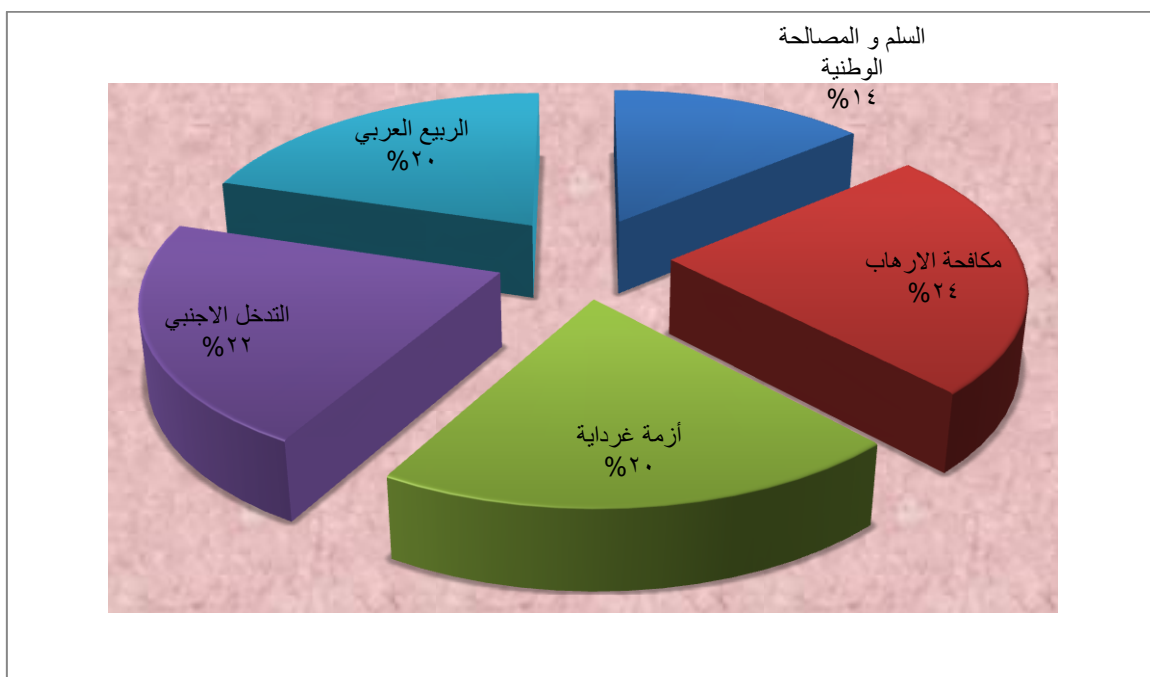
الجدول رقم (6) يمثل المواضيع الفرعية بالنسبة لفئة موضوع قضايا الأمن والاستقرار.

النسبة %	التكرار	الموضوع الفرعي	الموضوع الرئيسي
13.92	11	السلم والمصالحة الوطنية	قضايا الأمن والاستقرار
24.05	19	مكافحة الإرهاب	
20.25	16	أزمة غرداية	
21.51	17	التدخل الأجنبي	
20.25	16	الربيع العربي	
100	79		الموضوع

كشفت الأرقام الموضحة في الجدول أعلاه الذي يمثل المواضيع الفرعية بالنسبة لفئة موضوع قضايا الأمن والاستقرار حيث كانت أكثر المواضيع مركز اهتمام قناة النهار الإخبارية موضوع مكافحة الإرهاب الذي احتل المرتبة الأولى بنسبة قدرت بـ (24.05%) بتكرار بلغ 19 وحدة، تليها موضوع التدخل الأجنبي الذي احتل المرتبة الثانية بنسبة (21.25%) وبتكرار بلغ 17 وحدة، يليها موضوعين متشابهين شملت موضوع أزمة غرداية وموضوع الربيع العربي بنسبة (20.25%) وبتكرار بلغ 16 وحدة، حيث احتل هذين الموضوعين المرتبة الثالثة، فيما قدرت نسبة موضوع السلم والمصالحة الوطنية بـ (13.92%) بتكرار 11 وحدة، احتل هذا الموضوع المرتبة الرابعة والأخيرة بين المواضيع.

فمن خلال الموضوع الذي احتل المرتبة الأولى الذي تمثل في مكافحة الإرهاب يليه موضوع التدخل الأجنبي الذي احتل المرتبة الثانية، نجد أن قناة النهار قد ركزت اهتمامها على هذين الموضوعين أكثر لما لهما من خطر على أمن واستقرار الجزائر، إذ نجد أن الحملة الانتخابية 2014م بالجزائر قد تزامن تنظيمها مع أوضاع أمنية مزرية التي عرفتها الدول المجاورة للجزائر والدول العربية التي شهدت ثورات الربيع العربي ككل، حيث أن هذا الحراك السياسي كان دافعا لقناة النهار في تركيزها على مكافحة الإرهاب وضرورة توعية الشعب الجزائري الذي كان يعيش غليان بين مؤيد ومعارض للعهد الرابعة وبين مقاطع للانتخابات كليا وداعيا للتدخل الأجنبي، قامت قناة النهار بعرض تقارير تسعى من خلالها إلى ضرورة تهدئة الأوضاع والتصويت في الانتخابات ونبد كل من يريد المساس بأمن الجزائر سواء الداخلي أو الخارجي، أما فيما يخص المواضيع الأخرى نجد أن اهتمام القناة بها كان أقل من المواضيع الأخرى ذلك أن التطرق بشكل

مكثف إلأزمة غرداية وثورات الربيع العربي التي كانت تعرفها بعض الدول العربية، بمقدوره أن يتسبب إلى شحن لأوساط الشعب الجزائري الذي كان أثناء تلك الفترة يعيش على وقع أعصابه خوفا من وقوع حرب أهلية وتكرار سيناريو التسعينيات التي خلفت وراءها خسائر مادية وبشرية فادحة، أما فيما يخص موضوع السلم والمصالحة الوطنية الذي جاء به الرئيس عبد العزيز بوتفليقة في برنامجه الانتخابي ضمن عهده الأولى، عرف نسبة تغطية ضئيلة جدا ذلك أن الموضوع أصبح مستهلك في العديد من الاستحقاقات التي مضت، حيث اعتبرت قناة النهار هذا الموضوع أهم انجاز حققه المرشح الحر والمنتبهة ولايته عبد العزيز بوتفليقة.



الشكل رقم 06 يمثل المواضيع الفرعية بالنسبة لفئة موضوع قضايا الأمن والاستقرار.

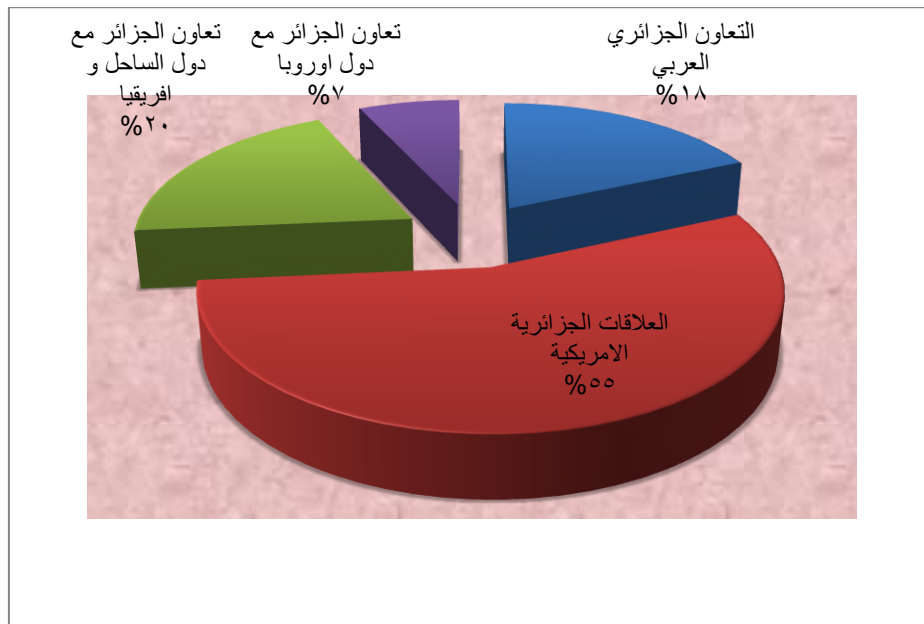
الجدول رقم (07) يمثل المواضيع الفرعية بالنسبة لفئة موضوع العلاقات الدولية.

النسبة %	التكرار	الموضوع الفرعي	الموضوع الرئيسي
18.39	16	التعاون الجزائري العربي	العلاقات الدولية
55.17	48	العلاقات الجزائرية الأمريكية	
19.54	17	تعاون الجزائر مع دول الساحل وأفريقيا	
6.89	06	تعاون الجزائر مع دول أوروبا	
10	87		المجموع

كشفت نتائج الجدول 07 الذي يمثل المواضيع الفرعية بالنسبة لفئة موضوع العلاقات الدولية أن أعلى مرتبة احتلها موضوع العلاقات الجزائرية الأمريكية بنسبة (55.17%) وبتكرار بلغ 48 وحدة، يليها موضوع تعاون الجزائر مع دول الساحل وإفريقيا بنسبة (19.54%) بتكرار 17 وحدة، احتل هذا الموضوع المرتبة الثانية، يليه موضوع التعاون الجزائري العربي بنسبة (18.39%) بتكرار بلغ 16 وحدة احتل بذلك على المرتبة الثالثة، أما آخر مرتبة احتلها موضوع تعاون الجزائر مع دول أوروبا بنسبة (6.89%) بتكرار بلغ 06 وحدات فقط.

بحيث يمكن القول أن قناة النهار قد ركزت على موضوع العلاقات الجزائرية الأمريكية وموضوع تعاون الجزائر مع دول الساحل ، إذ عرفت فترة الحملة الانتخابية نزول كل من وزير الخارجية الأمريكية "جون كيري" و جاءت هذه الزيارة في فترة حساسة تمر بها الجزائر وذلك لضمان بقاء حظوظ هذه الدول في تطور شراكتها مع الجزائر، فيما يخص القطاع الاقتصادي والأمني، بحيث تعد الجزائر دولة مهمة وبارزة في التدخل لفض النزاعات في دول الساحل وإفريقيا ككل من خلال العديد من الأزمات التي نجحت الجزائر في القضاء عليها، وكذلك موقفها الداعم لاستقلال الصحراء الغربية وتقدير مصيرها.

فقناة النهار ركزت على هذه المواضيع حتى تظهر للشعب الجزائري أن السياسة الجزائرية والحكومة على حد سواء قادرة على تسيير شؤونها وشؤون الدول التي تتعامل معها في مختلف المجالات.



الشكل رقم 07 يمثل المواضيع الفرعية بالنسبة لفئة موضوع العلاقات الدولية.

الجدول رقم (08) يمثل المواضيع الفرعية بالنسبة لفئة موضوع المطالب الاجتماعية.

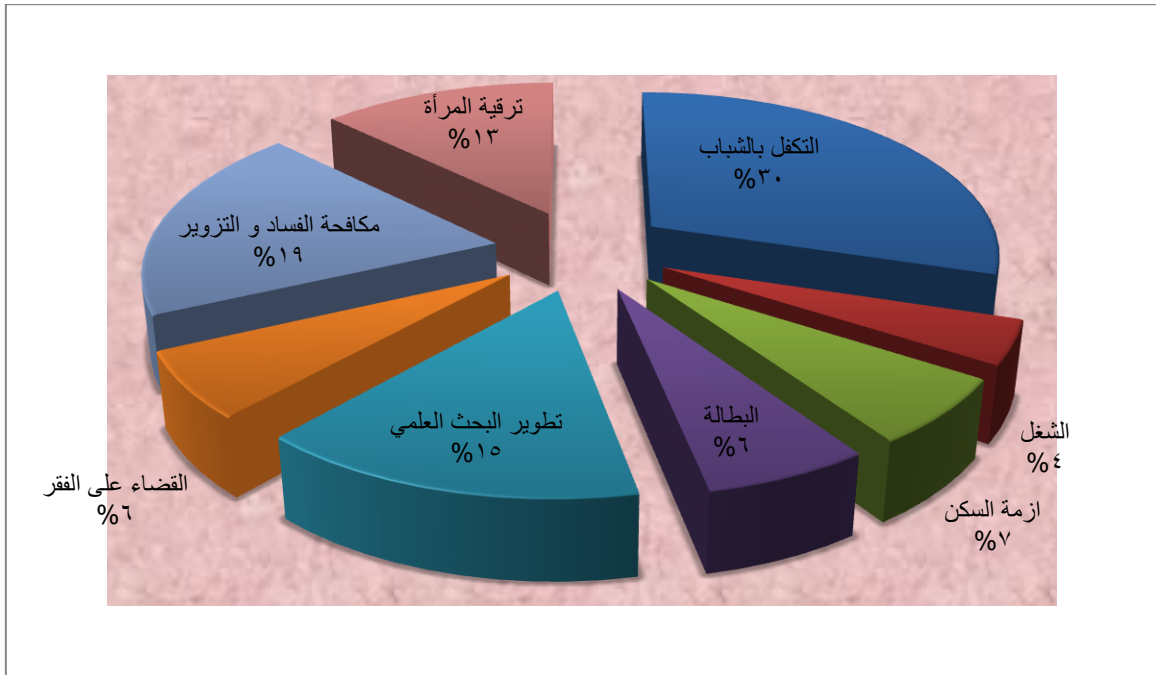
النسبة %	التكرار	الموضوع الفرعي	الموضوع الرئيسي
29.78	14	التكفل بالشباب	المطالب الاجتماعية
04.25	02	الشغل	
06.38	03	توفير السكن	
06.38	03	البطالة	
14.89	07	تطوير البحث العلمي	
06.38	03	القضاء على الفقر	
19.14	09	مكافحة الفساد والتزوير	
12.76	06	ترقية المرأة	
100	47	المجموع	

من بين المواضيع الفرعية في فئة موضوع المطالب الاجتماعية التي ركزت عليها قناة النهار الإخبارية تمثل في موضوع التكفل بالشباب بنسبة قدرت بـ (29.78%) وبتكرار بلغ 14 وحدة، احتل بذلك المرتبة الأولى يليها موضوع مكافحة الفساد والتزوير في المرتبة الثانية بنسبة (19.14%) وبتكرار بلغ 09 وحدات، يليها موضوع تطوير البحث العلمي بنسبة (14.89%) بتكرار بلغ 07 وحدات استحوذ بذلك على المرتبة الثالثة، ثم نجد موضوع ترقية المرأة بنسبة قدرت بـ (12.76%) وبتكرار بلغ 6 وحدات احتل فيها المرتبة الرابعة، فيما جاءت المواضيع الثلاث في المرتبة الخامسة شملت موضوع توفير السكن وموضوع البطالة وموضوع القضاء على الفقر بنسبة قدرت بـ (06.38%) وبتكرار بلغ 3 وحدات، أما آخر مرتبة احتلها موضوع الشغل بنسبة (04.25%) وبتكرار وحدتين فقط.

يتضح لنا من خلال هذه الأرقام أن قناة النهار الإخبارية قد ركزت اهتمامها على موضوع التكفل بالشباب وموضوع مكافحة الفساد والتزوير أكثر من المواضيع الأخرى، ذلك أن الشباب أصبح يمثل قوة في المجتمع الجزائري الذي يمثل ثلثه، " فإن الشباب اليوم يمثلون في الواقع كتلة هائلة لا يمكن تجاهلها وبخاصة في

ظل واقعهم الاقتصادي والاجتماعي وما يواجهون من مظاهر إقصاء متنوعة<sup>1</sup> حيث أصبحت هذه الفئة مهمشة في العديد من المجالات بداية بمشكل البطالة التي أصبحت الواقع المرير للشباب خريج الجامعات الحائز على شهادات عليا ولا يحصل في الأخير إلا على وظيفة في إطار عقود ما قبل التشغيل.

أما فيما يخص موضوع مكافحة الفساد والتزوير فقد عرفت مرحلة حكم بوتفليقة في عهده الثالثة أكبر فضائح الفساد والتزوير بداية بفضيحة القرن بشركة سوناتراك وسرقة وزير الطاقة والمناجم السابق شكيب خليل لأموال طائلة مرورا إلى قضية عبد المؤمن خليفة إلى العديد من القضايا التي لازال التحقيق فيها جاريا في المحاكم، حيث كان موضوع القضاء على الفساد والتزوير من ضمن المواضيع التي قدمها المرشحون في برامجهم ، أما المواضيع الأخرى فقد كانت اقل اهتمام بالنسبة لقناة النهار الإخبارية ذلك أن مطلب السكن والبطالة والقضاء على الفقر وتمثيل ترقية المرأة والشغل أصبحت مطالب تفرض نفسها بالقوة في كل الاستحقاقات التي عرفتها الجزائر لما لها من عبء على المواطن الجزائري، حيث أصبحت بمثابة الشبح الذي يطارده في بلد غني بالعديد من الثروات ناهيك عن الثروة البشرية المتمثلة في 75% من الشباب.



الشكل رقم 08 يمثل المواضيع الفرعية بالنسبة لفئة موضوع المطالب الاجتماعية.

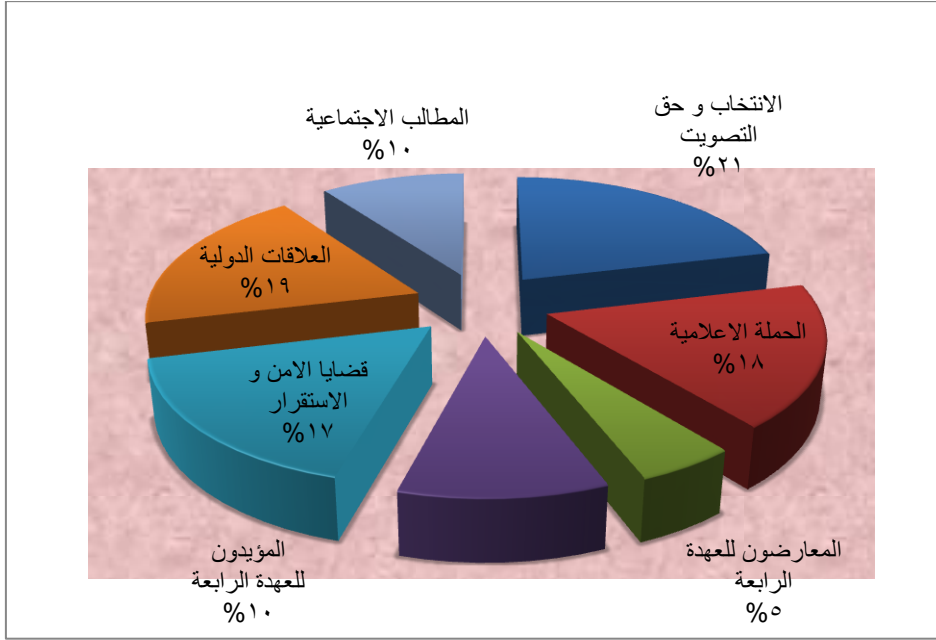
<sup>1</sup> يوسف محمد جمعة الصواني: "اتجاهات الرأي العام العربي نحو الديمقراطية تحليل نتائج دراسة ميدانية"، مرجع سبق ذكره، ص

الجدول رقم (09) يمثل المواضيع الرئيسية المطروحة في فئة الموضوع.

النسبة %	التكرار	فئة الموضوع
21.24	99	الانتخاب والتصويت
17.81	83	الحملة الإعلامية
04.93	23	المعارضون للعهد الرابع
10.30	48	المؤيدون للعهد الرابع
16.95	79	قضايا الأمن والاستقرار
18.66	87	العلاقات الدولية
10.08	47	المطالب الاجتماعية
100	466	المجموع

حظي اعلي موضوع في هذا الجدول على نسبة (21.24%) وبتكرار بلغ 99 وحدة تمثلت في موضوع الانتخاب وحق التصويت احتل بذلك على المرتبة الأولى، يليه موضوع العلاقات الدولية بنسبة (18.66%) وبتكرار بلغ 87 وحدة احتل المرتبة الثانية، أما المرتبة الثالثة استحوذ عليها موضوع الحملة الإعلامية بنسبة (17.81%) وبتكرار بلغ 79 وحدة احتل المرتبة الرابعة، ثم نجد موضوع المؤيدون للعهد الرابع بنسبة (10.30%) وبتكرار بلغ 48 وحدة استحوذ على المرتبة الخامسة، أما موضوع المطالب الاجتماعية فقد قدرت نسبته بـ(10.08%) وبتكرار بلغ 47 وحدة احتل على المرتبة السادسة، أما آخر موضوع في هذا الجدول فتمثل في موضوع المعارضون للعهد الرابع بنسبة (04.93%) وبتكرار بلغ 23 وحدة.

أن الملاحظ من الأرقام المذكورة سالفا نجد أن قناة النهار الإخبارية قد ركزت على موضوع الانتخاب وحق التصويت الذي احتل على المرتبة الأولى بين المواضيع الرئيسية الأخرى يليه موضوع العلاقات الدولية التي حظي بتغطية مكثفة أما تطرقها للمواضيع الأخرى كان متوسطا مقارنة مع موضوع الانتخاب وحق التصويت والعلاقات الدولية، بينما نجد آخر موضوع في الجدول تمثل في المعارضون للعهد الرابع نجد انه كان من ضمن آخر اهتمامات القناة، بحيث لم تولي له أهمية كبيرة مقارنة مع موضوع المؤيدون للعهد الرابع الذي استحوذ على نسبة كبيرة وهنا يبرز اتجاه قناة النهار من كل هذه المواضيع المطروحة أثناء الحملة الانتخابية لعام 2014 بالجزائر.



الشكل رقم 09 يمثل المواضيع الرئيسية المطروحة في فئة الموضوع.

الجدول رقم (10) يمثل عناصر فئة الاتجاه حسب المواضيع الفرعية المطروحة.

الاتجاه									
مختلط		معارض		محايد		مؤيد			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
00	00	1.28	01	9.58	07	4.24	07	الحملة الانتخابية	الانتخاب
00	00	00	00	4.10	03	9.69	16	الواجب الانتخابي	والتصويت
00	00	00	00	00	00	2.42	04	المشاركة السياسية	
20	01	1.28	01	4.10	03	00	00	خطابات المرشح على فوزي ربايعين	الحملة الإعلامية
00	00	1.28	01	4.10	03	1.21	02	خطابات المرشحة لويزة حنون	
00	00	3.84	03	8.21	06	00	00	خطابات المرشح عبد العزيز بلعيد	
40	02	00	00	8.21	06	25.45	42	خطابات المرشح عبد العزيز بوتفليقة	
00	00	00	00	10.95	08	0.60	01	خطابات المرشح موسى تواتي	
00	00	17.94	14	9.58	07	0.60	01	خطابات المرشح على بن فليس	
00	00	8.97	07	00	00	00	00	الأحزاب المعارضة	المعارضون
00	00	14.10	11	00	00	00	00	حركة رشاد و بركات	للعهدة
00	00	16.66	13	1.36	01	00	00	أنصار الجبهة الإسلامية للإنقاذ المنحل	الرابعة
00	00	00	00	00	00	8.45	14	المجتمع المدني	المؤيدون
00	00	00	00	00	00	8.48	14	الشخصيات الفاعلة في الحكومة	للعهدة الرابعة
00	00	00	00	00	00	3.03	05	السلم والمصالحة الوطنية	قضايا الأمن والاستقرار
00	00	00	00	2.73	02	8.48	14	مكافحة الإرهاب	
00	00	8.97	07	1.36	01	00	00	أزمة غرداية	
00	00	10.25	08	1.36	01	00	00	التدخل الأجنبي	
00	00	10.25	08	00	00	00	00	الربيع العربي	
00	00	00	00	00	0004	4.84	08	التعاون الجزائري العربي	العلاقات الدولية
20	01	3.84	03	5.47	05	6.66	11	العلاقات الجزائرية الأمريكية	
00	00	00	00	6.84	03	3.03	05	تعاون الجزائر مع دول الساحل وإفريقيا	
00	00	1.28	01	4.10	03	3.03	05	تعاون الجزائر مع دول أوروبا	
20	01	00	00	4.10	03	3.03	05	التكفل بالشباب	الشغل
00	00	00	00	00	00	1.81	03		

00	00	00	00	2.73	02	00	00	توفير السكن	
00	00	00	00	2.73	02	00	00	البطالة	المطالب
00	00	00	00	1.36	01	3.03	5	تطوير البحث العلمي	الاجتماعية
00	00	00	00	4.10	03	00	00	القضاء على الفقر	
00	00	00	00	00	00	1.81	03	مكافحة الفساد والتزوير	
00	00	00	00	2.73	02	00	00	ترقية المرأة	
100	05	100	78	100	73	100	165		المجموع

كشفت النتائج الموضحة في الجدول الخاص بفئة اتجاه قناة النهار الإخبارية المؤيد أو المحايد أو المعارض أو المختلط للحملة الانتخابية 2014م، من خلال المواضيع المطروحة، حيث نجد في الاتجاه المؤيد موضوع خطابات المرشح عبد العزيز بوتفليقة الذي احتل المرتبة الأولى بنسبة (25,45%) وبتكرار بلغ 42 اتجاه، يليه موضوع الواجب الانتخابي إلي احتل المرتبة الثانية بنسبة (9.69%) وبتكرار بلغ 16 اتجاه، يليه موضوع المجتمع المدني وموضوع الشخصيات الفاعلة في الحكومة وموضوع مكافحة الإرهاب الذين احتلوا المرتبة الثالثة بنسبة (8,48%) وبتكرار بلغ 14 اتجاه، يليه موضوع العلاقات الجزائرية الأمريكية الذي احتل المرتبة الرابعة بنسبة (6.66%) وبتكرار بلغ 11 اتجاه، يليه موضوع التعاون الجزائري العربي الذي احتل المرتبة الخامسة بنسبة (4,84%) وبتكرار بلغ 08 اتجاهات، يليه موضوع الحملة الانتخابية الذي احتل المرتبة السادسة بنسبة (4,24%) وبتكرار بلغ 07 اتجاهات، يليه موضوع السلم والمصالحة الوطنية، وموضوع تعاون الجزائر مع دول الساحل وأفريقيا وموضوع تعاون الجزائر مع دول أوروبا، وموضوع التكفل بالشباب، وموضوع تطوير البحث العلمي بنسبة (3,03%) وبتكرار بلغ 05 اتجاهات احتلوا بذلك المرتبة السابعة، يليه موضوع المشاركة السياسية الذي احتل المرتبة الثامنة بنسبة (2,42%) وبتكرار بلغ 4 اتجاهات، ثم نجد موضوعين متشابهين في المرتبة التاسعة شملت موضوع الشغل وموضوع مكافحة الفساد والتزوير بنسبة (1,81%) وبتكرار بلغ 3 اتجاهات، فيما نجد موضوع خطابات المرشحة لويزة حنون في المرتبة العاشرة بنسبة (1,21%) وبتكرار اتجاهين، يليها موضوع خطابات المرشح مستوياتي وموضوع خطابات المرشح علي بن فليس في المرتبة الحادي عشر بنسبة (0.60%) وبتكرار اتجاه واحد لكل موضوع، ثم تأتي المواضيع الأخرى التي تمثلت في موضوع خطابات المرشح علي فوزي رباعين وموضوع خطابات المرشح عبد العزيز بلعيد وموضوع الأحزاب المعارضة وموضوع حركة رشاد وبركات وموضوع أنصار الجبهة الإسلامية للإنقاذ المنحل وموضوع التدخل الأجنبي وأزمة غرداية والربيع العربي وتوفير السكن و البطالة والقضاء على الفقر وموضوع ترقية المرأة احتلت المرتبة الأخيرة بدون تسجيل أي اتجاه مؤيد في معالجتها للحملة الانتخابية 2014.

أما فيما يخص الاتجاه المحايد فقد احتل موضوع خطابات المرشح موسى تواتي على المرتبة الأولى بنسبة (10,95%) بتكرار 8 اتجاهات، يليه موضوع الحملة الانتخابية وموضوع خطابات المرشح علي بن فليس اللذان احتلا المرتبة الثانية بنسبة (9.58%) وبتكرار بلغ 7 اتجاهات، يليه موضوع خطابات المرشح عبد العزيز بلعيد وموضوع خطابات المرشح عبد العزيز بوتفليقة بنسبة (8,21%) بتكرار بلغ 6 اتجاهات لكل موضوع اللذين احتلا المرتبة الثالثة، أما المرتبة الرابعة نجد موضوع تعاون الجزائر مع دول الساحل وأفريقيا بنسبة (6,84%) وبتكرار بلغ 5 اتجاهات، يليه موضوع العلاقات الجزائرية الأمريكية الذي احتل المرتبة الخامسة بنسبة (5,47%) بتكرار 4 اتجاهات، ثم نجد موضوع الواجب الانتخابي وموضوع خطابات المرشح علي فوزي رباعين، وموضوع خطابات لويضة حنون، وموضوع تعاون الجزائر مع دول أوروبا، وموضوع التكفل بالشباب وموضوع القضاء على الفقر اللذين احتلوا المرتبة السادسة بنسبة (4,10%) بتكرار 3 اتجاهات، يليه موضوع مكافحة الإرهاب، وموضوع أزمة السكن والبطالة وترقية المرأة الذي احتل المرتبة السابعة بنسبة (2,73%) بتكرار اتجاهين لكل موضوع، يليه موضوع أنصار الجبهة الإسلامية للإنقاذ المنحل، وموضوع أزمة غرداية وموضوع التدخل الأجنبي وموضوع تطوير البحث العلمي الذي احتل المرتبة الثامنة بنسبة (1,36%) بتكرار اتجاه واحد لكل موضوع، أما المواضيع الأخرى التي تمثلت في موضوع المشاركة السياسية وموضوع الأحزاب المعارضة وموضوع حركة رشاد وبركات، وموضوع المجتمع المدني وموضوع الشخصيات الفاعلة في الحكومة وموضوع السلم والمصالحة الوطنية وموضوع الربيع العربي وموضوع التعاون الجزائري العربي وموضوع الشغل ومكافحة الفساد والتزوير التي لم تسجل فيها أي اتجاه محايد.

أن عن الاتجاه المعارض فقد احتل موضوع خطابات المرشح علي بن فليس المرتبة الأولى بنسبة (17,94%) وبتكرار 14 اتجاه، يليه موضوع أنصار الجبهة الإسلامية للإنقاذ المنحل الذي احتل المرتبة الثانية بنسبة (66.66%) بتكرار 13 اتجاه، يليه موضوع حركة رشاد وبركات في المرتبة الثالثة بنسبة (14,10%) وبتكرار بلغ 11 اتجاه، يليه موضوع التدخل الأجنبي وموضوع الربيع العربي اللذين احتلا المرتبة الرابعة بنسبة (10.25%) وبتكرار بلغ 7 اتجاهات يليه موضوع الأحزاب المعارضة وموضوع أزمة غرداية اللذين احتلا الرتبة الخامسة بنسبة (8.97%) بتكرار 7 اتجاهات لكل موضوع، يليه موضوع العلاقات الجزائرية الأمريكية وموضوع خطابات المرشح عبد العزيز بلعيد الذي احتل المرتبة السادسة بنسبة (3,84%) وبتكرار بلغ 3 اتجاهات، يليه أربع مواضيع متشابهة احتلت المرتبة السابعة بنسبة (1,28%) بتكرار اتجاه واحد شملت موضوع الحملة الانتخابية، موضوع خطابات المرشح علي فوزي رباعين وموضوع المرشحة لويضة حنون، وموضوع تعاون الجزائر مع دول أوروبا، فيما انعدمت النسبة تماما في المواضيع الأخرى التي تمثلت في موضوع الواجب الانتخابي، المشاركة السياسية، خطابات المرشح عبد العزيز بوتفليقة،

فخطابات المرشح موسى تواتي ومواضيع المؤيدون للعهد الرابع وكذا موضوع السلم والمصالحة الوطنية، مكافحة الإرهاب، التعاون الجزائري العربي، تعاون الجزائر مع دول الساحل وأفريقيا وأخيرا مواضيع المطالب الاجتماعية التي لم نسجل فيها أي اتجاه معارض.

نلاحظ من خلال هذه الأرقام أن الاتجاه الغالب في هذه المواضيع هو الاتجاه المؤيد يليه الاتجاه المعارض ثم فالالاتجاه المختلط، مما يظهر اتجاه قناة النهار الإخبارية المؤيد في معالجتها للقضايا المطروحة في الحملة الانتخابية ومعارضتها لبعض المواضيع، حيث نجد أن أكثر المواضيع تأييدا تمثلت في خطابات المرشح عبد العزيز بوتفليقة وأكثر المواضيع معارضة تمثلت في خطابات المرشح علي بن فليس، هنا تظهر القناة تحيزها لمرشح معين دون التقيد بمعيار المصداقية والحيادية والموضوعية في عرضها لخطابات المرشحين، كما كشفت هذه الأرقام معارضة القناة لموضوع الربيع العربي وموضوع الأحزاب المعارضة وحركة رشاد وبركات دون تسجيل اتجاهات أخرى في هذه المواضيع، وتأييدها الكلي لموضوع السلم والمصالحة الوطنية وموضوع المجتمع المدني وموضوع الشخصيات الفاعلة في الحكومة، فيما لم نلمس أي اتجاه معارض بخصوص مواضيع المطالب الاجتماعية التي تعتبر مطلب شرعي وحق لكل مواطن جزائري، أما فيما يخص الاتجاه المحايد والمختلط فنجد أن القناة قد تعاملت مع المواضيع حسب اهتماماتها والأولويات التي تولمها في معالجتها لهذه القضايا انطلاقا من الخلفية الإيديولوجية والمسار الذي تنتهجه.

في الأخير نستخلص أن قناة النهار كانت مؤيدة للمرشح عبد العزيز بوتفليقة ولدعاة العهد الرابع ومعارضة لكل منافس له ولكل معارض للعهد الرابع، إذ ركزت علي البرامج الانتخابية والمؤيدون للعهد الرابع والعلاقات الدولية فيما اعتبرت المواضيع الأخرى مواضيع عادية تعاملت معها بمثابة أحداث يومية.

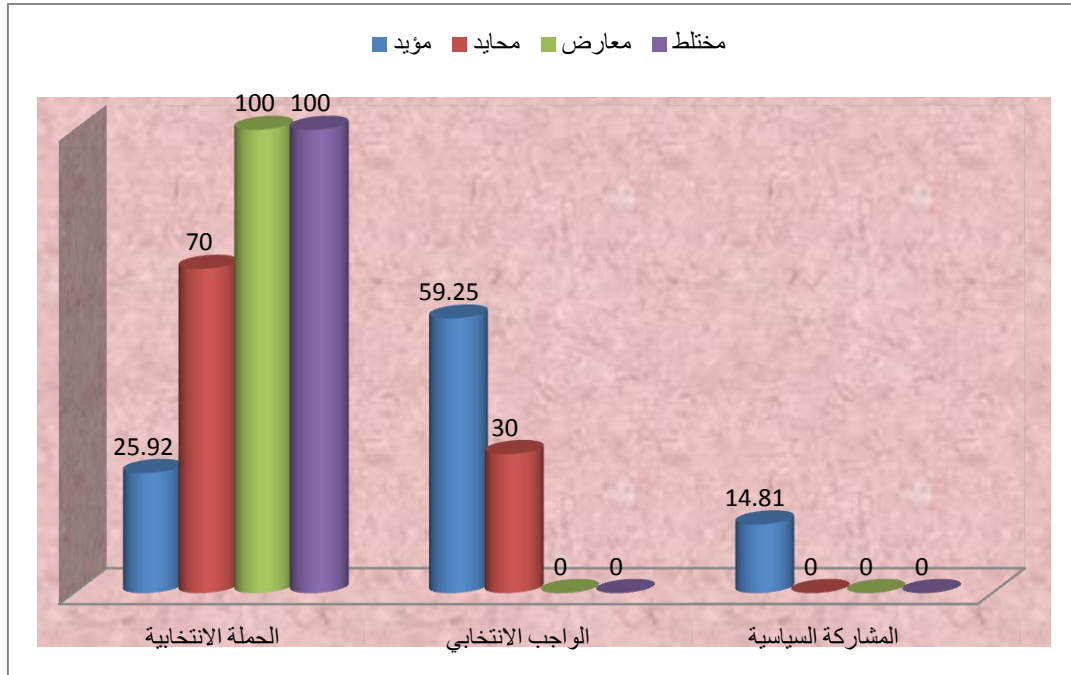
الجدول رقم (11) يمثل عناصر فئة الاتجاه حسب موضوع الانتخاب وحق التصويت.

الاتجاه								موضوع فرعي	موضوع رئيسي
مختلط		معارض		محايد		مؤيد			
%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار		
00	00	00	00	70	07	25.92	07	الحملة الانتخابية	الانتخاب
00	00	00	00	30	03	59.25	16	الواجب الانتخابي	والتصويت
00	00	00	00	00	00	14.81	04	المشاركة السياسية	
100	00	100	00	100	10	100	27		المجموع

تبرز البيانات الموضحة في الجدول لفئة عناصر الاتجاه المؤيد والمحايد والمعارض والمختلط، المطروحة في عناصر موضوع الانتخاب وحق التصويت، أن موضوع الواجب الانتخابي احتل المرتبة الأولى بأكبر نسبة وتكرار حيث قدرت نسبته بـ (59.25%) وبتكرار بلغ 16 اتجاه مؤيد، ونسبة (30%) بتكرار بلغ 3 اتجاهات محايدة دون تسجيل أي اتجاه معارض أو مختلط، يليه موضوع الحملة الانتخابية التي احتل المرتبة الثانية بنسبة (25.92%) بتكرار بلغ 7 اتجاهات مؤيدة، ونسبة (70%) بتكرار 7 اتجاهات محايدة دون تسجيل أي اتجاه معارض أو مختلط، يأتي في الأخير موضوع المشاركة السياسية الذي احتل المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة قدرت بـ (14.81%) بتكرار بلغ 4 اتجاهات مؤيدة دون تسجيل أي اتجاه محايد أو معارض أو مختلط.

نلاحظ من خلال هذه المعطيات أن هناك اختلاف في الاتجاهات بالنسبة لقناة النهار الإخبارية من موضوع لأخر، وهذه الاختلافات تعود إلى أهمية كل موضوع بالنسبة للقناة، حيث نجد أن قناة النهار ركزت على موضوع الواجب الانتخابي والحملة الانتخابية أكثر من المواضيع الأخرى وهذا يعكس مدى تأثير قناة النهار على الرأي العام حول التصويت والاقتراع ومدى أهمية الانتخابات التي تعتبرها أمر مصيري للشعب الجزائري في ظل الحراك السياسي الذي عرفته هذه الفترة حول دعوة بعض الأطراف المعارضة للعهد الرابعة إلى مقاطعة الانتخابات، وهنا نجد أن قناة النهار قد ركزت اهتمامها على هذين الموضوعين في محاولة منها الضغط على الرأي العام الجزائري، من خلال نشر وبث أفكار تدعو إلى تبني فعل الاقتراع وتفسير وشرح ما هو الواجب الانتخابي حيث استعملت القناة أفكار ودلالات تعكس اتجاهاتها، فنذكر مثلا

طرح القناة لموضوع كيف يتم التصويت في بلدان أوروبا كالسويد وبلجيكا وهولندا التي تفرض غرامات مالية في حالة عدم تصويت المواطنين حيث تعتبر انه حق من بين الحقوق التي يتمتع بها المواطنون وليس واجب كما يرون (125 يورو غرامة مالية لكل مواطن بلجيكي تخلف عن أداء واجبه الانتخابي، رواتب تسحب في بلاد بوليفيا، حرمان المواطن من جواز سفر و رخصة القيادة في اليونان) وهذا كافي بأن يعكس توجه قناة النهار حول تأييدها لموضوع الواجب الانتخابي والحملة الانتخابية.



الشكل رقم 11 يمثل عناصر فئة الاتجاه حسب موضوع الانتخاب والتصويت.

الجدول رقم (12) يمثل عناصر فئة الاتجاه حسب موضوع الحملة الإعلامية.

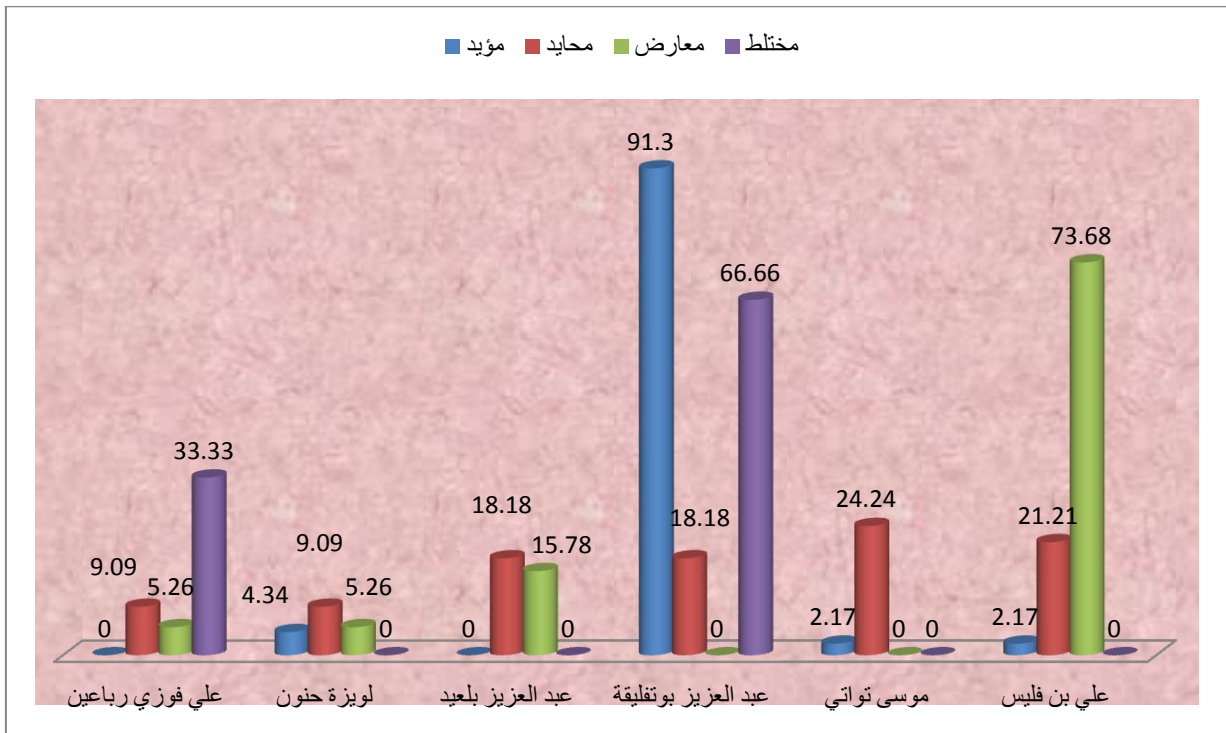
الاتجاه								موضوع فرعي	موضوع رئيسي
مؤيد		محايد		معارض		مختلط			
%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار		
33.33	01	5.26	01	9.09	03	00	00	خطاب المرشح على فوزي ربايعين	الحملة الإعلامية
00	00	5.26	01	9.09	03	4.34	02	خطاب المرشحة لويذة حنون	
00	00	15.78	03	18.18	06	00	00	خطاب المرشح عبد العزيز بلعيد	
66.66	02	00	00	18.18	06	91.30	42	خطاب المرشح عبد العزيز بوتفليقة	
00	00	00	00	24.24	08	2.17	01	خطاب المرشح موسى تواتي	
00	00	73.68	14	21.21	07	2.17	01	خطاب المرشح علي بن فليس	
100	03	100	19	100	33	100	46		المجموع

تبرز البيانات الموضحة في الجدول لفئة عناصر الاتجاه المؤيد والمحايد والمعارض والمختلط المطروحة في عناصر فئة موضوع الحملة الإعلامية، أن موضوع خطابات المرشح عبد العزيز بوتفليقة احتلت المرتبة الأولى بنسبة قدرت بـ (91.30%) وبتكرار بلغ 42 اتجاه مؤيد، وبنسبة (18.18%) بتكرار بلغ 6 اتجاهات محايدة وبنسبة (66.66%) بتكرار اتجاهين مختلطين دون تسجيل أي اتجاه معارض، يليه موضوع خطابات المرشح على بن فليس الذي احتل المرتبة الثانية بنسبة قدرت بـ 2.17% وبتكرار اتجاه واحد مؤيد وبنسبة 21.21% بتكرار بلغ 7 اتجاهات محايدة، وبنسبة (73.68%) بتكرار بلغ 14 اتجاه معارض دون تسجيل أي اتجاه مختلط، يليه خطابات المرشح عبد العزيز بلعيد الذي احتل المرتبة الثالثة بنسبة قدرت بـ (18.18%) بتكرار بلغ 6 اتجاهات محايدة، وبنسبة (15.78%) بتكرار ثلاث اتجاهات معارضة دون تسجيل

أي اتجاه مؤيد أو مختلط، يليه موضوع خطابات المرشح على فوزي رباعين الذي احتل المرتبة الرابعة بنسبة (9.09%) وبتكرار بلغ 3 اتجاهات محايدة، وبنسبة (5.26%) بتكرار بلغ اتجاه 01 معارض وبنسبة (33.33%) بتكرار اتجاه 01 مختلط دون تسجيل أي اتجاه مؤيد، يليه موضوع خطابات المرشح موسى تواتي الذي احتل المرتبة الخامسة بنسبة قدرت بـ (2.17%) بتكرار 02 اتجاه مؤيد وبنسبة (24.24%) بتكرار 8 اتجاهات محايدة، دون تسجيل أي اتجاه معارض أو محايد، يليه خطابات المرشحة لويضة حنون الذي احتل المرتبة السادسة والأخيرة بنسبة قدرت بـ (4.34%) وبتكرار بلغ 02 اتجاه مؤيد وبنسبة (9.09%) بتكرار 3 اتجاهات محايدة، وبنسبة (5.26%) بتكرار اتجاه واحد معارض، دون تسجيل أي اتجاه مختلط.

نلاحظ من خلال المعطيات أن هناك تذبذب كبير في الاتجاهات، حيث نجد أن اتجاه قناة النهار من هذه المواضيع قد اختلف من موضوع لآخر وهذا يعكس مدى أهمية هذه المواضيع وكيفية عرضها بالنسبة للقناة بحيث سجلت أرقام متباينة في كل من الاتجاه المؤيد والمحايد والمعارض والمختلف إلا أن النسب العالية والمتمثلة في تأييد خطابات المرشح عبد العزيز بوتفليقة ومعارضة خطابات المرشح على بن فليس يؤكد لنا موقف قناة النهار منهما بحيث لم تتحلى هذه الأخيرة بالحيادية في عرضها لبرامج المرشحين والتي نجد أن مدة عرض برنامج أي مرشح يكون بنفس المدة وعادل في وسائل الإعلام، بينما نجد هذا البند غائب تماما في هذه القناة، وظهور الأرقام في الاتجاهات الأربع تماما يوضح محاولة قناة النهار تبني الاتجاه المحايد أحيانا حتى لا تظهر للمشاهد توجهها الإيديولوجي والمسار السياسي الذي يحركها وأنها عالجت حدث الحملة الانتخابية بنوع من المصداقية والحيادية إلا أن الأرقام تعكس ذلك.

فمعارضة قناة النهار للمرشح بن فليس الذي احتل المرتبة الأولى في الاتجاه المعارض والمرتبة الأخيرة في الاتجاه المؤيد تشمل في قيام قناة النهار الإخبارية بالتهجم عليه من خلال عرض مواضيع هدفها النيل من برنامجه الانتخابي من خلال التأثير على الرأي العام وتحويل اتجاهات المعارضين وتحويلها إلى مؤيدين لصالح المرشح عبد العزيز بوتفليقة حيث ربطت المرشح علي بن فليس بحركة رشاد وبركات وصرحت بأنه وراء اندلاع أزمة غرداية .



الشكل رقم (12) يمثل عناصر فئة الاتجاه حسب موضوع الحملة الإعلامية.

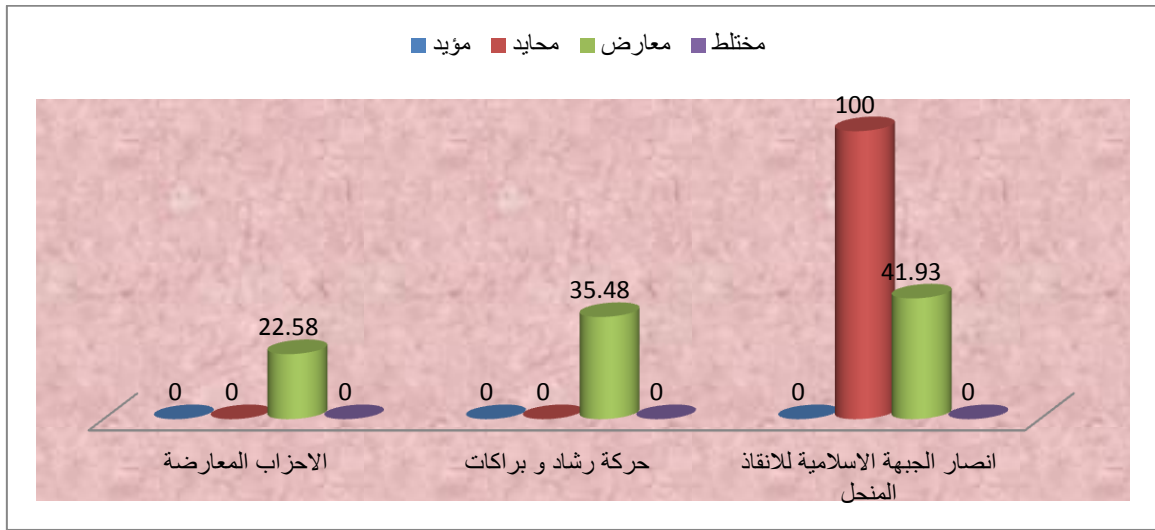
الجدول رقم (13) يمثل عناصر فئة الاتجاه حسب موضوع المعارضون للعهد الرابعة.

موضوع رئيسي		الاتجاه		موضوع فرعي		تكرار		مؤيد		محايد		معارض		مختلط	
		%	تكرار												
المعارضون	الأحزاب المعارضة	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	22.58	07	00	00
للعهدة	حركة رشاد وبركات	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	35.48	11	00	00
الرابعة	أنصار الجبهة الإسلامية للإنقاذ المنحل	00	00	00	00	100	01	00	00	100	01	41.93	13	00	00
المجموع		100	00	100	00	100	01	100	00	100	01	100	31	00	00

تبرز البيانات الموضحة في الجدول لفئة عناصر الاتجاه المؤيد والمحايد والمعارض والمختلط المطروحة في عناصر فئة موضوع المعارضون للعهد الرابعة، أن موضوع أنصار الجبهة الإسلامية للإنقاذ المنحل احتل

المرتبة الأولى بنسبة قدرت بـ(100%) بتكرار بلغ 01 اتجاه محايد وبنسبة (41.93%) بتكرار 13 اتجاه معارض دون تسجيل أي اتجاه مؤيد أو مختلط، يليه موضوع حركة رشاد وبركات الذي احتل المرتبة الثانية بنسبة قدرت بـ (35.48%) بتكرار بلغ 11 اتجاه معارض دون تسجيل أي اتجاه مؤيد أو محايد أو مختلط، يليه موضوع الأحزاب المعارضة الذي احتل المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة قدرت بـ (22.58%) بتكرار بلغ 7 اتجاهات معارضة دون تسجيل أي اتجاه مؤيد أو محايد أو مختلط.

نلاحظ من خلال المعطيات أن قناة النهار الإخبارية كانت معارضة تماما لأطراف التي كانت تندد بمقاطعة الانتخابات، بحيث نجد أعلى مرتبة حاز عليها موضوع أنصار الجبهة الإسلامية للإنقاذ المنحل والذي عرف تسجيل اتجاه واحد محايد تمثل في تصريح الذي صرحه كل من على بلحاج وعباس مدني العضوين المؤسسين للحزب حول اقتراحهما لأخطاء أثناء العشرية السوداء ويريدان الرجوع إلى الساحة السياسية الجزائرية، وتصحيح أخطائهما، بينما نجد أقل نسبة معارضة سجلت في موضوع الأحزاب السياسية التي لم تظهر إلا قليلا أثناء الحملة الانتخابية 2014م، وكان هذا الظهور من اجل مقاطعة الانتخابات بسبب ترشح الرئيس المنتهية ولايته عبد العزيز بوتفليقة لعهد رابعة، وهذا يظهر جليا رفض قناة النهار كل معارض للمرشح بوتفليقة.



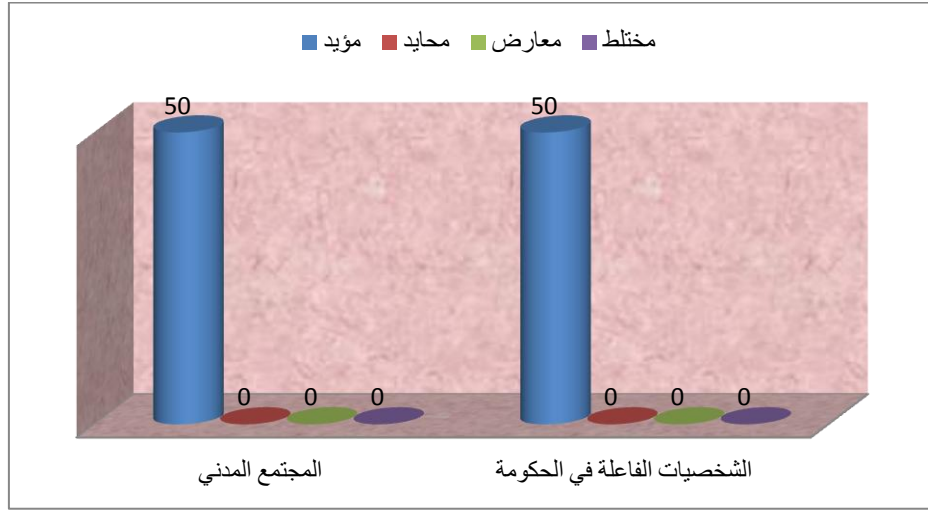
الشكل رقم (13) يمثل عناصر فئة الاتجاه حسب موضوع المعارضون للعهد الرابعة.

الجدول رقم (14) يمثل عناصر فئة الاتجاه حسب موضوع المؤيدون للعهدة الرابعة.

