

جامعة عمار ثليجي بالأغواط
كلية العلوم الإنسانية و العلوم الإسلامية و الحضارة
قسم علوم الإعلام و الاتصال
تخصص: اتصال و علاقات عامة



الموضوع:

الحملة الانتخابية لرئاسيات ديسمبر 2019 عبر القنوات التلفزيونية الخاصة
نموذج برنامج أستوديو الرئاسيات في قناة البلاد تي في

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الدكتورة:

* ذهبية آيت قاسي

إعداد الطالبتين:

* خيرة فنطازي

* سمية العباسي

أمام لجنة المناقشة:

الصفة	الجامعة	الإسم واللقب
رئيسا	جامعة عمار ثليجي بالأغواط	د. فاطنة بن عابد
مشرفا ومقررا	جامعة عمار ثليجي بالأغواط	د. ذهبية آيت قاسي
عضوا مناقشا	جامعة عمار ثليجي بالأغواط	د. عبد القادر بن جدو

السنة الجامعية: 2020 / 2019

جامعة عمار ثليجي بالأغواط
كلية العلوم الإنسانية و العلوم الإسلامية و الحضارة
قسم علوم الإعلام و الاتصال
تخصص: اتصال و علاقات عامة



الموضوع:

الحملة الانتخابية لرئاسيات ديسمبر 2019 عبر القنوات التلفزيونية الخاصة
نموذج برنامج أستوديو الرئاسيات في قناة البلاد تي في

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال
تخصص: اتصال وعلاقات عامة

إشراف الدكتورة:

* ذهبية آيت قاسي

إعداد الطالبتين:

* خيرة فنطازي

* سمية العباسي

أمام لجنة المناقشة:

الصفة	الجامعة	الإسم واللقب
رئيسا	جامعة عمار ثليجي بالأغواط	د. فاطنة بن عابد
مشرفا ومقررا	جامعة عمار ثليجي بالأغواط	د. ذهبية آيت قاسي
عضوا مناقشا	جامعة عمار ثليجي بالأغواط	د. عبد القادر بن جدو

السنة الجامعية: 2019 / 2020

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

١٤٣٨

شكر و تقدير

نتقدم بجزيل الشكر إلى الدكتورة " ذهبية آيت قاسي " لقبولها للإشراف على

مذكرة ماستر، وعلى كل ما قدمته لنا من توجيهات قيمة.

وكذا لا يفوتنا أن نتوجه بالشكر الجزيل إلى أعضاء اللجنة على تكريمهم

بقبول مناقشة هاته المذكرة.

كما يسرنا أن نتقدم بالشكر الجزيل إلى طاقم جامعة عمار ثليجي بالأغواط

و الأخص بالذكر هيئة التدريس بقسم علوم الإعلام والاتصال.

و إلى كل من ساعدنا من قريب او من بعيد على انجاز هذا العمل.

إهداء

بسم الله ابدأ كلامي الذي بفضلته وصلت لمقامي هذا له الحمد والشكر
على ما أتاني.

أهدي هذا العمل المتواضع إلى من حصد الأشواك ليمهد لي طريق العلم
والمعرفة إلى من شقى وتعب من أجل راحتي وسعادتي إلى من زرع في

نفسي الطموح والمثابرة

إلى أبي الغالي " عبد الله " حفظه الله وأطال في عمره.

إلى من وقفت معي طوال مشوار حياتي وقفة الأم الحنونة إلى أطيّب
مخلوق في الكون،

إلى أمي الحبيبة "فاطمة" الذي يعجز اللسان ولا ينتهي الكلام عن وصفها.

كما لا أنسى من قاسموني حنان الوالدين إخوتي و أخواتي وفقهم الله في
حياتهم و أمدهم بالصحة.

وإلى بهجة العائلة الكريمة " خديجة " و " مليسا " رعاهما الله وأدامهما فرحة
في قلوبنا.

إلى صديقتي العزيزة " دليلة مختاري"، و إلى من عملت معي على إتمام هذا العمل
" سمية".

و إلى كل افراد أسرتي ومن تجمعنا بهم صلة الرحم والصدّاقة إلى كل من
سأعدني وشجعني من قريب وبعيد.

خيرة

إهداء

إلهي لا يطيب الليل إلا بشكرك ولا يطيب النهار إلا بطاعتك، ولا تطيب اللحظات إلا
بذكرك ولا تطيب الجنة إلا برؤية رسول الله جل جلاله.

أهدي ثمرة جهدي إلى من بلغ الرسالة وأدى الأمانة. ونصح الأمة إلى نبي الرحمة
ونور العالمين سيدنا محمد صلى الله عليه وسلم.

إلى من ربط الله طاعتها بالجنة، إلى من أحبها حبا عميقا كالبحر متسعا كالفضاء

إلى نبع الحنان وبحر الأمان التي رافقتي دعواتها دائما التي لو أفنيت

عمري لأرضيها لما وفيت حقها إلى أمي الغالية "فاطمة".

إلى من تعب وضحي من أجلي، إلى الذي سهل لي طريق العلم والمعرفة وعلمني

الصبر والثبات وحب الخير إلى أبي العزيز "عبد القادر".

و إلى زوجي العزيز قرّة عيني.

و إلى الأنوار التي أنارت بيتنا وجعلته جميلا إخوتي وأخواتي وإلى الصغار.

إلى كل الأصدقاء وزملاء الدراسة. إلى كل من ساعدني من قريب أو بعيد

سمية

فهرس المحتويات

المحتويات	رقم الصفحة
فهرس المحتويات	
فهرس الجداول	
الملخص	
مقدمة	أ.ب.
الإطار المنهجي	
الفصل الأول: إشكالية الدراسة و إجراءاتها المنهجية.	
أولاً: بناء الإشكالية.	19
ثانياً: تساؤلات الدراسة.	21
ثالثاً: أهداف الدراسة.	21
رابعاً: أسباب اختيار الموضوع.	22
خامساً: أهمية الدراسة.	22
سادساً: الدراسات السابقة و الإستفادة منها.	23
سابعاً: تحديد مفاهيم الدراسة.	30
ثامناً: نوع الدراسة ومنهجها.	33
تاسعاً: أدوات جمع البيانات.	35
عاشراً: مجتمع البحث وعينته.	41
الحادية عشر: المقاربة النظرية للدراسة.	44
الثانية عشر: الإطار الزمني والمكاني للدراسة.	48
الثالثة عشر: صعوبات الدراسة.	49
الإطار النظري	
الفصل الثاني: الحملات الانتخابية للرئاسيات و معالجة الصحافة الجزائرية الخاصة لها	
تمهيد	52
المبحث الأول: الحملات الانتخابية للرئاسيات.	53

53	المطلب الأول: مفهوم الحملة الانتخابية.
55	المطلب الثاني: خصائص الحملة الانتخابية.
57	المطلب الثالث: عوامل نجاح الحملات الانتخابية للرئاسيات أو فشلها.
59	المبحث الثاني: معالجة الصحافة الجزائرية الخاصة للحملات الانتخابية للرئاسيات.
59	المطلب الأول: معالجة الصحافة الجزائرية الخاصة للحملة الانتخابية لرئاسيات 2009.
66	المطلب الثاني: المعالجة الإعلامية لقناة النهار لحملة الانتخابية لرئاسيات 2014.
73	خلاصة الفصل

الفصل الثالث: القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة و البرامج السياسية التلفزيونية

75	تمهيد
76	المبحث الأول: القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة.
76	المطلب الأول: نشأة القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة وتعريفها.
79	المطلب الثاني: تصنيفات القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة.
82	المطلب الثالث: إيجابيات و سلبيات القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة.
84	المبحث الثاني: البرامج السياسية التلفزيونية.
84	المطلب الأول: مفهوم البرامج السياسية التلفزيونية و أهدافها.
87	المطلب الثاني: وظائف البرامج السياسية التلفزيونية والقوالب الفنية المستخدمة فيها.
91	المطلب الثالث: البرامج السياسية التلفزيونية بين الموضوعية و السطحية.
93	خلاصة الفصل

الإطار التطبيقي

الفصل الرابع: معالجة برنامج أستوديو الرئاسيات للحملة الانتخابية لرئاسيات ديسمبر 2019
عبر قناة البلاد تي في.

96	تمهيد
97	المبحث الأول: نبذة عن قناة البلاد تي في و عن برنامج أستوديو الرئاسيات.
97	المطلب الأول: نبذة عن قناة البلاد تي في.
98	المطلب الثاني: نبذة عن برنامج أستوديو الرئاسيات.
99	المبحث الثاني: التحليل الكمي و الكيفي للجداول حسب فئات المضمون و الشكل وعرض النتائج العامة للدراسة.
99	المطلب الأول: التحليل الكمي و الكيفي للجداول حسب فئات المضمون و الشكل.
113	المطلب الثاني: النتائج العامة للدراسة.
115	خلاصة الفصل
117	الخاتمة
120	قائمة المصادر و المراجع
129	الملاحق

فهرس الجداول

رقم الصفحة	الجدول	الرقم
43	يمثل المعلومات والبيانات المتعلقة بالعينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات في قناة البلاد تي في.	01
99	يمثل فئة المواضيع الرئيسية المطروحة في العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات في قناة البلاد تي في.	02
100	يمثل المواضيع الفرعية المطروحة في العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات في قناة البلاد تي في المتعلقة بمسائل السياسة الخارجية.	03
102	يمثل المواضيع الفرعية المطروحة في العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات في قناة البلاد تي في المتعلقة بالحملة الانتخابية.	04
103	يمثل فئة المواضيع الفرعية المطروحة في العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات في قناة البلاد تي في المتعلقة بمحاربة الفساد.	05
104	يمثل فئة أهداف العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات في قناة البلاد تي في.	06
105	يمثل فئة اتجاهات و مواقف الإعلامي المقدم للعينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات في قناة البلاد تي في من قضايا البرنامج.	07
106	يمثل فئة الجمهور المستهدف للعينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات في قناة البلاد تي في.	08
107	يمثل فئة طبيعة المادة المستخدمة في العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات في قناة البلاد تي في.	09
108	يمثل فئة اللغة المستخدمة في العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات في قناة البلاد تي في.	10
109	يمثل فئة القوالب الفنية المستخدمة في العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات في قناة البلاد تي في.	11
110	يمثل فئة أساليب الإقناع المستخدمة في العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات في قناة البلاد تي في.	12
111	يمثل فئة المدة الزمنية التي استغرقها الفاعلين في العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات في قناة البلاد تي في.	13

الملخص:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة كيف عالج برنامج أستوديو الرئاسيات الحملة الانتخابية لرئاسيات 2019. وذلك من حيث طريقة عرضه لمختلف القضايا والمواضيع الذي تطرق إليها البرنامج إضافة إلى معرفة اتجاهات ومواقف القائم بالاتصال في برنامج " أستوديو الرئاسيات " من خلال القضايا المطروحة في البرنامج.

وتتنمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، وقد استخدمت المنهج المسحي والذي تم في إطاره جمع البيانات والمعلومات من خلال أداة تحليل المحتوى. وقد شمل مجتمع البحث الكلي 23 حلقة من حلقات برنامج " أستوديو الرئاسيات " الذي يعرض على القناة الجزائرية الخاصة " البلاد تي في " وجرى اختيار العينة الغرضية حيث وجدنا ما نسعى إلى معرفته من خلال هذه الدراسة في 5 حلقات من برنامج " أستوديو الرئاسيات".

قد تمثلت أهم النتائج التي خرجت بها هذه الدراسة فيما يلي: برنامج "أستوديو الرئاسيات" ركز بصفة كبيرة على موضوع الحملة الانتخابية لرئاسيات ديسمبر 2019. ومن أكثر المواضيع الفرعية المتعلقة بالحملة الانتخابية التي عالجها البرنامج هو موضوع مشاريع وخطابات المترشحين للرئاسيات وذلك بنسبة 60%. وقد تطرق البرنامج إلى موضوع الانتخابات الرئاسية بنسبة 20%. كما هدف البرنامج بشكل كبير إلى شرح وتفسير القضايا السياسية. كما لاحظنا أن الاعلامي المقدم لبرنامج " أستوديو الرئاسيات " كان محايدا بنسبة 51,61% في طرحه للمواضيع و القضايا السياسية.

Abstract :

This study aims to find out how the Women Chairs Studio program handled the 2019 presidential election campaign. This is in terms of his presentation of the various issues and topics dealt with in the program in addition to knowing the trends and positions of the contact person in the "Presidential Studio" program through the issues raised in the program.

This study belongs to the descriptive research, and it used the survey method in which data and information were collected through the content analysis tool. The total research community included 23 episodes of the "Presidential Studio" program, which is shown on the private Algerian channel "Albilad TV". The target sample was chosen as we found what we seek to know through this study in 5 episodes of the "Presidential Studio" program.

The most important results of this study are as follows: The "Presidential Studio" program focused heavily on the topic of the election campaign for the December 2019 presidential elections. One of the most important sub-topics related to the election campaign that the program addressed was the issue of presidential candidates' projects and speeches, with a percentage of 60%. The program addressed the issue of the presidential elections by 20%. The program also aimed largely at explaining and interpreting political issues. We also noticed that the journalist presented to the "Presidential Studio" program was neutral by 51.61% in his presentation of political topics and issues.

مقدمة

مقدمة:

يعتبر البث التلفزيوني عبر الأقمار الصناعية ظاهرة إعلامية مهمة حيث يشهد العالم ثورة هائلة في مجال نقل الأخبار و المعلومات، ويعتبر التقدم التكنولوجي سمة أساسية للبيئة الاتصالية في العصر الحديث. وفي ظل هذا التطور التكنولوجي انتشرت القنوات التلفزيونية الخاصة تدريجيا في العالم بما فيه دول العالم العربي ومنها الجزائر. فالتطور الهائل في مجال وسائل الإعلام الجماهيرية كان دافعا قويا لفتح مجال السمع البصري للقطاع الخاص في الجزائر حيث أن معظم الصحف الجزائرية المطبوعة كصحيفة البلاد، والشروق، و الأجر، و النهار، والهدف... قامت بفتح قنوات خاصة بها تقوم بنشر الأخبار والمعلومات بكل مصداقيه. وقد اختلفت تلك القنوات من حيث مضامينها فمنها: قنوات جامعة أو شمولية وهي التي تجمع بين أكثر من مجال اهتمام وتشمل برمجتها على مواضيع وقضايا مختلفة، كما أنها تسعى إلى أهداف متنوعة من ترفيه وإعلام وإخبار وتثقيف، ومنها القنوات المتخصصة في مواضيع محددة وهي التي تركز اهتمامها على نوع واحد من القضايا التي يهتم بها الجمهور وتوجه برامجها لجمهور معين كما هو الحال بالنسبة للقنوات الرياضية، وقنوات الأطفال، وقنوات الطبخ.

وعند الحديث عن القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة لا بد لنا أن نتطرق أيضا إلى البرامج التي تقدمها فهذه البرامج التلفزيونية هي فن عرض وترتيب كل المواد المعروضة على شاشة التلفزيون وفق مواعيد معينة تتناسب مع الجمهور الذي تتوجه إليه. فمثلا برامج الأطفال تعرض في الأوقات التي تستطيع فيه هذه الشريحة التعرض لهذه البرامج وهكذا. كما أن البرامج التلفزيونية تتنوع وتختلف في تقديمها للمضامين فمنها من تقدم مضامين ثقافية، اجتماعية. سياسية ... وهذه الأخيرة لها علاقة مباشرة بموضوع دراستنا هذه. حيث أن البرامج السياسية التلفزيونية التي تقدمها القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة لعبت دورا فعلا في تناولها للقضايا السياسية التي تهم الجمهور وتشكل الرأي العام اتجاه المواضيع المطروحة ومن بين هذه القضايا قضية الحملة الانتخابية لرئاسيات ديسمبر 2019. التي تناولتها جميع البرامج السياسية

التلفزيونية وعلى رأسها برنامج **أستوديو الرئاسيات** الذي يعرض على قناة البلاد تي في الجزائرية والذي أعطاها أهمية وخصص لها مساحة كبيرة وذلك باعتبارها من أهم القضايا السياسية في الجزائر.

تعد الحملة الانتخابية جوهر الاتصال السياسي فهي المرحلة التي يطرح فيها المترشح رسالته الانتخابية ويعرضها على جمهور الناخبين لكسب التأييد والأصوات، حيث تتسم الحملة الانتخابية للرئاسيات بأهمية وخصائص تميزها عن باقي الحملات الأخرى.

وتبعا لهذا التأثير تأتي دراستنا التي تتناول موضوع الحملة الانتخابية لرئاسيات ديسمبر 2019 عبر القنوات التلفزيونية الخاصة. وقد عالجتنا هذا الموضوع بتقسيم الدراسة على النحو الآتي:

الفصل الأول: المعنون بـ " إشكالية الدراسة و إجراءاتها المنهجية " الذي نبدأ فيه ببناء إشكالية الدراسة وصولا إلى صعوباتها.

الفصل الثاني: تحت عنوان " الحملات الانتخابية للرئاسيات و معالجة الصحافة الجزائرية الخاصة لها".

الفصل الثالث: تحت عنوان " القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة والبرامج السياسية التلفزيونية" حيث قسمناه إلى مبحثين: تطرقنا في المبحث الأول إلى القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة أما المبحث الثاني فقد تكلمنا فيه عن البرامج السياسية التلفزيونية .

الفصل الرابع: الذي يحمل عنوان " معالجة برنامج أستوديو الرئاسيات للحملة الانتخابية لرئاسيات ديسمبر 2019 عبر قناة البلاد تي في، " حيث قمنا بتقسيم هذا الفصل الأخير إلى مبحثين: المبحث الأول تطرقنا من خلاله إلى نبذة عن قناة البلاد تي في و عن برنامج أستوديو الرئاسيات، كما قمنا في المبحث الثاني بالتحليل الكمي والكيفي للجداول حسب فئات المضمون والشكل وعرض النتائج العامة للدراسة، ثم الخاتمة.

الإطار المنهجي

الفصل الأول

إشكالية الدراسة و إجراءاتها المنهجية

أولاً: بناء الإشكالية

شهدت وسائل الإعلام تطورا ملحوظا بعد ظهور التلفزيون لأول مرة في العالم سنة 1926 حيث أصبح هذا الأخير من أهم وسائل الإعلام، باعتباره احد الاستخدامات الأساسية للمشاهد.¹ فهو يلعب دورا هاما في الحصول على المعلومات والتعرف على آخر الأخبار من خلال قنواته المختلفة التي تعكس الواقع الذي تعيشه شعوب العالم، حيث شهدت أواخر القرن الماضي انفجارا كبيرا في مجال القنوات التلفزيونية التي هي اليوم تعد بالمئات وتتنوع من حيث الملكية (حكومية، خاصة) ومن حيث المضمون (عامة، متخصصة) ومن حيث طرق الاستفادة من خدماتها (مفتوحة، مشفرة).

وقد ظهرت أول قناة تلفزيونية حكومية في الجزائر سنة 1962 ثم بعد ذلك تم فتح مجال التلفزيون الجزائري للقطاع الخاص، حيث ظهرت أول قناة جزائرية خاصة (قناة خليفة) في باريس سنة 2002، وقد أغلقت بعد ثمانية أشهر بسبب الإفلاس، وبعد ما يقارب لعشرة سنوات ظهرت عدة فضائيات خاصة في الجزائر أدت إلى تطوير التلفزة في الجزائر نذكر منها قناة الشروق تي في، النهار تي في، نوميديا نيوز، البلاد... وغيرهم من القنوات التي تتنافس على إشباع حاجيات المشاهد وتقديم الأفضل له.² وذلك من خلال طرحها لمختلف القضايا والمجالات الدينية والثقافية والسياسية والاجتماعية .. الخ. وقد كان التركيز في الفترة الأخيرة على المجال السياسي، باعتبار أن المواضيع السياسية أصبحت حديث الساعة في الوطن الجزائري.

¹ نشأة التلفزيون، متوفر على الرابط:

<https://ar.m.wikipedia.org/wiki/%D8%AF%D8%B2%D8%A7%D9%8A%D8K4H7u%20> تمت

زيارة الموقع يوم 18 مارس 2020، على الساعة 19:48.

² القنوات الجزائرية الخاصة، متوفر على الرابط:

https://ar.m.wikipedia.org/wiki/%D8%AF%D8%B2%D8%A7%D9%8A%D8%B1_%D8%B4%D9%88%D8%A8

تمت زيارة الموقع يوم: 19 مارس 2020، على الساعة 15:23.

ففي الآونة الأخيرة مرت الجزائر بفترة لا تخلو من المشاكل السياسية حيث جرت احتجاجات من طرف الشعب الجزائري ابتداء من 22 فبراير 2019 وقد طالبو من خلال تلك الاحتجاجات بمحاكمة النخبة الحاكمة و انسحاب الجيش من السياسة، حيث أدى ذلك إلى إلغاء الانتخابات الرئاسية.

وبعد ما يقارب سنة كاملة من الحراك الشعبي تمت الاستجابة لصوت الشعب بمحاكمة الطاقم السياسي ككل، وقد أصر قائد أركان الجيش الشعبي الوطني " أحمد قائد صالح " على إجراء الانتخابات الرئاسية في 12 ديسمبر 2019 حيث استجاب له بعض من الشعب بينما رفض البعض الآخر، وبالرغم من كل هذا تم إجراء الانتخابات بكل نزاهة وحرية وفي أحسن الظروف. حيث تنافس في هذه الانتخابات خمسة مرشحون هم:

- "عز الدين ميهوبي" الأمين العام بالنيابة لحزب التجمع الوطني الديمقراطي

- "عبد المجيد تبون" رئيس الوزراء الأسبق

- "عبد القادر بن قرينة" رئيس حزب حركة البناء الوطني

- "عبد العزيز بلعيد" رئيس حزب جبهة المستقبل

- "علي بن فليس" رئيس حزب طلائع الحريات

حيث عالجت مختلف القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة والعمومية قضية الانتخابات ومن بينها _ القناة الجزائرية الخاصة _ البلاد تي في وذلك بواسطة بثها للبرنامج السياسي أستوديو الرئاسيات الذي تم فيه استضافة ممثلي المرشحين للرئاسيات ومناقشة جوانب الحملة الانتخابية، و قد ابرز من خلال ذلك كيفية سير الحملة الانتخابية لرئاسيات ديسمبر 2019. التي انطلقت قبل 25 يوم من تاريخ التصويت وانتهت قبل 3 أيام من تاريخ التصويت 12 ديسمبر 2019.

وفي هذه الدراسة سنحاول التعرف على مضامين الحملة الانتخابية من خلال برنامج "أستوديو الرئاسيات" الذي يعرض في قناة البلاد تي في وهذا بإجراء دراسة تحليلية لعينة من حلقات البرنامج الذي تناول من خلالها كل ما هو متعلق بالحملة الانتخابية لرئاسيات ديسمبر 2019 و ذلك من أجل الإجابة على السؤال الرئيسي التالي:

كيف عالج برنامج أستوديو الرئاسيات الحملة الانتخابية لرئاسيات ديسمبر 2019 من ناحية المضمون والشكل ؟

ثانيا: تساؤلات الدراسة

- ما هي أساليب الإقناع المستخدمة في برنامج أستوديو الرئاسيات؟
- ما هي اتجاهات ومواقف القائم بالاتصال في برنامج أستوديو الرئاسيات؟
- ما هي المدة الزمنية المخصصة للفاعلين في برنامج أستوديو الرئاسيات في قناة البلاد تي في؟
- ما هي المواضيع التي ركز عليها برنامج أستوديو الرئاسيات في قناة البلاد أثناء معالجته للحملة الانتخابية لرئاسيات ديسمبر 2019؟

ثالثا: أهداف الدراسة

- معرفة كيفية معالجة برنامج أستوديو الرئاسيات " في قناة البلاد تي في " لحدث الحملة الانتخابية لرئاسيات 2019.
- معرفة أساليب الإقناع المستخدمة في برنامج أستوديو الرئاسيات " في قناة البلاد تي في".
- معرفة القضايا والمواضيع الذي تطرق إليها برنامج أستوديو الرئاسيات " في قناة البلاد تي في".

- معرفة المدة الزمنية المخصصة للفاعلين في برنامج أستوديو الرئاسيات " في قناة البلاد تي في".

- معرفة كيف تعامل القائم بالاتصال في برنامج أستوديو الرئاسيات " في قناة البلاد تي في" مع القضايا المطروحة في البرنامج.

- إثراء مكتبة كلية العلوم الإسلامية و العلوم الإنسانية والحضارة بهذه الدراسة لعلها تفيد زملائنا الطلبة في انجاز بحوثهم لاحقا.

رابعاً: أسباب اختيار الموضوع

1: أسباب ذاتية:

- اهتمامنا الذاتي بالمواضيع ذات الطابع السياسي وميلنا إلى محاولة فهم كيفية تسيير الحملة الانتخابية لرئاسيات 2019.

- الاهتمام الشخصي بهذه القضية والرغبة في دراسة مضامين البرنامج السياسي "أستوديو الرئاسيات" الذي يعرض على قناة البلاد تي في خلال معالجته للحملة الانتخابية 2019.

2: أسباب موضوعية:

- آنية وحادثة الموضوع حيث تهتم هذه الدراسة بالحملة الانتخابية لرئاسيات 2019 وتغطيتها عبر القنوات الجزائرية الخاصة.

- محاولة إثراء هذا الميدان بالمزيد من البحوث نظراً لطبيعة الموضوع وحدثته.

