

جامعة قاصدي مرباح ورقلة

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم الإعلام و الاتصال



مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر أكاديمي

التخصص: اتصال جماهيري و الوسائط الجديدة

بغنوان:

دور برنامج "أستوديو الرئيس" في توعية ناخبي ولاية ورقلة تجاه

البرامج الانتخابية لرئاسيات 2019

دراسة على أعداد من برنامج "أستوديو الرئيس" وبعض من متابعيه من
ناخبي ولاية ورقلة.

إشراف الأستاذ:

صاحي عبد الرحمان

من إعداد الطالبات:

✓ بوغابة ريان

✓ برق زينة

السنة الجامعية 2020/2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ
الْحَمْدُ لِلَّهِ الَّذِي
خَلَقَ السَّمَوَاتِ وَالْأَرْضَ
وَالَّذِي يُضَوِّبُ الْمَوْتَى
إِنَّ رَبَّهُ لَسَدِيدٌ
إِلَىٰ عَرْشِهِ الرَّحِيمُ
الَّذِي يُخْرِجُ الْحَيَّ مِنَ الْمَوْتِ
وَيُدْخِلُ الْمَوْتَىٰ فِي الْحَيَاةِ
إِنَّ رَبَّهُ لَسَدِيدٌ
إِلَىٰ عَرْشِهِ الرَّحِيمُ

شكر و عرفان

الحمد لله على إحسانه و الشكر على توفيقه و امتنانه و نشهد أن الله لا إله إلا الله وحده لا شريك له
تعظيمًا لشانه و نشهد أن سيدنا و نبينا محمد عبده و رسوله داعي إلى رضوانه

على الله عليه و على اله و صحابه و أتباعه وسلم

بعد الشكر لله سبحانه و تعالى على توفيقه لنا لإتمام هذا البحث المتواضع بجزيل الشكر
إلى الوالدين العزيزين الذين أعمونا و شجعونا على الاستمرار في مسيرة العتل النجاح و إكمال

الدراسة الجامعية والبحث

نتوجه بالشكر الجزيل و الامتنان الغفير إلى من شرفنا بإسرافه على مذكرة بحثنا

الدكتور محمد الرحمان صالح

و انار لنا طريق البحث العلمي بتقديم النصائح و كانه له لمسة قيمة في هذا البحث المتواضع

كما نتوجه بخالص الشكر إلى الأستاذ الزاوي محمد الطيب على توجيهاته العلمية التي لا تقدر

بثمن

ولاننسى في شكرنا الكرام إلى كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد على إنجاز و إتمام هذا العمل

كل الأساتذة الذين قامو بتدريسنا طوال مسار الدراسي

ربي و زعمنا أن نشكر نعمتك التي أنعمت علينا و على والولدين وأن نعمل عملا صالحا ترضاه

و أدخلنا و رحمتك في عبادك الصالحين

الإهداء

إلى من تعجز الكلمات عن ذكر مآثرها، إلى الشمس التي أثارته دربي بوجودها

إلى التي لن أوفيهما حقها ممما قلبت فيها

أمي العزيزة

إلى النفس المليئة بالخير إلى من افتخر بحملي اسمه واطمح إلى نهج دربه،

إلي من هون على مشاكل الدنيا و اشد عرضي به بعد الله

أبي الكريم

إلى أخواتي الأفاضل: نجاح و صلاح و رحاب حفظهم الله وجعلهم سندا لي

طول الحياة أمل أن يكال الله حياتهم بالنجاح و التوفيق

وإلى الكتكوت رؤيا حفظها الله و رعما

إلى جميع أصدقائي و زملائي الذين قضيت معهم أجمل أوقاتي فتقاسمنا فيها

مشاعر الفرح و الأمل...

أهدي ثمرة جهدي و ومسيرة أشعر من العمل الدؤوب إلى كل من همه أمري و أسعده

نجاحي.

ريان

الإهداء

الحمد لله عزوجل منه وعونه لإتمام البحث

إلى التي فلذة كبديها كل العطاء و العنان ،

إلى التي صبرت على كل شيء التي رعيتني حق الرعاية وكانت سندا في الشدائد

وكانت دعواها لي بالتوفيق تتبععتني خطوة بخطوة في عملي

إلى من ارتفعت كلما تذكرت ابتسامتها في وجهي نبع العنان أمي اعز ملاك على القلب

و العين جزها الله خيرا عيني خيرا الجزء في الدارين

إلى الذي وهبني كل ما يملك حتى أحقق له أمله إلى يدعيني قدما نحو لنيل المبتغى

مترجمة في تقديمه للعلم ومدرستي الأولى في الحياة

أبي الغالي على فليبي أطل الله في عمره

توأم روحي و رفيقة دربي إلى صاحبة القلب الطيب و النوايا الصادقة أختي

العزيزة وسيلة

إلى من أظهر ولي ما هو أجمل من الحياة إلى من تذوقته معهم أجمل اللحظات أختوتي

عبد الباسط.. حمزة.. ياسين.. زكريا.. يونس

إلى أختي التي لم تلدها أمي الله يوفقها في حياتها

مريم

إلى الذين أحبهم و آل العائلة الكريمة

زينة



ملخص الدراسة:

من خلال هذه الدراسة حاولنا البحث عن دور برنامج "أستوديو الرئيس" في توعية ناخبي ولاية ورقلة تجاه البرامج الانتخابية لرئيسيات 2019 , واستخدمنا منهج تحليل المضمون كون هذه الدراسة صنفت ضمن الدراسات التحليلية ,وتتجلى أهمية الدراسة في ترقية الفكر السياسي لدى المواطن من خلال مشاهدة الوسائل الإعلامية في بث برنامجهم الانتخابي وقدرة الناخب على التكيف السريع من البرنامج المقترح من خلال مشاهدته للقنوات الفضائية خاصة في ظل الحملات الانتخابية واستخدمنا منهج تحليل المضمون كون هذه الدراسة ضمن الدراسات التحليلية مع إعتداد على استمارة تحليل المضمون لعينة من لأعداد من برنامج "أستوديو الرئيس" وأداة المقابلة لعينة تتكون من 20مواطن تم اختيارهم بشكل قصدي.

فالبرنامج حاول الإلمام بالمرشحين في طرح أفكارهم وتصوراتهم من خلال المشروع الانتخابي, واعتمد على المؤثرات البصرية و الأساليب الإقناعية واللغة العامية البسيطة وتنوع القوالب الفنية لإيصال الفكرة ومناقشة الأمور السياسية وإعطاء للحلقة أهمية من قبل المشاهد لتتوير وعيه السياسي ،وكشفت الدراسة ان برنامج "أستوديو الرئيس" تطرق إلى مجموعة المعلومات السياسية الداخلية والاقتصادية والاجتماعية والتي تسترجع ثقة المواطن في ظل تلتشيها في البلاد وحقق مجموعة من الإشباعات لدى متابعيه .ومن النتائج المتوصل إليها استطاع أن يكتشف على طلائع المشاريع المستقبلية وكيف تساهم بشكل جذري في إصلاح البلاد.ومن تم التوصل إلى أن برنامج "أستوديو الرئيس" لعب دورا فعالا في طرح الأمور السياسية التي تهم الجمهور المستهدف .

الكلمات المفتاحية:

دور ,البرامج الإعلامية ،الناخب،التوعية،البرامج الانتخابية.

Abstract:

Through this study we tried to search the role of "The president studio" program in educating voters of Ourgla province toward the presidential election program 2019, and we chose analyzing the content since this study is classified among analytical studies. The importance of the election is reflected in the promotion of the citizen's political thought by watching the media in broadcasting their electoral program and the ability of the voter to adapt quickly from the proposed program by watching satellite channels, especially in light of the election campaign. And the analytical approach is used because this study is classified within analytical studies with considering questionnaires by using 20 citizens intentionally chosen.

The program attempted to help the candidates in presenting their ideas and perceptions through the electoral project. And relied on the visual effects, persuasive methods, simple colloquial language and the variety of technical templates to convey ideas and discussing the political matters and give the importance to the episode from the viewer to enlighten his political awareness. This study discovered that "the president studio" TV show tackled many internal, economical and social political information which restores the citizen's trust in light of its achievements. And the study's main results were the ability of discovering future plans and how they can contribute in developing the country. Thus, "The president studio" played an effective role in putting political matters up of interests to the target audience.

Key words:

The role of media TV shows, Awareness, Voter, Electoral programs.

فهرس المحتويات

الصفحة	فهرس المحتويات
	شكر وعرهان
	إهداء
	فهرس الجداول
	فهرس الأشكال
أ- ب	المقدمة
	الفصل الأول: الإطار المنهجي
6	إشكالية الدراسة
7	تساؤلات الدراسة
8	أهمية الدراسة
8	أسباب اختيار الموضوع
9	أهداف الدراسة
10	مفاهيم الدراسة
12	منهج الدراسة
13	أدوات الدراسة

20	مجال الدراسة
21	مجتمع البحث والعينة
22	الدارسات السابقة
28	المقاربة النظرية
الفصل الثاني: الإطار التطبيقي	
35	التعريف بالقناة EL BILAD.TV
36	التعريف بالبرنامج "أستوديو الرئيس"
37	عرض وتحليل النتائج حسب الشكل
51	عرض تحليل النتائج حسب المضمون
62	النتائج العامة للدراسة
66	خاتمة
	قائمة المراجع
	الملاحق

فهرس الجداول و الأشكال

قائمة الجداول

الصفحة	العنوان الجداول	الرقم
37	جدول البيانات الأولية لعينة الدراسة	01
38	جدول يوضح فئة المؤثرات المستخدمة في برنامج "أستوديو الرئيس"	02
40	جدول يوضح فئة اللغة المستخدمة في برنامج "أستوديو الرئيس"	03
41	جدول يوضح فئة أجزاء البرنامج المستخدمة في برنامج "أستوديو الرئيس"	04
42	جدول يوضح فئة أنواع اللقطات المستخدمة في برنامج "أستوديو الرئيس"	05
44	جدول يوضح فئة أنواع الزوايا المستخدمة في برنامج "أستوديو الرئيس"	06
46	جدول يوضح فئة لون الخط المستخدمة في برنامج "أستوديو الرئيس"	07
47	جدول يوضح فئة لون الخلفية المستخدمة في برنامج "أستوديو الرئيس"	08
49	جدول يوضح فئة الزمن المستغرق من الفاعلين في برنامج "أستوديو الرئيس"	09
51	جدول يوضح فئة مصدر المعلومات في برنامج "أستوديو الرئيس"	10
54	جدول يوضح فئة أنواع المعلومات في برنامج "أستوديو الرئيس"	11

56	جدول يوضح فئة أهداف برنامج "أستوديو الرئيس	12
58	جدول يوضح فئة أساليب الإقناع المستخدمة في برنامج "أستوديو الرئيس"	13
60	جدول يوضح فئة لمفاهيم المستخدمة في برنامج "أستوديو الرئيس"	14

قائمة الأشكال

الصفحة	العنوان الأشكال	الرقم
38	شكل يوضح فئة المؤثرات المستخدمة في برنامج "أستوديو الرئيس"	01
40	شكل يوضح فئة اللغة المستخدمة في برنامج "أستوديو الرئيس"	02
42	شكل يوضح فئة أنواع اللقطات المستخدمة في برنامج "أستوديو الرئيس"	03
44	شكل يوضح فئة أنواع الزوايا المستخدمة في برنامج "أستوديو الرئيس"	04
46	شكل يوضح فئة لون الخط المستخدمة في برنامج "أستوديو الرئيس"	05
48	شكل يوضح فئة لون الخلفية المستخدمة في برنامج "أستوديو الرئيس"	06
50	شكل يوضح فئة الزمن المستغرق من الفاعلين في برنامج "أستوديو الرئيس"	07
52	شكل يوضح فئة مصدر المعلومات في برنامج "أستوديو الرئيس"	08
54	شكل يوضح فئة أنواع المعلومات في برنامج "أستوديو الرئيس"	09
57	شكل يوضح فئة أهداف برنامج "أستوديو الرئيس"	10
59	شكل يوضح فئة لمفاهيم المستخدمة في برنامج "أستوديو الرئيس"	11
61	شكل يوضح فئة المؤثرات المستخدمة في برنامج "أستوديو الرئيس"	12

المقدمة

أصبح الاتصال عنصراً أساسياً من عناصر التنمية والتطور في المجتمع إذ يؤثر على حياة الناس والجماعات ولا شك أنه لا يوجد مجتمع يعيش بدون سياسية اتصال

و مع بداية القرن العشرين والتطور الهائل الذي شهدته وسائل الإعلام أصبح الجمهور اليوم يوصف بجمهور الإعلام ، التي لعبت دوراً مهماً في تنشئة الجمهور والتأثير في اتجاهاته الفكرية وتزويده بالمعلومات السياسية كما ساهمت في تدعيم أو تغيير مواقفه السياسية والاجتماعية كذلك.

لعل من أهم هذه الوسائل الإعلامية المسموعة والمرئية ، التي أحدثت طفرة نوعية في حياة الأفراد وأصبحوا يعتمدونها كمصدر رئيسي لتنمية ثقافتهم السياسية ، إذ يحتل التلفزيون مكانة هامة في فضاء الاتصال الجماهيري بما يتوفر عليه من خصائص ، كالصوت واللون والصورة الحية المعبرة وسهولة وصولها وقلة تكلفتها ، إضافة إلى المضامين الإعلامية المختلفة .

ويعد الوسيلة الإعلامية الأكثر تأثيراً في المشاهد وذلك لطبيعته الجذابة التي تجعل المادة الإعلامية التي يبثها هذا الجهاز تحرك العواطف وتغير التفكير لمصادقته وقدرته على الإقناع والتأثير وانتشاره الواسع لنقل الأخبار والأحداث السياسية .

فوسائل الإعلام هي انعكاس للبيئة السياسية لقيامها في تشكيل الرأي العام ودورها في عملية بناء سلوك الفرد والتكامل السياسي .

فقد أقيمت بعض الدراسات في الولايات المتحدة الأمريكية لدراسة تأثير وسائل الإعلام وخصوصاً التلفزيون باعتباره المصدر الرئيسي للمعلومات السياسية للناخبين الأمريكيين. ولعل من أهم هذه الدراسات التي قام بها بول لازراسفيلد وزملاؤه من جامعة كولومبيا في الولايات المتحدة الأمريكية حول السلوك الانتخابي لناخبي مقاطعة إيربي بمدينة أوهايو في الانتخابات الرئاسية الأمريكية عام 1940، والتي تم نشرها في كتاب تحت عنوان

اختيار الشعب كيف يهيئ الناخب رأيه أثناء الحملة الرئاسية وأشار إلى أن الناخب يصوت بوعي ليس فقط بحسب مجموعته بل أيضا من أجل صالح مجموعته .

وتعد البرامج السياسية برامج مهمة وبارزة على القنوات الفضائية التلفزيونية ، لأن لها دوراً في تكوين الوعي السياسي لدى الفرد وتنشئته السياسية ، وتمكينه من معرفة حقوقه وواجباته ، وتساهم في صنع قراراته المتعلقة بالأمور والقضايا السياسية ، و هذه البرامج تساهم كذلك في مخاطبة قطاع واسع من المجتمع من خلال ما تبثه من برامج انتخابية فترة الحملات الانتخابية لزيادة ونشر الوعي السياسي لدى الجمهور الناخب.

وبناء على ما سبق ذكره أعلاه تسعى دراستنا إلى تسليط الضوء على دور البرامج الإعلامية التلفزيونية في توعية ناخبي ولاية ورقلة تجاه البرامج الانتخابية لمرشحي رئاسيات (2019)، وحاولنا أن نوضح كيفية زيادة وعي الناخب من خلال البرامج التلفزيونية من خلال الاعتماد على خطة ذات أبعاد منهجية في مقدمة فصل منهجي ، وفصل تطبيقي، وخاتمة.

بالنسبة للفصل الأول خصصناه للإطار المنهجي والذي تناولنا فيه تحديد الإشكالية، التساؤل الرئيسي والتساؤلات الفرعية ، وأسباب اختيار الموضوع الذاتية و الموضوعية منها، والأهمية وأهداف الدراسة ،منهج الدراسة. كما قمنا بتحديد المصطلحات التي شملت كل متغيرات الدراسة والأدوات وحدود الدراسة وفي الأخير الدراسات السابقة.

أما فيما يخص الفصل الثاني الذي يتضمن الدراسة الميدانية، ممثلة في تحليل بيانات الدراسة وصولاً إلى النتائج الخاصة بالإجابة على التساؤلات العامة ، لنصل بعد ذلك إلى الخاتمة التي حددت ما قمنا باستخلاصه في الدراسة النظرية و التطبيقية.

الإطار المنهجي

الإطار المنهجي

- 1 . الإشكالية
- 2 . تساؤلات الدراسة
- 3 . أهمية الدراسة
- 4 . أسباب اختيار الموضوع
- 5 . أهداف الدراسة
- 6 . مصطلحات الدراسة
- 7 . المنهج الدراسة
- 8 . أدوات الدراسة
- 9 . مجالات البحث
- 10 . مجتمع البحث والعينة
- 11 . الدراسات السابقة
- 12 . المقاربة النظرية

1/ الإشكالية :

تعد البرامج بكل أنواعها من أهم المواد الإعلامية سواء صوتية أو مصورة أكثر مخاطبة للجمهور ، خاصة السياسية منها ، وهي من أهمها تلك التي يقوم عليها البناء العام للبلث التلفزيوني في غالبية المحطات والقنوات الفضائية في العالم ، وهذا النوع كثيرا ما يحظى باهتمام ومتابعة المشاهدين. بصيغة خاصة ذات الصبغة النوعية تجاه الحملات الانتخابية ضمن الانتخابات الرئاسية. حيث تثير هذه الأخيرة معارف الجمهور من خلال النقاشات واختلافات الرأي والحوارات بين المتنافسين وادعيتهم والشخصيات المؤثرة في الحملات الانتخابية.

إن اهتمام الإعلام السياسي بالمرشحين للانتخابات الرئاسية وإبراز برنامجهم الانتخابي لتوعية الناخبين ولحسب أصواتهم من جهة ، وإحساس الناخبين أن لهم دورا في تقرير مصيرهم بأنفسهم ، عاملان حاسمان في نجاح أو فشل العملية الانتخابية. لذلك فالحرص السياسية على القنوات الجزائرية قد تؤدي دورا هاما في توعية الناخب تجاه المشاريع الانتخابية عن طريق تزويدهم بالمعلومات حولها.

ونشير بالذكر إلى ناخبي ولاية ورقلة لمساهماتهم في الحملات الانتخابية والإقبال وكثافة المشاركة نظرا للوعي المتزايد من أهل المنطقة وتترجم ميدانيا في التوجه نحو صندوق الاقتراع بخلاف مناطق لم تشهد الإقبال ذاته مع بروز المترشح السياسي "عبد القادر بن قرينة" كمثل للولاية يعكس الاهتمام الذي يؤذيه جزء واسع من شريحة المجتمع وهذا ما دفع المواطن الناخب لمتابعة الأحداث والقضايا الراهنة والتواصل الدائم بكل مستجد من خلال أي منبر إعلامي سياسي على الشاشة التلفزيونية.

ومن بين هذه البرامج السياسية برنامج أستوديو الرئيس عل قناة البلاد tv، والذي يتمحور مضمونه حول الحديث عن البرامج الانتخابية للمرشحين الخمسة ، للخروج من الأزمة السياسية التي تعيشها البلاد ، وإقناع الشعب الجزائري أثناء الحملة الانتخابية لسنة 2019 ، بأي البرامج والمرشحين أفضل لتسيير البلاد فيما بعد عهد عبد العزيز بوتفليقة، ومن هنا يكمن طرح الإشكال التالي :

ما هو دور برنامج "أستوديو الرئيس" في توعية ناخبي ولاية ورقلة تجاه البرامج الانتخابية لمرشحي رئاسيات الجزائر 2019؟

2/ تساؤلات الدراسة :

- هي ما القوالب و الأشكال الفنية التي اعتمدها برنامج "أستوديو الرئيس" لتوعية الناخب بالبرنامج الانتخابي لمرشحي رئاسيات الجزائر سنة 2019؟

- ما هي أبرز النقاط التي تطرق إليها برنامج "أستوديو الرئيس" لتوعية الناخب تجاه البرنامج الانتخابي لمرشحي رئاسيات الجزائر سنة 2019؟

- ما هي مواقف واتجاهات الناخبين بولاية ورقلة إزاء برنامج "أستوديو الرئيس"؟

- ما هي الإشباعات التي حققها ناخبو ولاية ورقلة من خلال متابعتهم لبرنامج "أستوديو الرئيس" ؟

3/ أهمية الدراسة

إن لكل دراسة قيمة علمية تجعلها محل اهتمام الباحث، وهذه القيمة تدفع الباحث والتوصل إلى النتائج وتتجلى أهمية الدراسة في كون البرامج الإعلامية لها دور فعال في توعية الناخبين تجاه المضامين السياسية بالحملة الانتخابية، والمساهمة في ترقية الفكر السياسي لدى المواطن من خلال مشاهدة الوسائل الإعلامية في بث برنامجهم الانتخابي وقدرة الناخب على التكيف السريع من البرنامج المقترح من خلال مشاهدته للقنوات الفضائية والتلفزيون .

في هذه المرحلة يعد مصدر لانتقاء المعلومات ومن هنا لابد من البرنامج الاهتمام بالناخبين وتوعيتهم على أسس صحيحة وخاصة في ظل الحملات الانتخابية، وتعمل هذه البرامج على تنوير الرأي العام لدى الناخبين.

4/ أسباب اختيار الموضوع

أ/ أسباب ذاتية :

- الميل والرغبة الشخصية في دراسة مواضيع متعلقة بشأن السياسي.
- علاقة الموضوع بالتخصص الذي ننتمي.
- محاولة معرفة أهم الجوانب التي ركز عليها برنامج أستوديو الرئيس في طرحه لبرنامج المترشحين لرئاسيات 2019.

ب/ أسباب موضوعية

- الدور المهم الذي تلعبه البرامج الإعلامية في القنوات الفضائية من خلال عمليات التوعية والتثنية الاجتماعية.
- اهتمام المواطن بالبرامج الانتخابية عبر القنوات الجزائرية.
- قابلية موضوع الدراسة والبحث علميا ومنهجيا.

5/ أهداف الدراسة

يعتبر مجال البحث العلمي مجالا واسعا تختلف أهدافه ومعطياته باختلاف زاوية التي ينطلق منها الباحث في دراسته في بناء مجهودات الباحث وهنا نسعى إلى دراسة دور برنامج أستوديو الرئيس في توعية ناخبي ولاية ورقلة تجاه البرامج الانتخابية لرئاسيات 2019، ونلخص هاته الأهداف في جملة من العناصر يمكن ذكرها في مايلي:

- الوقوف على أهم القوالب و الأشكال الفنية التي اعتمدها برنامج "أستوديو الرئيس" لتوعية الناخب بالبرنامج الانتخابي لمرشحي رئاسيات الجزائر سنة 2019.
- تسليط الضوء على النقاط التي تطرقت إليها برنامج "أستوديو الرئيس" لتوعية الناخب تجاه البرنامج الانتخابي لمرشحي رئاسيات الجزائر سنة 2019.