الاتجاه								موضوع رئيسي	موضوع فرعي
مؤيد		محايد		معارض		مختلط			
تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%		
14	50	00	00	00	00	00	00	المؤيدون للعهدة	المجتمع المدني
14	50	00	00	00	00	00	00	الرابعة	الشخصيات الفاعلة في الحكومة
28	100	00	100	00	100	00	100	المجموع	

تبرز البيانات الموضحة في الجدول لفئة عناصر الاتجاه المؤيد والمحايد والمعارض والمختلط المطروحة في عناصر فئة موضوع المؤيدون للعهدة الرابعة أن موضوع المجتمع المدني وموضوع الشخصيات الفاعلة في الحكومة احتلا المرتبة الأولى بنسبة قدرت بـ (50%) بتكرار بلغ 14 اتجاه مؤيد دون تسجيل أي اتجاه محايد أو معارض أو مختلط لكل موضوع.

تفسر المعطيات المسجلة في الجدول أن قناة النهار كانت مؤيدة كل التأييد للمؤيدين للعهدة الرابعة من خلال إظهار قناة النهار توجهها أثناء عرضها للأطراف المجتمع المدني والشخصيات الفاعلة في الحكومة الذين يعتبرون من أنصار المرشح عبد العزيز بوتفليقة بحيث قامت القناة بتسليط الضوء أكثر على هذه الأطراف ، فالأرقام تظهر اتجاه القناة المؤيد للعهدة الرابعة والمعالجة المتحيزة لهذه الموضوعين فيما لم تسجل أي اتجاهات أخرى ، فقد تمثلت الآراء والأفكار التي عالجتها قناة النهار متمثلة في تغطية خرجات أنصار المرشح عبد العزيز بوتفليقة المتمثلة في القوافل التي كانت تجوب شوارع العاصمة وولايات أخرى من الجزائر التي كانت تدعو إلى التصويت لصالح عبد العزيز بوتفليقة ، كما قامت القناة بتغطية كذلك خرجات الشخصيات الفاعلة في الحكومة الداعمون لمرشحهم الحر بوتفليقة والتي تمثلت في خطابات كل من أحمد أويحي، عمار سعيداني، عمارة بن يونس، عمار غول، عبد العزيز بلخادم، احمد صالح، الذين كانوا ينظمون تجمعات داخل وخارج الجزائر بهدف جمع أكبر قدر من الأنصار وهنا يظهر تأييد قناة النهار الإخبارية للعهدة الرابعة للمرشح عبد العزيز بوتفليقة.



الشكل رقم (14) يمثل عناصر فئة الاتجاه حسب موضوع المؤيدون للعهد الرابعة

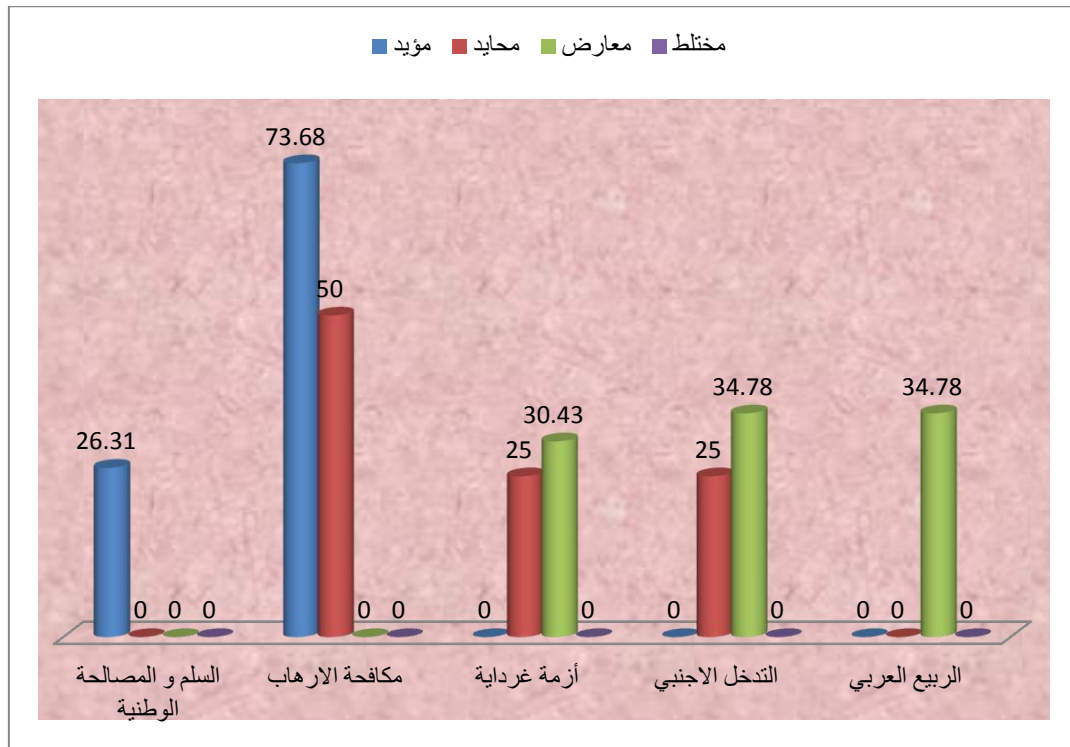
الجدول رقم (15) يمثل عناصر فئة الاتجاه حسب موضوع قضايا الأمن والاستقرار.

الاتجاه								موضوع فرعي	موضوع رئيسي
مختلط		معارض		محايد		مؤيد			
%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار		
00	00	00	00	00	00	26.31	05	السلم والمصالحة الوطنية	
00	00	00	00	50	02	73.68	14	مكافحة الإرهاب	قضايا
00	00	30.43	07	25	01	00	00	أزمة غرداية	الأمن و
00	00	34.78	08	25	01	00	00	التدخل الأجنبي	الاستقرار
00	00	34.78	08	00	00	00	00	الربيع العربي	
100	00	100	23	100	04	100	19		المجموع

تبرز البيانات الموضحة في الجدول لفئة عناصر الاتجاه المؤيد والمحايد والمعارض والمختلط المطروحة في عناصر فئة موضوع قضايا الأمن والاستقرار أن موضوع مكافحة الإرهاب احتل المرتبة الأولى بنسبة قدرت بـ(73.68%) وبتكرار بلغ 14 اتجاه مؤيد بنسبة (50%) بتكرار 02 اتجاه محايد، دون تسجيل أي اتجاه

معارض أو مختلط، يليه موضوع التدخل الأجنبي الذي احتل المرتبة الثانية بنسبة قدرت بـ (25%) بتكرار بلغ 01 اتجاه محايد، ونسبة (34.78%) بتكرار 8 اتجاهات معارضة، دون تسجيل أي اتجاه مؤيد أو مختلط، يليه موضوع أزمة غرداية الذي احتل المرتبة الثالثة بنسبة قدرت بـ (25%) بتكرار بلغ 01 اتجاه محايد، ونسبة (30.43%) بتكرار 7 اتجاهات معارضة دون تسجيل أي اتجاه مؤيد أو مختلط، يليه موضوع الربيع العربي الذي احتل المرتبة الرابعة والأخيرة بنسبة (34.78%) بتكرار بلغ 8 اتجاهات معارضة دون تسجيل أي اتجاه مؤيد أو مختلط.

نلاحظ من خلال المعطيات اتجاه قناة النهار من موضوع قضايا الأمن والاستقرار، حيث أظهرت القناة تأييدها الكلي لموضوع مكافحة الإرهاب وموضوع السلم والمصالحة الوطنية فيما عارضت موضوع أزمة غرداية وموضوع التدخل الأجنبي وموضوع الربيع العربي، حيث نلاحظ أن القناة اعتبرت موضوع السلم والمصالحة الوطنية ومكافحة الإرهاب من أهم إنجازات التي أتت بها الرئيس المنتهية ولايته عبد العزيز بوتفليقة وأشادت بما قدمه في هذا المجال في محاولة الحفاظ على امن واستقرار الجزائر وإعادة الهدوء والسلم بعد عقد من الزمن إرهاب وعنف ودمار، بينما عارضت موضوع أزمة غرداية الذي اعتبرته مجرد مناوشات بين الشباب الطائش في حين نجد أن هذه الأزمة أسفر عنها عدد من القتلى، فيما أظهرت كذلك للمشاهد أن التدخل الأجنبي في الجزائر أمر مرفوض وغير مقبول من خلال إجراء مقابلات عديدة مع قيادات سابقة في المؤسسة العسكرية ومحللون سياسيون وضحووا المخاطر التي تنجم في حالة التدخل الأجنبي في الجزائر. وعليه نجد أن قناة النهار الإخبارية قد تعاملت مع المواضيع حسب طبيعتها وأهميتها الأولويات التي توليها لها



الشكل رقم (15) يمثل عناصر فئة الاتجاه حسب موضوع قضايا الأمن والاستقرار.

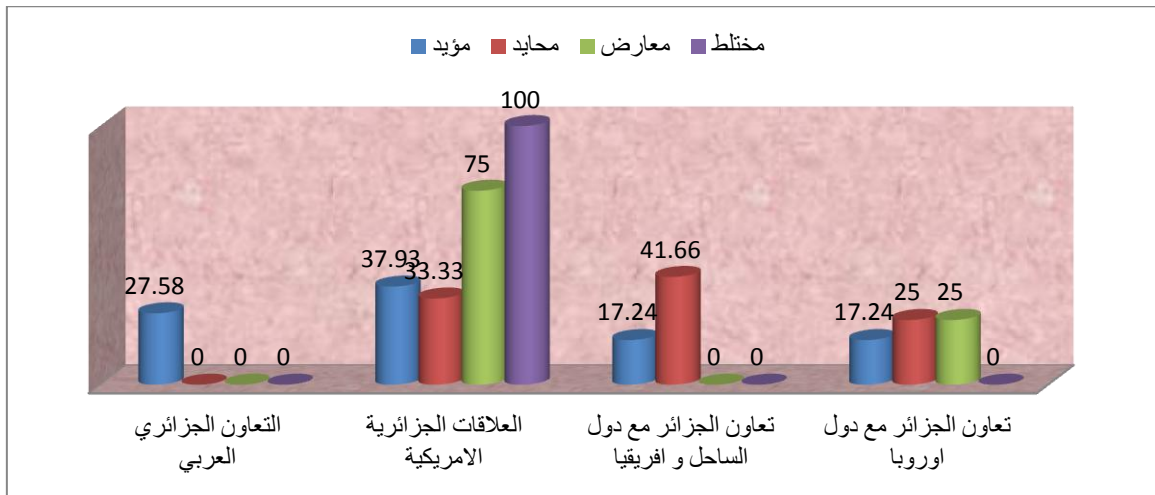
الجدول رقم (16) يمثل عناصر فئة الاتجاه حسب موضوع العلاقات الدولية.

الاتجاه								موضوع فرعي	موضوع رئيسي
مختلط		معارض		محايد		مؤيد			
%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار		
00	00	00	00	00	00	27.58	08	التعاون الجزائري العربي	العلاقات الدولية
100	01	75	03	33.33	04	37.93	11	العلاقات الجزائرية الأمريكية	
00	00	00	00	41.66	05	17.24	05	تعاون الجزائر مع دول الساحل و إفريقيا	
00	00	25	01	25	03	17.24	05	تعاون الجزائر مع دول أوروبا	
100	01	100	04	100	12	100	29		المجموع

تبرز البيانات الموضحة في الجدول لفئة عناصر الاتجاه المؤيد والمحايد والمعارض والمختلط المطروحة في عناصر فئة موضوع العلاقات الدولية، أن موضوع العلاقات الجزائرية الأمريكية احتل المرتبة الأولى بنسبة قدرت بـ (37.93%) وبتكرار بلغ 11 اتجاه مؤيد ونسبة (33.33%) وتكرار بلغ 4 اتجاهات محايدة ونسبة (75%) بتكرار 3 اتجاهات معارضة ونسبة (100%) بتكرار 01 اتجاه مختلط، يليه موضوع تعاون الجزائر مع دول أوروبا الذي احتل المرتبة الثانية بنسبة قدرت بـ (17.24%) بتكرار 5 اتجاهات مؤيدة ونسبة (25%) بتكرار 3 اتجاهات محايدة ونسبة (25%) بتكرار 01 اتجاه معارض دون تسجيل أي اتجاه مختلط، يليه موضوع تعاون الجزائر مع دول الساحل وأفريقيا الذي احتل المرتبة الثالثة بنسبة قدرت بـ (17.24%) بتكرار 5 اتجاهات مؤيدة ونسبة (41.66%) بتكرار 5 اتجاهات محايدة دون تسجيل أي اتجاه معارض أو مختلط، يليه موضوع التعاون الجزائري العربي الذي احتل المرتبة الرابعة والأخيرة بنسبة قدرت بـ (27.58%) بتكرار 8 اتجاهات مؤيدة دون تسجيل أي اتجاه محايد أو معارض أو مختلط.

برز في المعطيات أن الاتجاه المؤيد والمعارض قد ظهر جليا في موضوع العلاقات الدولية حيث اعتبر موضوع العلاقات الجزائرية الأمريكية أكثر المواضيع الأخرى التي عرفت تأييد ومعارضة للموضوع بحيث تمثل تأييد القناة للموضوع من خلال الزيارة التي قام بها وزير الخارجية إلى الجزائر بهدف الحفاظ وضمان بقاء الشراكة الجزائرية الأمريكية في مجال الاقتصاد في حال انتخاب رئيس آخر غير المرشح عبد العزيز بوتفليقة، فيما نجد أن أعلى نسبة سجلت في هذا الموضوع تمثلت في الاتجاه المختلط المتمثل في معالجة القناة لموضوع الشراكة من منطلق مؤيد ومعارض في نفس الوقت، لكون أن الولايات المتحدة الأمريكية تستشير الجزائر بخصوص مقدره هذه الأخيرة لفض النزاعات في بعض الدول العربية والإفريقية لما للجزائر من حنكة دبلوماسية وخبرة وتجربة في مجال مكافحة الإرهاب ، وبرز اتجاهها المعارض في اعتبار بعض المحللين السياسيين أن أمريكا قد سخرت من ترشح عبد العزيز بوتفليقة الذي اعتبرته غير قادر على تسيير إدارة شؤون البلاد حسب تصريح قناة النهار.

فيما نجد النسب والاتجاهات متقاربة بخصوص المواضيع الأخرى والمتمثلة في موضوع تعاون الجزائري العربي وموضوع تعاون مع دول الساحل وإفريقيا وموضوع تعاون الجزائر مع دول أوروبا إذ نجد أن الجانب السياسي قد طغى أكثر من الجانب الاقتصادي من حيث الوضع الأمني والسياسي والاقتصادي المستقر في الجزائر على غرار ما يحدث في الدول العربية والأوروبية من ثورات الربيع العربي وأزمات اقتصادية لبعض دول أوروبا، فنلاحظ أن اتجاه قناة النهار الإخبارية من هذه المواضيع كان حسب أهمية وأولوية المواضيع الفرعية المطروحة في الموضوع الرئيسي المتمثل في العلاقات الدولية.



الشكل رقم (16) يمثل عناصر فئة الاتجاه حسب موضوع العلاقات الدولية.

الجدول رقم (17) يمثل عناصر فئة الاتجاه حسب موضوع المطالب الاجتماعية.

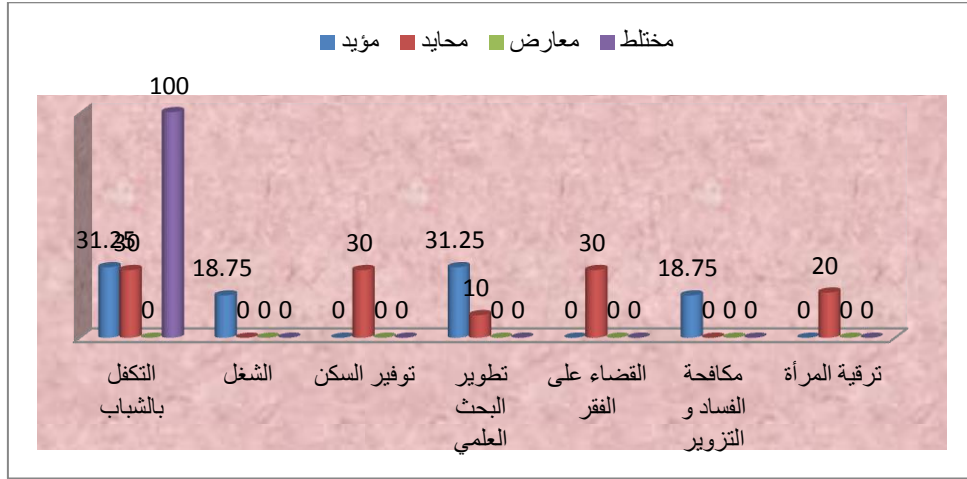
الاتجاه								موضوع فرعي	موضوع رئيسي
مختلط		معارض		محايد		مؤيد			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
100	01	00	00	30	03	31.25	05	التكفل بالشباب	المطالب الاجتماعية
00	00	00	00	00	00	18.75	03	الشغل	
00	00	00	00	20	02	00	00	توفير السكن	
00	00	00	00	10	01	31.25	05	تطوير البحث العلمي	
00	00	00	00	30	03	00	00	القضاء على الفقر	
00	00	00	00	00	00	18.75	03	مكافحة الفساد والتزوير	
00	00	00	00	20	02	00	00	ترقية المرأة	
100	01	100	00	100	10	100	16		المجموع

تبرز البيانات الموضحة في الجدول لفئة الاتجاه المؤيد والمحايد والمختلط المطروحة في عناصر فئة موضوع المطالب الاجتماعية، أن موضوع التكفل بالشباب احتل المرتبة الأولى بنسبة قدرت بـ (31.25%) بتكرار بلغ 5 اتجاهات مؤيدة، وبنسبة (30%) بتكرار بلغ 3 اتجاهات محايدة وبنسبة (100%) بتكرار بلغ 01 اتجاه مختلط دون تسجيل أي اتجاه معارض، يليه موضوع تطوير البحث العلمي الذي احتل المرتبة الثانية بنسبة قدرت بـ (31.25%) بتكرار بلغ 5 اتجاهات مؤيدة وبنسبة (10%) بتكرار 01 اتجاه محايد دون تسجيل أي اتجاه معارض أو مختلط، يليه موضوعين متشابهين شمل موضوع الشغل وموضوع مكافحة الفساد والتزوير احتلا المرتبة الثالثة بنسبة قدرت بـ (18.75%) بتكرار بلغ 3 اتجاهات مؤيدة دون تسجيل أي اتجاه محايد أو معارض أو مختلط، يليه موضوعين متشابهين شملت موضوع توفير السكن وموضوع ترقية المرأة احتلا المرتبة الرابعة والأخيرة بنسبة قدرت بـ (20%) بتكرار 02 اتجاه محايد دون تسجيل أي اتجاه مؤيد أو معارض لو مختلط لكل موضوع.

نلاحظ من خلال الأرقام الموضحة في الجدول تذبذب في اتجاه قناة النهار الإخبارية للمواضيع الفرعية المطروحة في موضوع المطالب الاجتماعية، حيث نجد غياب كلي للاتجاه المعارض وهذا يعكس توجه قناة النهار بخصوص معالجتها للقضايا الاجتماعية حيث عالجت موضوع التكفل بالشباب من اتجاه المؤيد والمحايد والمختلط والذي حاز على المرتبة الأولى من بين المواضيع وهذا يظهر مدى أهمية هذا الموضوع بالنسبة للقناة على غرار المواضيع الأخرى باعتبار أن هذه الشريحة تمثل ثلث سكان الجزائر وهناك غياب في معالجة والقضاء على المشاكل التي تواجه الشباب اليوم من تمهيش في شتى المجالات كالبطالة والهجرة غير الشرعية وآفة المخدرات التي أصبحت تنخر هذه الشريحة وقضية العنف والجريمة وغيرها من القضايا التي تطارد شباب اليوم، فيما تمثل اتجاه القناة من موضوعي توفير السكن وتمثيل المرأة في المنابر السياسية بالمحايد في الوقت الذي يدعو الجزائريون من مشكل السكن وانتشار البناء الفوضوي وارتفاع أسعار العقار يطالب آخرون بضرورة ترقية المرأة والسعي إلى المساواة بين الرجل والمرأة في العديد من الميادين، فيما أظهرت القناة اتجاهها المؤيد لموضوع الشغل في ظل ارتفاع نسبة البطالة وارتفاع عدد خريجو الجامعات الذين لم يجدوا وظيفة رغم الشهادات التي يحملونها، وموقفها المؤيد لموضوع القضاء على الفساد والتزوير في ظل تفاقم هذه الظاهرة خاصة الفساد الإداري الذي أصبحت تعرفه العديد من مؤسسات الجزائر في شتى القطاعات.

أما بخصوص اتجاه قناة النهار من موضوع البحث العلمي الذي اعتبرته مكسب مهم للبلاد خاصة في عصر يعرف بعصر التكنولوجيا والتطور وأن الجزائر بحاجة إلى الاستفادة من الإطارات والكوادر المتخرجة

من الجامعة الجزائرية لدفع عجلة التنمية في مختلف القطاعات وبالتالي اللحاق بالدول المتطورة في العالم.



الشكل رقم (17) يمثل عناصر فئة الاتجاه حسب موضوع المطالب الاجتماعية.

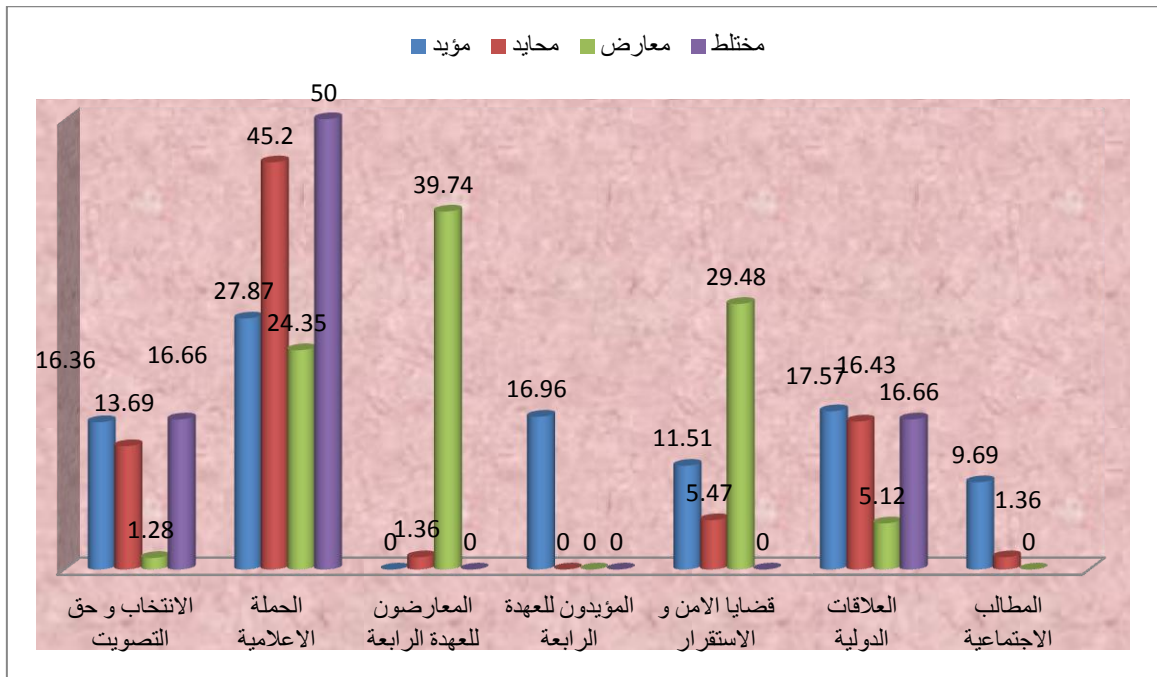
الجدول رقم (18) يمثل عناصر فئة الاتجاه حسب المواضيع الرئيسية المطروحة.

الاتجاه		معارض		محايد		مؤيد		موضوع رئيسي
مختلط	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	%	تكرار	
00	00	1.28	01	13.69	10	16.36	27	الانتخاب والتصويت
60	03	24.35	19	45.20	33	27.87	46	الحملة الإعلامية
00	00	39.74	31	1.36	01	00	00	المعارضون للعهد الرابع
00	00	00	00	00	00	16.96	28	المؤيدون للعهد الرابع
00	00	29.48	23	5.47	04	11.51	19	قضايا الأمن والاستقرار
20	01	5.12	04	16.43	12	17.57	29	العلاقات الدولية
20	01	00	00	1.36	10	9.69	16	المطالب الاجتماعية
100	05	100	78	100	73	100	165	المجموع

تبرز البيانات الموضحة في الجدول لفئة الاتجاه المؤيد والمحايد والمعارض والمختلط المطروحة في المواضيع الرئيسية لفئة الموضوع، إلأن موضوع الحملة الإعلامية احتل المرتبة الأولى بنسبة قدرت بـ (17.87%)

وبتكرار بلغ 46 اتجاه مؤيد وبنسبة (45.20%) بتكرار بلغ 33 اتجاه محايد وبنسبة (24.35%) بتكرار بلغ 19 اتجاه معارض وبنسبة (60%) بتكرار 3 اتجاهات مختلطة، يليه موضوع العلاقات الدولية الذي احتل المرتبة الثانية بنسبة قدرت بـ (17.57%) وبتكرار بلغ 29 اتجاه مؤيد وبنسبة (16.43%) بتكرار بلغ 12 اتجاه محايد وبنسبة (5.12%) بتكرار بلغ 4 اتجاهات معارضة وبنسبة (20%) بتكرار بلغ 01 اتجاه مختلط، يليه موضوع الانتخاب وحق التصويت الذي احتل المرتبة الثالثة بنسبة (16.36%) بتكرار بلغ 27 اتجاه مؤيد وبنسبة (13.69%) بتكرار بلغ 10 اتجاهات محايدة وبنسبة (1.28%) بتكرار 01 اتجاه معارض دون تسجيل أي اتجاه مختلط، يليه موضوع قضايا الأمن والاستقرار الذي احتل المرتبة الرابعة بنسبة قدرت بـ (11.51%) بتكرار بلغ 19 اتجاه مؤيد وبنسبة (5.47%) بتكرار بلغ 4 اتجاهات محايدة وبنسبة (29.48%) بتكرار بلغ 23 اتجاه معارض دون تسجيل أي اتجاه مختلط، يليه موضوع المعارضون للعهد الرابعة الذي احتل المرتبة الخامسة بنسبة قدرت بـ (1.36%) بتكرار بلغ 01 اتجاه محايد وبنسبة (39.74%) بتكرار بلغ 31 اتجاه معارض دون تسجيل أي اتجاه مؤيد أو مختلط، يليه موضوع المطالب الاجتماعية الذي احتل المرتبة السادسة بنسبة قدرت بـ (9.69%) بتكرار بلغ 16 اتجاه مؤيد وبنسبة (1.36%) وبتكرار 10 اتجاه محايدة وبنسبة (20%) بتكرار بلغ 01 اتجاه مختلط دون تسجيل أي اتجاه معارض، يليه موضوع المؤيدون للعهد الرابعة الذي احتل المرتبة السابعة والأخيرة بنسبة قدرت بـ (16.96%) بتكرار بلغ 28 اتجاه مؤيد دون تسجيل أي اتجاه محايد أو معارض أو مختلط.

نستنتج من خلال المعطيات أن قناة النهار قد ركزت اهتمامها على موضوع الحملة الانتخابية كحدث متداول ووجب التعامل معه والتي أظهرت من خلاله اتجاهاتها المختلفة حسب طبيعة معالجتها وموقفها الداعم أو الرافض لكل مرشح، كما اهتمت بموضوع العلاقات الدولية كثاني أكثر المواضيع تداولاً أثناء فترة الحملة الانتخابية والذي بلغ اعلي النسب فيها تمثلت في الاتجاه المختلط، ذلك أن قناة النهار كانت تعالج المواضيع المطروحة فيه انطلاقاً من خطها السياسي وموقفها من هذه القضايا، أما فيما يخص المواضيع الأخرى فكانت النسب متقاربة من حيث الاتجاهات المسجلة فيها.



الشكل رقم (18) يمثل عناصر فئة الاتجاه حسب المواضيع الرئيسية المطروحة.

الجدول رقم (19) يمثل فئة المصدر.

النسبة %	التكرار	الفئات
13	13	المراسلون
02	02	وكالات الأنباء
07	07	مبعوث
46	46	مصادر ذاتية
01	01	مواقع التواصل الاجتماعي
05	05	وسائل الإعلام الأخرى
26	26	غير محدد
100	100	المجموع

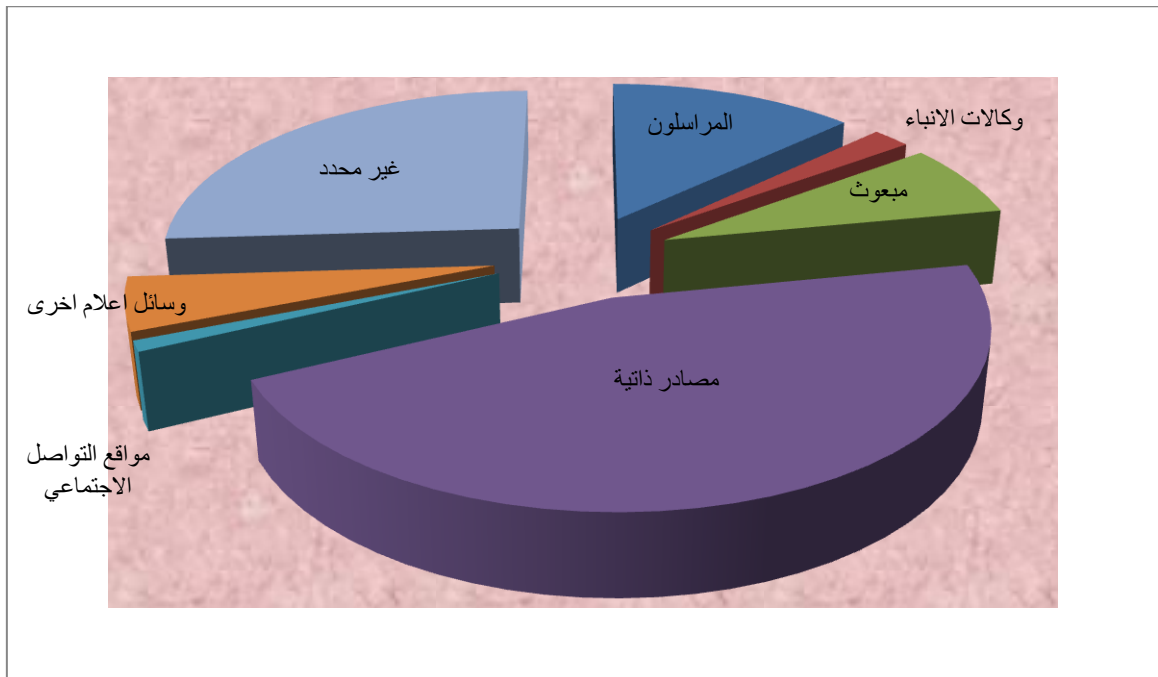
كشفت الأرقام الموضحة في الجدول الذي يمثل فئة المصدر أن المصادر الذاتية والمتمثلة في المحررين ومعدّي القناة احتل المرتبة الأولى بنسبة (46%) وبتكرار بلغ 46 وحدة، يليه المصدر غير محدد الذي احتل المرتبة الثانية بنسبة قدرت بـ (26%) بتكرار بلغ 26 وحدة، يليها مصدر المراسلون الذي احتل المرتبة الثالثة بنسبة قدرت بـ (13%) بتكرار بلغ 13 وحدة، ثم مصدر المبعوث الذي احتل المرتبة الرابعة بنسبة قدرت بـ (7%) بتكرار بلغ 07 وحدات، يليه مصدر وسائل إعلام أخرى الذي احتل المرتبة الخامسة بنسبة قدرت بـ (5%) بتكرار بلغ 05 وحدات، يليه مصدر وكالات الأنباء الذي احتل المرتبة السادسة بنسبة قدرت بـ (2%) بتكرار بلغ 2 وحدتين، أما مصدر مواقع التواصل الاجتماعي الذي احتل المرتبة السابعة والأخيرة بنسبة قدرت بـ (1%) بتكرار بلغ 1 وحدة.

نلاحظ من خلال المعطيات الموضحة أن قناة النهار قد اعتمدت على المصادر الذاتية المتمثلة في المحررين ومعدّي القناة أكثر من المصادر الأخرى كالمراسلين والمبعوث ووكالات الأنباء وذلك لضغط تكلفة إنتاج البرامج والاعتماد على مصادر موثوق بها، فيما جاءت المصادر غير محددة في المرتبة الثانية .

فيما نجد آخر ترتيب في هذا المصادر تمثل في مواقع التواصل الاجتماعي يعود عدم اعتماد القناة عليها كون أن المعلومات التي تنشر في هذه المواقع غير مؤكدة وموثوقة باعتبار عدم وجود رقابة حول المعلومات في الانترنت، بالرغم من ان مواقع التواصل الاجتماعي قد لعبت دورا في الحملة الانتخابية لسنة 2014م، "فقد تحولت الى مسرح للمرشحين الذين يقومون بالتسويق لبرامجهم ومنتوجهم السياسي منافسة بذلك هذه المواقع القنوات الفضائية والوسائل الاعلامية الأخرى في نشر اخبار الانتخابات الرئاسية"<sup>1</sup>.

---

<sup>1</sup> انظر: فوزية عبو: " دور مواقع التواصل في الحملات الانتخابية بالجزائر"، مجلة الباحث في العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي، العدد 4، ديسمبر 2014.



الشكل رقم (19) يمثل فئة المصدر.

الجدول رقم (20) يمثل فئة أولويات المواضيع المطروحة.

النسبة %	التكرار	الفئات
3.26	08	الاحتجاجات والمقاطعات
08.16	20	الأزمة الاقتصادية
25.71	63	الأمن والاستقرار
3.67	09	الفساد
2.44	06	تمثيل المرأة في المناابر السياسية
35.51	87	السياسة الخارجية للجزائر
0.81	02	توفير فرص العمل
1.22	03	أزمة السكن
2.44	06	تعديل الدستور
16.73	41	انجازات الرئيس عبد العزيز بوتفليقة
<b>100</b>	<b>245</b>	<b>المجموع</b>

الجدول رقم (21) يمثل ترتيب المواضيع المطروحة أثناء الحملة الانتخابية.

النسبة %	الترتيب	فئة الموضوع
35.51	01	السياسة الخارجية للجزائر
25.71	02	الأمن والاستقرار
16.73	03	انجازات الرئيس عبد العزيز بوتفليقة
08.16	04	الأزمة الاقتصادية
3.67	05	الفساد
3.26	06	الاحتجاجات والمقاطعات
2.44	07	تمثيل المرأة في المنابر السياسية
2.44	07	تعديل الدستور
1.22	08	أزمة السكن
0.81	09	توفير فرص العمل

كشفت الأرقام الموضحة في الجدول أعلاه أن قناة النهار الإخبارية قد طرحت مجموعة من القضايا والمواضيع التي عالجتها أثناء تغطيتها للحملة الانتخابية 2014، وقامت بترتيب هذه المواضيع وفق أهمية الموضوع بحيث نجد أن أكثر موضوع اهتمت بمعالجته قناة النهار الإخبارية نجد موضوع السياسة الخارجية للجزائر بنسبة (35.51%) وبتكرار بلغ 87 وحدة استحوذ بذلك على المرتبة الأولى، يليها موضوع الأمن والاستقرار الذي حظي كذلك بتغطية مكثفة قدرت نسبتها بـ(25.71%) وبتكرار بلغ 63 وحدة احتل المرتبة الثانية، يليه موضوع انجازات الرئيس عبد العزيز بوتفليقة بنسبة (16.73%) بتكرار 41 وحدة، يليه موضوع الأزمة الاقتصادية كذلك كانت له تغطية كبيرة قدرت نسبته (08.16%) بتكرار 20 وحدة احتل على المرتبة الرابعة في التصنيف، يليه موضوع الفساد بنسبة (3.67%) وبتكرار بلغ 09 وحدة، استحوذ على المرتبة الخامسة، أما فيما يخص موضوع الاحتجاجات والمقاطعات فقد احتل المرتبة السادسة بنسبة (3.67%) وبتكرار بلغ 06 وحدات يليه موضوعين متشابهين شملت موضوع تمثيل المرأة في المنابر السياسية وموضوع تعديل الدستور بنسبة قدرت بـ (2.44%) وبتكرار بلغ 06 وحدات لكل موضوع احتل

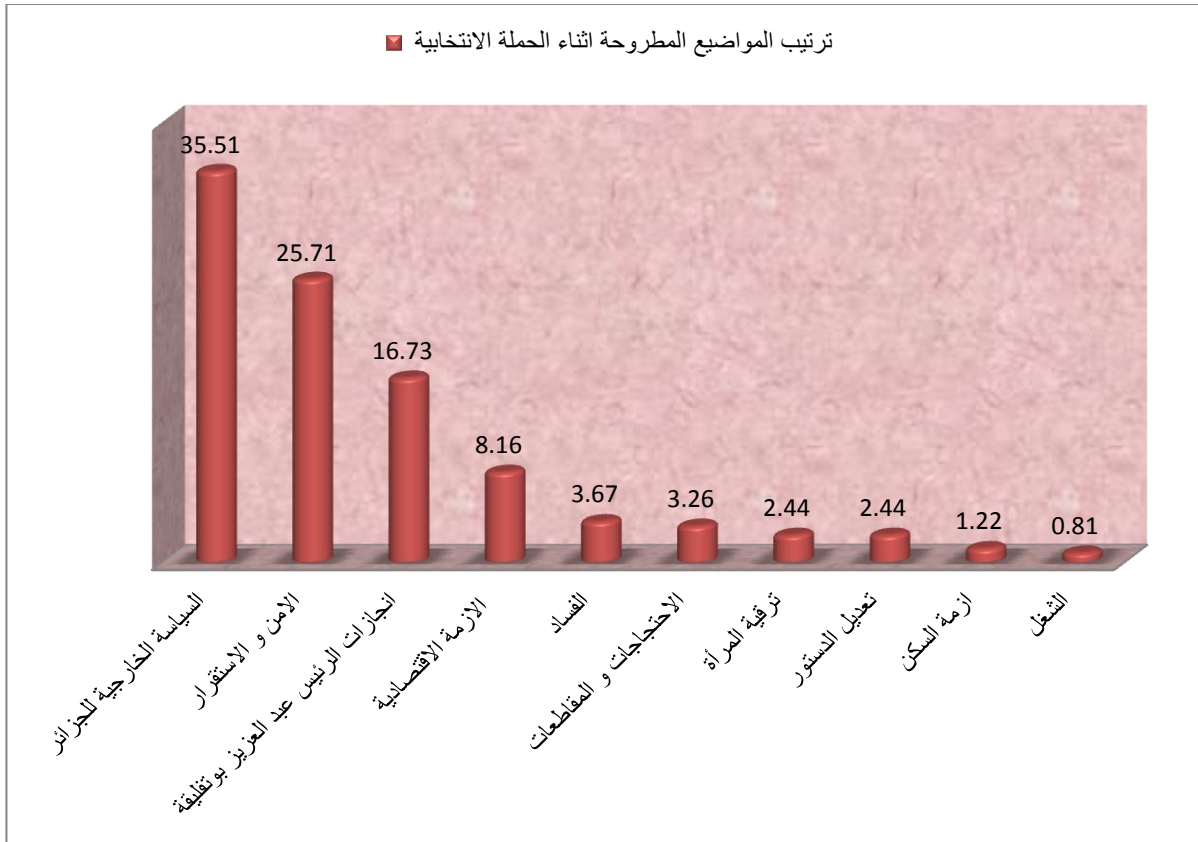
بذلك المرتبة السابعة، أما المرتبة الثامنة فتمثلت في موضوع أزمة السكن بنسبة (1.22%) وبتكرار بلغ 3 وحدات، أما آخر موضوع احتل المرتبة التاسعة تمثل في موضوع توفير فرص العمل بنسبة قدرت بـ (0.81%) وبتكرار وحدتين فقط.

شكل موضوع السياسة الخارجية للجزائر ابرز وأكثر المواضيع التي تم التعرض لها من قبل قناة النهار الإخبارية مشيرة إلى أن علاقة الجزائر مع دول العالم أصبحت علاقة قوية من خلال الحنكة الدبلوماسية التي يمتلكها الرئيس عبد العزيز بوتفليقة، من خلال الزيارات التي قام بها العديد من الشخصيات الثقيلة في العالم إلى الجزائر أثناء الحملة الانتخابية كان أبرزها زيارة وزير الخارجية الأمريكية "جون كيري" وأمير دولة قطر والعديد من الشخصيات التي طالب الجزائر للتدخل في حل نزاعاتها ومشاكلها كدولة مالي والصحراء الغربية والقضية الفلسطينية، كل هذه القضايا انعكست على الجزائر التي اكتسبت مع الوقت هبة ومكانة في العالم لما لها من حنكة وتجربة في مكافحة الإرهاب وفض النزاعات والأزمات.

أما موضوع الأمن والاستقرار فقد تطرقت قناة النهار الإخبارية إلى موضوع السلم والمصالحة الوطنية وموضوع العشرية السوداء وأحداث أكتوبر عام 1988م والأزمة الاقتصادية وانفلات الجزائر من ثورات الربيع العربي التي اجتاحت العديد من الدول العربية مؤخرا، وتوفير الجزائر في حل أزمة غرداية في غضون أيام معدودات، كل هذه القضايا التي طرحتها قناة النهار كان الهدف منها هو تعزيز مدى حنكة النظام السياسي الجزائري في التصدي لمثل هذه الأزمات التي مست امن الجزائر الداخلي والخارج، ومدى حنكة الرئيس عبد العزيز بوتفليقة في تسيير هذه الأزمات.

أما موضوع انجازات الرئيس عبد العزيز بوتفليقة فقد حظي هو كذلك بتغطية كبيرة واحتل المرتبة الثالثة، فقد تطرقت قناة النهار الإخبارية لإنجازات الرئيس بوتفليقة في العديد من المجالات مركزة على المجال السياسي والأمني للبلاد ثم الموضوع الاقتصادي وما حققه طيلة العهود الثلاث، وأخيرا المجال الاجتماعي كمكافحة الفقر والفساد والبطالة وتوفير السكن. حيث نعتبر هذه المواضيع الثلاث الأولى من بين القضايا التي ركزت عليها قناة النهار الإخبارية حيث وصلت نسهم مجتمعة (77.19%) بتكرار بلغ 191 وحدة أي ما يعادل ثلث النسبة الإجمالية، فيما نجد نسبة (22.04%) بتكرار بلغ 54 وحدة تمثلت في المواضيع الاجتماعية والاقتصادية كموضوع: الشغل، الاحتجاجات والمقاطعات، ترقية المرأة، أزمة السكن، الأزمة الاقتصادية، الفساد وتعديل الدستور. وهنا يمكن القول أن القناة قد ركزت بالدرجة الأولى على السياسة الخارجية والأمن واستقرار الجزائر وانجازات الرئيس بوتفليقة أكثر من المطالب الاجتماعية والاقتصادية التي لم تولي لها أهمية كبيرة في ظل الأوضاع المزرية التي يعيشها الشعب الجزائري نتيجة تفاقم احتياجاته كل يوم.

وهذا يؤكد لنا أن قناة النهار تعتمد على أجندة سياسية هدفها خلق اهتمام الجمهور المشاهد بالقضايا التي تطرحها، وبالتالي تقوم بتحديد سعة وعمق الاهتمام العام بالنسبة لكل قضية محددة.



الشكل رقم (21) يمثل فئة أولويات المواضيع المطروحة.

الجدول رقم (22) يمثل عناصر فئة الصور حسب المواضيع الفرعية.

النسبة %	التكرار	الموضوع الفرعي	الموضوع الرئيسي
1.07	05	الصور الثابتة للمرشح على فوزي رباعين	الصور الثابتة
3.21	15	الصور الثابتة للمرشحة لويزة حنون	
3.64	17	الصور الثابتة للمرشح عبد العزيز بلعيد	
17.59	82	الصور الثابتة للمرشح عبد العزيز بوتفليقة	
1.50	07	الصور الثابتة للمرشح موسى تواتي	
5.15	24	الصور الثابتة للمرشح على بن فليس	
5.79	27	فيديو للمرشح على فوزي رباعين	الفيديو
7.08	33	فيديو للمرشحة لويزة حنون	
9.22	43	فيديو للمرشح عبد العزيز بلعيد	
27.03	126	فيديو للمرشح عبد العزيز بوتفليقة	
6.86	32	فيديو للمرشح موسى تواتي	
11.80	55	فيديو للمرشح على بن فليس	
<b>100</b>	<b>466</b>	<b>المجموع</b>	

كشفت الأرقام الموضحة في الجدول الذي يمثل عناصر فئة الصور حسب المواضيع الفرعية، أن موضوع الصور المتحركة للمرشح عبد العزيز بوتفليقة احتل المرتبة الأولى بنسبة قدرت بـ (27.03%) بتكرار بلغ 126 فيديو، يليها موضوع الصور الثابتة للمرشح عبد العزيز بوتفليقة الذي احتل المرتبة الثانية بنسبة قدرت بـ (17.59%) بتكرار بلغ 82 صورة، يليها موضوع فيديو للمرشح علي بن فليس الذي احتل المرتبة الثالثة بنسبة قدرت بـ (11.80%) بتكرار بلغ 55 فيديو، يليها فيديو للمرشح عبد العزيز بلعيد الذي احتل المرتبة الرابعة بنسبة قدرت بـ (9.22%) بتكرار بلغ 43 فيديو، يليه موضوع فيديو للمرشحة لويزة حنون الذي احتل المرتبة الخامسة بنسبة قدرت بـ (7.08%) بتكرار بلغ 33 صورة، يليه موضوع فيديو للمرشح

موسى تواتي الذي احتل المرتبة السادسة بنسبة قدرت بـ (6.86%) بتكرار بلغ 32 فيديو، يليه موضوع فيديو للمرشح على فوزي رباعين الذي احتل المرتبة السابعة بنسبة قدرت بـ (5.79%) بتكرار بلغ 27 فيديو، يليه موضوع الصور الثابتة للمرشح على فوزي رباعين الذي احتل المرتبة الثامنة بنسبة قدرت بـ (5.15%) بتكرار 24 صورة، يليه موضوع الصور الثابتة للمرشح عبد العزيز بلعيد الذي احتل المرتبة التاسعة بنسبة قدرت بـ (3.64%) بتكرار 17 صورة، يليه موضوع الصور الثابتة للمرشحة لويذة حنون الذي احتل المرتبة العاشرة بنسبة قدرت بـ (3.12%) بتكرار بلغ 15 صورة، يليه موضوع الصور الثابتة للمرشح موسى تواتي الذي احتل المرتبة الحادي عشر بنسبة (1.50%) بتكرار بلغ 07 صور، يليه موضوع الصور الثابتة للمرشح علي فوزي رباعين الذي احتل المرتبة الثاني عشر والأخيرة بنسبة قدرت بـ (1.07%) بتكرار بلغ 05 صور.

من خلال النتائج نلاحظ أن النسب الأعلى في فئة الصور الثابتة الفيديو قد ذهبت للمرشح عبد العزيز بوتفليقة يليه المرشح علي بن فليس الذي احتل المرتبة الثانية فيما يخص الصور الثابتة و فيديو ، فيما اختلفت النسب بالنسبة للمرشحين الآخرين، حيث يظهر جليا مدى تركيز القناة على هذين المرشحين مقارنة بالمرشح على فوزي رباعين والمرشحة لويذة حنون والمرشح عبد العزيز بلعيد وموسى تواتي ، وهنا يمكن القول أن قناة النهار الإخبارية كانت تقوم بترتيب المواضيع وفق الأهمية والألوية وإذ نشير إلى نظرية ترتيب الأولويات(الأجندة) التي تنطلق افتراضاتها أن لوسائل الإعلام تأثيرا كبيرا في تركيز الجمهور نحو الاهتمام بموضوعات وأحداث وقضايا معينة وطرح رؤى تراعي المساواة في النوع يمكن أن يؤدي إلى اهتمام الجمهور بهذه القضايا .

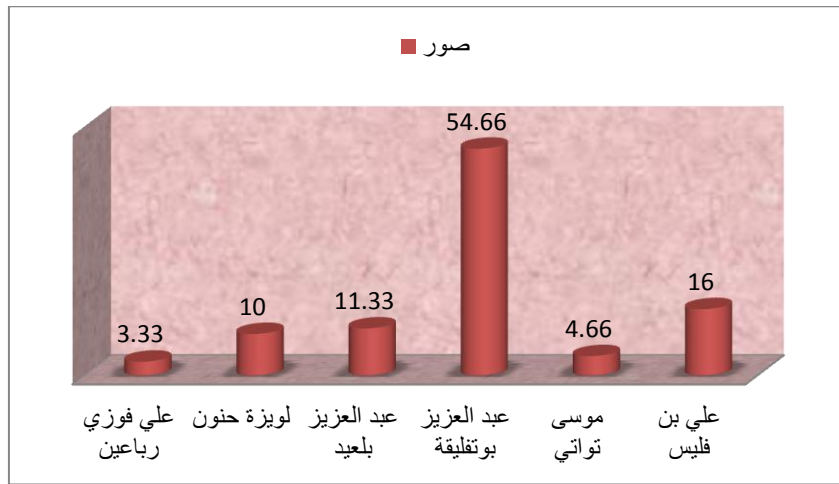


المرتبة الرابعة بنسبة قدرت بـ (10%) وبتكرار بلغ 15 صورة، يليه موضوع صور المرشح موسى تواتي الذي احتل المرتبة الخامسة بنسبة قدرت بـ (4.66%) بتكرار بلغ 07 صور، يليه موضوع الصور الثابتة للمرشح على فوزي ربايعين الذي احتل المرتبة السادسة والأخيرة بنسبة قدرت بـ (3.33%) وبتكرار بلغ 05 صور.

نستنتج من المعطيات أن قناة النهار الإخبارية قد أظهرت توجهها من خلال استعمالها للصور الثابتة، بحيث سلطت الضوء على المرشح عبد العزيز بوتفليقة الذي حاز على أكبر النسب من حيث عدد الصور بين المرشحين الآخرين، يليه المرشح علي بن فليس، فيما تعتبر النسب الأخرى ضئيلة مقارنة بهما، وهذا يعكس مدى اهتمام قناة النهار وتركيزها عليهما، حيث تؤثر الصور في المتلقي بشكل مباشر أو غير مباشر لما تحمله من معاني ودلالات فهي " خطاب ناجز مكتمل يمتلك وسائل مقومات التأثير الفعال في مستقبله أو هي نفسها لغة تستغني بذاتها عن الحاجة إلى غيرها وهنا تكمن خطورتها"<sup>1</sup> إذ أصبحت الصورة اليوم سلاح متطور للغزو والتأثير على الأفراد، " فعصر انفجار المعلومات ووسائل الاتصال ما كان له أن يحقق نجاحا باهرا لولا اعتماده على كل من الكلمة والصورة، فالمعلومات المعبر عنها بالكلمات والصور كافية ووافية وقادرة على شرح نفسها.... خاصة لما يتعلق بنقل الكلمات وصور الأحداث السياسية والعسكرية. بما يجعل المشاهد يعيش الحدث الآني وكأنه جزء منه."،<sup>2</sup> لذا نجد ان قناة النهار قد تعمدت في استعمال صورة المرشحين عبد العزيز بوتفليقة وعلي بن فليس، كونهما كانا يمتلكان أكبر قدر من الأنصار، وما لاحظناه هو أن هذه القناة كانت تعرض صور المرشح عبد العزيز بوتفليقة عندما كان مرشحا في انتخابات الرئاسة سنة 1999م و 2004م، حيث كان يتمتع بصحة جيدة، ولم تستعمل صورته وهو على كرسي متحرك حتى لا تظهر على انه غير قادر على الحكم، وهنا تظهر القناة دعمها للمرشح الحر بوتفليقة وتحاول رسم له صورة تتسم بالقوة والشهامة، كما اعتمدت على بعض صور المرشح علي بن فليس كون أنها لم تبث أحيانا خرجاته أثناء عرضه وتقديمه لبرنامج في إحدى الولايات، بل اكتفت فقط بصوره وتقديم المنشط فقط، كما نجد باقي صور المرشحين الآخرين التي تمثلت في الملصقات واللافتات الإعلانية الخاصة بهم.

<sup>1</sup> رفيق درهم و آخرون: "لمحة عن الصورة و التصوير الفوتوغرافي"، مجلة متابعات إعلامية، العدد 64، اليمن، 1999، ص 64.

<sup>2</sup> طالب الرفاعي: "كلمة التحرير"، جريدة الوطن الكويتية، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، العدد 85، جانفي 2008، الكويت، ص 63.



الشكل رقم (23) يمثل المواضيع الفرعية بالنسبة لفئة الصور الثابتة.

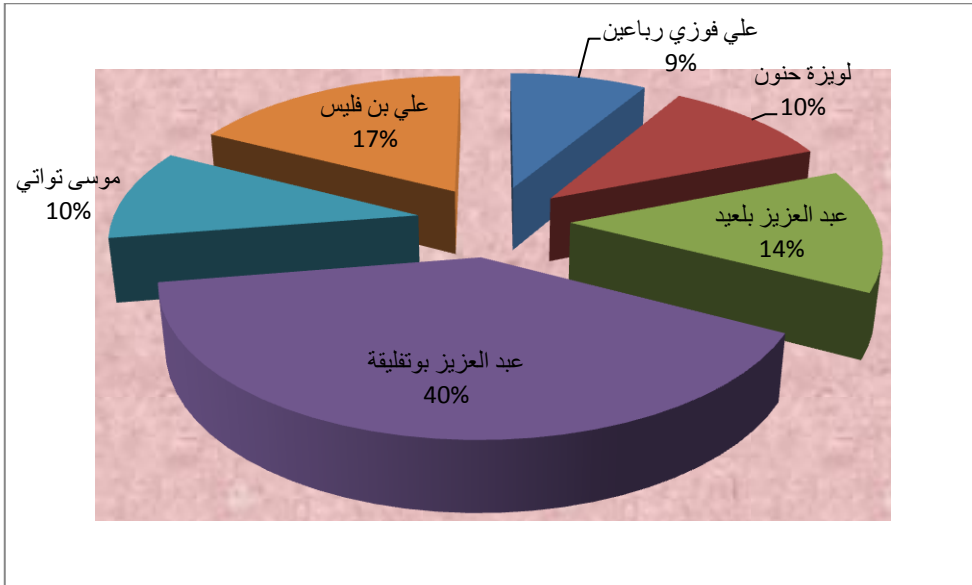
الجدول رقم (24) يمثل المواضيع الفرعية بالنسبة لفئة الصور المتحركة (فيديو).