خامساً: أهمية الدراسة

يستمد هذا الموضوع أهميته من طبيعة وأهمية القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة وبالتحديد قناة البلاد تي في ودورها في إبراز الحملة الانتخابية لرئاسيات ديسمبر 2019، من خلال

البرنامج السياسي "أستوديو الرئاسيات" الذي تم بثه في قناة البلاد تي في والذي يعرض كل من البرامج الانتخابية الخاصة بكل مترشح من المترشحين (عزالدين ميهوبي، عبد المجيد تبون. عبد القادر بن قرينة، عبد العزيز بلعيد، علي بن فليس) وأيضاً أبرز البرنامج (أستوديو الرئاسيات). دور ومستوى وخبرة كل مترشح من خلال معالجته للمناظرة التلفزيونية التاريخية بين المترشحين الخمسة شكلا و مضمونا الذي حيث أتاحت الفرصة لكل المترشحين لإبراز قدراتهم السياسية و الثقافية في تلك المناظرة التلفزيونية، وقد ساهم ذلك في زيادة اهتمام الجمهور الجزائري بالحملة الانتخابية للرئاسيات و جعل للناخبين القدرة على اختيار و تقييم رئيسهم المحتمل.

سادسا: الدراسات السابقة والإستفادة منها

1: الدراسات السابقة:

1.1: الدراسة الأولى:

تحت عنوان "الحملة الانتخابية لرئاسيات 2009 من خلال الصحافة الجزائرية الخاصة" و تمحورت إشكالية الدراسة حول علاقة الصحافة الجزائرية المستقلة أو الخاصة بالنظام السياسي من خلال معالجتها لأحداث الحملات الانتخابية، حيث خلصت بطرح التساؤل الرئيسي التالي: كيف عالجت الصحافة الجزائرية الخاصة أحداث الحملة الانتخابية لرئاسيات أبريل 2009 من حيث الشكل ومن حيث المضمون؟¹

¹ لحسن رزيق، الحملة الانتخابية لرئاسيات 2009 من خلال الصحافة الجزائرية الخاصة ، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاعلام والاتصال ، تخصص صحافة ، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية ، جامعة منتوري ، قسنطينة ، السنة الجامعية 2009 / 2010.

وقد هدفت هذه الدراسة إلى محاولة الكشف عن طبيعة العلاقة بين الصحافة الجزائرية الخاصة ونظام الحكم انطلاقاً من خصوصية الحدث الانتخابي، حيث طبق الباحث المنهج المسحي، واستخدم تحليل المحتوى كأداة لجمع البيانات.

ومن أهم النتائج التي توصلت إليها هذه الدراسة هي: ظهور عامل التمييز ونقص الموضوعية في معالجة هذه الصحافة لشؤون الحملة وتجسد ذلك من خلال النظر في معالجة شؤون المرشحين.

إذ لم تعدل الصحافة الخاصة بينهم وانحازت بشكل ملفت إلى الاهتمام بشؤون مرشح واحد على حساب الآخرين، كما أن الاهتمام بشؤون دعاة المقاطعة تراوح بين التهوين و التهويل.¹

2.1: الدراسة الثانية :

وتتمثل في دور القنوات الجزائرية الخاصة في تقديم الخدمة العمومية _ حسب رأي أساتذة الإعلام والاتصال بجامعة أم البواقي_ وتمحورت إشكالية الدراسة حول الخدمات العمومية التي تقدمها القنوات الجزائرية الخاصة والتي تتمثل في مختلف البرامج والمضامين الإعلامية التي تبثها. وعليه تم طرح التساؤل الرئيسي التالي: هل تقوم القنوات الجزائرية الخاصة بتقديم الخدمة العمومية للجمهور، حسب رأي أساتذة الإعلام والاتصال بجامعة أم البواقي؟²

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن ما إذا كانت القنوات الجزائرية الخاصة تهتم بالجانب الربحي التجاري أم أنها تسعى لخدمة جمهورها فقط كما هدفت أيضاً إلى معرفة ما إذا كانت القنوات الجزائرية الخاصة تقوم بتغطية انشغالات جمهورها وتلبية حاجاتهم.

¹ نفس المرجع.

² ربيعة فراح ونور الهدى لراف، دور القنوات الجزائرية الخاصة في تقديم الخدمة العمومية: حسب رأي أساتذة الإعلام والاتصال بجامعة أم البواقي، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص سمعي بصري، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، السنة الجامعية 2015/2016.

استخدمت الدراسة المنهج المسحي كونها تدرج من ضمن الدراسات الوصفية التي تقوم على وصف الظاهرة وتحليلها وتفسيرها، وقد تم استعمال الاستبيان كأداة لجمع البيانات في هذه الدراسة.

ومن خلال النتائج المتوصل إليها تم معرفة أن القنوات الجزائرية الخاصة تقوم بتغطية انشغالات الجمهور وتلبية احتياجاته من حين لآخر، حتى وان لم يكن ذلك بصفة دائمة إلا أنها جعلت انشغالات الجمهور ضمن اهتماماتها. كما تم الكشف على أن القنوات الجزائرية الخاصة تهتم بالجانب الربحي التجاري على حساب خدمة الجمهور، وهذا حسب رأي أساتذة الإعلام والاتصال بجامعة أم البواقي.¹

3.1: الدراسة الثالثة:

تحت عنوان: "البرامج الاجتماعية في الفضائيات الجزائرية الخاصة" برنامج ما وراء الجدران قناة النهار _ نموذجاً _ وقد هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على موضوعات القائم بالاتصال وموقفه في برنامج ما وراء الجدران في قناة النهار ومعرفة القيم التي يتضمنها البرنامج.

حيث تمثل سؤال الإشكالية فيما يلي: كيف عالجت قناة النهار البرنامج الاجتماعي "ما وراء الجدران" ضمن مادتها الإخبارية؟²

كما حددت مجموعة من الفرضيات نذكر منها: يعالج برنامج ما وراء الجدران قضايا على حساب قضايا أخرى (قضايا سياسية على حساب قضايا اجتماعية)

¹ نفس المرجع.

² سامية رزيق ، البرامج الاجتماعية في الفضائيات الجزائرية الخاصة : برنامج ما وراء الجدران قناة النهار أنموذجاً، دراسة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال ، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية. جامعة العربي التبسي، تبسة، السنة الجامعية 2015 / 2016 .

وقد استخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي المسحي، وفي إطار هذا المنهج طبقت الدراسة تحليل المحتوى كأداة لجمع البيانات وتقييمها وتصنيفها.

أما عن مجتمع البحث فقد اختارت الدراسة انتقاء قناة النهار من بين الفضائيات الجزائرية الأخرى باعتبارها وحدة ممثلة لمجتمع البحث الكلي، وقد طبقت هذه الدراسة على عينة تمثلت في : برنامج ما وراء الجدران في الفترة الزمنية الممتدة من 7 جانفي 2015 إلى غاية 1 أفريل 2015 أيما يقارب 4 أشهر من بث البرنامج.

وقد توصلت هذه الدراسة إلى عدة نتائج نذكر منها:

- تطرق البرنامج إلى مواضيع حساسة وأنية مأخوذة من رحم المجتمع، وتمثل انشغال المواطن فيه، إضافة إلى أن البرامج المباشرة تكسب ثقة المشاهد وتكسب التلفزيون مصداقية أكبر من خلال فتح الحوار المباشر مع الجمهور عن طريق الهاتف.

- إن عدد كبير من الأشخاص استطاعوا العودة إلى أهاليهم وذويهم بفضل هذا البرنامج ومتابعته للموضوعات حتى بعد عرضها.¹

4.1: الدراسة الرابعة:

تحت عنوان " المعالجة الإعلامية لقناة النهار للحملة الانتخابية لرئاسيات 2014م". وقد خلصت إشكالية هذه الدراسة بطرح تساؤلين عامين تمثلان في : كيف عالجت قناة النهار الإخبارية الحملة الانتخابية لرئاسيات الجزائر عام 2014م ؟ وما هي اتجاهات طلبة علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية بجامعة مستغانم حول المعالجة الإعلامية لقناة النهار؟²

¹ نفس المرجع.

² فوزية عبو، المعالجة الإعلامية لقناة النهار للحملة الانتخابية لرئاسيات 2014 م، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم. السنة الجامعية 2016 / 2017.

وقد حددت مجموعة من الفرضيات نذكر منها: معظم طلبة علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية بجامعة مستغانم اعتمدوا على قناة النهار الإخبارية كمصدر للمعلومة السياسية أثناء الحملة الانتخابية 2014م واعتبروا ان السلطة كانت تتحكم في المضامين التي قدمتها قناة النهار.

وقد هدفت هذه الدراسة إلى معرفة كيف تتعامل قناة النهار الإخبارية في تحليلها لمضامين أخبار الانتخابات الرئاسية. حيث اختارت الباحثة في دراستها المنهج المسحي واستعملت تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات، وفي الأخير توصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج نذكر منها:

- كشفت الدراسة أن (42.55%) من أفراد العينة يفضلون مشاهدة المواضيع السياسية و الاجتماعية في قناة النهار.

- (64.89%) من أفراد العينة يرون إن قناة النهار لم تلتزم بالحياد أثناء تغطيتها لبرامج المترشحين.¹

5.1: الدراسة الخامسة:

تحت عنوان " اتجاهات الجمهور إزاء مصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة" قناة النهار نموذجاً،² تتدرج هذه الدراسة من ضمن الدراسات الوصفية التحليلية التي تستخدم لأغراض الوصف المجرد للظاهرة، حيث خلصت إشكالياتها بطرح التساؤل الرئيسي

¹ نفس المرجع.

² عبد اللطيف شريف وعبد الغني حاج مبارك ، اتجاهات الجمهور إزاء مصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة : قناة النهار أنموذجاً ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال ، تخصص اتصال وعلاقات عامة ، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، جامعة محمد بوضياف ، المسيلة ، السنة الجامعية 2016 / 2017.

التالي: ماهي اتجاهات طلبة ماستر علوم الإعلام والاتصال بالمسيلة إزاء مصداقية الأخبار في قناة النهار الجزائرية؟

وقد حددت الدراسة عدة فرضيات نذكر منها: يقبل الطلبة على مشاهدة البرامج الإخبارية وذلك لمعرفة ما يحدث في الحياة اليومية.

هدفت هذه الدراسة إلى إبراز دور قناة النهار في تلبية رغبات الطلبة من معلومات تساعدهم في دراستهم أو على فهم ما يحيط بهم في المجال الإخباري، كما هدفت أيضا إلى التعرف على أنواع البرامج التي يفضل الطلبة مشاهدتها في قناة النهار، حيث استخدم الباحثان في دراستهما المنهج المسحي، واستخدما استمارة الاستبيان كأداة لجمع البيانات وقد تم توزيعها على عينة الدراسة التي تمثلت في 60 فردا من مجتمع البحث الكلي والذي تمثل في طلبة الماستر للإعلام والاتصال بجامعة المسيلة .

وفي الأخير توصلت الدراسة إلى عدة نتائج نذكر منها:

- ضرورة إعداد برامج التلفزيون الجزائري باتجاه تقوية روابط الوحدة الوطنية وتقوية النسيج الاجتماعي القائم بين أفراد وفئات المجتمع المختلفة، لأن التلفزيون الجزائري وحسب رأي أفراد العينة لم ينجح في إيجاد لغة مشتركة بين أفراد المجتمع
- تطوير الكوادر الإعلامية وتدريبها وإزالة الضغوط التي تمارس عليها وإتاحة الحرية لهم لكي يعملوا في مناخ إعلامي حقيقي فيما لا يتعارض مع قيم المجتمع وأخلاقه.¹

¹ نفس المرجع.

موقف دراستنا الحالية من الدراسات السابقة:

أ. أوجه الشبه:

تعد الدراسات السابقة التي تم اعتمادها دراسات مشابهة للدراسة الحالية ، وذات علاقة مباشرة بها حيث تشترك بعض الدراسات معها في المتغير المستقل وهو " القنوات التلفزيونية الخاصة "، والبعض الآخر اتفق معها في المتغير التابع ألا وهو " الحملة الانتخابية " كما يتفقون معها أيضا من ناحية المنهج المتبع وأداة البحث.

ب. أوجه الاختلاف:

وبالرغم من أن الدراسات السابقة التي تم عرضها تتفق مع الدراسة الحالية في بعض المتغيرات إلا أنها تختلف عنها من ناحية الموضوع كاملا ، ففي حين يدور موضوع دراستنا هذه حول: الحملة الانتخابية لرئاسيات ديسمبر 2019 عبر القنوات التلفزيونية الخاصة.

فإن الدراسات السابقة تناولت:

- دراسة لحسن رزاق: الحملة الانتخابية لرئاسيات 2009 من خلال الصحافة الجزائرية الخاصة

- دراسة ربيعة، ونور الهدى: دور القنوات الجزائرية الخاصة في تقديم الخدمة العمومية

- دراسة سامية رزيق: البرامج الاجتماعية في الفضائيات الجزائرية الخاصة

- دراسة فوزية عبو: المعالجة الإعلامية لقناة النهار للحملة الانتخابية لرئاسيات 2014 م

- دراسة عبد الطيف ، وعبد الغني : اتجاهات الجمهور إزاء مصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة.

كما يختلفون أيضا من ناحية مجتمع البحث وعينته والمجال الزمني والمكاني للدراسة.

2: الاستفادة من الدراسات السابقة:

ومن خلال استعراض الدراسات السابقة فقد تمت الاستفادة منها في الكثير من الأمور أهمها:

- الاطلاع الواسع على موضوع الدراسة ومحاولة الإلمام بجميع جوانبه.

- بناء الإطار النظري للدراسة وصياغة إشكالياتها.

- التعرف على المنهج الذي يمكن استخدامه في دراستنا الحالية.

- الاستفادة من قائمة المراجع المذكورة في الدراسات السابقة .

سابعاً: تحديد مفاهيم الدراسة

1: تعريف الحملة الانتخابية:

يعرف البعض الحملة الانتخابية بأنها مجموعة الأعمال التي يقوم بها المرشح بغرض إعطاء صورة حسنة للجماهير و الناخبين عن سياسته و أهدافه و محاولة التأثير فيهم بكل الوسائل و الإمكانيات المتاحة، من خلال قنوات الاتصال الجماهيرية و ذلك قصد تحقيق الفوز في الانتخاب، و تختلف تنظيم الحملة الانتخابية من دولة على أخرى و من حزب إلى آخر و بين مترشح و آخر، و يعتبر الاتصال و الاحتكاك المباشر مع هيئة الناخبة من أنجح و سائل الحملة الانتخابية، كما تمكن المرشح من إقناع الناس بأنه قريب منهم و يشعر بآمالهم¹.
التعريف الإجرائي للحملة الانتخابية: تعتبر الحملة الانتخابية عملية ذات مدة معينة و هدف محدد و هي الفترة التي تسبق موعد الانتخاب و يسمح فيها المرشحين بعرض أفكارهم و برامجهم الانتخابية من أجل إقناع المقترعين به.

¹ وليد بودبوز ، سمية خيفي ، الحملة الانتخابية لرئاسيات 2014 من خلال الصحافة الخاصة ، دراسة تحليلية لمضمون جريدة آخر ساعة في الفترة الممتدة من 2014/03/23 الى 2014/04/12 ، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال ، قسم علوم الانسانية ، جامعة العربي بن مهيدي ، ص 10.

2: تعريف القنوات التلفزيونية الخاصة:

تعرف بأنها عرض التلفزيون المرئي ييبث عبر شبكة الأقمار الصناعية تدور حول الأرض في مسارات محددة ، وتحدد بالزاوية و الاتجاه على البوصلة لتحديد اتجاه التقاط كل مجموعة منها.

عرفت أيضا بأنها استقبال الإرسال التلفزيوني من الأقمار الصناعية مباشرة بأجهزة الاستقبال المنزلية دون التدخل من محطات الاستقبال الأرضية الكبيرة، أو هي الترددات التي تلتقط من قبل قمر محدد وتبث من مركز البث الخاص بها لكل من يستقبلها خلال طبق خاص.

عرفت بأنها قيام الأقمار الصناعية بالتقاط البث التلفزيوني في بلد من البلدان وبثه مباشرة إلى أماكن أخرى تبعد عن مكان البث الأصلي مسافات بعيدة، تحول التقاط البث دون وسيط.

هي كل ما يلتقط وما يستقبل من محطات تلفزيونية عربية وأجنبية، عبر الوسائل التكنولوجية كالتلفاز و الجوال و الشبكة العنكبوتية و غيرها.¹

تعتمد على القطاع الخاص إلى جانب الدولة التي تمدها بالتراخيص وتسهل عملها في الانتاج و تكون تحت رقابة الدولة.²

التعريف الإجرائي للقنوات التلفزيونية الخاصة: وما نقصده بالقنوات التلفزيونية الخاصة في هذه الدراسة هو تلك القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة وعلى رأسها قناة البلاد تي في التي تعرض

¹ قاسي علاء الدين وآخرون ، صورة القنوات الجزائرية الخاصة لدى جمهورها : قناة النهار أنموذجا، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية ، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، السنة الجامعية 2016-2017، ص ص 17- 18.

² شهلة بن رجم وآخرون، التغطية الإعلامية للقنوات الجزائرية الخاصة لظاهرة الهجرة غير الشرعية: قناة النهار أنموذجا. مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة ، كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية ، جامعة 8 ماي 1945 ، قالمة ، السنة الجامعية 2018-2019 ، ص 42.

برنامج أستوديو الرئاسيات خلال فترة الانتخابات لرئاسيات 2019، حيث أن هذا الموضوع له علاقة مباشرة بدراستنا هذه.

3: تعريف البرامج السياسية:

إن البرامج السياسية في عالم الفضائيات والإعلام شغلت شريحة كبيرة من المشاهدين في العالم، وهذه البرامج تشبع حاجة الإنسان للفضول المعرفي السياسي، وتؤجج فيه مواقف محددة يقتنع بها ثم يقوم بالدفاع عنها، إن ما يميز البرامج من هذا النوع هو أنها تدافع عن القضايا الوطنية، وتحاول تسليط الضوء عما يدور من أحداث سياسية للبلاد، وعلى هذا الأساس تبدو مسؤولية القائمين على إنتاج البرامج السياسية و الحوارية و غير الحوارية أكبر بكثير رغم تضافر جهود البرامج لإيصال حالة المشهد السياسي.¹

كما تعرف البرامج السياسية على أنها برامج متخصصة في الشؤون السياسية، تحتاج إلى معد مختص بدوره يتمتع بنضج سياسي و وعي بالمتغيرات و التطورات على كافة الأصعدة. والمقدرة على ربط الأحداث استنادا على الثقافة العالية و المعلومات التي يحوزها، ولا تقتصر البرامج السياسية على الفقرات و النشرات الإخبارية بما فيها تلك المطلوبة، بل تتعدى إلى برامج عادة ما تنتجها أقسام الأخبار، تركز اهتمامها على موضوع واحد تتم مناقشته بإسهاب مع المسؤولين و المحللين السياسيين، وغيرهم من الفاعلين في الشؤون السياسية. وتهدف البرامج السياسية إلى تغطية جميع مستويات المشاهدين وتأخذ أشكال الإنتاج التلفزيوني المختلفة، فقد

¹ حنان قندوزي، دور البرامج التلفزيونية الاجتماعية في توجيه سلوك الشباب الجزائري: برنامج خواطر أنموذجا، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي، 2016-2017، ص 32.

تكون في شكل برنامج حوارى أو برنامج جماهيري أو في شكل مجلة أو حتى في شكل حديث، ويهدف مضمونها إلى تحقيق وظيفة الإعلام و الإخبار.¹

التعريف الإجرائي للبرامج السياسية: وما نقصده بالبرامج التلفزيونية السياسية في هذه الدراسة هو تلك البرامج التي تتناول الخصوصية السياسية في الجزائر خلال فترة الانتخابات لرئاسيات 2019، وهنا برنامج " أستوديو الرئاسيات " الذي يتم بثه عبر قناة البلاد تي في والذي قام بمعالجة عدة قضايا سياسية منها موضوع الحملة الانتخابية لرئاسيات ديسمبر 2019 حيث أن هذا الموضوع هو محل دراستنا هذه.

ثامنا: نوع الدراسة ومنهجها

1: تعريف المنهج:

يعد هذا العامل جوهريا في كتابة البحث العلمي، ويؤدي تطبيقه بدقة إلى إضفاء الوضوح و الموضوعية على عملية الصياغة و التحرير، ويوفر ضمانات السير المتناسق و المنظم لها. للوصول إلى النتائج العلمية المرجوة الوصول إليها.²

2: نوع الدراسة:

إن إشكالية بحثنا هذا تكمن في معالجة برنامج أستوديو الرئاسيات " في قناة البلاد تي في " للحملة الانتخابية لرئاسيات ديسمبر 2019 من ناحية المضمون و الشكل، وذلك حتى نبرز دور البرنامج السياسي " أستوديو الرئاسيات في قناة البلاد تي في " في معالجة القضايا السياسية

¹ إبراهيم سماعلي وعبد الحكيم غناي ، تنمية الوعي السياسي للطلبة الجامعيين من خلال البرامج السياسية في قناة الجزائرية الثالثة، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة، قسم العلوم الإنسانية ، كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية، العربي بن مهدي، أم البواقي، السنة الجامعية 2017/2018، ص 71.

² فريدة سقلاب، محاضرات في منهجية العلوم القانونية ، السنة الثانية حقوق ، كلية الحقوق والعلوم السياسية ، جامعة عبد الرحمان ميرة ، بجاية ، 2017-2018، ص 39 .

وفي تقديمه للحملة الانتخابية مع الإلمام بكل جوانبها، وأيضا لكي نتعرف على المواضيع الذي قدمها البرنامج، وعلى الأهداف الذي يسعى إليها، وموقف القائم بالاتصال في البرنامج، ومعرفة اللغة والمادة الإعلامية و أساليب الإقناع الذي استخدمها هذا البرنامج. لذا يصنف هذا البحث ضمن الدراسات والبحوث الاستطلاعية و الوصفية التحليلية التي تسعى الى وصف وتحليل وتفسير الظاهرة المدروسة.

وتعرف الدراسات الوصفية بأن مفهومها يرتبط بدراسة واقع الأحداث والظواهر والأداء وتحليلها، وتفسيرها بغرض الوصول إلى استنتاجات مفيدة قصد تصحيح الواقع أو تطويره وتحديثه كما يهتم بتحديد الممارسات الشائعة والسائدة على المعتقدات، والاتجاهات عند الأفراد والجماعات عن طريق جمع المعلومات والبيانات والتعبير عنها كما وكيفا، أو الإثنتين معا. ويوضح خصائصها وسماتها.¹

3: منهج الدراسة:

حيث رأينا أن المنهج المسحي هو المنهج المناسب لدراستنا وهذا حسب طبيعة المشكلة المطروحة حول كيفية معالجة برنامج أستوديو الرئاسيات " في قناة البلاد تي في " للحملة الانتخابية لرئاسيات ديسمبر 2019 من ناحية المضمون والشكل.

وأیضا باعتباره من أبرز المناهج المستخدمة في البحث الإعلامي للحصول على البيانات والمعلومات التي تستهدف الظاهرة العلمية ذاتها، ويعرف هذا المنهج بأنه مجموعة الظواهر موضوع البحث تضم عدد من المفردات المكونة لمجتمع البحث ولمدة زمنية كافية بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات والمعلومات في مجال تخصص معين ومعالجتها.²

¹ حنان قندوزي، مرجع سابق، ص ص 16-17.

² أ. د. سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، ط 1، دار الكتاب الجامعي، الامارات، 2017، ص 163.

كما يعرف المنهج المسحي أيضا بأنه محاولة منظمة لتحليل وتفسير وتقرير الوضع الراهن لنظام اجتماعي أو جماعة أو بيئة معينة وينصب البحث المسحي على الوقت الحاضر وليس على اللحظة الحاضرة كما أنه يهدف إلى الوصول إلى بيانات يمكن تصنيفها و تفسيرها و تعميمها وذلك للإستفادة منها في المستقبل و خاصة في الأغراض العلمية.

ويعرف بأنه دراسة للظروف الاجتماعية التي تؤثر في مجتمع معين سواء كان مجتمع الجيرة أو القرية أو المقاطعة أو الدولة أو الأمة بقصد الحصول على بيانات ومعلومات كافية يمكن الاستفادة بها في وضع وتنفيذ مشروعات إنشائية للإصلاح الاجتماعي.¹

تاسعا: أدوات جمع البيانات

وفي إطار المنهج المسحي الذي اتبعناه في هذه الدراسة لقد استخدمنا تحليل المحتوى كأداة لجمع البيانات والمعلومات وتحليلها وتفسيرها وتقييمها ، حيث أن طريقة تحليل المحتوى تتضمن تحليل و ملاحظات نتائج الأفراد اللفظية والمكتوبة وهي تشبه بدرجة كبيرة البحث التاريخي غير أن وجه الاختلاف هو أن البحث التاريخي وثيق الصلة بالماضي في حين أن طريقة تحليل المحتوى تنصب على قضايا الحاضر.² إن تحليل المحتوى هو الأداة الأكثر استعمالا بالنسبة للمؤرخين والمؤرخات وعلماء الاجتماع وعلماء السياسة وعلماء النفس المهتمين بدراسة الثقافات الأجنبية ووسائل الإعلام بصفة عامة (الآداب، الكتب المدرسية، المسلسلات التلفزيونية، حصص الأطفال، رسائل اشهارية، القصص و الأغاني) و بدراسة الشخصية، الإيديولوجيات وأشكال أخرى للتصورات لدى الأفراد و التنظيمات.³

¹ زينب حسن عبد الحليم، المحتوى الرقمي لمواقع المتاحف الأثرية ومكتباتها على شبكة الإنترنت: دراسة لإنشاء موقع نموذجي للمتحف المصري، 2018، ص 3.

² د . رحيم يونس كرو العزاوي، منهج البحث العلمي، ط 1، دار دجلة، عمان، 2008، ص 101.

³ موريس انجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية: تدريبات اعلامية، ط 2 ، ترجمة: بوزيد صحراوي وآخرون. دار القصبه للنشر، الجزائر، 2006، ص 218.