- إبراز أهم مواقف و اتجاهات الناخبين بولاية ورقلة إزاء برنامج "أستوديو الرئيس".
- معرفة الاشباعات التي حققها ناخبو ولاية ورقلة من خلال متابعتهم لبرنامج "أستوديو الرئيس".

6/مصطلحات الدراسة:

قد يتبادر إلى الذهن أن استخدام المصطلحات أمر غير مصاغ إلى أن حقيقة البحث تتطلب من الباحث الحصري على بحثه أن يتعامل اصطلاحيا في متن البحث، وعليه فإن عداد غير قليل من هذه الاصطلاحات سترد حتما للمعالجة، وعليه فإن كل كلمة تكون مصدر الاختلافات في الفهم تعد مصطلحا ينبغي توضيحه، ويرد تعريف إجرائي محدد وبطبيعة الحال هناك تعريف لغوي للمصطلح¹.

الدور:

لغة : جمع أدوار، عاود الشيء إلى ما كان عليه، وهو من الشيء المدار بعضه فوق بعض لأخره وكذلك هو علم الأدوار².

اصطلاحا : عرف أحمد زكي بدوي الدور في معجم مصطلحات العلوم الاجتماعية بأنه السلوك المتوقع من الفرد في الجماعة والجانب الدينامي لمركز الفرد، فبينما يشير المركز إلى مكانه الفرد في الجماعة، فإن الدور يشير السلوك الذي يتطلبه المركز، ويتحدد سلوك الفرد في ضوء توقعاته وتوقعات الآخرين منه، وهذه التوقعات تتأثر بفهم الفرد والآخرين للحقوق والواجبات المرتبطة بمركزه الاجتماعي، وحدود الدور تتضمن تلك الأفعال التي تتقبلها الجماعة في ضوء مستويات السلوك في الثقافة السائدة، ويعتبر هذا التعريف من أهم التعريفات المقدمة للدور لأنه يشمل أهم العناصر التي يتضمنها هذا المفهوم³.

إجرائيا: هو مجموعة من الحقوق والواجبات والاتجاهات والسلوك والمهارات التي يقوم بها الفرد أو مجموعة من الأفراد تجاه قضية ما من أجل تحقيق أهداف معينة .

¹ منصور نعمان: **البحث العلمي حرفة وفن**، دار الكندي للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 1998، ص ص 4، 49.

² **المنجد الأبيدي**، دار المشرق، بيروت، ط5، 1983، ص 39.

³ أحمد زكي بدوي: **معجم المصطلحات العلوم الاجتماعية**، مكتبة لبنان، بيروت، (ب ط)، 1993، ص 39.

البرنامج :

لغة : أقول البرنامج معرب دخيل , وأصل الفارسي برنامہ , هذا نموذج وطازج وغيرهما¹.

اصطلاحاً: هو ما ينشر بالإذاعة أو إحدى وسائل النشر الأخرى ليصف شيئاً , ويستخدم هذا الاصطلاح في الإذاعة والتلفزيون للإشارة إلى الشكل الفني يشغل مساحة زمنية محددة , وله اسم ثابت ويقدم في مواعيد محددة و ثابتة يومياً أو أسبوعياً أو كل أسبوعين , أو شهرياً ليعرض مادة عن المواد الفنية².

البرامج:

هي بث مضامين ومواد متنوعة إلى الجماهير واسعة ومتباينة في العمر والمستوي المعيشي والثقافي والتعليمي³.

البرامج الإعلامية:

هو الشكل أو القالب الذي يوضع لاحتواء مضمون الرسالة الإعلامية التلفزيونية أو الإذاعية أو الموازنة بين احتياجات المشاهد أو المستمع ورغباته⁴.

التوعية:

لغة : التوعية مصدر وعي وهي التفهيم والتوضيح والإرشاد وهي مأخوذة من الوعي وهو الحفظ والفهم والإدراك والعمل والأصل في الوعي ضم الشيء وما التوعية إلا ضم الشيء وما التوعية إلا ضم معلومات إلى معلومات وهي بمثابة إفهام الغير وتحفيظهم ما ينبغي عليه فعله وإرشادهم⁵.

¹ محمد منير حجاب: الموسوعة الإعلامية، دار الفجر للنشر والتوزيع (ب ط)، 2003، ص 559.

² المعجم الوجيز في مصطلحات الإعلام ، مكتبة ناشرون ، ط1 ، بيروت، 1999، ص 559

³ مايا باشا: الحصص الخاصة في التلفزيون الجزائري، دراسة وصفية تحليلية لحصة وكل شي ممكن، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة يوسف بن-خدة-الجزائر، 2007/2008، ص 41.

⁴ منصور بن كادي: البرامج السياسية في الإعلام الفضائي الجزائري الخاص ودورها في تنمية الوعي السياسي لذي الطالب الجامعي دراسة ميدانية على عينة من طلبة الماستر الإعلام والاتصال، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في الإعلام والاتصال، كلية، قسم، جامعة محمد خبضر

بمسكرة 2014-2015، ص 169

⁵ عمر صالح بن عمر : مفهوم الوعي والتوعية وأهميتها ، كلية الشريعة والدراسات الإسلامية ، جامعة الشارقة، الإمارات العربية ، ص 27.

اصطلاحاً: يقصد بالتوعية "consciousness" كمفهوم أنه عبارة عن اتجاه عقلي انعكاسي يمكن من إدراك ذاته وإدراك البيئة المحيطة به والجماعة التي ينتمي إليها كعضو ويذهب جورج ميد إلى أن عمليات الاتصال تساعد الفرد على النظر إلى نفسه والقيام بدور الآخرين، وتعتبر عملية الاندماج للآخرين أو تمثل الظروف المحيطة شرطاً أساسياً لظهور الوعي¹.

إجرائياً : هي نشاط يهدف لتركيز انتباه مجموعة واسعة من الناس الى مسألة أو قضية معينة .

الناخب :

إجرائياً : هم من يحق لهم التصويت بصوتهم وهم أشخاص مؤهلون ومسجلون في قوائم الناخبين في سجل الناخبين للإدلاء بصوتهم في يوم الاقتراع .

البرامج الانتخابية :

اصطلاحاً: هو الوثيقة والعهد المكتوب بين الحزب المرشح والناخبين وي طرح فيه أفكاره وأرائه ورؤيته لحل المشاكل والقضايا التي تهم الناخبين والذي على أساس سوف يعمل طوال فترة بقائه في منصبه².

7/ المنهج:

يعد المنهج في البحث العلمي العمود الفقري لكل دراسة، وله دوراً أساسياً في الكشف عن الظواهر التي يحملها الإنسان، وتساعد في فهم ما يحيطه وعادة ما يتوقف تحديد منهج الدراسة على الهدف الذي نسعى للوصول إليه وطبيعة الدراسة في حد ذاتها، الإشكالية العلمية المعالجة.

¹محمد الجوهري وآخرون : علم الاجتماع ودراسة الإعلام والاتصال، دار المعرفة الجامعية، (ب ط)، الإسكندرية، 1999، ص 289.
²<https://al-nnac.com/ARTICLE/SaSaedi/15u0.htm> في 21.25 على الساعة 21/03/2020

تعريف المنهج:

لغة: هو مصدر لفعل نهج، نهجا منهاجا والمنهج في اللغة يعني الطريق الواضح. ونهج الطريق، بمعنى أبانه وأوضحه، ونهجه بمعنى سلكه بوضوح واستبانته¹.
اصطلاحا: الطريق الأقصر والأسلم للوصول إلى الهدف المنشود كما عرف أنه فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار العديدة، إما من أجل الكشف عن الحقيقة حين نكون جاهلين بها إما من أجل البرهنة عليها للآخرين حين نكون عارفين بها².
ويعرف كذلك بوزن المذهب، والمنهاج هو الطريق الواضح، وفي الانجليزية فان كلمة Method تعني النظام، الترتيب وطريقة عمل شيء³.

كما يعرفها موريس أنجرس بأنه مجموعة من الإجراءات والخطوات الدقيقة التي يتبناها الباحث من أجل الوصول إلى نتائج معينة⁴.

إن دراستنا تدور حول دور البرامج الإعلامية في توعية ناخبي ولاية ورقلة تجاه البرامج الانتخابية لرئاسيات 2019، و تصنف هذه الدراسة ضمن الدراسات التحليلية، خاصة أننا نسعى إلى إبراز دور هذه البرامج الإعلامية ممثلة في برنامج أستوديو الرئيس الذي يستضيف مرشحي الانتخابات الرئاسية لسنة 2019 لعرض ما يمتلكون من مشاريع وأفكار خلال الحملة الانتخابية، وتوعية الناخب للخروج من الأزمة التي يعيشها المواطن خاصة أن هذا البرنامج يهتم بشأن السياسي وله علاقة بالمواطن الجزائري.

فدراستنا دراسة تحليلية، والتحليل هو الذي يتم فيه تحليل سلوك ومواقف الأفراد ودراسة المؤسسات والهيئات من خلال فهم المواد التي يقولونها ويكتبونها وتستخدم هذا المنهج في تحليل الأوضاع الاجتماعية والاقتصادية والسياسية القائمة في أي مجتمع في الماضي، الحاضر المستقبل، وقد تم الاعتماد على منهج تحليل المضمون، وهو منهج مفيد بالنسبة لمعرفة عوامل التغيير الاجتماعي وردود فعل الناس لقرارات القيادة السياسية⁵.

¹ محمد الصاوي محمد مبارك: البحث العلمي أسسه وطريقة كتابته، المكتبة الأكاديمية، (ب ط)، القاهرة، 1992، ص 19.

² محمد منير حجاب: الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية، دار الفجر للنشر والتوزيع، (ب ط)، القاهرة، 2000، ص 72.

³ andre Gérard durozoi، natham roussel: «dictionnaire de philosophie» imprim en & France par.I.M.E.2003.p259.

⁴ Maurice Angers :«initions pratique à laméthodoloige des sciences humaines»casha! édition،Alger،1997، p226

⁵ مصطفى زايد: قاموس البحث العلمي انجليزي -عربي وعربي انجليزي، دار النشر الذهبي، الإسكندرية، 1999، ص 41.

8/ أدوات البحث :

تعتبر مرحلة جمع البيانات مرحلة جد حساسة في البحث فهي تحتاج إلى عينة كبيرة من طرف الباحث ، إن الاختيار الصائب والأمثل للأداة في جمع البيانات سيساعد بأكبر قدر ممكن لهذا نجد معظم الباحثين يستخدمون أكثر من أداة ، وهذا هو الشيء الذي يقتضى وجود عينة كمية كبيرة من البيانات عند استخدامه لمنهج معين، وبما أن دراستنا دراسة تحليلية اعتمدنا على أداة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات كونها تعتبر أداة فعالة في فهم دراستنا إضافة إلى أداة المقابلة نظرا لأهميتها العلمية وكتدعيم لدراستنا¹.

أ/ أداة تحليل المضمون :

كلمة تحليل أداة جمع البيانات تعني تفكيك الشيء إلى مكوناته الأساسية ، وكلمة مضمون أو محتوى عند ربطها بالاتصال تعني كل ما يقوله الفرد أو يكتسبه ليحقق من خلاله أهداف اتصالية مع الآخرين كما قد يكون عبارة عن أنشطة تتم على مستوى المؤسسات والهيئات المختلفة.

وعرفه يوسف تمار: تحليل المحتوى هو تقنية بحث منهجية تستعمل في تحليل الرموز اللغوية وغير اللغوية الظاهرة دون الباطن والساكنة منها والمتحركة شكلها ومضمونها والتي تشكل في مجملها بناء مضمون صريح وهادف².

وقد عرفه "برسلون" 1948 أول تعريف لتحليل المضمون ، فقد عرفه على أنه تقنية بحث للوصف الموضوعي، المنظم و الكمي، لمضمون واضح للرسائل هدفه التفسير³.

يعرف تحليل المضمون بأنه "أسلوب البحث الذي يهدف إلى الوصف الكمي و الموضوعي و المنهجي للمحتوى الظاهرة للاتصال". ويعد تحليل المضمون أحد أساليب البحث العلمي الشائعة الاستخدام في مجال دراسة مواد الاتصال .ويهدف إلى معرفة اتجاهات المادة التي يتم تحليلها بطريقة علمية منظمة، وكذلك الوقوف على خصائص هذه الاتجاهات بحيث يتم كل ذلك بعيدا عن الانطباعات الذاتية، أو المعالجة العشوائية⁴.

¹ رجاء وحيد دوديري: البحث العلمي أساسيته النظرية و ممارسته العملية، دار الفكر ، ط1، دمشق، سوريا، (ب س) ص215.
² الدكتور يوسف تمار: تحليل المحتوى للباحث والطالب الجامعين، طالسبح لوم لدارسات و النشر و التوزيع، ط1، الجزائر، 2007، ص18
³ زينب خلافة: محاضرات في مقياس تحليل المضمون السمي البصري، جامعة ام بواقي ،كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، 2018-2019، ص4.
⁴ سعد سلمان المشهداني: مناهج البحث الإعلامي، دار الكتاب الجامعي، ط1، الإمارات العربية المتحدة-الجمهورية اللبنانية، 2017، ص121

***فئات و وحدات التحليل:**

أ/فئات تحليل:

حتى يكون تحليل المضمون منهجا و أداة صالحة للبحث، يجب عل الباحث أن يصيغ صياغة واضحة لفئات التحليل، وفي هذا المجال يجب منذ البداية التميز بين المادة و الشكل¹.

إذ ينجح البحث أو يفشل حسب فئاته وعليه خلصت دراستنا الاعتماد على الفئات التحليلية التالية:

1/فئات الشكل:

هي تلك الفئات التي تصف المحتوى الشكلي للمادة الإعلامية المراد دراستها وعادة ما نحاول الإجابة على السؤال: كيف قيل؟

وهي تعني كذلك الأشكال أو القوالب التي أفرغت عليها مادة الاتصال، وتعتبر أحد ركائز تحليل المضمون فالشكل الذي يقدم به المضمون إلى الجمهور من خلال مختلف قنوات الاتصال ووسائل الإعلامية المختلفة ومن بين فئات الشكل نذكر:

***فئة المؤثرات:** هو الجانب المسيطر على بث الرسالة الإعلامية على شاشة التلفزيون وذلك بشكلين:

أ/المؤثرات الصوتية: حيث تلعب على إثارة الإحساس وتعميق المشاعر بدرجات مختلفة من فرح أو حزن لتعزيز اثر المحتوى الإعلامي كالموسيقى مثلا.
ب/المؤثرات البصرية: يتضمن العنصر المرئي الذي يمكن مشاهدته على شاشة التلفزيون فهو الجانب المؤثر ،والمسيطر ويتضمن عملية دمج صورة بصورة أو تقابل الصور أو استخدام بعض المرشحات لتغيير الصورة أو لونها .

¹ إبراهيم ابراش: المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2008، ص202.

***فئة اللغة المستخدمة:** ويقصد بها اللغة التي قدمت فيها الرسالة، وهنا يقدم الباحثون العديد في التصنيفات مثلا لغة فصحي/لغة دارجة أو عامية/لغة مختلطة أو لغة عربية/لغة أجنبية أو علمية¹...

***فئة أجزاء البرنامج:** وتمثل مجموعة أجزاء البرنامج وذلك بتقسيم البرنامج إلى أجزاء وفق توقيت زمني وتكمن هذه الأجزاء في (جنيريك-التقديم-الجزء1-الموجز-الجزء2-الجزء3-الموجز3-الجزء4)

***فئة الزمن المستغرق من الفاعلين:** وتتمثل هذه الفئة في إبراز الزمن الذي يستغرقه كل فرد في صنع الحدث، ويكمن في (الزمن الذي يستغرقه مقدم البرنامج-الزمن الذي يستغرقه المرشح) الذين يحلون الموضوع وانعكاساته عليهم وعل أفراد المجتمع.

***فئة أنواع اللقطات:** وتشمل مجموعة من اللقطات التي تتخذ أثناء التصوير، وكل لقطة لها هدف منها في إبراز شيء معين واللقطات هم: (اللقطة العامة-اللقطة نصف عامة- اللقطة القريبة للصدر-اللقطة القريبة للخصر).

***فئة أنواع الزوايا التصوير:** وهي زوايا تصوير التي يالقطتها المصور أثناء التصوير للفت انتباه المشاهد وهناك أنواع من زويا ومنها:

أ/زاوية المنخفضة:وتكون الكاميرا مصوبة نحو الأعلى لإبراز قيمة الشيء أو الموضوع.

ب/زاوية مرتفعة:وتكون الكاميرا مصوبة إلى الأسفل لتصغير الشيء أو الموضوع.

ج/زاوية مستوية النظر:وتكون في شكل زاوية قائمة أي مساواة موضوع الصورة مع صورة المشهد.

***فئة الألوان:** تعمل الألوان على عكس جمال الأشياء ومدى تأثيرها على النفس البشرية وكذا لتمييز الأشياء التي من حولنا، وتتضمن فئة تناسق الألوان في بحثنا مدى تلاؤمها بين

¹رشد أحمد طعمية:تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، مفهوم،أسسه،استخداماته،سلسلة مراجع في التربية وعلم النفس،دار الفكر العربي،(ب ط)،القاهرة،2004،ص187.

ألوان جذابة وأخرى غير جذابة وخاصة عند استخدام ألوان العلم الوطني. وتتقسم الألوان الي قسمين :

لون الخط: (أبيض، أحمر)

لون الخلفية: (أبيض، أحمر، أخضر، أزرق، أسود)

2/ فئات المضمون:

ويتمثل في تقسيم أجزاء المضمون المراد تحليله إلى أجزاء ذات سمات وصفات مشتركة، ويعتمد تحليل المحتوى على فئات المضمون لأن يعد من الأدوات الملزمة والتي يمكن تكييفها، وتفيد هذه الفئات في الكشف عن مراكز الاهتمام في المحتوى، وهي التي تجيب على السؤال ماذا قيل؟، وتمثلت فئات المضمون المراد دراسته في الفئات التالية:

***فئة المصدر المعلومات:** "ويقصد بمصدر الخبر الصحفي الإشارة إلى الأداة أو الأدوات التي تحصل من خلالها الصحيفة الخبر"¹، حيث تعتمد المضامين الإعلامية على عدة مصادر تجمع من خلالها المادة التي تشكل نهاية المطاف المضمون المقدم، وعليه ففئة المصدر تبحث عن مختلف المنابع التي يستقى منها المضمون محل التحليل والذي يعتمده البرنامج وتمثل أهم هذه المصادر: الدستور-القانون-وسائل الإعلام-رجال السياسة-رجال القضاء.

***فئة أنواع المعلومات:** تستخدم هذه الفئة للتفرقة بين مختلف المعلومات التي تقدمها القناة من خلال البرنامج محل الدراسة، وهذه الفئة تعنى بمختلف أنواع المعلومات المقدمة وهي تسعى

إلى تقسيم المحتوى المراد تحليله إلى مواضيع سياسة داخلية-اجتماعية-اقتصادية-سياسة خارجية-إعلام-هوية-ثقافة.

¹ أشرف فهمي خوخة: الصحفيون ومصادر الأخبار، دار المعرفة الجامعية، (ب ط)، مصر، 2007، ص18

***فئة الأهداف:** حيث تعالج مواضيع البرنامج من خلال النصائح والتوعية والتنقيف والتنشئة السياسية و الإرشاد والتوجيه إلى جانب إعطاء أمثلة لإثراء الموضوع وإعطاءه طابع تعليمي وبعدها علميا.

***فئة أساليب الإقناع:** وتتمثل في أساليب المتبعة لتحقيق النتائج وهي الأساليب التي يسلبها المرسل إلى استنارة عدد كبير من المشاهدين و إقناعهم وتكمن في أسلوبين:

أ/الاستمالات العقلية:وهي إبراز حقائق قضية ما في الوقت المعاش.

ب/الاستمالات العاطفية: و تتمثل في توظيف عبارات مؤثرة عن القضية المطروحة.
***فئة المفاهيم:** تمثل هذه الفئة الفكرة التي تتكون في ذهن المتلقي نتيجة الخبرات المكتسب

بشكل متتال يكتسي صبغة معينة سواء كانت معقدة، أو بسيطة لتكوين مفاهيم متكاملة.

ب/وحدات التحليل:

يقوم تحليل المضمون على تقطيع المادة الإعلامية إلى وحدات تستخدم في قياس مدى تردد الموضوع محل التحليل،لدى تستخدم في الحساب التكراري لمدى ظهور البيانات في الموضوع المعالج وتتمثل في:

1- وحدة الفكرة: فهي تعبر عن رمز أو مفهوم أو مدلول، " ليس للفكرة حدود إلا تلك التي يحملها معناها، وقد تكون عبارة عن جملة، والباحث الذي يختارها كوحدة لتحليل مضمون معين، الحرص على تحديدها بدقة متناهية"¹، وتستخدم هذه الوحدة لحساب الأفكار الخاصة بالأسباب والدوافع والآراء حيث تدور أفكار هذا البرنامج حول مفاتيح وسبل نشر حيث تدور أفكار هذا البرنامج حول الظروف السياسية و التوعية السياسية...الخ .

2-وحدة الزمن:"وهي المقاييس المادية التي يستخدمها الباحث في حساب المضامين الصحفية فوق الصفحات الجرائد و المجالات ،أو الوقت الذي يستغرقه بث برنامج معين"²

¹الدكتور يوسف تمار:تحليل المحتوى الباحث والطالب الجامعين،مرجع سبق ذكره،ص51
² زينب خلاله:محاضرات في مقياس تحليل المضمون السمعي البصري،مرجع سبق ذكره،ص.15

يقوم الباحث بقياس المدة الزمنية لما يحتاج قياسه، هنا نقيس المساحة المخصصة لمقدم البرنامج و المترشح من خلال الوقت الإجمالي، والزمن يقاس بالدقائق و الثواني.

ب/صدق و ثبات تحليل المضمون:

لغرض من التأكد من صلاحية الأداة لابد من إجراء اختبارات الصدق و الثبات على أداة البحث بعد مرحلة تصميمها وقبل الإجراء الفعلي للدراسة، فبدونهما لا يمكن الوثوق في قدرة الأداة على قياس ما صممت لقياسه، ولا مصداقية النتائج المتحصل عليها عند استخدامها لقياس السمات المختلفة.

أ/صدق التحليل:

تطلق كلمة صدق في مجال التقويم و القياس لتعنى قدرة الاختبار على إن يقيس ما وضع لقياسه، فاختبار الحساب الجيد هو الذي يقيس بالفعل مهارات الحساب، و في تحليل المحتوى يقصد بالصدق التحليل أو صحته أو سلامته، ان يكون التحليل صالحا لترجمة الظاهرة التي يحللها بأمانة¹.

فعرضنا الاستمارة على أساتذة المحكمين بهدف الاطلاع عليها و أبدا الملاحظات التي يرونها مناسبة، وقد قمنا بعرضها على الأساتذة المحاضرين بقسم علوم الإعلام و الاتصال جامعة قاصدي مرباح ورقلة، وقد أبدى الأساتذة مجموعة من الملاحظات التي أخذنها بعين الاعتبار.

ب/الثبات

الثبات يعني الحصول على النتائج نفسها، إذا ما أعيدت تطبيق الأداة على العينة نفسها أو عينة أخرى مكافئة².