النسبة %	التكرار	الموضوع الفرعي	الموضوع الرئيسي
8.54	27	فيديو للمرشح علي فوزي رباعين	فيديو
10.44	33	فيديو للمرشحة لويزة حنون	
13.60	43	فيديو للمرشح عبد العزيز بلعيد	
39.87	126	فيديو للمرشح عبد العزيز بوتفليقة	
10.12	32	فيديو للمرشح موسى تواتي	
17.40	55	فيديو للمرشح علي بن فليس	
100	316		المجموع

كشفت البيانات المسجلة في الجدول الذي يمثل المواضيع الفرعية لفئة الفيديو، أن موضوع الفيديو للمرشح عبد العزيز بوتفليقة قد احتل المرتبة الأولى بنسبة قدرت بـ (39.87%) بتكرار بلغ 126 فيديو، يليه موضوع الفيديو للمرشح علي بن فليس الذي احتل المرتبة الثانية بنسبة قدرت بـ (17.40%) بتكرار بلغ 55 فيديو، يليه موضوع الفيديو للمرشح عبد العزيز بلعيد الذي احتل المرتبة الثالثة بنسبة قدرت بـ (13.60%) بتكرار بلغ 43 فيديو، يليه موضوع الفيديو للمرشحة لويزة حنون الذي احتل المرتبة الرابعة بنسبة قدرت بـ (10.44%) بتكرار بلغ 33 فيديو، يليه موضوع الفيديو للمرشح موسى تواتي الذي احتل

المرتبة الخامسة بنسبة قدرت بـ (10.12%) وبتكرار بلغ 32 فيديو، يليه موضوع الفيديو للمرشح علي فوزي رباين الذي احتل المرتبة السادسة والأخيرة بنسبة قدرت بـ (8.54%) بتكرار بلغ 27 فيديو.

تفسر نتائج الجدول أن أكبر نسب استعمال الفيديو تمثلت في المرشح عبد العزيز بوتفليقة الذي تم عرض له أكثر من 120 فيديو، يليه المرشح علي بن فليس الذي حاز على المرتبة الثانية فيما تذبذبت النسب بين المرشحين الآخرين وهنا يظهر مدى عدم تركيز واهتمام قناة النهار بالمرشحين علي فوزي رباين، لويزة حنون، عبد العزيز بلعيد، موسى تواتي، فقد لاحظنا أن قناة النهار قد انحازت إلى المرشح عبد العزيز بوتفليقة في بثها لعدد كبير من الفيديوهات التي استعانت بها من الأرشيف التي تخص المرشح بوتفليقة عندما كان في شبابه، وهنا تحاول القناة في التأثير على المتلقي وتعكس مدى قوة هذا المرشح، في حين نجد أن جل الفيديوهات الخاصة بالمرشح علي بن فليس تم التقاطها حديثا كون أن هذا الأخير كان يقدم ويعرض برنامجه الانتخابي بنفسه، على غرار المرشح عبد العزيز بوتفليقة الذي استعان برئيس الحكومة عبد المالك سلال بسب وضعه الصحي الذي لا يسمح له بالقيام بذلك.



الشكل رقم (24) يمثل المواضيع الفرعية بالنسبة لفئة الفيديو.

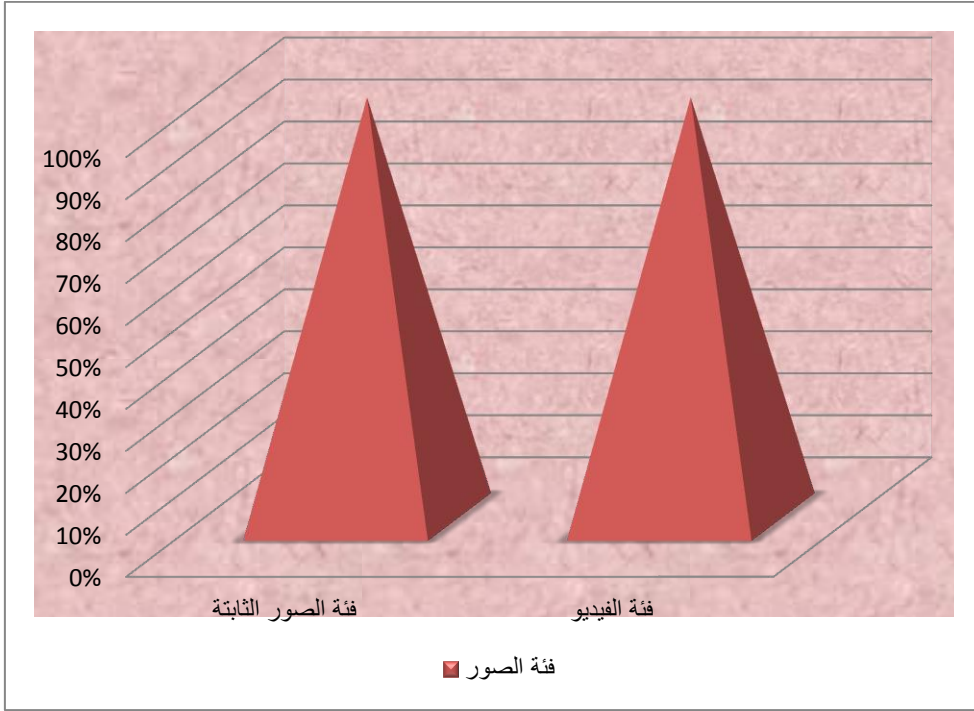
الجدول رقم (25) يمثل المواضيع الرئيسية المطروحة في فئة الصور.

النسبة %	التكرار	فئة الصور
32.18	150	فئة الصور الثابتة
67.81	316	فئة الفيديو
100	466	المجموع

توضح نتائج الجدول الرئيسي لفئة الصور أن موضوع فيديو احتلي المرتبة الأولى بنسبة قدرت بـ (67.81%) بتكرار بلغ 316 فيديو، يليه موضوع الصور الثابتة الذي احتل المرتبة الثانية بنسبة قدرت بـ (32.18%) بتكرار بلغ 150 صورة .

نستنتج من هذه المعطيات أن قناة النهار الإخبارية قد ركزت على فيديو أكثر من الصور الثابتة حيث يرى مبارك حمد أن: "الصورة التلفزيونية (الفيديو) تشكل عنصر تجسيد في بالغ الدلالة والأهمية في اللغة التعبيرية التلفزيونية، تزداد المقدرة الاتصالية والتأثيرية بسبب اقترانها بعنصري الحركة واللون، فقد جعلت الحركة التلفزيون وسيلة إعلام جماهيري الوحيدة القادرة على تقديم صورة متحركة وأعطى اللون للصورة التلفزيونية قيما جمالية غنية وجعلها أكثر قربا من الواقع وبالتالي زاد من مصداقيتها"<sup>1</sup>، فالجمع بين الصورة المتحركة واللون والكلمة المنطوقة يؤدي إلى خلق حالة من الوعي الجماهيري تجاه حدث الحملة الانتخابية وبالتالي يحدث لدى المتلقي صناعة رأي وفكرة ونظرة حول مرشح معين وخاصة عندما ظهر القناة تحيزها لأحد منهم.

<sup>1</sup> حمد مبارك الرسمة: "التأثير الدلالي للكلمة والصورة في الخبر الإعلامي، دراسة نظرية في الإعلام الكويتي"، مذكرة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2012/2013، ص 57.



الشكل رقم (25) يمثل المواضيع الرئيسية المطروحة في فئة الصور.

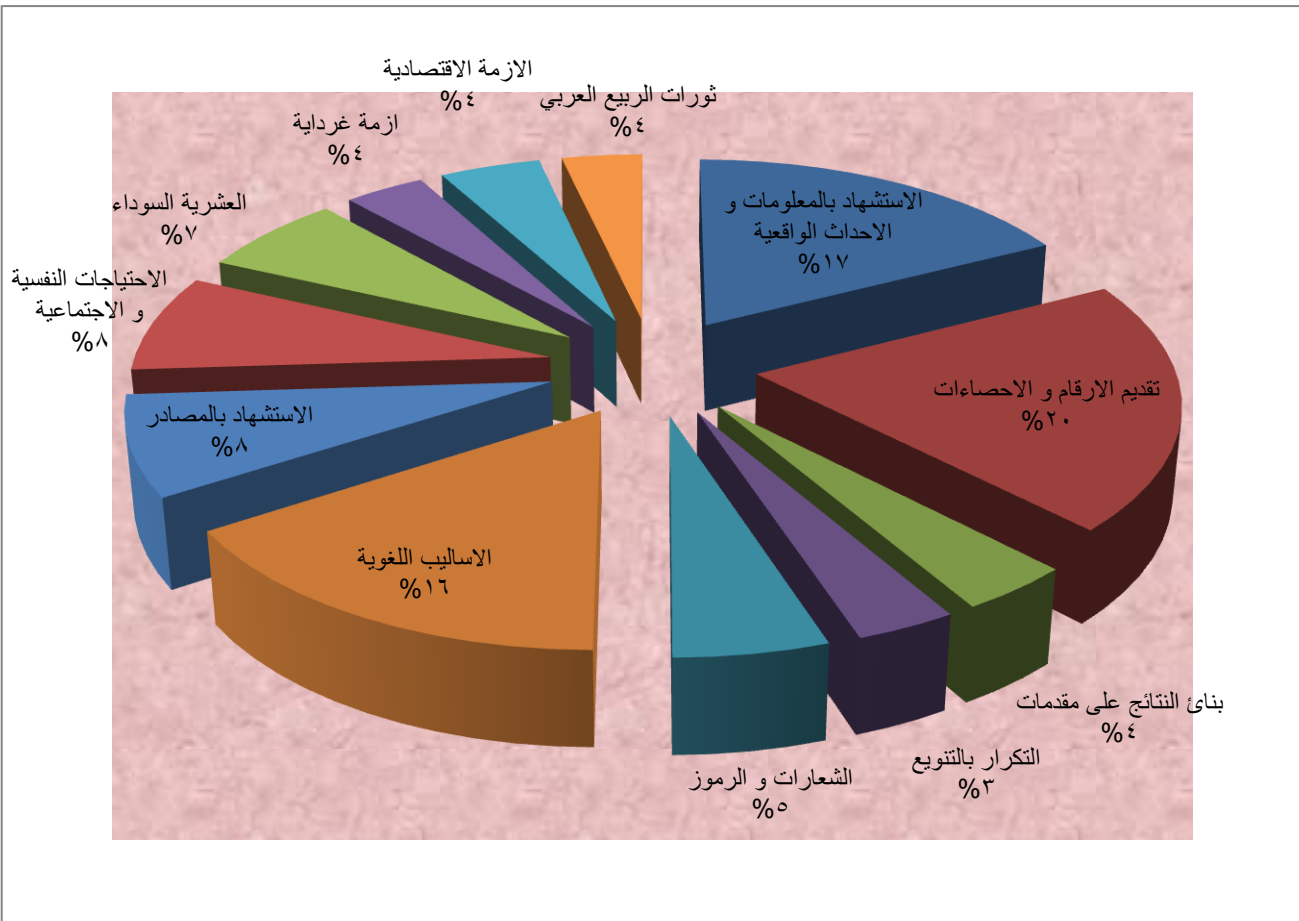
الجدول رقم (26) يمثل المواضيع المطروحة في فئة أساليب الإقناع.

النسبة %	التكرار	المواضيع الفرعية	الموضوع الرئيسي
17.48	78	الاستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعية	اساليب اقناع عقلية
20.17	90	تقديم الأرقام والإحصاءات	
3.81	17	بناء النتائج على مقدمات	
3.36	15	التكرار بالتنوع	
5.15	23	الشعارات والرموز	اساليب اقناع عاطفية
15.91	71	الأساليب اللغوية	
8.07	36	الاستشهاد بالمصادر	
7.84	35	الاحتياجات النفسية والاجتماعية	
		استعمال أسلوب الترهيب والتخويف من خلال:	اساليب اقناع حسية
6.50	29	موضوع العشرية السوداء	
3.58	16	قضية الإباضين والعرب في غرداية	
4.48	20	موضوع الأزمة الاقتصادية	
3.58	16	موضوع ثورات الربيع العربي	
100	446	المجموع	

كشفت النتائج الموضحة في الجدول أعلاه الذي يمثل المواضيع المطروحة في فئة أساليب الإقناع (الاستمالات)، أن موضوع تقديم الأرقام والإحصاءات قد احتل المرتبة الأولى بنسبة قدرت بـ (20.17%) وبتكرار بلغ 90 وحدة، يليه موضوع الاستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعية الذي احتل المرتبة الثانية بنسبة قدرت بـ (17.48%) بتكرار بلغ 78 وحدة، يليه موضوع الأساليب اللغوية الذي احتل المرتبة الثالثة بنسبة قدرت بـ (15.91%) بتكرار بلغ 71 وحدة، يليه موضوع الاستشهاد بالمصادر الذي احتل المرتبة الرابعة بنسبة قدرت بـ (8.07%) بتكرار بلغ 36 وحدة، يليه موضوع الاحتياجات النفسية والاجتماعية الذي احتل المرتبة الخامسة بنسبة قدرت بـ (7.84%) بتكرار بلغ 35 وحدة، يليه موضوع العشرية السوداء الذي احتل المرتبة السادسة بنسبة قدرت بـ (6.50%) بتكرار بلغ 29 وحدة، يليه موضوع الشعارات والرموز الذي احتل المرتبة السابعة بنسبة قدرت بـ (5.15%) بتكرار بلغ 23 وحدة، يليه موضوع الأزمة الاقتصادية الذي احتل المرتبة الثامنة بنسبة قدرت بـ (4.48%) بتكرار بلغ 20 وحدة، يليه موضوع

بناء النتائج على مقدمات الذي احتل المرتبة التاسع وبنسبة (3.81%) بتكرار بلغ 17 وحدة، يليه موضوعين متشابهين شمل موضوع أزمة غرداية وثورات الربيع العربي اللذين احتلا المرتبة الحادي عشر بنسبة قدرت بـ (3.58%) بتكرار بلغ 16 وحدة، يليه موضوع التكرار بالتنوع الذي احتل المرتبة الثاني عشر والأخيرة بنسبة قدرت بـ (3.36%) بتكرار بلغ 15 وحدة.

تفسر المعطيات أن قناة النهار اعتمدت في معالجتها للحملة الانتخابية لعام 2014م، على الأساليب الثلاث وهي العقلية والعاطفية والحسية من خلال تركيزها على العناصر المهمة التي تحويها هذه الأساليب فنجد من ضمن عناصر أساليب الإقناع المستعملة بكثرة تقديم الأرقام والإحصاءات، فيما نجد عنصر الأساليب اللغوية ضمن الأساليب العاطفية، أما عنصر موضوعة العشرية السوداء كأسلوب للتهيب والتخويف من تكرار سيناريو هذه الفترة، وهنا يظهر لنا أن قناة النهار حتى في استعمالها لهذه الأساليب كانت موازنة بينهم في معالجتها لموضوع الحملة الانتخابية ولم تستغني على أي أسلوب منهم.



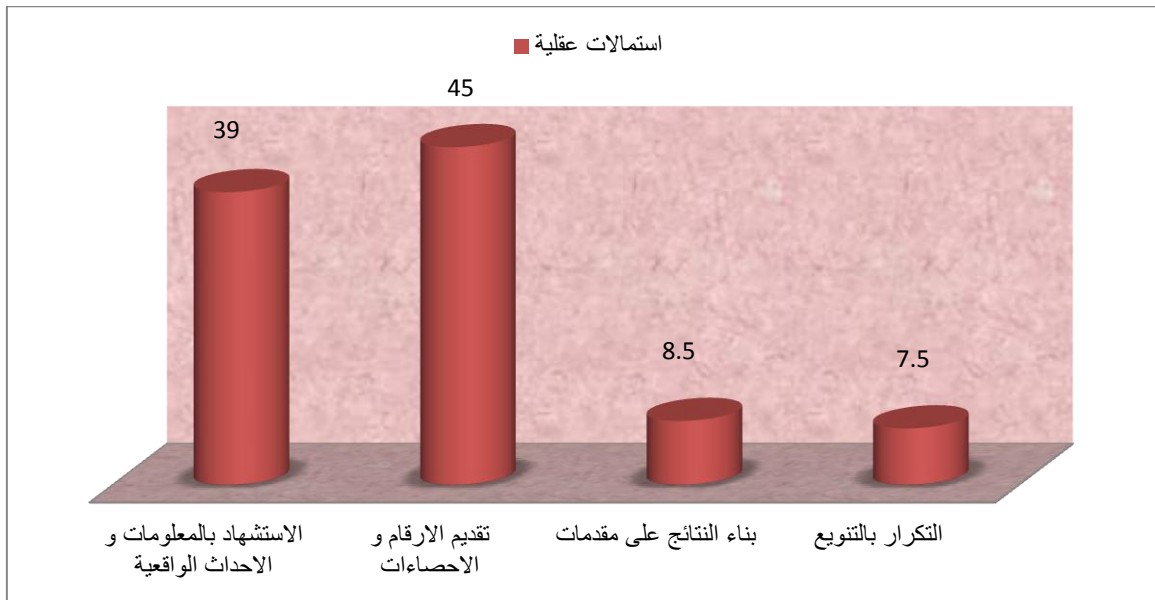
الشكل رقم (26) يمثل المواضيع المطروحة في فئة أساليب الإقناع.

الجدول رقم (27) يمثل المواضيع الفرعية المطروحة حسب فئة موضوع استمالات العقلية

النسبة %	التكرار	الموضوع الفرعي	الموضوع الرئيسي
39	78	الاستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعية	اساليب اقناع عقلية
45	90	تقديم الأرقام والإحصاءات	
8.5	17	بناء النتائج على مقدمات	
7.5	15	التكرار بالتنوع	
100	200		المجموع

تبرز البيانات الموضحة في الجدول لفئة موضوع اساليب اقناع العقلية، أن موضوع تقديم الأرقام والإحصاءات احتل المرتبة الأولى بنسبة قدرت بـ (45%) بتكرار بلغ 90 وحدة، يليه موضوع الاستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعية الذي احتل المرتبة الثانية بنسبة قدرت بـ (39%) بتكرار بلغ 78 وحدة، يليه موضوع بناء النتائج على مقدمات الذي احتل المرتبة الثالثة بنسبة قدرت بـ (8.5%) بتكرار بلغ 17 وحدة، يليه موضوع التكرار بالتنوع الذي احتل المرتبة الرابعة والأخيرة بنسبة قدرت بـ (7.5%) بتكرار 15 وحدة.

نلاحظ من خلال المعطيات أن قناة النهار الإخبارية ركزت على عنصر تقديم الأرقام والإحصاءات يليه عنصر الاستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعية، لما لها من تأكيد للمعلومة حيث نجد أنها قدمت المعلومة بإضافة الأرقام والإحصاءات حتى تجعل المتلقي يتأكد من المعطيات وهنا الأرقام والإحصاءات تخاطب العقل، فيما نجد عنصر بناء النتائج بخصوص القضايا المطروحة أثناء الحملة الانتخابية فنجد هذا العنصر بكثرة في معالجة القناة لموضوع انجازات الرئيس عبد العزيز بوتفليقة طيلة العهدة الثلاث حيث كانت القناة تستعمل هذا الأسلوب ، إذ قامت بعرض مواضيع وإعادتها في مختلف نشراتها الإخبارية بأسلوب مغاير للأسلوب الأول وهذا ما نسميه بأسلوب التكرار بالتنوع الذي يدخل ضمن أساليب الإقناع العقلية.



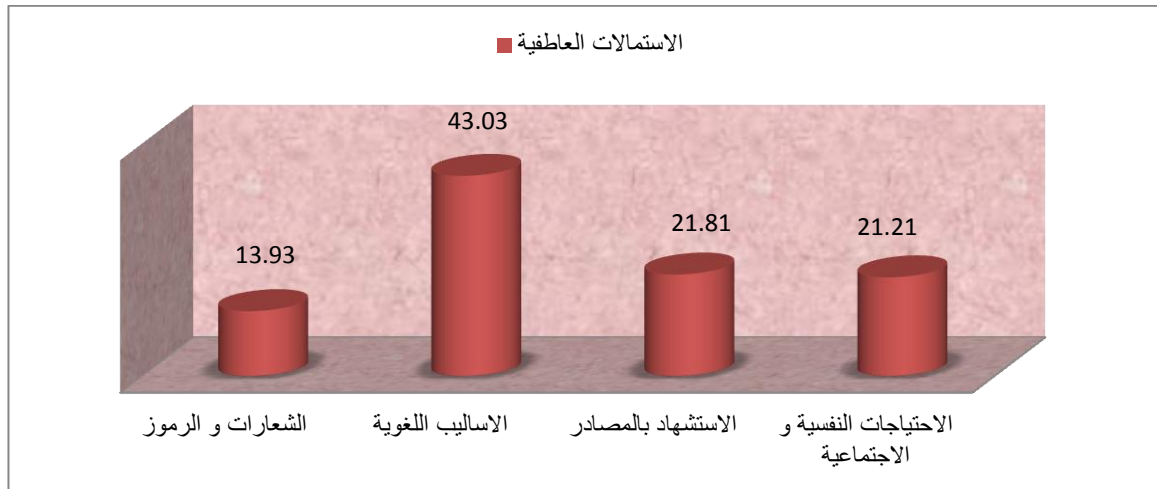
الجدول رقم (28) يمثل المواضيع الفرعية للمواضيع حسب فئة موضوع اساليب اقناع عاطفية.

النسبة %	التكرار	الموضوع الفرعي	الموضوع الرئيسي
13.93	23	الشعارات والرموز	اساليب اقناع عاطفية
43.03	71	الأساليب اللغوية	
21.81	36	الاستشهاد بالمصادر	
21.21	35	الاحتياجات النفسية والاجتماعية	
100	165	المجموع	

تبرز نتائج الجدول التي توضح موضوع اساليب اقناع عاطفية، أن موضوع الأساليب اللغوية احتل المرتبة الأولى بنسبة قدرت بـ (43.03%) بتكرار بلغ 71 وحدة، يليه موضوع الاستشهاد بالمصادر الذي احتل المرتبة الثانية بنسبة قدرت بـ (21.81%) بتكرار بلغ 36 وحدة، يليه موضوع الاحتياجات النفسية والاجتماعية الذي احتل المرتبة الثالثة بنسبة قدرت بـ (21.21%) بتكرار بلغ 35 وحدة، يليه موضوع الشعارات والرموز الذي احتل المرتبة الرابعة والأخيرة بنسبة قدرت بـ (13.93%) بتكرار بلغ 23 وحدة.

تفسر نتائج الجدول أعلاه أن قناة النهار الإخبارية قد ركزت على عنصر الأساليب اللغوية الذي يتضمن: التشبيه والاستعارة والكناية وأساليب التصريف المعنى والاعتماد على الألفاظ المستخدمة مثل الكلمات والصفات والأفعال المحملة بالمشاعر، فقد حاولت القناة استعمال هذه العناصر خاصة أثناء تطرقها

لموضوع العشرية السوداء وعرض برنامج المرشح عبد العزيز بوتفليقة وأهم الانجازات التي حققها طيلة حكمه ومن بين أساليب اللغوية نجد: (معركة كسر العظام، مواقع التواصل الاجتماعي تلتهم، حتى الرئاسيات، سنوات الجمر، الرئاسيات تلقي بظلالها على مختلف الشرائح، المرأة الحديدية العودة إلى أحضان المجتمع، تريد أيادي الغدر تركيع مؤسسات الجمهوري، فكانت المعاهد والجامعات تنبت في كل ولاية كسنا بل القمح، إرهاب الجهل، صقور البيت الأبيض، قابل رئيسا جزائريا يناور في الملفات.... وغيرها من العناصر التي من شأنها التأثير في مشاعر المتلقي ودفعه إلى تبني سلوك معين. فيما نجد اعتماد القناة على عنصر الاستشهاد بالمصادر المتمثل في العودة إلى أكثر شهرة أو اعلي سلطة أو بمن يحض بمصداقية عالية من جانب المتلقي حيث ركزت القناة على كبار المسؤولين في الحكومة بالإضافة إلى المجاهدين وشهداء الوطن كالأمير عبد القادر وبوعمامة ومصطفى بن بولعيد وغيرهم ممن ساهموا في بناء الجزائر واستقلالها ، أما عنصر الاحتياجات النفسية والاجتماعية و نقصد هنا بتحقيق الأمن والاستقرار كحاجة نفسية واجتماعية هامة للمتلقي. حيث يقول في هذا الصدد عبد العزيز شرف: " أن الخطيب إذا خاطب العاطفة ارضي ثمانين في المائة من السامعين وأثار أهمها منهم"<sup>1</sup>



الشكل رقم (28) يمثل المواضيع الفرعية للمواضيع حسب فئة موضوع اساليب اقناع عاطفية.

<sup>1</sup> عبد العزيز شرف: " وسائل الإعلام والاتصال الإقناعي"، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2003، ص 85.

الجدول رقم (29) يمثل المواضيع الفرعية المطروحة حسب فئة اساليب اقناع حسية

النسبة %	التكرار	الموضوع الفرعي	الموضوع الرئيسي
		استعمال أسلوب التهيب والتخويف من خلال:	
35.80	29	موضوع العشرية السوداء	اساليب اقناع حسية
19.75	16	قضية الإباضين والمالكين في غرداية	
24.69	20	موضوع الأزمة الاقتصادية	
19.75	16	موضوع ثورات الربيع العربي	
100	81		المجموع

كشفت نتائج الجدول أعلاه أن أكثر اساليب الاقناع حسية التي استعملتها قناة النهار الإخبارية تمثلت في موضوع العشرية السوداء بنسبة قدرت بـ (35.80%) وبتكرار بلغ 29 وحدة احتل على المرتبة الأولى، يليها موضوع الأزمة الاقتصادية بنسبة (24.69%) وبتكرار بلغ 20 وحدة استحوذ على المرتبة الثانية، أما المرتبة الثالثة تمثلت في موضوعين هما قضية الإباضين والعرب في غرداية وثورات الربيع العربي بنسبة (19.75%) وبتكرار بلغ 16 وحدة لكل موضوع.

ما نلاحظه من هذه المعطيات أن قناة النهار قد ركزت على موضوع العشرية السوداء أكثر من المواضيع الأخرى، كأسلوب لتخويف المشاهد وخاصة الفئة التي كانت تدعو إلى مقاطعة الانتخابات وهذا الأسلوب يحتم على المتلقي التصويت خوفا من إعادة سيناريو سنوات الجمر التي عاشها الشعب الجزائري بعيدا عن الأمن والاستقرار، فالإكثار من التطرق إلى هذا الموضوع يولد لدى الفرد تذكرك المآسي التي فقد فيها العديد من المواطنين أهاليهم مما يدفعه ذلك إلى التصويت، فقد استعملت قناة النهار في هذا الموضوع ألفاظ وجمل التي من شأنها تذكير الشعب الجزائري بالتسعينيات منها (سنوات الجمر، الدم، الإرهاب، آلة القتل والتدمير التي تحصد العشرات من الجزائريين، الأزمة الدموية، الماضي الأليم، التقتيل والتهيب، كانت الجزائر دماء ودموع، أيادي الغدر، المأساة الوطنية، العمل الإرهابي الشنيع، الأزمة الأمنية، دق ناقوس الخطر، كفانا من الدماء، لا لرجوع إلى الوراء، ذاق الشعب الجزائري الويل).

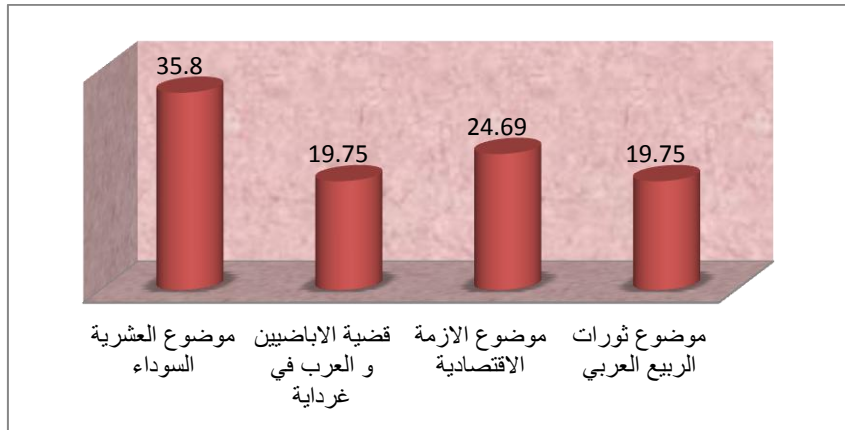
فهذه الألفاظ بمجرد سماعها تولد لدى الفرد الرعب والذهول، فقناة النهار ضغطت على وتر الخوف كاستجابة انفعالية لما قد يهدد حياة وامن واستقرار الشعب الجزائري.

أما الموضوع الثاني الذي احتل المرتبة الثانية والمتمثل في موضوع الأزمة الاقتصادية من خلال التطرق إلى خطورة هذه الأزمة وانعكاساتها على الجزائر في ظل إطلاق سياسة التقشف مع هبوط أسعار البترول إلى نسب ضعيفة لأول مرة في التاريخ وإفلاس العديد من الشركات في العالم وفي الجزائر.

نلاحظ من خلال المواضيع الأولى المطروحة أن قناة النهار قد ركزت على موضوع سياسي حساس بالدرجة الأولى تمثل في العشرية السوداء وموضوع اقتصادي تمثل في الأزمة التي عرفها اقتصاد العالم والجزائر ككل وهذا من شأنه أن يولد الخوف لدى المتلقي حول المخاطر التي تحدد بمستقبل كل جزائري امتنع عن التصويت، أما آخر موضوع الذي تمثل في أزمة غرداية وثورات الربيع العربي والتي اعتبرتها قناة النهار أساليب للتخويف كذلك لم تركز عليها أكثر كونها اعتبرت أنها أيادي أجنبية تريد الإطاحة بالنظام الجزائري من خلال الفتنة التي اندلعت بين الاباضيين والسنين بغرداية وانتساب هذه الفتنة إلى ثورات الربيع العربي التي عرفتها الدول المجاورة للجزائر وبالتالي تؤدي استمالة التخويف إلى جعل المتلقي يستجيب للرسالة في حالتين:

\_شدة الإثارة العاطفية والتي تشكل حافز لدى المتلقي للاستجابة لمحتوى الرسالة.

\_ توقعات الفرد بإمكان تجنب الأخطار، وبالتالي تقليل التوتر العاطفي عند الاستجابة لمحتوى الرسالة<sup>1</sup>.



الشكل رقم (29) يمثل المواضيع الفرعية المطروحة حسب فئة اساليب اقناع حسية

<sup>1</sup> محمد منير حجاب: "الموضوعة الإعلامية"، دار الفجر للنشر و التوزيع، المجلد الأول، القاهرة، 2003، ص 264.

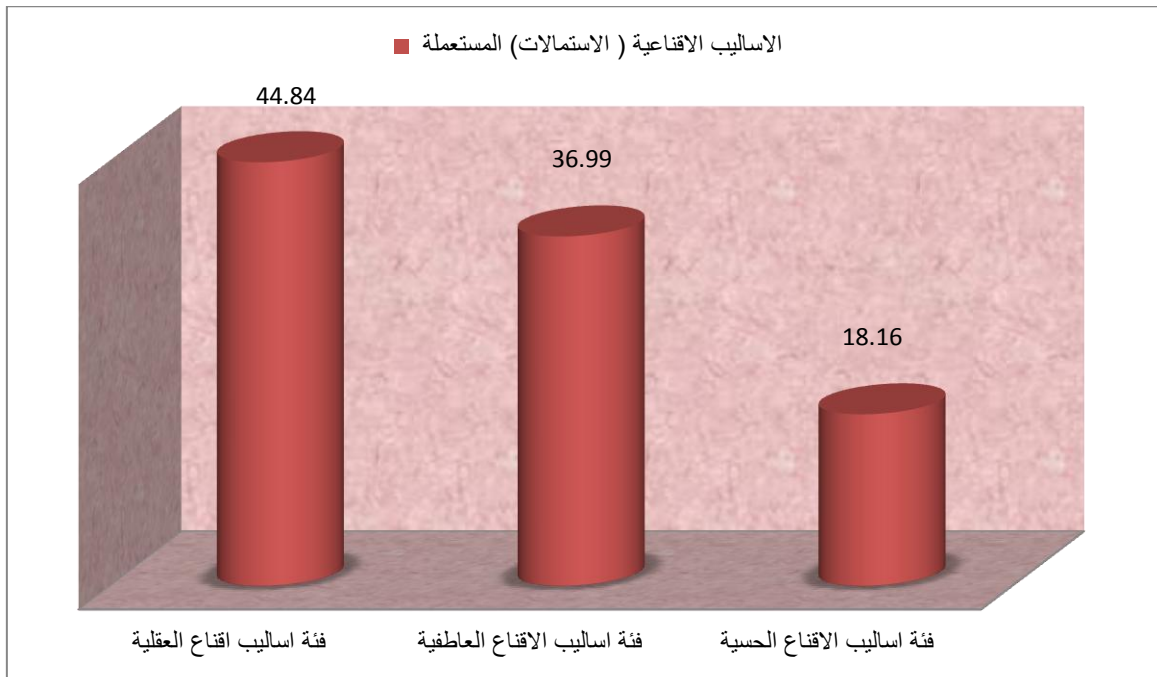
الجدول رقم (30) يمثل فئة المواضيع الفرعية بالنسبة لفئة أساليب الإقناع

النسبة %	التكرار	فئة أساليب الإقناع
44.84	200	فئة اساليب اقناع عقلية.
36.99	165	فئة اساليب اقناع عاطفية
18.16	81	فئة اساليب اقناع حسية
<b>100</b>	<b>446</b>	<b>المجموع</b>

تبرز نتائج جدول المواضيع الفرعية لفئة الصور، أن موضوع اساليب الاقناع العقلية احتل المرتبة الأولى بنسبة قدرت بـ (44.84%) بتكرار بلغ 200 وحدة، يليه موضوع الأساليب الاقناع العاطفية الذي احتل المرتبة الثانية بنسبة قدرت بـ (36.99%) بتكرار بلغ 165 وحدة، يليه موضوع اساليب الاقناع الحسية الذي احتل المرتبة الثالثة والأخيرة بنسبة بلغت (18.16%) بتكرار بلغ 81 وحدة.

نلاحظ من خلال البيانات الموضحة في الجدول أن قناة النهار قد استعملت أساليب الإقناع الثلاث وهي العقلية والعاطفية والحسية ذلك أن "التأثير في الاتجاهات يعتمد أساسا على توظيف اساليب الاقناع الفعالة على أساس أن الاتجاه عندما يبني على أساس سليم من الوعي والمعرفة تكون الاستجابة أكثر احتمالا، ومن ثمة يجب التوظيف الأمثل للبناء النفسي والاجتماعي لأساليب الإقناع لما لها من دور مهم في التأثير على عمليات الانتقاء الإدراكي وعمق تمثيل المعلومات، والاتجاهات في التأثير على عمليات التي تعد مداخلات تنبؤية بالمرجات السلوكية"<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> علي شيبه شدوان: "الإعلان المدخل والنظرية"، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2005، ص 143.



الجدول رقم (30) يمثل فئة المواضيع الفرعية بالنسبة لفئة أساليب الإقناع.

الاستنتاجات العامة

بعد الدراسة التحليلية التي أضعنا من خلالها نشرات أخبار قناة "النهار" المتعلقة بشؤون الحملة الانتخابية لرئاسيات 2014م للتحليل، وذلك بتطبيق تقنية تحليل المضمون انطلاقاً من الإشكال العام الذي يتمحور حول: كيف عالجت قناة النهار الإخبارية حدث الحملة الانتخابية 2014م؟ قمنا بتحديد مجموعة من التساؤلات التي تمثلت في:

\_ ما أبرز المواضيع التي ركزت عليها قناة "النهار" خلال تغطيتها للحملة الانتخابية لعام 2014؟

\_ هل التزمت قناة النهار الإخبارية بمعيار الحيادية في معالجتها لموضوع: الحملة الإعلامية، المعارضون للعهد الرابع، المؤيدون للعهد الرابع.

\_ ما مصادر المواد الإخبارية لتغطية قناة النهار الإخبارية للحملة الانتخابية 2014؟

\_ ما طبيعة الصور المرفقة لتغطية النهار الإخبارية للانتخابات الرئاسية بالجزائر 2014؟

\_ ما أساليب الإقناع التي استعملتها قناة النهار الإخبارية أثناء تغطيتها للحملة الانتخابية؟

وذلك للوصول إلى الأهداف التالية:

التعرف على نوع أساليب الإقناع التي استعملتها قناة النهار الإخبارية أثناء معالجتها لحدث الحملة الانتخابية 2014.

التعرف على اتجاهات قناة النهار الإخبارية أثناء تحليلها لمضامين أخبار الانتخابات الرئاسية 2014

كشفت الدراسة ما يلي:

أولاً: ركزت قناة النهار الإخبارية اهتمامها على المواضيع التالية:

فيما يخص المواضيع الرئيسية:

1. الانتخاب و التصويت.

2. العلاقات الدولية.

3. الحملة الإعلامية.

4. قضايا الأمن والاستقرار.

5. المؤيدون للعهد الرابع.

6. المطالب الاجتماعية.

7. المعارضون للعهددة الرابعة.

فيما يخص المواضيع الفرعية:

1/موضوع الحملة الانتخابية.

2/موضوع العلاقات الجزائرية الأمريكية.

3/موضوع خطابات المرشح عبد العزيز بوتفليقة.

4/موضوع الشخصيات الفاعلة في الحكومة.

5/موضوع الواجب الانتخابي.

6/موضوع مكافحة الإرهاب.

7/موضوع التدخل الأجنبي وموضوع تعاون الجزائر مع دول الساحل وأفريقيا.

8/موضوع أزمة غرداية وموضوع الربيع العربي.

9/موضوع التعاون الجزائري العربي وموضوع حركة رشاد وبركات.

10/موضوع التكفل بالشباب.

11/موضوع أنصار الجبهة الإسلامية للإنقاذ المنحل وموضوع مكافحة الفساد والتزوير.

12/موضوع المشاركة السياسية وخطابات المرشح عبد العزيز بلعيد.

13/موضوع خطابات المرشح موسى تواتي وموضوع البحث العلمي.

14/موضوع خطابات المرشحة لويذة حنون وموضوع تعاون الجزائر مع دول أوروبا وموضوع ترقية المرأة.

15/موضوع خطابات المرشح على فوزي رباعين.

16/موضوع الأحزاب المعارضة.

17/موضوع أزمة السكن وموضوع البطالة وموضوع القضاء على الفقر.

18/موضوع الشغل.

وبالتالي نجد أن قناة النهار قد اهتمت بموضوع الحملة الانتخابية والعلاقات الجزائرية الأمريكية وخطابات المرشح عبد العزيز بوتفليقة، فقد تعاملت مع موضوع الحملة الانتخابية كأهم حدث، وخصصت له تغطية مكثفة سعت من خلاله إلى التعريف ببرامج المرشحين وتغطية الأحداث والقضايا الحاصلة والمتعلقة بالانتخابات، وكذلك إلى ضرورة دفع المتلقي إلى التصويت والاقتراع في الوقت الذي كانت فيه تنادي بعض الأصوات بمقاطعة الانتخابات مما جعلها تتحول إلى قناة انتخابية طوال اليوم.

ركزت قناة النهار على موضوع العلاقات الجزائرية الأمريكية في محاولة منها لإظهار مكانة الجزائر بين دول العالم التي أصبحت بفعل النظام السياسي الجزائري تستشار في كبريات القضايا منها التدخل لفض النزاعات في دول العربية وإفريقية علي حد سواء، والحنكة الدبلوماسية الذي يتمتع بها الرئيس عبد العزيز بوتفليقة واستقرارها الأمني والاقتصادي في ظل التوترات السياسية والاقتصادية التي يشهدها العام.

اهتمت قناة النهار بموضوع خطابات المرشح عبد العزيز بوتفليقة وخصصت له تغطية كبيرة مقارنة بالمرشحين الآخرين، من خلال توضيح للمتلقي ضرورة استمرار نظام الحكم القائم الذي تعتبره حكم راشد ساهم في تطوير الجزائر في كل المجالات وراسي دعائم السلم الأمن والاستقرار وأدى إلى القضاء على الإرهاب وإعطاء الجزائر صورة مشرفة في العالم.

ثانيا: كشفت الدراسة أن قناة النهار لم تتحلى بمعيار الحيادية في موضوع الحملة الإعلامية والمعارضون للعهد الرابع والمؤيدون لها إذ نجد أن قناة النهار كانت متحيزة إلى درجة كبيرة للمرشح عبد العزيز بوتفليقة من خلال النسبة العالية التي سجلت، بحيث أن القناة كانت تخصص له مدة كبيرة من الوقت على غرار باقي المرشحين الآخرين، وهذا يعكس الخط السياسي للقناة والعلاقة القائمة بينها وبين نظام الحكم فيما نجد أنها قامت بتخصيص وقت قصير جدا لمواضيع الخاصة بالمعارضين للعهد الرابع، فمعالجة هذه المواضيع كان آخر اهتماماتها وأولوياتها ضمن نشراتها الإخبارية والميل إلى معارضتها له. من جهته سعت إلى تأكيد موضوع المؤيدون للعهد الرابع من خلال تخصيص وقت كافي للمعالجة وإعادة وتكرار والتطرق لهذه المواضيع في نشراتها الإخبارية مع عرضها ضمن اهتماماتها والميل إلى تأييد العهد الرابع.

ثالثا: كشفت نتائج الدراسة أن اتجاه قناة النهار بخصوص المواضيع المطروحة أثناء الحملة الانتخابية قد طغى عليها الاتجاه المؤيد فيما يخص معالجتها للحملة الانتخابية 2014 ثم يليه الاتجاه المعارض ثم المحايد فيما ظهر الاتجاه المختلط بنسب قليلة حيث نجد أن أكثر المواضيع تأييدا تمثلت في خطابات المرشح عبد العزيز بوتفليقة وأكثر المواضيع معارضة تمثلت في خطابات المرشح علي بن فليس، هنا تظهر القناة تحيزها لمرشح معين دون التقيد بمعيار المصداقية والحيادية والموضوعية في عرضها لخطابات

المرشحين، كما كشفت هذه الأرقام معارضة القناة لموضوع الربيع العربي وموضوع الأحزاب المعارضة وحركة رشاد وبركات دون تسجيل اتجاهات أخرى في هذه المواضيع، وتأييدها الكلي لموضوع السلم والمصالحة الوطنية وموضوع المجتمع المدني وموضوع الشخصيات الفاعلة في الحكومة، فيما لم نلمس أي اتجاه معارض بخصوص مواضيع المطالب الاجتماعية التي تعتبر مطلب شرعي وحق لكل مواطن جزائري، أما فيما يخص الاتجاه المحايد والمختلط فنجد أن القناة قد تعاملت مع المواضيع حسب اهتماماتها وأولويات التي توليها في معالجتها لهذه القضايا انطلاقاً من الخلفية الإيديولوجية والمسار الذي تنتهجه.

رابعاً: كشفت الدراسة أن قناة النهار الإخبارية كانت تقوم بترتيب أولويات المواضيع المطروحة أثناء الحملة الانتخابية من خلال تطرقها إلى المواضيع المرتبة على النحو التالي

1\_ السياسة الخارجية للجزائر 2\_ الأمن والاستقرار 3\_ إنجازات الرئيس عبد العزيز بوتفليقة 4\_ الأزمة الاقتصادية 5\_ الفساد 6\_ الاحتجاجات والمقاطعات 7\_ ترقية المرأة 8\_ تعديل الدستور 9\_ أزمة السكن 10\_ الشغل.

خامساً: كشفت نتائج الدراسة أن قناة النهار اعتمدت على المصادر الذاتية في كتابة تقارير نشرات الأخبار أثناء تغطيتها للحملة الانتخابية 2014، وذلك يعود إلى سبب ضغط تكاليف إنتاج البرامج واعتبارها أن الاعتماد على التحرير الذاتي يعد أكثر ثقة من المصادر الأخرى.

سادساً: توصلت الدراسة إلى أن قناة النهار قد أظهرت توجهها من خلال استعمالها للصور الثابتة بحيث سلطت الضوء على المرشح عبد العزيز بوتفليقة الذي حاز على أكبر النسب من حيث عدد الصور بين المرشحين الآخرين، يليه المرشح علي بن فليس، فيما تعتبر النسب الأخرى ضئيلة مقارنة بهما.

توصلت الدراسة أيضاً إلى أن أكبر نسب استعمال الصور المتحركة تمثلت في المرشح عبد العزيز بوتفليقة الذي تم عرض له أكثر من 120 فيديو، يليه المرشح علي بن فليس الذي حاز على المرتبة الثانية فيما تذبذبت النسب بين المرشحين الآخرين وهنا يظهر مدى عدم تركيز واهتمام قناة النهار على المرشحين علي فوزي رباعين، لويظة حنون، عبد العزيز بلعيد، موسى تواتي.

سابعاً: توصلت الدراسة إلى أن قناة النهار قد استعملت أساليب الإقناع الثلاث وهي العقلية والعاطفية والحسية من خلال تركيزها على العناصر المهمة التي تحويها هذه الأساليب فنجد من ضمن عناصر أساليب الإقناع المستعملة بكثرة تقديم الأرقام والإحصاءات، فيما نجد عنصر الأساليب اللغوية ضمن الأساليب العاطفية، أما عنصر موضوع العشرية السوداء الذي استعمل كأسلوب للتهريب والتخويف من تكرار سيناريو هذه الفترة يندرج ضمن أساليب الحسية.

في الأخير يمكن القول أن القناة النهار ابتعدت عن معيار الحيادية والمصداقية والموضوعية في تغطيتها لحدث الحملة الانتخابية بالجزائر لعام 2014م، وبالتالي نجد أن هذه القناة لازالت محتكرة من قبل السلطة حتى وإن كانت خاصة، وبالرغم من التجربة الحديثة في هذا المجال إلا أن الإعلام الخاص أصبح دوره لا يختلف كثيرا عن الدور الذي يقوم به الإعلام العمومي فظاهرها إعلام خاص وباطنها إعلام عمومي ، وأن السلطة تحتكره وتمارس ضغوطاتها عليه، وبالتالي لم يعد الإعلام الخاص في الجزائر يقدم خدمة عمومية هدفها المصلحة الجماعية وإنما أصبح يقدم خدمة حكومية.



# الفصل الخامس الدراسة الميدانية

الفصل الخامس: عرض وتحليل وتفسير نتائج الدراسة الميدانية

\_ نتائج الدراسة

\_ الاستنتاجات والخلاصة

تمهيد:

يهدف هذا الفصل\_الذي يتضمن الدراسة الميدانية\_إلى محاولة معرفة آراء واتجاهات طلبة علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية بجامعة مستغانم حول معالجة قناة النهار للحملة الانتخابية 2014م وذلك محاولة لفهم ومعرفة الأسس التي تبنى وتوضع عليها القضايا المثارة للنقاش أثناء الحملة الانتخابية وما مدى أثرها في تشكيل قيم ورؤى سياسية في أوساط المجتمع الجزائري المشاهد لهذه القنوات اثناء الحملات الانتخابية، وذلك بتوزيع استمارة بحث على 300 طالب جامعي في تخصصي علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية وقد اعتمدت الدراسة على التساؤلات التالية:

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

2\_ ما مدى اعتماد طلبة علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية بجامعة مستغانم على قناة النهار كمصدر للمعلومات في الحملة الانتخابية 2014م ؟

3\_ إلى أي مدى أسهمت "قناة النهار" في خلق تصورات وأفكار سياسية أثناء تغطيتها للحملة الانتخابية 2014م؟

حاولنا من خلال الإشكال العام والتساؤلات الإجابة على الفروض التالية:

\_ معظم طلبة علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية بجامعة مستغانم اعتمدوا على قناة النهار الإخبارية كمصدر للمعلومة السياسية أثناء الحملة الانتخابية 2014م وإعتبروا ان السلطة كانت تتحكم في المضامين التي قدمتها قناة النهار.

اعتمدنا في هذه الدراسة على اداة الاستمارة التي تحوي بعض التساؤلات الموجهة إلى عينة من طلبة علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية بجامعة مستغانم في محاولة معرفة اتجاهات الطلبة حول معالجة قناة النهار الإخبارية لحدث الحملة الانتخابية 2014م، وقد تمثلت عينة الدراسة في العينة الاحتمالية الطبقية والعينة غير احتمالية القصدية من خلال اختيار أفراد العينة الذين يشاهدون قناة النهار الإخبارية وتتبعوا حدث الحملة الانتخابية 2014م ، وتم توزيع الاستمارة 2014م بعد الانتخابات الرئاسية بـ 13 يوما اي في بداية شهر ماي 2014م وخلصت هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج والاستنتاجات العامة.

سنقوم في هذا الجانب بتحليل البيانات الخاصة بالاستمارة افراد العينة المتمثلة في طلبة علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية بجامعة مستغانم والذي بلغ عددهم 300 مفردة ، بحيث أصبح العدد 282

مفردة نظرا لعدم استرجاع بعض الاستثمارات وإلغاء أخرى منها، سنقوم بداية بتحليل الأسئلة في شكلها العام ثم نقوم بربط كل سؤال بمتغيرات الدراسة ( السن، النوع، المؤهل العلمي، التخصص)، وبذلك نكون قد وصلنا إلى هدف الدراسة والخروج بنتائج قيمة تجيبنا عن الأسئلة الفرعية وتؤكد لنا مدى صدق الفرضيات.

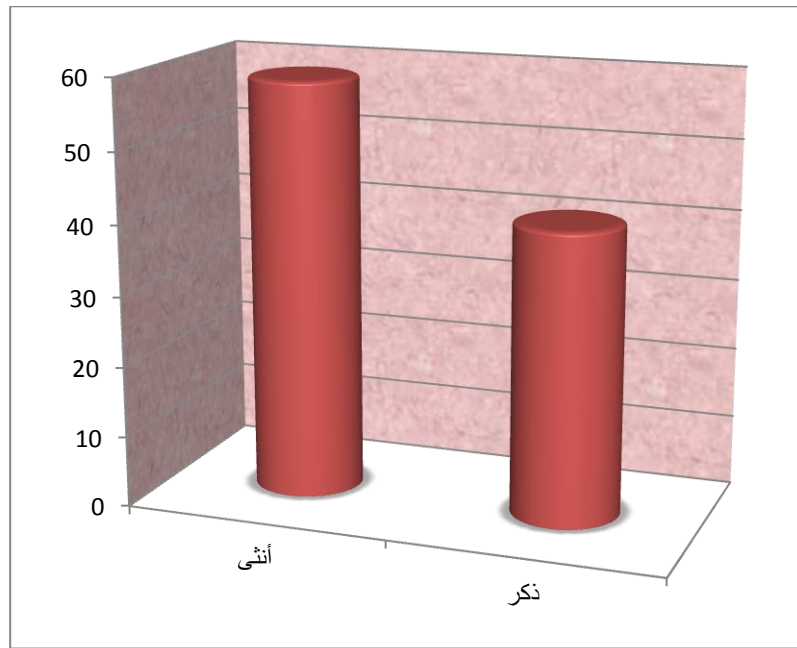
#### أولاً: تحليل بيانات الدراسة الميدانية حسب العينة العامة

قبل أن نشرع في تحليل البيانات نستعرض السمات العامة لأفراد العينة والمتمثلة في السن، النوع، المؤهل العلمي، والتخصص وتمثل هذه العناصر أهم المتغيرات التي بإمكانها أن تخدم دراستنا وتزودنا بنتائج دقيقة ثم نتطرق الى

#### الجدول رقم (01) يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس:

النسبة %	التكرار	الجنس
41,13	116	ذكر
58.86	166	أنثى
%100	282	المجموع

يمثل الجدول رقم 01 توزيع العينة حسب متغير الجنس، فمن خلال عملية التفريغ اتضح لنا أن فئة الإناث تشكل غالبية أفراد العينة بنسبة بلغت (58.86%) فيما قدرت نسبة الذكور بـ(41.13%) من إجمالي أفراد العينة.

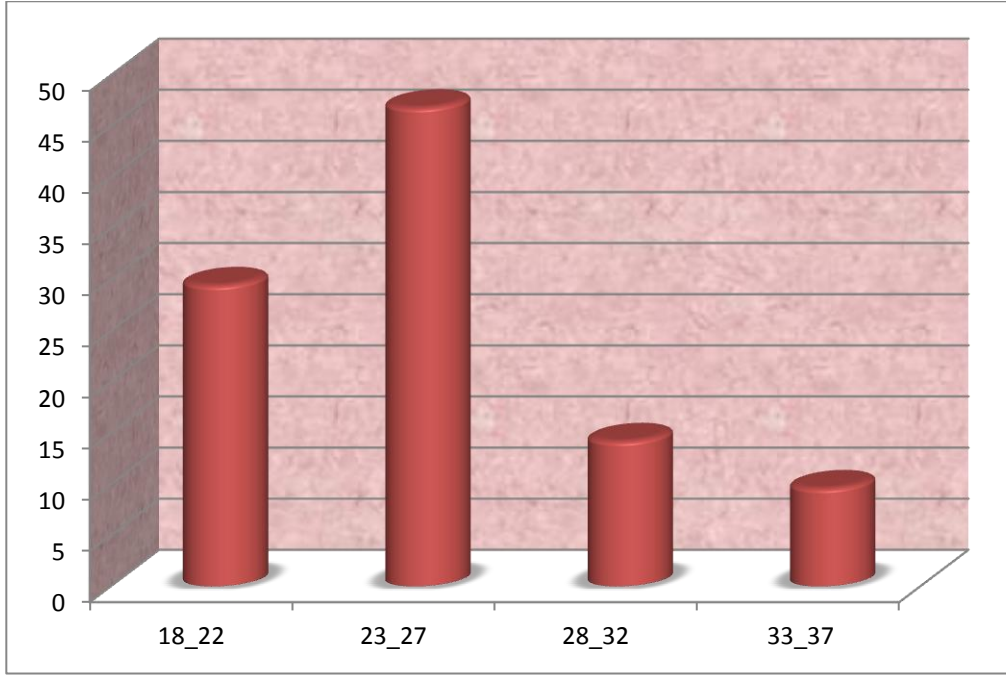


الشكل رقم 01 يمثل توزيع افراد العينة حسب الجنس.