- الحملة الانتخابية: الحملة الانتخابية لرئاسيات 12 ديسمبر 2019 وهي عبارة عن اتصال سياسي يعرض المترشح من خلاله البرامج و المشاريع التي يريد تحقيقها في حالة وصوله لمنصب الرئيس.
- محاربة الفساد: و المقصود بالفساد هو استخدام المال العام لتحقيق أرباح ومنافع خاصة وهذا ما قام به مسؤولون جزائريون سابقون .
- ب- فئة المواضيع الفرعية المطروحة في العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات " في قناة البلاد تي في":
- فئة المواضيع المتعلقة بمسائل السياسة الخارجية: وتمثلت تلك المواضيع فيما يلي: تصريحات وزير الخارجية الفرنسي المستقر للجزائر، تدخل البرلمان الأوروبي في شؤون الجزائر الداخلية، مشروع قانون تجريم الاستعمار.
- فئة المواضيع الفرعية المتعلقة بالحملة الانتخابية لرئاسيات ديسمبر 2019: وتمثلت هذه المواضيع فيما يلي: مشاريع و خطابات المترشحين للرئاسيات ، المناظرة التلفزيونية التاريخية بين المترشحين الخمسة، الانتخابات الرئاسية.
- فئة المواضيع الفرعية المتعلقة بمحاربة الفساد: وتكلم البرنامج في هذا الموضوع عن محاكمة مسؤولين سابقين تمثلوا في: رؤساء حكومة، وزراء سابقون، رجال أعمال.
- ❖ فئة الأهداف التي تسعى إليها العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات على القناة التلفزيونية الجزائرية الخاصة البلاد تي في: هي الفئة التي تكشف على كل ما يسعى إليه الإعلامي المقدم من خلال طرحه للقضايا و المواضيع التي تتناولها العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات، و يمكن تصنيف الأهداف إلى:
- الشرح و التفسير: وهو عبارة عن مناقشة وتحليل المواضيع المطروحة في العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات " في قناة البلاد تي في".

- الإعلام و الإخبار: وهو عبارة عن نشر الحقائق والأحداث كما هي بهدف إعلام وإخبار الجمهور المستهدف للعينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات " في قناة البلاد تي في".

- الإرشاد والتوجيه: وهو عبارة عن توعية الجمهور المستهدف وتقديم المعلومات له بهدف إرشاده و توجيهه تجاه قضية معينة من القضايا التي عالجها برنامج أستوديو الرئاسيات " في قناة البلاد تي في" في العينة المدروسة منه .

❖ فئة اتجاهات ومواقف الإعلامي المقدم من القضايا المطروحة في العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات على القناة التلفزيونية الجزائرية الخاصة البلاد تي في: هي الفئة التي تكشف عن اتجاه الإعلامي المقدم من القضايا المطروحة في العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات، وتصنف الاتجاهات إلى:

- مؤيد: الكشف عن تأييد الإعلامي المقدم للقضايا المطروحة في العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات " في قناة البلاد تي في".

- معارض: الكشف عن معارضة الإعلامي المقدم للقضايا المطروحة في العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات " في قناة البلاد تي في".

- محايد: عدم كشف القائم بالاتصال عن معارضته أو تأييده للقضايا المتناولة في العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات " في قناة البلاد تي في".

❖ فئة الجمهور المستهدف في العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات على القناة التلفزيونية الجزائرية الخاصة البلاد تي في: هي الفئة التي تكشف على الجمهور الذي يسعى الإعلامي المقدم إيصال المعلومات له في العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات. وينقسم الجمهور إلى:

- جمهور عام: وهو الشعب الجزائري الذي يهتم بجميع القضايا المطروحة في العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات " في قناة البلاد تي في".

- جمهور خاص: وهو جزء من الشعب الجزائري الذي يهتم ببعض القضايا المطروحة في العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات " في قناة البلاد تي في".

ب. **التعريفات الإجرائية لفئات الشكل:** وهي عبارة عن فئات تجيب على السؤال: كيف قيل؟ أي تبرز كيفية نقل محتوى العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات إلى الجمهور المتلقي، ويتم تصنيف فئات الشكل على النحو التالي:

❖ فئة طبيعة المادة المستخدمة في العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات على القناة التلفزيونية الجزائرية الخاصة البلاد تي في: هي الشكل الفني التي قدمت بواسطته المواضيع و القضايا المتناولة في العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات ، ويمكن تصنيف هذه الفئة إلى :

- الفيديو: هو عبارة عن صوت وصور متحركة تستخدم للتعبير عن القضايا المطروحة في العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات " في قناة البلاد تي في".

- الصور الثابتة: هي صور فوتوغرافية تتضمن شخصيات أو إحداث أو مواقع ... ، وغيرها.

❖ فئة طبيعة اللغة المستخدمة في العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات على القناة التلفزيونية الجزائرية الخاصة البلاد تي في: هذه الفئة تكشف عن اللغة الذي يستخدمها الفاعلون في خلال تفسيرهم للقضايا المطروحة في العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات. ويمكن تصنيف اللغة المستخدمة إلى:

- الفصحى: هي لغة علمية تستعمل في التصريحات و الخطابات و غالبا ما يستخدمها الإعلاميون في طرحهم لمختلف القضايا و الأحداث.

- العامية: وهي اللغة المتداولة بين أفراد الشعب و غالبا ما تستعمل هذه اللغة في الأمثال الشعبية .

- المزيج بين الفصحى والعامية: وهي التكلم باللغة العامية و الفصحى في آن واحد، حيث يستخدم المتحدث كلمة بالفصحى تصاحبها مباشرة كلمة أخرى باللغة العامية.

❖ فئة القوالب الفنية المستخدمة في العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات على القناة التلفزيونية الجزائرية الخاصة بالبلاد تي في:

- قالب الحوار و المقابلة: وهو محادثة بين شخصين أو أكثر من أجل معرفة آرائهم أو استنتاج معلومات حول موضوع معين .

- قالب التحقيق التلفزيوني: ويقصد به التحقيق الواقعي للأحداث و لقاء الأشخاص أصحاب العلاقة و المعاشية الحقيقية للحدث.

❖ فئة أساليب الإقناع المستخدمة في العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات على القناة التلفزيونية الجزائرية الخاصة بالبلاد تي في: هي الفئة التي تكشف عن طرق و وسائل الإقناع التي يعتمد عليها الفاعلون في تحليلهم و تفسيرهم للمواضيع المتناولة في العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات، ويمكن تصنيف هذه الأساليب إلى:

- الاستمالات العقلية: وهي التحليل الموضوعي للقضايا المطروحة في العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات " في قناة البلاد تي في".

- الاستمالات العاطفية: وهي التحليل الذاتي للقضايا المطروحة في العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات " في قناة البلاد تي في".

❖ فئة المدة الزمنية التي استغرقها الفاعلون في العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات على القناة التلفزيونية الجزائرية الخاصة بالبلاد تي في: هي الفئة التي تكشف على الزمن الذي استغرقه القائم بالاتصال و الأشخاص الذين تمت استضافتهم في البرنامج في خلال مناقشتهم للمواضيع التي تعالجها العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات ، حيث أن الفاعلين في البرنامج هم: الإعلامي المقدم، ممثلي المترشحين لرئاسيات ديسمبر 2019. محامين ، أساتذة جامعيون، قضاة سابقون، خبراء في الاقتصاد، إعلاميون ، نشطاء سياسيون رؤساء وأعضاء مجالس، الجمهور .

2: وحدات القياس:

وحدة الكلمة: وهي أصغر وحدة تستخدم في تحليل المضمون، وقد تشير الكلمة إلى معنى رمزي معين، كما قد تتحدد عن طريق بعض المصطلحات والمفاهيم التي تعطيها معنى خاص. وعندما تستخدم الكلمة في تحليل المضمون، فإن الباحث يضع قوائم يسجل فيها تكرارات ورود الكلمة أو الفئة المختارة في شأن المادة موضوع التحليل، وتستخدم الكلمة في التحليل الأدبي والسياسي ومواد الاتصال التعليمي.

وحدة الزمن: وتتمثل في تقسيم المضمون تقسيمات مادية، سواء بالنسبة لمواد الاتصال المرئية مثلا لأعمدة وعدد السطور وعدد الصفحات، أو المسموعة مثل عدد الدقائق التي يستغرقها برنامج معين، أو المرئية المسموعة مثل طول الفيلم ومدة إذاعة برنامج تلفزيوني.¹

عاشرا: مجتمع البحث وعينته

1: مجتمع البحث: يعد مجتمع البحث هو " المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة"²، وباعتبار أننا نحاول دراسة كيفية معالجة برنامج أستوديو الرئاسيات " في قناة البلاد تي في " للحملة الانتخابية 2019 فإن مجتمع البحث في دراستنا هو حلقات برنامج أستوديو الرئاسيات - الذي يعرض في قناة البلاد تي في يوميا على الساعة 21:00 - في خلال الفترة الممتدة من 17 نوفمبر 2019 إلى غاية 9 ديسمبر 2019 والتي تتمثل في 23 يوم أي طيلة أيام الحملة الانتخابية. باعتبار أن تلك الحلقات هي وحدة ممثلة لمجتمع البحث الكلي.

¹ نفس المرجع

² ياسمينة هريدة، البناء الإعلامي للواقع السياسي الجزائري في القنوات التلفزيونية الخاصة : دراسة وصفية مقارنة للنشرات الإخبارية لقنوات الشروق tv و الدزاير tv والخبر tv 2016، مجلة الاتصال والصحافة، العدد 11، 2020 ص 94.

2: العينة: العينة كما عرفها محمد عبد الحميد هي عبارة عن "عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل الباحث معها منهجيا"،¹ ونظرا لصعوبة الحصر الكلي الشامل لمجتمع البحث المكون من حلقات برنامج أستوديو الرئاسيات في الفترة الممتدة من 17 نوفمبر 2019 إلى غاية 09 ديسمبر 2019، وأيضا لعدم إيجاد جميع الحلقات حيث أننا وجدنا 8 حلقات فقط متوفرة على اليوتيوب، وحسب طبيعة الموضوع ضمنا قد طبقنا هذه الدراسة على 5 حلقات من المجتمع الكلي المتاح، وقد قمنا باختيار العينة الغرضية وذلك طبقا للغرض الذي نستهدف تحقيقه في هذه الدراسة حيث رأينا في العينة المختارة صفات محددة يتصف بها المجتمع محل البحث.

¹ عامر إبراهيم قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، دار اليازوري للنشر، ط1، عمان، 1999، ص137

الجدول(1): يمثل المعلومات والبيانات المتعلقة بالعينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات في قناة البلاد تي في

رقم الحلقة	عنوان الحلقة	اسم القناة على اليوتيوب	مدة الحلقة	تاريخ نشرها على اليوتيوب
1	أستوديو الرئاسيات: 2019/11/27	EL BILAD TV officiel	51:35	2019/11/27
2	أستوديو الرئاسيات: 2019/11/28	EL BILAD TV officiel	01:08:21	2019/11/28
3	أستوديو الرئاسيات: 2019/11/30	EL BILAD TV officiel	01:01:09	2019/12/01
4	أستوديو الرئاسيات: تناقش المناظرة التلفزيونية التاريخية بين المترشحين الخمسة	EL BILAD TV officiel	01:23:05	2019/12/07
5	أستوديو الرئاسيات: 2019/12/09	EL BILAD TV officiel	01:22:43	2019/12/10

الحادية عشر: المقاربة النظرية للدراسة

1: الخلفية التاريخية لنظرية تحليل الإطار الإعلامي:

تجد فكرة تشكيل الأطر الإعلامية أصولها في كل من علم النفس وعلم الاجتماع التي ترى أن التعديلات التي تدخل على تعريفات الأحكام تؤدي إلى تغيير فيها، ويربط علم الاجتماع تشكيل الأطر في وسائل الإعلام بالثوابت من القيم و المعتقدات، ومن هنا كانت الفكرة الرئيسية لتشكيل الإطار الإعلامي على أنه تنظيم للأحداث وربطه بسياقات معينة ليكون للنص أو المحتوى معنى معيناً.

وتبلورت نظرية الأطر الإعلامية على يد عالم الاجتماع (Erving Goffman) عام 1974 الذي طور مفهوم البناء الاجتماعي و التفاعل الرمزي من خلال مناقشته لقدرة الأفراد على تكوين مخزون من الخبرات يحرك مدركاتهم و يحثهم على حسن استخدام خبراتهم الشخصية وذلك عن طريق أطر إعلامية مناسبة تضيف على المضمون معنى و مغزى. وحدد بدقة مصطلح الأطر و الإجراءات المتبعة في هذا النوع من التحليل ، وذلك في كتابه "تحليل الأطر "AnalysisFraming".

و أشار (Goffman) في هذا الكتاب إلى أن الإطار هو العمليات التي يقوم بها الإنسان في تصنيف و تنظيم و تفسير الواقع والتي تسهل عملية فهم المعلومات و وضع الأحداث في سياقها.¹

ومثلت فترة الثمانينات من القرن العشرين بداية التشكيل الحقيقي لملامح هذا المدخل النظري الجديد الذي له علاقة قوية بمفاهيم التفاعل الرمزي والواقع الاجتماعي، فقد أفادت دراسات.

¹ سلسبيل كرابي، المعالجة الإعلامية للقضايا السياسية الجزائرية في البرامج التلفزيونية الساخرة على القنوات الخاصة ، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر تخصص السمعى البصري ، كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية جامعة قاصدي مرباح ورقلة . 2018-2019، ص 21.

وإسهامات (Entman) باحثي الأطر الإعلامية تحديدا دراستين أولهما عام 1993 م والتي أظهرت دور الإيديولوجيات و أثرها في عملية التأطير وذلك عندما قارن بين أطر حادثي سقوط طائرتي ركاب كوريا الجنوبية و إيران. و ثانيها عام 2003 م حيث تناول فيها أثر أحداث 11 سبتمبر 2001 م في النظرة للحرب على الإرهاب و قدم نموذجه المعروف باسم الشلال، كما تعد جهود (Scheufele) إضافة لتطور نظرية الأطر الإعلامية خاصة دراسة عام 1999 م التي أبرزت جوانب عملية التأطير كعملية موازية لعملية وضع الأجندة خاصة جانبي وضع الإطار و بنائه.

وتفترض البحوث الخاصة بالأطر الإعلامية فرضا علميا وهو تركيز وسائل الإعلام في رسائلها على جوانب بعينتها في القضية دون غيرها من الجوانب، أي تحديدها لأطر خبرية بعينها.

يؤدي ذلك بدوره إلى وجود معايير مختلفة يستخدمها أفراد الجمهور عندما يفكرون بهذه القضية و يشكلون آرائهم بشأنها، وفي هذا الإطار فإن تأثيرها الأطر الإعلامية على الاتجاهات السياسية للجمهور يتم من خلال مستويين:

المستوى الأول: ويهتم بقياس المحتوى غير الظاهر لوسائل الإعلام، أو ما يعرف بالمحتوى الضمني ويعتبر هذا الأسلوب أن التأطير يقدم وصفا للعملية التي يدرك من خلالها الفرد المعلومات المقدمة وينظمها وفقا لإطاره المرجعي ورؤيته للعالم المحيط.¹

المستوى الثاني: و يهتم بقياس أطر وسائل الإعلام، وهو المستوى المؤثر في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو القضية كوضع الدراسة، حيث أن وسائل الإعلام من خلال تركيزها على جوانب معينة تحدد لنفسها أطر إعلامية تستطيع في النهاية أن تؤثر على تشكيل معايير

¹ نفس المرجع، ص 22.

الجمهور بشأن القضايا، الأمر الذي ينعكس على تحديد آراء و اتجاهات الجماهير نحو القضايا.¹

2: تعريفات الإطار الإعلامي:

2.1: التعريفات الأجنبية:

عرف جامسون وموديجاني أطر وسائل الإعلام بأنها : " تنظيم مركزي للفكرة أو حدود القصة الخبرية لإضفاء معنى تدريجي للأحداث المجردة ، حيث يحدد الإطار مسار الجدل حول جوهر القضية".

وعرف كليتون رودز الإطار الإعلامي بأنه: " أداة سيكولوجية تطرح رؤية أو منظورا بعينه للموضوع، وتوظف البروز بهدف التأثير في الأحكام اللاحقة".

وبين تايلور أن التأطير هو: " العملية التي يمكن من خلالها للأفراد و الجماعات تحديد وتفسير المشكلات الاجتماعية و السياسية والتعبير عنها، وبذلك تصبح السمة الأساسية لعملية التأطير هي التشخيص وذلك بتعريف المشكلات وتحديد المسؤولية تجاهها وأسبابها ، وبهذا يسجل للإطار ميزة أساسية وهي إشارته للتأطير كعملية تفاعلية".²

2:2: التعريفات العربية:

عرف حسن مكاي و ليلي السيد الإطار الإعلامي بأنه: " انتقاء متعمد لبعض جوانب الحدث أو القضية، وجعلها أكثر بروزا في النص الإعلامي، واستخدام أسلوب محدد في توظيف المشكلة، وتحديد أسبابها، و تقييم أبعادها، وطرح حلول مقترحة بشأنها".

¹ نفس المرجع، ص 23.

² رجاء يونس سليمان أبو مزيد، الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو قضية المصالحة الفلسطينية، رسالة ماجستير في تخصص الصحافة ، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية بغزة ، 2013، ص 46.

وبين محمد إسماعيل أن المقصود بالإطار أو التأطير : " الاختيار و التركيز و استخدام عناصر معينة في النص الإعلامي لبناء حجة أو برهان على المشكلات و مسبباتها و تقويمها و حلها ".

وأوضحت جيلان شرف أنه: " يقصد بالأطر أحد أدوات الخطاب السياسي التي تعادل أطر وسائل الإعلام كالبناءات المنطقية وكذلك الأطر الفردية ".

وتعرف شاهيناز محسن الإطار الإعلامي بأنه: " عملية إضفاء المعنى على التقارير والقصص الخبرية التي تتم من خلال طريقة معينة في عرض المعلومات وتنظيمها بحيث يتم إبراز بعضها ، وإخفاء بعضها الآخر، ومن خلال الاعتماد على نوع معين من المصادر في تغطية الحدث وقد يتم إضفاء المعنى من خلال الكلمات و الرموز التي توظفها المعالجة الخبرية في توظيف الحدث ".¹

واستندنا في هذه الدراسة على نظرية تحليل الأطر الإعلامية لتحليل مضامين البرامج السياسية (برنامج أستوديو الرئاسيات) عبر القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة (قناة البلاد تي في) في تناوله لقضية الحملة الانتخابية لرئاسيات ديسمبر 2019، وتحديد الضيوف الفاعلين في البرنامج، والتعرف على موقف الإعلامي المقدم لبرنامج أستوديو الرئاسيات في تناوله لقضية الحملة الانتخابية، إلى جانب التعرف على أحداث الحملة الانتخابية و كيفية سيرها، و التعرف على كيفية معالجة برنامج أستوديو الرئاسيات " في قناة البلاد تي في " لها.

¹ نفس المرجع، ص 47.

الثانية عشر: الإطار الزمني والمكاني للدراسة

1: الإطار الزمني للدراسة:

تشمل كل المدة الزمنية التي استغرقتها في انجاز هذه الدراسة بجانبها (النظري والتطبيقي) ما يقارب ستة أشهر، حيث بدأنا بإنجاز هذه الدراسة مع بداية شهر مارس 2020.

الجانب النظري: من بداية اختيار الموضوع الذي كان في شهر مارس 2020 إلى غاية 12 أوت 2020.

الجانب الثاني التطبيقي: انطلقنا فيه من منتصف شهر أوت 2020 إلى غاية 30 سبتمبر 2020.

2: الإطار المكاني للدراسة: تتمثل الحدود المكانية لهذه الدراسة في القناة التلفزيونية الإخبارية الجزائرية الخاصة " البلاد تي في " هي قناة إخبارية جزائرية شرعت في البث رسميا يوم 19 مارس 2014، اشتهرت بالبرامج الحوارية والتحقيقات الحصرية و برامج رياضية و ثقافية و اجتماعية و ترفيهية عديدة، كما أنها تقدم نشرات إخبارية على رأس كل ساعة ، مديرها العام هو السيد يوسف جمعة ومقرها 52 شارع ديدوش مراد بالعاصمة.¹

¹ قناة البلاد، متوفر على الرابط:

https://ar.m.wikipedia.org/wiki/%D9%82%D9%86%D8%A7%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8

[A8%D9%84%D8%A7%D8%AF](https://ar.m.wikipedia.org/wiki/%D9%82%D9%86%D8%A7%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8) تمت زيارة الموقع يوم 24 أوت 2020 على الساعة 14:45

الثالثة عشر: صعوبات الدراسة:

لقد واجهنا بعض الصعوبات في انجاز هذه الدراسة وكان أبرزها صعوبة العثور على المصادر والمراجع بسبب غلق المكتبات والمؤسسات التعليمية التي تحمل مختلف الكتب المتعلقة بمتغيرات موضوعنا هذا الحملة الانتخابية والقنوات التلفزيونية الخاصة وكان السبب وراء غلق تلك المكتبات هو انتشار وباء كورونا كوفيد 19 الذي طغى على دول العالم . حيث رأينا ان الدراسات السابقة هي الملجأ الأقرب لنا وذلك من خلال الاستعانة بالمراجع والكتب الإلكترونية التي استخدمها زملاءنا الباحثون في تلك الدراسات التي تتناول الجوانب والمتغيرات المتعلقة بموضوع بحثنا هذا، كما تلقينا مساعدات من بعض الأساتذة في قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة عمار ثليجي بالأغواط حيث زدونا ببعض المراجع التي استخدمناها في دراستنا الحالية.

الاطار النظري

الفصل الثاني

الحملة الانتخابية للرئاسيات
ومعالجة الصحافة الجزائرية
الخاصة لها

الفصل الثاني: الحملات الانتخابية للرئاسيات ومعالجة الصحافة الجزائرية الخاصة لها

تمهيد

تبرز أهمية وسائل الإعلام دور كبير في إعلام المواطنين بشأن الأحزاب السياسية المتنافسة. وبرامجها، والمرشحين، والإسهام في تشكيل الرأي العام لدى الناخبين. وقد يشتمل ذلك على مواد تثقيف وتوعية للناخبين يتم تقديمها من جانب الهيئة الإدارية للانتخابات، أو قيام وسائل الإعلام بإنتاج مواد التوعية للناخبين من جانبها، كبديل أو متمم لأنشطة التوعية من جانب الهيئة الإدارية للانتخابات.

والهدف العام من التغطية الإعلامية خلال الحملات الانتخابية في الديمقراطيات يتمثل في التقرير والإعلام والنشر بصورة نزيهة ومحيدة. ومن الهام للغاية في البداية ضمان حق كل حزب أو مرشح للاتصال مع وسائل الإعلام، وخاصة الإذاعة والتلفزيون، حيث أن معظم الناخبين يتلقون معلوماتهم بشأن السياسات عن طريق وسائل الإعلام.

المبحث الأول: الحملات الانتخابية للرئاسيات

المطلب الأول: مفهوم الحملة الانتخابية

لتحديد مفهوم الحملة الانتخابية يجب الإشارة إلى أن لفظ الحملة الإعلامية يكشف بشقيه عن تميز الحملة الانتخابية عن باقي الحملات الإعلامية الأخرى التي تعطي الأوجه والمجالات المختلفة لذلك نرى أنه من الأولويات توجيه قدر من الاهتمام إلى تحديد المقصود بلفظ الحملة في مفهومها اللغوي المجرد تمهيدا لإعطاء الحملة الانتخابية مفهوما دقيقا.

1: في المعنى اللغوي:

جاء في لسان العرب لابن منظور "حمل عليه في الحرب حملة ، وحمل عليه حملة منكرة وشد شدة منكرة وحملت على بني فلان إذ أرشت بهم ، وحمل على نفسه في السير أي أجهدا فيه " . "وحمله على أمر حملا فانحمل ، أغراه به " . "وتحامل في الأمر وتكلفه على مشقة وإعياء " . "وتحامل عليه : أي حملة مالا يطيق"¹.

2: المعنى الاصطلاحي للحملة الانتخابية:

تشير الحملة الانتخابية في المعنى الاصطلاحي إلى الفترة التي تسبق موعد الانتخابات المحدد رسميا وقانونيا بموجب قانون الانتخابات، والتي يتقدم المرشحون خلالها بعرض برامجهم على الناخبين، وقد لجأ المشرع ومعه السلطات التنظيمية والتنفيذية والقضائية.²

¹ ابن منظور، لسان العرب، الجزء الأول، دار صادر، بيروت ، ص784.

² عبدالله جعفوري ، للتسويق السياسي وادرات الحملات الانتخابية في الجزائر ، دراسة حالة الانتخابات التشريعية 10ماي 2012 ، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في علوم السياسية و العلاقات الدولية ، تخصص دراسات سياسية مقارنة، كلية العلوم السياسية والعلاقات الدولية ، جامعة الجزائر 03 ، 2014/2013 ، ص74

الفصل الثاني: الحملات الانتخابية للرئاسيات ومعالجة الصحافة الجزائرية الخاصة لها

يهدف تأمين مبدأ المساواة بين المواطنين وضبط وسائل الدعاية إلى حصر المعركة الانتخابية في شبكة ضيقة من القواعد القانونية.

ويفرض مبدأ المساواة أن تؤمن الدولة لجميع المرشحين التسهيلات ذاتها من أجل حملاتهم الانتخابية وان تحول دون تجاوز أحد الأطراف إلى استعمال امتيازات (المال وسائل الإعلام العامة...) للتأثير على المشروع وغير المتكافئ على الناخبين.