¹ جازية رتيعة وفايزة فارس: القيم الدينية في مضمون الاعلام السمعي البصري في الجزائر برنامج "انصحوني" قناة النهار نموذجاً، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في الإعلام و الاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم العلوم الإنسانية، تخصص وسائل اعلام و المجتمع، جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة، 2017/2016، ص12.

² مرورة طاراش علي: مدى تضمين منهج رياض الأطفال للأهداف التعليمية دراسة تحليلية، مجلة كلية التربية، العدد36، الجزء1، كلية التربية الإنسانية، جامعة واسط، 2019، ص476.

ويعد الثبات مؤشرا على درجة التجانس في نتائج الأداة، والذي يمكن أن يكون على نوعان هما: التجانس الداخلي الذي يشير إلى فقرات الأداة جميعها تقيس المفهوم نفسه، و التجانس الخارجي الذي يشير إلى استمرارية الأداة بإعطاء النتائج ثابتة بتكرار تطبيقها عبر الزمن¹.

ولجاناً في دراستنا إلى قياس معامل الثبات بين المرمرين باستخدام معادلة هولستي:

$$CR = \frac{2 \times M2}{N1 + N2}$$

CR:معامل الثبات.

M2: عدد الفئات المتفق عليها بين المرمرين.

N1: تعني مجموعة الفئات التي رمزها المرمر الأول.

N2: تعني مجموعة الفئات التي رمزها المرمر الثاني.

وبتطبيق المعادلة في دراستنا فكانت النتيجة كالتالي: **معامل الثبات هي = 0.97**

ب/أداة المقابلة :

لغة : المواجهة والتقابل.

اصطلاحا:

1- علاقة ديناميكية وتبادل لفظي بين شخصين أو أكثر².

2-المقابلة محادثة موجهة بين الباحث والشخص أو أشخاص آخرين بهدف الوصول الى حقيقة أو موقف معين يسعى الباحث للتعرف عليه من أجل تحقيق أهداف الدراسة .

¹ عبد الرحمان بن صافي:دراسة تقييمية لطرق تقدير صدق وثبات أدوات جمع المعطيات في اطروحات الدكتوراه علم النفس وعلوم التربية جامعة الجزائر3، اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه الطور الثالث في علم النفس،كلية العلوم الاجتماعية،تخصص القياس النفسي و تحليل المعطيات،جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم،2016/2017،ص28.

² يوسف لازم كماش: البحث العلمي مناهجه، أقسامه، أساليبه الإحصائية، دار عجلة، (ب ط)، عمان، 2016، ص 283.

3-وسيلة شفوية، (مباشرة أو هاتفية أو تقنية لجمع البيانات، يتم خلال سؤال فرد أو خبير عن معلومات لا تتوفر عادة في الكتب أو المصادر الأخرى¹.

أما تعريف (ماكوبي) للمقابلة بأنها تفاعل لفظي يتم بين شخصين في موقف مواجهة حيث يحاول أحدهما وهو القائم بالمقابلة أن يستشير بعض المعلومات أو التعبيرات لدى المبحوث والتي تدور حول آرائه ومعتقداته².

ج/ أهمية المقابلة :

تعتبر المقابلة من أهم طرق جمع المعلومات والبيانات وأكثرها صدقا، حيث يستطيع الباحث التعرف على مشاعر وانفعالات المقابل، وكذلك اتجاهاته وميوله، وهذا ما لا يستطيع الوصول إليه إلا إليه إلا من خلال الاستمارة.

1 تعتبر عملية تتيح الفرصة للمستجيب للتعبير الحر عن الآراء والأفكار والمعلومات .

2 تتحول من أداة اتصال ووسيلة النقاء إلى تجربة عملية.

3 تعتبر المقابلة مصدرا كبيرا للبيانات والمعلومات فضلا عن كونها أداة للتعبير والتوعية والتفاعل لديناميكي.

4 تختلف أهداف المقابلة باختلاف الغاية التي تستهدف المقابلة الى تحقيقها في نهاية المطاف، ويتضح من ذلك من الأنواع المختلفة للمقابلة فلكل نوع هدفه وغرضه المحدد وغايات يحاول المقابلون الوصول إليه³.

9/مجالات البحث :

يعد تحديد المجال خطوة أساسية في البناء المنهجي لكل دراسة علمية ميدانية كونه، يساعد على قياس مدى تحقق المعارف النظرية وقسمناها إلى قسمين وهي موضحة كالاتي

¹خالد يوسف العمار: أبجديات البحث وإعداد الرسائل الجامعية في العلوم النفسية والتربوية والاجتماعية، دار الإصدار العلمي للنشر و

التوزيع، (ب ط)، عمان، ص267

²عمار عوايدي : مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في العلوم القانونية الإدارية، ديوان للمطبوعات الجامعية، (ب ط)، الجزائر، 2002، ص03

³ عبد الله العكش: البحث العلمي ومناهج الإجراءات ، مرجع سبق ذكره، ص55

***حدود الدراسة :**

أ/المجال الزمني : أجريت الدراسة التحليلية على حصص برنامج أستوديو الرئيس التي بثت في الفترة من 03.نوفمبر إلى 24.نوفمبر 2019 بتوقيت 9:00 مساءً، أما الدراسة الميداني فأجريت مع المواطنين من الفترة 12 إلى 19. جويلية 2020

ب/المجال المكاني: اخترنا قناة البلاد TV لبثها للبرامج السياسية واهتمامها بالمرشحين خلال الحملة الانتخابية، أما بالنسبة للمقابلة أجريناها مع مواطني حي السعيد عتبة بورقلة .

10/تحديد مجتمع وعينة البحث :

يستعمل مجتمع البحث في الحياة عموماً، للدلالة على تجمع سياسي، أو جغرافي، أو طبيعي، من الأفراد والنباتات والأشياء. ويستخدم في البحث العلمي للدلالة على المجموعة من الفئات التي تشترك في خصائص محددة¹. كذلك هو مجموعة من الكليات أو المجموعة الكاملة من الناس أو الأحداث أو الأشياء منه، وعند تحديد أفراد المجتمع الأصلي للبحث². ينبغي على الباحث أن يحدد المجتمع الأصلي تحديداً دقيقاً وأن تقتصر دلالة نتائج البحث على المجتمع الذي منه اختيرت عينة البحث، وتعريف المجتمع الأصلي وتحديد يفتضي معرفة العناصر الداخلية فيه، ويتم ذلك عن طريق إعداد قائمة كاملة وصحيحة وتشمل جميع وحدات المجتمع الأصلي فقد يستغرق هذا العمل وقتاً طويلاً .

ولا يمكن تحقيقه إما إذا كان الاعتماد على السجلات والقوائم القديمة فإن النتائج قد لا يكون دقيقة لأن هذه القوائم والتسجيلات جزئية لتحديد المجتمع الأصلي موضوع البحث لذا تأتي خطوة إعداد قائمة للمجتمع البحث الأصلي بعد تحديد المجتمع بدقة³.

أ/مجتمع البحث:

من خلال دراستنا التي تحتوي على دور برنامج "أستوديو الرئيس" في توعية ناخبي ولاية ورقلة تجاه البرامج الانتخابية لرئاسيات 2019، نرى بأن هذا البرنامج عالج الحملة الانتخابية وأهتم بالمرشحين، وبما أننا اعتمدنا على أداتين في دراستنا فإن مجتمع بحثنا

¹ أبو عواد محمد بكر نوفل: التفكير والبحث العلمي، دار المسيرة، ط1، الأردن، 2010، ص104.

²فايزة جمعة النجار وآخرون: أساليب البحث العلمي منظور تطبيقي، دار حامد، ط2، الأردن، 2010، ص104.

³إبراهيم الدعليج: مناهج وطرق البحث العلمي، دار الصفاء للنشر، ط1، القاهرة، 2009، ص92.

ينقسم إلى قسمين المجتمع البحث الأول لدراسة هو 4 أعداد من برنامج أستوديو الرئيس، أما المجتمع البحث الثاني هم مواطنو حي السعيد عتبة وعددهم 20 مواطن. ب/عينة البحث :

نظرا لاستحالة دراسة كل مجتمع البحث في البحوث الإنسانية يلجأ الباحث دوما إلى العينة، كأسلوب لإجراء الدراسة بدلا من المجتمع الكلي و التي تمثل المجتمع الأصلي وتحقق أغراض البحث وتعني الباحث عن مشتقات دراسة المجتمع الأصلي وتعرف العينة بأنها مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة يتم اختيارها بطريقة مناسبة، وإجراء الدراسة عليها ومن ثم استخدام تلك النتائج، وتعميها على كامل مجتمع الدراسة الأصلي¹. فالعينة تمثل جزء من مجتمع الدراسة من حيث الخصائص والصفات ويتم اللجوء إليها عندما تعني الباحث عن دراسة كافة وحدات المجتمع².

بعد تحديد مجتمعي البحث لدراستنا فالمجتمع البحث الأول قمنا بمسح شامل لعدد 4 من برنامج أستوديو الرئيس، أما مجتمع البحث الثاني اعتمدنا على العينة القصدية .

11/الدراسات السابقة :

يكون الهدف من استعراض الدراسات السابقة هو تعريف القارئ بكافة الدراسات التي سبق إجرائها في موضوع البحث ،وعرضها بطريقة منطقية وآمنة وتأخذ في الحسبان وأوجه التشابه وأوجه الاختلاف بين نتائجها ،ومحاولة لبيان أسباب أوجه الاختلاف بينها إن وجدت

الدراسة الاولى: هي رسالة ماجستير لعادل جربوعة في علوم الإعلام والاتصال بعنوان الحملة الانتخابية لرئاسيات 2004 في التلفزيون للموسم الجامعي 2006/2007 جامعة قسنطينة، بني الباحث إشكاليته من خلال أهمية التلفزيون في معالجة القضايا السياسية ودوره في الحملات الانتخابية حيث تمثلت الإشكالية في: كيف جاءت الحملة الانتخابية لرئاسيات الثامن أفريل 2004م في نشرة الثامنة التلفزيون الجزائري في فترة الحملة الانتخابية من حيث الشكل ومن حيث المضمون، وقد حدد مجموعة من الفرضيات تمثلت في

¹ محمد الشرف عبد الله: مناهج البحث العلمي دليل الطالب في كتابة الأبحاث والرسائل العلمية، مصر، الإسكندرية، (ب ط)، 1996، ص 115.
² فاطمة عرض وصابر ميرقت رو علي خفاجة: أسس ومبادئ البحث العلمي، مكتبة الإشعاع الفنية، الإسكندرية، مصر، ط1، 2002، ص 21.

التلفزيون الجزائري اعتمد في نشرة الثامنة نموذجا واحد طوال التغطية للحملة الانتخابية الرئاسية ،التلفزيون الجزائري طبق موضوعية إعلامية في مجال التغطية الإخبارية للحملات في نشرات الثامنة ، حيث هدفت دراسته إلى تقدير مد احترافية التلفزيون الجزائري في تقديمه لنشرات الأخبار أثناء ظرف حملة انتخابية رئاسية ،حيث اختار الباحث في دراسته المنهج المسحي واستعمل أداة تحليل المضمون، وفي الأخير توصل إلى نتائج نذكر منها :

- التلفزيون الجزائري أعطى أهمية كبيرة للحملة الانتخابية في نشرة الثامنة
- استعمال القوالب الإخبارية من بينها الأخبار والتغطيات والنصوص التسجيلية والتقارير
- اتجاه مضامين الحملة كان مؤيدا بنسبة عالية
- استعمال الاستمالات العاطفية كأسلوب للإقناع
- عدم موضوعية التلفزيون الجزائري من حيث المضمون¹ .

الدراسة الثانية: فيروز مطاعي بعنوان دور الفضائيات الخاصة في تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة والأساتذة الجامعيين الجزائريين -فضائيات الجزيرة الإخبارية نموذجا - أطروحة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال 2013/،2014 بعنوان دور الفضائيات الخاصة في تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة والأساتذة الجامعيين الجزائريين - فضائيات الجزيرة الإخبارية نموذجا , منطلقة من السؤال التالي : ماهر دور الفضائيات العربية في تنمية الوعي السياسي بقضايا الانتفاضات الثورة العربية لدى فئة الطلبة الجامعيين ؟

واعتمدت الباحثة عن منهج المسح الوصفي التحليلي باعتباره يعني بدراسة الحقائق الراهنة إما أداة البحث فقد تم استخدام الاستمارة المقابلة العلمية تحليل المضمون ، توصلت الباحثة إلى مجموعة من النتائج.

1- اتفق المبحوثين عبر الجهات الأربعة للجزائر أن دوافع تعرض الجزيرة من بث أحداث ما عرف بالانتفاضات الثورية بالدرجة الثانية أن فضائية الجزيرة العربية كانت تعرض قضايا ترويج للعنف وتدفع للتمرد السياسي والعصيان المدني ،وتحث الشعوب على النهوض ضد

¹ عادل حربوعة: الحملة الانتخابية لرئاسيات 2014 في التلفزيون الجزائري ،رسالة ماجستير في الإعلام و الاتصال،كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية ،قسم الإعلام و الاتصال،جامعة قسنطينة،2006/2007،ص217

الأنظمة في كثير من الأحيان وهو واجعلها سببا رئيسيا في إشعال هذه الانتفاضات وتميرير عدواها لدى أخرى. وقد ظل موقف البرامج (الاتجاه المعاكس، بلا حدود، في العمق) ثابتا من الانتفاضات الثورية العربية طوال فترة الدراسة

2- أما بناء على نوعية الضيوف التي تركزت على معارضين للسلطة منشقين عن الأنظمة، وأيضا محللين وأساتذة جامعيين. كما أن أسئلة الصحفيين كانت استفزازية ضد من يعارض هذه الانتفاضات حيث اختلفت بين تجمع شخصيتين متعارضتين أو شخصيتين متقفين، أو شخصية واجدة تحلل وتخدم فضائية الجزيرة وتشيد بهذه الانتفاضات

3- تعتبر الجزيرة من أهم عوامل قيام ما عرف بالانتفاضات الثورية العربية حيث ساهمت في تغيير المواقف من جهة الشعوب على الخروج من الشارع من خلال تغطيتها ومواكبتها للحدث، والتركيز على الجوانب النفسية والعاطفية (القتل والدمار)، الجوانب الاجتماعية الفقر البطالة) فالحراك المجتمعي يعكس درجة الوعي السياسي¹.

الدراسة الثالثة: دراسة سالم الفضلي، دور الفضائية الكويتية الخاصة في تشكيل الرأي السياسي للمواطن رسالة ماجستير في الإعلام جامعة الشرق الأوسط للدارسات العليا، وانطلقت هذه الدراسة التساؤل التالي: ما الدور الذي تقوم به القنوات الفضائية الكويتية الخاصة في تشكيل الرأي السياسي للمواطن الكويتي نحو القضايا المحلية كتعليق الدستور والدوائر الانتخابية، والاستجابات وضعف التنمية وضعف التنمية، والمشكلات الرياضية؟

هدفت الدراسة إلى معرفة مدى ارتباط أجندة الجمهور بأجندة القنوات الفضائية الكويتية الخاصة ومعرفة أي هذه القنوات الفضائية التي يفضلها المواطن الكويتي، اعتمد الباحثة على المنهج الوصفي، أدرجت هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية أما مجتمع الدراسة هو المواطنين الكويتيون الذي يبلغون 20 سنة فأكثر، أما عينة الدراسة فبلغت 1124 مفردة موزعة على جميع محافظات الكويت الستة (6)، حيث تم سحبها بنسبة مئوية متساوية مع النسبة المئوية لعدد المواطنين الكويتيين في كل محافظة بالنسبة لإجمالي عدد الكويتيين البالغين عشرين سنة فأكثر، تلخص النتائج الدراسة التي توصل إليها الباحث كما يلي

¹ المطاعي فيروز: دور الفضائيات الخاصة في تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة والاساتذة الجامعيين -فضائيات الجزيرة الإخبارية نموذجاً، مذكرة لنيل درجة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، 2013/2014.

- جاءت قناة الوطن المرتبة الأولى من حيث المشاهدة، ثم تليها قناة الرأي في المرتبة الثانية، وحلت قناة سكوب تي في المرتبة الأخيرة

- احتلت قناة الوطن المرتبة الأولى في قائمة التي يفضلها المواطن الكويتي وبينما جاءت قناة الرأي في المرتبة الثانية .

- يعتمد أغلب الكويتيين على قنواتهم الفضائية المفضلة لإشباع رغباتهم والوصول إلى أهدافهم

-يزداد اعتماد المواطن الكويتي على قنواته الفضائية المفضلة في أوقات الأزمات مثل حل مجلس الأزمة ، والانتخابات البرلمانية -هناك الارتباط بين أولويات القنوات الفضائية الكويتية الخاصة وأولويات جماهيرها من المواطنين¹.

الدراسة الرابعة: الصحافة الانتخابية لرئاسيات 2004 بالجزائر ، من إعداد الدكتور بوعلي نصير ،ديسمبر 2004، جامعة عبد القادر للعلوم الإسلامية ،قسنطينة ،وهي دراسة تحليلية (استطلاعية) لصحيفتي الشروق اليومي الخبر، وظف الباحث في هذه الدراسة مفهوم الحدث المتداول كمدخل نظري يتم فيه الحملة الانتخابية وتقييم المعالجة الإعلامية لها على أساسه ،ومن هذا المنطلق كان التساؤل الرئيسي للباحث : كيف عالجت عينة من الصحف الوطنية لرئاسيات 2004 ؟ وهدفت الدراسة إلى

1معرفة أهم الجوانب التي إليها تطرقت إليها الصحفيتين محل الدراسة من خلال حدث الحملة الانتخابية .

2استنتاج أهم والاتجاهات نحو هذا الحدث

3معرفة الاختلاف في طريقة معالجة الحملة تبعا لكل صحيفة واتجاهها الفكري .

المنهج :

¹سالم الفضلي : دور الفضائيات الكويتية الخاصة في تشكيل الرأي السياسي للمواطن ،رسالة ماجستير في الإعلام،كلية الإعلام،قسم الإعلام،جامعة الشرق الأوسط للدراسات العليا، 2010/2011

في هذه المرحلة أشار الباحث إلى أهمية تحليل المحتوى كأسلوب في الدراسات الإعلامية ،وقدم له مجموعة من التعاريف على نحو لم يمكننا من تبين موقف الباحث فيما يتعلق بنظرته لتحليل المحتوى على الأقل في هذه الدراسة ،بمعنى هل يعتبره منهجيا أم أداة لجمع البيانات ،وأدوات جمع البيانات أستخدم الباحث تقنية تحليل المحتوى حيث اختار ضمن فئة ماذا قيل ؟

فئة الموضوع ،فئة المصدر ،فئة اتجاه المضمون

واختار في فئة كيف قيل ؟

فئة الموقع ،فئة المساحة ،فئة النوع الصحفي ،فئة الإخراج الفني .

أما في واحدات التحليل فقد استخدم :وحدة السياق ووحدة المفردة الإعلامية أو النوع الصحفي ، أهم النتائج الدراسة :

1.احتل ملف الحملة الرئاسية لعام 2004مساحة كبيرة في الصحفيتين غيرت من خطابهما الإعلامي وأركانها الداخلية خلال مدة الحملة .

2.الصحفيتان اهتمتا بشكل متساو بموضوع الحملة

3.الصحفيتان تناولتا موضوع الحملة الرئاسية من خلال التقرير الصحافي ثم الخبر الصحافي بنسبة معتبرة مقارنة ببقية الأنواع الأخرى .

4.الإنحياز المفضوح من طرف كل صحيفة لمرشح معين دون آخر¹.

الدراسة الخامسة: مذكرة ماستر (بعنوان الحملات الانتخابية في التنشئة السياسية) دراسة استطلاعية على عينة من طلبة جامعة محمد خيضر بسكرة من إعداد الطالبة معاوي شيماء ،جامعة بسكرة الموسم الجامعي 2013/2014 وأجريت هذه الدراسة لمعرفة الدور الذي تلعبه الحملات الانتخابية في تفعيل المشاركة السياسية عند الطالب الجامعي انطلاقا من خصوصية الحدث الانتخابي (رئاسيات أبريل 2014) ، وقد تمحورت هذه الدراسة حول

¹ نصير بو علي :الصحافة الانتخابية لرئاسيات 2004 بالجزائر ،رسالة ماجستير في الإعلام و الاتصال،كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية،قسم الإعلام و الاتصال،جامعة عبد القادر للعلوم الإسلامية ،قسنطينة ،2005/2004.

التساؤل الرئيسي: ما دور الحملات الانتخابية في التنشئة السياسية عند الشباب الجزائري؟
ومن أهم أهدافها:

- معرفة الدور الذي تلعبه الحملات الانتخابية في تفعيل المشاركة السياسية عند الطالب الجامعي .

أتعرف على دور الحملات في ترجمة الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي .

الوقوف على مساهمة هذه الحملات في تشكيل الانتماء لدى الطلبة .

ومن أجل ذلك انتهجت الدراسة المنهج الوصفي الاستطلاعي من أجل تحديد الخصائص والكشف عن التطورات التي اتسمت بها الحملات الانتخابية لدى جمهور الطلبة الجامعيين .

يعد التصويت أهم أشكال المشاركة السياسية لدى الذكور بحكم التوجهات السياسية على عكس الإناث .

كما أن الحملة لم تحقق الشعور بالانتماء السياسي لمعظم الطلبة نظرا لفقدان الثقة في التنظيمات السياسية عامة، وحسب قولهم يرجع ذلك لقصور مؤسسات التنشئة السياسية بما فيهم الأحزاب التي لم تعد المحفز الرئيسي لعمل السياسي¹ .

¹شيماء معاوي: **الحملات الانتخابية في التنشئة السياسية، دراسة استطلاعية على عينة طلابية**، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم الإعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015/2014 .

12/المقربة النظرية :

1-نظرية الإعتماد على وسائل الإعلام:

عندما قاما بملاً الفراغ الذي خلفته نظريات الاتصال السابقة، فكان منهج المؤلفين منهج النظام الاجتماعي العريض لتحليل تثير وسائل الإعلام، وكان اقتراحهما هو الاندماج بين الجمهور ووسائل الإعلام والنظام الاجتماعي، فكانت البداية الأولى لهذه النظرية، وهي قائمة على أساس وجود علاقة ثلاثية الأبعاد بين الجمهور والوسيلة والمجتمع . ومن جانب آخر نجد أن تحديد الدور الاجتماعي لوسائل الإعلام وكيفية استخدام الأفراد له تأتي بعلاقات الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والتنظيم الاجتماعية الأخرى، فالفرد لا يستطيع السيطرة على نشر الرسائل الإعلامية المختلفة، لأنه يجب الأخذ بعين الاعتبار علاقة وسائل الإعلام كنظام قائم مع النظم الأخرى يحدد ما ينشر وما لا ينشر .

2- مفهوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام :

من خلال اسم النظرية يتضح مفهومها، وهو الاعتماد المتبادل بين الأفراد ووسائل الإعلام، وأن العلاقة التي تحكمهم هي علاقة اعتماد بين الوسائل والنظم الاجتماعية والجمهور¹. فمحور هذه النظرية يقوم على أن الجمهور يعتمد على وسائل الإعلام لتزويده بالمعلومات التي تلبى حاجاته، وتساعده في تحقيقها²، ويبين دفلير وساندر بول أن المعلومة هنا هي كل الرسائل الإعلامية حتى الترفيهية منها.