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

النسبة %	التكرار	السن
29.43	83	22_18
46.80	132	27_23
14.18	40	32_28
09.57	27	37_33
%100	282	المجموع

يمثل الجدول رقم 02 أعلاه توزيع أفراد عينة البحث حسب متغير السن، حيث نجد أن نسبة (46,80%) من إجمالي أفراد العينة تتراوح أعمارهم ما بين 23 إلى 27 سنة بتكرار بلغ 132 طالب، في حين نجد نسبة أفراد العينة الذين تتراوح أعمارهم بين 18 إلى 22 قد بلغت نسبتهم (29,43%) بتكرار بلغ 83 طالب، في حين نجد أن الفئة العمرية من 28 إلى 32 قد بلغت نسبة (14,18%) بتكرار بلغ 40 طالب، لتلها نسبة (9,57%) التي تمثل الفئة العمرية ما بين 33 إلى 37 سنة بتكرار بلغ 27 طالب.



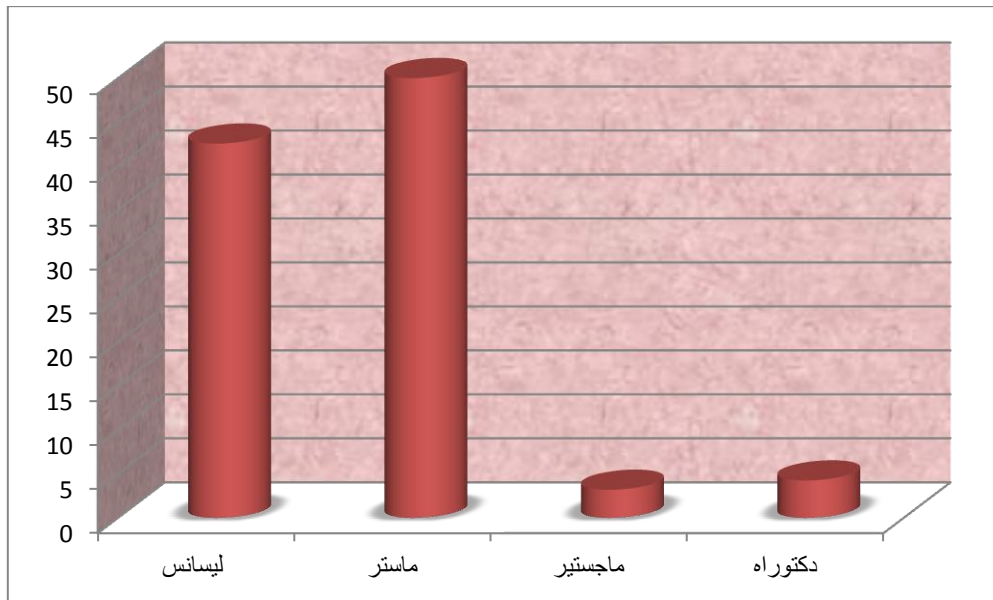
الشكل رقم 02 يمثل توزيع أفراد العينة حسب السن.

الجدول رقم (03) يمثل توزيع العينة حسب المؤهل العلمي:

النسبة %	التكرار	المؤهل العلمي
42.55	120	ليسانس
50.00	141	ماستر
3.19	09	ماجستير
4.25	12	دكتوراه
%100	282	المجموع

تمثل النتائج في الجدول أعلاه توزيع عينة البحث وفق المؤهل العلمي حيث نجد أن اعلي نسبة قدرت بـ (50%) تمثلت في طلبة الماستر بتكرار بلغ 141 طالب، لتليها نسبة الطلبة الذين يدرسون في مرحلة الليسانس بـ (42,55%) بتكرار بلغ 120 طالب من العدد الكلي لأفراد العينة في حين انقسمت النسبة المتبقية بين طلبة الماجستير وطلبة الدكتوراه بنسبة (4,25%) وتكرار بلغ 12 طالب وبتكرار بلغ 09 طلبة.

ونلاحظ أننا قمنا بفصل مستوى الماجستير عن مستوى الماجستير لأسباب نذكر منها كون أن المرحلتين تختلفان من حيث عدد الطلبة المطلوب وكذا نوعية المعارف المكتسبة في هذه المرحلتين حيث نجد أن اغلب الدراسات الميدانية التي تقام في الجزائر يجمع فيها الباحثون مستوى الماجستير مع الماجستير في حين لا يوجد قرار وازاري أو مادة قانونية تنص على مطابقة الشهاداتتين .

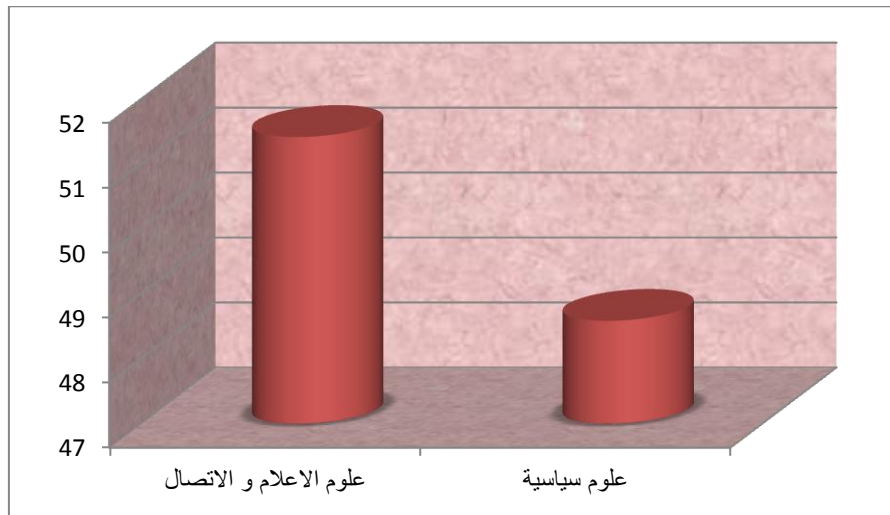


الشكل رقم 03 يمثل توزيع افراد العينة حسب المؤهل العلمي.

الجدول رقم (04) يمثل توزيع أفراد العينة حسب التخصص:

النسبة %	التكرار	التخصص
51.41	145	علوم الإعلام والاتصال
48.58	137	علوم سياسية
%100	282	المجموع

تمثل النتائج المحصل عليها في الجدول رقم 04 توزيع أفراد العينة حسب التخصص فقد بلغت نسبة (51,41%) بتكرار بلغ 145 طالب متمثلة في تخصص علوم الإعلام والاتصال ، لتليها نسبة (48,58%) بتكرار بلغ 137 تمثلت في طلبة العلوم السياسية ، حيث نلاحظ أن النتائج متقاربة كون أننا قمنا بتقسيم الاستمارة بشكل متساوي ، إلا انه تم إلغاء البعض منها وهذا ما اثر على النسبة النهائية.



الشكل رقم 04 يمثل توزيع عينة البحث حسب التخصص.

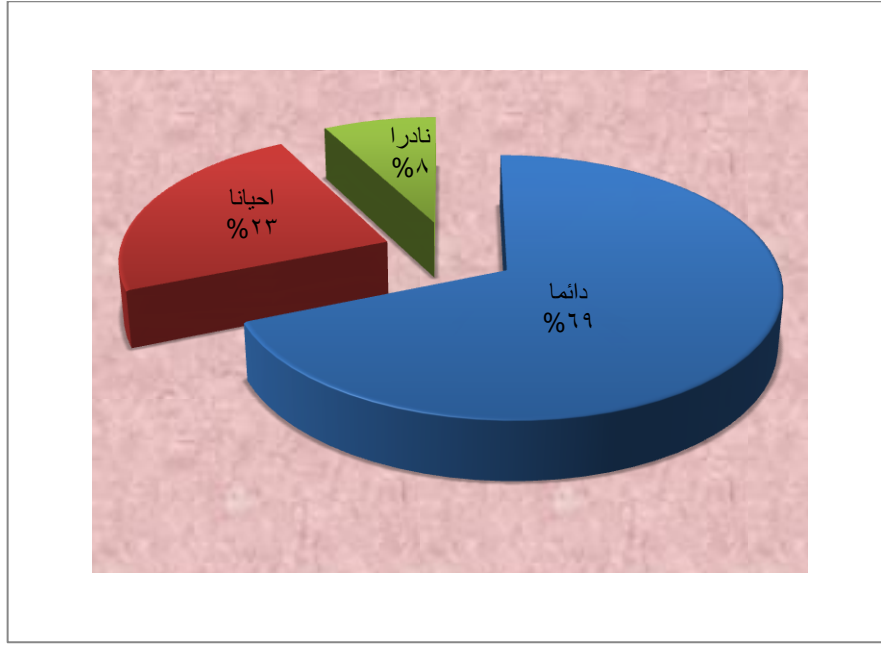
المحور الأول: عادات وأنماط مشاهدة أفراد العينة لقناة النهار الإخبارية.

الجدول رقم 05 يمثل مدى مشاهدة أفراد العينة لقناة النهار الإخبارية.

ك	عدد	%
دائماً	194	69,02
أحيانا	66	23.44
نادرا	22	7,82
المجموع	282	%100

اتضح لنا من خلال الجدول رقم 05 والذي يمثل توزيع عينة الدراسة حسب مدى مشاهدة قناة النهار الإخبارية، حيث نجد أن نسبة (69,02%) بتكرار بلغ 194 من أفراد العينة الذين يشاهدون قناة النهار الإخبارية بصفة دائمة، فيما نجد البعض ممن يشاهدون قناة النهار الإخبارية أحيانا قد بلغت نسبتهم (23.44%) بتكرار 66 مفردة، لتليها نسبة (7.82%) من الذين يشاهدونها نادرا لمرات معدودة في الأسبوع بلغ عددهم 22 مبحوث.

حيث تفسر النسبة الأعلى في هذا الجدول بأن أفراد العينة يعتمدون على قناة النهار الإخبارية في تلقي المعلومات والأخبار فيما تبثه عن مواضيع مختلفة اثناء الحملة الانتخابية.



الشكل رقم 05 يمثل مدى مشاهدة أفراد العينة لقناة النهار الإخبارية.

الجدول رقم 06 يمثل مدى مشاهدة قناة النهار الإخبارية حسب الجنس.

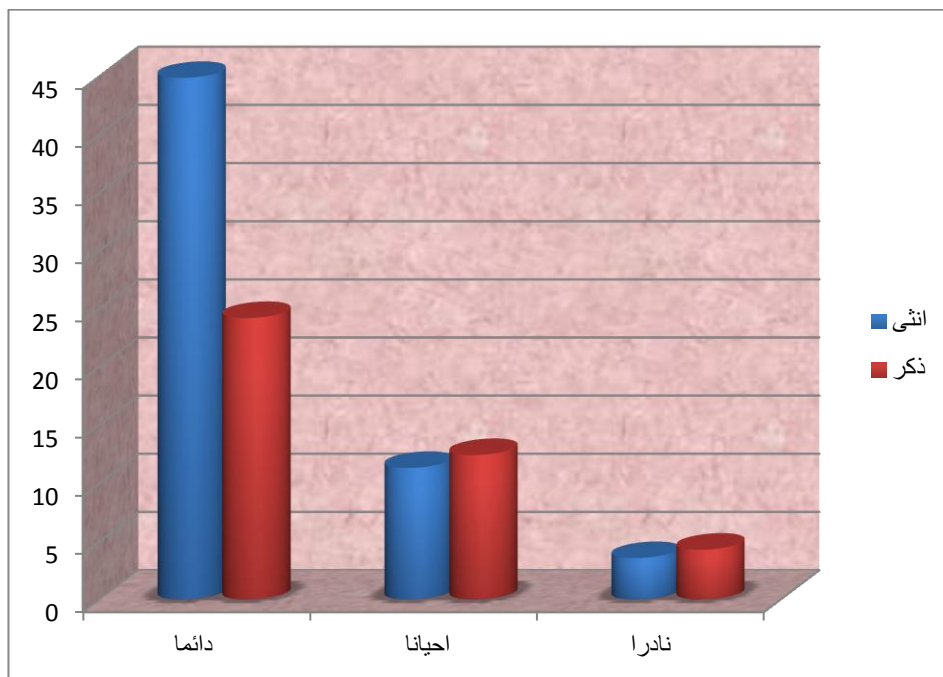
المجموع		ذكر		أنثى		الجنس مدى المشاهدة
%	ك	%	ك	%	ك	
69,14	195	59.48	69	75.90	126	دائما
23.40	66	30.17	35	18.67	31	أحيانا
7,44	21	10.34	12	5.42	09	نادرا
%100	282	100	116	100	166	المجموع

تشير النتائج الموضحة في الجدول أعلاه الذي يمثل مدى مشاهدة أفراد العينة لقناة النهار حسب متغير الجنس، حيث يوضح الجدول أن مشاهدة قناة النهار الإخبارية بصفة دائمة كانت في المرتبة الأولى لدى الإناث والذكور وذلك بنسبة (75.90%) و(59.48%) في حين لاحظنا أن عدد الإجابات حول مشاهدة القناة أحيانا كانت متفاوتة جدا لدى الجنسين حيث بلغت (18.67%) بالنسبة للإناث و(30.17%)

بالنسبة للذكور، أما عن إجابة افراد العينة حول مشاهدة القناة نادرا فقد كانت ضئيلة بنسبة قدرت ب(5.42%) بالنسبة للإناث و(10.34%) بالنسبة للذكور.

كاف الجدولية:	درجة الحرية:	كاف المحسوبة:
5.991	02	8.54

وتشير هذه النتائج إلى تأثير متغير الجنس على مشاهدة افراد العينة لقناة النهار وهذا ما تؤكدته نتائج اختبار الكا<sup>2</sup> حيث أن كاف المحسوبة قدرت ب 8.54 وهي أكبر من كاف الجدولية المقدره ب 5.991 عند درجة حرية 02 ومستوى ثقة 0.05 وبالتالي هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغير الجنس.

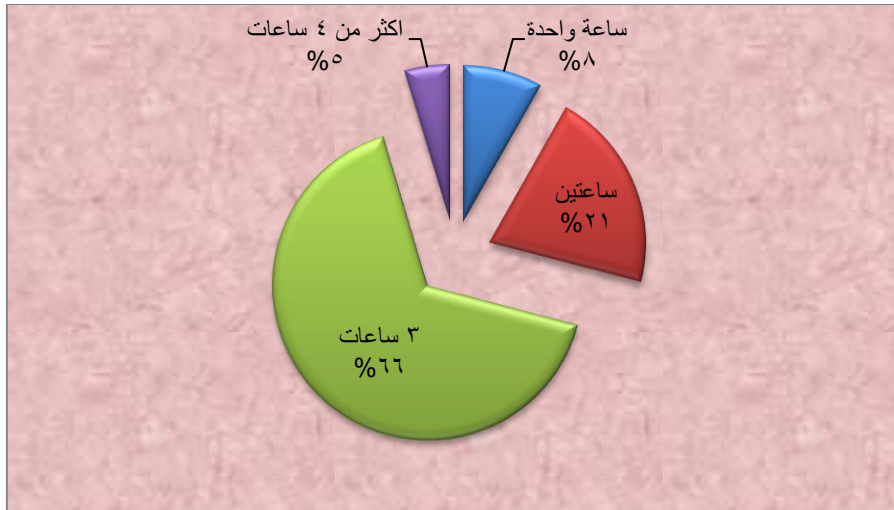


الشكل رقم 06 يمثل مدى مشاهدة قناة النهار الإخبارية حسب الجنس.

الجدول رقم 07 يمثل مدة مشاهدة افراد العينة لقناة النهار الإخبارية في اليوم.

المدة	ك	%
ساعة واحدة	23	8,15
ساعتين	59	20,92
3 ساعات	187	66,31
4 ساعات	13	4,6
المجموع	282	%100

من الجدول رقم 06 الذي يمثل مدة مشاهدة افراد العينة لقناة النهار الإخبارية في اليوم، يتضح لنا أن أعلى نسبة بلغت (66.31%) بتكرار 187 مفردة من الذين يشاهدون قناة النهار الإخبارية مدة ثلاث ساعات في اليوم، لتليها نسبة (20.92%) بتكرار 59 من الذين يشاهدونها مدة ساعتين، بينما نجد نسبة (8.18%) بتكرار 23 مفردة من أفراد العينة الذين يشاهدون هذه القناة مدة ساعة واحدة فقط في اليوم، أما آخر نسبة تمثلت في (4.6%) بتكرار 13 مفردة من الذين يشاهدونها مدة أربع ساعات في اليوم.



الشكل رقم 07 يمثل مدة مشاهدة افراد العينة لقناة النهار الإخبارية.

الجدول رقم 08 يمثل مدة مشاهدة افراد العينة لقناة النهار الإخبارية حسب الجنس.

النوع المدة	أنثى		ذكر		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
ساعة واحدة	09	5,42	14	12,06	23	8,15
ساعتين	31	18,67	28	24,13	59	20,92
3 ساعات	120	72,28	67	57,75	187	66,31
4 ساعات	06	3,61	07	6,03	13	4,6
المجموع	166	%100	116	%100	282	%100

يوضح الجدول أعلاه مدة مشاهدة أفراد العينة لقناة النهار الإخبارية في اليوم حسب الجنس وقد كشفت الدراسة عن النتائج التالية:

نجد أن أعلى نسبة تمثلت في (72.28%) بتكرار بلغ 120 مفردة يشاهدونها مدة 3 ساعات، تلتها نسبة (18.67%) بتكرار بلغ 31 مفردة تشاهدها مدة ساعتين، ثم (5.42%) بتكرار بلغ 09 مفردات يشاهدون قناة النهار مدة ساعة واحدة، أخيرا نجد نسبة (3.61%) بتكرار 06 مفردات مدة المشاهدة تستغرق 4 ساعات في اليوم بالنسبة للإناث، أما فيما يخص الذكور فقد احتلت اعلي نسبة (57.75%) بتكرار بلغ 67 مفردة متمثلة في مدة مشاهدة 3 ساعات، تلتها نسبة (24.13%) بتكرار بلغ 28 مفردة يشاهدون القناة مدة ساعتين، ثم نجد أن أفراد العينة الذين يشاهدون القناة مدة ساعة واحدة بلغت نسبتهم (12.06%) بتكرار بلغ 12 مفردة، وأخيرا بلغت نسبة من يشاهدها 4 ساعات في اليوم (6.03%) بتكرار 07 مفردات.

ك <sup>2</sup> المحسوبة:	درجة الحرية:	ك <sup>2</sup> الجدولية:
7.57	03	7.815



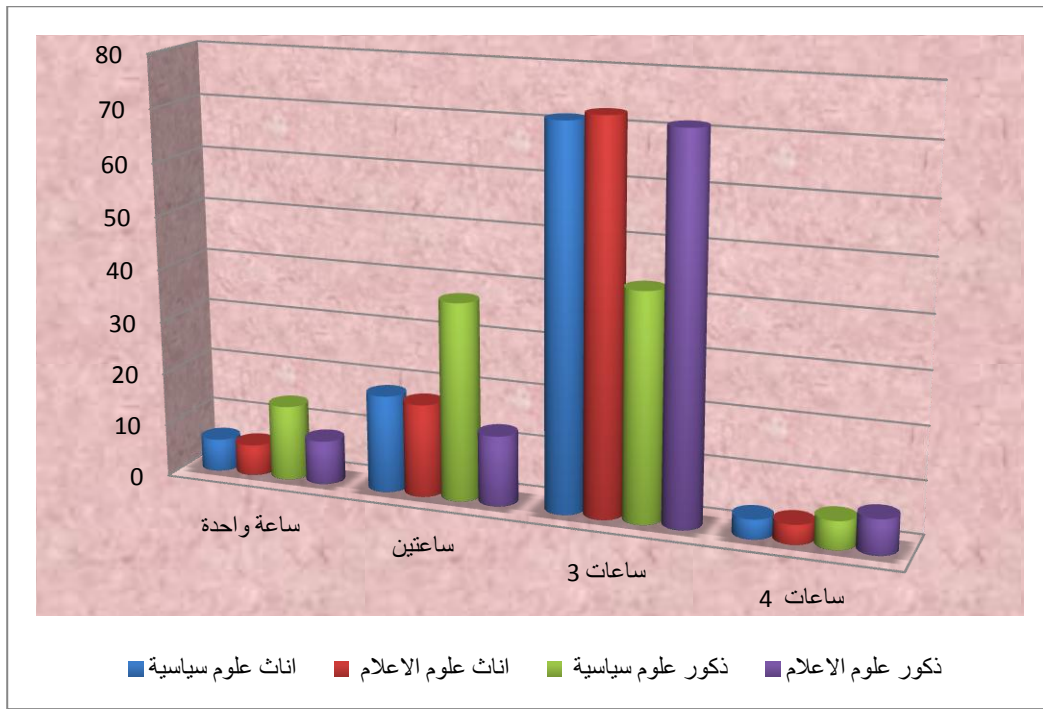
كشفت النتائج الموضحة في الجدول أعلاه الذي تمثلت في مدى مشاهدة أفراد العينة لقناة النهار في اليوم حسب متغير الجنس والتخصص.

حيث استحوذت اعلي نسبة في الجدول لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال إناث وذكور بنسبة قدرت ب (72.94%) بتكرار بلغ 10 و(71.66%) بتكرار بلغ 43 مفردة، تليها نسبة (71.60%) بتكرار بلغ 58 و(42.85%) بتكرار 24 لدى طلبة العلوم سياسية إناث وذكور ممن يشاهدون قناة النهار الإخبارية مدة ثلاث ساعات في اليوم، تليها نسبة (37.5%) بتكرار بلغ 21 ممثلة في طلبة العلوم سياسية ذكور بمدة مشاهدة ساعتين في اليوم، أما أدنى نسبة سجلت في الجدول تمثلت في (3.52%) بتكرار بلغ 03 من طلبة علوم الإعلام والاتصال إناث الذين يشاهدون قناة النهار مدة أربع ساعات في اليوم.

ونستنتج من خلال هذه الأرقام انه هناك إقبال كبير لأفراد العينة لمشاهدة قناة النهار رغم اختلاف جنسهم وتخصصهم.

ك <sup>2</sup> المحسوبة:	درجة الحرية:	ك <sup>2</sup> الجدولية:
20.98	9	16.919

وتشير هذه النتائج إلى تأثير متغيري الجنس والتخصص على مدة مشاهدة افراد العينة لقناة النهار وهذا ما تؤكدته نتائج اختبار الكا<sup>2</sup> حيث أن ك<sup>2</sup> المحسوبة قدرت ب 20.98 وهي أكبر من ك<sup>2</sup> الجدولية المقدره ب 16.919 عند درجة حرية 9 ومستوى ثقة 0.05 وبالتالي هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغيري الجنس والتخصص.



يمثل الشكل رقم 09 مدة مشاهدة افراد العينة لقناة النهار الإخبارية حسب النوع والتخصص.

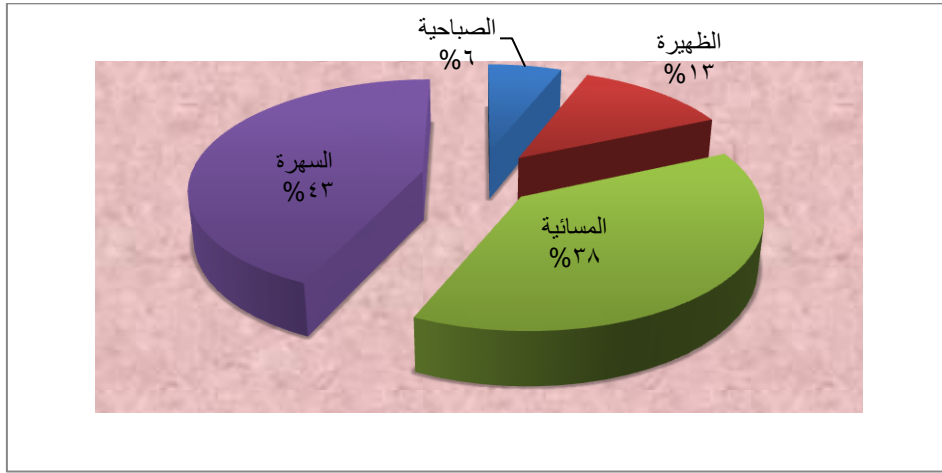
الجدول رقم 10 يمثل الفترة التي يفضل فيها افراد العينة مشاهدة قناة النهار الإخبارية.

ك	%	
الصباحية	6.02	17
الظهيرة	12.41	35
المسائية	38.29	108
السهرة	43.26	122
المجموع	100%	282

أعلى نسبة في الجدول رقم 10 الذي يمثل الفترات التي يفضلها افراد العينة لمشاهدة قناة النهار الإخبارية تمثلت في (43.26%) بتكرار 122 مفردة من أفراد العينة الذين يفضلون مشاهدتها في فترة السهرة، لتليها نسبة (38.29%) بتكرار 108 من أفراد العينة الذين يشاهدون قناة النهار الإخبارية أثناء الفترة المسائية، أما

نسبة (12.41%) بتكرار 35 مفردة يفضلون المشاهدة في الظهيرة، أما أحر نسبة كانت (6.02%) بتكرار 17 من أفراد العينة الذين يشاهدون القناة أثناء الفترة الصباحية.

حيث يرى العديد من المختصين والخبراء أن الفترة ما بين السابعة إلى الساعة التاسعة تمثل نقطة الذروة prime time<sup>1</sup> في المشاهدة، كون أن معظم الأفراد يشاهدون التلفزيون أثناء هذه الفترة. وهناك تفسير آخر يشير إلى أن تفضيل الفترتين-السهرة والمسائية – راجع لكون أفراد العينة من الطلبة الجامعيين وهو توقيت الذي يتزامن وقت فراغهم.



الشكل رقم 10 يمثل الفترة التي يفضل فيها المبحوث مشاهدة قناة النهار الإخبارية.

<sup>1</sup> Marlène Colomb gully: **les informationtélévisées**; Edit/P.U.F; collection que sais-je ? paris, 1995, p 09.

الجدول رقم 11 يمثل الفترة التي يفضل فيها افراد العينة مشاهدة قناة النهار الإخبارية حسب الجنس:

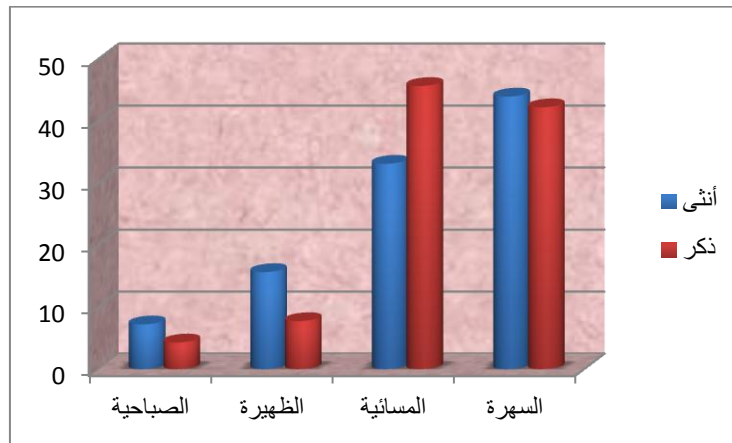
المجموع		ذكر		أنثى		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	الفرات المفضلة للمشاهدة
6.02	17	4.31	05	7.22	12	الصباحية
12.41	35	7.75	09	15.66	26	الظهيرة
38.29	108	45.68	49	33.13	55	المسائية
43.26	122	42.24	53	43.97	73	السهرة
100	282	100	116	100	166	المجموع

كشفت النتائج الموضحة في الجدول إلى أن أعلى نسبة تمثلت في (43.97%) بتكرار بلغ 73 طالب من افراد العينة الذين يشاهدون قناة النهار أثناء السهرة، ثم تليها نسبة (33.13%) بتكرار بلغ 55 طالب يشاهدونها أثناء الفترة المسائية، ثم نجد نسبة (15.66%) بتكرار بلغ 26 يفضلون مشاهدة قناة النهار أثناء فترة الظهيرة وتمثلت اقل نسبة في (7.22%) بتكرار بلغ 12 طلبة ممن يشاهدونها في الصباح بالنسبة للإناث.

أما بالنسبة لفئة الذكور فنجد أعلى نسبة تمثلت في (45.68%) بتكرار بلغ 49 طالب يشاهدون القناة في الفترة المسائية، ثم تليها نسبة (42.24%) بتكرار بلغ 53 طالب من الشباب الذين يفضلون المشاهدة أثناء السهرة، أما نسبة (7.75%) بتكرار بلغ 09 طلبة يشاهدون قناة النهار أثناء الظهيرة، وجاءت آخر نسبة (4.31%) بتكرار بلغ 05 طلبة يشاهدونها أثناء الفترة الصباحية وتعد هذه النسبة ضئيلة جدا.

ك <sup>2</sup> المحسوبة:	درجة الحرية:	ك <sup>2</sup> الجدولية:
6.16	03	7.815

وتشير هذه النتائج إلى عدم تأثير متغير الجنس على الفترات المفضلة للمشاهدة وهذا ما تؤكدته نتائج اختبار الكا<sup>2</sup> حيث أن ك<sup>2</sup> المحسوبة قدرت بـ 6.16 وهي أصغر من ك<sup>2</sup> الجدولية المقدره بـ 7.815 عند درجة حرية 03 ومستوى ثقة 0.05 وبالتالي ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغير الجنس.



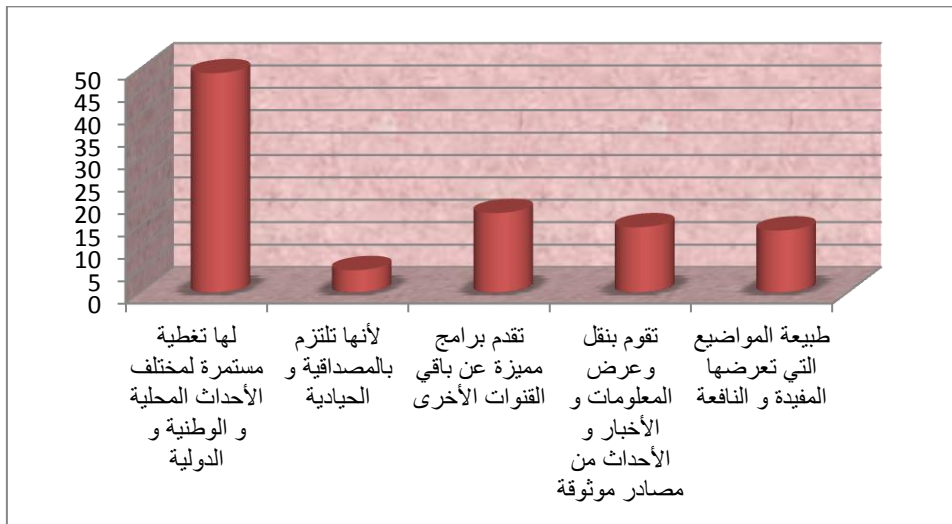
الشكل رقم 11 يمثل يفضل فيها افراد العينة مشاهدة قناة النهار الإخبارية حسب النوع.

الجدول رقم 12 يمثل أسباب مشاهدة افراد العينة لقناة النهار الإخبارية.

%	ك	أسباب مشاهدة افراد العينة لقناة النهار الإخبارية
48.93	138	لها تغطية مستمرة لمختلف الأحداث المحلية والوطنية والدولية
4.96	14	لأنها تلتزم بالمصداقية والحيادية
17.73	50	تقدم برامج مميزة عن باقي القنوات الأخرى
14.53	41	تقوم بنقل وعرض المعلومات والأخبار والأحداث من مصادر موثوقة
13.82	39	طبيعة المواضيع التي تعرضها المفيدة والنافعة
100%	282	المجموع

اتضح لنا من خلال الجدول رقم 07 الذي يمثل أسباب مشاهدة افراد العينة لقناة النهار الإخبارية، أعلى نسبة بلغت (48.93%) بتكرار 138 مفردة من الذين يعتبرون أن قناة النهار الإخبارية لها تغطية مستمرة لمختلف الأحداث المحلية والوطنية والدولية، فيما نجد نسبة (17.73%) بتكرار 50 من افراد العينة الذين يرون أنها تقدم برامج مميزة عن باقي القنوات الأخرى، فيما تليها نسبة (14.53%) بتكرار 41 من افراد العينة الذين رأوا أنها تقوم بنقل وعرض المعلومات والأخبار والأحداث من مصادر موثوقة، وجاءت نسبة (13.8%) بتكرار بلغ 39 مفردة ممن أشاروا أن طبيعة المواضيع التي تعرضها مفيدة ونافعة، أما أخر نسبة في هذا الجدول تمثلت في (4.96%) بتكرار 14 مفردة أجابوا أن قناة النهار الإخبارية تلتزم بالمصداقية والحيادية في معالجتها وتقديمها للمعلومات والأخبار.

يمكن تفسير النسبة الأعلى في هذا الجدول والتي تمثلت في أن قناة النهار لها تغطية مستمرة لمختلف الأحداث المحلية والوطنية والدولية، وهذا يرجع إلى اعتماد القناة تقديم أخبار من خلال المواضيع التي تبث كل ساعة تتراوح مدتها ما بين 10 و 15 دقيقة تلخص فيها أبرز الأحداث والقضايا الحاصلة في تلك الفترة سواء كانت محلية أو وطنية أو حتى دولية، وهذه الطريقة الجديدة التي أصبحت تعمل بها العديد من القنوات الإخبارية بسبب التطور التكنولوجي الحاصل في مجال تكنولوجيات الإعلام والاتصال حيث أصبحت المعلومة متاحة في أي وقت وفي أي مكان، ساهم هذا التقدم الكبير في نقل الأخبار والمعلومات أثناء وقوعها من موقع الحدث من خلال البث الحي المباشر، على غرار ما كان قبل التطور التكنولوجي حيث كانت الأخبار تنقل ثلاث مرات في اليوم أي في الصبيحة والظهيرة وأثناء السهرة.



الشكل رقم 12 يمثل أسباب مشاهدة افراد العينة لقناة النهار الإخبارية.

الجدول رقم 13 يمثل أسباب مشاهدة افراد العينة لقناة النهار الإخبارية حسب النوع.

المجموع		ذكر		أنثى		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	أسباب مشاهدة قناة النهار الإخبارية
48.93	138	52.58	61	46.38	77	لها تغطية مستمرة لمختلف الأحداث المحلية والوطنية والدولية
4.96	14	03.44	04	06.02	10	لأنها تلتزم بالمصداقية والحيادية
17.73	50	16.37	19	18.67	31	تقدم برامج مميزة عن باقي القنوات الأخرى
14.53	41	18.96	22	11.44	19	تقوم بنقل وعرض المعلومات والأخبار والأحداث من مصادر موثوقة
13.82	39	8.62	10	17.46	29	طبيعة المواضيع التي تعرضها المفيدة والنافعة
%100	282	%100	116	%100	166	المجموع

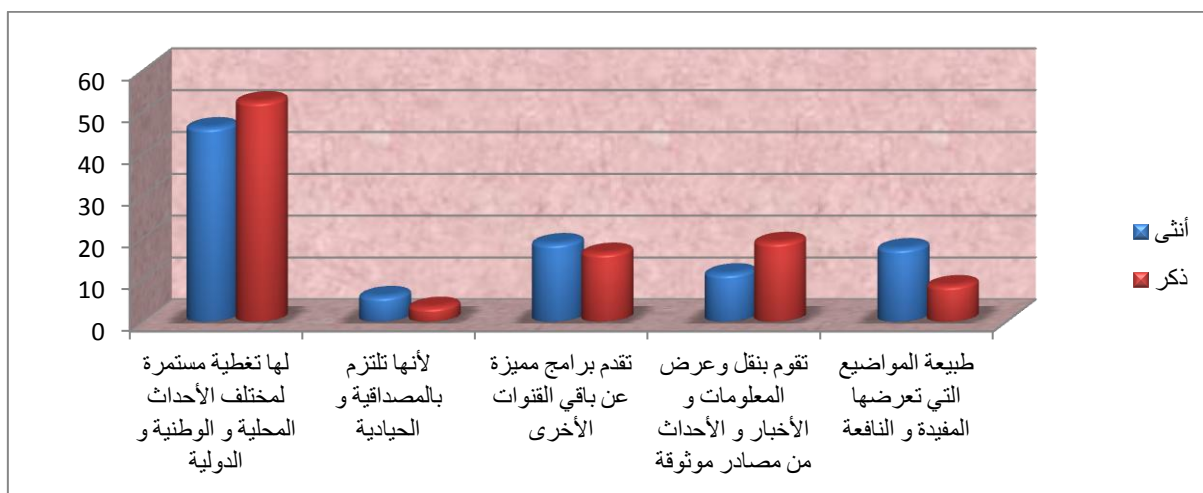
فيما يخص أسباب ودوافع مشاهدة قناة النهار الإخبارية حسب الجنس فقد كشفت النتائج ما يلي:

بخصوص فئة الذكور نجد أن أعلى نسبة بلغت (52.58%) بتكرار بلغ 61 طالب اجمعوا على أن قناة النهار الإخبارية لها تغطية مستمرة لمختلف الأحداث المحلية والوطنية والدولية، ثم تليها نسبة (18.96%) بتكرار بلغ 31 طالب ممن أجابوا بأنها تقوم بنقل وعرض المعلومات والأخبار والأحداث من مصادر موثوقة، ثم نجد نسبة (16.37%) بتكرار بلغ 19 طالب أجابوا بأن هذه القناة تقدم برامج مميزة عن باقي القنوات الأخرى، كما أظهرت نسبة (8.62%) بتكرار بلغ 10 طلبة أن سبب مشاهدتها هو طبيعة المواضيع التي تعرضها المفيدة والنافعة، وفي الأخير نجد نسبة ضئيلة جدا (3.44%) بتكرار بلغ 04 طلبة من افراد العينة يرون أن هذه القناة تلتزم بالمصداقية والحيادية.

أما فئة الإناث فقد تمثلت أعلى نسبة في (46.38%) بتكرار بلغ 77 طالب أجابوا بان قناة النهار الإخبارية لها تغطية مستمرة لمختلف الأحداث المحلية والوطنية والدولية، فيما تليها نسبة (18.67%) بتكرار بلغ 31 طالب أشاروا إلى أنها تقدم برامج مميزة عن باقي القنوات الأخرى، أما نسبة (17.46%) بتكرار بلغ 29 طالب من افراد العينة أجابوا بان طبيعة المواضيع التي تعرضها القناة المفيدة والنافعة، فيما تمثلت اقل نسبة في هذا الجدول في (6.02%) بتكرار بلغ 10 طلبة أجابوا بان القناة تلتزم بالمصداقية والحيادية.

ك <sup>2</sup> المحسوبة:	درجة الحرية:	ك <sup>2</sup> الجدولية:
8.13	04	9.488

وتشير هذه النتائج إلى عدم تأثير متغير الجنس على اسباب مشاهدة افراد العينة لقناة النهار وهذا ما تؤكدته نتائج اختبار الكا<sup>2</sup> حيث أن ك<sup>2</sup> المحسوبة قدرت ب8.13 وهي أصغر من ك<sup>2</sup> الجدولية المقدره ب9.488 عند درجة حرية 04 ومستوى ثقة 0.05 وبالتالي ليس هنا كفروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغير الجنس.



الشكل رقم 13 يمثل أسباب مشاهدة افراد العينة لقناة النهار الإخبارية حسب الجنس.

الجدول رقم 14 يمثل أسباب مشاهدة قناة النهار الإخبارية حسب التخصص.

المجموع		علوم سياسية		علوم الإعلام		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	أسباب مشاهدة قناة النهار الإخبارية
48.93	138	52.55	72	45.51	66	لها تغطية مستمرة لمختلف الأحداث المحلية والوطنية والدولية
4.96	14	6.56	09	3.44	05	لأنها تلتزم بالمصداقية والحيادية
17.73	50	11.67	16	23.44	34	تقدم برامج مميزة عن باقي القنوات الأخرى
14.53	41	16.05	22	13.10	19	تقوم بنقل وعرض المعلومات والأخبار والأحداث من مصادر موثوقة
13.82	39	13.13	18	14.48	21	طبيعة المواضيع التي تعرضها المفيدة والنافعة
100	282	100	137	100	145	المجموع

كشفت النتائج في الجدول رقم 14 الذي يشير إلى دوافع و أسباب مشاهدة افراد العينة قناة النهار الإخبارية حسب التخصص حيث نجد:

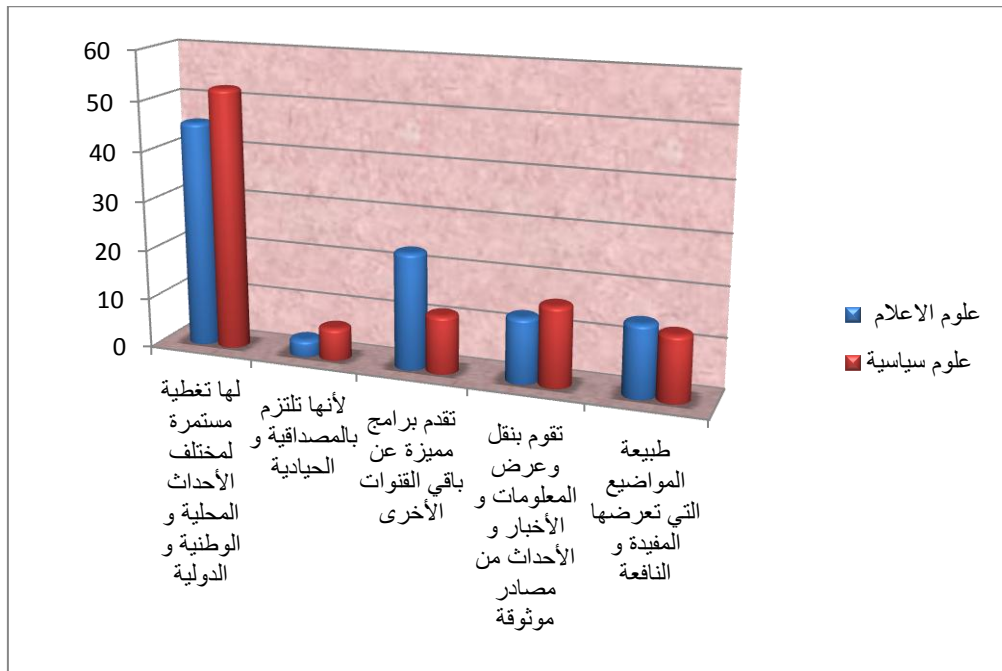
أن أعلى نسبة لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال قدرت بـ (45.51%) بتكرار بلغ 66 من الطلبة أجابوا بأن قناة النهار الإخبارية لها تغطية مستمرة لمختلف الأحداث المحلية والوطنية والدولية، تليها نسبة (23.44%) بتكرار بلغ 34 من الطلبة يرون أنها تقدم برامج مميزة عن باقي القنوات الأخرى، فيما نجد نسبة (14.48%) بتكرار بلغ 21 من افراد العينة أجابوا بأن أسباب المشاهدة يعود إلى طبيعة المواضيع التي تعرضها المفيدة والنافعة، أما نسبة (13.10%) بتكرار بلغ 19 من الطلبة اجمعوا على أنها تقوم بنقل

وعرض المعلومات والأخبار والأحداث من مصادر موثوقة، فيما كشفت آخر نتيجة في الجدول إلى أن قناة النهار تلتزم بالمصداقية والحيادية بنسبة (3.44%) بتكرار بلغ 5 طلبية.

أما فيما يخص طلبة العلوم السياسية فقد أشارت الأرقام إلى أن أعلى نسبة تمثلت في (52.55%) بتكرار بلغ 72 من افراد العينة دوافع مشاهدتهم لقناة النهار الإخبارية كون أنها تحوز على تغطية مستمرة لمختلف الأحداث المحلية والوطنية والدولية، فيما نجد أن نسبة (16.05%) بتكرار بلغ 22 من أفراد عينة الدراسة يرون أنها تقوم بنقل وعرض المعلومات والأخبار والأحداث من مصادر موثوقة ، فيما يرجع (13.13%) من المستجوبين متابعتهم لقناة النهار نظرا لطبيعة المواضيع المفيدة والنافعة، أما دافع أن القناة تقدم برامج مميزة عن باقي القنوات الأخرى بلغت نسبتها (11.67%) بتكرار 16 مفردة، أما آخر نسبة تمثلت في (6.56%) بتكرار بلغ 09 من افراد العينة يرون أنها تلتزم بالمصداقية والحيادية.

ك <sup>2</sup> المحسوبة:	درجة الحرية:	ك <sup>2</sup> الجدولية:
8.06	04	9.488

وتشير هذه النتائج إلى عدم تأثير متغير التخصص على اسباب مشاهدة افراد العينة لقناة النهار وهذا ما تؤكدته نتائج اختبار الكا<sup>2</sup> حيث أن ك<sup>2</sup> المحسوبة قدرت ب8.06 وهي أصغر من ك<sup>2</sup> الجدولية المقدر ب 9.488 عند درجة حرية 04 ومستوى ثقة 0.05 وبالتالي ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغير التخصص.



الشكل رقم 14 يمثل أسباب مشاهدة قناة النهار الإخبارية حسب التخصص.

الجدول رقم 15 يمثل طبيعة المواضيع التي يفضلها أفراد العينة في قناة النهار الإخبارية.

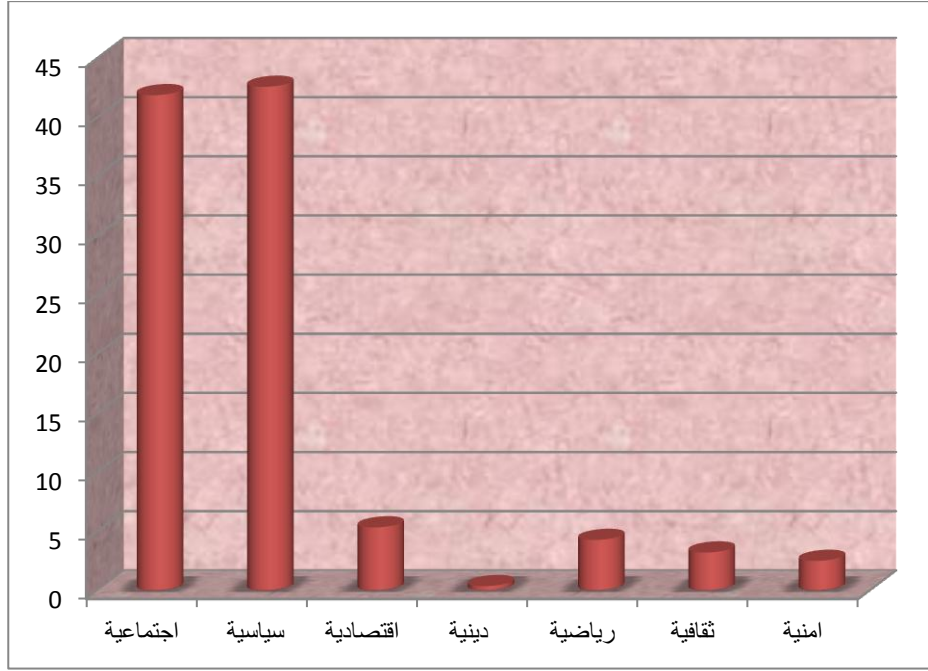
المواضيع	ك	%
اجتماعية	118	41.84
سياسية	120	42.55
اقتصادية	15	5.31
دينية	01	0.35
رياضية	12	4.25
ثقافية	09	3.19
أمنية	07	2.48
المجموع	282	%100

يتضح لنا من خلال الجدول رقم 14 الذي يمثل المواضيع التي يفضلها افراد العينة لمشاهدتها في قناة النهار الإخبارية أن المواضيع السياسية حازت على اكبر نسبة لدى افراد العينة حيث بلغت (42.55%) بتكرار 120 مفردة، لتلها المواضيع الاجتماعية بتكرار 118 مفردة بنسبة (41.84%)، أما المواضيع الاقتصادية جاءت في المرتبة الثالثة بنسبة قدرت ب(5.31%) بتكرار 15 مفردة، تلها المواضيع الرياضية بلغت نسبتها(4.25%) بتكرار 12 مفردة، ليلها موضوع الثقافة بتكرار 09 بنسبة (3.19%) أما عن الموضوع ما قبل الأخير تمثل في موضوع الأمني بنسبة (2.48%) بتكرار 07 مفردة، و أخيرا نجد المواضيع الدينية قد حازت على ادنى نسبة(0.35 % ) بتكرار 01 فقط.

يبدو واضحا من خلال النسب الموضحة في الجدول أعلاه أن افراد العينة يهتمون أكثر بالمواضيع السياسية على غرار المواضيع الأخرى، وهذا راجع إلى طغيان الأحداث والقضايا السياسية التي فرضت على الإعلام تغطيتها، خاصة عندما يتعلق الأمر بالقضايا السياسية الوطنية الحاصلة في ظل الحراك السياسي الذي تشهده الجزائر وما تعرفه الدول العربية والعالم ككل وانعكاس ذلك على الجزائر، فهذه الأحداث تفرض نفسها بقوة مما يستوجب على وسائل الإعلام معالجتها وبالتالي يدفع ذلك الجمهور إلى متابعتها ومعرفة آخر المستجدات والتطورات الخاصة بها.

وهنا نلاحظ اختلاف في درجة الاهتمام بالمواضيع التي تعرضها قناة النهار حيث تتفق هذه النتيجة مع دراسة محمد شطاح الذي توصل من خلالها الى ان المواضيع السياسية تثير اهتمام افراد العينة في نشرة اخبار الثامنة بالتلفزيون الجزائري حيث نجد ان المواضيع السياسية اكثر تفضيلا بنسبة قدرت ب(21.69%)<sup>1</sup>

<sup>1</sup> محمد شطاح: "النشرة الاخبارية المقدمة في التلفزيون الجزائري دراسة تحليلية وميدانية"، اطروحة دكتوراه، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر، 2004/2003.



الشكل رقم 15 يمثل طبيعة المواضيع التي يفضلها افراد العينة في قناة النهار الإخبارية.



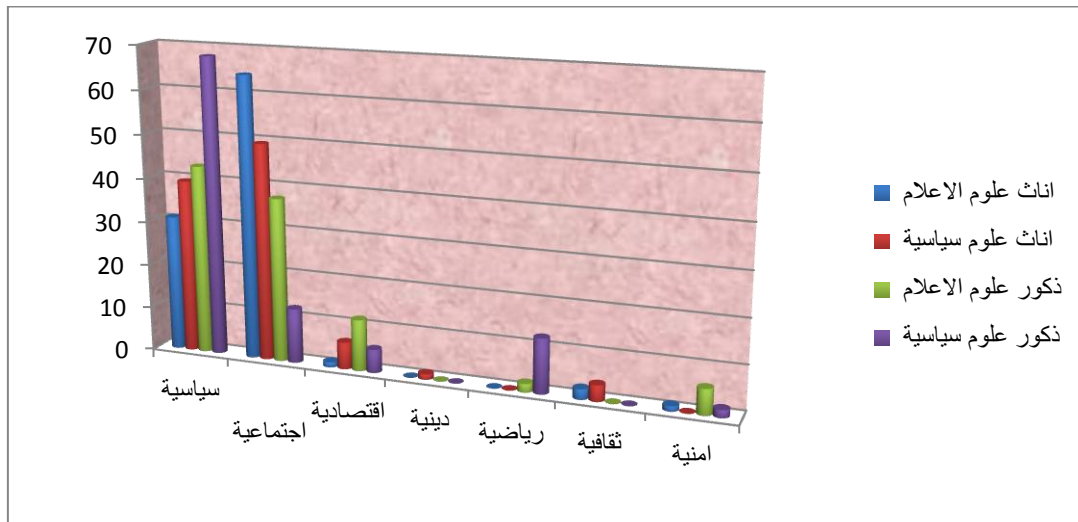
طلبة علوم الإعلام والاتصال ذكور، فيما تقاربت النتائج فيما يخص طلبة علوم سياسية وعلوم الإعلام والاتصال إناث بنسبة (39.50%) وبتكرار بلغ 32 و(30.95%) بتكرار بلغ 26 مفردة يشاهدون المواضيع الاجتماعية.

أما فيما يخص المواضيع السياسية توصلت الدراسة إلى أن الإناث هم أكثر تفضيلاً لهذا الموضوع في كلتا التخصصين بنسب عالية بلغت (64.28%) بتكرار 54 مفردة بالنسبة لطلبة علوم الإعلام والاتصال و(49.38%) بتكرار بلغ 40 بالنسبة لطلبة العلوم السياسية.

أما المواضيع الأخرى فقد سجلت نتائج ضئيلة جداً تمثلت اعلي نسبة في (11.76%) بتكرار بلغ 06 من طلبة علوم الإعلام والاتصال ذكور يفضلون المواضيع الاقتصادية التي تعرضها قناة النهار الإخبارية، فيما انعدمت النسبة لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية إناث بخصوص متابعة المواضيع الرياضية وهذه النتيجة تفسر أن الإناث غير مهتمات بمتابعة أخبار الرياضة.

كاف المحسوبة:	درجة الحرية:	كاف الجدولية:
73.42	24	36.415

وتشير هذه النتائج إلى تأثير متغير التخصص على اسباب مشاهدة افراد العينة لقناة النهار وهذا ما تؤكدته نتائج اختبار الكاف حيث أن كاف المحسوبة قدرت ب 73.42 وهي أصغر من كاف الجدولية المقدرة ب 36.415 عند درجة حرية 24 ومستوى ثقة 0.05 وبالتالي هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغير التخصص.



الشكل رقم 16 طبيعة المواضيع التي يفضلها افراد العينة في قناة النهار الإخبارية حسب الجنس والتخصص.