الحملة الانتخابية هي الأنسجة الاتصالية السياسية والمنظمة الخاصة للمتابعة والتقييم. يمارسها المرشح أو حزب بصدد حالة انتخابية معينة ، وتمتد لمدة زمنية محددة تسبق موعد الانتخابات، بهدف تحقيق الفوز بأكثر عدد من الأصوات باستخدام وسائل الاتصال المختلفة وأساليب استمالة مؤثرة تستهدف جمهور الناخبين.

كما يعرفها " دنيس ماكويل Denis Maquail " بأنها جهود اتصالية تمتد الى مدة زمنية. تستند إلى سلوك مؤسسي أو جمعي يكون متوافق مع المعايير والقيم السائدة فيه بهدف توجيه وتدعيم وتحفيز اتجاهات الجمهور نحو أهداف مقبولة اجتماعيا مثل التصويت.

كما تعرف الحملة الانتخابية بأنها كافة أشكال الأعمال والأنشطة والأساليب المستخدمة من جانب المرشحين منذ الآن فتح باب الترشح وحتى إجراء الانتخابات من أجل التأثير في الناخبين وكسب أصواتهم.

ومنه يمكن تعريف الحملة الانتخابية بأنها العملية الدعائية المنظمة والمستمرة والمخططة بعناية فائقة من المرشح نفسه أو الحزب أو الكيان السياسي لاستخدام كافة الإمكانيات ووسائل الإعلام المتاحة والأساليب الإقناعية المختلفة لإيصال رسالة معينة إلى الجمهور المستهدف (الناخبين)، والتأثير على عملية التصويت لصالح المرشح أو اللائحة التي يمثلها.¹

¹ نفس المرجع، ص 76.

الفصل الثاني: الحملات الانتخابية للرئاسيات ومعالجة الصحافة الجزائرية الخاصة لها

المطلب الثاني: خصائص الحملة الانتخابية

تتميز الحملات الانتخابية عن غيرها من الحملات الإعلامية بمجموعة من الخصائص أهمها أنها:

- ذات أهداف سياسية: هو ذلك العلم الذي يدرس مجموعة الأنشطة والفعاليات التي يزاولها القائمون بالعملية الاتصالية من اجل تحقيق أهداف سياسية تحكّمهم على المستوى الذاتي مثل الزعماء السياسيين والقادة الحربيين و البرلمانين ينصب جوهر الاتصال السياسي على إحداث التأثير وتغيير الآراء و القناعات ، لدى الجمهور المستقبل باتجاه محدود هو ما يريده القائم بالعملية الاتصالية.

وتكون هذه الأهداف مرتبطة بأهداف الحزب السياسي أو المرشح، الذي يسعى في النهاية إلى تحقيق الفوز في الانتخابات بحصده الأكبر عدد من أصوات الناخبين. وتجدر الإشارة إلى أن الهدف قد يكون محاولة التأثير في نفوس الجماهير و التحكم بسلوكهم، أو النشر للآراء ووجهات النظر التي تؤثر في الأفكار أو السلوكات أو كليهما معا.¹

- تستخدم كافة وسائل الاتصال: تعتمد الحالات الانتخابية الناجحة على وسائل الإعلام الجماهيري والاتصال الشخصي، كما أن انتشار وسائل الاتصال الجماهيري ومدى فاعليتها وتأثيرها يتوقف إلى حد كبير على المستوى الثقافي والتعليمي في المجتمع، أما في ما يخص الدول النامية فان وسائل الاتصال الجماهيري تأتي بعد الاتصال الشخصي، ولذلك تلعب وسائل الاتصال الجماهيري دورا فعالا في الدول المتقدمة في الانتخابات البرلمانية و الرئاسية وهي جزء جوهري في العملية السياسية بل أنها تسهم في فوز مرشح وخسارة آخر.²

¹ محمد بوطرفاس، الحملات الانتخابية ، دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري والتشريع الفرنسي ، أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم السياسية ، كلية الحقوق و العلوم السياسية ، جامعة منتوري ، قسنطينة 2010/2011 ، ص105.

² علي عوجة ،العلاقات العامة والصورة الذهنية، عالم الكتب ، القاهرة، ط1، 1993، ص115.

الفصل الثاني: الحملات الانتخابية للرئاسيات ومعالجة الصحافة الجزائرية الخاصة لها

كثيفة التغطية: يكثف جمهور الحملة الانتخابية خلال المدة الزمنية المحددة قانونيا وتستخدم كافة الوسائل والأساليب بهدف الحصول على أصوات الناخبين واستمالة آرائهم، لذلك يجب ان تقتصر الحملة الانتخابية على عدد قليل من الأفكار وان تكرر دون وهن فالجماهير لا تتذكر حتى عدد قليل من الأفكار إذا لم تتكرر على مسامعها مئات المرات، وعليه يجب إغراق الجمهور بأفكار وأراء المترشح أو الحزب من أجل الفوز بأصواتهم، لهذا من خصائص الحملة الانتخابية الاعتماد على كثافة التغطية أي محاولة الوصول إلى عدد كبير من جمهور الناخبين من اجل التأثير فيهم وتغيير أفكارهم وجعلهم يؤمنون بفكرة ما أو حقيقة معينة أو تأييد مذهب معين.

ذات إدارة منظمة: يعتمد العمل الدعائي على التخطيط والتنظيم المحكم من اجل تحقيق الهدف والفوز بالانتخابات ويلزم لذلك جمع المعلومات والبيانات لمضمون النشاط الدعائي وإمكانية رسم إستراتيجية سليمة، وأن تتعلق هذه البيانات على سبيل المثال بالجمهور وفئاته المختلفة وتقسيماته ونوع الأفكار السائدة فيه والمستوى التعليمي الثقافي، والتكوين الاجتماعي والحضاري والسيكولوجي له، لأنه كفاءة اجتماعية لها مشاكلها الخاصة وطريقتها الخاصة في فهم القضايا العامة.

ذات مدة زمنية محددة: تبدأ الحملة الانتخابية عادة قبل يوم الانتخاب بمدة معينة يحددها القانون على أن تكون تلك المدة كافية لكل من الناخب والمرشح للتفكير وتكوين قناعاته الانتخابية وإعطاء صوته للمرشح الذي يستحقه، وتجدر الإشارة إلى أن الحكومة تلجا إلى تقليص مدة الحملة الانتخابية لا تعطي الفرصة للمعارضة لتنظيم حقوقها وممارسة أنشطتها الدعائية.¹

وقد حدد المشرع الجزائري من خلال المادة 172 من المتعلق بالانتخابات مدة الحملة الانتخابية ب(21) يوما قبل الاقتراع، و إذا جرب دورة ثانية للاقتراع فان الحملة الانتخابية مفتوحة قبل اثني عشر (12) يوما من تاريخ الاقتراع.²

¹ محمد بوطرفاس، مرجع سابق، ص 106-107.

² المادة 172 من امر رقم 07/97 بتاريخ 6 مارس 1997 م المتضمن : القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات.

الفصل الثاني: الحملات الانتخابية للرئاسيات ومعالجة الصحافة الجزائرية الخاصة لها

المطلب الثالث: عوامل نجاح الحملات الانتخابية أو فشلها

تبرز فاعلية الحملة الانتخابية في استخدام وسائل وأساليب تخدم أهدافها بما يساعد على التأثير في جماهيرها، ورغم أن الوسائل والأساليب تمثل عاملا رئيسيا ومؤثرا في نجاح الحملات الانتخابية أو فشلها إلا أنه هناك عوامل أخرى تتحكم في نجاحها .

تتعدد عوامل نجاح الحملة الانتخابية وعوامل فشلها لتشمل نقاطا أخرى منها:

- الإعداد المسبق للحملة عن طريق القيام بكافة الدراسات الأولية اللازمة لبناء قاعدة معلومات عن الحملة الانتخابية من حيث ظروفها الاجتماعية والاقتصادية والسياسية، واحتياجاتها الفعلية ومشاكلها وقادة الرأي والشخصيات المؤثرة و المرشحين السابقين وبرامجهم الانتخابية وكافة المعلومات الضرورية للتخطيط العلمي للحملات الانتخابية.
- تحديد وحشد كافة الإمكانيات المتاحة للمرشحين وحسن الاستفادة منها.
- الالتزام بالموضوعية في الفهم، وفي تحليل وعرض المعلومات والبيانات حتى يمكن الاستفادة منها دون تحيز.¹

أما عن عوامل فشل الحملات الانتخابية فتظهر في النقاط التالية :

- عدم الاهتمام بالدراسة المسبقة عن المقاطعة الانتخابية والحملات السابقة .
- قلة البيانات والمعلومات الصحيحة المتاحة .
- عدم الاستعانة بالخبراء، والأخصائيين في التخطيط للحملات الانتخابية.
- عدم وضوح الرؤية بالنسبة للشعار والرسالة الانتخابية والقضايا الأساسية بالبرامج الانتخابية.

¹ شيماء معاوي ، دور الحملات الانتخابية في التنشئة السياسية ، دراسة استطلاعية على عينة من طلبة جامعة محمد خيضر - بسكرة ، مذكرة مكملة لنيل الماستر في علوم الاعلام و الاتصال تخصص: اتصال و علاقات عامة ، قسم العلوم الإنسانية. 2014/2013 ، ص 121.

الفصل الثاني: الحملات الانتخابية للرئاسيات ومعالجة الصحافة الجزائرية الخاصة لها

- الابتعاد عن الموضوعية والاتجاه نحو الاسراف في الوعود والتوقعات دون أساس علمي ودون القدرة على التنفيذ.
 - عدم تقويم نتائج الحملات الانتخابية وعدم الاستفادة من أخطاء الحملات السابقة للآخرين.
 - عدم التعاون بين المرشحين والأحزاب والتيارات السياسية المختلفة لتنمية الوعي بالمشاركة السياسية لدى الموظفين غير المشاركين أصلا في عملية الانتخابات.
- يبقى نجاح الحملات الانتخابية أو فشلها مرهونا بعدة عوامل، تتراوح أهميتها من مجال لآخر. لذا على القائم بالحملات الانتخابية أن يراعي هذه العوامل لتجنب ما من شأنه أن يؤدي إلى فشل الحملة.¹

¹ نفس المرجع، ص 122.

الفصل الثاني: الحملات الانتخابية للرئاسيات ومعالجة الصحافة الجزائرية الخاصة لها

المبحث الثاني: معالجة الصحافة الجزائرية الخاصة للحملات الانتخابية للرئاسيات

المطلب الأول: معالجة الصحافة الجزائرية الخاصة للحملة الانتخابية لرئاسيات 2009

1: ماهية الصحافة الجزائرية الخاصة:

هي تناول الصحفي لموضوعات معينة من خلال مضمون الرسالة الخاصة بهذه الموضوعات وطريقة تناول وعرض الرسالة من حيث محتواه وأيضاً الشكل إلي تظهر به هذه الرسالة على صفحات الصحف.¹

ويعتبر اغلب الباحثون في مجال الإعلام أن المعالجة الصحافية للأحداث، وعملية تحويلها إلى نصوص تعطي صورة واضحة عن توجه أي صحيفة ما، كما أنها تبين خطها السياسي أو الأيديولوجي، خاصة وان الأنواع الصحفية تحمل ضمن شكلها بعض من التوضيح عم مضمونها، والعلاقة بين الشكل والمضمون كما أصبح معروف هي علاقة عضوية لا يمكن فصلها إلا لغايات دراسية.² يعرفها "فرنسيس بال" بقوله: هي نوع من الصحف التي تمتلك خصائص مميزة تختلف عن بعضها البعض في المضمون والاتجاه السياسي، وتكون ملكيتها شخصية سواء في بدئ شخص واحد او جماعة حسب قانون كل بلد، حيث تقصد المعالجة الإعلامية في بحثها هذا باعتبارها الطريقة التي توّطر بها مجموع المضامين التي لها علاقة بقضايا الحملات الانتخابية في الجزائر، من حيث الشكل والمضمون والتي من شأنها تعزيز ودعم الحملة الانتخابية في المجتمع حسب طريقة عرضها وتناولها لهذه الحملات.³

¹ حيد ميخائيل رمزي، تطور الخبر في الصحافة المصرية، الهيئة المصرية العامة، القاهرة، 1985، ص 117.

² أحمد حمدي، دراسات في الصحافة الجزائرية، دار الهومة للنشر، الجزائر، 2000، ص 33.

³ محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، المجلد الخامس، دار الفجر للنشر، القاهرة، 2004، ص 326.

الفصل الثاني: الحملات الانتخابية للرئاسيات ومعالجة الصحافة الجزائرية الخاصة لها

2: ظهور الصحافة الجزائرية في الجزائر:

إن نشأة الصحافة الجزائرية الخاصة ليست وليدة مرحلة ما بعد 1988م أو قانون 1990م وإنما هي تعود إلى الفترة الاستعمارية إذ اتصفت من خلال خطها الافتتاحي ووسائلها تخلف الوجود الاستعماري وصالحه في الجزائر ونظرا للدور الذي تلعبه هذه الصحافة فقد قامت السلطات الاستعمارية بتجميد هذه الصحافة وتكريس نوع آخر منها يكون مغايرا تماما لفترة ما بعد الاستقلال إما صحافة حزبية تابعة لحزب سياسي من الذين كانوا ينشطون في تلك الفترة مثل صحف المنارة المغرب العربي، صوت الجزائر، صوت الشعب التابعة لحزب الانتصار للحريات الديمقراطية MTLD وصحيفة LIBERTE والجزائر الجديدة التابعة للحزب الشيوعي الجزائري. وكذلك صحيفتي المساواة والوطن اللتان كانتا تنصدران عن حزب الاتحاد الديمقراطي للبيان الجزائري، إضافة إلى صحف الأمة، الشعب، وصوت الأحرار التابعة لحزب نجم شمال إفريقيا.¹

وبعد الاستقلال حرصت الجزائر على تطبيق بنود اتفاقية " أفيان " وبهذا يسمح ببقاء اليوميات الفرنسية، والإبقاء على الوضع القانوني الذي كان سائدا في عهد الاستعمار، وهو القانون الليبرالي للصحافة ولم يدم هذا الوضع كثيرا إن عرفت الساحة السياسية تحولا جذريا في المنهج الليبرالي حيث تقرر تعميم كل الجرائد الموروثة عن الاستعمار باستثناء جريدة AlgérieRépublique التي لم يشملها قرار التعميم وبقيت هذه الجريدة خاصة بملكها جزائريون لا علاقة لهم بالحكومة ما عدا موقفهم الماركسي اليساري المؤيد.²

ولكن يتسنى للحكومة مراقبة هذه الجريدة وما إن تم تأسيسها تقدمت الحكومة بمشروع تقضي بدمجها مع جريدة LE PEUPLE وإهدار جريدة المجاهد إلا أن انقلاب 19 جوان 1965م عجل

¹ نصيرة السبببات، التناول الإعلامي للوثام المدني، دراسة حالة لصحيفة الخبر 2000/1990، رسالة ماجستير، معهد علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2003، ص92

² نصر الدين العياضي، الخبر الصحفي في الجرائد اليومية الجزائرية باللغة العربية 1991/1965، دراسة لنيل درجة دكتوراه، معهد علوم الإعلام والاتصال بالجزائر، 1995، ص191.

الفصل الثاني: الحملات الانتخابية للرئاسيات ومعالجة الصحافة الجزائرية الخاصة لها

بزوال الجريدة ومع زوالها انتهى عهد الصحافة الخاصة لتلك الفترة وبقيت الحكومة تهيمن على الصحافة المكتوبة في الجزائر إلى غاية أكتوبر 1988م التي سمحت بإحداث تغييرات هامة في كل المجالات السياسية والاقتصادية والإعلامية، إذ جاء دستور 23 ديسمبر 1989م الذي أجاز التعددية السياسية والإعلامية وفق المادة 39 التي نصت على إن حرية التعبير وإنشاء الجمعيات والتجمعات مضمونة للمواطن، إضافة إلى المادة 40 التي تنص على حق إنشاء جمعيات ذات طابع سياسي معترف به ولا يمكن التذرع بهذا الحق لضرب الحريات الأساسية والوحدة الوطنية والسلامة الترابية واستقلال البلاد وسيادة الشعب لتصنع هذه المادة حدا لاحتكار السلطة منذ 1962.¹ لمبدأ الديمقراطية كما تعبر المادة 36 مادة أساسية في الدستور إذ نصت على أن حرية الابتكار الفني والفكري مضمون للمواطن وإن حقوق المؤلف يحميها القانون ولا يجوز حجز أي مطبوع أو تسجيل أو أي وسيلة أخرى من وسائل التبليغ والإعلام إلا بمقتضى أمر قضائي.²

إن قانون الإعلام لسنة 1990 جاء من أجل إعطاء حرية أكثر لممارسة مهنة الصحافة ولتحقيق مبدأ الحق في الإعلام، فبفضله عرفت الصحافة تطورا ملحوظا أدى إلى ظهور العديد من الصحف الخاصة، التي عرفت استقلالا عن السلطة السياسية رغم المضايقات والمراقبة أحيانا.³

فبالرغم من كل تلك المضايقات والمشاكل إلا أن الصحافة الخاصة كانت تمضي قدما في سبيل تحرير الصحافة الخاصة من قبضة السلطة ومن كل المضايقات الأمنية والاقتصادية. وهذا ما يشهد له الجميع من خلال ما حققته عدة صحف وطنية في الميدان ضاربة عرض الحائط كل العقبات المحيطة بها وخبر دليل عن ذلك صحيفة الخبر وصل عدد سحبها عام 1999 أكثر من 304030 نسخة يوميا، وكذا جريدة الوطن AL WATAN التي بلغ عدد سحبها في نفس السنة

¹ نفس المرجع، ص 193.

² زهير إحدان، الصحافة الجزائرية قبل الاستقلال، ج 4، الموسوعة الصحفية العربية، تونس، 1975، ص 79.

³ جميلة قادم، الصحافة المستقلة بين السلطة والإرهاب 2000/1990، دراسة مسحية على عينة من الصحافيين الجزائريين رسالة لنيل شهادة الماجستير، معهد علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 2003، ص 30

الفصل الثاني: الحملات الانتخابية للرئاسيات ومعالجة الصحافة الجزائرية الخاصة لها

إلى 103335 نسخة يوميا، وهو عدد لا بأس به إذا ما قارناها بسحب الصحف اليومية التابعة للقطاع العام مثل جريدة لشعب التي كانت تسحب في نفس سنة 1999 حوالي 14243 نسخة يوميا، وجريدة المجاهد التي وصل سحبها كذا لك في نفس السنة إلى حوالي 17771 نسخة يوميا.¹

3: تطور الصحافة الجزائرية الخاصة في ظل الحملات الانتخابية:

يعبر عن السياسة الإعلامية بأنها مجموعة الإجراءات التي يستخدمها النظام السياسي لتنظيم عمليات الاتصال وتفاعلاتها في الهيكل والجسد الاجتماعي، فهي التلخيص النوعي المجسد للواقع بصراعاته وتناقضاته وسياقه التاريخي مستخدما وسائل الاعلام كوسائط للتعبير والتوجيه والضبط الاجتماعي وقد مرت الصحافة الخاصة في الجزائر بعدة مراحل من الاستقلال الى يومنا هذا، ان هذا المستوى من العمليات الاتصالية قد بدا في الستينات من القرن الماضي عندما استخدمت الصحافة اثناء الحملات الانتخابية، بعدما اكتشف القائمون على الاعلام واهمية الصحافة الخاصة كوسيلة إعلامية سياسية، وتعد هذه الوسيلة من اقوى الوسائل في التوجه السياسي لمالها من قدرة مؤثرة في الجمهور فهو يلعب دورا فعالا في صناعة القرار السياسي ويلاحظ من هذه الوسيلة انها تستخدم في ساحة السباق الانتخابي بين المترشحين السياسيين لذلك نجد هؤلاء المترشحين يبذلون أموالا طائلة في الإعلان التلفزيوني من اجل التأثير في الناخبين ومن ثمة كسب اصواتهم.²

ويشكل الفاعلون السياسيون اهم عناصر العملية الاتصالية السياسية ويعرفهم البعض على انهم أولئك الافراد الذين يطمحون من خلال وسائل مؤسسية او تنظيمية الى التأثير على عملية صنع القرارات، حيث يحاولون احراز قوة سياسية للتأثير على عملية الاتصال السياسي في الجزائر يمكن

¹ نفس المرجع، ص30

² محمد سعود البشير، مقدمة في الاتصال السياسي، مكتبة العكيان، المملكة العربية السعودية، 1997، ص105

الفصل الثاني: الحملات الانتخابية للرئاسيات ومعالجة الصحافة الجزائرية الخاصة لها

توقع توجهات أساسية نحو الاقتصاد الحر لدى بعض الأحزاب بناء على سياسة الدولة وبرامجها المسطرة بينما يميل حزب آخر إلى تبني سياسات أكثر ميلا للعدالة الاجتماعية.

وتحقيق الاشتراكية و تنعكس مثل هذه التوجهات بشكل واضح على الصحف الوطنية من خلال الخطابات السياسية لأعضاء الأحزاب والشخصيات والقيادات من خلال وسائل الاتصال الجماهيري أو الندوات والدوريات المختلفة التي تصدر من جهات معينة تتقاعل ونشاط الحزب معبرة بذلك على شكل الاتصال السياسي منها الحملات السياسية وهي في الحقيقة عملية التسويق في الميدان الاقتصادي وذلك بأهمية اختبارات المستهلك للمنتج السياسي بمعنى: أهمية اختبارات المواطن بين ما تطرحه الأحزاب والتنظيمات السياسية هنا لا تقاس بما تحققه من أرباح مادية وإنما بما تحققه من عضوية ورواج لما تتبناه.¹

وقد شهدت الدولة الجزائرية العديد من الحملات الانتخابية الرئاسية من بينها الحملة الانتخابية الرئاسية لسنة 2009 ومعظم هذه الحملات ركزت وبشكل كبير على الأساليب التقليدية، إلا أنه في الآونة الأخيرة ظهر بداية اهتمام بالأسلوب العلمي لإدارة الحملات الانتخابية في الجزائر.

4: دور الصحافة الجزائرية الخاصة في ظل الانتخابات سنة 2009:

يعتبر موضوع الانتخابات من المواضيع الشائكة والمعقدة نظرا لأهميتها ودورها في إرساء وترسيخ الديمقراطية الحديثة وتمكين أغلب المواطنين من ممارسة حقوقهم السياسية والمدنية من خلالها ولذلك اتجهت الأبحاث صوبها محاولة لفهم هذه العملية وتحليل تغيراتها خاصة في ظل ما يعرف بالهندسة الديمقراطية وما يلاحظ أن العملية الانتخابية أحدثت طفرة في العلاقات السياسية

¹ السياسة الإعلامية ، متوفر على الرابط : <http://www.alarabalyaman.net/page.phpnewsib> تمت زيارة الموقع يوم 07 أوت 2020 ، على الساعة 20:01.

الفصل الثاني: الحملات الانتخابية للرئاسيات ومعالجة الصحافة الجزائرية الخاصة لها

"المواطن _ السلطة _ الحزب _ الممثل" والمرجعيات الممارسة للعملية الديمقراطية على اعتبارها من الآليات المرسخة للديمقراطية.¹

ان هذا الدور التزايد للانتخابات رافقه تنامي متسارع لأهمية الانتخابات في الحياة السياسية عامة وفي لعملية الديمقراطية على وجه الخصوص ويزداد الامر تعقيدا عند الحديث على دور الصحافة الجزائرية الخاصة في عملية الحملة الانتخابية، فالحديث على فاعلية الصحافة الخاصة يرتبط بالعديد من المعايير الانتخابية ان كان على المستوى السياسي

"نحو الثقافة السياسية والانتخابية _ النخب السياسي " او على المستوى الدستوري وكل هذه المعايير عي في الحقيقة التي تحدد مستوى الوعي السياسي والمشاركة السياسية عند المواطن.

فمن المجالات الهامة التي تقوم فيها الصحافة الخاصة بدور حيوي في مجال " الحملات الانتخابية" بتوفيرها كم كبير من المعلومات السياسية التي تتدخل في تشكيل أفكارها وبتث معنقدات سياسية بما يتناسب مع أيديولوجية النظام القائم.

وتبرز أهمية الصحافة الخاصة في الحملات الانتخابية من المكانة التي أصبح يحتلها اليوم كقوة او سلطة لما تملكه من تأثير على توجهات الافراد ومواقفهم السياسية الحالية المحددة يعمل الاتصال الجماهيري على الأمد الطويل على تشكيل الأفكار السياسية للفرد فبغض الحقائق قد تنتقل باستخدام عدة أساليب تستطيع ان تغير البناء الاجتماعي

وفي الجزائر لم تلعب الصحافة الخاصة دورا كافيا في هذه العملية الا بعد الانفتاح السياسي والاعلامي الذي شهدته الجزائر منذ وحتى ذلك الوقت كانت الصحافة الخاصة أداة سياسية حكرا عليها تستعملها لتمرير دعايتها وللتعبئة الجماهيرية وعليه ما يمكن الحديث عن الدور الوسيط

¹ غابرييل الموندوباول الابن بنغهام ، السياسة المقارنة ، القاهرة ، مكتبة الوعي العربي، 1966، ص67.