ونظرية الاعتماد لا تشارك فكرة المجتمع الجماهيري في أن وسائل الإعلام قوية، لأن الأفراد منعزلون بدون روابط اجتماعية، والأصح أنها تتصور أن قوة وسائل الإعلام تكمن في السيطرة على مصادر المعلومات، وتلزم الأفراد ببلوغ أهدافهم الشخصية، علاوة على أنها كلما زاد المجتمع تعقيداً، زاد اتساع مجال الأهداف التي تتطلب الوصول إلى مصادر معلومات ووسائل الإعلام، ويمكن القول أن هذه النظرية هي نظرية بيئية تنظر إلى المجتمع

¹ محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، دار عالم الكتاب، ط1، القاهرة، ص204.
² هيثم الهيثمي: الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات، دار أسامة للنشر والتوزيع، (ب ط)، عمان، 2007، ص133.

باعتباره تركيبياً عضوياً وهي تبحث في كيفية ارتباط أجزاء من النظم الاجتماعية ويرتبط كل منهما بالآخر ثم تحاول تفسير سلوك الأجزاء فيما يتعلق بهذه العلاقات¹.

ويذكر محمد إسماعيل أن النظرية الاعتماد تعد نظرية شاملة حيث تقدم نظرية كلية للعلاقات بين الاتصال والرأي العام، وتتجنب الأسئلة اليسيرة ذات العلاقة بتأثير وسائل الإعلام في المجتمع، كما يذكر أن أهم إضافة للنظرية هي أن المجتمع يؤثر في وسائل الإعلام، وهذا يعكس الميل العلمي السائد في العلوم الاجتماعية الحديثة، وهو الميل إلى الحياة على أنها منظومة مركبة من العناصر المتفاعلة، وليست نماذج منفصلة من الأسباب² وتذكر أماني السيد أن بلاك (BLACK) وبرينت (BRYANT) صنفا هذه النظرية من النظريات المتكاملة للأسباب الآتية :

- ✓ تضمنها لعناصر من علم الاجتماع، ومفاهيم من علم النفس .
- ✓ تفسرها للعلاقات السببية بين الأنظمة المختلفة في المجتمع، مما يؤدي إلى تكامل هذه الأنظمة بعضها مع بعض .
- ✓ جمعها للعناصر الرئيسية لنظرية الاستخدام والإشباع من جهة ونظريات التأثير التقليدية من جهة أخرى، على الرغم من أن اهتمام هذه النظرية لا يتركز على معرفة التأثير بحد ذاته، وإنما في تفسير تراوح التأثير بين القوة والضعف من جانب، المباشر وغير المباشر من جانب آخر، تقديمها لنظرة فلسفية تجمع بين الاهتمام بمضمون الرسائل، والتأثير الذي يصيب الجمهور نتيجة التعرض لهذا المضمون³.

3- نشأة نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام :

لقد كانت البدايات الأولى لبروز نظرية الاعتماد على وسائل على يد الباحثة "ساندرا بول روكيتشا وملف ين دي فلور" عام 1974 عندما قدموا ورقة بحثية بعنوان المعلومات وطالبو فيها بضرورة الانتقال، من مفهوم قوة الاقتناع لوسائل الإعلام إلى وجهة نظر التي ترى قوة

¹ حسن عماد المكاوي، ألبلي حسن السيد: الاتصال ونظرياته المعاصرة، الدار المصرية اللبنانية، ط7، القاهرة، 2008، ص314.

² هيثم الهيثمي: المرجع السابق، ص134

³ فاطمة الزهراء بنين: إعتماد الجمهور على القنوات الفضائية الإخبارية في الحصول على المعلومات حول الأزمات العربية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في دعوة وإعلام واتصال، كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية، قسم العلوم الإنسانية، تخصص دعوة وإعلام و الاتصال، جامعة الشهيد حمه لخضر-الوادي، 2014/2014، ص30.

وسائل الإعلام كنظام معلوماتي يعتمد على نشاطه على مصادر المعلومات الأخرى التي تصنع التنظيم الإعلامي، القائم في المجتمع، وتقوم على وجود علاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام والنظام الاجتماعي¹.

4-فرضيات النظرية :

يتراوح تأثير وسائل الإعلام بين القوة والضعف، تبعا للظروف المحيطة والخبرات السابقة .
نظام وسائل الإعلام جزء من النسق الاجتماعي للمجتمع، ولهذا النظام علاقة بالأفراد والجماعات والنظم الاجتماعية الأخرى.
استخدام وسائل الإعلام لا يحدث بمعزل عن تأثيرات النظام الاجتماعي الذي يكون فيه الجمهور ووسائل الاتصال.

استخدام الجمهور لوسائل الإعلام وتفاعله معا يتأثران بما يتعلمه الفرد من المجتمع ومن وسائل الاتصال، ويتأثر الفرد بما يحدث نتيجة تعرضه لوسائل الإعلامية لإيجاد بديل للتفاعل الاجتماعي في وقت تكاد أوامر العلاقات الاجتماعية أن تنقطع

كما يذكر العنزي أن "بننتلي (BENTLEY)" قال: إن النظرية ستقدم الأهداف إضافة إلى الاحتياجات كدافع للمتابعة الإعلامية حيث إن الأفراد لديهم أهداف معينة من الاستخدام، ولا ينطلق الاستخدام من الحاجة فقط، وقد ركز على هذا المفهوم كل من ديفلير وساندرا بول أن العلاقة بين الجمهور والإعلام والنظام الاجتماعي معقدة بعض الشيء².

5-إسقاط النظرية على دراستنا:

تعتمد فكرة هذه على أن تأثير وسائل الإعلام يتراوح بين القوة والضعف نظرا للخبرة السابقة والظروف المحيطة بالمجتمع، وأن قدرة وسائل الاتصال تحقق أكبر عدد من التأثير المعرفي والسلوكي والعاطفي وهذا عند قيام والوسائل الإعلامية بشكل متميز وكثيف للرسالة

¹ محمد صالح محمد الشيبيري: اعتماد الجمهور اليمني على تغطية قناة اليمن الفضائية للأزمات "حرب الحوثيين أنموذجاً، مذكرة مقدمة لحصول على الماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2011، ص 12 .

² محمود حسن إسماعيل: ميادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر، ط1، (د ب)، 2003، ص 280

فتختلف وسائل الإعلام من مجتمع لآخر من حيث درجة تطورها فكلما كانت وسائل الإعلام لديها القدرة على إشباع حاجيات الجمهور يزداد اعتماد الجمهور لها ، وهي نظرية بيئية ذات منشأ سيسولوجي وظيفي ، ونظرية بيئية تنظر إلى المجتمع باعتباره تركيبا عضويا . وتختلف طبيعة كل مجتمع من حيث درجة الاستقرار مواجهة الأزمات فكلما زادت حالات الاضطراب وعدم الاستقرار في المجتمع كلما زاد اعتماد أفراد المجتمع على وسائل الإعلام وهذا راجع إلى اختلاف في المجتمعات وفقا لظروفهم ، فالأفراد يعتمدون على وسائل الإعلام باعتبارها مصدرا رئيسا من مصادر تحقيق أهدافهم التي توفرها المصادر المختلفة سواء كانت هذه المصادر شخصية أو اجتماعية ونظرا لاختلاف الأفراد في أهدافهم ومصالحهم فإنهم ، يختلفون في درجة الاعتماد على وسائل الإعلام ، وبالتالي يشكلون نظاما خاصة لوسائل الإعلام تربط بالأهداف والحاجات الفردية لكل منهم وطبيعة الاعتماد ودرجته على كل وسيلة من الوسائل كما توفر كم هائل من البرامج الترفيهية لمساعدة الجمهور التسلية والترفيه في نفس الوقت والهروب من مشاكل اليومية

*تطبيق النظرية على دراستنا :

ومن خلال تساؤل الرئيسي لدراستنا ماهو دور برنامج "أستوديو الرئيس" في توعية ناخبي ولاية ورقلة تجاه البرامج الانتخابية لرئيسيات 2019 نشير بالذكر إلى أن البرامج الإعلامية باتت كالمصدر مهم على الواقع الإعلامي ووظيفة لإشباع رغبات الجمهور ومصدر لتحقيق أهدافهم نظرا لدور الذي يقوم به الإعلام في توعية الفرد ، وتوجيهه بأقصر السبل وأقل تكلفة لصنع وعي سياسي، فالأفراد الأكثر وعيا يتوصلون في وقت مبكر إلى قرارهم الانتخابي بعد تعرضهم لرسالة إعلامية حيث يقبلون على تغيير اتجاههم مباشرة بعد تعرضهم للمضمون و الفرد يعتمد على الوسائل الإعلامية كون الحصول على المعلومة عن الأحداث التي تدور حوله في ظل النزاعات والصراعات داخل البنية الاجتماعية .

الإطار التطبيقي



الإطار التطبيقي

المبحث الأول : بطاقة فنية لبرنامج "أستوديو الرئيس".

المطلب الأول :تعريف القناة البلاد tv .

المطلب الثاني: تعريف برنامج "أستوديو الرئيس" .

المبحث الثاني :نتائج الدراسة التحليلية لبرنامج "أستوديو الرئيس" على قناة El bilad tv.

المطلب الأول :عرض و تحليل الجداول حسب الشكل.

المطلب الثاني :عرض و تحليل الجداول حسب المضمون.

المطلب الثالث :نتائج العامة للدراسة التحليلية.

تمهيد :

إن البرامج السياسية تعد من الموضوعات الرئيسية في مجال الإعلام لاحتوائها على مجموعة من المضامين التي تهم المجتمع .

سنقوم في هذا الفصل بعرض الدراسة التحليلية لبرنامج "أستوديو الرئيس" ونحاول التعرف على دور البرنامج في توعية الناخب ثم مناقشة بياناته وتحليلها والتعليق على الجداول ونختهما بعرض النتائج المتوصل إليها.

ويتضمن الفصل على 14 جدول يبين الأجزاء الخاصة بالموضوع بمحاولة تفسير النتائج بناء لمعطيات المعلومات المتاحة في هذا الجانب

المبحث الأول :بطاقة فنية لبرنامج أستوديو الرئيس**المطلب الأول: التعريف بقناة البلاد**

قناة البلاد tv من القنوات الخاصة في الجزائر تأسست قناة البلاد في عام 1999 إدارة وتتسم بطابع إخباري راقى ينبثق في ارتكازها على الشفافية والمصداقية في عرض مضمونها الإعلامي ،واهتمها بالجانب الاجتماعي ونشر الوعي والثقافة بين أفراد المجتمع عبر باقة من البرامج الحوارية والاجتماعية والسياسية ،حيث تستضيف من خلال شاشتها أبرز الخبراء والمحللين السياسيين والإعلاميين وخبراء الاقتصاد وغير ذلك ،هذا بالإضافة إلى عرض كافة البرامج والأخبار والتقارير على الموقع الرسمي للقناة عبر الانترنت سواء على الفايسبوك أو تويتر أو غير ذلك .

شرعت قناة البلاد tv في البث رسميا يوم 19مارس 2014،ومديرها العام يوسف جمعة ومقرها 52 شارع ديدوش مراد ومناطق البث أوروبا ،إفريقيا ،الشرق الأوسط،تابعة لجريدة البلاد وتتبنى القناة شعار نافذتك على الحقيقة لعرض كل ما يدور في الشارع الجزائري ،ونجحت في فترة قصيرة في حصد نسب مشاهدات كبيرة وتحقيق قاعدة جماهيرية عريضة من هواة الإطلاع على الأخبار السياسية والإخبارية¹.

¹ <https://www.alahlam.net/22773/el-bilad/> في 10:30 على الساعة 01/08/2020

المطلب الثاني: تعريف ببرنامج "أستوديو الرئيس"

البرنامج "أستوديو الرئيس" هو برنامج سياسي جديد أسبوعي في شكل حوار يأتى كل أحد على قناة البلاد ، ويدور بثه حوالي ساعة يستضيف فيه المترشحين النهائيين لرئاسيات ديسمبر 2019.

للتفصيل في برنامجهم وماذا يمتلكون في برنامجهم من مشاريع وتصورات وأفكار للخروج من الأزمة التي يعيشها الشعب الجزائري وإقناعهم أثناء الحملة الانتخابية .

طاقم العمل في البرنامج :

مقدمين البرنامج :رفيق شلغوم،يوسف زغبة،علي العقون.

مهندس الصوت :سلطان حمود.

مهندس البث:عبد اللطيف كرمية.

انفوغرافيا :عبد الرشيد درسي.

تصوير :زكريا شباطة.

مسؤول الإنتاج :عبد اللطيف طوبانين.

إخراج :زكريا يونس¹.

¹الصفحة الرئيسية للفيسبوك <https://ar-ar.facebook.com/elbiladtv> في 2020/08/01 على الساعة 20:00

المبحث الثاني: الدراسة التحليلية لبرنامج "أستوديو الرئيس"

المطلب الأول: عرض و تحليل النتائج حسب الشكل.

جدول رقم (1): البيانات الأولية

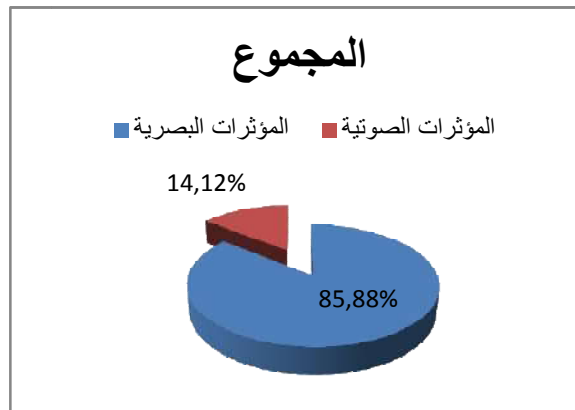
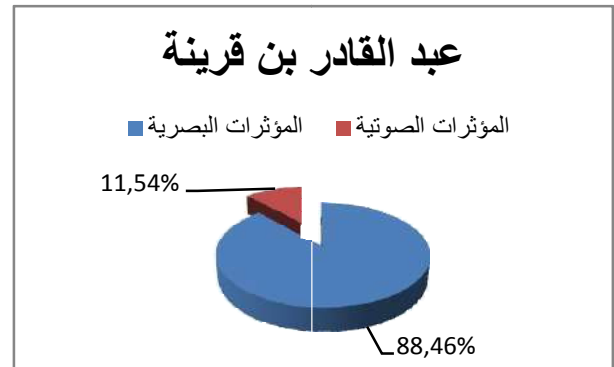
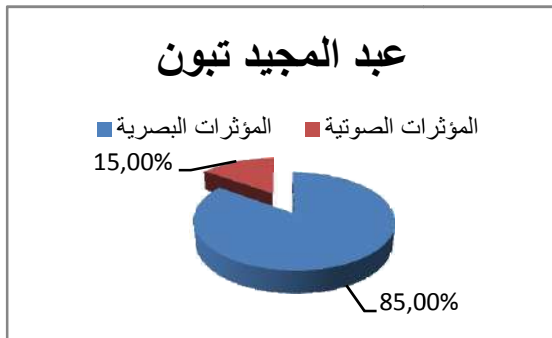
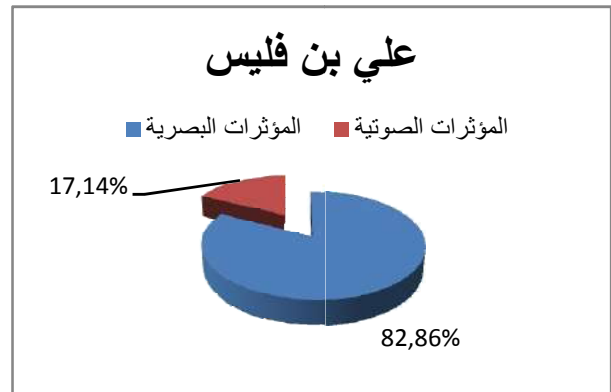
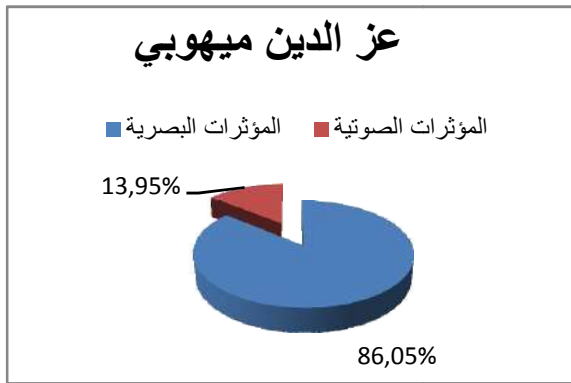
العدد	تاريخ نشر الحلقة على الموقع	عنوان الحلقة	رابط الحلقة على موقع اليوتيوب
1	2019/11/06	استديو الرئيس، مع المترشح للرئاسيات "على بن فليس"	https://www.youtube.com/watch?v=FwYKwTBddxc&t=27s
2	2019/11/13	استديو الرئيس، مع المترشح للرئاسيات "عز الدين ميهوبي"	https://www.youtube.com/watch?v=u1m1l64JKoE&t=6s
3	2019/11/17	استديو الرئيس، مع المترشح للرئاسيات "عبد القادر بن قرينة"	https://www.youtube.com/watch?v=Sa0HIQQuk64&t=24s
4	2019/11/19	استديو الرئيس، مع المترشح للرئاسيات "عبد المجيد تبون"	https://www.youtube.com/watch?v=D_o2CaLlz8A&t=3s

1- فئة الشكل

جدول رقم (02) فئة المؤثرات المستخدمة في برنامج "أستوديو الرئيس"

المجموع	عبد المجيد تبون		عبد القادر بن قرينة		عز الدين ميهوبي		علي بن فليس		فئة المؤثرات
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%85,88	146	%85	34	%88,46	46	%86,04	37	%82,86	المؤثرات البصرية
%14,12	24	%15	6	%11,54	6	%13,95	6	%17,14	المؤثرات الصوتية
%100,00	170	%100,00	40	100,00	52	%100,00	43	%100,00	المجموع

الشكل رقم (01): فئة المؤثرات المستخدمة في برنامج "أستوديو الرئيس"

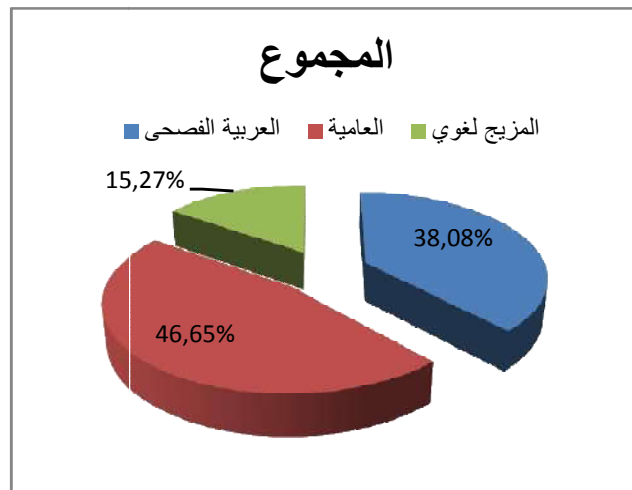
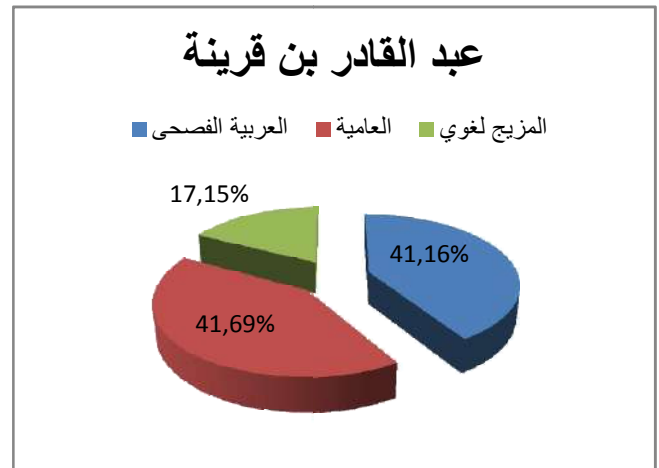
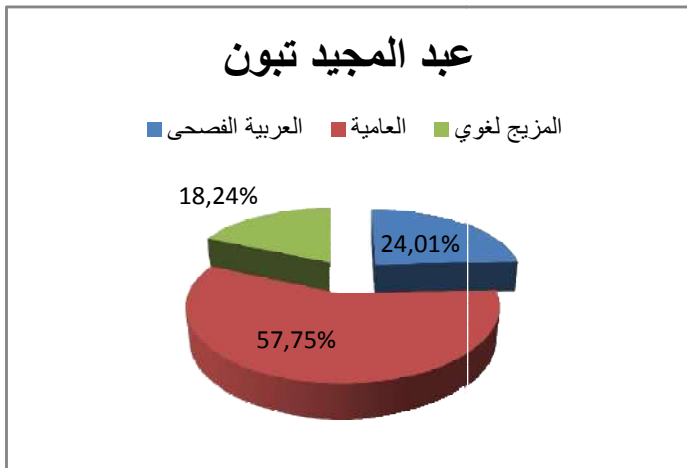
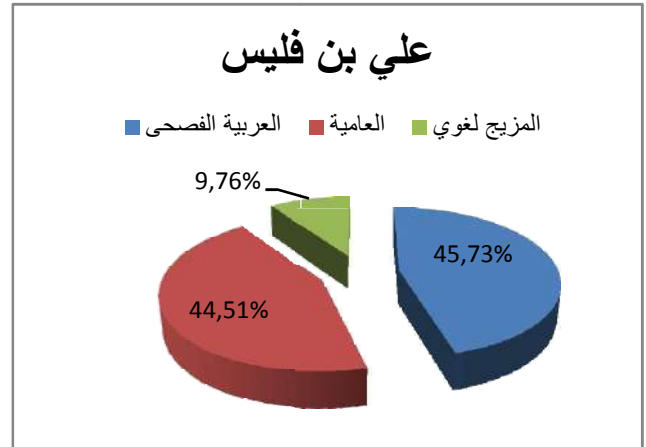
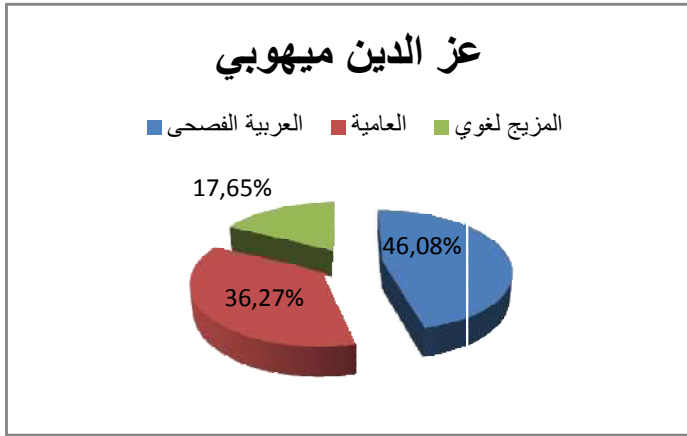


الجدول رقم (02): يتبين من الجدول و الشكل أعلاه أن برنامج أستوديو الرئيس تم التركيز على المؤثرات البصرية بشكل اكبر بنسبة 85.88% فوجد المترشح عبد القادر بن قرينة تقدر نسبته بـ 88.46% لأنه أخذ حيز زمني كبير و يليه المترشح عز الدين ميهوبي بنسبة 86.04% ويأتي المترشح عبد المجيد تبون بنسبة 85%، وفي الأخير يأتي المترشح علي بن فليس الذي تحصل على نسبة 82.86%، وتبين لنا انه يوجد اختلاف في نسبة المؤثرات البصرية بين المترشح و الآخر فعتمدا البرنامج على المؤثرات البصرية بكثرة نظرا لعدة عوامل كون البرنامج تلفزيوني فهو يخاطب الجمهور العام و هو الأنسب لجذب المنتخبين، إضافة إلي انه برنامج سياسي خلال الحملة الانتخابية بغية إثارة انتباه و التأثير في المواطنين، ثم تليه المؤثرات الصوتية بنسبة 14.12% فا تحصل على بن فليس علي أعلى قيمة قدرت بـ 17.14% و عبد المجيد تبون بنسبة 15% ويأتي في المرتبة ما قبل الأخيرة عز الدين ميهوبي بنسبة 13.95% و أخيرا المترشح عبد القادر بن قرينة بنسبة 11.54%، ويعود ذلك بان البرنامج اعتمدها بصفة ثانوية من خلال الصوت و الموسيقى المستخدمة في البرنامج .