الجدول رقم 17 يمثل طبيعة المواضيع التي يفضلها افراد العينة في قناة النهار الإخبارية حسب السن:

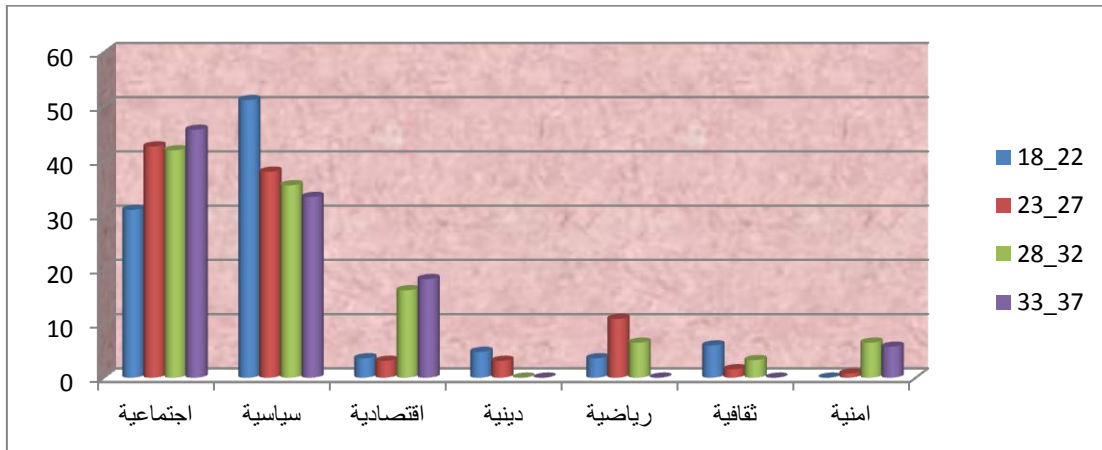
المجموع	37_33		32_28		27_23		22_18			
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
39	110	45.71	16	41.93	13	42.63	55	30.95	26	اجتماعية
40.42	114	33.33	11	35.48	11	37.98	49	51.19	43	سياسية
6.38	18	18.18	06	16.12	05	3.10	04	3.57	03	اقتصادية
2.38	08	00	00	00	00	3.10	04	4.76	04	دينية
6.73	19	00	00	6.45	02	10.85	14	3.57	03	رياضية
2.38	08	00	00	3.22	01	1.55	02	5.95	05	ثقافية
1.77	05	5.71	02	6.45	02	0.77	01	00	00	أمنية
%100	282	%100	35	%100	31	%100	129	%100	84	المجموع

كشفت النتائج الموضحة في الجدول الذي يمثل طبيعة المواضيع المفضلة في قناة النهار الإخبارية من قبل أفراد العينة حسب متغير الجنس، حيث نجد أن فئة الشباب الذين تتراوح أعمارهم ما بين 18 سنة إلى 22 سنة يفضلون المواضيع السياسية بنسبة 51.19% فيما نجد الفئة العمرية من 33 سنة إلى 37 سنة هم أكثر شريحة تتابع المواضيع الاجتماعية بنسبة 45.71%، فيما سجلت نتائج ضئيلة لدى كل الفئات العمرية فيما يخص متابعتهم للمواضيع الدينية والرياضية والثقافية والأمنية، فمن خلال الأرقام المتقاربة جدا بين المواضيع الاجتماعية والسياسية ربما يعود هذا إلى كون الشباب الجزائري أصبح يهتم فقط الجانب السياسي والاجتماعي في حياته خاصة في ظل التغيرات السياسية والاجتماعية التي تشهدها الساحة الجزائرية في هذه الفترة .

ونلاحظ كذلك أن النسبة الأعلى في الجدول والتي أشارت إلى أن الشباب من سن 18 إلى سن 22 هم أكثر متابعة للمواضيع السياسية وهنا يمكن القول بأنه يوجد اهتمام بالمواضيع السياسية لدى هذه الفئة.

كاف الجدولية:	درجة الحرية:	كاف المحسوبة:
28.869	18	49.15

وتشير هذه النتائج إلى تأثير متغير السن على طبيعة المواضيع التي يفضل مشاهدتها أفراد العينة في قناة النهار وهذا ما تؤكدته نتائج اختبار الكاف حيث أن كاف المحسوبة قدرت بـ 49.15 وهي أكبر من كاف الجدولية المقدر بـ 28.869 عند درجة حرية 24 ومستوى ثقة 0.05 وبالتالي هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغير السن.



يمثل الشكل رقم 17 طبيعة المواضيع التي يفضلها افراد العينة في قناة النهار الإخبارية حسب السن

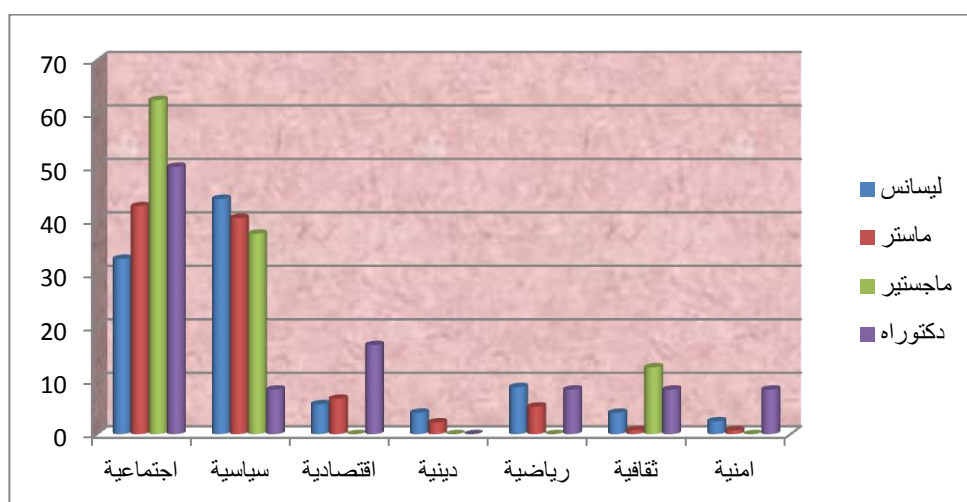
الجدول رقم 18 يمثل طبيعة المواضيع التي يفضلها افراد العينة في قناة النهار الإخبارية حسب المؤهل العلمي:

المجموع		دكتوراه		ماجستير		ماستر		ليسانس		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
39	110	50	06	62.5	05	42.64	58	32.8	41	اجتماعية
40.42	114	8.33	01	37.5	03	40.44	55	44	55	سياسية
6.38	18	16.66	02	00	00	6.61	09	5.6	07	اقتصادية
2.83	08	00	00	00	00	2.20	03	4	05	دينية
6.73	19	8.33	01	00	00	5.14	07	8.8	11	رياضية
2.83	08	8.33	01	12.5	01	0.73	01	4	05	ثقافية
1.77	05	8.33	01	00	00	0.73	01	2.4	03	أمنية
%100	282	%100	12	100	08	%100	136	%100	125	المجموع
				%						

من خلال النتائج الموضحة في الجدول أعلاه نجد أن طلبة الماجستير والماستر هم أكثر فئة يفضلون متابعة المواضيع الاجتماعية بنسبة بلغت (62.5%) و (42.64%) فيما أظهرت الأرقام أن طلبة الليسانس يفضلون متابعة المواضيع السياسية والرياضية بنسبة (44%) و (8.8%)، أما طلبة الدكتوراه فيفضلون المواضيع الاقتصادية والأمنية بنسبة (16.66%) و (8.33%)، وهنا نلاحظ أن هناك اختلاف في تفضيل أفراد العينة للمواضيع التي تبثها قناة النهار الإخبارية حسب مستواهم العلمي.

كافة الجدولية:	درجة الحرية:	كافة المحسوبة:
28.869	18	36.31

وتشير هذه النتائج إلى تأثير متغير المؤهل العلمي على طبيعة المواضيع التي يفضل مشاهدتها افراد العينة في قناة النهار وهذا ما تؤكدته نتائج اختبار الكا<sup>2</sup> حيث أن كا<sup>2</sup> المحسوبة قدرت ب36.31 وهي أكبر من كا<sup>2</sup> الجدولية المقدره ب28.869 عند درجة حرية 18 ومستوى ثقة 0.05 وبالتالي هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغير المؤهل العلمي.



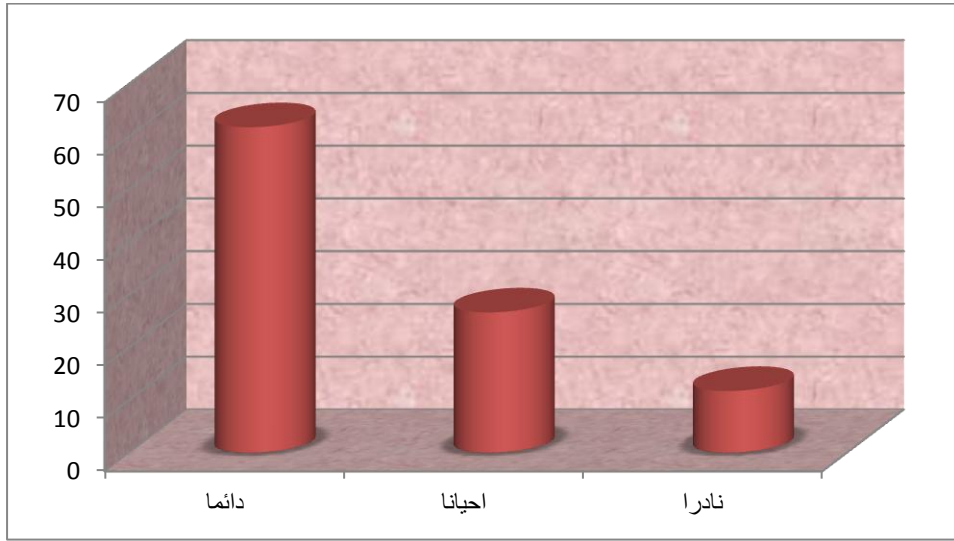
الشكل رقم 18 يمثل طبيعة المواضيع التي يفضلها أفراد العينة في قناة النهار الإخبارية حسب المؤهل العلمي.

المحور الثاني: اتجاهات طلبة علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية بجامعة مستغانم حول معالجة قناة النهار الإخبارية للحملة الانتخابية 2014.

الجدول رقم 19 يمثل متابعة أفراد العينة للحملة الانتخابية 2014 من خلال قناة النهار الإخبارية.

ك	%	
دائما	61.70	175
أحيانا	26.59	74
نادرا	11.70	33
المجموع	100%	282

يشير محتوى الجدول رقم 18 الذي يمثل مدى متابعة أفراد العينة للحملة الانتخابية لرئاسيات 2014 من خلال قناة النهار الإخبارية حيث بلغت أعلى نسبة (61.70%) بتكرار 175 من أفراد العينة الذين تابعوا مجريات الحملة الانتخابية بصفة دائمة، لتليها نسبة (26.59%) بتكرار 74 مفردة ممن تابعوا هذه الحملة أحيانا، وفي الأخير أجاب 33 مبحوث أنهم تابعوا مجريات هذه الحملة الانتخابية نادرا بنسبة (11.70%).



الشكل رقم 19 يمثل متابعة أفراد العينة للحملة الانتخابية 2014 من خلال قناة النهار الإخبارية.

الجدول رقم 20 يمثل مدى متابعة الحملة الانتخابية من خلال قناة النهار الإخبارية حسب التخصص:

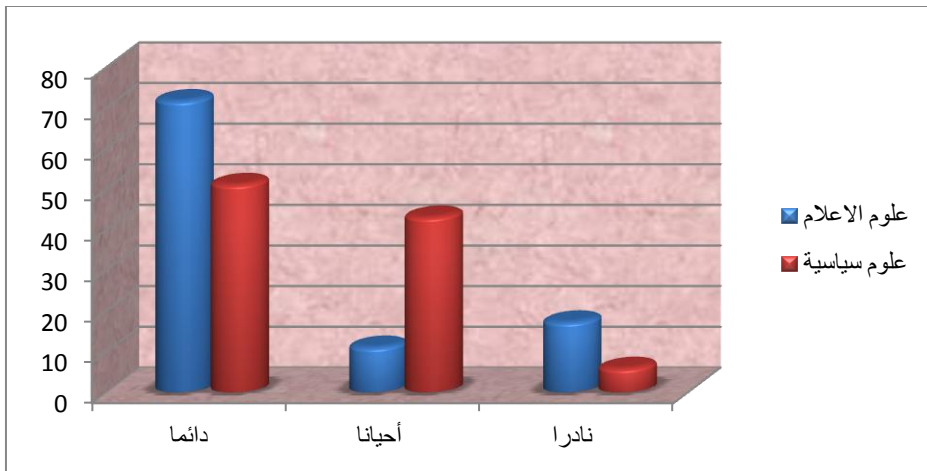
المجموع الكلي	علوم سياسية		علوم الإعلام و الاتصال		
	ك	%	ك	%	
	ك	%	ك	%	
	174	61.70	70	51.09	دائما
	75	26.59	59	43.06	أحيانا
	33	11.70	08	5.83	نادرا
	282	100%	137	100%	المجموع

يوضح الجدول أعلاه الذي يمثل مدى متابعة أفراد العينة للحملة الانتخابية 2014 من خلال قناة النهار الإخبارية حسب التخصص، حيث توصلت النتائج إلى أن أعلى نسبة لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال تمثلت في (71.72%) بتكرار بلغ 104 من أفراد العينة الذين كانوا يتابعون مجريات الحملة الانتخابية دائما، فيما تليها نسبة (17.24%) بتكرار بلغ 25 منهم من كانوا نادرا يتابعون هذه الحملة، أما آخر النسب تمثلت في (11.03%) بتكرار بلغ 16 من أفراد العينة الذين تابعوها أحيانا.

أما فيما يخص طلبة العلوم السياسية فقد كشفت نتائج الدراسة أن معظم هؤلاء الطلبة تابعوا الحملة الانتخابية بصفة 2014 دائمة بنسبة (51.09%) بتكرار بلغ 70 طالبا، فيما كان يشاهدها أحيانا بنسبة (43.06%) بتكرار بلغ 59 أما القليل منهم كانوا يتابعون هذه الاستحقاقات نادرا بنسبة (5.83%) بتكرار بلغ 08 طالبا وتعد نسبة ضئيلة جدا.

كافة الجدولية:	درجة الحرية:	كافة المحسوبة:
5.991	02	39.85

عموما نلاحظ ان اغلب طلبة علوم الاعلام والاتصال تابعوا مجريات الحملة بصفة دائمة في حين تابعها نصف طلبة العلوم السياسية، وتشير هذه النتائج إلى تأثير متغير التخصص على متابعة أفراد العينة للحملة الانتخابية 2014، وهذا ما تؤكدته نتائج اختبار الكا<sup>2</sup> حيث أن كافة المحسوبة قدرت بـ 39.85 وهي أكبر من كافة الجدولية المقدره بـ 5.991 عند درجة حرية 02 ومستوى ثقة 0.05 وبالتالي هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغير التخصص.



الشكل رقم 20 يمثل مدى متابعة الحملة الانتخابية من خلال قناة النهار حسب التخصص.

الجدول رقم 21 يمثل مدى متابعة الانتخابات الرئاسية حسب المؤهل العلمي:

المجموع	دكتوراه		ماجستير		ماستر		ليسانس		
	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	
دائما	199	70.56	06	50	07	87.5	100	68.8	86
أحيانا	47	16.66	06	50	01	12.5	24	12.8	16
نادرا	36	12.76	00	00	00	00	13	18.4	23
المجموع	282	%100	12	%100	08	%100	137	%100	125

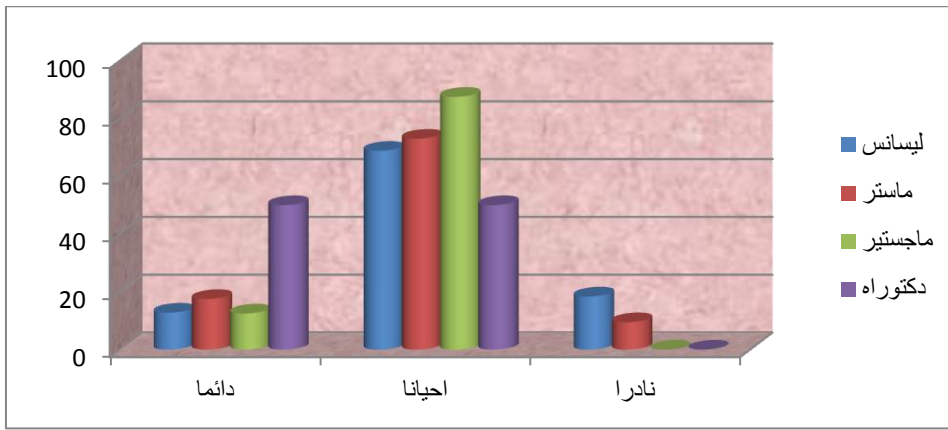
توضح الأرقام في الجدول أعلاه أن أعلى النسب تمثلت في أن أفراد العينة يتابعون الحملة الانتخابية دائما في كل المستويات العلمية بحيث أن أعلى نسبة سجلت لدى طلبة الماجستير (87.5%) يليها طلبة الماستر بنسبة (72.99%) أما طلبة الليسانس بلغت نسبتهم (68.8%) وفي الأخير نجد طلبة الدكتوراه بنسبة (50%).

أما فيما يخص متابعة أفراد العينة لمجريات الحملة أحيانا فقد كانت النسب متقاربة سجلت أعلاها لدى طلبة الدكتوراه بنسبة (50%)، أما أدنى نسبة تمثلت في (12.5%) بالنسبة لطلبة الماجستير.

فيما انعدمت النسب لدى طلبة الماستر والدكتوراه فيما يخص متابعتهم لها نادرا في حين نجد أن 36 من أفراد العينة كانوا يتابعون مجريات الحملة الانتخابية نادرا بنسبة (12.76%) من النسبة الاجمالية.

ك <sup>2</sup> الجدولية:	درجة الحرية:	ك <sup>2</sup> المحسوبة:
12.592	06	11.58

وتشير هذه النتائج إلى عدم تأثير متغير المؤهل العلمي على متابعة افراد العينة للحملة الانتخابية 2014، وهذا ما تؤكدته نتائج اختبار الكا<sup>2</sup> حيث أن ك<sup>2</sup> المحسوبة قدرت ب11.58 وهي أصغر من ك<sup>2</sup> الجدولية المقدره ب 12.592 عند درجة حرية 06 ومستوى ثقة 0.05 وبالتالي ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغير المؤهل العلمي.



الشكل رقم 21 يمثل مدى متابعة الحملة الانتخابية حسب المؤهل العلمي.

الجدول رقم 22 يمثل تقييم افراد العينة لمدى تغطية قناة النهار لحملة الانتخابات 2014.

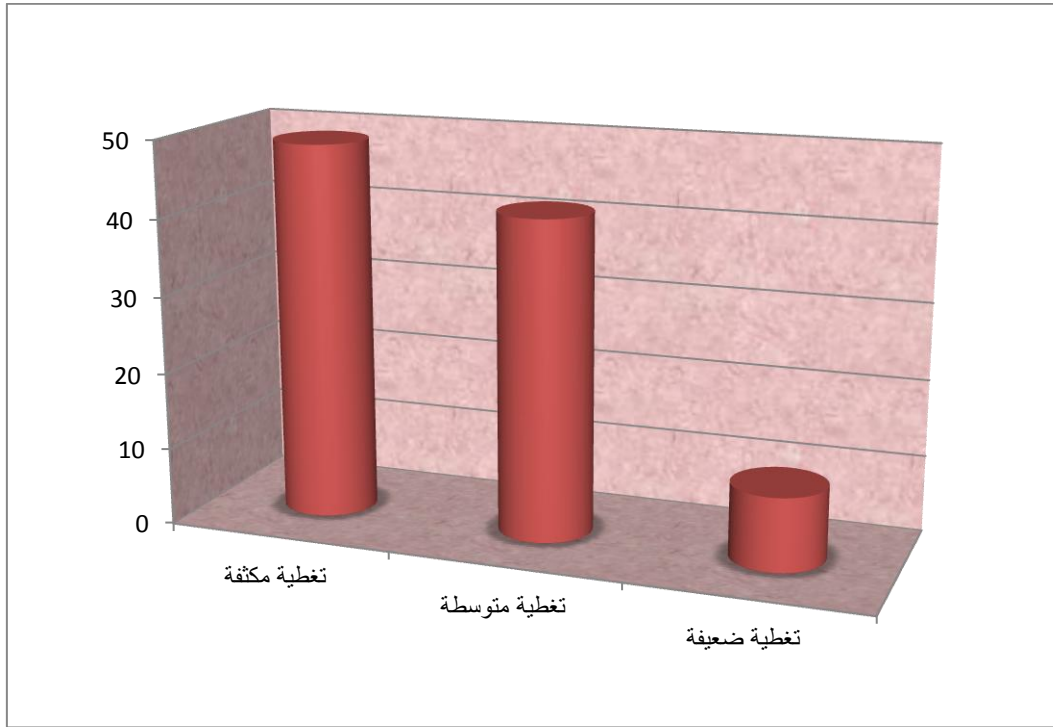
ك	%	
138	48.93	تغطية مكثفة
117	41.48	متوسطة
27	9.57	ضعيفة
282	100%	المجموع

تمثلت نتائج الجدول رقم 21 الذي يمثل تقييم افراد العينة لمدى تغطية قناة النهار الإخبارية لمجريات الحملة الانتخابية لرئاسيات 2014 بالجزائر، حيث بلغت أعلى نسبة (48.93%) بتكرار 138 مفردة اجمعوا على أن هذه الحملة الانتخابية كانت لها تغطية مكثفة في قناة النهار الإخبارية، وجاءت نسبة (41.48%) بتكرار 117 مفردة من أفراد العينة الذين رأوا أنها تغطية متوسطة، فيما بلغت نسبة (9.57%) بتكرار 27 مرة أشاروا إلى أن التغطية لهذا الحدث كانت ضعيفة.

حيث يمكن تفسير النسبة الأعلى في هذا الجدول والتي أشارت إلى أن قناة النهار الإخبارية قد غطت الحملة الانتخابية لرئاسيات 2014 بشكل مكثف، وهذا ما يجمع عليه الباحثون والمختصون في مجال الإعلام إلى كون أن التغطية المكثفة لوسائل الإعلام في مرحلة الانتخابات والتي تعد أهم محطة تقاس فيها اهتمامات الرأي العام حيث تقوم باختيار الموضوعات والقضايا المطروحة وتحديد الاهتمامات ومصادر

القلق، وتأطير القضايا وتنقية المعلومات، وبذلك تصل إلى التوجيه والتأثير في الرأي العام وفق الخلفية السياسية التي تحركها هذه القناة.

وإذا عدنا إلى الدراسة التحليلية حول المواضيع التي ركزت عليها قناة النهار، فإننا نلاحظ موضوع الحملة الانتخابية قد احتل أعلى المراتب بين المواضيع الأخرى التي ركزت عليها القناة بنسبة بلغت 12.34%<sup>1</sup>.



الشكل رقم 22 يمثل تقييم افراد العينة لمدى تغطية قناة النهار للحملة الانتخابية 2014.

<sup>1</sup> راجع الجدول رقم 01 من الدراسة التحليلية.

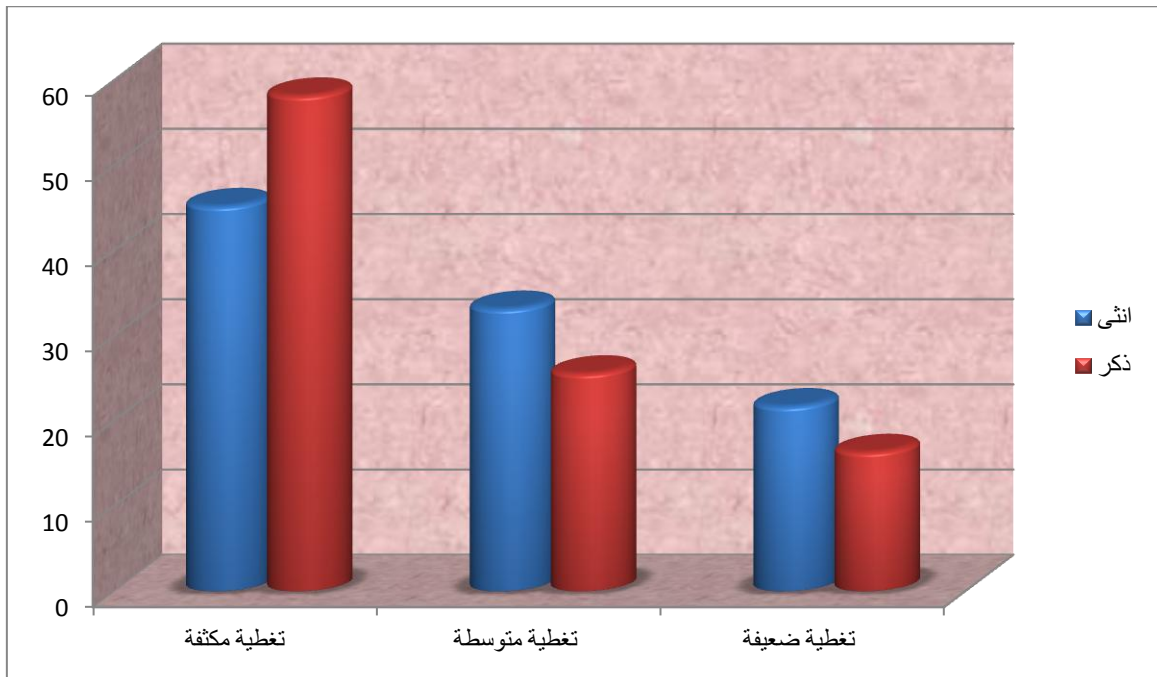
الجدول رقم 23 يمثل مستوى تغطية قناة النهار للحملة الانتخابية 2014 حسب الجنس.

المجموع		ذكر		أنثى		
%	ك	%	ك	%	ك	
58,15	164	76,72	89	45,18	75	تغطية مكثفة
25,53	72	14,65	17	33,13	55	متوسطة
16,31	46	8,62	10	21,68	36	ضعيفة
100	282	100	116	%100	166	المجموع

توضح الأرقام في الجدول أعلاه مستوى تغطية قناة النهار للحملة الانتخابية 2014 حيث أظهرت الدراسة أن أعلى نسبة لدى الإناث تمثلت في (45.18) بتكرار بلغ 75 من افراد العينة الذين أجابوا بأن التغطية كانت مكثفة، ثم تليها نسبة (33.13%) بتكرار بلغ 55 من افراد العينة يرون بأنها تغطية متوسطة، فيما نجد اقل نسبة لدى هذه الفئة تمثلت في (21.68%) بتكرار بلغ 36 طالب أجابوا بأنها تغطية ضعيفة. أما فيما يخص فئة الذكور فقد حازت التغطية المكثفة على أعلى نسبة بـ (76.72%) بتكرار بلغ 89 طالب، تليها نسبة (14.65%) بتكرار بلغ 17 من افراد العينة الذين يرون أنها تغطية متوسطة، أما آخر نسبة تمثلت في (8.62%) بتكرار بلغ 10 مفردات يرون أنها تغطية ضعيفة.

كا <sup>2</sup> المحسوبة:	درجة الحرية:	كا <sup>2</sup> الجدولية:
27.93	02	5.991

وتشير هذه النتائج إلى تأثير متغير الجنس على مدى تغطية قناة النهار للحملة الانتخابية 2014، وهذا ما تؤكدته نتائج اختبار الكا<sup>2</sup> حيث أن كا<sup>2</sup> المحسوبة قدرت بـ 27.93 وهي أكبر من كا<sup>2</sup> الجدولية المقدر بـ 5.991 عند درجة حرية 02 ومستوى ثقة 0.05 وبالتالي هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغير الجنس.



الشكل رقم 23 يمثل مدى تغطية قناة النهار للحملة الانتخابية 2014 حسب النوع.

الجدول رقم 24 يمثل تقييم الطلبة لتغطية قناة النهار للحملة الانتخابية 2014 حسب التخصص:

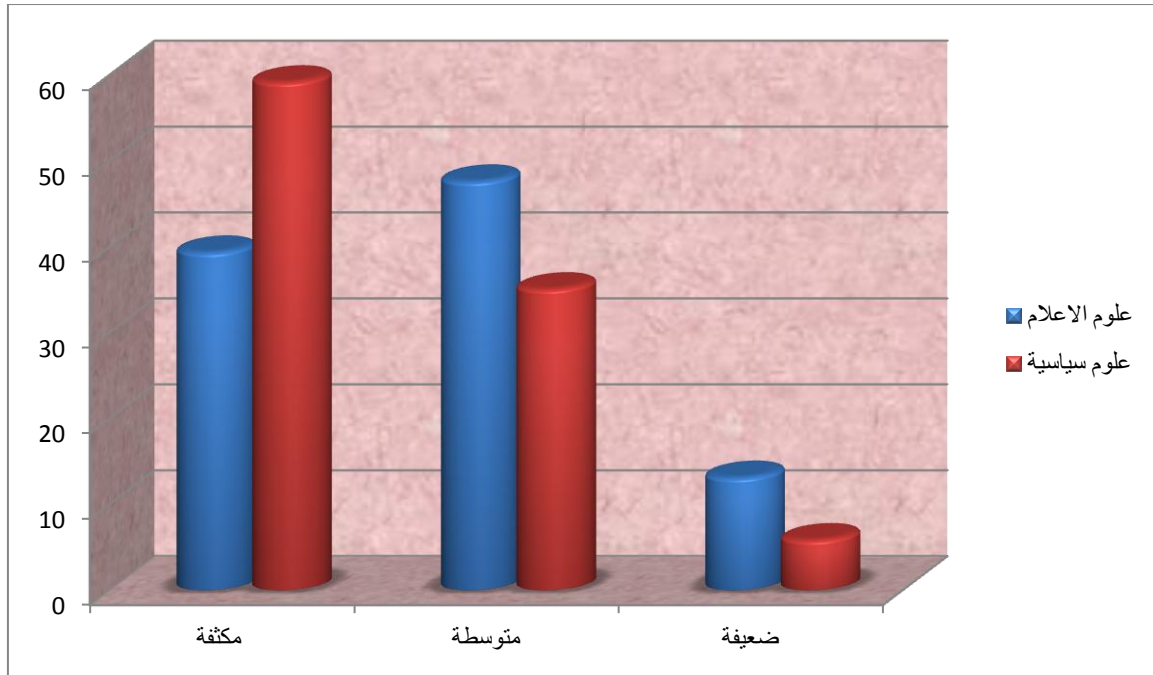
المجموع	علوم سياسية		علوم الإعلام والاتصال			
	ك	%	ك	%		
تغطية مكثفة	138	48.93	81	59.12	57	39.31
متوسطة	117	41.48	48	35.03	69	47.58
ضعيفة	27	9.57	08	5.83	19	13.10
المجموع	282	100%	137	100%	145	100%

كشفت نتائج الجدول رقم 23 الذي يمثل تقييم أفراد العينة مستوى تغطية قناة النهار للحملة الانتخابية 2014، حيث بلغت أعلى نسبة لدى طلبة تخصص علوم الإعلام والاتصال نسبة (47.58%) بتكرار بلغ 69 من الطلبة أجابوا بأنها تغطية متوسطة، فيما يخص نسبة (39.31%) بتكرار بلغ 57 من أفراد العينة أجابوا أنها تغطية مكثفة، أما أحر نسبة (13.10%) بتكرار بلغ 19 من أفراد العينة يرون أنها تغطية ضعيفة.

أما النسب الموضحة لدى طلبة العلوم السياسية فقد تمثلت اعلي نسبة في (59.12%) بتكرار بلغ 81 من أفراد العينة يرون أنها تغطية مكثفة، تليها نسبة (35.03%) بتكرار بلغ 48 أجابوا بأنها تغطية متوسطة، فيما نجد أحر نسبة (5.83%) بتكرار بلغ 08 من الطلبة الذين يعتقدون أن تغطية قناة النهار الإخبارية لمجريات الحملة الانتخابية كانت ضعيفة، وتعد هذه النسبة ضئيلة جدا مقارنة مع الأرقام الأخرى.

ك <sup>2</sup> الجدولية:	درجة الحرية:	ك <sup>2</sup> المحسوبة:
5.991	02	12.18

وتشير هذه النتائج إلى تأثير متغير التخصص على تقييم الطلبة لتغطية قناة النهار للحملة الانتخابية 2014، وهذا ما تؤكدته نتائج اختبار الكا<sup>2</sup> حيث أن ك<sup>2</sup> المحسوبة قدرت بـ 12.18 وهي أكبر من ك<sup>2</sup> الجدولية المقدره بـ 5.991 عند درجة حرية 02 ومستوى ثقة 0.05 وبالتالي هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغير التخصص.

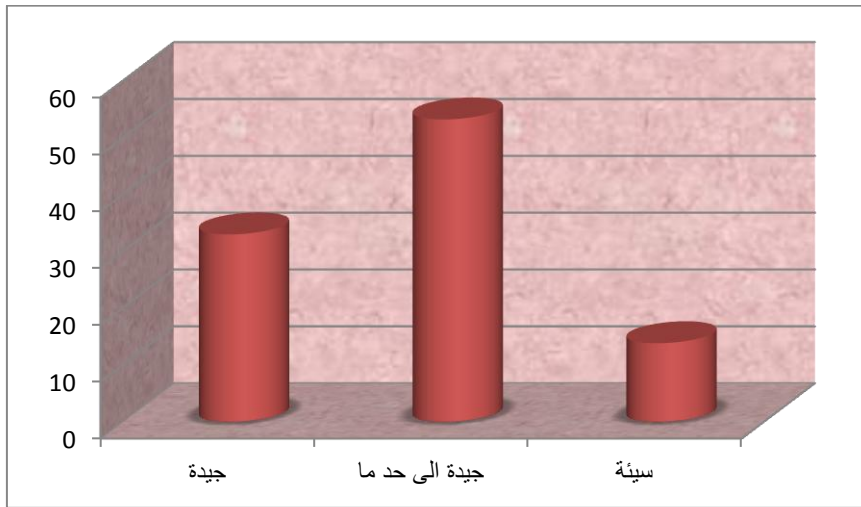


الشكل رقم 24 يمثل مستوى تغطية قناة النهار للحملة الانتخابية 2014 حسب التخصص.

الجدول رقم 25 يمثل تقييم افراد العينة لتغطية قناة النهار للحملة الانتخابية 2014.

ك	%	
جيدة	32.97	93
جيدة إلى حد ما	53.19	150
سيئة	13.82	39
المجموع	100%	282

توصلت نتائج الجدول رقم 24 الذي يمثل تقييم افراد العينة لتغطية قناة النهار الإخبارية للحملة الانتخابية 2014، حيث اعتبر 150 مبحوث ممثلة بنسبة (53.19%) أن التغطية كانت جيدة إلى حد ما، فيما تمثلت نسبة (32.97%) بتكرار 93 مفردة أشاروا الى أن هذه التغطية كانت جيدة، أما نسبة (13.82%) بتكرار 39 مفردة اعتبروا أن التغطية كانت سيئة.



الشكل رقم 25 يمثل تقييم افراد العينة لتغطية قناة النهار للحملة الانتخابية 2014.

الجدول رقم 26 يمثل تقييم الطلبة لأداء قناة النهار أثناء الحملة الانتخابية حسب الجنس والتخصص:

المجموع	ذكر						أنثى							
	المجموع		علوم إعلام واتصال		علوم سياسية		المجموع		علوم إعلام و اتصال		علوم سياسية			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
32.9	93	25.8	30	30	18	21.4	12	37.9	63	32.9	28	43.	35	جيدة
7		6				2		5		4		20		
53.1	150	56.0	65	55	33	57.1	32	51.2	85	50.5	43	51.	42	جيدة إلى حد ما
9		3				4		0		8		85		
13.8	39	18.1	21	15	09	21.4	12	10.8	18	16.4	14	4.9	04	سيئة
2		0				2		4		7		3		
100	282	100	116	100	60	100	56	100	166	100	85	100		المجموع
%		%		%		%		%		%		%	81	

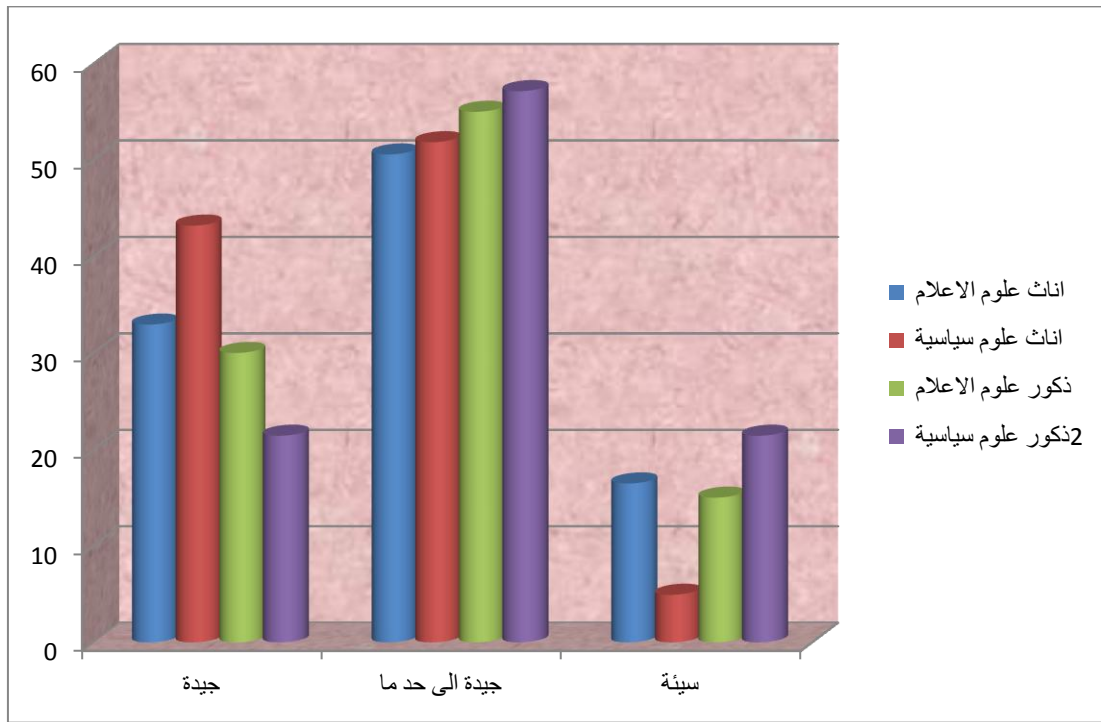
كشفت نتائج الدراسة إلى أن تغطية قناة النهار الإخبارية لمجريات الحملة الانتخابية 2014 كانت جيدة بالنسبة لطلبة العلوم السياسية إناث وطلبة علوم الإعلام والاتصال ذكور بنسبة (43.20%) و(30%) فيما نجد أن طلبة العلوم السياسية وعلوم الإعلام والاتصال ذكور يرون أن التغطية كانت جيدة إلى حد ما بنسب متقاربة بلغت (57.14%) و(56.03%).

فيما يرى البعض من هؤلاء الطلبة أن التغطية كانت سيئة بالنسبة لطلبة علوم الإعلام والاتصال إناث و كذا طلبة العلوم السياسية ذكور بنسبة (16.47%) و(21.42%).

وهنا يمكن القول انه إذا قمنا بجمع النسب المسجلة في كون أن تغطية قناة النهار الإخبارية لمجريات الحملة الانتخابية كانت جيدة إلى حد ما سنجد اعلي نسبة وهذا يدل على أن تغطية قناة النهار للحملة كانت مقبولة بالنسبة لأفراد العينة.

كاف الجدولية:	درجة الحرية:	كاف المحسوبة:
12.592	06	30.82

وتشير هذه النتائج إلى تأثير متغيري الجنس والتخصص تقييم افراد العينة لأداء قناة النهار أثناء الحملة الانتخابية 2014، وهذا ما تؤكدته نتائج اختبار الكاف حيث أن كاف المحسوبة قدرت بـ 30.82 وهي أكبر من كاف الجدولية المقدر بـ 12.592 عند درجة حرية 06 ومستوى ثقة 0.05 وبالتالي هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغيري التخصص والجنس.



الشكل رقم 26 يمثل تقييم الطلبة لأداء قناة النهار أثناء الحملة الانتخابية حسب الجنس والتخصص.

الجدول رقم 27 يمثل تقييم افراد العينة لتغطية قناة النهار حسب المؤهل العلمي:

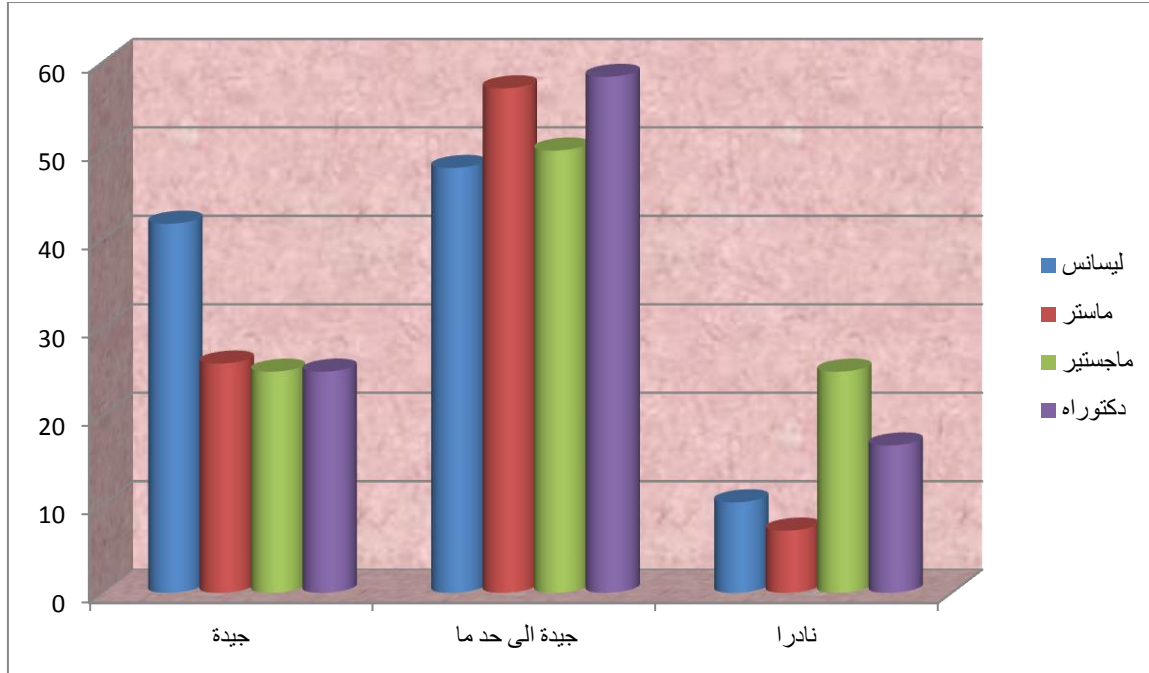
المجموع		دكتوراه		ماجستير		ماستر		ليسانس		
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
32.	93	25	03	25	02	25.	35	41.	53	جيدة
97						92		73		
52.	149	58.	07	50	04	57.	77	48.	61	جيدة إلى حد
83		33				03		03		ما
14.	40	16.	02	25	02	17.03	23	10.	13	سيئة
18		66						23		
%100	282	%100	12	%100	08	%100	135	%100	127	المجموع

أظهرت النتائج في الجدول أعلاه أن طلبة الليسانس يرون أن تغطية قناة النهار لمجريات الحملة الانتخابية 2014 كانت جيدة بنسبة (41.73%) أما طلبة الدكتوراه والماستر فقد تمثلت إجاباتهم في كون أن التغطية كانت جيدة إلى حد ما بنسبة (58.33%) و(57.03%) وهي نتيجة متقاربة جداً، أما فيما يخص طلبة الماجستير فهم ينظرون إلى أنها تغطية سيئة بنسبة (25%) ، وهنا نلاحظ أن 84 من العدد الكلي لأفراد العينة قد أجابوا إلى أن التغطية جيدة إلى حد ما .

كافؤ الجدولية:	درجة الحرية:	كافؤ المحسوبة:
12.592	06	25.29

وتشير هذه النتائج إلى تأثير متغير المؤهل العلمي على تقييم افراد العينة لأداء قناة النهار أثناء الحملة الانتخابية 2014، وهذا ما تؤكدته نتائج اختبار الكافؤ حيث أن كافؤ المحسوبة قدرت ب 25.29 وهي أكبر من كافؤ

الجدولية المقدرة ب12.592 عند درجة حرية 06 ومستوى ثقة 0.05 وبالتالي هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغير المؤهل العلمي.



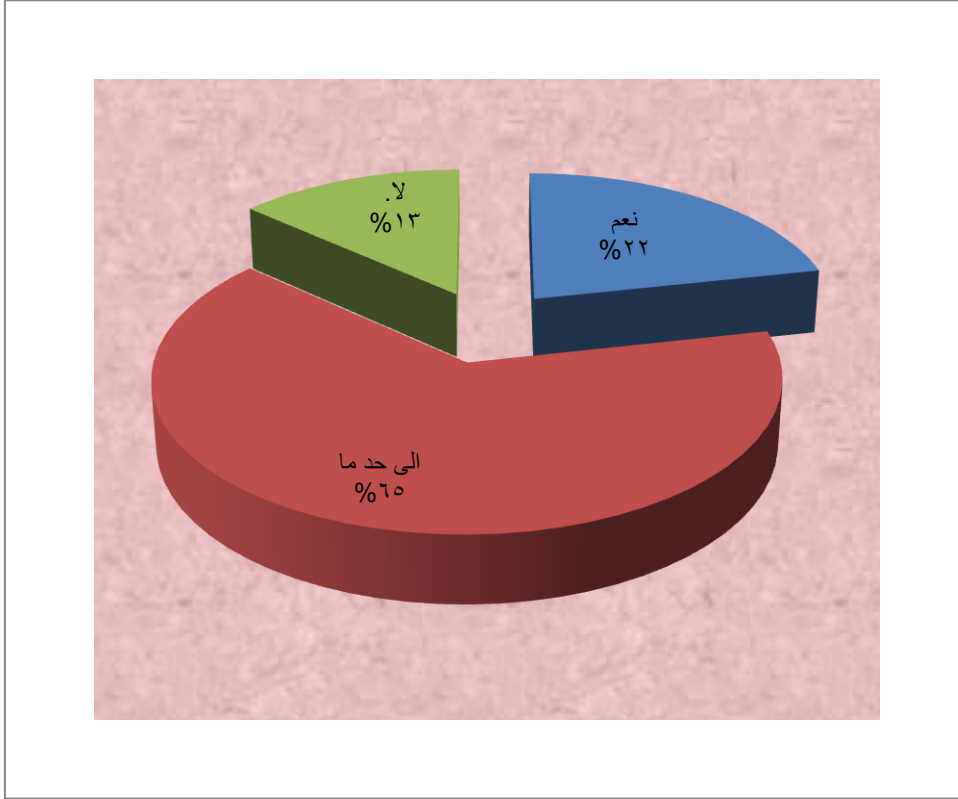
الشكل رقم 27 يمثل تقييم الطلبة لتغطية قناة النهار حسب المؤهل العلمي.

الجدول رقم 28 يمثل هل عملت قناة النهار على إطلاع الجمهور بكل القضايا المطروحة أثناء الحملة الانتخابية 2014م؟

ك	%	
61	21.63	نعم
183	64.89	إلى حد ما
38	13.47	لا
282	100%	المجموع

يوضح الجدول رقم 27 الذي يمثل مدى اطلاع قناة النهار الإخبارية بالقضايا المطروحة أثناء الحملة الانتخابية 2014، حيث اجمع 183 مبحوث بنسبة (64.89%) تمثلت في "إلى حد ما"، لتليها نسبة

(%21.63) بتكرار 61 مفردة ممن أجابوا بأن قناة النهار الإخبارية كان لها اطلاع بالقضايا المطروحة أثناء الحملة الانتخابية 2014، فيما أجاب 38 مبحوثا بـ "لا" بلغت نسبتها (%13.47).



الشكل رقم 28 يمثل هل عملت قناة النهار على إطلاع الجمهور بكل القضايا المطروحة أثناء الحملة الانتخابية 2014؟

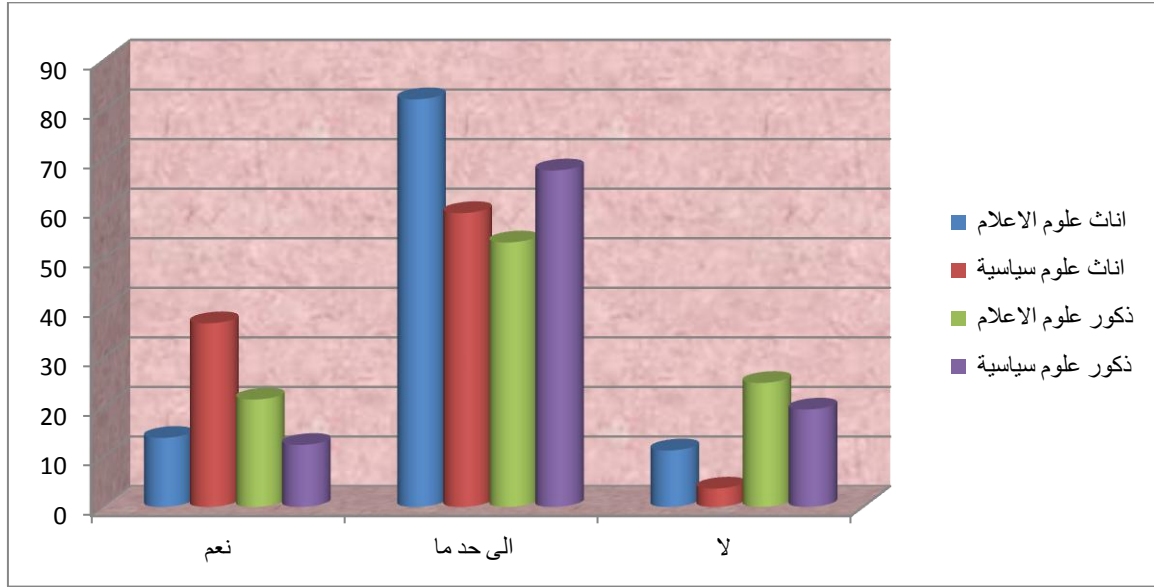
الجدول رقم 29 يمثل (هل عملت قناة النهار على إطلاع الجمهور بكل القضايا المطروحة أثناء الحملة الانتخابية 2014؟) حسب الجنس والتخصص:

المجموع	ذكر						أنثى							
	المجموع		علوم إعلام واتصال		علوم سياسية		المجموع		علوم إعلام و اتصال		علوم سياسية			
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	
21.63	61	17.2	20	21.6	13	12.5	07	24.6	41	13.9	11	37.	30	نعم
		4		6				9		2		03		
64.89	183	60.3	70	53.3	32	67.8	38	68.0	113	82.2	65	59.	48	إلى حد ما
		4		3		5		7		7		25		
13.47	38	22.4	26	25	15	19.6	11	7.22	12	11.3	09	3.7	03	لا
		1				4				9				
%100	282	100	116	100	60	100	56	100	166	100	79	100	81	المجموع
		%		%		%		%		%		%		

أثبتت الأرقام الموضحة في الجدول أعلاه أن أكثر نسب سجلت لدى طلبة العلوم سياسية إناث وذكور وطلبة علوم الإعلام والاتصال إناث وذكور اجمعوا على أن تغطية قناة النهار كان لها اطلاع بالقضايا المطروحة أثناء الانتخابات الرئاسية إلى حد ما بنسب متقاربة بلغت (59.25%)، (82.27%)، (67.85%) و(53.33%) فيما نجد أن فئة الإناث تخصص العلوم سياسية يرون أن القناة كانت على اطلاع بالقضايا المطروحة بنسبة (37.03%) فيما نجد (25%) من طلبة علوم الإعلام والاتصال ذكور يرون أن قناة النهار لم تكن بها دراية بكل القضايا المطروحة والحاصلة أثناء الحملة الانتخابية 2014.

كاف <sup>2</sup> المحسوبة:	درجة الحرية:	كاف <sup>2</sup> الجدولية:
26.43	06	12.592

وتشير هذه النتائج إلى تأثير متغيري الجنس والتخصص على مدى اطلاع قناة النهار الإخبارية بالقضايا المطروحة أثناء الحملة الانتخابية 2014، وهذا ما تؤكدته نتائج اختبار الكا<sup>2</sup> حيث أن كا<sup>2</sup> المحسوبة قدرت ب26.43 وهي أكبر من كا<sup>2</sup> الجدولية المقدرة ب12.592 عند درجة حرية 06 ومستوى ثقة 0.05 وبالتالي هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغيري التخصص والجنس.



الشكل رقم 29 يمثل (هل عملت قناة النهار على إطلاع الجمهور بكل القضايا المطروحة أثناء الحملة الانتخابية 2014؟) حسب الجنس والتخصص.

الجدول رقم 30 يمثل من المسؤول على تحديد القضايا التي تعرضها القناة أثناء الحملة الانتخابية  
2014.

ك	%	
السلطة	57,09	161
رئيس التحرير	33,33	94
الجمهور	4,6	13
الجماعات الضاغطة	4,96	14
المجموع	100%	282

أشارت النتائج الموضحة في الجدول رقم 28 الذي يمثل من المسؤول على تحديد القضايا التي تعرضها قناة النهار الإخبارية، أثناء تغطيتها للحملة الانتخابية 2014، كشفت النتائج إلى أن اعلي نسبة بلغت (57.09%) بتكرار 161 من افراد العينة الذين أجابوا بأن السلطة هي من يحدد القضايا، لتليها نسبة (33.33%) بتكرار 94 مفردة أجابوا بأن رئيس التحرير أو بما يسمى بالقائم بالاتصال في هذه القناة هو من يحدد هذه القضايا فيما جاءت نسبة (4.96%) بتكرار 14 مفردة أشاروا إلى أن الجماعات الضاغطة هي من تقوم بتحديدتها، أما أخر نسبة كانت (4.6%) بتكرار 13 مبحوث اعتبروا أن الجمهور هو من يحدد القضايا التي تطرحها قناة النهار الإخبارية.

وهنا يمكن القول ان النتيجة الاولى تتفق مع دراسة يوسف تمار التي توصل من خلالها ان المواطنون يرون بأن السلطة هي من يتحكم في القضايا المطروحة اثناء الحملات الانتخابية التي تطرحها وسائل الاعلام بنسبة (48.00%).<sup>1</sup>

<sup>1</sup> يوسف تمار: "نظريه Agenda setting دراسة نقدية على ضوء الحقائق الاجتماعية والثقافية والاعلامية في المجتمع الجزائري"، اطروحة دكتوراه في علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والاعلام، جامعة الجزائر، 2004/2005.