الفصل الثاني: الحملات الانتخابية للرئاسيات ومعالجة الصحافة الجزائرية الخاصة لها

للصحافة الخاصة اذ انها لم تكن مؤهلة للقيام بهذه المهمة في نضام لا يسمح بالعمل خارج اطاره فهي لم تكن تمرر الرسائل من والى السلطة السياسية بقدر ما كانت تقدمها خاما للرأي العام.¹

وهنا تطرح وسيلة الاتصال الجماهيري هذه في الاتصال السياسي من جهة ومن جهة أخرى عملية تنشأ الوعي السياسي وعليه تقوم الصحافة الخاصة في كونها سلطة مضادة تعمل كحارس للديموقراطية والحقوق الخاصة بالإضافة الى تجمع مختلف المطالب والمواقف والآراء المتداولة في أوساط الرأي العام والجماعات الاجتماعية كذلك تكشف الحقائق التي تجري في الساحة السياسية بالإضافة تظهر انزلاقات السلطات الثلاث للرأي العام وعكس ذلك يمكن ان تكون سلطة رابعة ,من جهة أخرى تلعب دور التكوين وتحافظ على استقلالية الرأي العام

ومن خلال هذا الدور نقف عند حملة انتخابية عرفت تطورا ملحوظا في الأساليب والتأثيرات التي طرحتها الصحافة الخاصة وما حققته هذه الحملة الانتخابية في الرأي العام واعي السياسي الا وهي الحملة الانتخابية لرئاسيات سنة 2009 ومن من اهم ما يبرز فيها نذكر :

- اهتمام الصحافة الخاصة في تغطيتها للحملة الانتخابية كحدث متداول وخاصة الصحف التي عطت أولوية لمثل هذه الاحداث.
- استقلال هذه الصحافة من حيث القرار الإعلامي فيما يخص هذه الاحداث بالنخبة السياسية بالدرجة الأولى بالإضافة الى الرأي العام الجزائري.
- اهتمام الصحفي بشكل كبير بهذه الاحداث الإعلامية وكيفية تغطيتها من حيث الوسيلة.
- دور الصحافة الخاصة في صناعة القرار السياسي .
- تجسيد صورة موضحة من خلال الصحافة الجزائرية الخاصة وتقديمها للشعب بسهولة الاختيار.²

¹ نفس المرجع ، ص ص 67-68.

² يوسف تمار، الاتصال و الاعلام السياسي: الثقافة السياسية بين وسائل الاعلام والجمهور ، ط1، دار الكتاب الحديث للتوزيع 2012، ص 51.

الفصل الثاني: الحملات الانتخابية للرئاسيات ومعالجة الصحافة الجزائرية الخاصة لها

المطلب الثاني: المعالجة الإعلامية لقناة النهار للحملة الانتخابية لرئاسيات 2014.

1: ماهية المعالجة الإعلامية:

ان هذه المقدرة التي تمتلكها وسائل الاعلام جعلت منها محط دراسة في كافة المجالات على غرار الصعيد السياسي الذي يظهر التأثير الذي تحدثه المضامين السياسية في المتلقي على مختلف المستويات مما يحيل وسائل الإعلام لعب دور الوسيط بين الحاكم والمحكوم لما في ذلك من ممارسة العملية الأساسية للعلام و المتمثلة في تبليغ الجمهور بقرارات السلطة واخبار الطبقة السياسية، وبالتالي تمكنه من تنمية المتلقي على ما يجري في الساحة السياسية. وبالتالي تمكنه من تنمية الوعي السياسي لديه، وتعتبر وسائل الاعلام وعلى مر الزمن ضمن وسائل الاتصال الاجتماعي التي تدفع في كل مرة الافراد كأعضاء للبناء الاجتماعي الى بناء مفاهيم وتصورات جديدة لهذه الوسائل وتدرجيا حتى اضحى الاعلام احد أهم الأنشطة الاجتماعية.¹

المعنى اللغوي للمعالجة: كلمة معالجة مشتقة من الفعل عالج وبالغة الفرنسية Traitement

فعندما نقول عالج الامر: أصلحه عالج المشكلة. عالجه علاجا ومعالجه يعني زاوله وداواه.

كما تأتي كلمة المعالجة بمعنى الممارسة اذ نقول عالج: أي مارس العمل الذي قد تطرق اليه وعمل به. زاوله. وكل شيء زاولته ومارسته قد عالجته.

اما مفهوم المعالجة اصطلاحا: فهو لا يختلف كثيرا عن التعاريف اللغوية، هناك استخدامات لهذا المصطلح في المعالجة الإعلامية او المعالجة الصحفية.

ويقصد بالمعالجة الصحفية في هذه الحالة العمل الذي زاولته الصحافة الجزائرية في تغطيتها بمختلف الاخبار السياسية والثقافية والاقتصادية، او الطريقة التي يتم من خلالها تناول احبارها او عرض وقائع احداث ويقصد بالمعالجة الصحفية أيضا: محاولة معرفة الصحافة خصائص تناول

¹ صبرينة نيلي وفتيحة مغوار، المعالجة الإعلامية لقانون المالية 2017، دراسة تحليلية لصحيفة الشروق اليومي، مذكرة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم الاعلام والاتصال، جامعة قاصدي مرباح، 2016/2017، ص17.

الفصل الثاني: الحملات الانتخابية للرئاسيات ومعالجة الصحافة الجزائرية الخاصة لها

الصحافة ظاهرة او قضية ما، ويعرفها الحقباني بانها: طريقة عرض المادة الاعلامية. من خلال أربعة مستويات: سرد - حوار - تحليل - تخطيط.

قناة النهار (ENNAHAR TV): قناة النهار الجزائرية هي قناة إخبارية جزائرية تبث برامجها على الأقمار الصناعية الثلاثة النايل سات، اوتيل سات، وبدر 5 حيث بعد نجاح جريدة النهار الجزائرية تقرر انشاء قناة النهار الجزائرية **ENNAHAR TV** للانتقال من الصحافة والاعلام الى المكتوب الى الاعلام السمعي البصري وقد شهدت نجاحا كبير جدا.¹

2: تطور الاعلام وتأثيره على الحملات الانتخابية:

ان تغير الحياة المحيطة بالفرد وظهور تصورات جديدة مغايرة ساعدت في تشكيل مفاهيم أخرى خاصة بها والزمتم على الانسان إيجاد وسيلة مواكبة تطور الحياة المعيشية والزمتم من اجل تتبع سيرورتها والاطلاع المستجدات اول بأول ، فقد اعتبر الاعلام من وسائل للاتباع المعلوماتي للفرد بغض النظر عن تطورها التكنولوجي المتزايد عبر السنوات وبالتالي تطور الوظائف التي تقوم عليها، مما جعل الفرد ككونه جزء من البناء الاجتماعي، لا يستغني عنها زيادة للدور المهم الذي خلقته هذه الوسائل لنفسها من إثبات أهميتها وحضورها الاجباري في مختلف المناسبات لتمكين الفرد من اتخاذ القرار بعد الاطلاع على عدد معتبر من الآراء ووجهات النظر .

مما يدل على قدرة وسائل الاعلام المساهمة في صنع قرار الفرد إزاء موضوع معين او على الأقل اتخاذ موقف اتجاهاه منذ نشأتها المصدر الذي من خلاله يخلق الجمهور مختلف المعلومات والابخار .

ومع التطور التكنولوجي عبر الفترات الزمنية السابقة تزايدت أهميتها ومكانتها لدى الأفراد بحيث عززت من وظائفها الإعلامية في المجتمعات الحديثة وأصبحت لها مكانة بارزة في مختلف الشؤون

¹ المعالجة الإعلامية ، متوفر على الرابط : <http://ar.wikipedia.org/wiki> تمت زيارة الموقع يوم : 19 جوان 2020 على الساعة 15:34.

الفصل الثاني: الحملات الانتخابية للرئاسيات ومعالجة الصحافة الجزائرية الخاصة لها

والقضايا الوطنية والدولية. وبذلك لعبت دوراً مهماً لا يكاد يستغنى عنه في عملية التنشئة الاجتماعية.¹

التأثيرات المعرفية للإعلام في ظل الحملات الانتخابية:

- تعريف المواطنين بحقوقهم السياسية، كما كفلها القانون والدستور لهم.
- تعريف المواطنين بواجباتهم السياسية، كما حددها القانون والدستور لهم.
- تعريف المواطنين بالنظام الانتخابي السائد، وكيفية ممارسة حق الانتخابات المختلفة.
- تعريف الجمهور بمفردات البيئة السياسية المحيطة، وكافة مواقع صناعة القرار في المجالس المنتخبة، على مستوى مجلس الشورى والمجالس الشعبية والنقابات المهنية والمنظمات الغير حكومية وأشكال المساهمة في اتخاذ القرار.²
- تعريف المواطنين بأساليب الممارسة الديمقراطية على مستوى المشاركة في اتخاذ القرار.
- التعبير عن الرأي العام والشخصي للوسائل الشرعية، للتعبير عن ذات النظام السلمي الذي لا يحدث ضرراً باستقرار المجتمع والتعبير عن الراي في وسائل الاعلام، وتكثيف مخاطبة الجهات الحكومية المعنية لحل المشكلات.
- تغيير منظومة القيم التقليدية واستبدالها بمنظومة القيم الحديثة ومعاصرة تساعد على المشاركة الفعالة.

التأثيرات الوجدانية للإعلام في ظل الحملات الانتخابية:

- تشكيل اتجاهات الافراد وآرائهم بشأن النظام الانتخابي المعمول به، وكذلك تشكيل اتجاهاتهم بشأن العملية الانتخابية وأسلوب إرادتها.
- تشكيل الاتجاهات وآراء الأفراد بشأن عملية المشاركة السياسية على كافة الأصعدة والمستويات.
- وفي كل الحالات والمجالات.

¹ وليد عبد الهادي العويمر، دور الإذاعة و التلفاز الأردني في تنمية السياسية، دراسة تحليلية ميدانية ، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية ، جلد 6، العدد 201، ص82.

² ليلي برغوث، الإعلام المرئي والمشاركة السياسية، تحليل سيميولوجي لخطابات الرئيس بوتفليقة عبد العزيز خلال حملة 2009، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة باتنة، 2011، ص ص217.

الفصل الثاني: الحملات الانتخابية للرئاسيات ومعالجة الصحافة الجزائرية الخاصة لها

تشكيل اتجاه وآراء الأفراد حول مخاطر عزوف الأفراد عن المشاركة والآثار السلبية المترتبة على ذلك اقتصاديا وسياسيا واجتماعيا.¹

3.2: وسائل الاعلام في الحملات الانتخابية:

تقدمت وسائل الاعلام بالناخبين في الحملات الانتخابية في العصر الحديث تقدما كبيرا سواء حيث مدى الفاعلية وقلة التكلفة وسهولة الاستخدام.

فالحملات الانتخابية الناجحة تراعي في مخططها ضرورة اختيار وسائل مناسبة لاتصال المترشح بالجمهور فالتعريف على الوسيلة ومعرفة امكانياتها وخصائصها وكيفية استخدامها يعد أحد الجوانب الاستراتيجية التي تهتم مسؤول الدعاية الانتخابية.²

كما يعتبر شكا من اشكال النشاط الإنساني بجوانبه المادية والروحية، ولذلك فقد بات جزءا أساسيا في حياة الافراد فقد أصبحوا مرتبطين به ارتباط وثيقا لما يقدمه من المعلومات والحقائق ساهم في التطور التكنولوجي الذي حول العالم الى قرية صغيرة تختصر الزمن وتعد وسائل الاعلام المختلفة والمتمثلة في التلفزيون، السينما، الصحف لم لها من قوة تأثير كبيرة على المجتمع في مختلف اتجاهات فقد خلقت اتجاهات راي معينة لدى الافراد.

كما يمكن لها في المشاركة السياسية للأفراد من خلال اتاحة المعلومات الكافية التي تؤهل المواطنين من المشاركة واتخاذ القرار بالانتماء للأحزاب السياسيون او التوجهات الفكرية او التصويت بها يدعم النشاط السياسي العام، ويمكن ان تتضح لنا علاقة الحملات الانتخابية بوسائل الاعلام من مستويين داخلي وخارجي.³

¹ نفس المرجع، ص ص 217-218.

² صفوت العالم، دور وسائل الاعلام في مراحل التحول الديمقراطي: مصر نموذجا، مركز الجزيرة للدراسات، 14 مارس 2015، ص 5.

³ نفس المرجع، ص ص 5-6.

الفصل الثاني: الحملات الانتخابية للرئاسيات ومعالجة الصحافة الجزائرية الخاصة لها

المستوى الداخلي:

يتجلى في عمليات الاشهار السياسي للحملة الانتخابية وتعيين صورة الحزب اما الراي العام والتأثير بشكل فعال داخل المجتمع فالأحزاب السياسية وقادتها لا يتوانون في استدعاء وسائل الاعلام ولتغطية نشاطاتهم المختلفة، في مضمون الوسائل الإعلامية اما في حالة ما اذا كانت وسائل الاعلام هي التي تهتم بشؤون الأحزاب وتسعى اليها وتقوم باستدعاء المشاركة في الحصص والمقالات ومناقشة القضايا والمواضيع معها، فان الأحزاب تقوم هنا باستغلال الفرص امامها، للتعبير عن مواقفها والدفاع عن وجهات نظرها بخصوص القضايا المطروحة.

المستوى الخارجي:

يمكن ان تلعب وسائل الاعلام فضلا كما سبق دورا هاما في إيصال ونقل المعلومات في محيط الحزب الداخلي، حيث غالبا ما يتم اعلام المناضلين الأعضاء عن كل القرارات المتخذة من طرف القيادة عبر أجهزة الصحافة، وهذا ما يجعل أعضاء الأحزاب يتعرفون على التغييرات والقرارات الجديدة في الوقت ذاته مع الجمهور العام، وعلى هذا النحو تتعدد وتتنوع وسائل الاعلام التي تستعملها الأحزاب السياسية باختلاف أنماط الاتصال، ولكنه يبقى هو المهم هو القدرة على التحكم في طريقة توظيفها وتمير مختلف الرسائل بفاعلية أكثر.¹

4.2: دور الاعلام (قناة النهار) في الحملات الانتخابية لرئاسيات 2014:

قامت قناة النهار الجزائرية اثناء الحملة الانتخابية لرئاسيات 2014 بدور فعال وساعد للمرشحين خاصة لنشرها برامج المرشحين مثل المترشح عبد العزيز بوتفليقة الذي اكتسح بالأغلبية الساحقة وبعده المترشح عبد العزيز بلعيد عن حزب جبهة المستقبل كما انها قامت بتغطية تجمعات وزيارات التي قام بها بعض المرشحين الاحرار عبر كامل التراب الوطني وتحليل خطاباتهم من بداية الحملة الانتخابية الى نهايتها، كما انها وضعت إشارات خاصة واعلانات للجمعيات واللجان المساندة

¹ سليمة رابحي، الأحزاب السياسية وعميلة الاتصال في الجزائر، دراسة وصفية مقارنة لحزب جبهة التحرير الوطني وحزب العمال، مذكرة ماجستير اقتصاديات تكنولوجيايات مؤسسات الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2018، ص152

الفصل الثاني: الحملات الانتخابية للرئاسيات ومعالجة الصحافة الجزائرية الخاصة لها

للمترشحين خاصة حزب FLN، وكما انها قامت بتذكير المشاهدين عن برامج المترشحين واولقات تدخلاتهم عبر الصحف فالتلفزيون والراديو إضافة الى قيامها بنشر نداءات المترشحين حول أولقات وأماكن التجمعات المقبلة .

وقد اثبتت دراسة قام بها " يوسف تمار " على عينة من مشاهدين قناة النهار اثناء الحملة الانتخابية ان وسائل الاعلام الجزائرية هم مصادر المعلومات لأفراد العينة بمختلف شرائحهم العمرية، واكد هؤلاء ان قناة النهار هي بالنسبة لهم أفضل مصدر للمعلومات، وقد علل بعضهم هذا الاختيار بانها تمتاز بالتنوع والشمولية في الخطاب الخاص بالأخبار السياسية في الجزائر. اما باقي الوسائل كالصحافة والإذاعة فهي أحادية الخطاب التابع للسلطة والدعاية لها.¹ وان قناة النهار بالنسبة لأفراد العينة تتعرف الى مواضيع تتماشى نسبيا واهتمامات المواطن. لان ربط هذا الطرح يتعرض الى الاختلاف عند ربطه بالمتغيرات، اذ ان لديهم مستوى دراسي ابتدئي يرون انا هذه المواضيع لا تتماشى واهتمامات المواطنين، ماعدا ذلك فكل الشرائح العينة تؤكد العكس، حيث شهدت الحملة الانتخابية لرئاسيات 2014 أسلوبا مميزا بالإضافة الى الجو المشحون والتنافس على المنصب السياسي.²

حيث اقبل السياسيون فيها على استعمال وسائل الاعلام وخاصة القنوات التلفزيونية كقناة النهار لتنشيط حملاتهم، واعتبروها مبررا وعاملا أساسيا للفوز واستقطاب العديد من الشباب والماكنات في البيت خاصة الفئة الأخيرة التي تعد غائبا عن السياسة ، ومن خلال الكم الكبير لمعلومات القائم الانتخابية الستة الا انه يبقى التسويق التقليدي لهذه الحملات، قائم على المهرجانات والتجمعات الوطنية، التي شهدتها مختلف ولايات الوطن، وبالرغم من هذه الحملات التي شهدت بعدا سياسيا قويا الا انها لم تتغير الى الإيجابية المطلوبة، فقد شهدت تنوعا في الأسلوب والوسيلة، الا انها لم

¹ عادل جربوعة، الحملة الانتخابية لرئاسيات 2014 في التلفزيون الجزائري: دراسة تحليلية لنشرة الثامنة، مذكرة ماجستير وسائل الاعلام والمجتمع ،جامعة قسنطينة،2017، ص56.

² يوسف تمار ، نظرية أجنده دراسة نقدية على ضوء الحقائق الاجتماعية والثقافية للمجتمع الجزائري، أطروحة دكتوراه في الدولة اعلام واتصال ، جامعة الجزائر، ص251.

الفصل الثاني: الحملات الانتخابية للرئاسيات ومعالجة الصحافة الجزائرية الخاصة لها

تتصف بالجدية المطلوبة، واخذت على عاتقها جانبا من المعاناة والسخرية ولم تصل الى فاعلية في حشد الجماهير والتقرب منها، حيث تم التواصل بين طرفي المعادلة الاتصالية للمترشح او من يمثله من جهة والجمهور من جهة أخرى سواء بشكل مباشر او غير مباشر، لكن ما تم رصده من خلال الشواهد الواقعية أي الاتصال.¹

¹ شيماء معاوي، مرجع سابق، ص 113.

الفصل الثاني: الحملات الانتخابية للرئاسيات ومعالجة الصحافة الجزائرية الخاصة لها

خلاصة الفصل:

تم من خلال هذا الفصل عرض مفاهيم حول الانتخابات و دور الاعلام، حيث تبرز فاعلية الحملة الانتخابية في استخدام عدة وسائل واساليب تخدم اهدافها والتأثير على الجمهور و لذلك يلعب الاعلام دور مهم في انجاح الحملة الانتخابية، فهو يعتبر من احد اهم العوامل نجاحها لأنه الاداة التي يستطيع المنتخبين التقرب الى المواطنين وطرح آرائهم. لذلك على القائم بالحملة الانتخابية ان يراعي هذه العوامل من اجل تجنب ما يؤدي الى فشلها.

الفصل الثالث

القنوات التلفزيونية الجزائرية
الخاصة والبرامج السياسية
التلفزيونية

الفصل الثالث: القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة والبرامج السياسية التلفزيونية

تمهيد:

لا يشك أحد في قدرة وسائل الإعلام الجزائري على التأثير الكبير سواء على صعيد الاتجاهات والممارسات أو في مجال ترتيب الأولويات والاهتمامات، وتعتبر القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة من أكثر الوسائل تأثيرا وذلك باعتبارها حرة ومستقلة تقوم بنقل الأخبار بمنتهى الصدق والشفافية.

والحديث عن القنوات الجزائرية الخاصة يقودنا بالضرورة إلى الحديث عن البرامج التي تقدمها حيث تستخدم كوسيلة إعلامية ذات أهمية كبرى للتأثير على الجماهير، وللبرامج التلفزيونية أنواع منها: الاجتماعية، الثقافية، السياسية... وهذه الأخيرة التي أصبحت ذات أهمية كبيرة في الجزائر باعتبارها أهم وسائل الإعلام في الوقت الراهن. وسنتطرق في هذا الفصل إلى كل من القنوات التلفزيونية الخاصة والبرامج السياسية التلفزيونية التي تقدمها.

المبحث الأول: القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة

المطلب الأول: نشأة القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة و تعريفها

1: نشأة القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة:

لقد شكل القطاع السمعي البصري جزءا مهما من بنية السلطة في الجزائر، و لفترة طويلة كان التعامل مع هذا القطاع يركز على الاحتكار بالدرجة الأولى حيث ظل التلفزيون الجزائري بقنواته الفرعية الواجبة الوحيدة، من دون أن يراعي متطلبات الجمهور أو تنوعه الثقافي والاجتماعي وحتى السياسي، رغم الانتشار المتزايد للقنوات التلفزيونية في العالم.

وما لبث أن تغيير الوضع مع اعلان الدولة عن اصلاحات جديدة تحت ضغط التحولات التي أفرزتها ثورات الربيع العربي، أي لم يبقى للسلطة أي خيار إلا باستكمال متطلبات الديمقراطية من خلال اعلان جملة من الاصلاحات سنة 2011، ومن بينها رفع الاحتكار عن القطاع السمعي البصري كضمان أساسي لحماية حق المواطن في المعرفة والنقاش.

وبالفعل تم انهاء الاحتكار على الاذاعة والتلفزيون من خلال قانون 2012 وبالتحديد من خلال نص المادة 61: « يمارس النشاط السمعي البصري من قبل: هيئات عمومية، مؤسسات وأجهزة القطاع العمومي، المؤسسات أو الشركات التي تخضع للقانون الجزائري.» ولكن تمت إحالة تنظيمه إلى قانون خاص بالسمعي البصري صدر عام 2014م، ومن الناحية القانونية فإن القنوات التلفزيونية الخاصة يطلق عليها " القنوات المرخص لها " وعرفت في المادة 5 من قانون السمعي البصري أنها « تتشكل خدمات الاتصال السمعي البصري المرخص لها من القنوات الموضوعاتية المنشأة من قبل مؤسسات وهيئات وأجهزة القطاع العمومي...¹

¹ أ. رنودة هنوز وأ. د الطاهر اجعيم، القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة والمشاركة السياسية لدى الشباب الجامعي، دراسة ميدانية بولاية سطيف، مجلة البحوث السياسية والادارية، العدد 10 ، ص 193 .

الفصل الثالث: القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة والبرامج السياسية التلفزيونية

أو أشخاص معنويين يخضعون للقانون الجزائري ويمتلك رأس مالها أشخاص طبيعيون أو معنويون يتمتعون بالجنسية الجزائرية» وهي تحت إشراف سلطة ضبط السمعي البصري.

وشهدت الساحة الإعلامية الجزائرية تجارب عديدة للقنوات التلفزيونية، وفي غياب مؤسسات إعلامية متخصصة ذات تجارب سابقة فإن أولى المحاولات في السمعي البصري قامت بها صحف مطبوعة تحولت إلى قنوات تبث برامجها رغم صعوبة الانتقال من المطبوع إلى المرئي.

كانت أولى التجارب لجريدة "النهار الجديد" التي أطلقت قنواتها "النهار تي في" في بدايات 2012 لتتبعها صحف أخرى كالشروق، والبلاد، والأجواء، و وقت الجزائر (دزاير تي في)، و الخبر (KBC)، والمستقبل وغيرها من الصحف التي تسعى للتحويل الى قنوات فضائية .

حيث لم يعد الأمر يحتاج الى إجراءات كثيرة ومعقدة، أو الى ميزانيات طائلة، كما في السابق. فالمدن الإعلامية العربية، كما هو مثال "المدينة الإعلامية الأردنية" او البحرينية وكذلك مدينة دبي للإعلام، توفر خدمة مميزة بتكاليف معقولة ودون إجراءات إدارية معقدة وطويلة، حيث تضمن البث الفضائي على كل من الأقمار: ArabSat Badr و القمر NileSat 103 بمعدل نقل بيانات عال، وذلك مقابل مبلغ لا يتجاوز الـ 30 ألف دولار شهريا. بالإضافة إلى تكاليف إيجار مكتب داخل حرم المدينة الإعلامية لغايات التحكم و المتابعة. ليبق الأمر الآخر هو توفير مقر بالجزائر كـ أستوديو لتسجيل بعض الحصص ونشرات الأخبار لتتحول أي مؤسسة صحفية أو مجموعة صحفيين الى قناة فضائية تخاطب العالم.¹

¹ نفس المرجع ، ص ص 193-194 .

الفصل الثالث: القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة والبرامج السياسية التلفزيونية

2: تعريف القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة:

هي قنوات ذات ملكية خاصة تتبع لأشخاص أو لمؤسسات أو لأحزاب سياسية معينة يتم استئجارها على قمر اصطناعي يستخدم نظام البث المباشر الذي يعتمد على أن تقوم محطة الإرسال الرئيسية بإرسال البرامج المتفق عليها عن طريق مرسلات تستخدم حزم ضوئية إلى هذه القنوات في القمر الصناعي ، وتقوم بدورها بتحويل الإشارة إلى صوت وصورة¹.

هي القنوات التي يأتي رأس مالها كلياً أو معظمه من القطاع الخاص وتكون ملكيتها لرأس المال الغالب .

هي قنوات جزائرية خاصة تم اطلاقها على القمر الصناعي نايل سات تحت تردد 11393 عمودي / 27500 اتلانتيك بيرد 7، انطلق بثها الرسمي ابتداءاً من 5 جويلية 2012 بشبكة برامجية .

هي قنوات فضائية جزائرية المحتوى والتي تقدم مادة إعلامية وبرامج متنوعة موجهة للجمهور الجزائري وطاقت هذه القنوات جزائري وملكيتها تسريها إطاراً جزائرية ويمكن استقبالها عن طريق الأقمار الصناعية².

¹ مريم الداوي و سلمعواريب، واقع القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة من وجهة نظر الصحفيين بمدينة ورقلة، مذكرة ماستر في علوم الاعلام والاتصال، تخصص تكنولوجيا الاتصال الجديدة، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرياح ورقلة، السنة الجامعية 2017-2018، ص 9 .