جدول رقم (03): فئة اللغة المستخدمة في برنامج "أستوديو الرئيس"

المجموع	عبد المجيد تبون		عبد القادر بن قرينة		عز الدين ميهوبي		علي بن فليس		فئة اللغة المستخدمة	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
38,08	404	%24,01	79	%41,16	156	%46,08	94	%45,73	75	العربية الفصحى
46,65	495	%57,75	190	%41,69	158	%36,27	74	%44,51	73	العامية
15,27	162	%18,24	60	%17,15	65	%17,65	36	%9,76	16	المزيج لغوي
100,00	1061	%100,00	329	%100,00	379	%100,00	204	%100,00	164	المجموع

الشكل رقم (02): فئة اللغة المستخدمة في برنامج "أستوديو الرئيس"



الجدول رقم (03): نلاحظ إن طبيعة اللغة المستخدمة في برنامج "أستوديو الرئيس" ويظهر فيه أن العامية احتلت نسبة 46.65% كالمجموع كلي قسم إلى 4 نسب متتالية للمترشحين

حيث أخذ عبد المجيد تبون أكبر نسبة قدرت بـ 57.75% ويليه في المرتبة الثانية علي بن فليس 44.51%، أما المرتبة الثالثة فتحصل عليها المترشح عبد القادر بن قرينة 41.69% وفي المرتبة الأخيرة يأتي عز الدين ميهوبي 36.27%، وهذا يرجع إلى أن الجمهور عام يستوجب على المترشح التحدث بالعامية لمناقشة المشروع الانتخابي وتحليل ونقل الأفكار بشكل بسيط وإيصالها للمشاهد و توضيح المفاهيم و المصطلحات بدقة حول موضوع الحلقة، ثم تأتي العربية الفصحى بنسبة 38.08% فكانت أعلى نسبة قدرة بـ 46.08% للمترشح عز الدين ميهوبي بما انه أديب و كاتب فكان يتحدث الفصحى بطلاقة ، و نسبة 45.73% كانت للمترشح علي بن فليس إما عبد القادر بن قرينة فنسبته 41.16% وكان في المرتبة الأخير كان عبد المجيد تبون ، وهذا ما يفسر إلى أن الفصحى كانت تستخدم من قبل مقدم البرنامج في طرح أسئلته والمناقشة ويعود كذلك إلى عنصر الفهم ووضوح الرسالة الموجهة للجمهور، وتأتي في الأخير المزيج لغوي بين الفصحى و العامية بنسبة 15.27% فقدرت نسبة عبد المجيد تبون بنسبة 18.24% ، و عز الدين ميهوبي بنسبة 17.65%، و نسبة 17.15% لعبد القادر بن قرينة وعلي بن فليس 9.76%، وهذا يدل على أنها استخدمها كل من مقدمي البرنامج و المترشحين لمناقشه و تفصيل في أجزاء البرنامج الانتخابي.

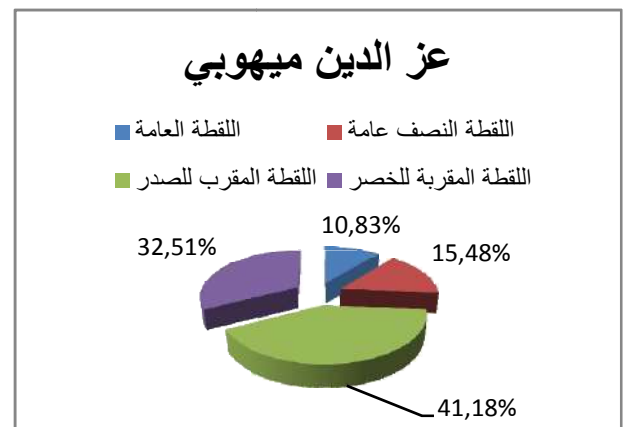
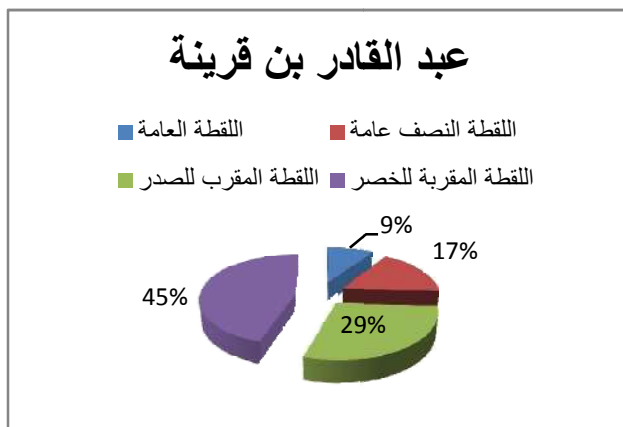
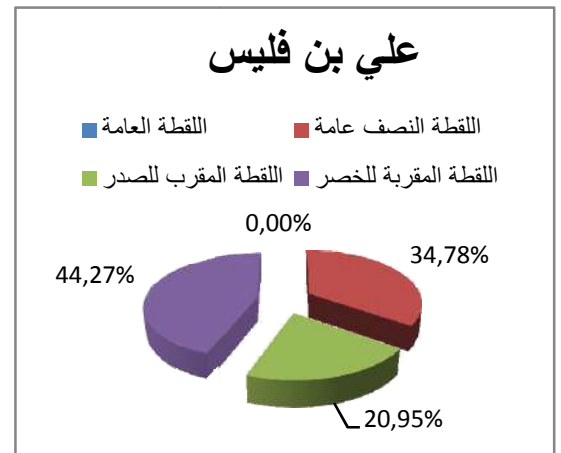
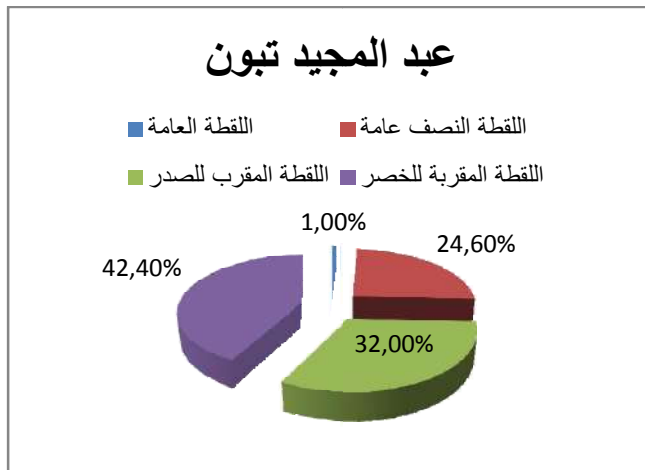
جدول رقم (04): فئة أجزاء البرنامج

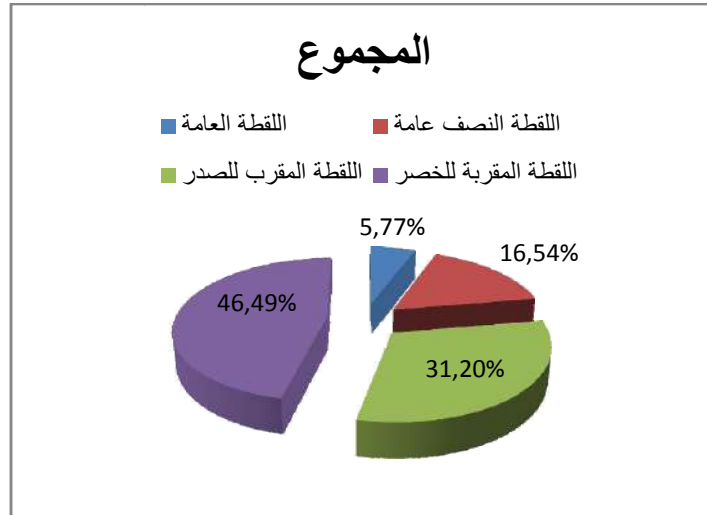
أجزاء البرنامج	علي بن فليس	عز الدين ميهوبي	عبد القادر بن قرينة	عبد المجيد تبون
التوقيت	التوقيت	التوقيت	التوقيت	التوقيت
الجنريك	12ثا	12ثا	12ثا	12ثا
التقديم	1دو24ثا	2دو2ثا	1دو21ثا	1دو00ثا
الجزء 1	25دو13ثا	26دو10ثا	26دو21ثا	24دو20ثا
الموجز 3	6ثا	3ثا	1ثا	6ثا
الجزء 2	25دو56ثا	24دو17ثا	26دو32ثا	25دو6ثا
الموجز 2	6ثا	7ثا	7ثا	6ثا
الجزء 3	1ساو27دو70ثا	1ساو43دو1ثا	1ساو32دو20ثا	1ساو32دو2ثا
الموجز 3	/	4ثا	7ثا	7ثا
الجزء 4	/	1ساو30دو13ثا	1ساو26دو10ثا	1ساو28دو11ثا

جدول رقم(05):فئة أنواع اللقطات المستخدمة في برنامج "أستوديو الرئيس"

فئة أنواع اللقطات	علي بن فليس		عز الدين ميهوبي		عبد القادر بن قرينة		عبد المجيد تبون		المجموع	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
اللقطة العامة	0%	0	10,83%	35	9,14%	34	1,00%	5	5,77%	74
اللقطة النصف عامة	34,78%	88	15,48%	50	16,67%	62	24,6%	123	16,54%	212
اللقطة المقرب للصدر	20,95%	53	41,18%	133	29,03%	108	32,00%	106	31,20%	400
اللقطة المقربة للخصر	44,27%	112	32,51%	104	45,16%	168	42,4%	212	46,49%	596
المجموع	100,00%	253	100,00%	322	100,00%	372	100,00%	500	100,00%	1282

الشكل رقم(03): فئة أنواع اللقطات المستخدمة في برنامج "أستوديو الرئيس"





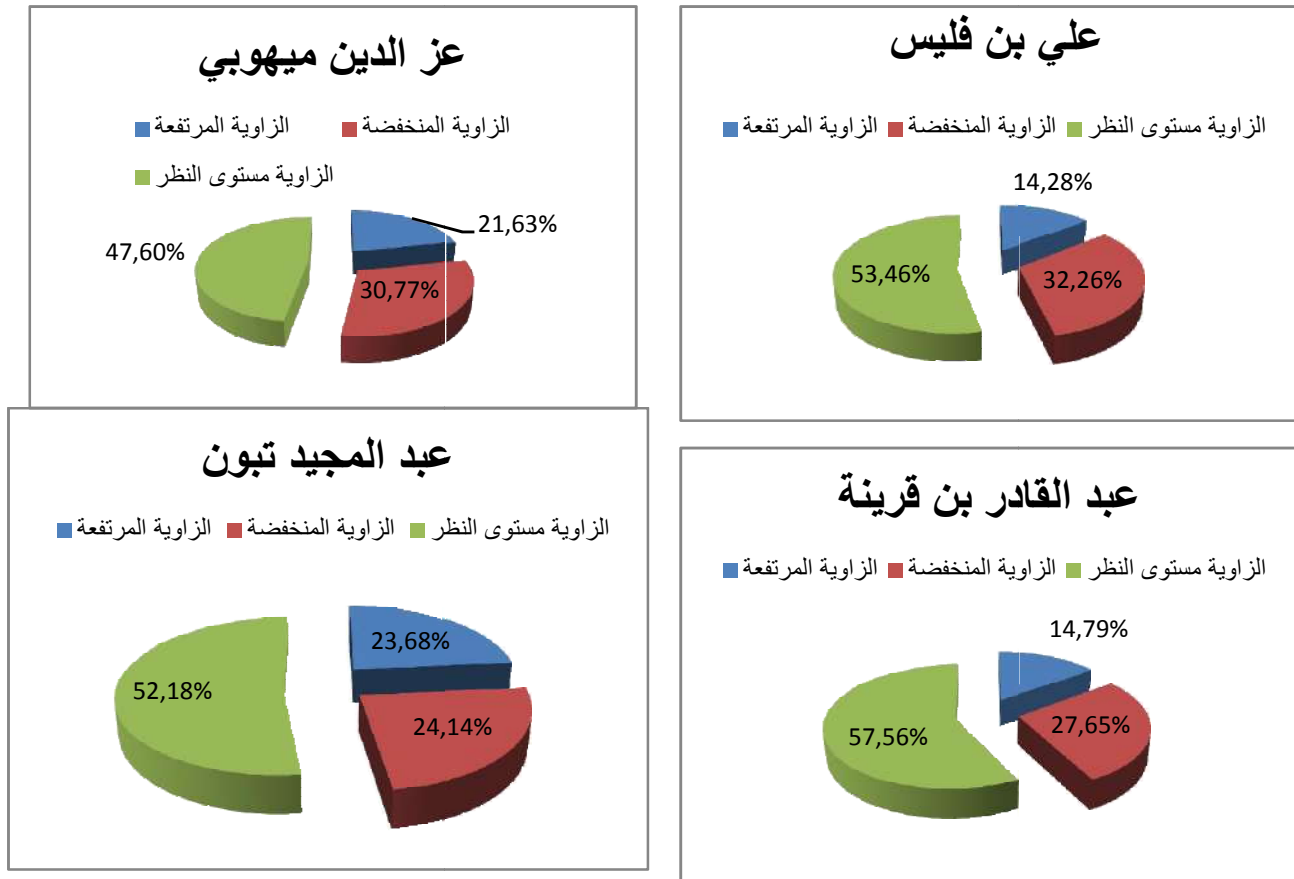
الجدول رقم (05): يعرض الجدول والشكل أعلاه النسب المئوية لأنواع اللقطات المستخدمة في برنامج "أستوديو الرئيس" و أولها اللقطة المقربة للخصر بنسبة 46.49 كمجموع كلي فتأتي نسبة 45.16% للمترشح عبد القادر بن قرينة وتليها نسبة 44.27% للمترشح علي بن فليس، وتأتي نسبة 24.04% لعبد المجيد تبون و في الأخير نسبة 32.51% للمترشح عز الدين ميهوبي، وهذا يدل على أن البرنامج تم التركيز على المترشح أثناء عرضه لأفكاره و تصوراتهِ للجزائر الجديدة وكما جاء في إجابات المبحوثين أن برنامج "أستوديو الرئيس" أشار إلى أهم المشاريع ومعرفة الأفاق المستقبلية للوطن ، مثال التركيز على مختلف القطاعات ويتضح من هذا ان برنامج استخدم هذه اللقطة للفت انتباه المشاهد ، و ثانيا اللقطة المقربة للصدر بنسبة 31.20% وقدرت نسبة 41.18% لعز الدين ميهوبي و نسبة 23.00% لعبد المجيد تبون و يليه عبد القادر بن قرينة بنسبة 29.03% و في الأخير علي بن فليس الذي قدرت نسبته بـ 20.95%، وهذا راجع إلى أن البرنامج اهتم بشكل قليل على مقدم البرنامج لأنه لم يكن عليه الاهتمام بشكل اكبر، ثالثا النصف عامة فقدرت بـ 16.54% فتأتي نسبة 34.78% للمترشح علي بن فليس و وتليها نسبة 24.06% للمترشح عبد المجيد تبون وتأتي نسبة 16.67% للمترشح عبد القادر بن قرينة ونسبة 15.84% للمترشح عز الدين ميهوبي وهذا راجع إلى أن البرنامج أراد إبراز كل من المترشح و المقدم في آن واحد وتقريب الكاميرا لهما لإبراز المناقشة بينهما، ورابعا اللقطة العامة بنسبة 5.77% كمجموع كلي فكانت نسبة 10.83% للمترشح عز الدين ميهوبي و يليه عبد القادر بن قرينة بنسبة 9.14% و بنسبة 1.00% لعبد المجيد تبون و أخيرا علي بن فليس بنسبة 0%، وهذا

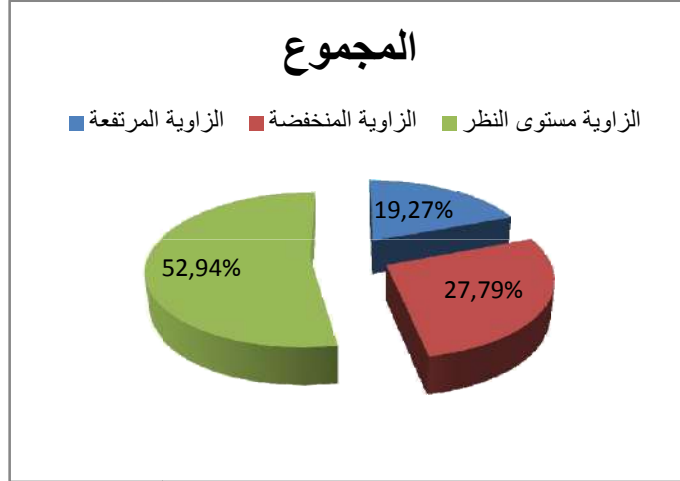
على أساس أن برنامج قد تطرق لإبراز البلاطو كامل وذلك على المشاهد الذي فاته البرنامج في أول الحلقة يستطيع معرفة اسم البرنامج من خلال اللقطة هذه.

جدول رقم(06): فئة أنواع الزوايا المستخدمة في برنامج "أستوديو الرئيس"

فئة الزوايا	علي بن فليس		عز الدين ميهوبي		عبد القادر بن قرينة		عبد المجيد تبون		المجموع	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
الزاوية المرتفعة	14,28%	31	21,63%	45	14,79%	46	23,68%	103	19,27%	226
الزاوية المنخفضة	32,26%	70	30,77%	64	27,65%	87	24,14%	105	27,79%	326
الزاوية مستوى النظر	53,46%	116	47,60%	99	57,56%	179	52,18%	227	52,94%	621
المجموع	100,00%	217	100,00%	208	100,00%	311	100,00%	435	100,00%	1173

الشكل رقم(04): فئة أنواع الزوايا المستخدمة في برنامج "أستوديو الرئيس"





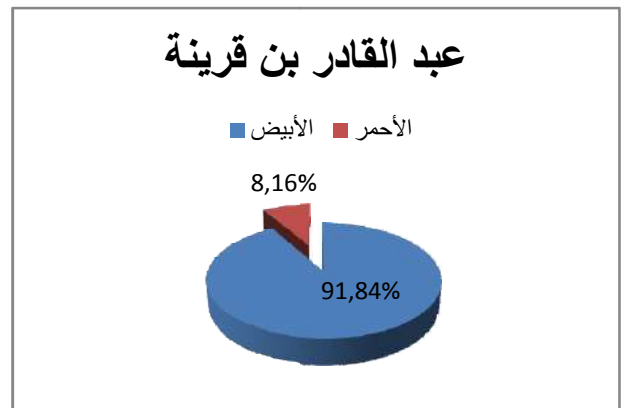
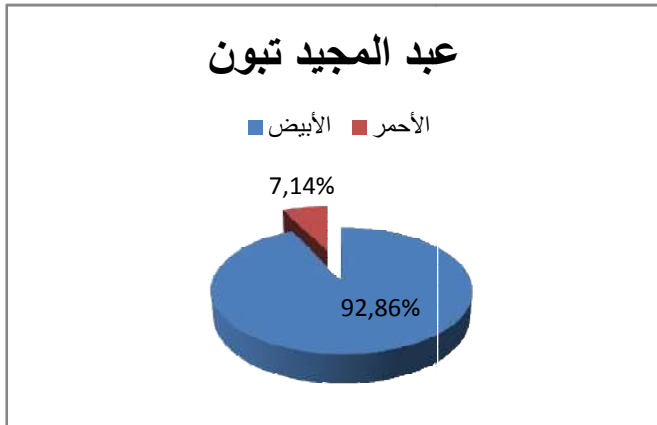
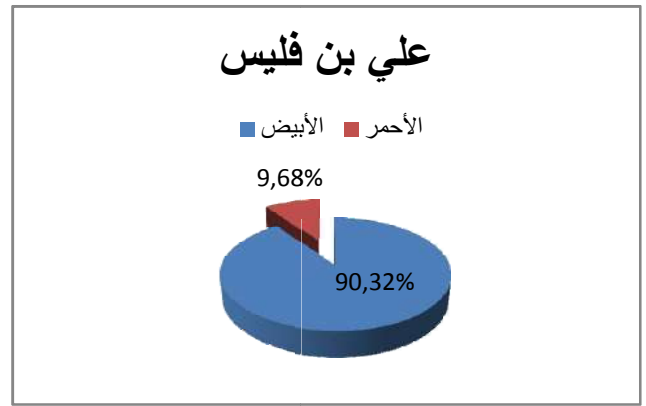
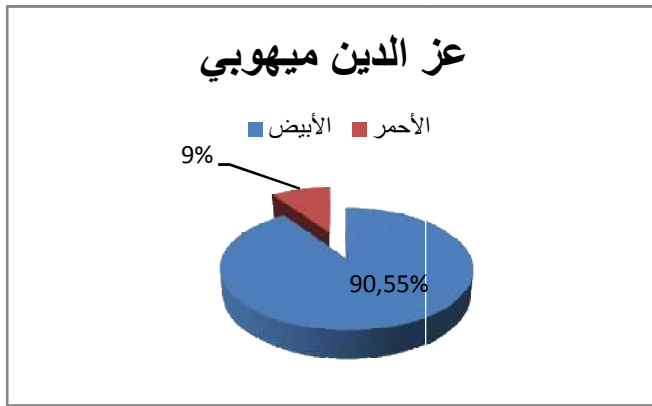
الجدول رقم(06):يبين الجدول والشكل أعلاه أن البرنامج اعتمد على الزوايا في تناوله للمواضيع الانتخابية ونشرها لدى المواطنين ،حيث ركز بشكل كبير على زاوية مستوى النظر بنسبة 52.94% ،وذلك للفت نظر و انتباه الجمهور المستهدف لان هذا الأخير بدوره يحتاج دائما إلى معرفة الرأي والرأي الآخر من جهة و طرح الحلول المناسبة للبلاد،وتتدرج تحت هذه النسبة عبد القادر بن قرينة 57.56% و يليه علي بن فليس 53.46% و يليه عبد المجيد تبون 52.18% و يليه عز الدين ميهوبي 47.60% وهذا ما جاء في إجابة المبحوثين في المقابلة أن البرنامج لم يعدل بين المترشحين خاصة في توجيه الأسئلة لهم و الوقت المخصص لكل مترشح،أما في ما يخص الزاوية المنخفضة قدرت بـ 27.79%، حيث برزت شخصية المترشح في تقديمه للمشروع الانتخابي بإظهار سماته الشخصية و ملامح الوجه و الكايرزما و قدرت نسب المترشحين بـ 32.26 للمترشح علي بن فليس ونسبة 30.77% للمترشح عز الدين ميهوبي و نسبة 27.65% للمترشح عبد القادر بن قرينة ونسبة 24.14% للمترشح عبد المجيد تبون ،وهذا راجع إلى أن برنامج أستوديو الرئيس اعتمد على الزاوية المنخفضة على المترشحين لإبراز قيمة الشيء و الموضوع وهذا لترك مجال للمترشح لتوضيح الرؤى المستقبلية.أما الزاوية المرتفعة فقدرت بنسبة 19.27% فقدرت نسب المرشحين بـ 23.68% عبد المجيد تبون و 21.63% عز الدين ميهوبي 14.89% عبد القادر بن قرينة 14.28% علي بن فليس ويتضح أن البرنامج لم يعطي أهمية كبيرة للمقدم البرنامج .