الشكل رقم 30 يمثل من المسؤول على تحديد القضايا التي تعرضها القناة أثناء الحملة الانتخابية

.2014



يوضح الجدول أعلاه النتائج التالية:

أظهرت الأرقام أن السلطة هي المسؤول عن تحديد القضايا التي تعرضها قناة النهار الإخبارية أثناء الحملة الانتخابية 2014، حيث تمثلت الإجابة في طلبة الليسانس والماجستير والدكتوراه إناث وكذا طلبة الليسانس والماجستير ذكور بالنسب التالية:

39.17%، 62.19%، 100%، 50%، 45.34%، 70.90%، 80%.

فيما نجد طلبة الدكتوراه ذكور أجابوا أن الجماعات الضاغطة هي من يحدد هذه القضايا بنسبة (50%) لتتعدم النسبة لدى طلبة الماجستير والدكتوراه إناث وكذا ماجستير حول تحديد الجمهور لهذه القضايا المطروحة، ومن هنا نلاحظ أن السلطة هي من يحدد القضايا المطروحة لدى أفراد العينة بمختلف مستوياتهم العلمية، بحيث تتفق هذه النتائج مع ما توصل إليه الدكتور يوسف تمار في دراسته:

والتي توصل من خلالها أن السلطة هي من يحدد طبيعة القضايا المطروحة في وسائل الإعلام أثناء الحملة الانتخابية، بحيث يرى أن هذا الاعتقاد يكمن في اللاشعور الجماعي الجزائري، حيث أن السلطة كانت ولعهود طويلة المحرك الأساسي للحياة السياسية والاقتصادية بل والاجتماعية، بحكم التوجه الإيديولوجي الذي كانت تسير عليه، وعليه لازال يعتقد المواطن الجزائري أن السلطة هي صاحبة القرار وكل اختيار وأن هذه الانتخابات من صنعها، وفي هذا الصدد يذكر الباحث كمال المنوفي: "أن الأفراد في الدول العربية يتصورون أن كل قرار وكل مبادرة ينبغي أن تأتي من أعلى وأن السلطة السياسية هي المسؤولة عن كل شيء"<sup>1</sup>

بينما نجد الجمهور لا يحدد هذه القضايا أثناء الحملة الانتخابية لدى أفراد عينة الدراسة كونهم يرون أنهم مهشمون وأنهم يستدعون في مثل هذه الاستحقاقات للإدلاء بأصواتهم فقط دون استشارتهم أو تبني قراراتهم إن كانت صائبة.

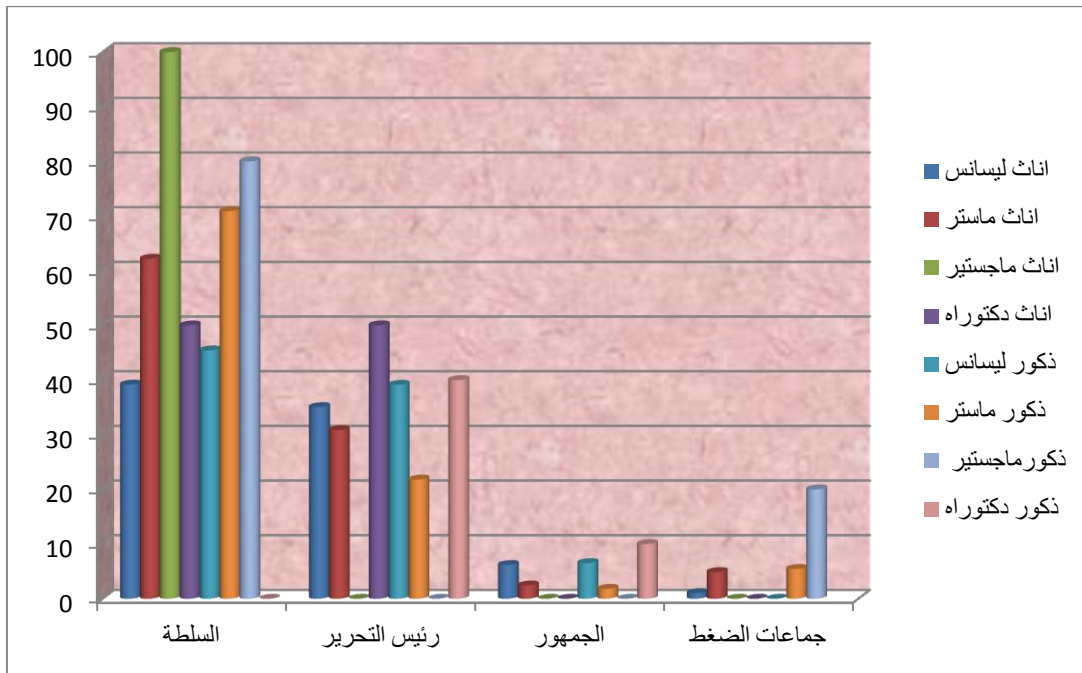
وفي هذا الصدد ترى الباحثة حياة قزادري: "انه يمكن إرجاع عدم إدراك الأفراد لدورهم في الحياة السياسية إلى جهلهم لما يجري حولهم وعدم قدرتهم على المفاضلة بين البرامج المتصارعة وهو ما يولد لديهم إحساس بأن لا دور لهم في الحياة السياسية وبالتالي عزوفهم عن المشاركة في صنع القرارات"<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> كمال المنوفي: "الثقافة السياسية وأزمة الديمقراطية في الوطن العربي"، المستقبل العربي، العدد 80، 1985، ص 65.

<sup>2</sup> حياة قزادري: "دور الثقافة السياسية في الممارسة الإعلامية في الجزائر"، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2001، ص 82.

كاف الجداولية:	درجة الحرية:	كاف المحسوبة:
32.671	21	71.79

وتشير هذه النتائج إلى تأثير متغيري الجنس والمؤهل العلمي حول المسؤول عن تحديد القضايا التي تعرضها قناة النهار الإخبارية أثناء الحملة الانتخابية 2014م، وهذا ما تؤكدته نتائج اختبار الكاف حيث أن كاف المحسوبة قدرت بـ 71.79 وهي أكبر من كاف الجدولية المقدر بـ 32.671 عند درجة حرية 21 ومستوى ثقة 0.05 وبالتالي هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغيري الجنس والمؤهل العلمي.



الشكل رقم 31 يمثل من يقوم بتحديد القضايا التي تعرضها القناة أثناء الانتخابات حسب الجنس و المؤهل العلمي.

الجدول رقم 32 يمثل من المسؤول عن تحديد القضايا التي تعرضها القناة أثناء الحملة الانتخابية حسب التخصص:

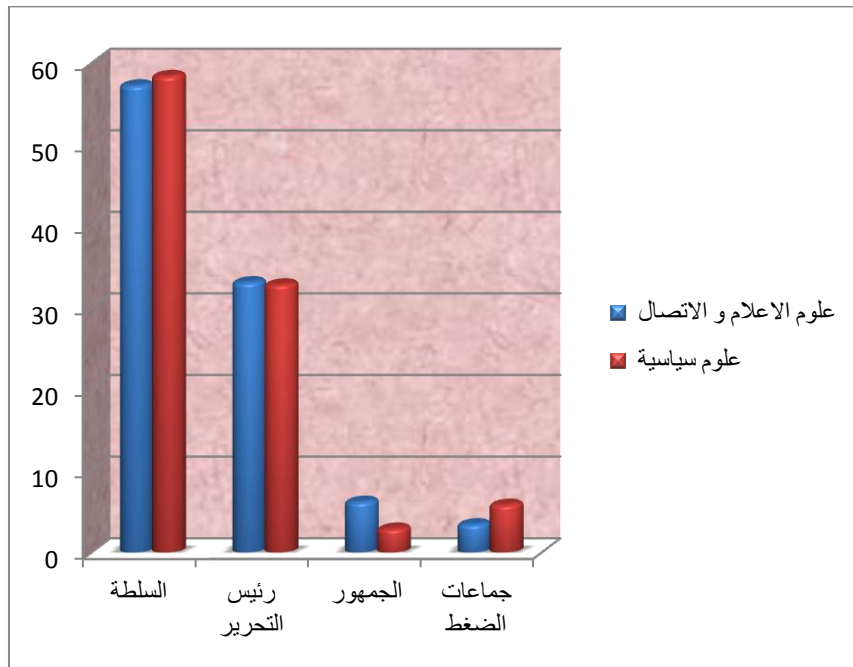
المجموع		علوم سياسية		علوم الإعلام والاتصال		
%	ك	%	ك	%	ك	
57.8	163	58.39	80	57.24	83	السلطة
32.97	93	32.84	45	33.10	48	رئيس تحريرها
4.6	13	2.91	04	6.20	09	الجمهور
4.6	13	5.83	08	3.44	05	الجماعات الضاغطة
%100	282	100	137	%100	145	المجموع

توضح الأرقام الموضحة في الجدول رقم 32 الذي يمثل من المسؤول عن تحديد القضايا التي تعرضها قناة النهار أثناء تغطيتها لمجريات الحملة الانتخابية 2014 حسب تخصص افراد العينة، حيث نلاحظ أن أعلى نسبة لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال تمثلت في (57.24 %) بتكرار بلغ 83 من أفراد العينة يرون أن السلطة هي من يقوم بتحديد هذه القضايا، فيما أشارت نسبة (33.10%) بتكرار بلغ 48 من افراد العينة الذين أجابوا بأن رئيس التحرير على مستوى القناة هو من يحدد هذه القضايا فيما أجاب آخرون أن الجمهور له دخل في تحديد القضايا المطروحة بنسبة (6.20%) بتكرار بلغ 09، أما نسبة (3.44%) بتكرار بلغ 05 من الطلبة يعتقدون أن الجماعات الضاغطة هي من وراء تحديدها وتعد نسبة ضئيلة جدا مقارنة مع النسب الأخرى.

أما فيما يخص طلبة العلوم السياسية فقد بلغت أعلى نسبة (58.39%) بتكرار بلغ 80 من أفراد العينة يرون أن السلطة تحدد القضايا التي تعرضها القناة أثناء الحملة الانتخابية، أما ثاني نسبة بلغت (32.84%) بتكرار بلغ 45 من الطلبة أشاروا إلى رئيس التحرير، تليها نسبة (5.83 %) بتكرار بلغ 08 من أفراد العينة الذين أجابوا أن الجماعات الضاغطة هي من يقوم بتحديدتها أما آخر النسب بلغت (2.91 %) بتكرار بلغ 04 مشيرة إلى الجمهور.

كاف المحسوبة:	درجة الحرية:	كاف الجدولية:
2.52	03	7.815

وتشير هذه النتائج إلى عدم تأثير متغير التخصص على اختيار افراد العينة للمسؤول عن تحديد القضايا التي تعرضها قناة النهار اثناء الحملة الانتخابية وهذا ما تؤكدته نتائج اختبار الكاف حيث أن كاف المحسوبة قدرت ب2.52 وهي أصغر من كاف الجدولية المقدره ب7.815 عند درجة حرية 03 ومستوى ثقة 0.05 وبالتالي ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغير التخصص.



الشكل رقم 32 يمثل من المسؤول عن تحديد القضايا التي تعرضها القناة أثناء الحملة الانتخابية حسب التخصص.

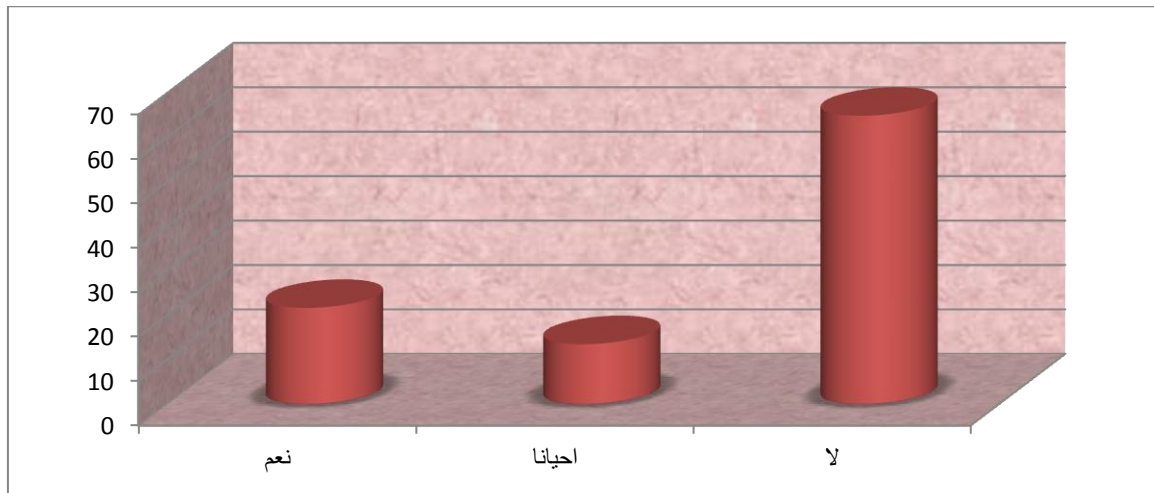
الجدول رقم 33 يمثل مدى التزام قناة النهار بالحياد أثناء عرضها للبرامج الانتخابية خاصة بالمرشحين.

ك	%	
61	21.63	نعم
38	13.47	أحيانا
183	64.89	لا
282	100%	المجموع

كشفت النتائج الموضحة في الجدول رقم 33 الذي يمثل مدى التزام قناة النهار بالحياد أثناء عرضها للبرامج الانتخابية الخاصة بالمرشحين، إلى أن اعلي نسبة بلغت (64.89%) بتكرار 183 من أفراد العينة الذين أجابوا بأن القناة لم تلتزم بالحيادية، لتليها نسبة (21.63%) بتكرار 61 مفردة أجابوا بأن قناة النهار كانت تقود بدور المحايد اثناء عرضها لبرامج المرشحين فيما جاءت اخر نسبة (13.74%) بتكرار 38 من افراد العينة أشاروا إلى أن القناة كانت تلتزم بالحياد احيانا.

وإذا عدنا الى الدراسة التحليلية حول الحملة الاعلامية بخصوص تغطية قناة النهار لخطابات المرشحين الستة نلاحظ ان الدراسة توصلت الى ان القناة لم تلتزم بالحيادية ، بل كانت متحيزة الى المرشح عبد العزيز بوتفليقة الذي بلغت نسبة تغطيت خطابه ب (56.62%) فيما جاءت اقل نسبة ب (06.02%) تمثلت في خطابات على فوزي ربايعين<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> راجع الجدول رقم 03 من الدراسة التحليلية.



الشكل رقم 33 يمثل مدى قيام قناة النهار بدور المحاييد أثناء عرضها للبرامج الانتخاب.

الجدول رقم 34 يمثل مدى التزام قناة النهار بالحياد أثناء عرضها للبرامج الانتخابية خاصة بالمرشحين حسب الجنس:

المجموع		ذكر		أنثى		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
21.63	61	17.24	20	24.69	41	نعم
13.47	38	22.41	26	7.22	12	إلى حد ما
64.89	183	60.34	70	68.07	113	لا
%100	282	%100	116	%100	166	المجموع

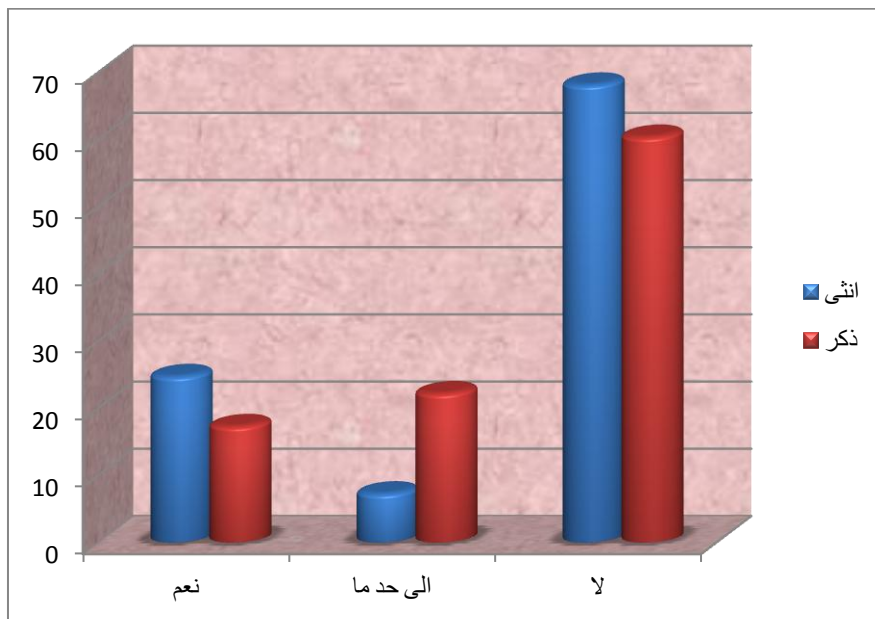
أشارت النتائج الموضحة في الجدول رقم 34 الذي يمثل مدى التزام قناة النهار بالحياد أثناء عرضه للبرامج الانتخابية خاصة بالمرشحين، حيث نجد أعلى نسبة كانت لدى الإناث قدرت ب (68.07%) بتكرار بلغ 113 من الطلبة، أجابوا بأن قناة النهار لم تلتزم بمعيار الحيادية، تليها نسبة (24.69%) بتكرار بلغ 41 من افراد العينة الذين أجابوا بنعم تقوم القناة بدور المحاييد، فيما تمثلت أحر نسبة في (07.22%) بتكرار بلغ 12 من الطلبة يرون أنها احيانا كانت تقوم بدور المحاييد أثناء عرضها لبرامج المرشحين.

أما أعلى نسبة لدى الذكور تمثلت في (60.34%) بتكرار بلغ 70 ممن أجابوا بأنها قامت بدور المحايد إلى حد ما، فيما نجد أن نسبة (22.41%) بتكرار بلغ 26 أجابوا بأنها لم تقم بدور المحايد، تليها نسبة (17.24%) بتكرار بلغ 20 من افراد العينة الذكور الذين أجابوا بنعم.

نلاحظ من خلال هذه النتائج انه هناك اتفاق كبير بين الجنسين حول أن قناة النهار الإخبارية ملتزم بالحياد أثناء عرضها لبرامج الانتخابية للمرشحين.

كاف المحسوبة:	درجة الحرية:	كاف الجدولية:
119.79	02	5.991

وتشير هذه النتائج إلى تأثير متغير الجنس على اتجاه افراد العينة حول مدى قيام قناة النهار بدور المحايد أثناء عرضها للبرامج الانتخابية، وهذا ما تؤكدته نتائج اختبار الكاف حيث أن كاف المحسوبة قدرت بـ 119.79 وهي أكبر من كاف الجدولية المقدر بـ 5.991 عند درجة حرية 02 ومستوى ثقة 0.05 وبالتالي هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغير الجنس.



الشكل رقم 34 يمثل مدى قيام قناة النهار بدور المحايد أثناء عرضها للبرامج الانتخابية حسب الجنس.

الجدول رقم 35 يمثل مدى قيام قناة النهار بدور المحاييد أثناء عرضها للبرامج الانتخابية حسب التخصص والمؤهل العلمي.

المجموع الكلي	علوم سياسية										علوم الإعلام والاتصال											
	المجموع		ماجستير		دكتوراه		ماجستير		دكتوراه		المجموع		ماجستير		دكتوراه		ليس انيس					
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك				
23.0	65	24.08	33	22.2	0	28.5	0	20.7	1	29	1	22	3	33	0	00	0	18	1	25	2	نعم
4				2	2	7	2	7	6	.5	3	.0	2	.33	1		0	.33	1	0	0	
31.2	88	22.62	31	44.4	04	28.5	02	18.1	14	25	11	38	5	00	0	00	0	43	26	33	27	إلى حد ما
0				4		7		8				.6	6		0		0	.3		.7	5	
45.7	12	27	73	33.3	0	42.8	0	61.0	74	45	20	39	5	66	0	1	0	38	2	41	33	لا
4	9			3	3	5	3	3		.4		.3	7	.33	2	0	2	.33	3	.25		
1	28	1	13	1	09	1	07	1	77	1	44	1	14	1	03	1	0	1	6	1	8	المجموع
0	2	0	7	0		0		0		0		0	5	0		0	2	0	0	0	0	وع
%0		%0		%0		%0		%0		%0		%0		%0		%0		%0		%0		

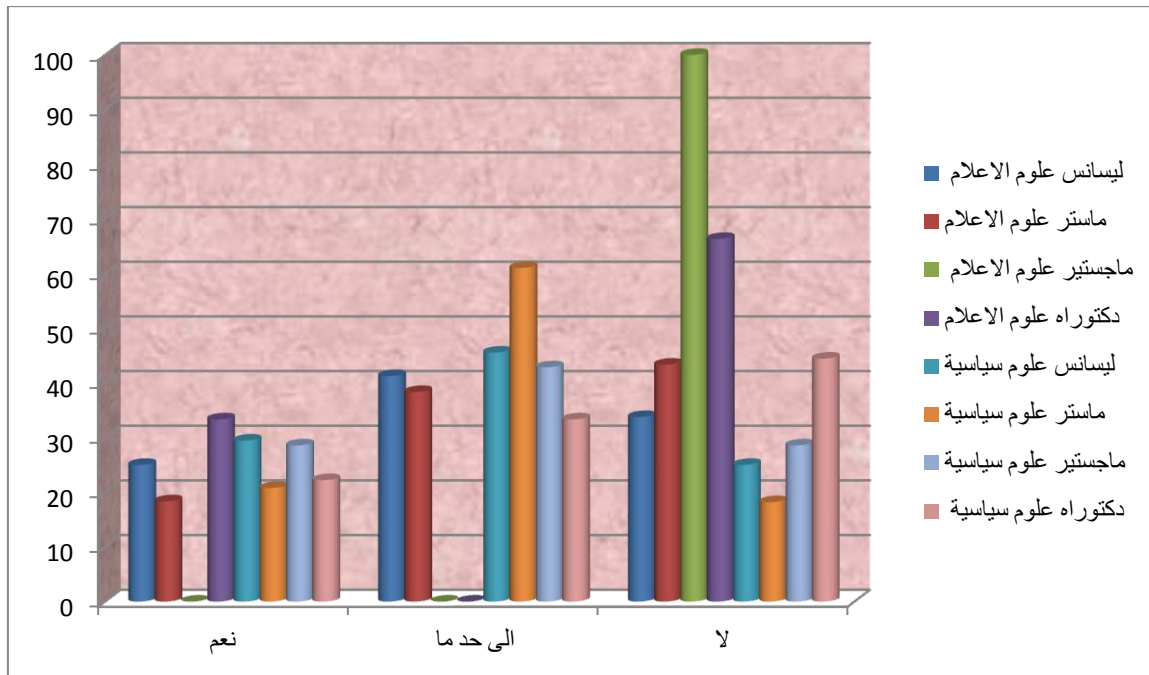
من خلال الأرقام الموضحة في الجدول أعلاه نجد أن هناك تقارب في النتائج بين تخصص علوم سياسية وعلوم الإعلام والاتصال فقد أجاب طلبة الليسانس في علوم الإعلام والاتصال وطلبة الليسانس والماجستير في تخصص العلوم السياسية، أن قناة النهار الإخبارية ملتزم بدور المحاييد أثناء عرضها لبرامج المرشحين بنسبة (41.25%) و(54.45%) و(61.03%) و(42.85%).

أما فيما يخص الإجابة على أن قناة النهار كانت تقوم بدور المحاييد احيانا أثناء عرضها لبرامج المرشحين سجلت لدى طلبة الماستر والماجستير والدكتوراه بالنسبة لتخصص علوم الإعلام والاتصال وكذا طلبة الدكتوراه بالنسبة لتخصص العلوم السياسية بنسبة (43.33%)، (100%)، (66.33%) و(44.44%).

وهنا نلاحظ انه هناك اتفاق بين طلبة الدكتوراه في تخصص علوم الإعلام والاتصال وكذا تخصص العلوم سياسية حول عدم قيام قناة النهار بالحيادية أثناء تغطيتها لبرامج المرشحين.

كاف المحسوبة:	درجة الحرية:	كاف الجدولية:
23.34	14	23.685

وتشير هذه النتائج إلى عدم تأثير متغيري التخصص والمؤهل العلمي على اتجاه افراد العينة حول مدى قيام قناة النهار بدور المحاييد أثناء عرضها للبرامج الانتخابية، وهذا ما تؤكده نتائج اختبار الكاف حيث أن كاف المحسوبة قدرت بـ 23.34 وهي أقل من كاف الجدولية المقدرة بـ 23.685 عند درجة حرية 14 ومستوى ثقة 0.05 وبالتالي ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغير التخصص والمؤهل العلمي.



الشكل رقم 35 يمثل مدى قيام قناة النهار بدور المحاييد أثناء عرضها للبرامج الانتخابية حسب التخصص والمؤهل العلمي.

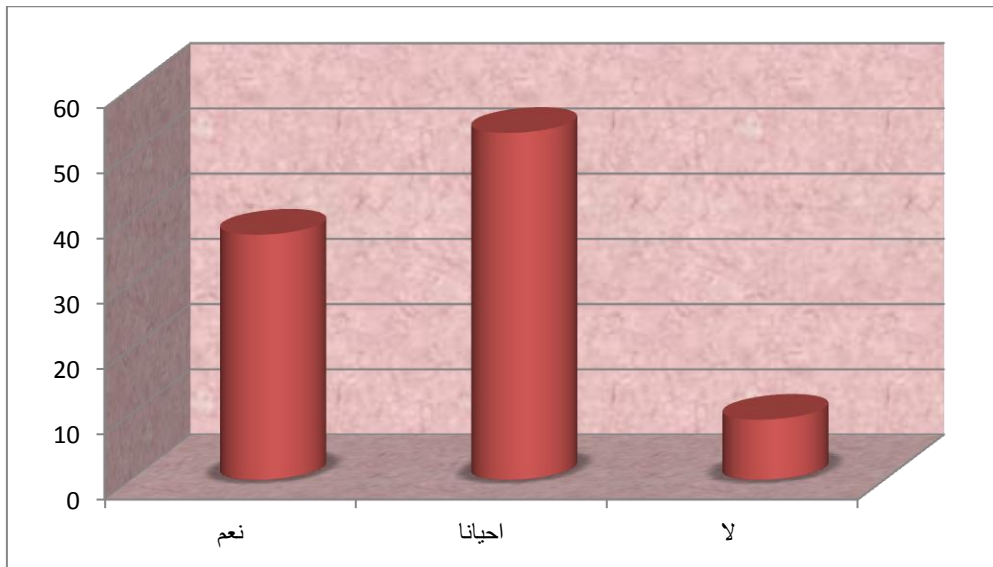
الجدول رقم 36 يمثل مراعاة قناة النهار ترتيب الأخبار وفق أولوية وأهمية الموضوع أثناء الحملة الانتخابية.

ك	%	
نعم	53.19	150
أحيانا	37.58	106
لا	9.21	26
المجموع	100%	282

توضح نتائج الجدول رقم 36 الذي يمثل مراعاة قناة النهار ترتيب الأخبار وفق أولوية وأهمية الموضوع أثناء الحملة الانتخابية 2014، فقد كشفت النتائج إلى أن أعلى نسبة تمثلت في (53.19%) بتكرار 150 مفردة من افراد العينة الذين أجابوا بأن القناة كانت تراعي ترتيب الأولويات والاهتمامات بالمواضيع التي كانت تطرحها، فيما أجاب 106 مبحوث ب "احيانا" ، بنسبة (37.58%)، أما نسبة (9.21%) بتكرار 26 مفردة تمثلت إجاباتهم في ان قناة النهار لم تكن تراعي اهمية المواضيع المطروحة.

وتتفق هذه النتائج مع ما توصلنا اليه في الدراسة التحليلية والتي كشفت ان قناة النهار كانت تقوم بترتيب اولويات واهتمامات المواضيع التي كانت تطرحها اثناء الحملة الانتخابية 2014.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> انظر الى الجدول رقم 20 من الدراسة التحليلية.



الشكل رقم 36 يمثل مراعاة قناة النهار ترتيب الأخبار وفق أولوية وأهمية الموضوع أثناء الحملة الانتخابية.

الجدول رقم 37 يمثل مراعاة قناة النهار ترتيب الأخبار وفق أولوية وأهمية الموضوع أثناء الحملة الانتخابية حسب الجنس :

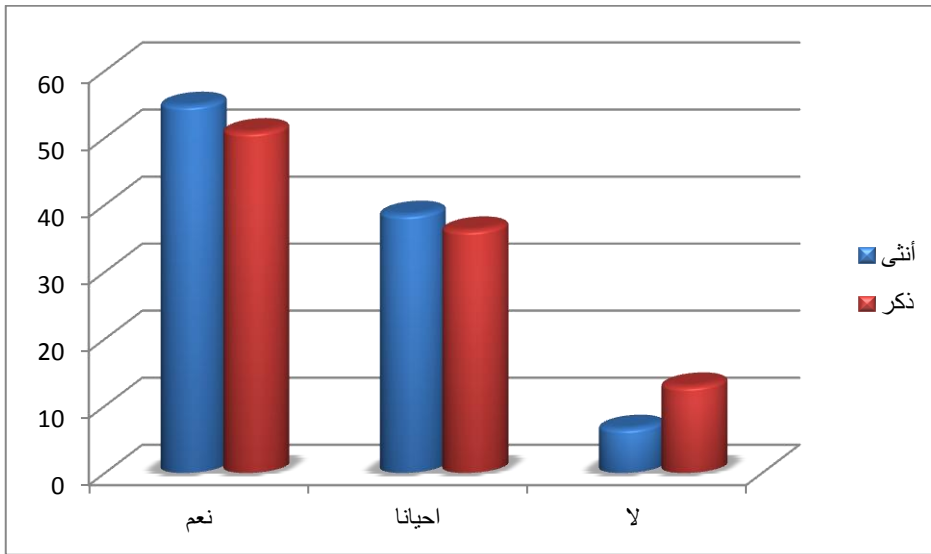
المجموع	ذكر		أنثى		
	ك	%	ك	%	
53.19	150	50.86	59	54.81	نعم
37.58	106	36.20	42	38.55	أحيانا
9.21	26	12.93	15	6.62	لا
%100	282	%100	116	%100	المجموع

فيما يتعلق بإجابات أفراد العينة حول مراعاة قناة النهار ترتيب الأخبار وفق أولوية وأهمية الموضوع أثناء الحملة الانتخابية، فنجد أن نسبة (54.81%) بتكرار بلغ 91 من الإناث و(50.80%) بتكرار بلغ 59 من الذكور أجابوا بأن قناة النهار كانت تراعي ترتيب الأولويات وأهمية المواضيع ، كما نجد أن نسب متقاربة جدا تمثلت

في (38.55%) بتكرار بلغ 64 من الإناث و(36.20%) بتكرار بلغ 42 من الذكور يرون أن القناة كانت تقوم بمراعاة ترتيب الأولويات أحيانا، بينما نجد آخر نسبة تمثلت في (12.93%) بتكرار بلغ 15 من الذكور و(6.62%) بتكرار بلغ 11 من الإناث الذين يرون أن القناة لم تراعي ترتيب الأولويات في معالجتها للقضايا.

كاف المحسوبة:	درجة الحرية:	كاف الجدولية:
3.21	02	5.991

وتشير هذه النتائج إلى عدم تأثير متغير الجنس على اتجاه افراد العينة حول مراعاة قناة النهار لترتيب الأولويات وأهمية المواضيع التي طرحتها أثناء الحملة الانتخابية، وهذا ما تؤكدته نتائج اختبار الكاف حيث أن كاف المحسوبة قدرت ب3.21 وهي أصغر من كاف الجدولية المقدرة ب5.991 عند درجة حرية 02 ومستوى ثقة 0.05 وبالتالي ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغير الجنس.



الشكل رقم 37 يمثل مراعاة قناة النهار ترتيب الأخبار وفق أولوية وأهمية الموضوع أثناء الحملة الانتخابية حسب الجنس.

الجدول رقم 38 يمثل مراعاة قناة النهار ترتيب الأخبار وفق أولوية وأهمية الموضوع أثناء الحملة الانتخابية حسب التخصص:

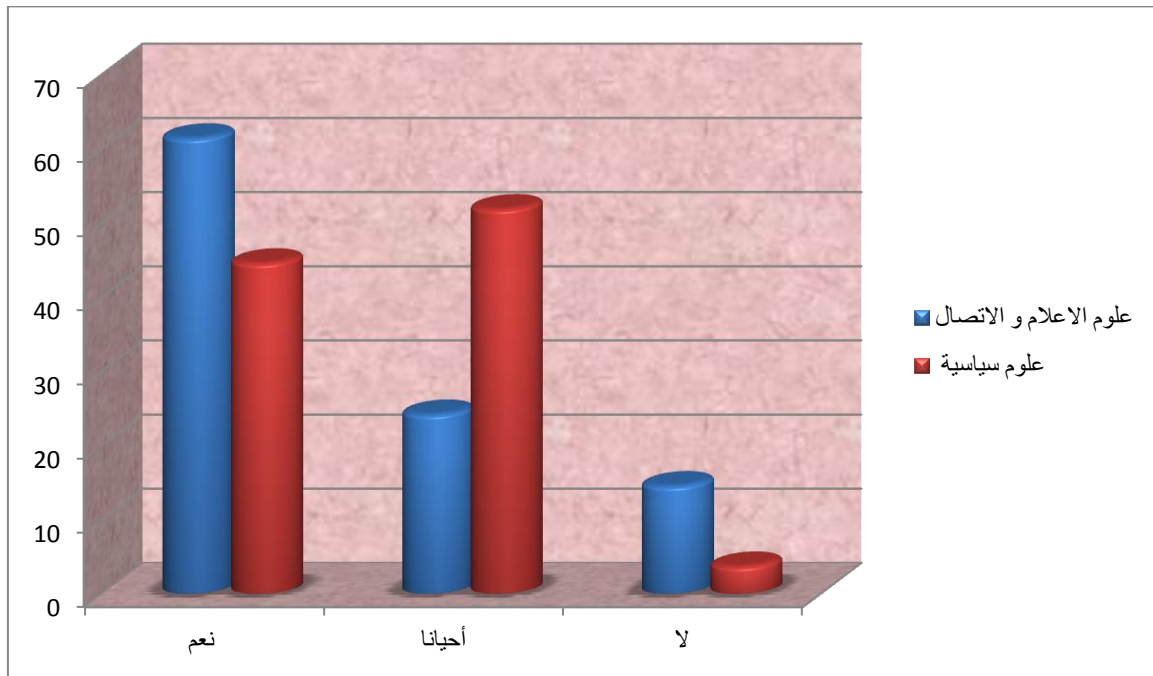
المجموع		علوم سياسية		علوم الإعلام و الاتصال		
%	ك	%	ك	%	ك	
53.19	150	51.82	71	61.37	89	نعم
37.58	106	44.52	61	24.13	35	أحيانا
9.21	26	3.64	05	14.48	21	لا
<b>%100</b>	<b>282</b>	<b>%100</b>	<b>137</b>	<b>%100</b>	<b>145</b>	<b>المجموع</b>

يتضح في الجدول أعلاه الذي يمثل مراعاة قناة النهار ترتيب الأخبار وفق أولوية وأهمية الموضوع أثناء الحملة الانتخابية إلى أن هناك اختلاف في النتائج بين طلبة علوم الإعلام والاتصال وطلبة العلوم السياسية حيث نجد أعلى نسبة لدى طلبة الإعلام تمثلت في (61.37%) بتكرار بلغ 89 من أفراد العينة الذين أجابوا أن القناة كانت تراعي ترتيب الأولويات وأهمية المواضيع ، فيما نجد نسبة (24.13%) بتكرار بلغ 35 من الطلبة الذين أجابوا ب "أحيانا"، وجاءت أخر نسبة متمثلة في (14.48%) بتكرار بلغ 21 من الطلبة يرون أن القناة لم تكن تراعي ترتيب أولويات هذه المواضيع.

أما طلبة العلوم السياسية فقد أشارت اعلي نسبة لديهم في أن قناة النهار الإخبارية كانت تراعي ترتيب الأولويات وأهمية المواضيع بنسبة (51.82%) بتكرار بلغ 71 من افراد العينة ،تليها نسبة (44.52%) بتكرار بلغ 61 من أفراد العينة الذين أجابوا ب أحيانا، فيما أجاب 5 أفراد فقط أن القناة لم تكن تراعي ترتيب أولويات المواضيع التي كانت تطرحها أثناء تغطيتها لمجريات الحملة الانتخابية 2014 بنسبة(3.34%).

كاف الجدولية:	درجة الحرية:	كاف المحسوبة:
5.991	02	24.8

وتشير هذه النتائج إلى تأثير متغير التخصص على اتجاه افراد العينة حول مراعاة قناة النهار لترتيب الأولويات وأهمية المواضيع التي طرحتها أثناء الحملة الانتخابية، وهذا ما تؤكدته نتائج اختبار الكاف حيث أن كاف المحسوبة قدرت بـ 24.8 وهي أكبر من كاف الجدولية المقدر بـ 5.991 عند درجة حرية 02 ومستوى ثقة 0.05 وبالتالي هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغير التخصص.



الشكل رقم 38 يمثل مراعاة قناة النهار لترتيب الأخبار وفق أولوية وأهمية الموضوع أثناء الحملة الانتخابية حسب التخصص.

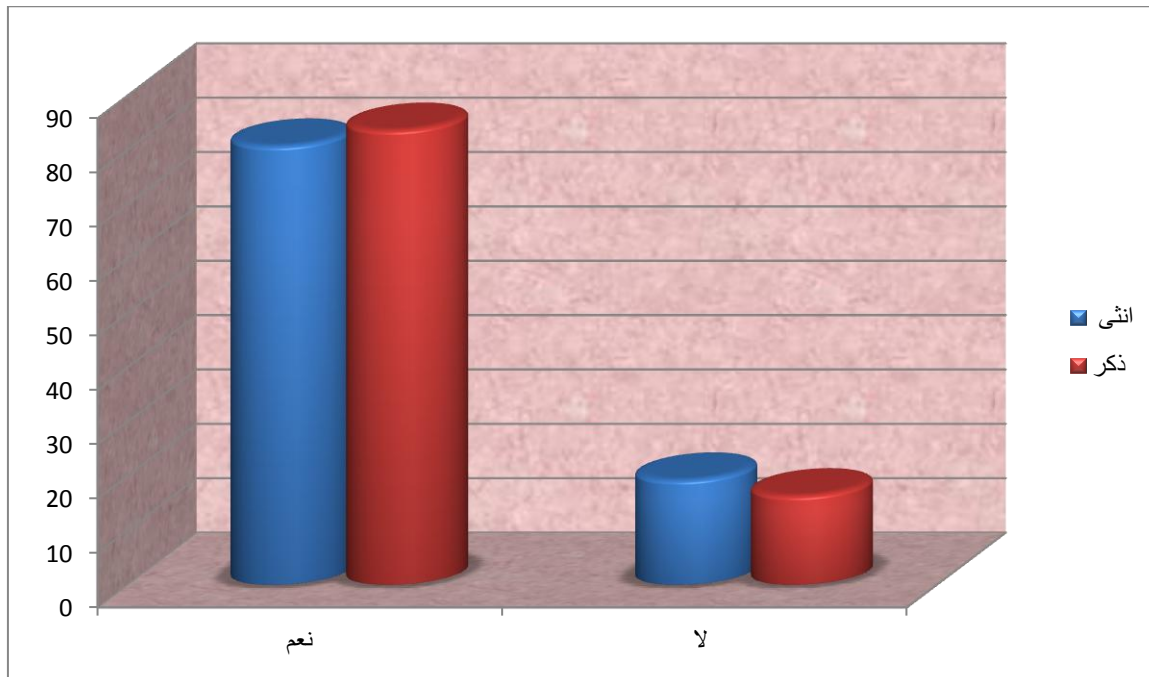
الجدول رقم 39 يمثل استعمال قناة النهار للأساليب الإقناع أثناء تغطيتها للحملة الانتخابية حسب الجنس.

المجموع		ذكر		أنثى		النوع
%	ك	%	ك	%	ك	
83,68	231	83,62	97	80,72	134	نعم
16,31	51	16,37	19	19,27	32	لا
%100	282	%100	116	%100	166	المجموع

تشير النتائج الجدول رقم 39 الذي يمثل استعمال قناة النهار الإخبارية لأساليب الإقناع أثناء تغطيتها للحملة الانتخابية 2014، حيث نجد أن أعلى نسبة في الجدول تمثلت في (83.62%) بتكرار بلغ 97 طالب بالنسبة للذكور و (80.72%) بتكرار بلغ 134 بالنسبة للإناث الذين يرون أن القناة قد استعملت أساليب إقناع فيما أجاب (19.27%) بتكرار بلغ 32 من الإناث و (16.37%) بتكرار بلغ 19 طالب من الذكور ب (لا).

ك <sup>2</sup> المحسوبة:	درجة الحرية:	ك <sup>2</sup> الجدولية:
15.6	01	3.831

وتشير هذه النتائج إلى تأثير متغير الجنس على اتجاه افراد العينة حول استعمال قناة النهار للأساليب الإقناع أثناء تغطيتها للحملة الانتخابية، وهذا ما تؤكدته نتائج اختبار الكا<sup>2</sup> حيث أن ك<sup>2</sup> المحسوبة قدرت ب 15.6 وهي أكبر من ك<sup>2</sup> الجدولية المقدره ب 3.831 عند درجة حرية 01 ومستوى ثقة 0.05 وبالتالي هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغير الجنس.



الشكل رقم 39 يمثل استعمال قناة النهار للأساليب الإقناع أثناء تغطيتها للانتخابات الرئاسية حسب الجنس.

الجدول رقم 40 يمثل استعمال لقناة النهار لأساليب الإقناع (الاستمالات) أثناء تغطيتها للانتخابات الرئاسية حسب التخصص:

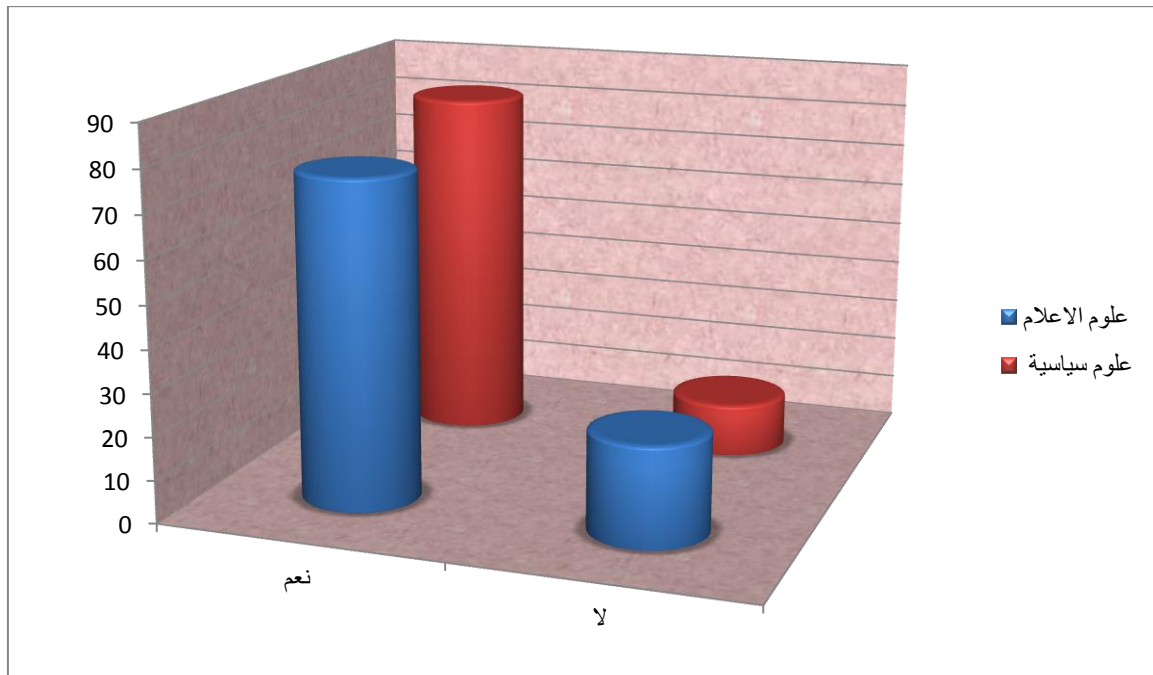
المجموع	علوم سياسية		علوم الإعلام والاتصال			
	ك	%	ك	%		
نعم	231	81.91%	120	82.75%	111	76.55%
لا	51	18.08%	17	12.40%	34	23.44%
المجموع	282	100%	137	100%	145	100%

أشارت النتائج الموضحة في الجدول رقم 40 الذي يمثل استعمال قناة النهار الإخبارية لأساليب إقناع أثناء تغطيتها لمجريات الحملة الانتخابية 2014 حسب متغير التخصص، حيث نلاحظ أن هناك تقارب كبير في النتائج فقد سجلت أعلى النسب في كون أن القناة قد استعملت أساليب إقناع بالنسبة لتخصص علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية بنسب (76.65%) بتكرار بلغ 111 وبنسبة (82.75%) بتكرار بلغ 120،

فيما نجد أن نسبة (23.44%) بتكرار بلغ 34 وبنسبة (12.40%) بتكرار بلغ 17، من أفراد العينة أجابوا بأن القناة لم تستعمل أساليب إقناع.

كاف الجدولية:	درجة الحرية:	كاف المحسوبة:
3.831	01	5.76

وتشير هذه النتائج إلى تأثير متغير التخصص على اتجاه افراد العينة حول استعمال قناة النهار للأساليب الإقناع أثناء تغطيتها للحملة الانتخابية، وهذا ما تؤكدته نتائج اختبار الكاف حيث أن كاف المحسوبة قدرت ب5.76 وهي أكبر من كاف الجدولية المقدر ب3.831 عند درجة حرية 01 ومستوى ثقة 0.05 وبالتالي هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغير التخصص.



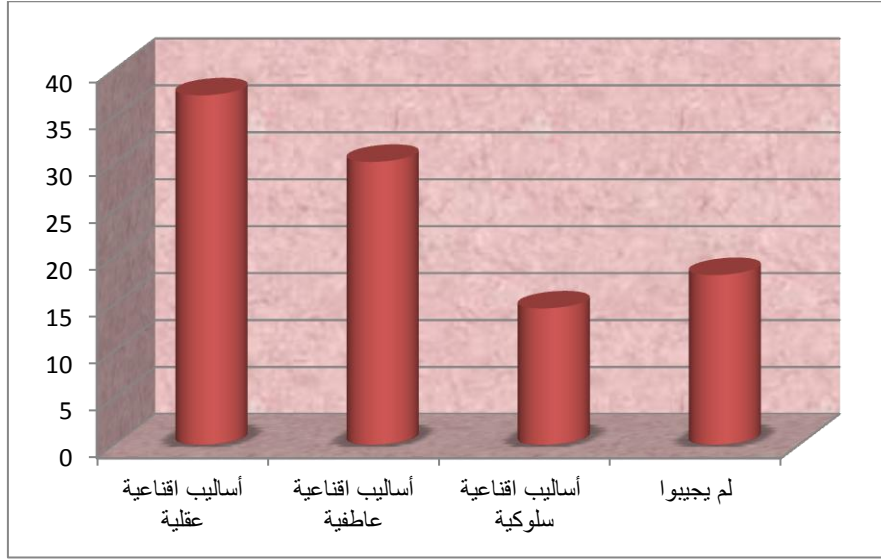
الشكل رقم 40 يمثل استعمال لقناة النهار لأساليب الإقناع أثناء تغطيتها للانتخابات الرئاسية حسب التخصص.

الجدول رقم 41 يمثل نوع الأساليب التي استعملتها قناة النهار أثناء تغطيتها للانتخابات الرئاسية 2014.

أساليب الإقناع (الاستمالات)	ك	%
أساليب إقناع عقلية	105	37.23
أساليب إقناع عاطفية	85	30.14
أساليب إقناع سلوكية	41	14.53
لم يجيبوا	51	18.08
المجموع	282	100%

كشفت الأرقام الموضحة في الجدول أعلاه الذي يمثل أنواع أساليب الإقناع (الاستمالات) التي استعملتها قناة النهار الإخبارية في تغطيتها للحملة الانتخابية 2014، إلى أن 105 من افراد العينة أجابوا على أن القناة استعملت أساليب إقناع عقلية بلغت نسبتها (37.23%)، فيما جاءت نسبة (30.14%) بتكرار 85 مفردة أشاروا إلى أن القناة استعملت أساليب إقناع عاطفية، ثم تلتها نسبة (18.08%) بتكرار 51 مفردة لم يجيبوا على السؤال، أما آخر نسبة تمثلت في (14.53%) بتكرار 41 مفردة ممن يرون أن القناة استعملت أساليب إقناع سلوكية.

حيث يمكن تفسير هذه النتائج على أن أعلى نسبة تمثلت في استعمال قناة النهار لأساليب إقناع عقلية وعادة تكون هذه الأساليب تتمثل في مخاطبة العقل كتقديم الحجج والبراهين المنطقية، واستخدام الاستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعية، وتقديم الأرقام والإحصاءات وغيرها، أما الأساليب العاطفية فتتمثل في كون أن القناة استعملت مؤثرات عاطفية كالكلمات الرنانة والصفات والأفعال المحملة بالمشاعر أما فيما يخص افراد العينة الذين لم يجيبوا فربما يعود ذلك على كون المبحوث لا يتذكر هذه الأساليب .



الشكل رقم 41 يمثل نوع أساليب الإقناع التي استعملتها قناة النهار أثناء تغطيتها للحملة الانتخابية 2014.

الجدول رقم 42 يمثل نوع أساليب الإقناع (الاستمالات) التي استعملتها قناة النهار أثناء الحملة الانتخابية 2014 حسب التخصص:

المجموع	علوم سياسية		علوم الإعلام والاتصال			
	ك	%	ك	%		
37.23	105	33.96	54	41.46	51	أساليب عقلية
30.14	85	28.30	45	32.52	40	أساليب عاطفية
14.53	41	13.20	21	16.26	20	أساليب حسية
18.08	51	24.52	39	9.75	12	لم يجيبوا
%100	282	%100	159	%100	123	المجموع

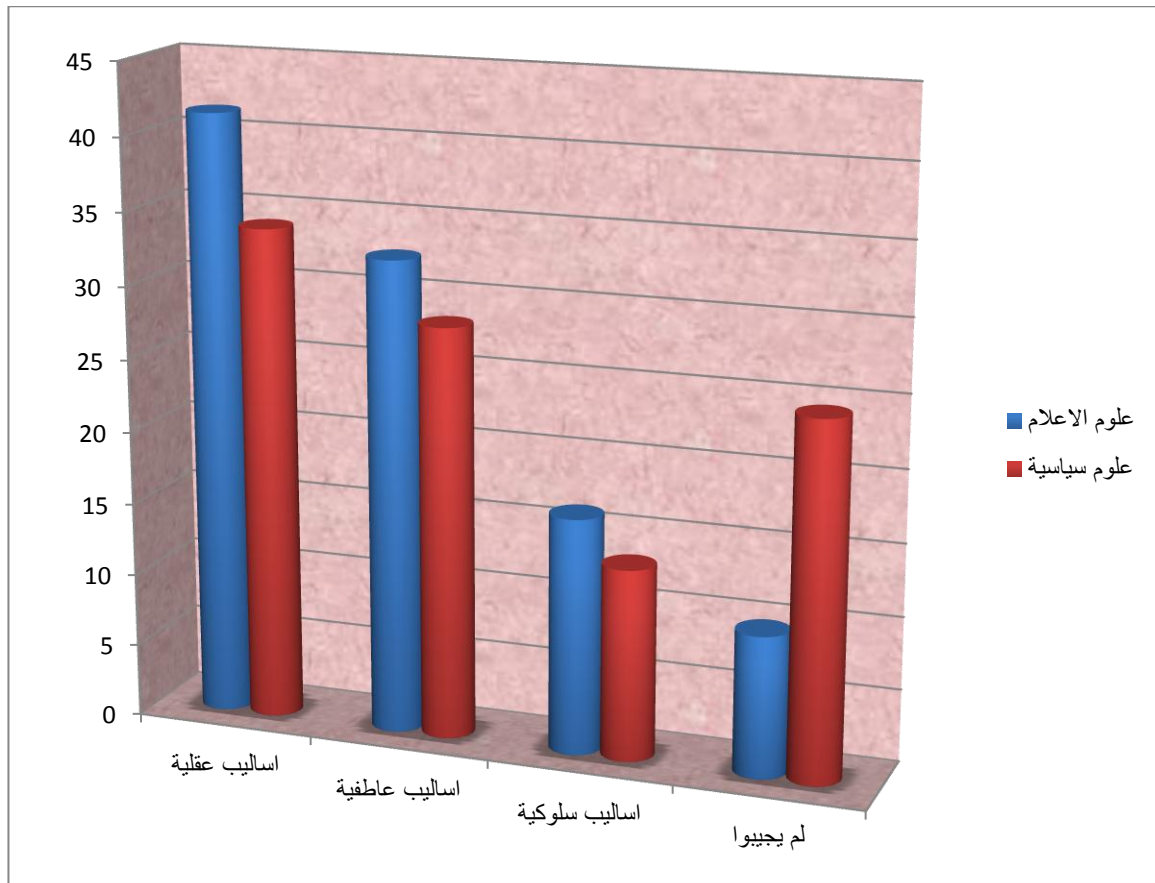
كشفت الأرقام المسجلة في الجدول أعلاه الذي يمثل نوع أساليب الإقناع التي استعملتها قناة النهار الإخبارية حسب متغير التخصص، حيث تمثلت أعلى نسبة لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال في أن (41.46%) بتكرار

بلغ 51 من أفراد العينة أجابوا بأن القناة استعملت أساليب إقناع عقلية فيما أجاب (32.52%) بتكرار بلغ 40 منهم أنها استعملت أساليب إقناع عاطفية، أما البعض منهم يرون أن القناة استعملت أساليب إقناع حسية بنسبة (16.26%) بتكرار بلغ 20 فيما امتنع (9.57%) بتكرار بلغ 12 من أفراد العينة عن الإجابة.