² شهلة بن رجم وآخرون، مرجع سابق، ص 9-10 .

المطلب الثاني : تصنيفات القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة

ويمكن تصنيف القنوات الجزائرية الخاصة الى:

1: القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة الجامعة أو الشمولية:

عندما ظهرت القنوات التلفزيونية في القطاعين العمومي والخاص كانت كلها قنوات شمولية والقناة الجامعة أو الشمولية هي القناة التي تبث برامج تجمع بين أكثر من مجال اهتمام وتشتمل برمجتها على مواد مختلفة الأغراض والأهداف من إعلام وتثقيف وترفيه. كما هو الحال بالنسبة لقنوات :

النهار تي في : قناة تابعة لصحيفة "النهار الجديد"، يديرها أنيس رحمانى. انطلقت القناة ببثها التجريبي في السادس من مارس 2012 ، واتخذت مقرها الرئيسي في العاصمة الأردنية عمان. وتهتم بالشأن الإخباري والسياسي في الجزائر، وهي صورة مصغرة لمضامين ومحتوى الجريدة. التي تتبنى خطاب السلطة بشكل كامل في برامجها.

الشروق تي في : وهي أيضا امتداد للجريدة الورقية "الشروق" وتبث من الأردن، في حين أن مقرها الرئيسي موجود في الجزائر. كانت انطلاقتها في الذكرى السابعة والخمسين لاندلاع الثورة التحريرية والذكرى الحادية عشر لتأسيس يومية الشروق، فيما بدأ بثها الرسمي 15 مارس 2012 .

دزاير تي في : هي قناة جزائرية مستقلة، انطلق بثها في 8 ماي 2013 مملوكة لرجل الأعمال الجزائري، علي حداد.¹

¹أ. سعيد مراح ود. محمد قارش، الفضائيات الجزائرية الخاصة بين الواقع والتحديات، مجلة الحقيقة، العدد39، جامعة باتنة. تاريخ النشر 16 فيفري 2017،ص351.

الفصل الثالث: القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة والبرامج السياسية التلفزيونية

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

كي بي سي: هي قناة تلفزيونية جزائرية تابعة لمؤسسة الخبر، انطلق بثها التجريبي أواخر شهر ديسمبر 2013¹.

بور تي في: تخضع هذه القناة للقانون الفرنسي، مقرها الرئيسي في العاصمة الفرنسية باريس ومقرا فرعيا بعنابة وتمتلك مكاتب في الجزائر منها في حي "كلارفال" بالجزائر العاصمة وآخر في مدينة تيزيوزو بمنطقة القبائل. القناة مملوكة لرجل الأعمال الجزائري السيد "رضا محيقي" الذي يحوز على 80 بالمائة من أسهمها، فيما تعود ملكية الـ 20 بالمائة المتبقية إلى مسير القناة السيد ناصر كتان، الذي كان في السابق صاحب القناة وتنازل عنها لأسباب مالية. حصلت القناة على رخصة البث لأول مرة في سنة 2001، حيث كانت موجهة للجزائريين المقيمين في فرنسا، تم وسعت نطاق بثها لتكون قناة لجميع المغاربيين المقيمين في أوروبا وشرعت في البث في يوم 1 أبريل 2003. وبعد أن عصفت بها الأزمات المالية لفترات طويلة. انتقلت الملكية إلى المالك الجديد رضا محيقي وشرعت القناة في البث رسميا في حلتها الجديدة بتاريخ 1 أوت 2011 الموافق لـ 1 رمضان 1432 هـ. وغيرهم من القنوات مثل: البلاد تي في، الأجواء، البلاد تي في ... إلخ².

¹ نفس المرجع، ص ص 349-350.

² بور تي في ، متوفر على الرابط:

https://ar.m.wikipedia.org/wiki/%D8%A8%D9%88%D8%B1_%D8%AA%D9%8A_%D9%81%D9%8A

³ 9%8A تمت زيارة الموقع يوم 18 جوان 2020 على الساعة 21:05 .

الفصل الثالث: القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة والبرامج السياسية التلفزيونية

2: القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة المتخصصة في أنماط موضوعاتية محددة:

وهي التي تخلت عن شمولية المضمون والقصد لتختص في مجال برامجي منفرد أو لتتوجه إلى جمهور محدد، إن القناة المتخصصة هي التي تركز اهتمامها على فرع واحد من فروع التخصصات التي يهتم بها نوع الجمهور. كما هو الحال بالنسبة لقنوات:

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

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

قناة سميرة : موجهة للمرأة، انطلق بثها في شهر أوت 2013¹

الجزائر shop: هي قناة جزائرية متخصصة في بث ونشر الإعلانات التجارية، بداية بثها

خلال شهر أكتوبر 2011. وغيرهم من القنوات مثل : قناة الوطن ، والهقار نيوز.... إلخ.²

¹. سعيد مراح و د. محمد قارش، مرجع سابق، ص، ص.151.350.

²الجزائر shop ، متوفر على الرابط :

https://ar.m.wikipedia.org/wiki/%D8%AF%D8%B2%D8%A7%D9%8A%D8%B1_%D8%B4%D9

[%88%D8%A8](#) تمت زيارة الموقع يوم 23 جوان 2020 على الساعة 15:28

المطلب الثالث: ايجابيات وسلبيات القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة

1: ايجابيات القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة :

- الحرية في التعبير عن الرأي فالقنوات الخاصة لا تكون مملوكة للدولة و لا تعتبر عن النظام أو الحكومة، فيستطيع الإعلامي التعبير عن رأيه بكل حرية و شفافية في القضايا المطروحة أمامه فيشعر المشاهد بالحناء و يتشجع على متابعة تلك القناة بل و الاشتراك عن طريق المداخلات الهاتفية فلا يشعر بأن القناة تمثل النظام.

- دعم صاحب القناة لها: فقد يقوم مالك القناة و عادة ما يكون من رجال الأعمال بدعم قنواته الخاصة و شراء المسلسلات و البرامج المميز و هذا يؤدي الي تقدم القناة و تدرجها لتصبح من القنوات الكبيرة التي يتابعها المواطن.¹

- كثرة الإعلاميين المميزين: فتواجد الأموال الوفيرة يستطيع مالك القناة إن يضمن لها الإعلاميين المميزين الذين يدعمون أي قناة يذهبون إليها باسمهم الكبير و المحفور في قلب المتابعين ويكون ذلك عامل كبير لدى المشاهد المتابع لتلك القناة .

- الحصول على معلومات مفيدة عن دول العالم في مختلف القارات.

- الإسهام في تطوير التبادل العلمي و الثقافي.

- إتاحة فرص غير محدودة لجميع الفئات، و في مختلف الأوقات.

- يمكن للدول أن تقدم الخدمات التعليمية في جميع مدارسها من خلال التلفاز .

¹شيماء امحمد مسعود، أثر الفضائيات الجزائرية الخاصة على التوافق الأسري للمرأة الماكثة بالبيت: دراسة ميدانية على عينة من النساء الماكثات بالبيت المتابعات لبرنامج ما وراء الجدران على قناة النهارTV، بمدينة خميس مليانة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال تخصص اتصال ووسائط جديدة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة الجيلاي بونعامة، 2018/2019، ص 58 .

الفصل الثالث: القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة والبرامج السياسية التلفزيونية

إن الفضائيات ماهي إلا وسيلة وان الحكم عليها بطبيعة الاستخدام أو مكانتها فيها تتعلق بالإيجابيات مرونة بطريقة توظيفها لهذه الوسيلة ومن أهم ايجابياتها:

- تداول المزيد من الأشياء وتوسيع رقعة التغطية الحية المهمة للأحداث .
- التوسع في إمكانات الموصلات السلكية واللاسلكية من نطاقها.

2: سلبيات القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة:

أبدى الدكتور "أديب فضور" وجهة اتجاه هذه القنوات الخاصة مبرزاً بعض السلبيات التي حصرها في:

- افتقارها الى امتلاك شخصية مميزة تستجيب للخصومة المحلية ولاهتمامات الجمهور، فقد ولدت هذه القنوات حاملة في ذهنها صورة النموذج الأصلي لبعض القنوات الفضائية الأجنبية وتبذل جل جهدها في تقليدها.
- المبالغة في التركيز على اللوائح والقوانين والبيروقراطية وعدم المرونة وتلك الأمور هي الأسباب الحقيقية في تخلق القنوات وعدم جماهيريتها.
- تبالغ القنوات الفضائية الخاصة في التركيز على الترفيه والتسلية وابتعادها عن القضايا التي تهم المواطن بحجة أن وظائفها للترفيه و التسلية بدرجة أساس.
- انشغال الفرد والأمة على أداء واجباتهم فإدمان مشاهدة الفضائيات التلفزيونية أشد خطراً خاصة على من يعتمد سياسة قتل الوقت و إضاعة العمر.¹

¹ نفس المرجع ، ص 59.

الفصل الثالث: القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة والبرامج السياسية التلفزيونية

- إدخال الكثير من العادات الغربية الي بيوت المسلمين ونقل الأخلاق السيئة المنحرفة إلى مجتمعاتنا خصوصا ما يتعلق بالأزياء والاختلاط وتقليد نمط الحياة.
- التعود على رؤية المنكرات وعدم إنكارها وتعويد الناس على اختلاط الجنسين بلا حدود شرعية وأخلاقية. وابعادهم عن المسؤوليات الأسرية.
- تقليل فرص الاحتكار بين المراهقين و والديهم.
- الإسهام في نشر الرذيلة والإباحية والأمراض النفسية والاجتماعية وسلبيات سلوكية من خلال التركيز على أفلام العنف و الاغراء.¹

المبحث الثاني: البرامج السياسية التلفزيونية

المطلب الأول: مفهوم البرامج السياسية التلفزيونية و أهدافها

1: مفهوم البرامج السياسية التلفزيونية:

تعتبر البرامج التلفزيونية السياسية هي الوسيط في عملية الاتصال السياسي والاقتصادي والاجتماعي، وتساهم في تشكيل الحقيقة السياسية في المجتمعات الديمقراطية التي تمنح وسائل الإعلام حرية التعبير عن القضايا التي تشغل الجماهير، وتعتبر مرآة المجتمع العاكسة لأهم القضايا التي تثير الساسة وصناع القرار، لما لها من قدرة على ترتيب أولويات الجماهير وتشكيل الصور الذهنية لديهم.²

¹ نفس المرجع ، ص 61 .

² البرامج التلفزيونية السياسية حلقة الوصل بين الشعوب والأنظمة، متوفر على الرابط

<https://www.democraticac.de/?p=53680> تمت زيارة الموقع يوم 18 جوان 2020 ، على الساعة 24:49

الفصل الثالث: القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة والبرامج السياسية التلفزيونية

وتتم عملية استمالة الجمهور بفرض قضايا أو أفكار أو شخصيات معينة بأساليب دقيقة وعالية لإنجاز حملات معينة أو توجهات محددة سواء لتحسين صورة شخص أو مؤسسة أو منظمة أو نظام أو دولة ما لدى الجمهور أو العكس.¹

كما تعتبر البرامج السياسية أيضا بأنها من أكثر أنواع البرامج تأثيرا في وعي الجماهير وإدراكهم للأمور السياسية والأخبار المهمة والأحداث في مجتمعهم أو في منطقتهم الجغرافية أو الدول المجاورة لهم، كما أنها تشغل شريحة كبيرة من المشاهدين في عالم الإعلام الفضائي. وهذه البرامج تشبع حاجة الانسان إلى الفضول المعرفي السياسي، وتؤجج فيه مواقف محددة يقتنع بها، ثم يقوم بالدفاع عنها.² إذ تشير الكثير من الدراسات إلى أن هذه البرامج شغلت مساحة كبيرة في خريطة البث اليومي، ففي التلفزيون الأميركي تصل نسبة هذه البرامج إلى 20 في المئة من المجموع العام لساعات البث، وفي إيطاليا تصل إلى 40 في المئة، وفي الأقطار العربية يصل معدلها إلى ما بين 16 و 22 في المئة، وهي في جميع الأحوال تمثل المواقع الأولى من بين أنواع البرامج التلفزيونية الأخرى. وتشير الدراسات أيضا إلى أن هذا النوع من البرامج يحظى باهتمام ومتابعة المشاهدين، إذ تشير إحدى الدراسات العربية إلى أن البرامج السياسية تحظى بمتابعة المشاهدين بانتظام.³

¹ نفس المرجع.

² صائب وليد حسن نصر الله، دور البرامج السياسية في التلفزيون الفلسطيني في تعزيز الوحدة الوطنية الفلسطينية من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية : جامعة بيرزيت أنموذجا، بحث مقدم استكمالا لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، عمان، كلية الآداب والعلوم قسم الصحافة والإعلام، جامعة البترا، 2014، ص 6.

³ عبد الكريم السوداني، البرامج السياسية التلفزيونية وقدراتها التأثيرية، صحيفة الوسط، العدد 153، الأربعاء 05 فبراير 2003م، الموافق 03 ذي الحجة 1423هـ.

2: أهداف البرامج السياسية التلفزيونية:

يعتبر إعلام كل دولة هو تعبير صادق عن سياستها ووجهة نظرها نحو القضايا التي تهمها وتهم شعبها، وتهدف وسائل الإعلام من خلال البرامج السياسية إلى ما يلي

الإخبار: تقديم خدمة وتلبية رغبات وحاجات الجمهور لمعرفة كل الأخبار والشؤون السياسية و تعتبر مهمة أساسية تتسابق وسائل الإعلام المختلفة إلى تقديمها.

التفسير والشرح: شرح وتفسير القضايا والأحداث والأمور السياسية المختلفة وذلك من خلال نخبة من الدكاترة والباحثين والخبراء والمفكرين السياسيين والمسؤولين وغيرهم من أولئك الذين يملكون القدرة على الحديث في المواضيع السياسية.

التوجيه: تزداد أهمية هذه الوظيفة في إطار تقديم وعرض المواد السياسية، ذلك أنه في ظل الشرح والتفسير يقتصر الأمر على مجرد تقديم مزيد من المعلومات وتبسيط الضوء على ما يقدم من أخبار ولكن التوجيه أي توظيف الأخبار لتحقيق أهداف محددة وتوجيهها وفق مسار معين يخدم مصلحة طرف على حساب أطراف أخرى .

التثقيف: يعد نقل التراث الحضاري والاجتماعي والمحافظة عليه أحد المهام الأساسية تسعى إليها وسائل الإعلام، وتأتي مهمة التثقيف في تقديم القيم والأفكار والمعلومات التي تحافظ على التنشئة السياسية والمساهمة فيها والعمل على نشر الوعي السياسي¹.

¹ابراهيم سماعيل و عبد الحكيم غناي، مرجع سابق، ص 79.

المطلب الثاني: وظائف البرامج السياسية التلفزيونية و القوالب الفنية المستخدمة فيها

1: وظائف البرامج السياسية التلفزيونية :

تقوم البرامج السياسية بوظائف عديدة من اهمها:

وظيفة التنشئة السياسية: يقصد بالتنشئة السياسية كيفية نقل الثقافة السياسية للمجتمع من جيل إلى آخر، وهي تهتم بشخصية الفرد وتطويرها وفق نموذج معياري مسبق لتعميق التوجهات والقيم السياسية الشائعة والمستقرة في المجتمع كما تسعى إلى تنمية مداركات الفرد وتعزيز قدراته السياسية بحيث يستطيع التعبير عن ذاته من خلال سلوكيات ينتجها في الحياة السياسية، خاصة إذا كان النظام السياسي غير رشيد، ومنه امكانية خلق مجتمع مدني ويأتي ذلك من خلال قيام الاعلام السياسي باكساب المواطن تفاصيل الحياة السياسية والقضايا الخاصة بالحملة الانتخابية والمرشحين وكل ما يخص النسق السياسي.

وظيفة التثقيف السياسي: لا ينتج الوعي في حالة مصاغة ومتبلورة نهائيا بل يتبلور وفق ديناميكية خاصة تتجلى فيها عوامل داخلية وخارجية، ويبنى الوعي السياسي على تراكم التصورات والآراء والمفاهيم المكتسبة من قبل، وتساهم البرامج السياسية في تثبيت البعض منها وتطور البعض الآخر، وتصنيف أفكار وأراء جديدة من اجل دعم الوعي الاجتماعي بما فيه السياسي ليؤثر بفعالية في الوجود الاجتماعي من خلال تزويد الأفراد بالمعارف والمفاهيم التي تتعلق بالأمور السياسية التي يحتاجها لبناء شخصيته السياسية وحركة السياسة في المجتمع¹.

¹جلال بلعابد و عبد الجليل وناس، دور البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة في تنمية الوعي السياسي، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم لبواقي . السنة الجامعية 2017/2018، ص 62.

الفصل الثالث: القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة والبرامج السياسية التلفزيونية

وظيفة التعبئة السياسية: يؤدي الاعلام السياسي دورا كبيرا في التعبئة السياسية، فهو يقوم بتهيئة الأفراد نفسيا ومعنويا وذهنيا لاستقبال أحداث سياسية متوقعة مثلا يسبق بعض نتائج الانتخابات غير المتوقعة التي لا يستحسنها المواطن، فهو يقوم بالتمهيد لتقبل شيء معين في إطار سياسات واستراتيجيات مرسومة من قبل، وعادة ما تكون هذه الوظيفة تسبق المواعيد الانتخابية بأنواعها .

وظيفة التطوير السياسي للأفراد: تلعب البرامج السياسية دورا هاما في التطوير السياسي ونشر الثقافة السياسية عن طريق تقديم المواد والمضامين الاعلامية التي تحتوي إما مواد إخبارية، تعليمية، ترفيهية لها علاقة الحياة او البيئة السياسية ، فوسائل الإعلام السياسي تمتلك قوة كبيرة للتأثير في الرأي العام وتوجيهه من خلال تحديد نمط سلوكه في المجتمع هذا من جهة، أما من جهة ثانية فإنها في غاية الفعالية من خلال مشاركتها في المعارك السياسية والانتخابية .

وظيفة الاعلام: تعتبر وظيفة الاعلام من الوظائف المهمة التي تقوم بها البرامج السياسية والتي تعد احد العناصر المؤثرة في المشاركة السياسية والثقافة السياسية .

وظيفة المساندة السياسية: يقوم الاعلام السياسي بتوظيف وسائل الاعلام لتحقيق الاستقرار السياسي والشرعية السياسية .

وظيفة التنمية السياسية: اذ يقوم الاعلام السياسي بتخصيص مساحات جيدة من قبل وسائله المختلفة للتثقيف السياسي والتنشئة السياسية وذلك بهدف حث الجمهور على المشاركة السياسية.¹

¹ نفس المرجع , ص ص 63-64.

الفصل الثالث: القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة والبرامج السياسية التلفزيونية

التوعية الوطنية : من خلال استخدام كافة وسائل الاعلام المختلفة لخلق الوعي الوطني للجمهور وحثهم على الانتماء الوطني والولاء القومي.¹

2: القوالب الفنية المستخدمة في البرامج السياسية التلفزيونية :

قالب برنامج الحديث المباشر: و هو أبسط أنواع البرامج، إذ يقتصر على متحدث واحد. يوجه حديثه إما لجمهور الشاشة، أو جمهور الاستوديو، و هو يعتمد على شخصية المتحدث، و من مواصفات المتحدث الناجح في برنامج الحديث المباشر ما يأتي :

- الإيناس في الشكل والصورة، و الألفة في الصوت و النبرة.

- القدرة على عرض الموضوع ببساطة و وضوح.

- القدرة على جذب الانتباه الدائم.

- عدم التكلف، و البعد عن التصنع.

قالب برنامج المقابلة و الحوار: و هو البرنامج الذي يعرض محادثة بين شخصين ذات هدف معين، و يصنف الحوار من حيث الهدف إلى ثلاثة أقسام:

حوار المعلومات: و يهدف إلى الحصول على معلومات معينة من الضيف حول قضية أو حدث باعتباره مصدرًا للمعلومات، و مطلعاً عليها.

حوار الرأي: و يهدف إلى معرفة رأي الضيف في قضية، أو آراء الناس العاديين في شيء معين.²

¹ نفس المرجع، ص64.

² فهد بن عبد الرحمان الشميمري، التربية الإعلامية : كيف نتعامل مع الإعلام ؟، ط 1 ، مكتبة الملك فهد الوطنية. الرياض، 2010، ص 222.

الفصل الثالث: القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة والبرامج السياسية التلفزيونية

حوار الشخصية: و هو تعريف المشاهدين بشخصية الضيف، سواءا كان من الناس المشهورين أو غير المشهورين .

و مكونات الحوار الناجح تشمل عناصر عديدة تتعلق بالمقدم، و الضيف، و الموضوع، و الأسئلة، و الزمن، و المكان، و اللغة، و الجمهور .

قالب المجلة التلفزيونية : شكل أو قالب يعرض بصفة دورية، و يتضمن فقرات متنوعة من حيث الشكل و المضمون، و تقدم بأسلوب يكسبها خصائص المجلة المطبوعة، و أحيانا يطلق على حلقة البرنامج اسم "العدد"، و تأخذ فقرات البرنامج عناوين المجلة المطبوعة ، مثل : موضوع الغلاف، الافتتاحية، شخصية العدد ... و هكذا، و بصفة عامة فإن المجلة التلفزيونية تجمع القوالب الأخرى بشكل مصغر، ففيها الحديث المصغر و الحوار المصغر و الخبر المصغر و التقرير التلفزيوني المصغر .

قالب البرنامج الخاص: هو البرنامج ذو المحور الواحد، الذي يسعى لإبراز الموضوع بمختلف القوالب الفنية، مثل: الدراما، و الحوار، و الأغنية، و التحقيق، و الرسوم، و الصور، و عناوين الصحف ، واللقطات الأرشيفية، مع إضفاء عناصر الحركة و التنوع و الانتقال بين اللقطات و المواقف و الفقرات، و إبراز التناقض في الآراء و المواقف المختلفة. و تحقيق التشويق و القلق و الترقب، و تعميق التفاصيل و الشرح و التوضيح و عقد المقارنات ليعطي معلومات شاملة في مشكلة معينة أو موضوع معين، وهو يرتبط بذاتية المنتج أو أسلوبه الخاص بتوصيل فكرته إلى الجمهور .

الفصل الثالث: القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة والبرامج السياسية التلفزيونية

قالب برنامج التحقيق التلفزيوني: و هو البرنامج الذي يعرض الموضوعات بأسلوب يتسم بالعمق، استناداً على التحقيق الواقعي، و لقاء الأشخاص أصحاب العلاقة ، والمعاشية الحقيقية. في المكان والزمان و الظروف والأشياء ذات الدلالة.¹

المطلب الثالث: البرامج السياسية التلفزيونية بين الموضوعية و السطحية.

تعد البرامج السياسية واحدة من أهم ركائز البث التلفزيوني في العالم، وتشغل مساحة كبيرة من خريطة البث التلفزيوني يومياً، وتثير قدراً كبيراً من الجدل بين مؤيد ومعارض. فهناك من يقول إن معظم هذه البرامج في العالم العربي يقوم على التزلف إلى المسؤولين وأنظمة الحكم ومجاملتها، وتفتقر إلى الجرأة وحرية التعبير بسبب أزمة في الديمقراطية. وهناك من يرى أن هذه البرامج يغلب عليها السطحية والفجاجة وعدم النضج، والتشجيع على التحريض من خلال الهجوم الشخصي والتجريح، ما يفقدها القدرة على التأثير وعلى إثراء معلومات المشاهد ومعارفه. وعلى الرغم من كل الانتقادات الموجهة إلى هذه البرامج يبقى هناك من يقول إن مجرد وجودها على خريطة البرامج التلفزيونية هو إنجاز ومكسب في حد ذاته، وأنه يمكن تطويرها شكلاً ومضموناً من خلال استمرارها.

ومن الطبيعي أن تختلف نكهة كل برنامج عن الآخر حسب المذيع والمضمون والشخصيات التي تتم استضافتها، فما يقدمه فيصل القاسم يختلف عما يقدمه مارسيل غانم أو وائل الإبراشي، وما تقدمه منى الشاذلي ليس هو ما تقدمه بولا يعقوبيان.

¹نفس المرجع، ص ص 223-224.

الفصل الثالث: القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة والبرامج السياسية التلفزيونية

وتشير الدراسات أيضاً إلى أن هذا النوع من البرامج يحظى باهتمام ومتابعة المشاهدين إلى حد يصل إلى الادمان. ومن أسباب الاهتمام بالبرامج السياسية طبيعة الإنسان نفسه، فهو كائن اتصالي بطبيعته وبحاجة دائمة إلى التفاعل وزيادة معرفته بالأزمات السياسية والمتغيرات من حوله.¹

وتقول الاعلامية اللبنانية بولا يعقوبيان، إن نجاح البرنامج السياسي يقاس بمقدار وصوله إلى عقل المشاهد وقلبه واستثارة رغبته في التفاعل والمشاركة، من خلال شخصية المذيع ومعلوماته وثقته وقدرته على إيصال المعلومات بكل هدوء وموضوعية.

من جانبها تتساءل المذيعة السورية هالة سعيد: لماذا يقتصر تقديم البرامج السياسية على الرجال أكثر من النساء؟ وتقول «أطمح لتقديم البرامج السياسية، وأتمنى أن تتاح لي الفرصة لتقديم مثل هذه البرامج، فأنا أشعر بأن لدي الضروريات المطلوبة من الثقافة الواسعة والثقة والهدوء، وغير ذلك». بقي أن نقول إن البرامج السياسية في التلفزيونات العربية مازال ينقصها الكثير من عناصر النجاح على الرغم من الشوط الذي قطعتة.²

¹البرامج السياسية بين الموضوعية والسطحية ، متوفر على الرابط :

<https://www.emaratalyoum.com/politics/weekly-supplements/world-press/2013-10-30->

[1.618995?ot=ot.AMPPPageLayout#referrer=https://www.google.com](https://www.google.com)

تمت زيارة الموقع يوم 10 أوت 2020 على الساعة 16:34 .