فئة العناصر التيبوغرافية:

جدول رقم(07):فئة لون الخط

فئة لون الخط	علي بن فليس		عز الدين ميهوبي		عبد القادر بن قرينة		عبد المجيد تبون		المجموع	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
الأبيض	%90,32	112	%90,55	115	%91,84	135	%92,86	156	%91,52	518
الأحمر	%9,68	12	%9,45	12	%8,16	12	%7,14	12	%8,48	48
المجموع	%100,00	124	%100,00	127	%100,00	147	%100,00	168	%100,00	566

الشكل رقم(05):فئة لون الخط

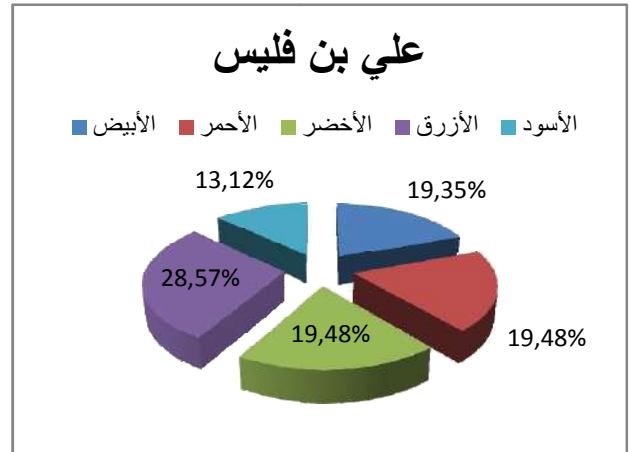
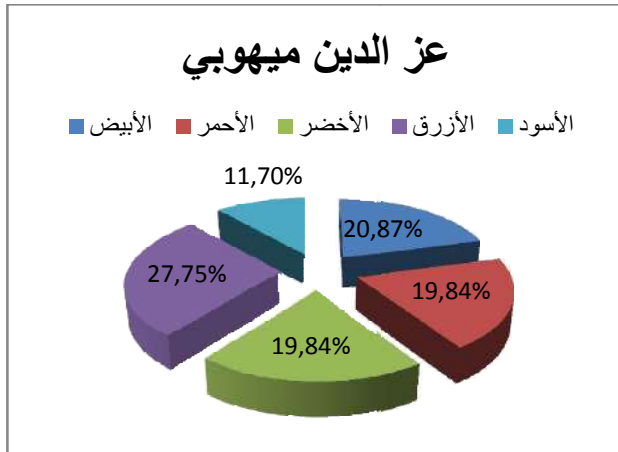


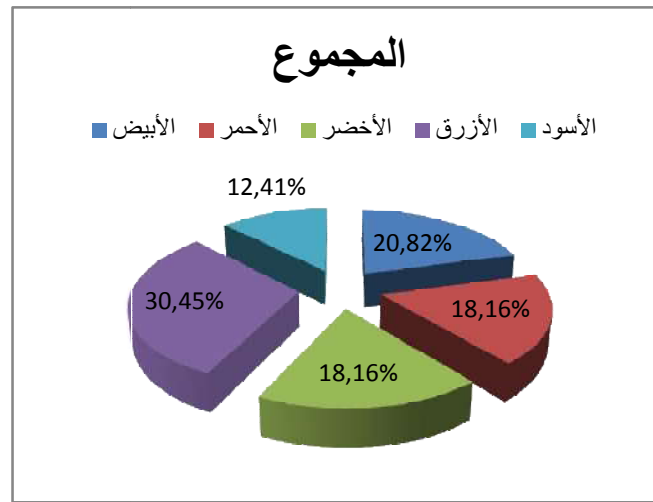
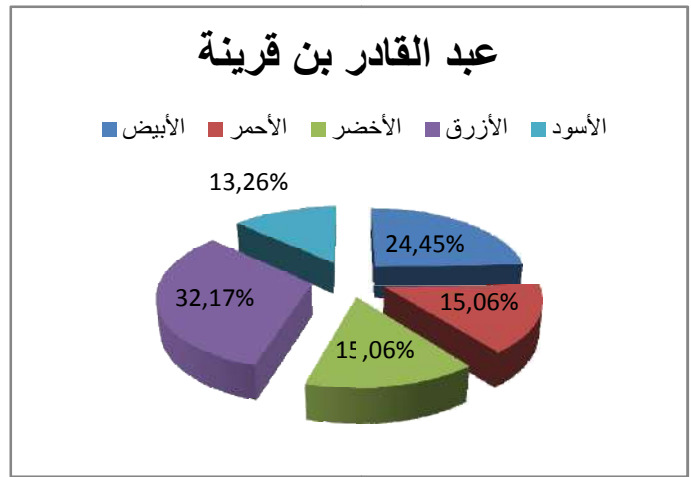
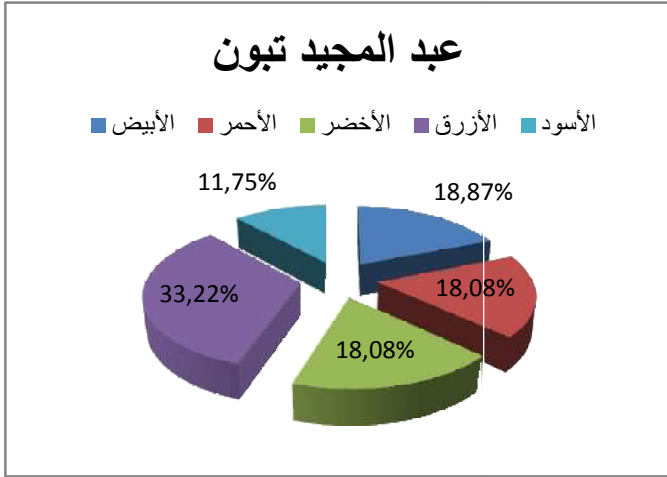
الجدول رقم(07):من معطيات الجدول والشكل أعلاه يتبين لنا أن البرنامج استعمل لون الخط الأبيض بكثرة فقدرت نسبته بـ 91.52%، وهذا يشير إلي التجدد و الإشرار الذي سوف يخلق في نفوس المشاهدين وبذل ذلك على انسجام بين موضوع البرنامج و الواقع المعاش، حظي بالمرتبة الأولى عبد المجيد تبون بنسبة 92.86% ونسبة 91.84% لعبد القادر بن قرينة ونسبة 90.55% لعز الدين ميهوبي و 90.32% لعلي بن فليس أما اللون الأحمر أخذ نسبة 8.48% وهي نسبة ضئيلة جدا مقارنة باللون الأبيض وقدرت نسبة المترشحين بـ 9.68% لعلي بن فليس ونسبة 9.45% لعز الدين ميهوبي ونسبة 8.16% لعبد القادر بن قرينة و نسبة 7.14% لعبد المجيد تبون، وهذا اشار في الأخير إلى العمل في البرنامج وذلك للفت الانتباه.

جدول رقم(08):فئة لون الخلفية

فئة لون الخلفية	علي بن فليس		عز الدين ميهوبي		عبد القادر بن قرينة		عبد المجيد تبون		المجموع	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
الأبيض	19,35%	149	20,87%	182	24,45%	190	18,87%	167	20,82%	688
الأحمر	19,48%	150	19,84%	173	15,06%	117	18,08%	160	18,16%	600
الأخضر	19,48%	150	19,84%	173	15,06%	117	18,08%	160	18,16%	600
الأزرق	28,57%	220	27,75%	242	32,17%	250	33,22%	294	30,45%	1006
الأسود	13,12%	101	11,70%	102	13,26%	103	11,75%	104	12,41%	410
المجموع	100,00%	770	100,00%	872	100,00%	777	100,00%	885	100,00%	3304

الشكل رقم(06):فئة لون الخلفية





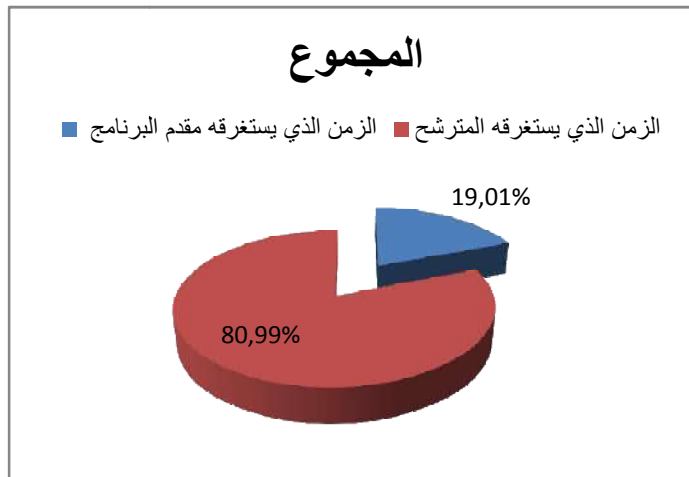
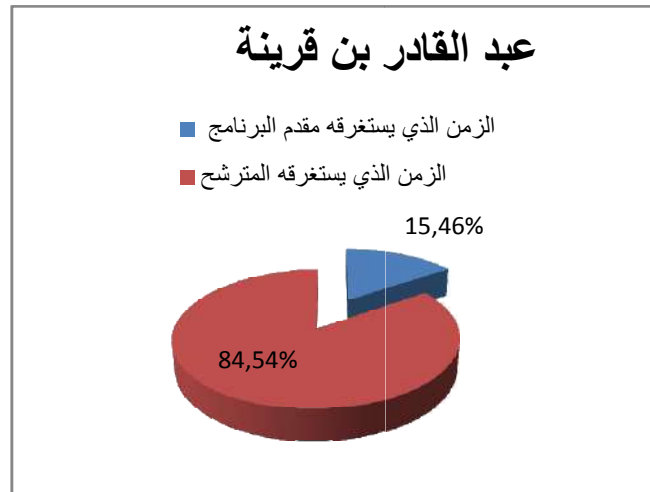
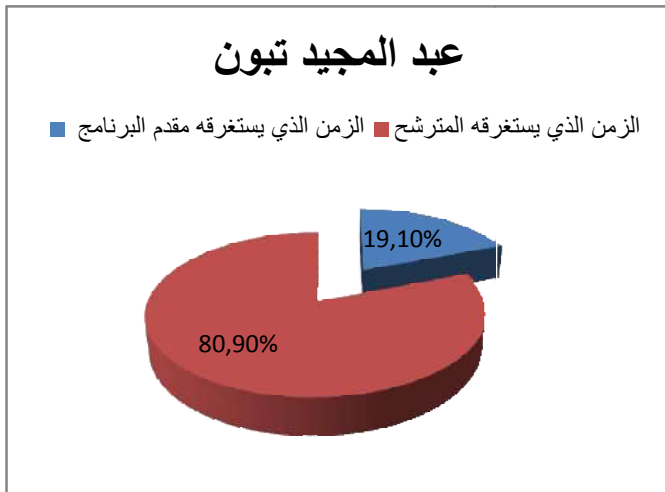
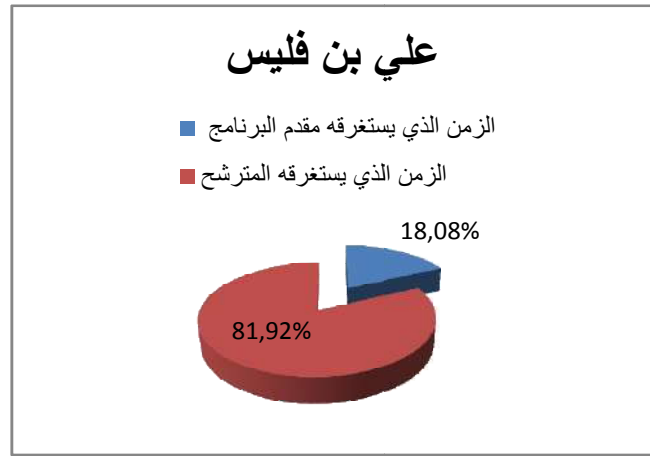
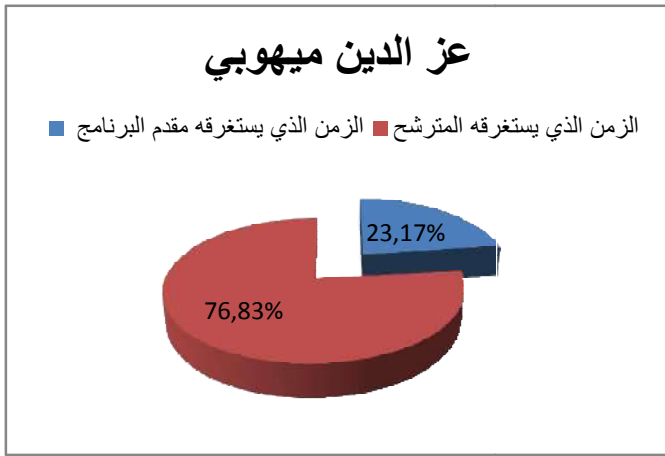
الجدول رقم (08): يتضح لنا من الجدول والشكل أعلاه أن البرنامج أدرجة مجموعة من ألوان الخلفية الجذابة حيث ركزت على ألون الأزرق بنسبة 30.45%، وهو يتميز بالهدوء و السكينة والراحة وله تأثير في نفوس المشهدين ويساعد على التركيز كونه لون يتميز بتخفيف التوتر و العصبية عند الإنسان، فيأتي عبد المجيد تبون بنسبة 33.22% و عبد القادر بن قرينة بنسبة 32.17% و علي بن فليس بنسبة 28.57% و نسبة 27.75% للمترشح عز الدين ميهوبي فنلاحظ بأن النسب متقاربة جدا، أما في ما يخص اللون الابيض فقدرت نسبته بـ 20.82% أما بالنسبة للمترشحين فقدرت نسبهم عبد القادر بنسبة 24.45% و عز الدين ميهوبي بـ 20.87% و علي بن فليس 19.35% و عبد المجيد تبون، ويليه ألون الأحمر وألون الأخضر بنسب متساوية للمترشحين والمجموع الإجمالي للنسب فقدرت بـ 18.16% أما فيما يخص المترشحين تحصلوا على نسب التالية المرتبة الأولى عز الدين ميهوبي بنسبة 19.84% و يليه في المرتبة الثانية علي بن فليس 19.48% و يليه في المرتبة الثالثة عبد

المجيد تبون 18.08% ويليه في المرتبة الرابعة عبد القادر بن قرينة 15.06% ، وهذا راجع إلى أن البرنامج يرمز إلى العلم الجزائري فاللون الأبيض هو اللون الأساسي في الإضاءة ويعطى المزاج و العميق حسب اتجاه الضوء وهو لون نقي يرتبط بالجودة و النقاء وهو رمز السلم بين البشرية واللون الأخضر يرمز إلى التطلع إلى التقدم و الرخاء أما اللون الأحمر فهو رمز فضيلة العمل الإنساني ،فكل هذه الألوان هدفت إلى مدى اهتمام البرنامج بالجمهور لان المواطن الجزائري جد متعلق بالوطن و العلم الجزائري،إما ألون الأسود فقدرت نسبته 12.41% ونسب المترشحين قدرت ب 13.26% لعبد القادر بن قرينة و نسبة 13.12% لعلي بن فليس و نسبة 11.75% لعبد المجيد تبون و نسبة 11.70% لعز الدين ميهوبي ، وهذا زال على برنامج "أستوديو الرئيس" تميز بزعر الإرادة القوية في نفوس المشاهدين .

جدول رقم(09):فئة الزمن المستغرق من الفاعلين

المجموع		عبد المجيد تبون		عبد القادر بن قرينة		عز الدين ميهوبي		علي بن فليس		فئة الزمن المستغرق من الفاعلين
النسبة	الزمن بالثانية	النسبة	الزمن بالثانية	النسبة	الزمن بالثانية	النسبة	الزمن بالثانية	النسبة	الزمن بالثانية	
%19,01	4536	%19,10	1183	%15,46	978	%23,18	1473	%18,08	902	الزمن الذي يستغرقه مقدم البرنامج
%80,99	19325	%80,90	5010	%84,54	5347	%76,86	4882	%81,92	4086	الزمن الذي يستغرقه المترشح
%100,00	23861	%100,00	6193	%100,00	6325	%100,00	6355	%100,00	4988	المجموع

الشكل رقم (07): فئة الزمن المستغرق من الفاعلين



الجدول رقم (09): نستنتج من الجدول والشكل أعلاه أن الزمن المستغرق المترشح بنسبة 80.99% حيث أن البرنامج أعطى وقت زمني كبير للمترشحين في طرح أفكارهم حول

برنامجهم الانتخابي وترسيخه في ذهن المشاهد ، وقد تبين ذلك من خلال إجابة المبحوثين في الأفكار التي رسخت في أذهانهم حول مشروع المترشح وهي كالآتي: بناء جزائر جديدة ،فكرة تعديل الدستور، القضاء الفساد،إعادة بناء ثقة الشعب الجزائري،وجاءت نسب المترشحين كالآتي 84.54% للمترشح عبد القادر بن قرينة ونسبة 81.92% للمترشح علي بن فليس و نسبة 80.90% عبد المجيد تبون و مسبة 76.86% للمترشح عز الدين ميهوبي ومن خلال قرأتنا للجدول وإجابات المبحوثين لاحظنا أن هناك تقرب بين في التوقيت بين المترشحين لانه منح لكل مترشح عرض برنامج الانتخابي،أما الزمن الذي يستغرقه مقدم البرنامج فتحص على نسبة 19.01% ،بحث أعطى مقدم البرنامج الفرصة للمترشحين ومنحهم الوقت الكافي لعرض برنامجهم الانتخابي حث يتسنى للشعب اختيار من يرونه الأجدر لتمثيلهم فكانت نسبة الأولى لعز الدين ميهوبي فقدرت 23.18% والنسبة الثانية لعبد المجيد تبون ب 19.10% و النسبة الثالثة لعلي بن فليس 18.08% والنسبة الرابعة لعبد القادر بن قرينة 15.46% ،وهذا راجع إلى الاختلاف النسبي في الأسئلة من طرف مقدم البرنامج.

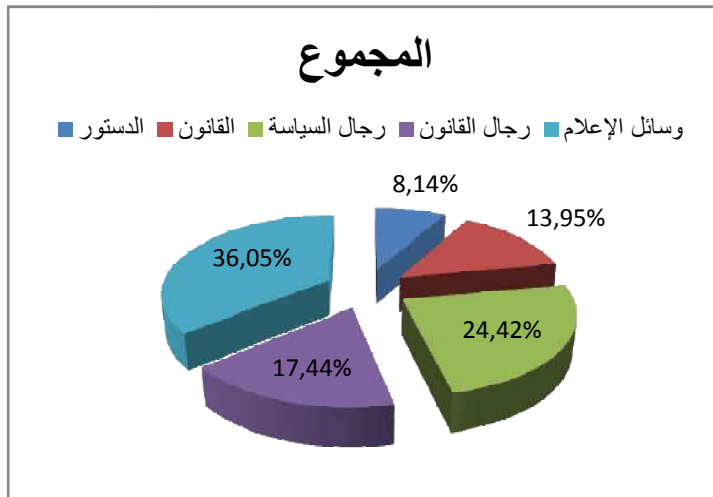
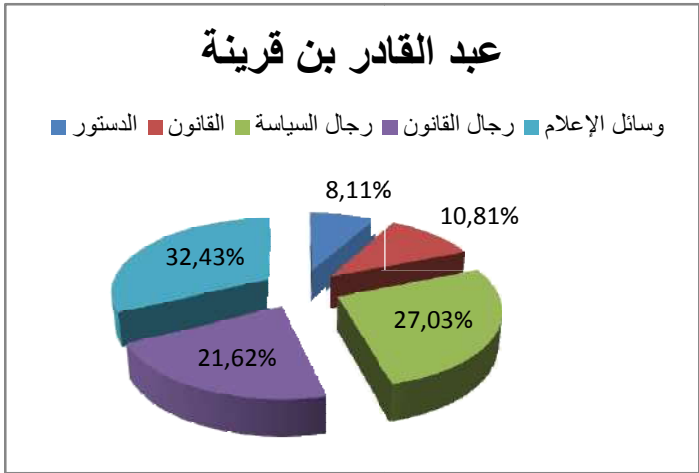
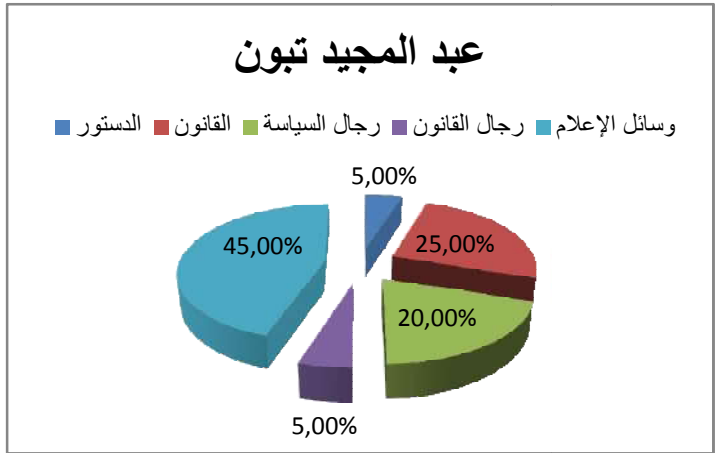
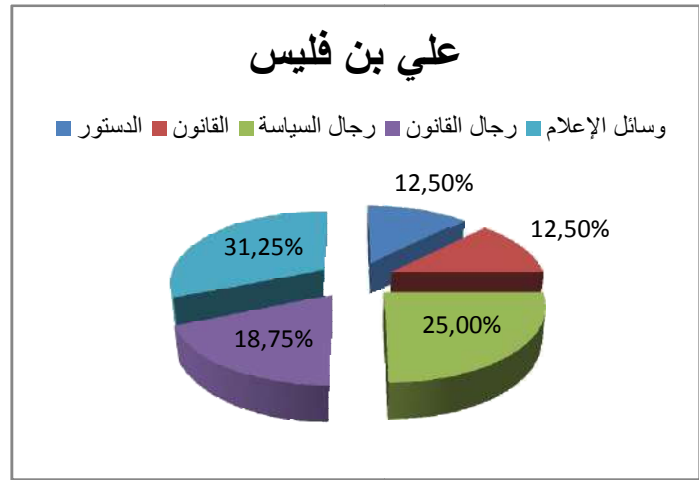
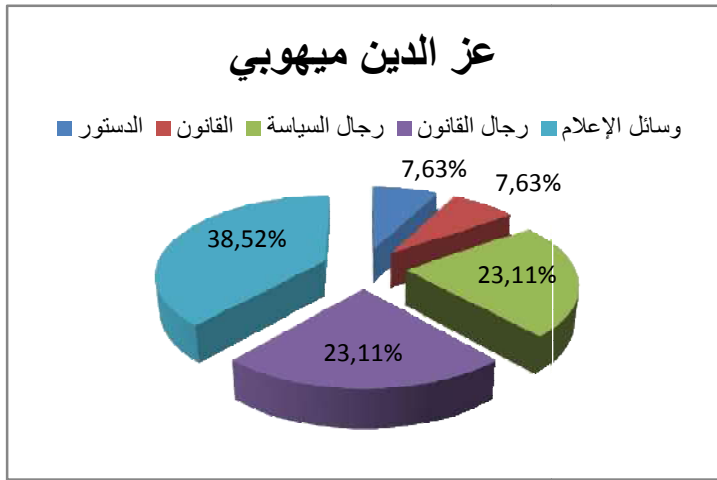
المطلب الثاني: عرض وتحليل الجداول حسب المضمون.