أما فيما يخص طلبة العلوم السياسية فقد بلغت أعلى نسبة (33.96%) بتكرار بلغ 54 من أفراد العينة كانت لهم نفس إجابة طلبة الإعلام والاتصال وذلك القناة استعملت أساليب إقناع عقلية، فيما أشارت نسبة (28.30%) بتكرار بلغ 45 إلى استعمالها لأساليب إقناع عاطفية، في حين أجاب بعضهم أن القناة استعملت أساليب حسية بنسبة (13.20%) بتكرار بلغ 21 ، وامتنع عن الإجابة 39 مبحوث بنسبة (24.52%).

ك <sup>2</sup> المحسوبة:	درجة الحرية:	ك <sup>2</sup> الجدولية:
10.24	03	7.715

وتشير هذه النتائج إلى تأثير متغير التخصص على اتجاه افراد العينة حول نوع أساليب الإقناع (الاستمالات) التي استعملتها قناة النهار اثناء الحملة الانتخابية 2014 ، وهذا ما تؤكدته نتائج اختبار الكا<sup>2</sup> حيث أن كا<sup>2</sup> المحسوبة قدرت ب 10.24 وهي أكبر من كا<sup>2</sup> الجدولية المقدره ب7.715 عند درجة حرية 03 ومستوى ثقة 0.05 وبالتالي هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغير التخصص.



الشكل رقم 42 يمثل نوع أساليب الإقناع التي استعملتها قناة النهار حسب التخصص.

الجدول رقم 43 يمثل نوع الأساليب المستعملة في الحملة الانتخابية حسب المؤهل العلمي:

المجموع	دكتوراه		ماجستير		ماستر		ليسانس			
	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك		
37.23	105	50	06	22.22	02	30.4	38	43.38	59	أساليب عقلية
30.14	85	41.66	05	55.55	05	36	45	22.05	30	أساليب عاطفية
14.53	41	00	00	11.11	01	18.4	23	12.5	17	أساليب حسية
18.08	51	8.33	01	11.11	01	15.2	19	22.05	30	لم يجيبوا
%100	282	%100	12	%100	09	%100	125	%100	136	المجموع

من خلال النتائج الموضحة في الجدول أعلاه نلاحظ أن طلبة الدكتوراه وطلبة الليسانس يرون أن قناة النهار الإخبارية استعملت أساليب إقناع عقلية أثناء تغطيتها لمجريات الحملة بنسبة (50%) بتكرار بلغ 06 مبحوث و(43.38%) بتكرار بلغ 59 مفردة، فيما أجاب طلبة الماجستير والماجستير على أن القناة استعملت أساليب إقناع عاطفية، أما فيما يخص أساليب الإقناع الحسية فقد كانت نسبتها ضئيلة في الجدول إذ نجد أعلى نسبة سجلت لدى طلبة الماجستير ب(18.4%) فيما انعدمت تماما لدى طلبة الدكتوراه.

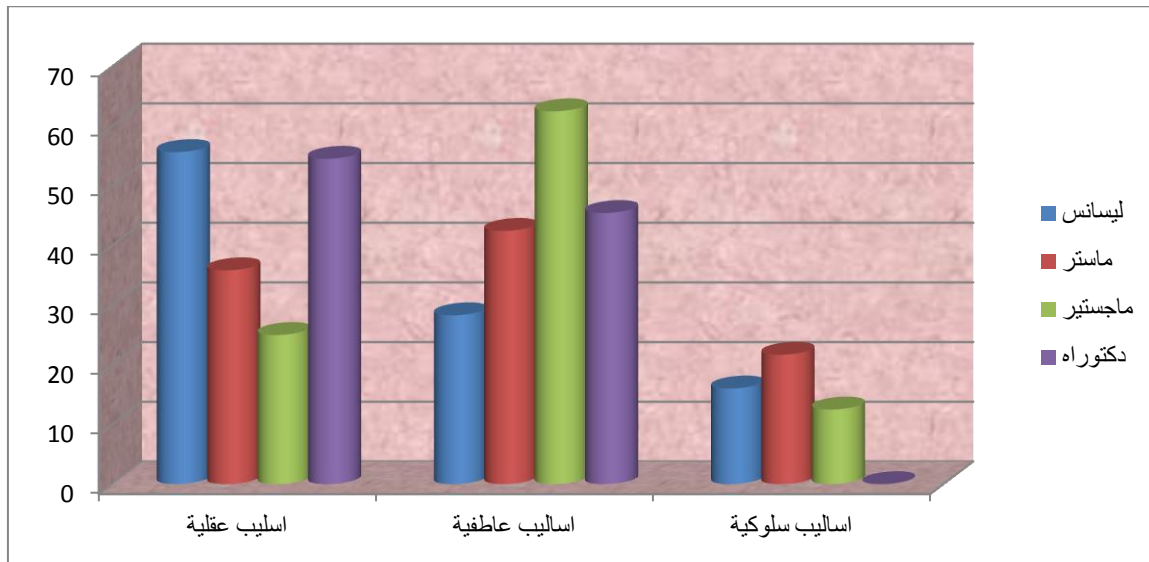
أما بخصوص الطلبة الذين لم يجيبوا فقد بلغت أعلى نسبة لدى طلبة الليسانس بنسبة (22.05%) وبتكرار بلغ 30 مبحوث، يليه طلبة الماجستير بنسبة (15.2%) بتكرار 19 مبحوثا، ثم يأتي مستوى الماجستير و الدكتوراه بنسبة (1.11%) و (0.08%) بتكرار مبحوث لكل مستوى.

وإذا عدنا الى الدراسة التحليلية حول استعمال قناة النهار لأساليب الإقناع أثناء تغطيتها للحملة الانتخابية فإننا نلاحظ ان القناة استعملت اساليب اقناع العقلية بنسبة(44.84%) واساليب اقناع عاطفية بنسبة (36.99%) واساليب اقناع حسية بنسبة (18.16%)، وهي نفس النتيجة التي توصلت اليها الدراسة الميدانية.<sup>1</sup>

كاف المحسوبة:	درجة الحرية:	كاف الجدولية:
16.91	09	16.919

وتشير هذه النتائج إلى عدم تأثير متغير المؤهل العلمي على اتجاه افراد العينة حول نوع اساليب الاقناع (الاستمالات) التي استعملتها قناة النهار اثناء الحملة الانتخابية 2014 ، وهذا ما تؤكدته نتائج اختبار الكاف حيث أن كاف المحسوبة قدرت ب16.91 وهي أصغر من كاف الجدولية المقدر ب16.919 عند درجة حرية 09 ومستوى ثقة 0.05 وبالتالي ليس هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغير المؤهل العلمي.

<sup>1</sup> راجع الجدول رقم 29 من الدراسة التحليلية.



الشكل رقم 43 يمثل نوع الأساليب المستعملة في الحملة الانتخابية حسب المؤهل العلمي.

الجدول رقم 44 يمثل مدى تغطية قناة النهار لبرامج المرشحين\* أثناء الحملة الانتخابية.

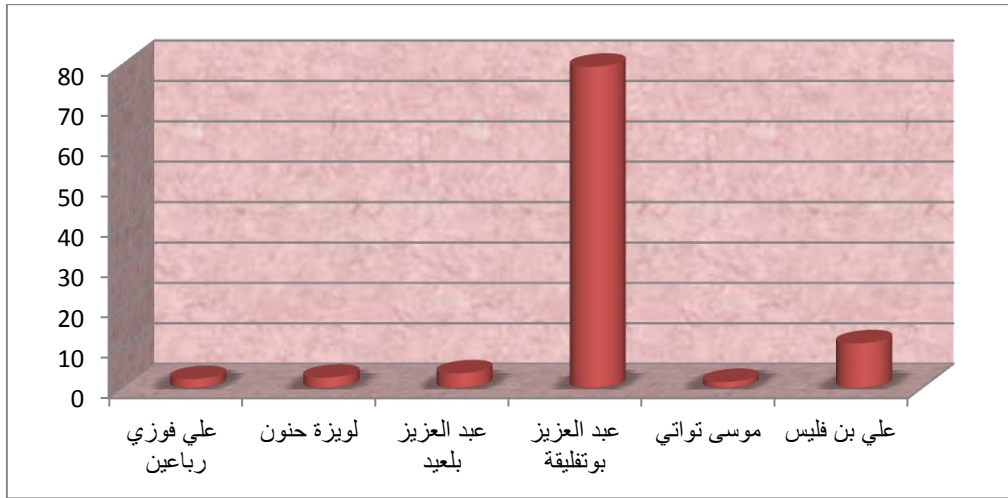
المرشحون	ك	%
علي فوزي ربايعين	06	2.12
لويزة حنون	07	2.48
عبد العزيز بلعيد	10	3.54
عبد العزيز بوتفليقة	224	79.43
موسستواتي	04	1.41
علي بن فليس	31	10.99
المجموع	282	%100

يوضح الجدول رقم 44 الذي يمثل مدى تغطية قناة النهار الإخبارية لحملة المرشحين أثناء الحملة الانتخابية 2014، حيث نجد أعلى نسبة في الجدول بلغت (79.43%) بتكرار 224 مبحوث أجابوا على أن

\* لقد تم ترتيب أسماء المرشحين وفق المجلس الدستوري.

المرشح عبد العزيز بوتفليقة كانت له تغطية كبيرة، بينما تمثلت نسبة (10.99%) بتكرار 31 مفردة ذهبت إلى المرشح علي بن فليس، فيما نجد أن 10 من افراد العينة أجابوا بأن المرشح عبد العزيز بلعيد هو من كانت له اكبر تغطية بنسبة (3.54%)، ثم تلتها نسبة (2.48%) بتكرار 07 مفردة أشارت إلى المرشحة لويزة حنون، أما المرشح علي فوزي رباعين بلغت نسبته (2.12%) بتكرار 06 مفردة، و في الأخير أجاب 04 من افراد العينة بأن المرشح موسى تواتي قد حاز على اكبر تغطية بنسبة (1.41%).

تفسر أعلى نسبة في هذا الجدول التي أشارت إلى أن قناة النهار الإخبارية قد غطت حملة المرشح المنتهية ولايته والمرشح لعهد رابعة بشكل مكثف، وهذا يشير إلى كون أن القناة انحازت إلى مرشح عبد العزيز بوتفليقة ولم تلتزم بالحيادية والمصداقية في معالجة هذه الحملة الانتخابية، وقد عارضت ما جاء به قانون الانتخابات الذي ينص على أن كل مرشح للانتخابات المحلية أو التشريعية أو الرئاسية يقدم برنامجاً للناخبين في مجال عادل في وسائل الإعلام التلفزيونية والإذاعية والوطنية والمحلية، كما أشارت المادة (191) من هذا القانون على أن الحصص الممنوحة يجب أن تكون متساوية بين المرشحين للانتخابات الرئاسية.



الشكل رقم 44 يمثل مدى تغطية قناة النهار لبرامج المرشحين أثناء الحملة الانتخابية 2014

الجدول رقم 45 يمثل مدى تغطية قناة النهار لبرامج المرشحين أثناء الحملة الانتخابية الجنس:

الجنس المرشحون	أنثى		ذكر		المجموع	
	ك	%	ك	%	ك	%
علي فوزي رباعين	03	1.80	03	2.58	06	2.12
لويذة حنون	05	3.01	02	1.72	07	2.48
عبد العزيز بلعيد	08	4.81	02	1.72	10	3.54
عبد العزيز بوتفليقة	134	80.72	90	77.58	224	79.43
موسستواتي	02	1.20	02	1.72	04	1.41
علي بن فليس	14	8.43	17	14.65	31	10.99
المجموع	166	%100	116	%100	282	%100

توضح النتائج في الجدول أعلاه الذي يمثل مدى تغطية قناة النهار الإخبارية لبرامج المرشحين حسب متغير الجنس، فقد كشفت الأرقام ما يلي:

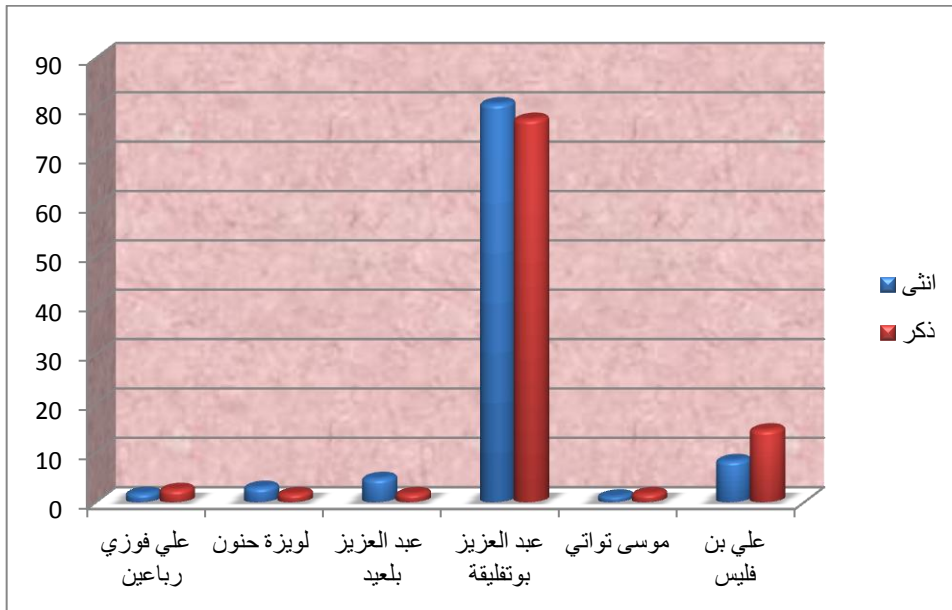
اعلي نسبة لدى فئة الإناث تمثلت في (80.72%) بتكرار بلغ 134 أشاروا إلى أن المرشح المنتهية ولايته كانت له تغطية اكبر في قناة النهار مقارنة بالمرشحين الآخرين، فيما تليها نسبة (8.43%) بتكرار بلغ 14 من الطلبة الذين أشاروا إلى المرشح علي بن فليس، ثم نسبة (4.81%) بتكرار بلغ 08 من افراد العينة يرون أن المرشح عبد العزيز بلعيد حاز على اكبر تغطية، تليها المرشحة لويذة حنون بنسبة (3.01%) بتكرار بلغ 5 طلبة فيما تقاربت النتائج بين المرشحين علي فوزي رباعين و موسى تواتي بنسبة (1.80%) بتكرار بلغ 03 طلبة و(1.20%) بتكرار بلغ 02، أما فيما يخص فئة الذكور نجد أن اعلي النسب بلغت(77.58%) بتكرار بلغ 90 من الطلبة الذين أشاروا إلى المرشح عبد العزيز بوتفليقة، تليها نسبة (14.65%) بتكرار بلغ 17 طالب ممثلة هذه النسبة في المرشح علي بن فليس، يليها رئيس حزب عهد 54 على فوزي رباعين بنسبة

(%2.58) بتكرار بلغ 03 طلبية ، فيما نجد نفس النسبة (1.72%) بتكرار بلغ 02 ذهبت إلى كل من المرشح عبد العزيز بلعيد والمرشح موسى تواتي والمرشحة لويزة حنون.

وهذه النتائج تتفق مع نتائج الجدول رقم 03 من الدراسة التحليلية التي توصلت إلى أن أكبر تغطية لخطابات المرشحين في قناة النهار عادت إلى المرشح عبد العزيز بوتفليقة بنسبة 56.62%<sup>1</sup>.

كاف المحسوبة:	درجة الحرية:	كاف الجدولية:
19.29	05	11.070

وتشير هذه النتائج إلى تأثير متغير الجنس على اتجاه أفراد العينة حول مدى تغطية قناة النهار لبرامج المرشحين أثناء الحملة الانتخابية، وهذا ما تؤكدته نتائج اختبار الكاف<sup>2</sup> حيث أن كاف المحسوبة قدرت ب19.29 وهي أكبر من كاف الجدولية المقدرة ب11.070 عند درجة حرية 05 ومستوى ثقة 0.05 وبالتالي هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغير الجنس.



الشكل رقم 44 يمثل مدى تغطية قناة النهار لحملة المرشحين حسب الجنس.

<sup>1</sup> راجع الجول رقم 03 من الدراسة التحليلية.

الجدول رقم 45 يمثل مدى تغطية قناة النهار للمرشحين حسب التخصص:

المجموع		علوم سياسية		علوم الإعلام والاتصال		
%	ك	%	ك	%	ك	
1.77	05	1.45	02	2.06	03	علي فوزي رباعين
2.48	07	0.72	01	4.13	06	لويزة حنون
3.54	10	3.64	05	3.44	05	عبد العزيز بلعيد
79.43	224	79.56	109	79.31	115	عبد العزيز بوتفليقة
1.41	04	1.45	02	1.37	02	موسى تواتي
11.34	32	13.13	18	9.65	14	علي بن فليس
%100	282	%100	137	%100	145	المجموع

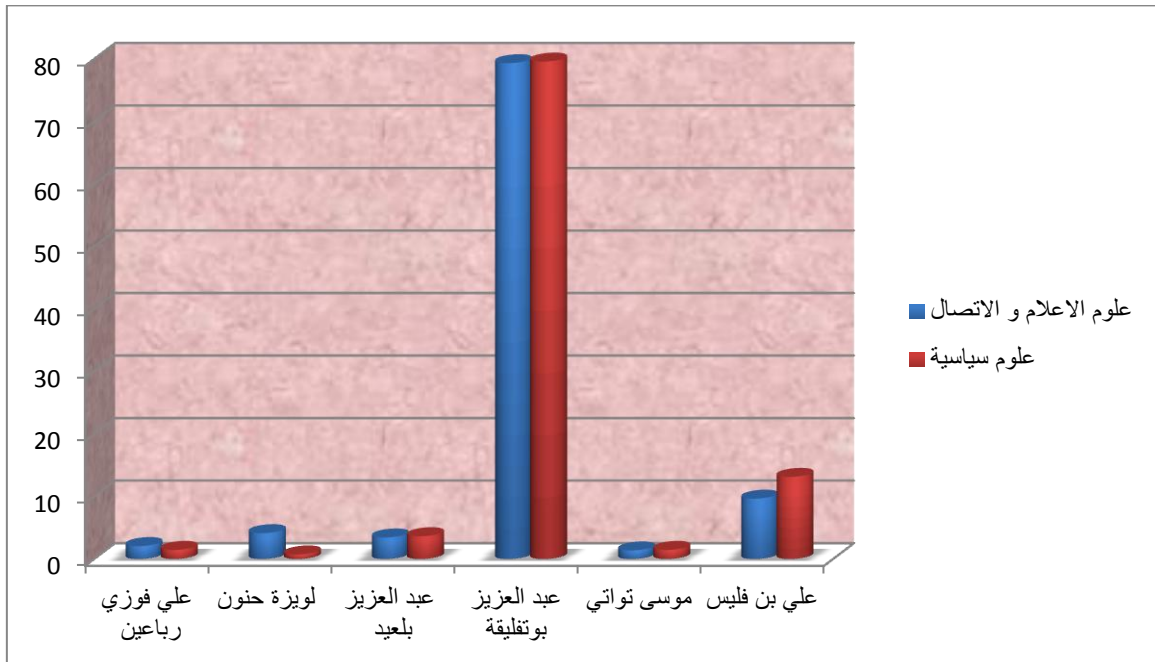
توصلت النتائج الموضحة في الجدول أعلاه الذي يمثل تغطية قناة النهار الإخبارية لبرامج المرشحين حسب متغير التخصص إلى ما يلي:

بلغت أعلى نسبة لدى طلبة علوم الإعلام والاتصال في (79.31%) بتكرار بلغ 145 من أفراد عينة الدراسة الذين أجابوا أن المرشح عبد العزيز بوتفليقة كانت له أكبر تغطية فيما تمثلت نسبة (9.65%) بتكرار بلغ 14 من الطلبة أشاروا إلى المرشح علي بن فليس، أما المرشحة لويزة حنون حازت على نسبة (4.13%) بتكرار بلغ 06 طلبة، ليلها المرشح عبد العزيز بلعيد بنسبة (3.44%) بتكرار بلغ 05، ليلها المرشح علي فوزي رباعين بنسبة (2.06%) بتكرار بلغ 02 وجاءت آخر نسبة (1.37%) بتكرار بلغ 02 متمثلة في المرشح موسى تواتي، أما فيما يخص طلبة العلوم السياسية فقد بلغت أعلى نسبة (79.56%) بتكرار بلغ 109 من أفراد العينة الذين أجابوا بأن المرشح المنتهية ولايته عبد العزيز بوتفليقة ليليه المرشح علي بن فليس بنسبة (13.13%) بتكرار بلغ 18 فيما جاءت نسبة (3.64%) بتكرار بلغ 05 متمثلة في المرشح عبد العزيز بلعيد، أما المرشح علي فوزي رباعين وموسى تواتي فقد حازا على نسبة (1.45%) بتكرار بلغ 02 من افراد

العينة، أما رئيسة حزب العمال لويزة حنون بلغت نسبة افراد العينة الذين أجابوا أن قناة النهار غطت حملتها بشكل كبير مقارنة مع باقي المرشحين تحصلت على أدنى نسبة ب (0.72%) بتكرار بلغ 01 .

كاف المحسوبة:	درجة الحرية:	كاف الجدولية:
24.13	05	11.070

وتشير هذه النتائج إلى تأثير متغير التخصص على اتجاه افراد العينة حول مدى تغطية قناة النهار لبرامج المرشحين أثناء الحملة الانتخابية، وهذا ما تؤكدته نتائج اختبار الكاف<sup>2</sup> حيث أن كاف المحسوبة قدرت ب 24.13 وهي أكبر من كاف الجدولية المقدر ب 11.070 عند درجة حرية 05 ومستوى ثقة 0.05 وبالتالي هناك فروق ذات دلالة إحصائية تعزى إلى متغير التخصص.



الشكل رقم 45 يمثل مستوى تغطية قناة النهار للمرشحين حسب التخصص.

## النتائج العامة للدراسة :

لقد أسفرت نتائج الدراسة الميدانية على مايلي:

بالنسبة لأنماط وعادات مشاهدة أفراد العينة لقناة النهار:أوضحت النتائج أن أغلبية أفراد العينة يشاهدون القناة بصفة دائمة وذلك ب (69.02%)،(66.31%) يشاهدون القناة مدة ثلاث ساعات وحوالي (4.6%) يشاهدونها اربع ساعات في اليوم، كما أشارت النتائج إلى أن(43.26%) يشاهدون قناة النهار اثناء السهرة ويفضل(38.29%) الفترة المسائية .

يشاهد (48,93%) من أفراد العينة القناة بدافع ان لها تغطية مستمرة لمختلف الاحداث المحلية والوطنية والدولية، بينما يشاهدها (17.73%) بدافع انها تقدم برامج مميزة عن باقي القنوات الاخرى.

كشفت الدراسة أن (42.55%) و(41.84%) من أفراد العينة يفضلون مشاهدة المواضيع السياسية والاجتماعية في قناة النهار.

أما بالنسبة للمحور الخاص بتغطية قناة النهار لحدث الحملة الانتخابية فقد أوضحت الدراسة ان:

أكثر من نصف أفراد العينة تابعوا مجريات الحملة الانتخابية في قناة النهار بصفة دائمة وذلك بنسبة (61.70%) فيما تابعها أحيانا (26.59%) من افراد العينة.

(48.93%) من أفراد العينة أجمعوا على ان تغطية قناة النهار لحدث الحملة الانتخابية كانت مكثفة فيما أجاب (41.48%) بأن التغطية كانت متوسطة.

(53.19%) من افراد العينة يرون ان تغطية قناة النهار للحملة الانتخابية كانت جيدة الى حد ما، فيما اشار بعضهم الى ان التغطية كانت جيدة بنسبة (32.97%).

(64.89%) من أفراد العينة يرون ان قناة النهار الى حد ما كان لها اطلاق بالقضايا المطروحة أثناء الحملة الانتخابية، فيما أجاب(21.63%) ب(نعم).

(57.09%) يرون ان المسؤول عن تحديد القضايا المطروحة اثناء الحملة الانتخابية 2014 هي السلطة، فيما أشار(33.33%) ان رئيس التحرير هو من يحددها.

(64.89%) من أفراد العينة يرون ان قناة النهار لم تلتزم بالحياد اثناء تغطيتها لبرامج المرشحين.

كما كشفت الدراسة أن (53.19%) من المتابعين لقناة النهار اثناء الحملة الانتخابية يرون ان القناة كانت تراعي ترتيب اولويات القضايا المطروحة.

(83.68%) من أفراد العينة يوافقون على أن قناة النهار استعملت اساليب الاقناع اثناء تغطيتها للحملة الانتخابية 2014.

(37.23%) من افراد العينة يرون ان قناة النهار استعملت اساليب اقناع عقلية اثناء تغطيتها للحملة الانتخابية، بينما يرى (30.14%) بأنها استعملت اساليب اقناع عاطفية وأشار (14.53%) انها استعملت اساليب اقناع حسية.

(79.43%) من افراد العينة يرون ان المرشح عبد العزيز بوتفليقة كانت له تغطية مكثفة اثناء عرضه لخطاباته وبرنامجه الانتخابي، يليه المرشح علي بن فليس بنسبة (10.99%).

#### نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات:

تنص الفرضيات علما يلي:

"السلطة هي من يتحكم في القضايا المطروحة التي كانت تعالجها قناة النهار الإخبارية أثناء الحملة الانتخابية" حيث لقيت هذه الفرضية التأييد الكامل وثبت وجود ان السلطة هي من يتحكم في القضايا المطروحة من خلال الجدول رقم (30 و 38).

لقد لوحظ من خلال نتائج تحليل البيانات أن معظم طلبة علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية بجامعة مستغانم اعتمدوا على قناة النهار الإخبارية كمصدر للمعلومة السياسية أثناء الحملة الانتخابية 2014 وهذا ما يؤكد الفرضية الثانية من خلال الجداول (06 و 07 و 19).

أما بالنسبة للفرضية الثانية "معظم طلبة علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية بجامعة مستغانم اعتبروا أن قناة النهار الإخبارية لم تتحلى بالمصداقية والموضوعية في تغطيتها للحملة الانتخابية 2014" فقد لوحظ من خلال الجداول (33 و 44) ان قناة النهار لم تلتزم بالحيادية اثناء تغطيتها لبرامج المرشحين وانها كانت تراعي ترتيب الاولويات في عرضها للقضايا حسب ما يخدم توجهها الإيديولوجي بحيث كانت تركز على المرشح عبد العزيز بوتفليقة عن باقي المرشحين الآخرين وهذا ما جعل أفراد العينة يرون أنها لم تلتزم بأخلاقيات العمل الإعلامي بخصوص الالتزام بالحياد..

خاتمة

## خاتمة :

لقد توصلنا من خلال الدراسة التحليلية والميدانية التي أجريناها ان قناة النهار:

اهتمت و ركزت على موضوع الحملة الانتخابية والعلاقات الجزائرية الأمريكية وخطابات المرشح عبد العزيز بوتفليقة، من خلال تعاملها مع موضوع الحملة الانتخابية كأهم حدث، وخصصت له تغطية مكثفة سعت من خلاله إلى التعريف ببرامج المرشحين وتغطية الأحداث والقضايا الحاصلة والمتعلقة بالانتخابات، وكذلك إلى ضرورة دفع المتلقي إلى التصويت والاقتراع في الوقت الذي كانت فيه تنادي بعض الأصوات بمقاطعة الانتخابات مما جعلها تتحول إلى قناة دعائية انتخابية طوال اليوم، حيث كان ذلك دافعا وسببا لدى عينة الدراسة حول متابعة أخبار الحملة بشكل كبير والاعتماد على القناة في الحصول على المعلومة، حيث يعود سبب تفضيلهم لهذه القناة الى أن لها تغطية مستمرة لمختلف الأحداث المحلية والوطنية والدولية، إذ اعتبر البعض منهم أن ما يقدم و يطرح في هذه القناة من تحديد السلطة مما يجعلها محتكرة من قبل السلطة حتى وان كانت خاصة. كما لاحظنا من خلال هذه الدراسة ان معظم متابعي قناة النهار يفضلون المواضيع السياسية وهذا راجع إلى طغيان الأحداث والقضايا السياسية التي فرضت على الإعلام تغطيتها، خاصة عندما يتعلق الأمر بالقضايا السياسية الوطنية الحاصلة في ظل الحراك السياسي الذي تشهده الجزائر وما تعرفه الدول العربية والعالم ككل وانعكاس ذلك على الجزائر، فهذه الأحداث تفرض نفسها بقوة مما يستوجب على وسائل الإعلام معالجتها وبالتالي يدفع ذلك الجمهور إلى متابعتها ومعرفة آخر المستجدات والتطورات الخاصة بها.

فتطرقها لموضوع العلاقات الجزائرية الأمريكية الذي حاز على المرتبة الثانية من حيث الاولوية في الطرح كان في محاولة منها لإظهار مكانة الجزائر بين دول العالم التي أصبحت بفعل النظام السياسي الجزائري تستشار في كبريات القضايا منها التدخل لفض النزاعات في دول العربية والإفريقية علي حد سواء، والحنكة الدبلوماسية الذي يتمتع بها الرئيس عبد العزيز بوتفليقة واستقرارها الأمني والاقتصادي في ظل التوترات السياسية والاقتصادية التي يشهدها العام، والذي خصصت له تغطية كبيرة مقارنة بالمرشحين الآخرين، من خلال توضيح للمتلقي ضرورة استمرار نظام الحكم القائم الذي تعتبره حكما راشدا ساهم في تطوير الجزائر في كل المجالات وارسى دعائم السلم الأمن والاستقرار وأدى إلى القضاء على الإرهاب وإعطاء الجزائر صورة مشرفة في العالم.

كما ظهر من خلال الدراسة عدم تحلي قناة النهار بمعيار الحيادية في موضوع الحملة الإعلامية والمعارضون للعهدة الرابعة والمؤيدون لها، فقد كانت متحيزة إلى درجة كبيرة للمرشح عبد العزيز بوتفليقة من خلال

تخصيص له مدة كبيرة من الوقت على غرار باقي المرشحين الآخرين، وهذا يعكس الخط السياسي للقناة والعلاقة القائمة بينها وبين نظام الحكم فيما انها لم تعالج بشكل كبير المواضيع الخاصة بالمعارضين للعهد الرابعة، فمعالجة هذه المواضيع كان آخر اهتماماتها وأولوياتها ضمن نشراتها الإخبارية والميل إلى معارضتها له. من جهته سعت إلى تأكيد موضوع المؤيدون للعهد الرابعة من خلال تخصيص وقت كافي للمعالجة وإعادة وتكرار والتطرق لهذه المواضيع في نشراتها الإخبارية مع عرضها ضمن اهتماماتها والميل إلى تأييد العهد الرابعة، بحيث ظهر اتجاهها المؤيد اثناء تغطيتها للحملة بشكل واضح، ثم يليه الاتجاه المعارض ثم المحايد فيما ظهر الاتجاه المختلط بنسب قليلة حيث كانت خطابات المرشح عبد العزيز بوتفليقة اكثر المواضيع تأييدا وأكثر المواضيع معارضة تمثلت في خطابات المرشح علي بن فليس، هنا تظهر القناة تحيزها لمرشح معين دون التقيد بمعيار المصدقية والحيادية والموضوعية في عرضها لخطابات المرشحين، فيما لم يظهر الاتجاه المعارض بخصوص مواضيع المطالب الاجتماعية التي تعتبر مطلب شرعي وحق لكل مواطن جزائري، وقد كانت قناة النهار الإخبارية كانت تقوم بترتيب أولويات المواضيع المطروحة اثناء الحملة الانتخابية وظهرت هذه النتيجة في الدراسة الميدانية التي اجريناها على الطلبة و الذين اجابو بنعم ، حيث اعتمدت قناة النهار على المصادر الذاتية في كتابة تقارير نشرات الأخبار اثناء تغطيتها للحملة الانتخابية 2014، وذلك يعود إلى سبب ضغط تكاليف إنتاج البرامج واعتبارها أن الاعتماد على التحرير الذاتي يعد أكثر ثقة من المصادر الأخرى، كما كشفت هذه الدراسة ان قناة النهار قد أظهرت توجهها من خلال استعمالها للصور الثابتة و الفيديو بحيث سلطت الضوء على المرشح عبد العزيز بوتفليقة الذي حاز على اكبر النسب من حيث عدد الصور بين المرشحين الآخرين، يليه المرشح علي بن فليس، و استعملت اساليب اقناع عقلية و عاطفية و حسية من خلال تركيزها على العناصر المهمة التي تحويها هذه الأساليب فنجد من ضمن عناصر أساليب الإقناع المستعملة بكثرة تقديم الأرقام والإحصاءات، فيما نجد عنصر الأساليب اللغوية ضمن الأساليب العاطفية، أما عنصر موضوع العشرية السوداء الذي استعمل كأسلوب للترهيب والتخويف من تكرار سيناريو هذه الفترة يندرج ضمن أساليب الحسية.

في الأخير يمكن القول أن القناة النهار ابتعدت عن معيار الحيادية والمصدقية والموضوعية في تغطيتها لحدث الحملة الانتخابية بالجزائر لعام 2014م، وبالتالي نجد أن هذه القناة لازالت محتكرة من قبل السلطة حتى وإن كانت خاصة، وبالرغم من التجربة الحديثة في هذا المجال إلا أن الإعلام الخاص أصبح دوره لا يختلف كثيرا عن الدور الذي يقوم به الإعلام العمومي فظاهرها إعلام خاص وباطنها إعلام عمومي ، وأن السلطة تحتكره وتمارس ضغوطاتها عليه، وبالتالي لم يعد الإعلام الخاص في الجزائر يقدم خدمة عمومية هدفها المصلحة الجماعية وإنما أصبح يقدم خدمة حكومية وفي الأخير نوصي بأن تكون هذه النتائج منطلق لانجاز دراسات اخرى في هذا المجال.

# قائمة الملاحق

بسم الله الرحمن الرحيم

هذه الاستمارة نقدمها في إطار انجاز أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال تحت عنوان

المعالجة الاعلامية لقناة النهار للحملة الانتخابية لرئاسيات 2014م

مقاربة في الاعلام السياسي في الجزائر

مستعملا بذلك أداة تحليل المضمون التي اخترنا فيها الفئات التالية: فئة الموضوع، فئة الاتجاه، فئة أساليب الإقناع، فئة ترتيب الأولويات، فئة المصدر، فئة الصور. كما وقع اختيارنا على وحدة الموضوع ووحدة الكلمة كأدوات للعد والقياس.

لذلك نطلب من حضراتكم:

\_التمعن في الاستمارة ومطالعة دليلها.

\_الملاحظات التي تقدمونها تسجل في مكان مخصص لها، أو في ورقة مستقلة.

اسم ولقب المشرف على البحث

اسم ولقب الباحثة:

د. العربي بوعمامة

عبو فوزية

## استمارة تحليل المضمون

1\_ البيانات الأولية:

4 3 2 1

2\_ تحليل البيانات (فئات التحليل):

10 9 8 7 6 5

أ\_ فئة الموضوع:

3 1 5 2 1 5 1 1 5

6 2 5 5 2 5 4 2 5 3 2 5 2 2 5 1 2 5

3 3 5 2 3 5 1 3 5

2 4 5 1 4 5

5 5 5 4 5 5 3 5 5 2 5 5 1 5 5

3 6 5 2 6 5 1 6 5

6 7 5 5 7 5 4 7 5 3 7 5 2 7 5 1 7 5

8 7 5 7 7 5

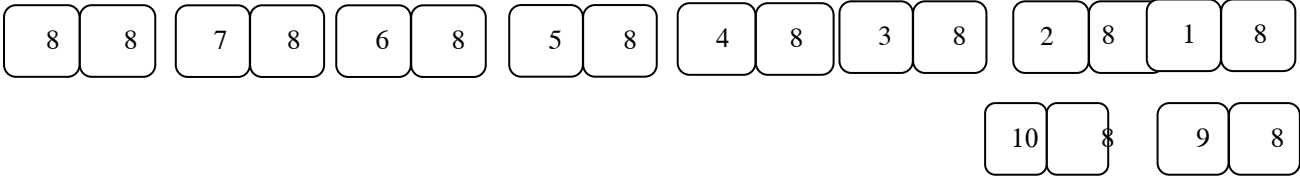
\_ فئة الاتجاه:

4 6 3 6 2 6 1 6

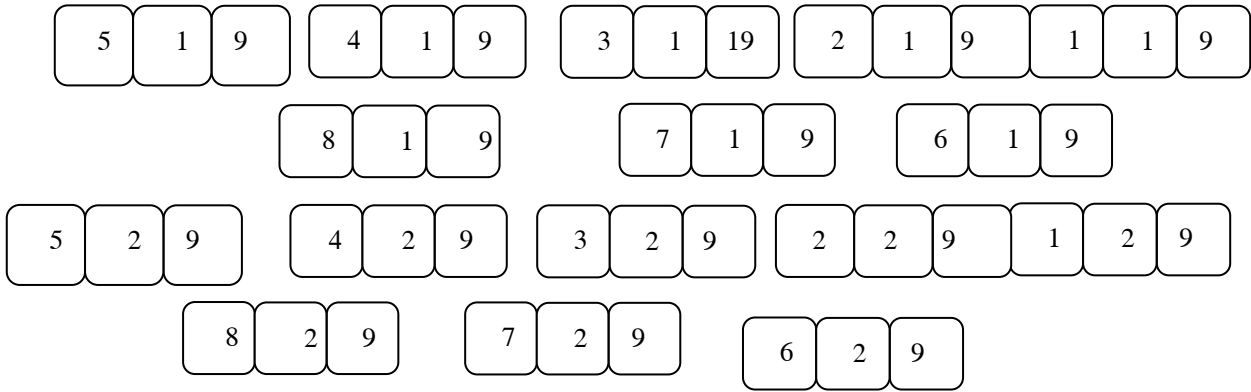
ر\_ فئة المصدر:

7 7 6 7 5 7 4 7 3 7 2 7 1 7

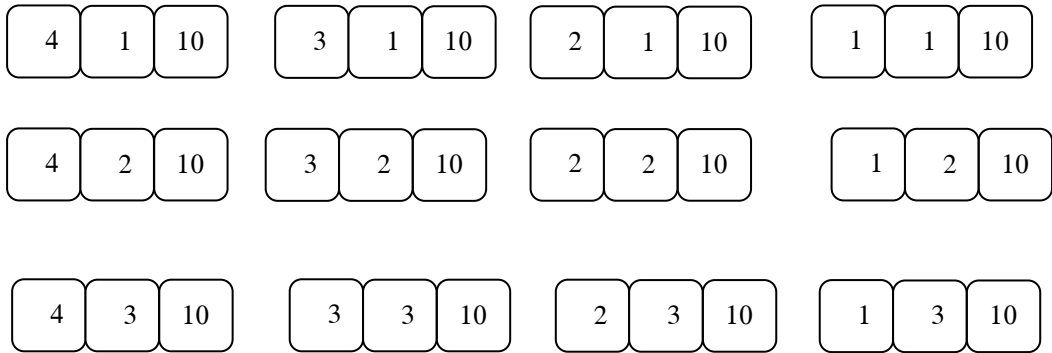
هـ\_ فئة ترتيب الأولويات:



ن\_ فئة الصور:



د\_ فئة أساليب الإقناع:



## دليل استمارة تحليل المضمون

يشير الرقم (1): الى قناة النهار الإخبارية.

يشير الرقم (2): الى يوم البث.

يشير الرقم (3): الى شهر البث.

يشير الرقم (4): الى سنة البث.

يشير الرقم (5): الى فئة الموضوع.

يشير الرقم (6): الى فئة الاتجاه.

يشير الرقم (7): الى فئة أساليب الإقناع.

يشير الرقم (8): الى فئة المصدر

يشير الرقم (9): الى فئة ترتيب أولويات القضايا المطروحة.

يشير الرقم (10): الى فئة الصور.

الرقم (1/1/5): يشير الرقم 5 الى فئة الموضوع، و الرقم 1 الى الموضوع الرئيسي الأول لهذه الفئة وهو (حق الانتخاب و التصويت)، أما الرقم 1 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في (الانتخاب و الاقتراع).

الرقم (2/1/5): يشير الرقم 5 الى فئة الموضوع، و الرقم 1 الى الموضوع الرئيسي الأول لهذه الفئة وهو (حق الانتخاب والتصويت)، أما الرقم 2 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في (الواجب الانتخابي).

الرقم (3/1/5): يشير الرقم 5 الى فئة الموضوع، و الرقم 1 الى الموضوع الرئيسي الأول لهذه الفئة وهو (حق الانتخاب والتصويت)، أما الرقم 3 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في (المشاركة السياسية).

الرقم (1/2/5): يشير الرقم 5 الى فئة الموضوع، والرقم 2 الى الموضوع الرئيسي الثاني لهذه الفئة وهو (الحملة الإعلامية)، أما الرقم 1 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في (خطابات المرشح علي فوزي رباعين).

الرقم (2/2/5): يشير الرقم 5 الى فئة الموضوع، والرقم 2 الى الموضوع الرئيسي الثاني لهذه الفئة وهو (الحملة الإعلامية)، أما الرقم 2 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في (خطابات المرشحة لويزة حنون).

الرقم (3/2/5): يشير الرقم 5 الى فئة الموضوع، والرقم 2 الى الموضوع الرئيسي الثاني لهذه الفئة وهو (الحملة الإعلامية)، أما الرقم 3 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في (خطابات المرشح عبد العزيز بلعيد).

الرقم (4/2/5): يشير الرقم 5 الى فئة الموضوع، والرقم 2 الى الموضوع الرئيسي الثاني لهذه الفئة وهو (الحملة الإعلامية)، أما الرقم 4 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في (خطابات المرشح عبد العزيز بوتفليقة).

الرقم (5/2/5): يشير الرقم 5 الى فئة الموضوع، والرقم 2 الى الموضوع الرئيسي الثاني لهذه الفئة وهو (الحملة الإعلامية)، أما الرقم 5 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في (خطابات المرشح موسى تواتي).

الرقم (6/2/5): يشير الرقم 5 الى فئة الموضوع، والرقم 2 الى الموضوع الرئيسي الثاني لهذه الفئة وهو (الحملة الإعلامية)، أما الرقم 1 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في (خطابات المرشح علي بن فليس).

الرقم (1/3/5): يشير الرقم 5 الى فئة الموضوع، والرقم 3 الى الموضوع الرئيسي الثالث لهذه الفئة وهو (المعارضين للعهد الرابع)، أما الرقم 1 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في (الأحزاب المعارضة).

الرقم (2/3/5): يشير الرقم 5 الى فئة الموضوع، والرقم 3 الى الموضوع الرئيسي الثالث لهذه الفئة وهو (المعارضين للعهد الرابع)، أما الرقم 2 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في (حركة رشاد و بركات).

الرقم (3/3/5): يشير الرقم 5 الى فئة الموضوع، والرقم 3 الى الموضوع الرئيسي الثالث لهذه الفئة وهو (المعارضين للعهد الرابع)، أما الرقم 3 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في (أنصار الجبهة الإسلامية للإنقاذ المنحل).

الرقم (1/4/5): يشير الرقم 5 الى فئة الموضوع، والرقم 4 الى الموضوع الرئيسي الرابع لهذه الفئة وهو (المؤيدون للعهدَة الرابعة)، أما الرقم 1 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في ( المجتمع المدني).

الرقم (2/4/5): يشير الرقم 5 الى فئة الموضوع، والرقم 4 الى الموضوع الرئيسي الرابع لهذه الفئة وهو (المؤيدون للعهدَة الرابعة)، أما الرقم 2 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في ( الشخصيات الفاعلة في الحكومة).

الرقم (1/5/5): يشير الرقم 5 الى فئة الموضوع، والرقم 5 الى الموضوع الرئيسي الخامس لهذه الفئة وهو (قضايا الأمن و الاستقرار)، أما الرقم 1 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في ( السلم و المصالحة الوطنية).

الرقم (2/5/5): يشير الرقم 5 الى فئة الموضوع، والرقم 5 الى الموضوع الرئيسي الخامس لهذه الفئة وهو (قضايا الأمن و الاستقرار)، أما الرقم 2 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في ( مكافحة الإرهاب).

الرقم (3/5/5): يشير الرقم 5 الى فئة الموضوع، والرقم 5 الى الموضوع الرئيسي الخامس لهذه الفئة وهو (قضايا الأمن و الاستقرار)، أما الرقم 3 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في (أزمة غرداية).

الرقم (4/5/5): يشير الرقم 5 الى فئة الموضوع، والرقم 5 الى الموضوع الرئيسي الخامس لهذه الفئة وهو (قضايا الأمن و الاستقرار)، أما الرقم 4 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في ( التدخل الأجنبي).

الرقم (5/5/5): يشير الرقم 5 الى فئة الموضوع، والرقم 5 الى الموضوع الرئيسي الخامس لهذه الفئة وهو (قضايا الأمن و الاستقرار)، أما الرقم 5 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في (الربيع العربي).

الرقم (1/6/5): يشير الرقم 5 الى فئة الموضوع، والرقم 6 الى الموضوع الرئيسي السادس لهذه الفئة وهو (العلاقات الدولية)، أما الرقم 1 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في ( التعاون الجزائري العربي).

الرقم (2/6/5): يشير الرقم 5 الى فئة الموضوع، والرقم 6 الى الموضوع الرئيسي السادس لهذه الفئة وهو (العلاقات الدولية)، أما الرقم 2 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في ( العلاقات الجزائرية الأمريكية).

الرقم (3/6/5): يشير الرقم 5 الى فئة الموضوع، والرقم 6 الى الموضوع الرئيسي السادس لهذه الفئة وهو (العلاقات الدولية)، أما الرقم 3 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في (تعاون الجزائر مع دول الساحل وإفريقيا).

الرقم (1/7/5): يشير الرقم 5 الى فئة الموضوع، والرقم 7 الى الموضوع الرئيسي السابع لهذه الفئة وهو (المطالب الاجتماعية)، أما الرقم 1 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في (التكفل بالشباب).

الرقم (2/7/5): يشير الرقم 5 الى فئة الموضوع، والرقم 7 الى الموضوع الرئيسي السابع لهذه الفئة وهو (المطالب الاجتماعية)، أما الرقم 1 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في (الشغل).

الرقم (3/7/5): يشير الرقم 5 الى فئة الموضوع، والرقم 7 الى الموضوع الرئيسي السابع لهذه الفئة وهو (المطالب الاجتماعية)، أما الرقم 3 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في (توفير السكن).

الرقم (4/7/5): يشير الرقم 5 الى فئة الموضوع، والرقم 7 الى الموضوع الرئيسي السابع لهذه الفئة وهو (المطالب الاجتماعية)، أما الرقم 4 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في (البطالة).

الرقم (5/7/5): يشير الرقم 5 الى فئة الموضوع، والرقم 7 الى الموضوع الرئيسي السابع لهذه الفئة وهو (المطالب الاجتماعية)، أما الرقم 5 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في (تطوير البحث العلمي).

الرقم (6/7/5): يشير الرقم 5 الى فئة الموضوع، والرقم 7 الى الموضوع الرئيسي السابع لهذه الفئة وهو (المطالب الاجتماعية)، أما الرقم 6 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في (القضاء على الفقر).

الرقم (7/7/5): يشير الرقم 5 الى فئة الموضوع، والرقم 7 الى الموضوع الرئيسي السابع لهذه الفئة وهو (المطالب الاجتماعية)، أما الرقم 7 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في (مكافحة الفساد والتزوير).

الرقم (8/7/5): يشير الرقم 5 الى فئة الموضوع، والرقم 7 الى الموضوع الرئيسي السابع لهذه الفئة وهو (المطالب الاجتماعية)، أما الرقم 8 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في (تمثيل المرأة في المنابر السياسية).

الرقم (1/6): يشير الرقم 6 الى فئة الاتجاه، والرقم 1 يشير الى اتجاه مؤيد.

الرقم (2/6): يشير الرقم 6 الى فئة الاتجاه، والرقم 2 يشير الى اتجاه محايد.

الرقم (3/6): يشير الرقم 6 الى فئة الاتجاه، والرقم 3 يشير الى اتجاه معارض.

الرقم (4/6): يشير الرقم 6 الى فئة الاتجاه، والرقم 3 يشير الى اتجاه مختلط.

الرقم (1/7): يشير الرقم 7 الى فئة المصدر، والرقم 1 يشير الى الموضوع الأول من الفئة والمتمثل في (المراسلون).

الرقم (2/7): يشير الرقم 7 الى فئة المصدر، والرقم 2 يشير الى الموضوع الثاني من الفئة والمتمثل في (وكالات الأنباء).

الرقم (3/7): يشير الرقم 7 الى فئة المصدر، والرقم 3 يشير الى الموضوع الرابع من الفئة والمتمثل في (المبعوث).

الرقم (4/7): يشير الرقم 7 الى فئة المصدر، والرقم 4 يشير الى الموضوع الرابع من الفئة والمتمثل في مصادر ذاتية ( المحررين ومعدّي القناة)

الرقم (5/7): يشير الرقم 7 الى فئة المصدر، والرقم 5 يشير الى الموضوع الخامس من الفئة والمتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي

الرقم (6/7): يشير الرقم 7 الى فئة المصدر، والرقم 6 يشير الى الموضوع السادس من الفئة والمتمثل في وسائل اعلام اخرى.

الرقم (7/7): يشير الرقم 7 الى فئة المصدر، والرقم 7 يشير الى الموضوع السابع من الفئة والمتمثل في غير محدد.

الرقم (1/8): يشير الرقم 8 الى فئة ترتيب أولويات القضايا المطروحة، والرقم 1 يشير الى الموضوع الأول من الفئة والمتمثل في موضوع (الاحتجاجات والمقاطعات)

الرقم (2/8): يشير الرقم 8 الى فئة ترتيب أولويات القضايا المطروحة، والرقم 2 يشير الى الموضوع الثاني من الفئة والمتمثل في موضوع (الأزمة الاقتصادية).

الرقم (3/8): يشير الرقم 8 الى فئة ترتيب أولويات القضايا المطروحة، والرقم 3 يشير الى الموضوع الثالث من الفئة والمتمثل في موضوع (الأمن والاستقرار).

الرقم (4/8): يشير الرقم 8 الى فئة ترتيب أولويات القضايا المطروحة، والرقم 4 يشير الى الموضوع الرابع من الفئة والمتمثل في موضوع (الفساد).

الرقم (5/8): يشير الرقم 8 الى فئة ترتيب أولويات القضايا المطروحة، والرقم 5 يشير الى الموضوع الخامس من الفئة والمتمثل في موضوع (ترقية المرأة).

الرقم (6/8): يشير الرقم 8 الى فئة ترتيب أولويات القضايا المطروحة، والرقم 6 يشير الى الموضوع السادس من الفئة والمتمثل في موضوع (السياسة الخارجية للجزائر).

الرقم (7/8): يشير الرقم 8 الى فئة ترتيب أولويات القضايا المطروحة، والرقم 7 يشير الى الموضوع السابع من الفئة والمتمثل في موضوع (توفير فرص العمل).

الرقم (8/8): يشير الرقم 8 الى فئة ترتيب أولويات القضايا المطروحة، والرقم 8 يشير الى الموضوع الثامن من الفئة والمتمثل في موضوع (أزمة السكن).

الرقم (9/8): يشير الرقم 8 الى فئة ترتيب أولويات القضايا المطروحة، والرقم 9 يشير الى الموضوع التاسع من الفئة والمتمثل في موضوع (تعديل الدستور).

الرقم (10/8): يشير الرقم 8 الى فئة ترتيب أولويات القضايا المطروحة، والرقم 10 يشير الى الموضوع العاشر من الفئة المتمثل في موضوع (انجازات الرئيس عبد العزيز بوتفليقة).

الرقم (1/1/9): يشير الرقم 9 الى فئة الصور، والرقم 1 الى الموضوع الرئيسي الأول لهذه الفئة وهو (الصور الثابتة)، أما الرقم 1 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في ( الصور الثابتة للمرشح علي فوزي رباعين).

الرقم (2/1/9): يشير الرقم 9 الى فئة الصور، والرقم 1 الى الموضوع الرئيسي الأول لهذه الفئة وهو (الصور الثابتة)، أما الرقم 2 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في ( الصور الثابتة للمرشحة لويذة حنون).

الرقم (3/1/9): يشير الرقم 9 الى فئة الصور، والرقم 1 الى الموضوع الرئيسي الأول لهذه الفئة و هو (الصور الثابتة)، أما الرقم 3 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في ( الصور الثابتة للمرشح عبد العزيز بلعيد).

الرقم (4/1/9): يشير الرقم 9 الى فئة الصور، والرقم 1 الى الموضوع الرئيسي الأول لهذه الفئة وهو (الصور الثابتة)، أما الرقم 4 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في ( الصور الثابتة للمرشح عبد العزيز بوتفليقة).

الرقم (5/1/9): يشير الرقم 9 الى فئة الصور، والرقم 1 الى الموضوع الرئيسي الأول لهذه الفئة و هو (الصور الثابتة)، أما الرقم 5 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في ( الصور الثابتة للمرشح موسى تواتي).

الرقم (6/1/9): يشير الرقم 9 الى فئة الصور، و الرقم 1 الى الموضوع الرئيسي الأول لهذه الفئة و هو (الصور الثابتة)، أما الرقم 6 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة و المتمثل في ( الصور الثابتة للمرشح علي بن فليس).

الرقم (7/1/9): يشير الرقم 9 الى فئة الصور، و الرقم 1 الى الموضوع الرئيسي الأول لهذه الفئة و هو (الصور الثابتة)، أما الرقم 7 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة و المتمثل في ( الصور الثابتة للمؤيدين للعهد الرابع).

الرقم (8/1/9): يشير الرقم 9 الى فئة الصور، و الرقم 1 الى الموضوع الرئيسي الأول لهذه الفئة و هو (الصور الثابتة)، أما الرقم 8 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة و المتمثل في (الصور الثابتة للمعارضين للعهد 4).

الرقم (1/2/9): يشير الرقم 9 الى فئة الصور، و الرقم 2 الى الموضوع الرئيسي الثاني لهذه الفئة و هو (فيديو)، أما الرقم 1 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة و المتمثل في (فيديو للمرشح علي فوزي رباعين).

الرقم (2/2/9): يشير الرقم 9 الى فئة الصور، و الرقم 2 الى الموضوع الرئيسي الثاني لهذه الفئة و هو (فيديو)، أما الرقم 2 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة و المتمثل في (فيديو للمرشحة لويزة حنون).

الرقم (3/2/9): يشير الرقم 9 الى فئة الصور، و الرقم 2 الى الموضوع الرئيسي الثاني لهذه الفئة و هو (فيديو)، أما الرقم 3 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة و المتمثل في (فيديو للمرشح عبد العزيز بلعيد).