² نفس المرجع .

خلاصة الفصل:

إن القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة أحدثت قفزة نوعية في مجال السمع البصري في الجزائر على الرغم من مشوارها القصير ، حيث أدت إلى تغييرا نسبيا في المعالجة الإعلامية للقضايا المختلفة . وقد نجحت في جذب اهتمام الجماهير في الفترة الأخيرة من خلال بثها للبرامج السياسية التي تشبع حاجات الجمهور للفضول المعرفي السياسي، كما يتميز هذا النوع من البرامج بأنه يدافع عن القضايا الوطنية ويسلط الضوء على كل ما يدور من أحداث سياسية في الجزائر.

الاطار التطبيقي

الفصل الرابع

معالجة برنامج أستوديو الرئاسيات للحملة
الانتخابية لرئاسيات ديسمبر 2019 عبر قناة
البلاد تي في

الفصل الرابع: معالجة برنامج أستوديو الرئاسيات للحملة الانتخابية لرئاسيات ديسمبر 2019 عبر قناة البلاد تي في

تمهيد:

يعتبر الجانب التطبيقي من أهم جوانب البحث في العلوم الانسانية والاجتماعية لأنه يقوم
بربط الجانب النظري مع الواقع الفعلي للدراسة، وعليه يتناول هذا الفصل:

التعريف بالاطار المكاني للدراسة والتعريف بعينة البحث المتمثلة في برنامج أستوديو
الرئاسيات في قناة البلاد تي في، وقد قمنا باختيار 5 حلقات من برنامج " أستوديو الرئاسيات "
من بين مجتمع البحث الكلي.

كما يتناول هذا الفصل أيضا التحليل الكمي والكيفي للمعطيات المتحصل عليها وعرض
النتائج العامة للدراسة.

الفصل الرابع: معالجة برنامج أستوديو الرئاسيات للحملة الانتخابية لرئاسيات ديسمبر 2019 عبر قناة البلاد تي في

المبحث الأول: نبذة عن قناة البلاد تي في وعن برنامج أستوديو الرئاسيات

المطلب الأول: نبذة عن قناة البلاد تي في

التعريف بقناة البلاد تي في: قناة El Bilad TV هي قناة إخبارية فضائية عربية تبث محتواها من الجزائر، و تبث أخبارها على مدار 24 ساعة دون انقطاع أو تشويش، وهي قناة مجانية غير مشفرة لا تحتاج الى اي اشتراكات مالية او غير ذلك، وهذا لكي يستطيع المواطنين في الجزائر والمشاهدين في الدول العربية بشكل عام الاطلاع على آخر الأخبار والمستجدات على الساحة المحلية والدولية. ولا يقتصر أمر البث الاخباري للقناة على المجال السياسي وما تقدم القناة من اخبار وبث مباشر وتقارير ميدانية فقط، وإنما تحرص القناة على تقديم كل الاخبار في جميع المجالات سواء الاقتصادية او الاجتماعية أو الرياضية والفنية وغير ذلك، مما يحتاج المشاهد التعرف عليها من معلومات وما يحدث من حوله من قضايا معاصرة حديثة محلياً ودولياً.

برامج قناة البلاد الجزائرية: وتحرص قناة البلاد الجزائرية الاخبارية على تقديم مختلف البرامج الحوارية الهادفة، والتي من خلالها تعمل على النهوض بمستوى الإعلام الجزائري بشكل عام، حيث تستضيف من خلال شاشتها أبرز الخبراء والمحللين السياسيين والاعلاميين وخبراء الاقتصاد وغير ذلك، من خلال برامج التوك شو والتي تحرص فيها على التواصل مع المواطنين و المشاهدين، هذا بالإضافة الى عرض كافة البرامج والاخبار والتقارير على الموقع الرسمي للقناة عبر الانترنت سواء على الفيسبوك او تويتر او غير ذلك.¹

¹ قناة البلاد الجزائرية، متوفر على الرابط: <https://www.alahlam.net/22773/el-bila> تمت زيارة الموقع يوم 23

أوت 2020 على الساعة 13:47 .

الفصل الرابع: معالجة برنامج أستوديو الرئاسيات للحملة الانتخابية لرئاسيات ديسمبر 2019 عبر قناة البلاد تي في

مميزات قناة البلاد الجزائرية: تتميز قناة البلاد الجزائرية بما يلي:

- بث الأخبار والتقارير على مدار اليوم دون انقطاع أو تشويش في الارسال.
- تحرص القناة على تقديم كل القضايا والأحداث التي تجري على الساحة الجزائرية لحظة بلحظة.
- تنقل القناة الأخبار بكل مصداقية وشفافية وحيادية دون تزيف للحقائق أو بث وجهة نظر متطرفة.

المطلب الثاني: نبذة عن برنامج أستوديو الرئاسيات.

هو برنامج يهدف الى التعرف على كيفية التطرق للشؤون الخاصة لكل المترشحين ودعاة المعارضة، وتم تسليط الضوء بصفة خاصة على الانتخابات الرئاسية لسنة 2019 بالجزائر وما كتفها من ردود أفعال حول العهدة الخامسة للرئيس "عبد العزيز بوتفليقة" حيث تابع البرنامج حيثيات هذا الموضوع منذ بروز أول تصريحات و آراء حوله من طرف السياسيين. وسعت من خلال ذلك ابراز توجيهات ومبادرات مختلفة الأطراف السياسية. وإعطائه حيزا لا باس به في خلال الفترة التي سبقت الإعلان الرسمي عن موعد الانتخابات الرئاسية لسنة 2019. إذ لا تقل هذه الفترة أهمية عن فترة "الحراك الشعبي الجزائري" الذي بدأ في 22 فبراير 2019 والمخاض السياسي العسير الذي عاشته الجزائر بعد القرارات التي تضمنها الرسائل التي تبعث بها "عبد العزيز بوتفليقة" خلال الفترة المذكورة سابقا، إذ من خلالها أمكننا التعرف على المواد الأولى لانتخابات رئاسية مغايرة.¹

¹ نفس المرجع.

الفصل الرابع: معالجة برنامج أستوديو الرئاسيات للحملة الانتخابية لرئاسيات
ديسمبر 2019 عبر قناة البلاد تي في

المبحث الثاني: التحليل الكمي و الكيفي للجداول حسب فئات المضمون والشكل
وعرض النتائج العامة للدراسة

المطلب الأول: التحليل الكمي و الكيفي للجداول حسب فئات المضمون والشكل

أولاً: التحليل الكمي و الكيفي للجداول حسب فئات المضمون: ماذا قيل ؟

1: فئة المواضيع الرئيسية المطروحة في العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات:

الجدول (2) يمثل فئة المواضيع الرئيسية المطروحة في العينة المدروسة من برنامج أستوديو
الرئاسيات في قناة البلاد تي في

النسبة المئوية	التكرار	المواضيع المطروحة في البرنامج
25 %	3	مسائل السياسة الخارجية
50 %	5	الحملة الانتخابية
25 %	3	مكافحة الفساد في الجزائر
100 %	12	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه (الجدول 2) أن البرنامج السياسي أستوديو الرئاسيات
الذي يعرض على القناة التلفزيونية الجزائرية الخاصة البلاد تي في ركز بصفة كبيرة على
موضوع الحملة الانتخابية في العينة المدروسة من البرنامج .

حيث أن نسبة تكرارها بلغت 50% من بين القضايا الأخرى الذي عالجتها العينة المدروسة
من برنامج أستوديو الرئاسيات، وقد تم التطرق في هذا الموضوع إلى أوجه ومجالات مختلفة

الفصل الرابع: معالجة برنامج أستوديو الرئاسيات للحملة الانتخابية لرئاسيات

ديسمبر 2019 عبر قناة البلاد تي في

تمثلت في: مشاريع و خطابات المترشحين لرئاسيات ديسمبر 2019، وأيضا في الانتخابات الرئاسية لسنة 2019، وأيضا تطرق البرنامج في أحد العينات المدروسة إلى مناقشة المناظرة التلفزيونية التاريخية بين المترشحين الخمسة، كما نلاحظ أن العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات طرحت قضية مسائل السياسة الخارجية في الجزائر بنسبة تكرر تقدر ب 25% حيث تبين لنا نسبة تطرق العينة المدروسة من البرنامج لمسائل السياسة الخارجية تتعادل مع نسبة التطرق إلى موضوع محاربة الفساد في الجزائر .

1.1:المواضيع الفرعية المطروحة في العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات المتعلقة بمسائل السياسة الخارجية :

الجدول (3) يمثل المواضيع الفرعية المطروحة في العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات في قناة البلاد تي في المتعلقة بمسائل السياسة الخارجية

النسبة المئوية	التكرار	الموضوع
25 %	1	تصريحات وزير الخارجية الفرنسي المستفز للجزائر
50 %	2	تدخل البرلمان الأوروبي في شؤون الجزائر الداخلية
25 %	1	مشروع قانون تجريم الاستعمار
100 %	4	المجموع

تبين لنا من خلال الجدول أعلاه (الجدول 3) أنه من بين المواضيع الفرعية المتعلقة بمسائل السياسة الخارجية التي تطرقت إليها العينة المدروسة - من برنامج أستوديو الرئاسيات الذي يعرض على القناة التلفزيونية الجزائرية الخاصة البلاد تي في - بنسبة كبيرة هو قضية

الفصل الرابع: معالجة برنامج أستوديو الرئاسيات للحملة الانتخابية لرئاسيات ديسمبر 2019 عبر قناة البلاد تي في

تدخل البرلمان الأوروبي في شؤون الجزائر الداخلية، حيث بلغت نسبة تكرارها 50%. وقد استضاف الاعلامي المقدم في خلال طرحه إلى هذا الموضوع : " الدكتور بوزيد لزهاري " رئيس المجلس الوطني لحقوق الإنسان، والسيد "عبد الوهاب بن زعيم " عضو مجلس الأمة. و السيد " نزيه بن رمضان " عضو المجلس الشعبي الوطني. وذلك من أجل مناقشة ردود أفعال البرلمان الجزائري على التدخل الوقح للبرلمان الأوروبي في شؤون الجزائر الداخلية .

كما نلاحظ أن نسبة طرح العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات في قناة البلاد تي في لمسألة تصريحات وزير الخارجية الفرنسي المستفز للجزائر قدرت بـ 25% حيث وضع " جان ايف لودريان " خارطة حل للجزائر في تصريح استفز الكثير من الجزائريين. وأيضاً تطرق البرنامج في العينة المدروسة إلى مشروع قانون تجريم الاستعمار بنسبة 25 % من بين المواضيع الفرعية المتعلقة بمسائل السياسة الخارجية، حيث صرح وزير المجاهدين في الجزائر " طيب زيتوني " بإعادة بعث مشروع قانون تجريم الاستعمار. وقد استضاف البرنامج في مناقشته لهذه القضية: السيدة " فاطمة الزهراء بن براهيم " محامية و باحثة في التاريخ ، والسيد " نجيب بطام " محامي، والسيد " علي شمالان " وكيل جمهورية سابق و أستاذ جامعي. وذلك من أجل معرفة خلفيات هذا القرار المفاجئ من طرف وزير المجاهدين " طيب زيتوني " .

الفصل الرابع: معالجة برنامج أستوديو الرئاسيات للحملة الانتخابية لرئاسيات ديسمبر 2019 عبر قناة البلاد تي في

2.1: المواضيع الفرعية المطروحة في العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات المتعلقة بالحملة الانتخابية:

الجدول (4) يمثل المواضيع الفرعية المطروحة في العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات في قناة البلاد تي في المتعلقة بالحملة الانتخابية

النسبة المئوية	التكرار	الموضوع
60 %	3	مشاريع و خطابات المترشحين لرئاسيات ديسمبر 2019
20 %	1	المنافسة التلفزيونية التاريخية بين المترشحين الخمسة
20 %	1	الانتخابات الرئاسية
100 %	5	المجموع

من خلال الجدول أعلاه (الجول 4) نلاحظ أنه من بين المواضيع الفرعية المتعلقة بموضوع الحملة الانتخابية التي عالجها برنامج أستوديو الرئاسيات في قناة "البلاد تي في" في العينة المدروسة في بحثنا تم التركيز بشكل كبير على موضوع مشاريع و خطابات المترشحين لرئاسيات ديسمبر 2019 حيث أن نسبة تكراره بلغت 60%. وقد استضاف الاعلامي المقدم للبرنامج في طرحه لهذه القضية بعض من ممثلي المترشحين للرئاسيات هم: السيد "علاوة العايب" ممثل المترشح عبد العزيز بلعيد ، والسيد "عيسى صديقي" ممثل المترشح عز الدين ميهوبي، والسيد "مولد حشلاف" ممثل المترشح علي بن فليس. حيث ركزوا بشكل كبير على الجانب الاقتصادي في الجزائر، وقد تكرر ذكر هذا الموضوع 3 مرات في العينة المدروسة من البرنامج .

الفصل الرابع: معالجة برنامج أستوديو الرئاسيات للحملة الانتخابية لرئاسيات ديسمبر 2019 عبر قناة البلاد تي في

كما نجد أن فكرة مناقشة برنامج أستوديو الرئاسيات للمناظرة التلفزيونية التاريخية بين المترشحين الخمسة قد خصصت لها حلقة خاصة تم فيها استضافة أكثر من العدد المعتاد استضافته في البرنامج (اعلاميون ، ممثلي المترشحين الخمسة للرئاسيات ، خبير في الاقتصاد ، استاذ جامعي في القانون ، ناشط سياسي ، كما تم اخذ آراء بعض من افراد الجمهور المتابع للمناظرة) وذلك لمناقشة و تحليل شكل ومضمون تلك المناظرة التلفزيونية التي قدرت نسبة تكرارها في العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات بـ 20% . اما موضوع الانتخابات الرئاسية تم تكرار طرحه في العينة المدروسة من البرنامج بنسبة 20% أيضا .

3.1: فئة المواضيع الفرعية المطروحة في العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات المتعلقة بمحاربة الفساد :

الجدول (5) يمثل فئة المواضيع الفرعية المطروحة في العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات في قناة البلاد تي في المتعلقة بمحاربة الفساد

النسبة	التكرار	الموضوع
25 %	1	محاكمة رؤساء حكومة
50 %	2	محاكمة وزراء سابقون
25 %	1	محاكم رجال أعمال
100 %	3	المجموع

تبين لنا من خلال الجدول أعلاه (الجدول 5) أنه من أكثر المواضيع الفرعية - التي عالجتها العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات في قناة البلاد تي في - المتعلقة بموضوع

الفصل الرابع: معالجة برنامج أستوديو الرئاسيات للحملة الانتخابية لرئاسيات ديسمبر 2019 عبر قناة البلاد تي في

مكافحة الفساد الذي تم التطرق إليه هو محاكمة وزراء سابقون (عبد المالك سلال ، أحمد أويحيى) حيث أن نسبة تكرار هذه القضية في العينة المدروسة بلغت 50%.
كما تم التطرق إلى موضوع محاكمة رؤساء حكومة سابقون بنسبة 25%، ونفس الشيء بالنسبة لموضوع محاكمة رجال الأعمال حيث بلغت نسبة تكراره 25% أيضا. وقد استضاف الاعلامي المقدم للبرنامج في مناقشته لقضية مكافحة الفساد: السيد " عمار خبابة " محامي .
والسيد " خميس عثمانية " قاضي سابق ، والسيد " كمال رزيق " خبير في الاقتصاد .

2: فئة أهداف العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات :

الجدول (6) يمثل فئة أهداف العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات

النسبة المئوية	التكرار	الهدف
61,29 %	19	شرح وتفسير
32,26 %	10	إعلام واخبار
6,45 %	2	إرشاد و توجيه
100 %	31	المجموع

من خلال الجدول أعلاه (الجدول 6) تبي لنا أن العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات الذي يعرض على قناة البلاد تي في يهدف إلى شرح وتفسير قضايا المطروحة بنسبة كبيرة تقدر بـ 61.69%، كما يسعى إلى الاعلام و الاخبار بنسبة 32,26%، أما الارشاد والتوجيه فإنه من بين الأهداف التي يسعى إليها البرنامج السياسي أستوديو الرئاسيات من خلال العينة المدروسة بنسبة 6,45%.

الفصل الرابع: معالجة برنامج أستوديو الرئاسيات للحملة الانتخابية لرئاسيات
ديسمبر 2019 عبر قناة البلاد تي في

3: فئة اتجاهات و مواقف الإعلامي المقدم للعيينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات
من قضايا البرنامج :

الجدول (7) يمثل فئة اتجاهات و مواقف الإعلامي المقدم للعيينة المدروسة من برنامج
أستوديو الرئاسيات في قناة البلاد تي في من قضايا البرنامج

النسبة المئوية	التكرار	اتجاه وموقف القائم بالاتصال
% 22,58	7	مؤيد
% 25,81	8	معارض
% 51,61	16	محايد
%100	31	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه (الجدول 7) أن الإعلامي المقدم في العينة المدروسة من
برنامج أستوديو الرئاسيات في قناة البلاد تي في كان محايدا بصفة كبيرة و بنسبة %51,61
في طرحه للمواضيع و القضايا السياسية وخصوصا قضية الحملة الانتخابية ، وكان معارضا
للمواضيع المطروحة في البرنامج بنسبة بلغت %25,81 ، كما كان مؤيدا لها بنسبة
%22,58 .

الفصل الرابع: معالجة برنامج أستوديو الرئاسيات للحملة الانتخابية لرئاسيات
ديسمبر 2019 عبر قناة البلاد تي في

4: فئة الجمهور المستهدف للعيينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات :

الجدول (8) يمثل فئة الجمهور المستهدف للعيينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات
في قناة البلاد تي في

النسبة المئوية	الزمن بالدقيقة	الجمهور المستهدف
% 100	337	جمهور عام
% 00	0	جمهور خاص
%100	337	المجموع

من خلال الجدول أعلاه (الجدول 8) يتبين لنا أن الجمهور المستهدف للعيينة المدروسة
من برنامج أستوديو الرئاسيات الذي يعرض على قناة البلاد تي في هو جمهور عام بنسبة
100% ، حيث أنه لم يستهدف الجمهور الخاص في القضايا المطروحة في العينة المدروسة.

الفصل الرابع: معالجة برنامج أستوديو الرئاسيات للحملة الانتخابية لرئاسيات ديسمبر 2019 عبر قناة البلاد تي في

ثانيا: التحليل الكمي و الكيف للجداول حسب فئات الشكل: كيف قيل؟

1: فئة طبيعة المادة المستخدمة في العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات:

الجدول (9) يمثل فئة طبيعة المادة المستخدمة في العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات في قناة البلاد تي في.

النسبة المئوية	الزمن بالدقيقة	المادة المستخدمة
% 100	348	الفيديو
% 00	0	الصور الثابتة
%100	348	المجموع

من خلال الجدول أعلاه (الجدول 9) يتبين لنا أن طبيعة المادة المستخدمة في العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات الذي يعرض على قناة البلاد تي في هي الفيديو بنسبة 100% حيث كانت حركة الكاميرا أثناء التقاطها للمشاهد في البرنامج ثابتة في مكانها أو على الحامل تقوم باللقطة الرئيسية المتوسطة لمتابعة حركة الفاعلين في البرنامج .

الفصل الرابع: معالجة برنامج أستوديو الرئاسيات للحملة الانتخابية لرئاسيات
ديسمبر 2019 عبر قناة البلاد تي في

2: فئة اللغة المستخدمة في العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات:

الجدول (10) يمثل فئة اللغة المستخدمة في العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات
في قناة البلاد تي في

النسبة المئوية	الزمن بالدقيقة	اللغة المستخدمة
% 61,09	206	الفصحى
% 16,42	56	العامية
% 22,49	75	المزيج بين الفصحى والعامية
%100	337	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه (الجدول 10) أن نسبة استخدام اللغة الفصحى في
العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات في قناة البلاد تي في بلغت %61.09
حيثلاحظنا أن الإعلامي المقدم للبرنامج هو من أكثر المستخدمين لها، كما نجد أن نسبة
استخدام المزيج بين الفصحى والعامية بلغت %22.49، أما اللغة العامية المستخدمة في
العينة المدروسة بلغت نسبتها %16,42.

الفصل الرابع: معالجة برنامج أستوديو الرئاسيات للحملة الانتخابية لرئاسيات
ديسمبر 2019 عبر قناة البلاد تي في

3: فئة القوالب الفنية المستخدمة في العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات:

الجدول (11) يمثل فئة القوالب الفنية المستخدمة في العينة المدروسة من برنامج أستوديو
الرئاسيات في قناة البلاد تي في

النسبة المئوية	الزمن بالدقيقة	القوالب الفنية المستخدمة
% 93,21	314	الحوار و المقابلة
% 6,79	23	التحقيق التلفزيوني
%100	337	المجموع

من خلال الجدول أعلاه (الجدول 11) يتبين لنا أنه تم استخدام قالبين فنيين في العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات في قناة البلاد تي في تمثلا في: الحوار و المقابلة، وفي التحقيق التلفزيوني. حيث بلغت نسبة استخدام قالب الحوار و المقابلة 93,21%، اما نسبة استخدام قالب التحقيق التلفزيوني فقد بلغت 6,79%.

الفصل الرابع: معالجة برنامج أستوديو الرئاسيات للحملة الانتخابية لرئاسيات
ديسمبر 2019 عبر قناة البلاد تي في

4: فئة أساليب الإقناع المستخدمة في العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات:

الجدول (12) يمثل فئة أساليب الإقناع المستخدمة في العينة المدروسة من برنامج أستوديو
الرئاسيات في قناة البلاد تي في

النسبة المئوية	التكرار	أساليب الإقناع
51,61 %	16	الاستمالات العقلية
48,39 %	15	الاستمالات العاطفية
100 %	31	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه (الجدول 12) أن أساليب الإقناع المستخدمة في العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات الذي يعرض على قناة البلاد تي في هي: أسلوب الاستمالات العقلية حيث تم استخدامه بشكل كبير في تحليل الفاعلين في البرنامج للقضايا المطروحة فيه حيث بلغت نسبة تكرارها 51.61%، وأسلوب الاستمالات العاطفية قد تم استخدامه بنسبة 48,39% .

الفصل الرابع: معالجة برنامج أستوديو الرئاسيات للحملة الانتخابية لرئاسيات
ديسمبر 2019 عبر قناة البلاد تي في

5: فئة المدة الزمنية التي استغرقها الفاعلين في العينة المدروسة من برنامج أستوديو
الرئاسيات:

الجدول (13) يمثل فئة المدة الزمنية التي استغرقها الفاعلين في العينة المدروسة من برنامج
أستوديو الرئاسيات في قناة البلاد تي في

النسبة المئوية	الزمن بالثانية	الفاعلين في البرنامج
21,15%	71	الإعلامي المقدم
13,09%	44	ممثلي المترشحين لرئاسيات ديسمبر 2019
19,79%	67	محامين
9,13%	31	أساتذة جامعيون
5,90%	19	قضاة سابقون
8,29%	28	خبراء في الاقتصاد
7,20%	25	إعلاميون
2,61%	9	ناشطون سياسيون
11,92%	40	رؤساء وأعضاء مجالس
0,92%	3	الجمهور
100%	337	المجموع

الفصل الرابع: معالجة برنامج أستوديو الرئاسيات للحملة الانتخابية لرئاسيات ديسمبر 2019 عبر قناة البلاد تي في

نلاحظ من خلال الجدول (الجدول 13) أعلاه أن الاعلامي المقدم في العينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات في قناة البلاد تي في هو الذي استغرق أكثر مدة زمنية حيث بلغت نسبتها 21,15%، ثم يليه المحاميين الذين تمت استضافتهم في العينة المدروسة من البرنامج وهم 3 محاميين حيث استغرقوا مدة زمنية بلغت نسبتها 19,79%، ثم يأتي ممثلي المترشحين لرئاسيات ديسمبر 2019 وهم 5 أشخاص بلغت نسبة استغراقهم للمدة الزمنية 13,09%، كما استضاف الاعلامي المقدم في العينة المدروسة من البرنامج رئيس المجلس الوطني لحقوق الانسان، وعضو مجلس الأمة، وعضو آخر في المجلس الشعبي الوطني. حيث استغرقوا مدة زمنية تقدر نسبتها بـ 11,92%، ثم يليهم أساتذة جامعيون بلغت نسبة استغراقهم للزمن 9,13%، كما استضاف البرنامج أيضا في العينة المدروسة خبراء في الاقتصاد استغرقوا مدة زمنية نسبتها 8,29%، وأيضا تمت استضافة 3 اعلاميون تمثلت المدة الزمنية المخصصة لهم في نسبة تقدر بـ 7,20%، كما تم استغراق مدة زمنية تقدر بـ 5,90% من طرف القاضي السابق، وقد استغرق الناشط السياسي مدة زمنية تقدر نسبتها بـ 2,61%، و أخيرا تمثلت المدة الزمنية المستغرقة من طرف الجمهور في نسبة بلغت 0,92% حيث تم أخذ آراء بعض الأشخاص من الجمهور العام حول المناظرة التلفزيونية التاريخية بين المترشحين الخمسة وذلك عن طريق قالب التحقيق التلفزيوني.

الفصل الرابع: معالجة برنامج أستوديو الرئاسيات للحملة الانتخابية لرئاسيات ديسمبر 2019 عبر قناة البلاد تي في

المطلب الثاني: النتائج العامة للدراسة

توصلنا من خلال تحليلنا للعينة المدروسة من برنامج أستوديو الرئاسيات في قناة البلاد تي في إلى عدة نتائج تمثلت فيما يلي:

- لاحظنا ان برنامج "أستوديو الرئاسيات في قناة البلاد تي في" ركز بصفة كبيرة على موضوع الحملة الانتخابية لرئاسيات ديسمبر 2019.