3-فئة المضمون:

جدول رقم(10):فئة مصدر المعلومات

فئة مصدر المعلومات	علي بن فليس		عز الدين ميهوبي		عبد القادر بن قرينة		عبد المجيد تبون		المجموع
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
الدستور	12,5%	2	7,62%	1	8,11%	3	5,00%	1	8,14%
القانون	12,5%	2	7,62%	1	10,81%	4	25,00%	5	13,95%
رجال السياسة	25%	4	23,07%	3	27,03%	10	20,00%	4	24,42%
رجال القانون	18,75%	3	23,07%	3	21,62%	8	5,00%	1	17,44%
وسائل الإعلام	31,25%	5	38,46%	5	32,43%	12	45,00%	9	36,05%
المجموع	100,00%	16	100,00%	13	100,00%	37	100,00%	20	100,00%

الشكل رقم (08): فئة مصدر المعلومات



الجدول رقم (10): يبين الجدول والشكل أعلاه مصادر المعلومات فحظيت بالمرتبة الأولى وسائل الإعلام بنسبة 36.05% تحت ترتيب نسب المترشحين التالية عبد المجيد تبون

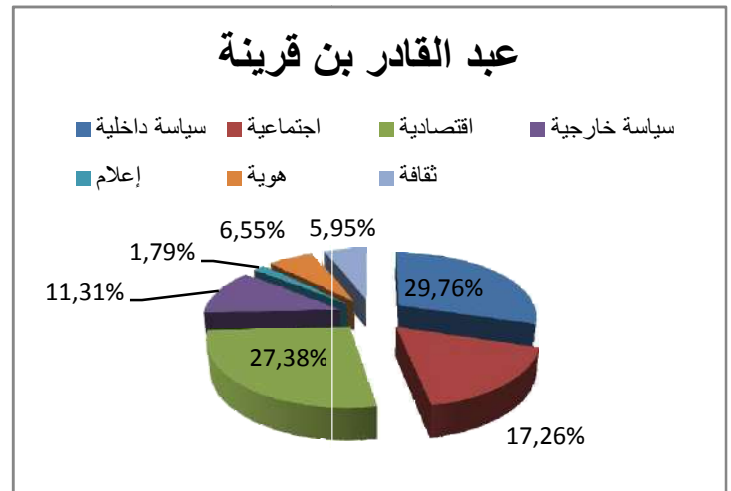
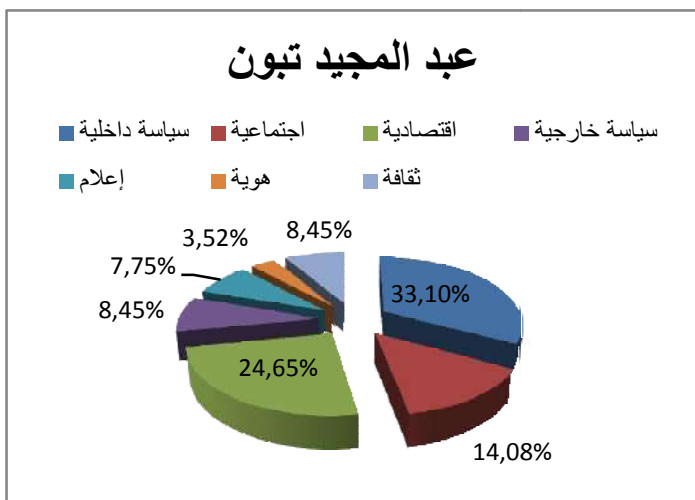
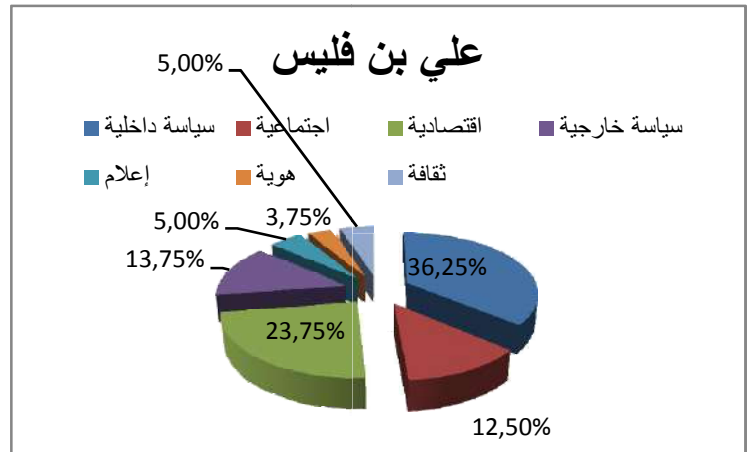
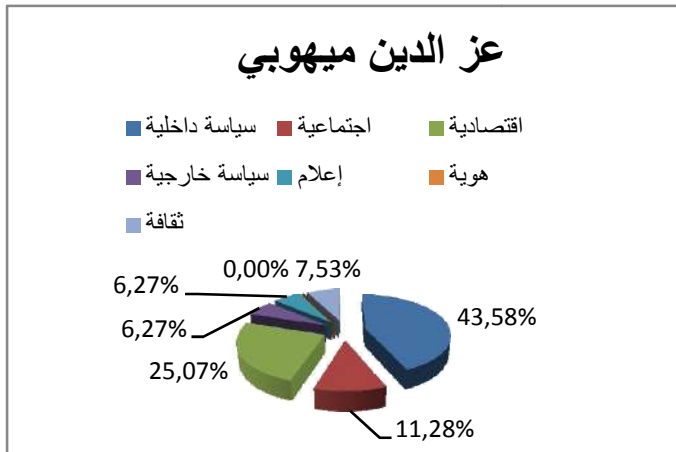
بنسبة 45.00% و عز الدين ميهوبي بنسبة 38.46% وعبد القادر بن قرينة بنسبة 32.43% و علي بن فليس 31.25% و المرتبة الثانية رجال السياسة بنسبة 24.42% تحصل عبد القادر بن قرينة على نسبة 27.03% عز الدين ميهوبي بنسبة 23.07% و علي بن فليس بنسبة 25% عبد المجيد تبون بنسبة 20.00%، وجاءت في المرتبة الثالثة رجال القانون بنسبة 17.44% وتأتي نسبة 23.07% للمترشح عز الدين ميهوبي، ونسبة 21.62% للمترشح عبد القادر بن قرينة، ونسبة 18.75% للمترشح علي بن فليس ونسبة 5% للمترشح عبد المجيد تبون ويأتي في المرتبة الرابعة القانون بنسبة 13.95% تحصل عبد المجيد تبون على أكبر نسبة قدرت بـ 25.00%، ويليه علي بن فليس بنسبة قدرت بـ 12.05% ويليه عبد القادر بن قرينة بنسبة 10.81% ويليه عز الدين ميهوبي بنسبة 07.62% و يأتي في المرتبة الأخيرة الدستور بنسبة قدرت بـ 08.14% حيث نال المترشح علي بن فليس بنسبة 12.05% و المترشح عبد القادر بن قرينة بنسبة 08.11% و المترشح عز الدين ميهوبي 07.62% والمترشح عبد المجيد تبون 05% .

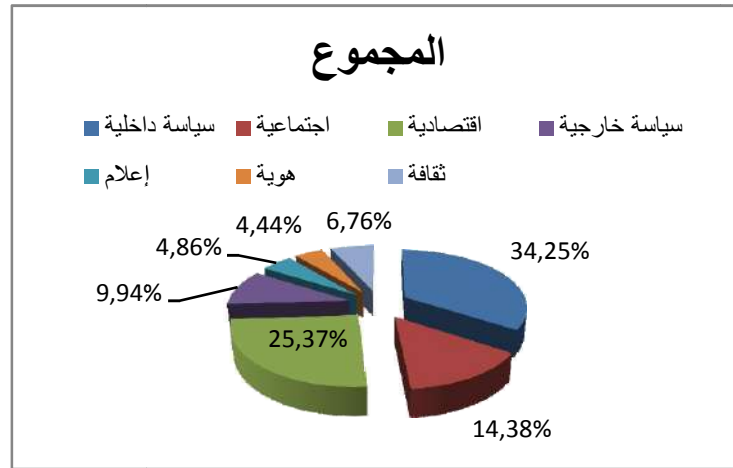
ومن خلال قراءتنا لهذا الجدول نجد أننا وسائل الإعلام هي المصدر الرئيسي الذي من خلاله يتم استنباط المعلومات ولكي تستخدم كمصدر تدعني للقضية المطروحة من خلال ذكر تصريحات شخصيات سامية في الدولة أو تصريح للمترشح نفسه، وتستخدم كذلك لإيضاح جوانب غامضة ونقاش القضية المطروحة وتحليلها، أما رجال السياسة تم الاعتماد عليهم في طرح مواضيعهم كونهم يوصفون بسهولة إقناع الآخرين، بما يطرحونه من حجج، و يتسمون بالمهارة و الحذق و القدرة على الفهم الصحيح للأمور السياسية، أما رجال القانون هم عنوان الحق و العدالة واعتمد عليهم لتكوين علاقة قوية ومتينة بين المترشحين و المواطنين وتحقيق امن و استقرار في البلاد، أما القانون فاستخدم لتطبيق القواعد السائدة في البلاد ليعم التوازن و الاستقرار والهدوء في المجتمع كون أن المجتمع الخالي من القانونيين "ما هو إلا بمثابة غابة يأكل فيها القوي الضعيف"، أما الدستور فأشار إليه كونه يمنح المواطنين إمكانية التمتع بالحقوق المدنية و السياسية والاقتصادية والاجتماعية و الثقافية وهذا ما جاء في إجابات المبحوثين من خلال الأفكار السياسية حول البرنامج في إعادة وتعديل الدستور الجزائري، وتغيير قانون الانتخابات.

جدول رقم (11): فئة أنواع المعلومات

المجموع	عبد المجيد تبون		عبد القادر بن قرينة		عز الدين ميهوبي		علي بن فليس		فئة أنواع المعلومات	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
%34,25	162	%33,10	48	%29,76	50	%42,39	35	%36,25	29	سياسة داخلية
%14,38	68	%14,08	20	%17,26	29	%10,97	09	%12,5	10	اجتماعية
%25,37	120	%24,65	35	%27,38	46	%24,39	20	%23,75	19	اقتصادية
%9,94	47	%8,45	12	%11,31	19	%6,10	5	%13,75	11	سياسة خارجية
%4,86	23	%7,75	11	%1,79	3	%6,10	5	%5,00	4	إعلام
%4,44	21	%3,52	5	%6,55	11	%2,2,44	2	%3,75	3	هوية
%6,76	32	%8,45	12	%5,95	10	%7,32	6	%5,00	4	ثقافة
%100,00	472	%100,00	142	%100,00	168	%100,00	82	%100,00	80	المجموع

الشكل رقم (09): فئة أنواع المعلومات





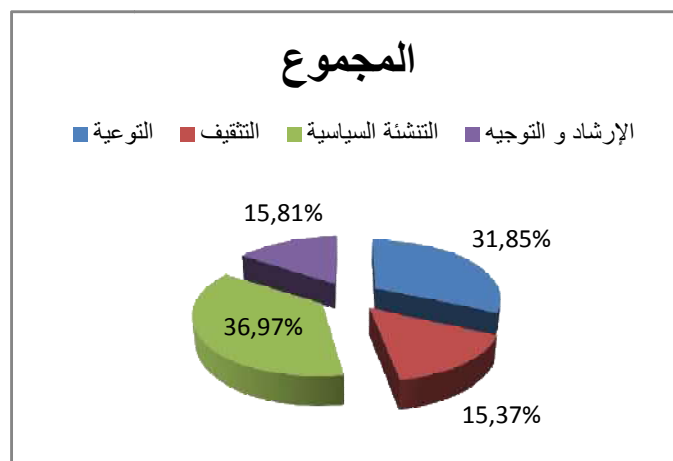
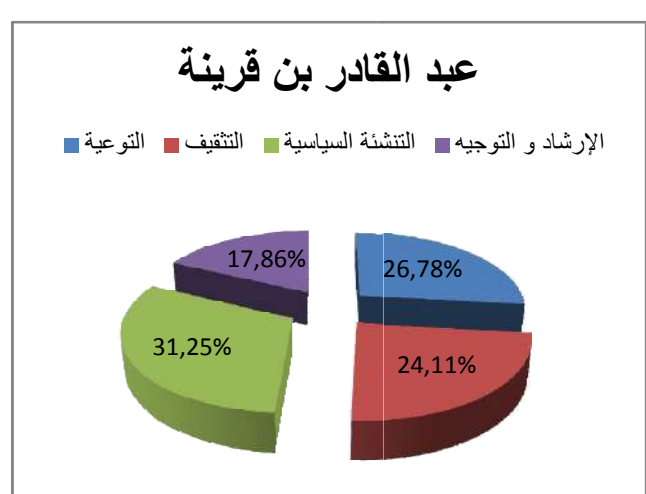
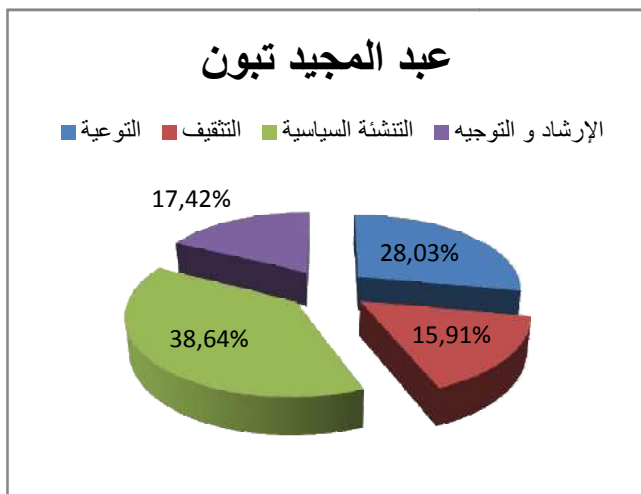
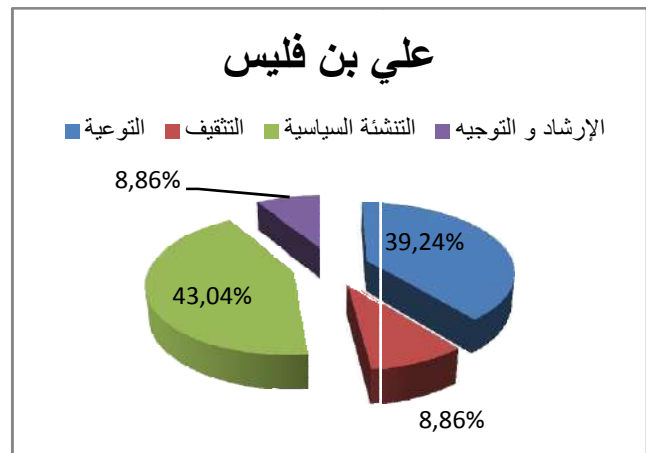
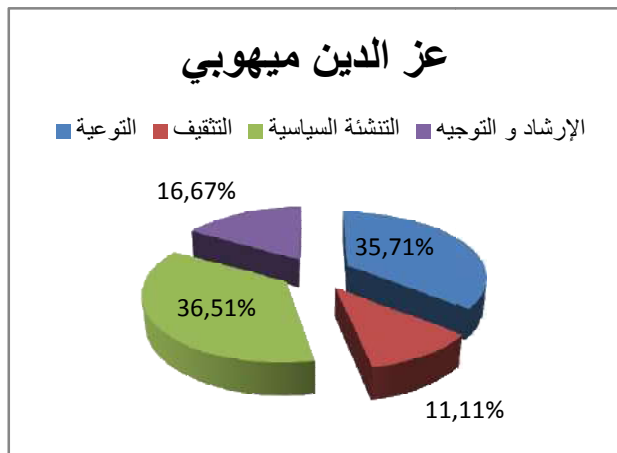
الجدول رقم (11): نستنتج من الجدول والشكل أعلاه أن أنواع المعلومات السياسية الداخلية في المرتبة الأولى بنسبة 43.25% فتحصل المترشحين على النسب التالية عز الدين ميهوبي 42.39% وعلي بن فليس 36.25% و عبد المجيد تبون 33.10% و عبد القادر بن قرينة 29.46%، نلاحظ أن السياسة الداخلية في الصدارة لان السياسة من أهم المبادئ الأساسية التي ينبغي تسليط الضوء عليها، وهذا ما يذل على اهتمام البرنامج بالنظام السياسي السائد في البلاد كما جاء في إجابة المبحوثين إن برنامج "أستوديو الرئيس" ركز على علاقة المترشحين بالنظام السابق والغرض من ذلك تصحيح وجهة نظر المواطن نحو المترشح العامل مع هذا النظام، إضافة إلى الآراء و الصور الواضحة لمجريات الأحداث السياسية للوطن، ثم المعلومات الاقتصادية 25.37%، أما نسبة المترشحين فتحصل عبد القادر بن قرينة علي نسبة 27.38% و المترشح عبد المجيد تبون بنسبة 24.65% و المترشح عز الدين ميهوبي بنسبة 24.93% و أخرا المترشح علي بن فليس بنسبة 23.75%، فالاقتصاد هو الأساس الذي تبني عليه البلاد مستواها المعيشي ومستوى الدخل والاستهلاك و التوفير والاستثمار ونظرا للأوضاع التي مرت بها البلاد من قضايا الفساد ومن خلال إجابة المبحوثين ذكروا أن البرنامج أشار إلى الجانب الاقتصادي و الأزمة المالية والمشاريع التنموية بكل موضوعية، ثم المعلومات الاجتماعية فكانت نسبتها 14.38% فكانت نسب المترشحين قدرت ب 17.26% للمترشح عبد القادر بن قرينة و يليه عبد المجيد تبون بنسبة 14.08% و يليه علي بن فليس بنسبة 12.05% و يليه عز الدين ميهوبي بنسبة 10.97%، أما المعلومات التي تخص الشن الاجتماعي فقد أشاروا إلى العديد من المشاكل البطالة و الهجرة الغير شرعية و أزمة السكن و التي قد تعرقل مسار البلاد. ثم المعلومات

سياسة الخارجية فقدرت نسبتها بـ 9.94%، أما نسب المترشحين فقدرت بـ 13.95% للمترشح علي بن فليس و نسبة 11.31% للمترشح عبد القادر بن قرينة ونسبة 08.45% للمترشح عبد المجيد تبون ونسبة 06.10% للمترشح عز الدين ميهوبي، وهذا راجع الى ان البرنامج الانتخابي للمترشحين الأربعة قد اهتموا بكثرة على السياسة الداخلية و الاقتصاد، ثم المعلومات الثقافية قدرت بنسبة 06.76% ونسب المترشحين قدرت بـ 08.45% لعبد المجيد تبون ونسبة 07.32% لعز الدين ميهوبي و نسبة 05.95% لعبد القادر بن قرينة و نسبة 05% لعلي بن فليس، فالثقافة من عادات وتقاليد البلاد التي يجب على المواطن التمسك بها، ثم المعلومات الإعلام والهوية فكانت نسبهم متقاربة نوعا ما فالإعلام قدرت نسبته بـ 04.86% و الهوية 04.44% أما نسب المترشحين بالنسبة للإعلام فهي كالأتي عبد المجيد تبون 7.75% وعز الدين ميهوبي 6.10% علي بن فليس 05% و عبد القادر بن قرينة 01.79%، أما بالنسبة للهوية فقدرت نسبهم عبد القادر بن قرينة بنسبة 06.55% و يليه علي بن فليس بنسبة 03.75% و يليه عبد الجيد تبون بنسبة 03.52% و يليه هز الدين ميهوبي 02.44%، "فأستوديو الرئيس" يحاول تسليط الضوء على هدين العنصرين لان لم يحضا اهتماما من قبل في النظام السابق .