الرقم (4/2/10): يشير الرقم 9 الى فئة الصور، والرقم 2 الى الموضوع الرئيسي الثاني لهذه الفئة وهو (فيديو)، أما الرقم 4 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في (فيديو للمرشح عبد العزيز بوتفليقة).

الرقم (5/2/9): يشير الرقم 9 الى فئة الصور، والرقم 2 الى الموضوع الرئيسي الثاني لهذه الفئة وهو (الصور المتحركة)، أما الرقم 5 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في (الصور المتحركة للمرشح موسى تواتي).

الرقم (6/2/9): يشير الرقم 9 الى فئة الصور، والرقم 2 الى الموضوع الرئيسي الثاني لهذه الفئة وهو (فيديو)، أما الرقم 6 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في (فيديو للمرشح علي بن فليس).

الرقم (7/2/9): يشير الرقم 9 الى فئة الصور، والرقم 2 الى الموضوع الرئيسي الثاني لهذه الفئة وهو (فيديو)، أما الرقم 7 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في (فيديو للمؤيدين للعهد الرابع).

الرقم (8/2/9): يشير الرقم 9 الى فئة الصور، والرقم 2 الى الموضوع الرئيسي الثاني لهذه الفئة وهو (فيديو)، أما الرقم 8 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في (فيديو للمعارضين للعهد الرابع).

الرقم (1/1/10): يشير الرقم 10 الى فئة أساليب الإقناع، والرقم 1 يشير الى الموضوع الرئيسي لهذه الفئة وهو (أساليب إقناع عقلية)، اما الرقم 1 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في (الاستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعية).

الرقم (2/1/10): يشير الرقم 10 الى فئة أساليب الإقناع، والرقم 1 يشير الى الموضوع الرئيسي لهذه الفئة وهو (أساليب إقناع عقلية)، اما الرقم 2 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في (تقديم الأرقام والإحصاءات).

الرقم (3/1/10): يشير الرقم 10 الى فئة أساليب الإقناع، والرقم 1 يشير الى الموضوع الرئيسي لهذه الفئة وهو (أساليب إقناع عقلية)، اما الرقم 3 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في (بناء النتائج على مقدمات).

الرقم (4/1/10): يشير الرقم 10 الى فئة أساليب الإقناع، والرقم 1 يشير الى الموضوع الرئيسي لهذه الفئة وهو (أساليب إقناع عقلية)، اما الرقم 4 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في (التكرار بالتنوع).

الرقم (1/2/10): يشير الرقم 10 الى فئة أساليب الإقناع، والرقم 2 يشير الى الموضوع الرئيسي لهذه الفئة وهو (أساليب إقناع عاطفية)، اما الرقم 1 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في (الشعارات والرموز).

الرقم (2/2/10): يشير الرقم 10 الى فئة أساليب الإقناع، والرقم 2 يشير الى الموضوع الرئيسي لهذه الفئة وهو (أساليب إقناع عاطفية)، اما الرقم 2 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في (الأساليب اللغوية).

الرقم (3/2/10): يشير الرقم 10 الى فئة أساليب الإقناع، والرقم 2 يشير الى الموضوع الرئيسي لهذه الفئة وهو (أساليب إقناع عاطفية)، اما الرقم 3 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في (الاستشهاد بالمصادر).

الرقم (4/2/10): يشير الرقم 10 الى فئة أساليب الإقناع، والرقم 2 يشير الى الموضوع الرئيسي لهذه الفئة وهو (أساليب إقناع عاطفية)، اما الرقم 4 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في (الاحتياجات النفسية والاجتماعية).

الرقم (1/3/10): يشير الرقم 10 الى فئة أساليب الإقناع، والرقم 3 يشير الى الموضوع الرئيسي لهذه الفئة وهو (أساليب إقناع حسية)، اما الرقم 1 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في (موضوع العشرية السوداء).

الرقم (2/3/10): يشير الرقم 10 الى فئة أساليب الإقناع، والرقم 3 يشير الى الموضوع الرئيسي لهذه الفئة وهو (أساليب إقناع حسية)، اما الرقم 2 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في (قضية الإباضين والمالكين في غرداية).

الرقم (3/3/10): يشير الرقم 10 الى فئة أساليب الإقناع، والرقم 3 يشير الى الموضوع الرئيسي لهذه الفئة وهو (أساليب إقناع حسية)، اما الرقم 3 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في (موضوع الأزمة الاقتصادية).

الرقم (4/3/10): يشير الرقم 10 الى فئة أساليب الإقناع، والرقم 3 يشير الى الموضوع الرئيسي لهذه الفئة وهو (أساليب إقناع حسية)، اما الرقم 4 يشير الى الموضوع الفرعي لهذه الفئة والمتمثل في (موضوع ثورات الربيع العربي).

## استمارة استبيانيه

هذه الاستمارة استبيانيه، نرجو من خلالها جمع آراء عينة من الطلبة الجامعيين قصد توظيفها في إطار علمي يرمي الى محاولة انجاز أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، بعنوان المعالجة الاعلامية لقناة النهار للحملة الانتخابية لرئاسيات 2014م، مقارنة في الاعلام السياسي في الجزائر لذلك نطلب من سيادتكم الإجابة على الأسئلة التي تحتويها هذه الاستمارة بكل صدق ونزاهة وأحيطكم علما أن المعلومات التي ستدلون بها ستبقى سرية ولا تستعمل إلا في الإطار العلمي لهذه الدراسة.

الرجاء وضع علامة (+) أمام الإجابة المختارة.

تحت إشراف:

من عداد الباحثة:

الدكتور العربي

عبو فوزية

بوعمامة

مع تحيات الباحثة شكرا مسبقا على أجوبتكم

وللاستفسار تواصلوا مع الباحثة على

[narimaneabbou@gmail.com](mailto:narimaneabbou@gmail.com)

السمات العامة: من فضلك أطلعنا على بعض المعلومات عن نفسك (لأغراض إحصائية):

1- النوع : ذكر  أنثى

2- السن: من 22\_18  من 27\_23  من 32\_28

من 37\_33  من 38\_ فما فوق

3- المؤهل العلمي:

ليسانس  ماجستير  ماجستير  دكتوراه

4\_ التخصص: .....

المحور الأول: عادات و انماط مشاهدة قناة النهار.

5\_ ما مدى مشاهدتك لقناة النهار الإخبارية؟

أشاهدها دائما  أشاهدها أحيانا  أشاهدها نادرا

6\_ كم تستغرق مشاهدتك للقناة النهار في اليوم:

ساعة واحدة  ساعتين

ثلاث ساعات  أكثر من أربع ساعات

7\_ ما هي الفترة المفضلة للمشاهدة؟

الصباحية  الظهيرة  المسائية  السهرة

8\_ ما هي دوافع وأسباب مشاهدتك لهذه القناة ؟

لها تغطية مستمرة لمختلف الأحداث المحلية و الوطنية و الدولية

لأنها تلتزم بالمصداقية و الحيادية

تقدم برامج مميزة عن باقي القنوات الأخرى

تقوم بنقل وعرض المعلومات و الأخبار و الأحداث من مصادر موثوقة

طبيعة المواضيع التي تعرضها المفيدة و النافعة

9\_ ما طبيعة المواضيع التي تفضل مشاهدتها في قناة النهار الإخبارية ؟

- السياسية

- الاجتماعية

- الاقتصادية

أخرى (تذكر) .....

3\_ المحور الثاني: اتجاهات طلبة علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية بجامعة مستغانم حول معالجة قناة النهار الإخبارية للحملة الانتخابية 2014.

10\_ هل كنت تتابع أخبار الانتخابات الرئاسية 2014 عبر قناة النهار ؟

دائما  أحيانا  نادرا

11- في رأيك هل كانت تغطية قناة النهار لأخبار الانتخابات الرئاسية 2014:

تغطية مكثفة  متوسطة  ضعيفة

12\_ ما تقييمك لأداء قناة النهار خلال فترة الانتخابات الرئاسية الجزائرية 2014؟

جيدة  جيدة إلى حد  لا

13\_ هل ترى أن قناة النهار عملت على إطلاع الجمهور بكل القضايا المطروحة أثناء الحملة الانتخابية 2014؟

نعم  الى حد ما  لا

14\_ في رأيك من يقوم بتحديد القضايا التي تعرضها قناة النهار محل النقاش أثناء الحملة الانتخابية ؟

السلطة

رئيس تحريرها

الجمهور

جهة أخرى (تذكر) .....

15\_ في رأيك هل كانت قناة النهار تقوم بدور المحاييد أثناء عرضها للبرامج الانتخابية الخاصة بالمرشحين اثناء الحملة؟

نعم  الى حد ما  لا

16\_ هل كانت قناة النهار تراعى ترتيب الأخبار وفق أولوية وأهمية الموضوع أثناء الحملة الانتخابية؟

نعم  أحيانا  لا

17\_ هل استعملت قناة النهار للأساليب الإقناع أثناء تغطيتها للحملة الانتخابية؟

نعم  لا

18\_ إذا كانت إجابتك بنعم:

19\_ ما نوع الأساليب الإقناع التي استخدمتها قناة النهار لتوجيه المشاهدين للتصويت لمرشح معين؟

(x)	نوع اساليب الاقناع
	أساليب إقناع عقلية مثل: الاستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعية تقديم الأرقام والإحصاءات بناء النتائج على مقدمات التكرار بالتنوع
	أساليب إقناع عاطفية مثل: الشعارات والرموز الأساليب اللغوية الاستشهاد بالمصادر الاحتياجات النفسية والاجتماعية
	أساليب اقناع حسية مثل : استعمال أسلوب الترهيب والتخويف من خلال مواضيع معينة .

20\_ في رأيك ما مدى تغطية قناة النهار الإخبارية للمرشحين في الحملة الانتخابية 2014؟

علي فوزي ربايعين

لويذة حنون

عبد العزيز بلعيد

عبد العزيز بوتفليقة

موسى تواتي

علي بن فليس

نيابة العمادة لما بعد التدرج و البحث العلمي و العلاقات الخارجية  
Vice-Décanat de la Post-Graduation, de la Recherche Scientifique et des Relations Extérieures

مستغانم في: 2015/12/02

الرقم: ك.ع.إ.م.ن.م.ب.ت/29/2015

إلى السيد  
مدير قناة النهار الاخبارية

يشرفني أن أطلب من سيادتكم المحترمة السماح للطالبة عبو فوزية القيام بتربص لمدة يومين على مستوى مصالحكم و ذلك في إطار إعداد رسالة الدكتوراه. سلمت هذه الوثيقة لإستعمالها في حدود ما يسمح به القانون.

نائب العميد

نائب العميد المكلف بما بعد التدرج  
التدرج و البحث العلمي  
و العلاقات الخارجية  
أ. طالب توفيق



# قائمة المصادر والمراجع

## قائمة المصادر والمراجع

أولاً: باللغة العربية.

القرآن الكريم

المؤلفات:

- 01\_ ابن منظور جمال الدين: "لسان العرب"، المجلد الحادي عشر، دار بيروت للطباعة والنشر، بيروت، 1956.
- 02\_ إسماعيل محمود حسن: "الاتصال ونماذجه"، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2003.
- 03\_ إمام إبراهيم: "الإعلام والاتصال بالجماهير"، ط 2، مكتبة الأنجوا المصرية، القاهرة، 1975.
- 04\_ البشر محمد بن سعود: "مقدمة في الاتصال السياسي"، مكتبة العبيكان، الرياض، 1997.
- 05\_ الجويلي الطيب: "البث الإذاعي عن طريق الأقمار الصناعية والإعلام العربي"، دار المسيرة، لبنان، 1991.
- 06\_ الجيلالي عباسة: "سلطة الصحافة في الجزائر: الحرية، الرقابة والتعقيم"، مؤسسة الجزائر كتاب للطباعة والنشر والتسويق، الجزائر، 2002.
- 07\_ الرازي محمد عبد القادر: "مختار الصباح"، دار النهضة، القاهرة، 1987.
- 08\_ الحسنات فاروق خالد: "الإعلام والتنمية المعاصرة"، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.
- 09\_ الخطابية صايل زكي: "مدخل إلى علم السياسة"، دار وائل للنشر، الأردن، 2010.
- 10\_ الدناني عبد المالك: "البث الفضائي العربي وتحديات العولمة الإعلامية"، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، مصر، 2006.
- 11\_ الرياشي سليمان وآخرون: "الأزمة الجزائرية: الخلفيات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية"، ط 2، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت.
- 12\_ السمالوطي نبيل: "بناء القوة والتنمية السياسية"، في كتاب احمد وهبان: التخلف السياسي وغايات التنمية السياسية، دار الجامعة الجديدة للنشر، القاهرة، 2000.
- 13\_ السويدي محمد: "علم الاجتماع السياسي \_ ميدانه وقضاياها"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1998.

- 14\_ الشال انشراح: " بث وافد على شاشات التلفزيون"، دار الفكر العربي، القاهرة.
- 15\_ الشريف سامي: " الفضائيات العربية... رؤية نقدية"، دار النهضة العربية، القاهرة، 2004.
- 16\_ الشيباني الصديق محمد: " أزمة الديمقراطية الغربية المعاصرة: دراسة تحليلية"، ط 2، مركز دراسات وأبحاث الكتاب الأخضر، طرابلس، 1990.
- 17\_ الصيداوي رياض وآخرون: " الأزمة الجزائرية الخلفيات السياسية والاجتماعية والاقتصادية والثقافية"، مركز دراسات الوحدة العربية، دت، لبنان.
- 18\_ الطاهر الأسود شعبان: " علم الاجتماع السياسي"، الدار المصرية للطباعة والنشر، 1999.
- 19\_ القاضي دلال، البياتي محمود: "منهجية وأساليب البحث العلمي وتحليل البيانات باستخدام البرنامج الإحصائي spss"، دار الحامد للنشر والتوزيع، 2008.
- 20\_ القصبي عبد الغفار رشاد: "مناهج البحث في علوم السياسة"، مكتبة الآداب، القاهرة، 2004.
- 21\_ القصبي عبد الغفار رشاد: "الاتصال السياسي والتحول الديمقراطي"، مكتبة الآداب، مصر، 2007.
- 22\_ الكتيبي ابتسام وآخرون: " الديمقراطية والتنمية الديمقراطية في الوطن العربي"، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2004.
- 23\_ الكواري علي الخليفة وآخرون: " الخليج العربي والديمقراطية نحو رؤية مستقبلية لتغيير المساعي الديمقراطية"، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2002.
- 24\_ الهاشمي مجد: "الإعلام الدبلوماسي والسياسي"، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.
- 25\_ الهيبي هيثم: "الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات"، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.
- 26\_ بدر احمد: «مناهج البحث في الاتصال والرأي العام والإعلام المرئي»، دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، دت.
- 27\_ بدر أحمد: "الرأي العام طبيعته وتكوينه وقياسه ودوره في السياسة العامة"، دار قباء، القاهرة، 1998.
- 28\_ برو فيليب: "علم الاجتماع السياسي"، تر: محمد حرب صاصيلا، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 1998.
- 29\_ بسيوني حمادة: "وسائل الإعلام والسياسة"، دار النهضة للشرق، القاهرة، 1997.

- 30\_ بن صغير زكريا: "الحملة الانتخابية مفهومها وسائلها وأساليبها"، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2004.
- 31\_ بن مرسللي أحمد: "مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والإيصال"، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2007.
- 32\_ بن مرسللي احمد: "مناهج البحث العلمي، في بحوث الإعلام والاتصال"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2000.
- 33\_ تماريوسف: "الاتصال السياسي: الثقافة السياسية بين وسائل الإعلام والجمهور"، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2012.
- 34\_ جبارة عطية جبارة: "علم اجتماع الإعلام"، دار الوفاء للطباعة والنشر، 2001.
- 35\_ حجاب محمد منير: "أساسيات البحوث الإعلامية والاجتماعية"، المجلد 2، دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2002.
- 36\_ حجاب محمد منير: "إدارة الحملات الانتخابية"، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.
- 37\_ حسين تغريد فاضل: "الحملات الإعلامية في الصحافة العراقية"، رسالة ماجستير مقدمة إلى كلية الإعلام، جامعة بغداد، 2006.
- 38\_ حسين سمير محمد: "الإعلام والاتصال بالجمهور والرأي العام"، عالم الكتب، القاهرة، 1984.
- 39\_ حمدان المصالحه محمد: "الاتصال السياسي مقرب نظري تطبيقي"، ط 2، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2002.
- 40\_ خرج عبد الفتاح الأميرة سماح وآخرون: "الإعلام وتشكيل الرأي العام وصناعة القيم"، سلسلة كتب المستقبل العربي (79)، بيروت، 2013.
- 41\_ خورشيد مراد كامل: "مدخل إلى الرأي العام"، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2011.
- 42\_ رشوان حسين عبد الحميد احمد: "الديمقراطية والحرية وحقوق الإنسان"، المكتب الجامعي الحديث، 2006.
- 43\_ ريتشارد بون وآخرون: "تحليل مضمون الإعلام، المنهج والتطبيقات العربية"، تر: ناجي الجواهر، آربد، 1992.
- 44\_ سلاطنية بلقاسم، الجيلالي حسان: "منهجية العلوم الاجتماعية"، دار الهدى للطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2004.

- 45\_سميسم حميدة: "نظرية الرأي العام"، الدار الثقافية للنشر، القاهرة، 2005.
- 46\_سيد حسين فاروق: "ساتلايت الإرسال والاستقبال التلفزيون يعبر الأقمار الصناعية"، دار الرتب الجامعية، بيروت، 1995.
- 47\_شدوان علي شيبه: "الإعلان المدخل والنظرية"، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2005.
- 48\_شرف عبد العزيز: "وسائل الإعلام والاتصال الاقناعي"، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 2003.
- 49\_شطاح محمد: "الإعلام التلفزيوني - نشرات الأخبار- المحتوى والجمهور"، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2007..
- 50\_شمو على محمد: "تكنولوجيا الفضاء والاتصالات"، مكتبة الإشعاع، الإسكندرية، 2002.
- 51\_عبد الحميد محمد: "نظريات الإعلام واتجاهات التأثير"، عالم الكتب للنشر، القاهرة، 1997.
- 52\_عبد الحميد محمد: "تحليل المحتوى في بحوث الإعلام"، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1979.
- 53\_عبد الجبار حسين: "اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر"، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.
- 54\_عبد ربه صابر: "الاتجاهات النظرية في تفسير الوعي السياسي"، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية، 2002.
- 55\_عبد الغفار عادل: "الإعلام والمشاركة السياسية للمرأة (رؤية تحليلية استشرافية)"، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2009.
- 56\_عبد اللطيف محمد: "إجراءات القضاء الدستوري"، دار النهضة العربية، القاهرة، 1989.
- 57\_عبد الملك احمد: "قضايا إعلامية"، دار مجدلاوي للنشر، عمان، 1999.
- 58\_عبد النبي سليم: "الإعلام التلفزيوني"، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2010.
- 59\_عبد الهادي نبيل احمد: "منهجية البحث في العلوم الإنسانية"، الأهلية للنشر والتوزيع، الأردن، 2006.
- 60\_عبد الوهاب طارق محمد: "سيكولوجية المشاركة السياسية"، دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة، 1999.

- 61\_علم الدين محمود وتيمور عبد الحسيب محمود: "أساسيات تكنولوجيا المعلومات والاتصال والتوثيق والإعلام"، دن، القاهرة، 2003.
- 62\_عواد فاطمة حسين: "الإعلام الفضائي"، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.
- 63\_عيسى عبد العزيز إبراهيم، محمد جاب الله عمارة: "السياسة بين النمذجة والمحاكاة"، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2004.
- 64\_عيسى محمود طلعت: "التحليل الإحصائي وتطبيقه في البحوث الاجتماعية"، ط 2، القاهرة، 1985.
- 65\_غيث محمد عاطف: "مجالات علم الاجتماع المعاصر: أسس نظرية ودراسات واقعية"، دار النشر للمعرفة، الإسكندرية، 1982.
- 66\_فؤاد عاطف احمد: "علم الاجتماع السياسي"، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1995.
- 67\_فياض محمد احمد: "الإعلام الفضائي الدولي والعربي: النشأة التطورية وصناعة الأخبار"، دار الخليج، عمان، 2005.
- 68\_لعشب محفوظ: "التجربة الدستورية في الجزائر"، المطبعة الحديثة للفنون المطبعية، الجزائر، IMAG، 2001.
- 69\_محمد عبد الباسط: "أصول البحث الاجتماعي"، ط 11، مكتبة وهبة، القاهرة، 1990.
- 70\_مشاقبة بسام: "مناهج البحث الإعلامي"، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
- 71\_مكي ثروت: "الإعلام والسياسة وسائل الاتصال والمشاركة السياسية"، عالم الكتب، القاهرة، 2005.
- 72\_مهنا محمد نصر: "في تنظير الإعلام- الفضائيات العربية -العولمة الإعلامية-المعلوماتية"، مؤسسة شباب الجامعة، الإسكندرية، 2009.
- 73\_ميرييه فرانك: "الفضاء العربي"، تر: فريدريك معتوق، دار دقمس، دمشق، 2003.
- 74\_ناجي عبد النور: "مدخل إلى علم السياسة"، دار العلوم للنشر والتوزيع، عنابة، 2007.
- 75\_نصر عبد المعز: "في النظريات والنظم السياسية"، دار النهضة العربية، بيروت، 1981.
- 76\_وهبان أحمد: "التخلف السياسي وغايات التنمية السياسية"، جامعة الإسكندرية، الدار الجامعية، 2003.
- 77\_يونس رابع: "الجزائر في دوامة الصراع بين العسكريين والسياسيين"، دار المعرفة، الجزائر، 2000.

## القواميس و الموسوعات:

- 01\_الخياط صلاح:" معجم المصطلحات الدبلوماسية والإتيكيت الدبلوماسي"، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.
- 02\_الكيالي عبد الوهاب:" الموسوعة السياسية"، المؤسسة العربية للدراسات، لبنان، 1997.
- 03\_حجاب محمد منير:" الموسوعة الإعلامية"، دار الفجر للنشر والتوزيع، المجلد الأول، القاهرة، 2003.
- 04\_زيتون وضاح:" المعجم السياسي"، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، عمان، 2006
- 05\_عليوة السيد وحمود منى:" المشاركة السياسية"، موسوعة الشباب السياسية، مركز الدراسات السياسية والإستراتيجية بمؤسسة الأهرام، القاهرة، 2000.
- 06\_مصطفى إبراهيم وآخرون:" المعجم الوسيط"، الجزء الأول، (باب الحاء)، مطبعة مصر، القاهرة، 1960.
- 07\_موسوعة العلوم السياسية، الجزء الأول، مطابع دار الوطن، الكويت، ب ت.

## المقالات و الدراسات:

- 01\_التقرير الاستراتيجي العربي (2004\_2005)، مركز الأهرام للدراسات السياسية والإستراتيجية، 2005.
- 02\_التليبي حسان:" إعلامنا المعتدل"، المنشورات الجامعية والعلمية"، منشورات Publication باريس، 1984.
- 03\_الزرن جمال:" من العزل إلى الانقلاب إلى التداول: المحددات السوسيوثقافية للاتصال السياسي في العالم العربي"، اشغال ملتقى الاتصال السياسي في العالم العربي وإفريقيا المقاربات وآليات الممارسة، معهد الصحافة وعلوم الأخبار ومؤسسة كونراد أديناور، تونس، 2014.
- 04\_المحمد صخر:" أزمة المشاركة السياسية في البلدان النامية الجزائر أنموذج"، كلية العلوم السياسية، جامعة دمشق، 2010\_2001.
- 05\_بوحزام نوال، نعيي مليكة"القنوات الفضائية الخاصة ودورها في تشكيل المجال العمومي"، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الوادي، العدد السادس، افريل 2014.
- 06\_المنوفي كمال:" الثقافة السياسية وأزمة الديمقراطية في الوطن العربي"، المستقبل العربي، العدد 80، 1985.
- 07\_بالحاج صالح:" النظام السياسي الجزائري والعولمة السياسية تحول أم تكيف"، مداخلة مقدمة في إطار فعاليات الملتقى العلمي الوطني ( مستقبل الدولة الوطنية في عصر العولمة ومجتمع المعلومات)، 6/5 ماي 2009، كلية الحقوق والعلوم الاقتصادية، قسم العلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة.

- 08\_بلعور مصطفى:" الانتخابات الرئاسية والتشريعية في الجزائر 1999\_2007: استمرارية أم حل لأزمة"، مجلة دفاتر السياسة والقانون، عدد خاص افريل 2011.
- 09\_بينيبي احمد:" الإشراف القضائي على الانتخابات النيابية في ظل الإصلاحات السياسية في الجزائر"، مجلة دفاتر السياسة والقانون، العدد الثامن، جانفي 2013.
- 10\_بهي محمد:" الفضاء الخارجي واستخداماته السلمية"، عالم المعرفة، العدد 214، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، الكويت، 1996
- 11\_بوجمعة رضوان:" الإعلام في الجزائر التجاذب بين المهنة والتشريع"، مركز دراسات حقوق الإنسان، العدد 44، 2007.
- 12\_بوحماله عبد الإله:" الحملة الانتخابية: فعل ديمقراطي بأدوات تواصلية"، مجلة الحوار المتمدن، العدد 1769، 19\_12\_2009.
- 13\_بوعلي نصير:" الصحافة والحملة الانتخابية 2004 بالجزائر، دراسة تحليلية على صحيفتي الخبر والشروق اليومي"، دراسة، جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، قسنطينة، 2004.
- 14\_بودهان يامين:" الممارسة الديمقراطية والعلاقة بين الحكم الراشد والتنمية"، مجلة دفاتر السياسة والقانون، عدد خاص ابريل 2011.
- 15\_جمال الدين هبة:" أولويات الإعلام وعملية تشكيل الرأي العام"، المجلة الاجتماعية القومية، المجلد الثلاثون، العدد الثاني والثلاثون، مصر، سبتمبر 1993.
- 16\_حسين احمد فاضل:" التنظيم القانوني للدعاية الانتخابية"، مجلة الباحث الإعلامي، العدد 10\_09، جوان\_جويلية 2010.
- 17\_حسن محمد احمد إسماعيل:" القمر الصناعي العربي ودوره في تطوير الخدمة الإخبارية للقنوات الفضائية التلفزيونية السودانية"، مجلة العلوم الإنسانية والاقتصادية، جامعة السودان، 13 نوفمبر 2012.
- 18\_درهم رفيق وآخرون:" لمحة عن الصورة والتصوير الفوتوغرافي"، مجلة متابعات إعلامية، العدد 64، اليمن، 1999.
- 19\_سعد عبدو، وآخرون:" النظم الانتخابية، دراسة مقارنة حول العلاقة بين النظام السياسي والنظام الانتخابي"، منشورات الحلبي الحقوقية، بيروت، 2005.
- 20\_عارف دليلة:" هل هناك عزوف عن السياسة في الوطن العربي؟"، مجلة مقاربات، دارنرمين للطباعة والنشر، السويد، العدد 14 و 15، بت.
- 21\_عبد العالي عبد القادر:" الإصلاحات السياسية ونتائجها المحتملة بعد الانتخابات التشريعية في الجزائر"، المركز العربي للأبحاث ودراسة السياسات، الدوحة، قطر، 2012.
- 22\_عبد النور ناجي:" النظام السياسي الجزائري من الأحادية إلى التعددية الحزبية"، منشورات جامعة 8 ماي 1945، قالمة .

- 23\_ عبد النور ناجي: " أزمة المشاركة السياسية في الجزائر: دراسة تحليلية للانتخابات التشريعية 2007"، دراسة غير منشورة، جامعة باجي مختار، عنابة، 2008.
- 24\_ عبو فوزية: " دور مواقع التواصل الاجتماعي في الحملات الانتخابية بالجزائر"، مجلة الباحث في العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الشهيد حمة لخضر بالوادي، العدد 4، ديسمبر 2014.
- 25\_ عنصر العياشي: " التجربة الديمقراطية في الجزائر للعبة والرهانات"، دراسة، جامعة عنابة، الجزائر، 1996.
- 26\_ قييرة إسماعيل وآخرون: " مستقبل الديمقراطية في الجزائر"، مركز دراسات الوحدة العربية، دت، لبنان .
- 27\_ قوي بوحنية: " الانتخابات الرئاسية في الجزائر: العهدة الرابعة لبوتفليقة وتحديات المشهد"، مركز الجزيرة للدراسات، 13 ماي 2014.
- 28\_ معوض جلال عبد الله: " أزمة المشاركة السياسية في الوطن العربي"، في: علم الدين هلال وآخرون، الديمقراطية وحقوق الإنسان في الوطن العربي، سلسلة كتب المستقبل العربي، العدد 4، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، تشرين الأول، 1983.
- 29\_ ملحم حسن: " التحليل الاجتماعي للسلطة"، منشورات دحلب، الجزائر، 1993.
- 30\_ والي خميس حزام: " إشكالية الشرعية في الأنظمة السياسية العربية: تجربة الجزائر"، مركز الدراسات العربية، بيروت، 2001.
- الرسائل الجامعية:
- 01\_ إسماعيل يوسف حنان محمد: " دور المادة الإخبارية التلفزيونية في تدعيم مفهوم المشاركة السياسية لدى شباب القاهرة الكبرى"، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 1996.
- 02\_ الرسمه حمد مبارك: " التأثير الدلالي للكلمة والصورة في الخبر الإعلامي، دراسة نظرية في الإعلام الكويتي"، مذكرة ماجستير، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2012/2013.
- 03\_ بومعيزة السعيد: " اثر وسائل الإعلام على القيم والسلوكيات لدى الشباب"، رسالة دكتوراه غير منشورة، قسم الإعلام، جامعة الجزائر، 2005.
- 04\_ تمار يوسف: " نظريته Agenda setting دراسة نقدية على ضوء الحقائق الاجتماعية والثقافية والإعلامية في المجتمع الجزائري"، أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2004/2005.
- 05\_ جربوعة عادل: " الحملة الانتخابية لرئاسيات 2004 في التلفزيون الجزائري، دراسة وصفية تحليلية لنشرة الثامنة مساء"، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة قسنطينة، 2006/2007.

06\_رابحي سليمة: "الأحزاب السياسية وعملية الاتصال السياسي في الجزائر"، دراسة وصفية مقارنة لدور حزب جبهة التحرير الوطني وحزب العمال"، مذكرة ماجستير غير منشورة، معهد علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2008.

07\_رزاق لحسن: "الحملة الانتخابية 2009 من خلال الصحافة الجزائرية الخاصة، دراسة في تحليل مضمون صحيفتي الخبر والشروق اليومي"، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة قسنطينة، 2010/2009.

08\_عامر صبع: "دور المشاركة السياسية في ترقية الحكم الصالح (انتخابات 1999\_2004)", رسالة ماجستير غير منشورة، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2007\_2008.

09\_فضلون أمال: "استخدام الأحزاب السياسية للصحافة في التأثير على الرأي العام"، مذكرة ماجستير غير منشورة، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة باجي مختار\_عنابة.

10\_قزادري حياة: "دور الثقافة السياسية في الممارسة الإعلامية في الجزائر"، مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم علوم الإعلام والاتصال، 2001.

11\_شطاح محمد: "النشرة الإخبارية المقدمة في التلفزيون الجزائري دراسة تحليلية وميدانية"، أطروحة دكتوراه، كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر، 2003/2004.

12\_يعي الرصاص حمد رشاد: "النظام الانتخابي في الجمهورية اليمنية: دراسة مقارنة"، أطروحة دكتوراه، جامعة عين شمس، القاهرة، 1995.

الوثائق و المستندات:

1\_الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، قانون الإعلام 12/05 المؤرخ في 26 يناير 2012.

2\_دستور 1989 الجريدة الرسمية ، مارس 1989.

3\_الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، قانون الانتخابات.

الصحف:

1\_جريدة الخبر، طبعة نظام السلطة الجزائرية، العدد 1582، 15\10\2014.

2\_جريدة الخبر، الانتخابات في الجزائر، العدد 5609، 17\_04\_2009.

3\_جريدة الشروق، المعارضة وخيار الانتحار، العدد 2585، 15.01.2009.

4\_جريدة الخبر، السلطة تضع أدوات الخنق، العدد 5893، يوم 21 جانفي 2010.

5\_مجلة الجيش، الجزائر، العدد 427، شهر فيفري 1999.

6\_جريدة الخبر، العدد 2530، 13\_04\_1999.

7\_جريدة الوطن الكويتية، كلمة التحرير، المجلس الوطني للثقافة والفنون والآداب، العدد 85، جانفي 2008، الكويت.

### ثانيا: باللغة الأجنبية

01-Bernard Miége ,La société conquise par l'information, PUG, Grenoble, 1989.

02-Denis Mcquail, Communication: Aspects of Modern Society,2nd ,Edition London ,New York :longman,1982.

03-Dimitri George Lavroff, Le droit constitutionnel de la république ,3émeédition, Dalloz, paris, 1999.

04-Dominique Wolton ,Penser La Communication ,Flammanion ,paris.

05 -Frederic c, Turner :L'opinion publique e le comportement électoral, Revue internationale des sciences sociales, n°146, Unesco /paris, décembre 1995.

06-Jean marie, cotteret, gouverner c'est praître, 3 emeéd. , PUF, paris, 2002.

07-Jean Pierre paul, Economie De La Communication, Ed- Dahleb, Que sais-je !, 1995.

08-Françoise Cordier, les représentations cognitives privilégiées, Lille universitaire de Lille, 1993.

09-Henriette Black, Grand dictionnaire de psychologie, paris ;larousse ; 1994.

10 -Le petite Robert, paris, PUF, 1994.

11-Marlène Colomb gully: les information télévisées ;Edit/P.U.F; collection que sais-je?paris, 1995.

12-Ole H ; Content analysis for social scince and Humanities research ,addition, 1969.

13-Oliver, Ihl, le vote, 2éme éd, montres chestien, paris, 2000.

14-Price Monroe, democratizing the media :democratizing the statet (london) routhedgerandall -Nickyed, 1998 .

15-WilburSchramm and Donald, F ,Roberts ,The Process and Effects of mass Communication ,Revisededition, (Urbana: University of Illinois press),1978.

16-WilburSchramm, (ed), The process and Effects of mass communication, (Urbana: University of Illinois press), 1961.

مواقع الانترنت.

01\_يعي أبوزكريا: "الجزائر من احمد بن بلة وإلى عبد العزيز بوتفليقة"، جوان 2003.

[www.nashiri.net](http://www.nashiri.net)


02\_مصطفى الصوفي، الجماعات المحلية والتنمية السياسية:

[www.safipness.com /imdexphp ?suit et ort 96](http://www.safipness.com/imdexphp?suit%20et%20ort%2096)

03\_احمد بجاج: "القنوات الإعلامية الخاصة ...الدور والمهنية في ظل الأحداث الأخيرة".

<http://www.aswat-elchamal.com/ar/?p=98&a=40634>

04\_ الاعلام و التعبئة السياسية، [http://www.arab-unity.com/default\\_ar.aspx?ID=245](http://www.arab-unity.com/default_ar.aspx?ID=245).



# فهرس المحتويات والجداول

## فهرس المحتويات :

الشكر

الإهداء

..... الملخص باللغة العربية

..... الملخص باللغة الفرنسية

..... الملخص باللغة الانجليزية

..... مقدمة أ

### الفصل الأول: الإطار المنهجي

..... 1\_ الدراسة الاستطلاعية

..... 2\_ موضوع البحث وإشكاليته

..... 1\_2 تساؤلات الدراسة

..... 2\_2 فرضيات الدراسة

..... 3\_ أسباب اختيار الموضوع

..... 4\_ أهمية الموضوع

..... 5\_ أهداف الموضوع

..... 6\_ تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة

..... 7\_ الدراسات السابقة

..... 8\_ الإجراءات المنهجية

..... 1\_8 المدخل النظري للدراسة

..... 2\_8 منهج الدراسة

3\_8 أدوات جمع البيانات.....

## الفصل الثاني: الاعلام و العمل السياسي في الجزائر

1/ البث الفضائي المباشر.....

1/1 البث الفضائي المباشر في اوربا.....

2/1 البث الفضائي المباشر في الوطن العربي.....

3/1 البث الفضائي المباشر في الجزائر.....

4/1 القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر.....

2/ الاعلام السياسي.....

1/2 اثر وسائل الاعلام على الرأي العام.....

2/2 وسائل الاعلام و قدرة التأثير السياسي.....

3/ طبيعة الدولة الجزائرية بعد الاستقلال.....

4/ التحول الديمقراطي و الاعلامي في الجزائر.....

5/ حتمية ثنائية الاعلام و الديمقراطية.....

## الفصل الثالث: المشاركة السياسية و التجربة الانتخابية في الجزائر

1\_ المشاركة السياسية.....

2\_ المشاركة السياسية في الجزائر.....

1\_2 أزمة المشاركة السياسية في الجزائر.....

3\_ المعارضة السياسية في الجزائر بين الغائب و المغيب.....

1\_3\_ المعارضة السياسية في عهد الحزب الواحد 1989م.....

2\_3\_ المعارضة بعد التعددية الحزبية.....

1\_4\_ الانتخابات.....

.....2\_4 الحملة الانتخابية.....

.....3\_4 وسائل الحملة الانتخابية.....

.....5\_ التجربة الانتخابية في الجزائر (الانتخابات الرئاسية).....

.....6\_ دور القنوات الفضائية الخاصة في الانتخابات الرئاسية 2014 في الجزائر.....

.....الفصل الرابع: الدراسة التحليلية.....

.....\_ التحليل الكمي و الكيفي لفئة الموضوع.....

.....\_ التحليل الكمي و الكيفي لفئة الاتجاه.....

.....- التحليل الكمي و الكيفي لفئة المصدر.....

.....\_ التحليل الكمي و الكيفي لفئة ترتيب أولويات القضايا المطروحة.....

.....\_ التحليل الكمي و الكيفي لفئة الصور.....

.....\_ التحليل الكمي و الكيفي لفئة أساليب الإقناع.....

.....-استنتاجات عامة.....

.....الفصل الخامس: الدراسة الميدانية

.....\_ السمات العامة للمبحوثين.....

.....\_ عادات و أنماط مشاهدة المبحوثين لقناة النهار.....

.....\_ اتجاهات المبحوثين حول معالجة قناة النهار لحدث الحملة الانتخابية 2014.....

.....\_ نتائج الدراسة.....

.....خاتمة.....

.....قائمة المراجع و المصادر.....

.....الملاحق

.....فهرس المحتويات

فهرس الجداول:

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصف حة
01	يمثل المواضيع المطروحة في فئة الموضوع	
02	المواضيع الفرعية بالنسبة لموضوع الانتخاب وحق التصويت.	
03	يمثل المواضيع الفرعية بالنسبة لفئة موضوع الحملة الإعلامية.	
04	يمثل المواضيع الفرعية بالنسبة لفئة موضوع المعارضين للعهدفة الرابعة.	
05	يمثل المواضيع الفرعية بالنسبة لفئة موضوع المؤيدون للعهدفة الرابعة.	
06	يمثل المواضيع الفرعية بالنسبة لفئة موضوع قضايا الأمن والاستقرار.	
07	يمثل المواضيع الفرعية بالنسبة لفئة موضوع العلاقات الدولية.	
08	يمثل المواضيع الفرعية بالنسبة لفئة موضوع المطالب الاجتماعية.	
09	يمثل المواضيع الرئيسية المطروحة في فئة الموضوع.	
10	يمثل عناصر فئة الاتجاه حسب المواضيع الفرعية المطروحة	
11	يمثل عناصر فئة الاتجاه حسب موضوع الانتخاب وحق التصويت.	
12	يمثل عناصر فئة الاتجاه حسب موضوع الحملة الإعلامية.	
13	يمثل عناصر فئة الاتجاه حسب موضوع المعارضون للعهدفة الرابعة.	
14	يمثل عناصر فئة الاتجاه حسب موضوع المؤيدون للعهدفة الرابعة.	
15	يمثل عناصر فئة الاتجاه حسب موضوع قضايا الأمن والاستقرار	
16	يمثل عناصر فئة الاتجاه حسب موضوع العلاقات الدولية.	
17	يمثل عناصر فئة الاتجاه حسب موضوع المطالب الاجتماعية.	

18	يمثل عناصر فئة الاتجاه حسب المواضيع الرئيسية المطروحة.
19	يمثل فئة المصدر.
20	يمثل فئة أولويات المواضيع المطروحة.
21	يمثل ترتيب المواضيع المطروحة أثناء الحملة الانتخابية.
22	يمثل عناصر فئة الصور حسب المواضيع الفرعية.
23	يمثل المواضيع الفرعية بالنسبة لفئة الصور الثابتة.
24	يمثل المواضيع الفرعية بالنسبة لفئة الصور المتحركة (فيديو).
25	يمثل المواضيع الرئيسية المطروحة في فئة الصور.
26	يمثل المواضيع المطروحة في فئة أساليب الإقناع.
27	يمثل المواضيع الفرعية المطروحة حسب فئة موضوع أساليب العقلية
28	يمثل المواضيع الفرعية للمواضيع حسب فئة موضوع أساليب العاطفية.
29	يمثل المواضيع الفرعية المطروحة حسب فئة الأساليب الحسية
30	يمثل فئة المواضيع الفرعية بالنسبة لفئة أساليب الإقناع
01	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس.
02	يمثل توزيع أفراد العينة حسب السن.
03	يمثل توزيع العينة حسب المؤهل العلمي.
04	يمثل توزيع أفراد العينة حسب التخصص.
05	يمثل مدى مشاهدة أفراد العينة لقناة النهار الإخبارية.
06	يمثل مدى مشاهدة قناة النهار الإخبارية حسب الجنس.

07	يمثل مدة مشاهدة أفراد العينة لقناة النهار الإخبارية في اليوم.
08	يمثل مدة مشاهدة أفراد العينة لقناة النهار الإخبارية حسب الجنس.
09	مدة مشاهدة أفراد العينة لقناة النهار الإخبارية في اليوم حسب الجنس والتخصص.
10	يمثل الفترة التي يفضل فيها أفراد العينة مشاهدة قناة النهار الإخبارية.
11	يمثل الفترة التي يفضل فيها أفراد العينة مشاهدة قناة النهار الإخبارية حسب الجنس.
12	يمثل أسباب مشاهدة أفراد العينة لقناة النهار الإخبارية.
13	يمثل أسباب مشاهدة أفراد العينة لقناة النهار الإخبارية حسب النوع.
14	يمثل أسباب مشاهدة قناة النهار الإخبارية حسب التخصص.
15	يمثل طبيعة المواضيع التي يفضلها أفراد العينة في قناة النهار الإخبارية.
16	يمثل طبيعة المواضيع التي يفضلها أفراد العينة في قناة النهار الإخبارية حسب الجنس والتخصص
17	يمثل طبيعة المواضيع التي يفضلها أفراد العينة في قناة النهار الإخبارية حسب السن.
18	يمثل طبيعة المواضيع التي يفضلها أفراد العينة في قناة النهار الإخبارية حسب المؤهل العلمي.
19	يمثل متابعة أفراد العينة للحملة الانتخابية 2014 من خلال قناة النهار الإخبارية.
20	يمثل مدى متابعة الحملة الانتخابية من خلال قناة النهار الإخبارية حسب التخصص.
21	يمثل مدى متابعة الانتخابات الرئاسية حسب المؤهل العلمي.
22	يمثل تقييم أفراد العينة لمدى تغطية قناة النهار لحملة الانتخابية 2014.
23	يمثل مستوى تغطية قناة النهار للحملة الانتخابية 2014 حسب الجنس.
24	يمثل تقييم الطلبة لتغطية قناة النهار للحملة الانتخابية 2014 حسب التخصص.
25	يمثل تقييم أفراد العينة لتغطية قناة النهار للحملة الانتخابية 2014.

26	يمثل تقييم الطلبة لأداء قناة النهار أثناء الحملة الانتخابية حسب الجنس والتخصص.
27	يمثل تقييم أفراد العينة لتغطية قناة النهار حسب المؤهل العلمي.
28	يمثل مدى إطلاع قناة النهار بالقضايا المطروحة أثناء الانتخابات الرئاسية 2014.
29	يمثل مدى إطلاع قناة النهار على القضايا المطروحة أثناء الانتخابات حسب لجنس والتخصص
30	يمثل من المسؤول على تحديد القضايا التي تعرضها القناة أثناء الحملة الانتخابية 2014.
31	يمثل من المسؤول على تحديد القضايا المطروحة التي تعرضها القناة حسب الجنس والمؤهل العلمي.
32	يمثل من المسؤول عن تحديد القضايا التي تعرضها القناة أثناء الحملة الانتخابية حسب التخصص
33	يمثل مدى التزام قناة النهار بالحياد أثناء عرضها للبرامج الانتخابية خاصة بالمرشحين.
34	يمثل مدى التزام قناة النهار بالحياد أثناء عرضها للبرامج الانتخابية خاصة بالمرشحين حسب الجنس
35	يمثل مدى قيام قناة النهار بدور المحاييد أثناء عرضها للبرامج الانتخابية حسب التخصص والمؤهل العلمي
36	يمثل مراعاة قناة النهار لترتيب الأولويات وأهمية المواضيع التي طرحتها أثناء الحملة الانتخابية 2014.
37	يمثل مراعاة قناة النهار لترتيب الأولويات وأهمية المواضيع التي طرحتها أثناء الحملة الانتخابية حسب الجنس
38	يمثل مراعاة قناة النهار لترتيب الأولويات وأهمية المواضيع التي طرحتها أثناء الحملة الانتخابية حسب التخصص
39	يمثل استعمال قناة النهار للأساليب الإقناع أثناء تغطيتها للحملة الانتخابية حسب الجنس.
40	يمثل استعمال لقناة النهار للأساليب الإقناع (الاستمالات) أثناء تغطيتها للانتخابات الرئاسية

حسب التخصص	
يمثل نوع الأساليب التي استعملتها قناة النهار أثناء تغطيتها للانتخابات الرئاسية 2014.	41
يمثل نوع أساليب الإقناع (الاستمالات) التي استعملتها قناة النهار أثناء الحملة الانتخابية 2014 حسب التخصص	42
يمثل نوع الأساليب المستعملة في الحملة الانتخابية حسب المؤهل العلمي	43
يمثل مدى تغطية قناة النهار لبرامج المرشحين أثناء الحملة الانتخابية .	44
يمثل مدى تغطية قناة النهار لبرامج المرشحين أثناء الحملة الانتخابية الجنس	45
يمثل مدى تغطية قناة النهار لبرامج المرشحين أثناء الحملة الانتخابية التخصص	46

فهرس الأشكال :

رقم الشكل	عنوان الشكل	الصفحة
01	يمثل المواضيع المطروحة في فئة الموضوع.	
02	يمثل المواضيع الفرعية لموضوع الانتخاب وحق التصويت.	
03	يمثل المواضيع الفرعية بالنسبة لفئة موضوع الحملة الإعلامية.	
04	يمثل المواضيع الفرعية لفئة المعارضون للعهدفة الرابعة	
05	يمثل المواضيع الفرعية لفئة المؤيدون للعهدفة الرابعة.	
06	يمثل المواضيع الفرعية بالنسبة لفئة موضوع قضايا الأمن والاستقرار.	
07	يمثل المواضيع الفرعية بالنسبة لفئة موضوع العلاقات الدولية.	
08	يمثل المواضيع الفرعية بالنسبة لفئة موضوع المطالب الاجتماعية.	
09	يمثل المواضيع الرئيسية المطروحة في فئة الموضوع.	
10	يمثل عناصر فئة الاتجاه حسب موضوع الانتخاب وحق التصويت.	
11	يمثل عناصر فئة الاتجاه حسب موضوع الحملة الإعلامية.	
12	يمثل عناصر فئة الاتجاه حسب موضوع المعارضون للعهدفة الرابعة.	
13	يمثل عناصر فئة الاتجاه حسب موضوع المؤيدون للعهدفة الرابعة.	
14	يمثل عناصر فئة الاتجاه حسب موضوع قضايا الأمن والاستقرار.	
15	يمثل عناصر فئة الاتجاه حسب موضوع العلاقات الدولية.	
16	يمثل عناصر فئة الاتجاه حسب موضوع المطالب الاجتماعية.	

17	يمثل عناصر فئة الاتجاه حسب المواضيع الرئيسية المطروحة.
18	يمثل فئة المصدر.
19	يمثل ترتيب المواضيع المطروحة أثناء الحملة الانتخابية.
20	يمثل فئة أولويات المواضيع المطروحة.
21	يمثل عناصر فئة الصور حسب المواضيع الفرعية.
22	يمثل المواضيع الفرعية بالنسبة لفئة الصور الثابتة.
23	يمثل المواضيع الفرعية بالنسبة لفئة الصور المتحركة ( فيديو).
24	يمثل المواضيع الرئيسية المطروحة في فئة الصور.
25	يمثل المواضيع المطروحة في فئة أساليب الإقناع.
26	يمثل المواضيع الفرعية المطروحة حسب فئة موضوع استمالات العقلية
27	يمثل المواضيع الفرعية للمواضيع حسب فئة موضوع الاستمالات العاطفية.
28	يمثل المواضيع الفرعية المطروحة حسب فئة الاستمالات الحسية
29	يمثل فئة المواضيع الفرعية بالنسبة لفئة أساليب الإقناع (الاستمالات)
01	يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس.
02	يمثل توزيع أفراد العينة حسب السن.
03	يمثل توزيع أفراد العينة حسب المؤهل العلمي.
04	يمثل توزيع عينة البحث حسب التخصص.
05	يمثل مدى مشاهدة أفراد العينة لقناة النهار الإخبارية.
06	يمثل مدى مشاهدة قناة النهار الإخبارية حسب الجنس.

07	يمثل مدة مشاهدة أفراد العينة لقناة النهار الإخبارية.
08	مدة مشاهدة أفراد العينة لقناة النهار الإخبارية حسب الجنس.
09	مدة مشاهدة أفراد العينة لقناة النهار الإخبارية حسب النوع والتخصص.
10	يمثل الفترة التي يفضل فيها المبحوث مشاهدة قناة النهار الإخبارية.
11	يمثل يفضل فيها أفراد العينة مشاهدة قناة النهار الإخبارية حسب النوع.
12	يمثل أسباب مشاهدة أفراد العينة لقناة النهار الإخبارية.
13	يمثل أسباب مشاهدة أفراد العينة لقناة النهار الإخبارية حسب الجنس.
14	يمثل أسباب مشاهدة قناة النهار الإخبارية حسب التخصص.
15	يمثل طبيعة المواضيع التي يفضلها أفراد العينة في قناة النهار الإخبارية.
16	طبيعة المواضيع التي يفضلها أفراد العينة في قناة النهار الإخبارية حسب الجنس و التخصص.
17	طبيعة المواضيع التي يفضلها أفراد العينة في قناة النهار الإخبارية حسب السن
18	يمثل طبيعة المواضيع التي يفضلها أفراد العينة في قناة النهار الإخبارية حسب المؤهل العلمي.
19	يمثل متابعة أفراد العينة للحملة الانتخابية 2014 من خلال قناة النهار الإخبارية.
20	يمثل مدى متابعة الحملة الانتخابية من خلال قناة النهار حسب التخصص.
21	يمثل مدى متابعة الحملة الانتخابية حسب المؤهل العلمي.
22	يمثل تقييم أفراد العينة لمدى تغطية قناة النهار للحملة الانتخابية 2014.
23	يمثل مدى تغطية قناة النهار للحملة الانتخابية 2014 حسب النوع.
24	يمثل مستوى تغطية قناة النهار للحملة الانتخابية 2014 حسب التخصص.
25	يمثل تقييم أفراد العينة لتغطية قناة النهار للحملة الانتخابية 2014.

26	يمثل تقييم الطلبة لأداء قناة النهار أثناء الحملة الانتخابية حسب الجنس والتخصص.
27	يمثل تقييم الطلبة لتغطية قناة النهار حسب المؤهل العلمي.
28	يمثل مدى إطلاع قناة النهار بالقضايا المطروحة أثناء الانتخابات الرئاسية 2014.
29	يمثل مدى إطلاع قناة النهار بالقضايا المطروحة أثناء الانتخابات حسب الجنس والتخصص.
30	يمثل من المسؤول على تحديد القضايا التي تعرضها القناة أثناء الحملة الانتخابية 2014.
31	يمثل من يقوم بتحديد القضايا التي تعرضها القناة أثناء الانتخابات حسب الجنس والمؤهل العلمي.
32	يمثل من المسؤول عن تحديد القضايا التي تعرضها القناة أثناء الحملة الانتخابية حسب التخصص.
33	مدى قيام قناة النهار بدور المحايد أثناء عرضها للبرامج الانتخاب
34	يمثل مدى قيام قناة النهار بدور المحايد أثناء عرضها للبرامج الانتخابية حسب الجنس.
35	يمثل مدى قيام قناة النهار بدور المحايد أثناء عرضها للبرامج الانتخابية حسب التخصص و المؤهل العلمي.
36	يمثل مراعاة قناة النهار لترتيب الأولويات وأهمية المواضيع التي طرحتها أثناء الحملة الانتخابية 2014.
37	يمثل مراعاة قناة النهار لترتيب الأولويات وأهمية المواضيع التي طرحتها أثناء الحملة الانتخابية حسب الجنس.
38	يمثل مراعاة قناة النهار لترتيب الأولويات وأهمية المواضيع التي طرحتها أثناء الحملة الانتخابية حسب التخصص.
39	يمثل استعمال قناة النهار للأساليب الإقناع أثناء تغطيتها للانتخابات الرئاسية حسب الجنس.
40	يمثل استعمال لقناة النهار للأساليب الإقناع أثناء تغطيتها للانتخابات الرئاسية حسب

التخصص.

41 يمثل نوع أساليب الإقناع التي استعملتها قناة النهار أثناء تغطيتها للحملة الانتخابية 2014

42 يمثل نوع أساليب الإقناع التي استعملتها قناة النهار حسب التخصص.

43 يمثل نوع الأساليب المستعملة في الحملة الانتخابية حسب المؤهل العلمي.

44 يمثل مدى تغطية قناة النهار لبرامج المرشحين أثناء الحملة الانتخابية 2014

45 يمثل مدى تغطية قناة النهار لحملة المرشحين حسب الجنس.

46 يمثل مستوى تغطية قناة النهار للمرشحين حسب التخصص.