- تناول برنامج "أستوديو الرئاسيات في قناة البلاد تي في" قضية مسائل السياسة الخارجية في الجزائر بنسبة تكرر تقدر بـ 25% .

- تطرق البرنامج إلى قضية محاربة الفساد بنسبة قليلة .

- مسألة تدخل البرلمان الأوروبي في شؤون الجزائر الداخلية هي من بين أكثر المواضيع الفرعية المتعلقة بمسائل السياسة الخارجية التي تطرق إليها البرنامج .

- تطرق البرنامج في مجال مسائل السياسة الخارجية إلى مشروع قانون تجريم الاستعمار وأيضا إلى تصريحات وزير الخارجية المستقر للجزائر .

- من أكثر المواضيع الفرعية المتعلقة بالحملة الانتخابية التي عالجها البرنامج هو موضوع مشاريع وخطابات المترشحين للرئاسيات وذلك بنسبة 60% .

- عالج برنامج "أستوديو الرئاسيات في قناة البلاد تي في" المناظرة التلفزيونية التاريخية بين المترشحين الخمسة شكلا و مضمونا .

- تطرق البرنامج إلى موضوع الانتخابات الرئاسية بنسبة 20% .

الفصل الرابع: معالجة برنامج أستوديو الرئاسيات للحملة الانتخابية لرئاسيات

ديسمبر 2019 عبر قناة البلاد تي في

- الاعلامي المقدم لبرنامج " أستوديو الرئاسيات في قناة البلاد تي في " كان محايدا بنسبة 51,61% في طرحه للمواضيع والقضايا السياسية.
- الجمهور المستهدف من قضايا برنامج " أستوديو الرئاسيات في قناة البلاد تي في " هو جمهور عام بنسبة 100%.
- اعتمد برنامج " استوديو الرئاسيات في قناة البلاد تي في " على الفيديو خلال طرحه لمختلف القضايا السياسية بنسبة 100%.
- استخدم برنامج " أستوديو الرئاسيات في قناة البلاد تي في " الفصحى بنسبة كبيرة في طرحه للقضايا وذلك من اجل الحصول على أعلى نسبة مشاهدة، باعتبار أن الفصحى هي لغة يفهمها جميع المجتمع الجزائري ، كما أنها تشير إلى مستوى وثقافة المقدم.
- استخدم البرنامج السياسي " أستوديو الرئاسيات في قناة البلاد تي في " قالبين فنيين تمثلا في: الحوار والمقابلة. وقالب التحقيق التلفزيوني.
- اعتمد الفاعلين في البرنامج بشكل كبير على الاستمالات العقلية في معالجتهم لمختلف القضايا السياسية.
- كما لاحظنا من خلال التحليل أن البرنامج ركز بشكل كبير على الفاعلين السياسيين، وذلك لأنه يعالج القضايا السياسية التي شهدتها الجزائر في الفترة الأخيرة.

الفصل الرابع: معالجة برنامج أستوديو الرئاسيات للحملة الانتخابية لرئاسيات ديسمبر 2019 عبر قناة البلاد تي في

خلاصة الفصل:

من خلال هذا الفصل تم عرض الجانب الميداني للدراسة وفيه تطرقنا إلى تحليل مضامين العينة المدروسة من برنامج استوديو الرئاسيات في قناة البلاد تي في، حيث استخدمنا أدوات البحث العلمي لجمع البيانات المتمثلة في تحليل المحتوى، يتبعها تفريغ المعطيات المتحصل عليها و تحويلها إلى نسب مئوية (من الكيف إلى الكم) وعرضها في جداول، ثم التعليق عليها بقراءات كيفية تحليلية للنسب الواردة فيها، ومنها إلى استنتاج نتائج عامة للدراسة، وذلك لإعطاء نظرة أكثر وضوحاً و الماما بموضوع الدراسة من خلال الجانب التطبيقي للدراسة.

خاتمة

خاتمة:

حقيقة أن الاعلام عموما والتلفزيون الجزائري خاصة القنوات الخاصة وفقت إلى حد ما في مواكبة الحدث الانتخابي، حيث سارعت ادارة هذه القنوات في بث برامج خاصة مباشرة تعالج هذا الحدث السياسي الهام ومن أبرز هذه القنوات قناة البلاد تي في، وذلك من خلال عرضها للبرنامج السياسي تحت مسمى " أستوديو الرئاسيات " حيث من خلال دراستنا هذه للحملة الانتخابية عامة ولهذا البرنامج خاصة لاحظنا أن هذا البرنامج وضح عدة امور واجاب على عدة تساؤلات كانت تدور في ذهن المواطن الذي كان يتأرجح بين مؤيد ومعارض لهذه الانتخابات، لكن من خلال معرفته لبعض مشاريع هؤلاء المترشحين واتضح نواياهم يتسم بالحرية ان شاء انتخب وان شاء رفض.

كما لاحظنا أيضا أن برنامج أستوديو الرئاسيات هو برنامج اعلامي سياسي اجتماعي طرح انشغالات المواطن البسيط الذي كان غير قادر على ايصالها للمسؤولين، وذلك من خلال محاولته لايجاد حلول ولو نسبية لما يعانيه أفراد المجتمع في حياتهم اليومية مثل البطالة والسكن... وغيرها وذلك من خلال اقتراح بعض البرامج والمشاريع التي تساهم بشكل ايجابي في تنمية وسيرورة مشوارهم الرئاسي.

كما جلب هذا البرنامج انتباه الشعب الجزائري وأعطاه كل الحرية في ابداء رأيه وايصال له كل ما يخص هذا الحدث الذي يقرر مصير الشعب الجزائري بكافة أطرافه، كما عرفهم على مضامين الحملة الانتخابية حيث أعطى لمحة عامة حول برنامج كل مترشح واطهار وجه آخر لعالم السياسة.

واخيرا عملت التلفزة الجزائرية من خلال هذه البرامج نموذجا راقيا رفع اللبس على حقيقه ما أخفاه هذا الحدث من مزايا وعيوب وأعطى للمواطن نظرة عامة عن كل مترشح وبرنامج كما أجاب على بعض الاشكاليات التي لم يتوقعها سواء المواطن أو المسؤول.

وتكون قناة البلاد بذلك قد رفعت شعار ايصال حقيقة أن المجتمع فوق كل سلطة وذلك لأول مرة منذ الاستقلال وأعطت الأمل في بناء جزائر جديدة، كما ابعدت المشاهد عن الخيال لتبرز له الصورة الواقعية للأحداث التي يعيشها، وتجعل منه طرفا لتقديم الحلول وتمير رسالة مفادها ترقية لغة الحوار داخل المجتمع الجزائري، كما أسرت مبادئ الشفافية والموضوعية والحيادية، وهذا يبعث بالأمل على أن الصحافة الجزائرية تسير وفق مبدأ التطور النسبي والذي يتضح من خلال الأسئلة المطروحة في هذا البرنامج، والتي كانت مدروسة بشكل جيد تدل على احترافية وثقافة معدي هذا البرنامج، الذي من خلاله استعادة الصحافة وارجاء هيبتها واعطاء المعني الحقيقي لحرية التعبير دون ضغوطات سياسية كما كان في العهود السابقة، وما زاد الصحافة هيبة ومكانة هامة هو مقابلتها لشخصيات هامة في الدولة وخاصة لقائها لأعلى هرم في الدولة وطرح انشغالات المواطنين والتي يجيب عنها المسؤول بكل مصداقية وتكون بذلك قد ضبطته في الأمر الواقع وأمام المشاهد حيث يتحتم عليه الوفاء بعهوده رغما عنه وهذا يعد أمرا إيجابيا يحسب لهذه القنوات النشطة التي تحتاج إلى الدعم المعنوي أكثر من المادي.

قائمة المصادر و

المراجع

الكتب:

1. ابن منظور، لسان العرب، الجزء الأول، دار صادر، بيروت .
2. أحمد حمدي، دراسات في الصحافة الجزائرية، دار الهومة للنشر، الجزائر، 2000.
3. حيد ميخائيل رمزي، تطور الخبر في الصحافة المصرية، الهيئة المصرية العامة، القاهرة 1985.
4. رحيم يونس كرو العزاوي، منهج البحث العلمي، ط 1، دار دجلة، عمان، 2008 .
5. سعد سلمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، ط 1، دار الكتاب الجامعي، الامارات. 2017 .
6. علي عجوة، العلاقات العامة والصورة الذهنية، عالم الكتب، القاهرة ط1، 1993، صفوت العالم ، دور وسائل الاعلام في مراحل التحول الديمقراطي مصر نموذجا، مركز الجزيرة للدراسات، 14 مارس 2015 .
7. فهد بن عبد الرحمان الشميمري، التربية الإعلامية: كيف نتعامل مع الإعلام ؟ ط 1، مكتبة الملك فهد الوطنية، الرياض، 2010 .
8. محمد سعود البشر، مقدمة في الاتصال السياسي، مكتبة العكيان، المملكة العربية السعودية. 1997 غابرييل الموندو بأول الابن بنغهام ،السياسة المقارنة، القاهرة ، مكتبة الوعي العربي .1966.
9. محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، المجلد الخامس، دار الفجر للنشر، القاهرة 2004.
10. موريس انجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الانسانية: تدريبات إعلامية ، ط 2. تر : بوزيد صحراوي و آخرون، دار القصبه للنشر، الجزائر، 2006 .
11. يوسف تمار، الاتصال و الاعلام السياسي، الثقافة السياسية بين وسائل الاعلام والجمهور، ط1، دار الكتاب الحديث للتوزيع 2012.

12. عامر إبراهيم قنديلجي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، دار اليازوري للنشر، ط1، عمان، 1999.

القوانين:

1. المادة 172 من امر رقم 07/97 بتاريخ 6 مارس 1997 م المتضمن : القانون العضوي المتعلق بنظام الانتخابات .

المذكرات:

مذكرات الدكتوراه:

1. فوزية عبو، المعالجة الإعلامية لقناة النهار للحملة الانتخابية لرئاسيات 2014 م، رسالة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال ، تخصص وسائل الإعلام و المجتمع، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عيد الحميد بن باديس، مستغانم، السنة الجامعية 2016-2017.

2. محمد بوظرفاس، الحملات الانتخابية، دراسة مقارنة بين التشريع الجزائري والتشريع الفرنسي. أطروحة لنيل درجة الدكتوراه في العلوم السياسية، كلية الحقوق و العلوم السياسية، جامعة منتوري، قسنطينة 2010/2011 .

3. نصر الدين العياضي، الخبر الصحفي في الجرائد اليومية الجزائرية باللغة العربية 1965/1991، دراسة لنيل درجة دكتوراه، معهد علوم الاعلام والاتصال بالجزائر، 1995.

4. يوسف تمار، نظرية أجندة دراسة نقدية على ضوء الحقائق الاجتماعية والثقافية للمجتمع الجزائري، أطروحة دكتوراه في الدولة اعلام واتصال، جامعة الجزائر.

مذكرات الماجستير:

1. جميلة قادم، الصحافة المستقلة بين السلطة والإرهاب، 2001/1990، دراسة مسحية على عينة من الصحافيين الجزائريين، رسالة لنيل شهادة الماجستير، معهد علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 2003.
2. رجاء يونس سليمان أبو مزيد، الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو قضية المصالحة الفلسطينية، رسالة ماجستير، تخصص الصحافة، كلية الآداب، الجامعة الإسلامية بغزة 2013
3. سليمة رابحي، الأحزاب السياسية وعميلة الاتصال في الجزائر دراسة وصفية مقارنة لحزب جبهة التحرير الوطني وحزب العمال، مذكرة ماجستير، اقتصاديات تكنولوجيايات مؤسسات الاعلام والاتصال جامعة الجزائر، 2018.
4. صائب وليد حسن نصر الله، دور البرامج السياسية في التلفزيون الفلسطيني في تعزيز الوحدة الوطنية الفلسطينية من وجهة نظر طلبة الجامعات الفلسطينية: جامعة بيرزيت أنموذجا، بحث مقدم استكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة الماجستير في الإعلام، عمان، كلية الآداب والعلوم قسم الصحافة والإعلام، جامعة البترا، سنة 2014 .
5. عادل جربوعة، الحملة الانتخابية لرئاسيات 2014 في التلفزيون الجزائري ودراسة تحليلية لنشرة الثامنة، مذكرة ماجستير، وسائل الاعلام والمجتمع، جامعة قسنطينة، 2017.
6. عبدالله جعفوري، للتسويق السياسي وادارات الحملات الانتخابية في الجزائر، دراسة حالة الانتخابات التشريعية 10 ماي 2012، مذكرة مقدمة ضمن متطلبات نيل شهادة الماجستير في لعلوم السياسية و العلاقات الدولية، تخصص دراسات سياسية مقارنة، كلية العلوم السياسية والعلاقات الدولية، جامعة الجزائر 03، 2014/2013 .
7. لحسن رزيق، الحملة الانتخابية لرئاسيات 2009 من خلال الصحافة الجزائرية الخاصة. مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة، كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، السنة الجامعية 2009-2010 .

8. ليلي برغوث، الاعلام المرئي والمشاركة السياسية، تحليل سيميولوجي لخطابات الرئيس بوتفليقة عبد العزيز خلال حملة 2009، مذكرة لنيل ماجستير علاقات عامة ، جامعة باتنة الجزائر 2011.

9. نصيرة السبيبات، التناول الإعلامي للوئام المدني، دراسة حالة، صحيفة الخبر 2000/1990. رسالة ماجستير، معهد علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2003.
مذكرات الماستر:

1. ابراهيم اسماعيلي وعبد الحكيم غناي، تنمية الوعي الساسي للطلبة الجامعيين من خلال البرامج السياسية في قناة الجزائرية الثالثة، مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، السنة الجامعية 2017-2018 .

2. جلال بلعابد و عبد الجليل وناس، دور البرامج السياسية للفضائيات الجزائرية الخاصة في تنمية الوعي السياسي، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية والانسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، السنة الجامعية، 2017-2018
3. حنان قندوزي ، دور البرامج التلفزيونية الاجتماعية في توجيه سلوك الشباب الجزائري:برنامج خواطر أنموذجاً، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال. تخصص اتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الاجتماعية و الانسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، 2016-2017 .

4. ربيعة فراح ونور الهدى لراف، دور القنوات الجزائرية الخاصة في تقديم الخدمة العمومية: حسب رأي أساتذة الإعلام والاتصال بجامعة أم البواقي، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص سمعي بصري، كلية العلوم الاجتماعية و الانسانية، جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، السنة الجامعية 2015-2016 .

5. سامية رزيق، البرامج الاجتماعية في الفضائيات الجزائرية الخاصة: برنامج ما وراء الجدران قناة النهار أنموذجا، دراسة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص وسائل الإعلام و المجتمع، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة العربي التبسي، تبسة. السنة الجامعية 2015-2016

6. سلسبيل كرابي، المعالجة الإعلامية للقضايا السياسية الجزائرية في البرامج التلفزيونية الساخرة على القنوات الخاصة، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر، تخصص السمعي البصري. كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، السنة الجامعية 2018-2019 .

7. شهلة بن رجم وآخرون، التغطية الإعلامية للقنوات الجزائرية الخاصة لظاهرة الهجرة غير الشرعية: قناة النهار أنموذجا، مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة، كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، السنة الجامعية 2018-2019.

8. شيماء امحمد مسعود، أثر الفضائيات الجزائرية الخاصة على التوافق الأسري للمرأة الماكثة بالبيت : دراسة ميدانية على عينة من النساء الماكثات بالبيت المتابعات لبرنامج ما وراء الجدران على قناة النهار TV، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال. تخصص اتصال ووسائط جديدة ، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية، جامعة الجيلالي بونعامة. السنة الجامعية 2018-2019 .

9. عبد اللطيف شريف و عبد الغني حاج مبارك، اتجاهات الجمهور إزاء مصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة: قناة النهار أنموذجا، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة ، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية. جامعة محمد بوضياف، المسيلة، السنة الجامعية 2016-2017 .

10. علاء الدين قاسي وآخرون، صورة القنوات الجزائرية لدى جمهورها: قناة النهار أنموذجا.
مذكرة لنيل شهادة الماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة، كلية العلوم الانسانية
والاجتماعية. جامعة 8 ماي 1945، قالمة ، السنة الجامعية 2016-2017 .

11. مريم الداوي و سلمى عواريب، واقع القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة من وجهة نظر
الصحفيين بمدينة ورقلة، مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص تكنولوجيا
الاتصال الجديدة ، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية ، جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة ، السنة
الجامعية 2017-2018 .

12. شيماء معاوي، دور الحملات الانتخابية في التنشئة السياسية، دراسة استطلاعية على
عينة من طلبة جامعة محمد خيضر - بسكرة، مذكرة مكملة لنيل الماستر في علوم الاعلام و
الاتصال تخصص: اتصال و علاقات عامة، قسم العلوم الإنسانية، 2013/2014 .

13. صبرينة نيليو فاتحة مغوار، المعالجة الإعلامية لقانون المالية 2017، دراسة تحليلية
لصحيفة الشروق اليومي، مذكرة لنيل شهادة ماستير أكاديمي في علوم الاعلام والاتصال
جامعة قاصدي مرباح 2016/2017.

14. زينب حسن عبد الحليم، المحتوى الرقمي لمواقع المتاحف الأثرية و مكاتبها على شبكة
الأنترنت: دراسة لإنشاء موقع نموذجي للمتحف المصري، 2018 .

المحاضرات:

1. فريدة سقلاب، محاضرات في منهجية العلوم القانونية، السنة الثانية حقوق ، كلية الحقوق
والعلوم السياسية، جامعة عبد الرحمان ميرة، بجاية، السنة الجامعية 2017-2018 .

المجلات:

1. رندة هنوز و أ.د. طاهر اجعيم، القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة والمشاركة السياسية لدى
الشباب الجامعي، دراسة ميدانية لولاية سطيف، مجلة البحوث السياسية و الادارية، العدد 10.

2. زهير إحدان، الصحافة الجزائرية قبل الاستقلال ج4، الموسوعة الصحفية العربية، تونس.
1975.

3. سعيد مراح و د. محمد قارش، الفضائيات الجزائرية الخاصة بين الواقع والتحديات، مجلة الحقيقة، العدد 39، 2017.

4. وليد عبد الهادي العويمر، دور الإذاعة والتفاز الأردني في تنمية السياسية، دراسة تحليلية ميدانية، المجلة الأردنية للعلوم الاجتماعية، مجلد 6، العدد، 2013.

5. ياسمين هريدة، البناء الإعلامي للواقع السياسي الجزائري في القنوات التلفزيونية الخاصة: دراسة وصفية مقارنة للنشرات الاخبارية لقنوات الشروق tv و الدزاير tv والخبر tv 2016.
مجلة الاتصال و الصحافة، العدد 11، سنة 2020.

الصحف:

1. عبد الكريم السوداني، البرامج السياسية التلفزيونية وقدراتها التأثيرية، صحيفة الوسط، العدد 153، سنة 2003.

المواقع الإلكترونية:

1. تحليل المضمون.

2. https://ar.m.wikipedia.org/wiki/%D8%AA%D8%AD%D9%84%D9%8A%D9%84_%D8%A7%D9%84%D9%85%D8%B6%D9%85%D9%88%D9%86

3. قناة البلاد.

https://ar.m.wikipedia.org/wiki/%D9%82%D9%86%D8%A7%D8%A9_%D8%A7%D9%84%D8%A8%D9%84%D8%A7%D8%AF

4. السياسة الإعلامية، <http://www.alarabalyaman.net/page.phpnewsib>

5. المعالجة الإعلامية، <http://ar.wikipedia.org/wiki>

6. بور تي في.

https://ar.m.wikipedia.org/wiki/%D8%A8%D9%88%D8%B1_%D8%AA%D9%8A_%D9%81%D9%8A

7. الجزائر 24.

https://ar.m.wikipedia.org/wiki/%D8%AF%D8%B2%D8%A7%D9%8A%D8%B1_24

8. القنوات الجزائرية الخاصة.

https://ar.m.wikipedia.org/wiki/%D8%AF%D8%B2%D8%A7%D9%8A%D8%B1_%D8%B4%D9%88%D8%A8

9. البرامج التلفزيونية السياسية حلقة الوصل بين الشعوب والأنظمة.

<https://www.democraticac.de/?p=53680>

10. البرامج السياسية بين الموضوعية والسطحية.

<https://www.emaratalyoum.com/politics/weekly-supplements/world-press/2013-10-30-1.618995?ot=ot.AMPPageLayout#referrer=https://www.google.com>

11. قناة البلاد الجزائرية، [/https://www.alahlam.net/22773/el-bila](https://www.alahlam.net/22773/el-bila)

12. نشأة التلفزيون.

<https://ar.m.wikipedia.org/wiki/%D8%AF%D8%B2%D8%A7%D9%8A%D8K4H7u%>

الملاحق

جامعة عمار ثليجي بالأغواط
كلية العلوم الإنسانية و العلوم الإسلامية و الحضارة
قسم علوم الإعلام و الإتصال
تخصص: إتصال و علاقات عامة



استمارة تحليل المحتوى:

الحملة الانتخابية لرئاسيات ديسمبر 2019 عبر القنوات التلفزيونية الخاصة نموذج برنامج أستوديو الرئاسيات في قناة البلاد تي في

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: اتصال وعلاقات عامة

في إطار إنجازنا لمذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال قمنا ببناء هذه الاستمارة الخاصة بتحليل محتوى العينة المدروسة من برنامج " أستوديو الرئاسيات " الذي يعرض على قناة " البلاد تي في " والتي سنقوم بتحليلها في ضوء تساؤلات و أهداف الدراسة اعتمادا على الفئات المقدمة .

إشراف الدكتورة:

- ذهبية ايت قاسي

إعداد الطالبتين:

- خيرة فنطازي

- سميرة العباسي

السنة الجامعية : 2019-2020

استمارة تحليل المحتوى:

فئات المضمون: ماذا قيل؟

فئة المواضيع المطروحة في البرنامج: 3 2 1

3/3 2/3 1/3 3/2 2/2 1/2 3/1 2/1 1/1

فئة اهداف البرنامج: 6 5 4

اتجاهات ومواقف القائم بالاتصال من القضايا المطروحة في البرنامج: 9 8 7

فئة الجمهور المستهدف: 11 10

فئات الشكل: كيف قيل؟

فئة طبيعة المادة التلفزيونية: 13 12

فئة طبيعة اللغة المستخدمة: 16 15 14

فئة القوالب الفنية المستخدمة في البرنامج: 18 17

فئة اساليب الاقناع المستخدمة: 20 19

فئة المدة الزمنية المخصصة للفاعلين في البرنامج: 25 24 23 22 21

30 29 28 27 26

دليل الاستمارة:

يدل على الفئات الرئيسية.

يدل على فئات المواضيع الفرعية.

فئات المضمون: ماذا قيل؟

المربعات المرقمة 1، 2، 3، تدل على المواضيع التي تم تناولها في برنامج أستوديو الرئاسيات (مسائل السياسة الخارجية، الحملة الانتخابية، محاربة الفساد في الجزائر)

الدوائر المرقمة بـ 1/1، 2/1، 3/1 تدل على المواضيع الفرعية المتعلقة بموضوع مسائل السياسة الخارجية (تصريحات وزير الخارجية المستفز للجزائر، تدخل البرلمان الأوروبي في شؤون الجزائر الداخلية، مشروع قانون تجريم الاستعمار).

الدوائر المرقمة بـ 1/2، 2/2، 3/2 تدل على المواضيع الفرعية المتعلقة بموضوع الحملة الانتخابية (مشاريع وخطابات المترشحين للرئاسيات، المناظرة التلفزيونية التاريخية بين المترشحين الخمسة، الانتخابات الرئاسية).

الدوائر المرقمة بـ 1/3، 3/3، 3/2 تدل على المواضيع الفرعية المتعلقة بموضوع محاربة الفساد في الجزائر (محاكمة رؤساء حكومة، محاكمة وزراء سابقون، محاكمة رجال أعمال).

والمربعات المرقمة بـ 4، 6، 5 فتدل على هدف البرنامج من خلال القضايا المطروحة فيه (الشرح والتفسير، الارشاد والتوجيه، الإعلام والإخبار).

المربعات المرقمة بـ 7، 8، 9 فتدل على اتجاهات ومواقف الاعلامي المقدم من القضايا المطروحة في البرنامج (مؤيد، معارض، محايد).

اما عن المربعات المرقمة بـ 10، 11 فهي تدل على الجمهور المستهدف من خلال المواضيع المطروحة في البرنامج (جمهور عام، جمهور خاص).

فئات الشكل: كيف قيل؟

المربعات المرقمة بـ 12، 13 تدل على طبيعة المادة التلفزيونية المستخدمة في البرنامج (لفيديو الصور، الثابتة).

المربعات المرقمة بـ 14، 15، 16 فتدل على طبيعة اللغة المستخدمة في البرنامج (الفصحى. العامية، المزيج بين الفصحى والعامية).

المربعات المرقمة بـ 17، 18 فتدل على القوالب الفنية المستخدمة في البرنامج (قالب الحوار والمقابلة، قالب التحقيق التلفزيوني).

المربعات المرقمة بـ 19، 20 فتدل أساليب الإقناع التي تم استخدامها في البرنامج (الاستمالات العقلية، الاستمالات العاطفية).

اما المربعات المرقمة بـ 21، 22، 23، 24، 25، 26، 27، 28، 29، 30 فتدل على فئة المدة الزمنية للفاعلين في البرنامج (الإعلامي المقدم، ممثليالمرشحين لرئاسيات ديسمبر 2019، محامين. أساتذة جامعيون، قاضي سابقون، خبراء في الاقتصاد، اعلاميون، ناشط سياسي، رؤساء وأعضاء مجالس، الجمهور).