جدول رقم (12): فئة أهداف البرنامج

فئة الأهداف	علي بن فليس		عز الدين ميهوبي		عبد القادر بن قرينة		عبد المجيد تبون		المجموع	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
التوعية	39,24%	31	35,71%	45	26,78%	30	28,03%	37	31,85%	143
التثقيف	8,86%	7	11,11%	14	24,11%	27	15,91%	21	15,37%	69
التثنية السياسية	43,04%	34	36,51%	46	31,25%	35	38,64%	51	36,97%	166
الإرشاد و التوجيه	8,86%	7	16,67%	21	17,86%	20	17,42%	23	15,81%	71
المجموع	100,00%	79	100,00%	126	100,00%	112	100,00%	132	100,00%	449

الشكل رقم (10): فئة أهداف البرنامج



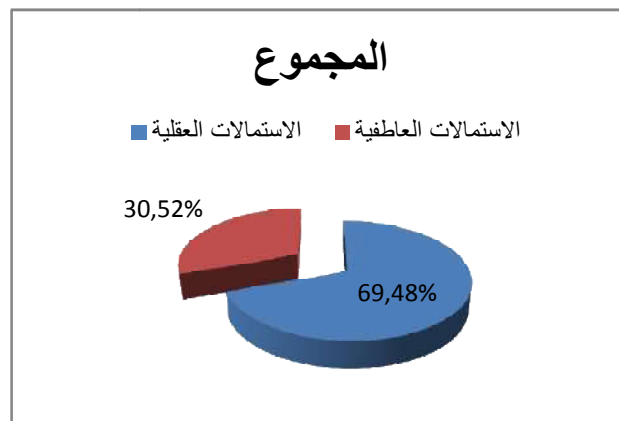
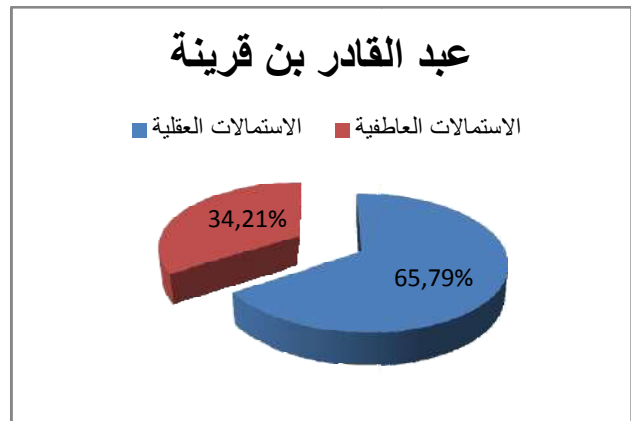
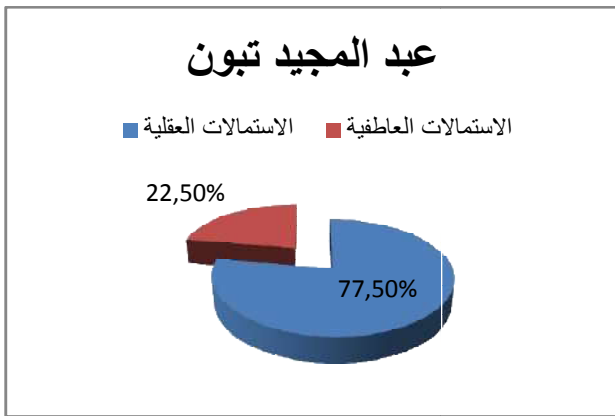
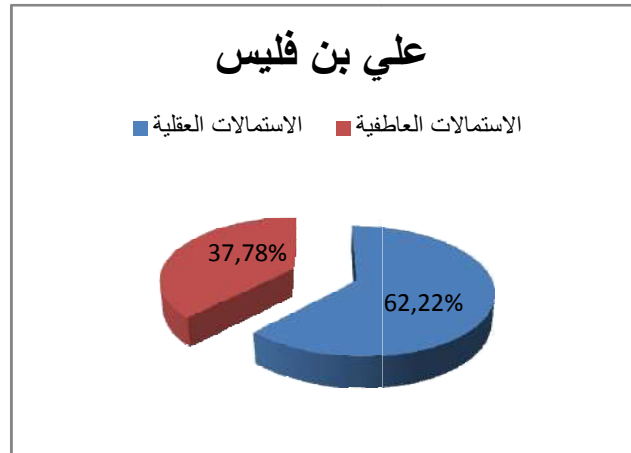
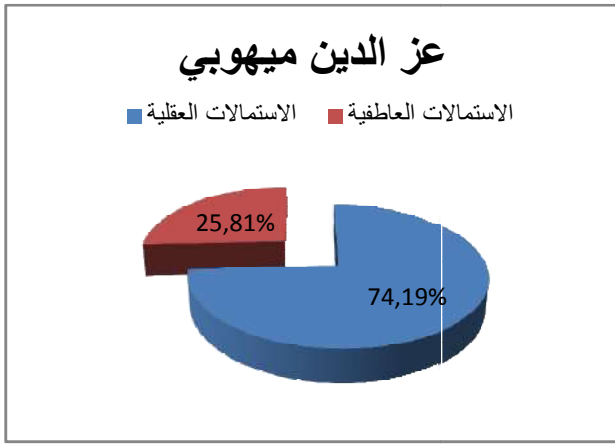
الجدول رقم (12): يبين الجدول والشكل أعلاه نلاحظ أن التنشئة السياسية في الصدارة بنسبة 36.97% ويأتي في المرتبة الأولى علي بن فليس 43.04 وفي المرتبة الثانية عبد المجيد

تبون بنسبة 38.64% و في المرتبة الثالثة عز الدين ميهوبي بنسبة 36.51% والمرتبة الرابعة عبد القادر بن قرينة بنسبة 31.25% ، أما بالنسبة للتوعية قدرت نسبتها بـ 31.85% ويأتي في المرتبة الأولى المترشح علي بن فليس بنسبة 39.24% والمرتبة الثانية عز الدين ميهوبي بنسبة 35.71% والمرتبة الثالثة عبد المجيد تبون بنسبة 28.03% و المرتبة الرابعة عبد القادر بن قرينة بنسبة 26.78%، أما الإرشاد و التوجيه فكانت نسبته 15.81%، أما المترشحين فكانت نسبهم 17.86% للمترشح عبد القادر بن قرينة و يليه المترشح عبد المجيد تبون بنسبة 17.42% و يليه المترشح عز الدين ميهوبي بنسبة 16.67% و يليه المترشح علي بن فليس بنسبة 8.86%، أما التنقيف فقدرت نسبته بـ 15.37% ويأتي عبد القادر بن قرينة بنسبة 24.11% و يليه عبد المجيد تبون بنسبة 15.91% و يليه عز الدين ميهوبي بنسبة 11.11% و يليه علي بن فليس بنسبة 8.86%. ومن خلال قراءتنا للجدول أعلاه يتبين أن برنامج "أستوديو الرئيس" هدف و ركز على التنشئة السياسية وذلك لمشاركة المواطنين بايجابية في بناء مجتمعهم ومواجهة المخاطر والتحديات وغرس المعتقدات و الميول السياسي، أما التوعية كان لها نصيب من خلال توعية المواطنين و تنوير عقولهم اتجاه المشاركة في الانتخابات ووعيمهم بالقضايا المجتمع ومشكلته وتشكيل وعي جماهيري تشكيلا حقا وغير مزيف و إدراكه لما يحيط به ،أما الإرشاد و التوجيه كان له نصيب في الحفظ عل نزاهة الانتخابات وحثهم الى التوجه لمكاتب الاقتراع ،أما التنقيف فهو جزء لا يتجزأ من الوعي برفع مستواهم الثقافي بكافة تياراته و توجهاته التي يمر بها المواطن.

جدول رقم(13):فئة أساليب الإقناع

فئة الأساليب الإقناع	علي بن فليس		عز الدين ميهوبي		عبد القادر بن قرينة		عبد المجيد تبون		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الاستمالات العقلية	28	62,22%	23	74,19%	25	65,79%	31	77,5%	107	69,48%
الاستمالات العاطفية	17	37,78%	8	25,81%	13	34,21%	9	22,5%	47	30,52%
المجموع	45	100,00%	31	100,00%	38	100,00%	40	100,00%	154	100,00%

الشكل رقم(11): فئة أساليب الإقناع



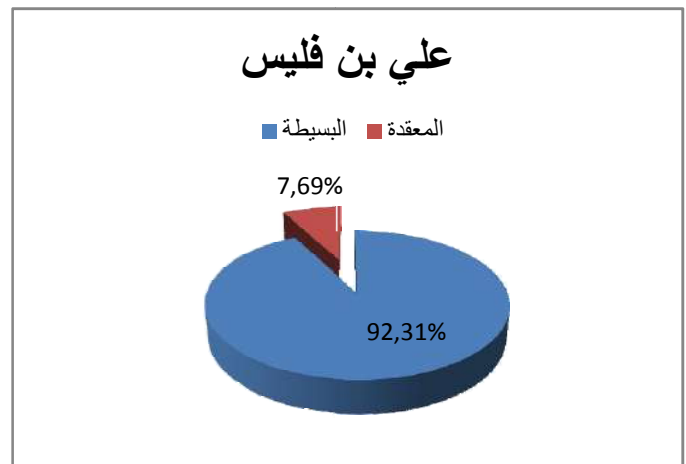
الجدول رقم(13): يتضح من الجدول والشكل أعلاه أن برنامج "أستوديو الرئيس" استخدم نوعين من الأساليب الإقناعية في عرض برنامج كل مترشح ،وكانت النسبة الأكبر للاستمالات العقلية بنسبة 69.48%، فهنا اعتمد البرنامج على مخاطبة عقول المتلقين وتقديم الحجج و الشواهد الواقعية من خلال إبراز الأحداث السياسية التي مرت بها البلاد

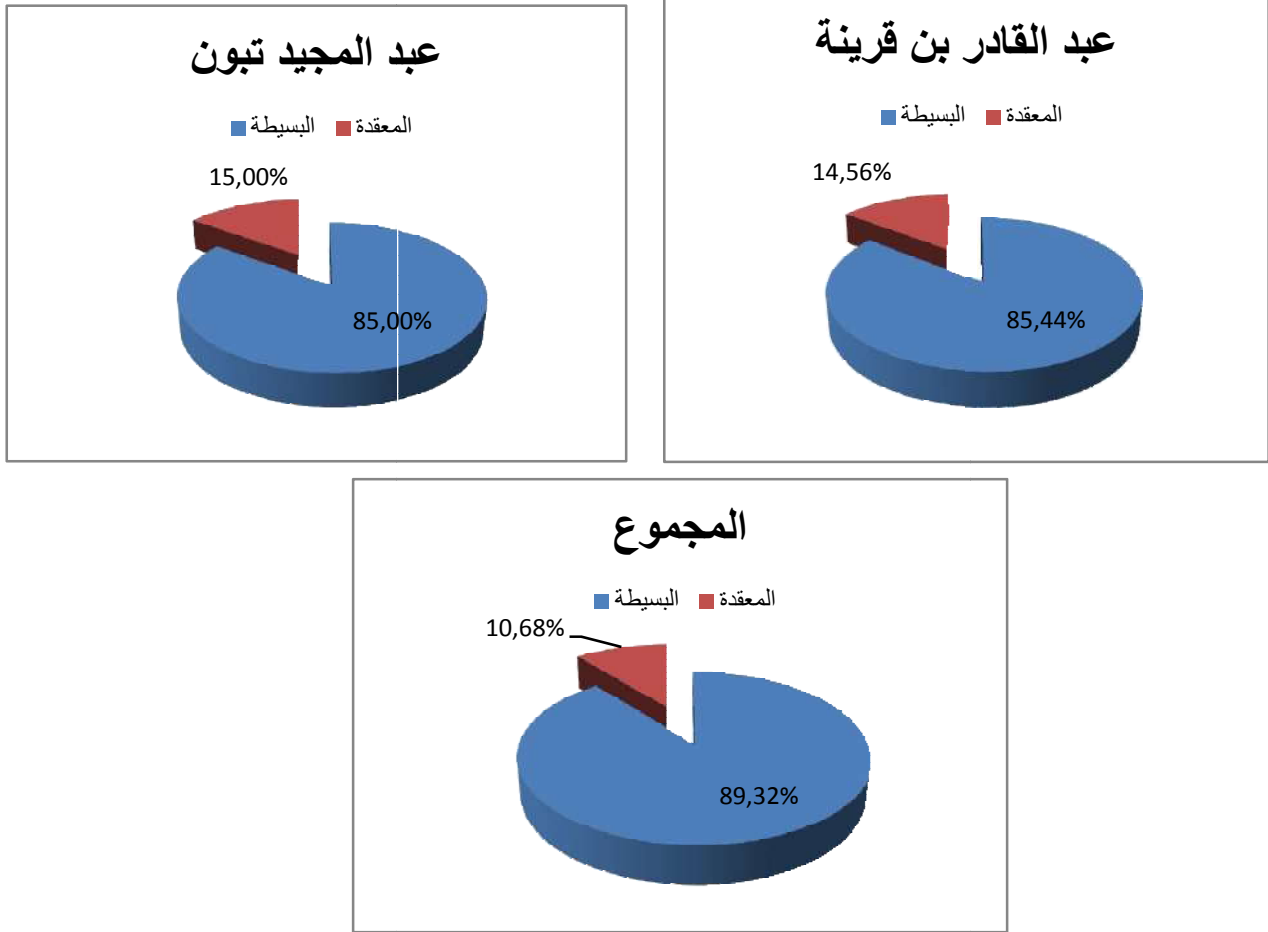
كالحراك و قضايا الفساد التي كانت سببا مهم في تقرير مصير البلاد، فقدت نسبة 77.05% للمترشح عبد المجيد تبون وتاليها نسبة 74.19% للمترشح عز الدين ميهوبي وتليها نسبة 65.79% للمترشح عبد القادر بن قرينة، ونسبة 62.22% للمترشح علي بن فليس، أما الاستمالات العاطفية فقد قدرت بـ30.52%، وهذا راجع إلى إقناع و توعية المشاهد بالتفكير المنطقي من خلال مشاركته في الانتخابات و إيجاد حل للزمة التي تمر بها الجزائر، فكانت أعلى نسبة للمترشح علي بن فليس بـ37.78% ونسبة 24.21% للمترشح عبد القادر بن قرينة، ونسبة 25.81% للمترشح عز الدين ميهوبي ونسبة 22.05% للمترشح عبد المجيد تبون.

جدول رقم (14): فئة مفاهيم

فئة المفاهيم	علي بن فليس		عز الدين ميهوبي		عبد القادر بن قرينة		عبد المجيد تبون		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
البسيطة	60	92,31%	69	93,24%	88	85,44%	34	85,00%	251	89,32%
المعقدة	5	7,69%	5	6,76%	15	14,56%	5	15,00%	30	10,68%
المجموع	65	100,00%	74	100,00%	103	100,00%	40	100,00%	281	100,00%

الشكل رقم (12): فئة مفاهيم





الجدول رقم(14): يوضح جدول والشكل أعلاه أن برنامج "أستوديو الرئيس" استخدم المفاهيم البسيطة بكثرة بنسبة 89.32% فقدرت نسبة المترشحين بـ 93.24% للمترشح عز الدين ميهوبي و يليه المترشح علي بن فليس بنسبة 92.31% و يليه المترشح عبد القادر بن قرينة بنسبة 85.44% ، و يليه المترشح عبد المجيد تبون بنسبة 85.00% ، أما المعقدة فقدرت بنسبة 10.68% و يأتي في المرتبة الأولى عبد المجيد تبون بنسبة 15.00% و يليه في المرتبة الثانية عبد القادر بن قرينة بنسبة 14.56% ، و يليه في المرتبة الثالثة علي بن فليس بنسبة 07.69% و يليه في المرتبة الرابعة و الأخيرة عز الدين ميهوبي بنسبة 06.76%.

ومن خلال قراءتنا للمعطيات الجدول أعلاه تبين لنا أن برنامج أستوديو الرئيس قام باستخدام المفاهيم البسيطة بكثرة، لكي يفهمها الجمهور المستهدف وبذلك يراعي الفروق الفردية كونها أسهل لفهم المضامين التي تهم الجمهور ، أما المفاهيم المعقدة قد تكون مبهمة وغامضة في إيصال مضمونها للمشاهد لها استخدمت بنسبة ضئيلة جدا.

المطلب الثالث: النتائج العامة للدراسة التحليلية.

بعد الدراسة الأكاديمية التي أخضعناها بمقتضاها مضامين برنامج "أستوديو الرئيس" المتعلقة بالبرامج الانتخابية لمرشحي رئاسيات 2019 للتحليل، وذلك باستخدام أداة تحليل مضمون و المقابلة وبانطلاق أساس من تساؤل الرئيسي، ماهو دور برنامج "أستوديو الرئيس" في توعية ناخبي ولاية ورقلة تجاه البرامج الانتخابية لمرشحي رئاسيات الجزائر 2019؟

-يستخدم برنامج "أستوديو الرئيس" المؤثرات البصرية وذلك يعود إلى طبيعة البرنامج الذي يعتمد على أسلوب مناقشة الأمور السياسية وكيفية إيصالها للمشاهد، في حين اعتمد كذلك على اللغة العامية كونها عامل من عوامل جذب المواطن الجزائري، كما استخدم كذلك الألوان الجذابة والغرض من ذلك لفت انتباه المشاهد، كما ركز كذلك على مجموعة اللقطات و الزوايا التي تدخل في طبيعة البرنامج.

-تطرق برنامج "أستوديو الرئيس" إلى مجموعة من المعلومات، السياسة الداخلية، الاقتصادية، الاجتماعية، سياسة خارجية، ثقافية، هوية، الإعلام، بحيث ركز البرنامج سياسة داخلية التي تسترجع ثقة المواطن في ظل تلاشيتها في البلاد، ثم يتولد لديه وعي ايجابي، أما المعلومات ذات طابع الاقتصادي فجاءت كحل بإعادة بناها و تنويعها، وذات الطابع الاجتماعي بحل الأزمات التي مرت بها البلاد، أما المعلومات الهوية و ثقافة و السياسة الخارجية والإعلام لم يمكن لها قسط و فير في عرض معلوماتها.

-اعتمد برنامج "أستوديو الرئيس" على الاستمالات العقلية، كأسلوب إقناعي في طرح ومناقشة مشروعهم الانتخابي وذلك من خلال ذكر أحداث الحراك، و قضايا الفساد،... الخ.

-ومن النتائج المتوصل إليها كذلك من خلال إجابات المبحوثين تبين لنا أن برنامج "أستوديو الرئيس" قد أتاح فرصة للمواطن لتعرف على الأفاق المستقبلية لوطنهم

*تحليل الوضع السياسي لإفادة المواطن الجزائري.

*دار برنامج أستوديو الرئيس حول معظم المواضيع المطروحة حول الحراك الشعبي منذ بدايته 22 فبراير ومتابعة تفصيله عبر أستوديووات .

- *تناول مواضيع ما يدعي العصابة و مخلفات النهب و الفساد.
- *البرنامج لا يختلف عن غيره من البرامج السياسية في القنوات التلفزيونية في الجزائر، وقد يعود هذا إلى التضييق الذي لازال يمارس على الإعلام الجزائري مم أسقطه في النمطية و التكرار وعدم تجاوز حدود مرسومة له بإتقان.
- *برنامج يهدف إلى إيصال رسالة إلى الشعب من خلال استضافة المسؤولين و المترشحين السياسيين من اجل فتح باب النقاش و الحوار في المواضيع العامة و الخاصة بالبلاد.
- *برنامج أستوديو الرئيس استطاع أن يكشف عن طلائع المشاريع المستقبلية وكيف أنها ستساهم وبشكل جذري في إصلاح كل ما هو غير صالح.
- *برنامج "أستوديو الرئيس" برنامج ذا طابع توعوي في الأصل لأنه يرتقي لمستوى تطلع كل مواطن جزائري نحو ما سيقدمه المترشح عندما يصبح رئيس لوطنه وما سيجري من تغييرات و إصلاحات.
- *تناول "أستوديو الرئيس" الملفات بشرح وبيان عام للتوجه السياسي.
- تبين لنا أن برنامج أستوديو الرئيس أعطى المساحة الكافية للمترشحين في طرح أفكارهم وعرض برنامجهم الانتخابي عرضاً جوهرياً.
- حقق برنامج "أستوديو الرئيس" مجموعة من الاشباعات لدى متابعيه من ناخبي ولاية ورقلة
- *بناء جزائر جديدة و القضاء على ما يدعي العصابة "نظام البوتفايقي".
- *تجديد الدستور ورسم خارطة سياسية جديدة إدماج الشباب في نشاط السياسي و الاقتصادي.
- *إطلاق ورشة إصلاح في قطاعات الدولة
- *ترميم الهياكل بنية التحتية للوطن
- *أولوية القطاع الفلاحي.

*إبراز أهم التفاصيل كل مترشح و توضيح الجوهر الفكري لكل منهم ،من أجل توضيح الرؤ للمواطن بخصوص كل مترشح.

-هدف برنامج "أستوديو الرئيس" إلى التنشئة السياسية لنشر الوعي السياسي و الثقافة السياسية والقيم لتوجه المهارات السياسية للموطن ،بحيث ركز كذلك على التوعية لتغيير السلوك السياسي و المشاركة الفعلية في ظل الحملة الانتخابية ،أما الإرشاد و التوجيه و التنقيف أن البرنامج لعب دور هام في تبصير الجماهير في الواقع المعاش وحثهم لتوجه إلى مكاتب الاقتراع واختيار المترشح الأنسب لهم .

-إن نشر الوعي السياسي لدى المواطن عن طريق مضامين إعلامية بأسلوب سلس و بطريقة مبسطة و بمفاهيم واضحة وبسيطة لتضمن وصل الرسالة الإعلامية.

خاتمة

خاتمة:

تعتبر محطة الانتخابات إحدى أهم المحافل الوطنية التي تكتسي طابعا خاص على مستوى الإعلام والوطن معا ، ويعيد البرنامج السياسي نقطة الوصل بينهما لطرحه لتصورات والمفاهيم والأفكار المترشح من خلال البروز على الشاشة، يقدم آراء تعرض بالنقاش والتحليل وتساهم بشكل معتبر في إرساء ودعم الوعي لدى فئة المواطنين ودفعه نحو صنع القرار السياسي ونجاح عملية المشاركة بشكل محترم .

حصة "أستوديو الرئيس" التي استضافت المرشحين للسباق الرئاسي كانت فضاء واسعا لخلق وجهات النظر وتبادل الآراء والمعطيات ،ومن ناحية كذلك التركيز على الأحداث وصناعة وعي جدير مرتبط بأذهان المتابعين وتكوينه على أساس القيم الاجتماعية والسياسية والأخلاقية ،ورفع المستوى الثقافي والفكري ببناء إستراتيجية شاملة في تنمية المواطنة لدى كل فرد في المجتمع من خلال توسيع مفهوم الحريات وتناول القضايا الكبرى والمصيرية بعيدا عن الصراعات والنقاشات المصاحبة للجدل العميق .

وبهذا نقول البرنامج الإعلامي له تأثير ايجابي ودر فعال في توعية المشاهد من خلال برنامج "أستوديو الرئيس" لاهتمامه في طرح القضايا ومعالجة المواضيع ذات الشأن السياسي وتحقيق الثقة داخل المجتمع .



قائمة

المصادر و المراجع

قائمة المصادر والمراجع:

المعاجم و الموسوعات و القواميس:

- 1- المعجم الوجيز في مصطلحات الإعلام ، مكتبة ناشرون ، ط1 ، بيروت، 1999.
 - 2- المنجد الأبجدي ، دار المشرق ، بيروت ، ط5 ، 1983.
 - 3- بدوي أحمد زكي: معجم المصطلحات العلوم الاجتماعية ، مكتبة لبنان ، بيروت ، (ب ط) ، 1993.
 - 4- حجاب محمد منير: الموسوعة الإعلامية ، دار الفجر للنشر والتوزيع (ب ط)، (ب ب)، 2003.
 - 5- زايد مصطفى: قاموس البحث العلمي انجليزي -عربي وعربي انجليزي ، دار النشر الذهبي ، الإسكندرية ، 1999.
- الكتب:
- 1- ابراش إبراهيم: المنهج العلمي وتطبيقاته في العلوم الاجتماعية، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2008.
 - 2- ابو عواد محمد بكر نوفل: التفكير والبحث العلمي ، دار المسيرة، ط1 ،الأردن، 2010.
 - 3- الجوهري محمد وآخرون : علم الاجتماع ودراسة الإعلام والاتصال ، دار المعرفة الجامعية ، (ب ط) ، الإسكندرية، 1999.
 - 4- الدعليج إبراهيم : مناهج وطرق البحث العلمي ، دار الصفاء للنشر ، ط1 ، القاهرة ، 2009.
 - 5- الدكتور تمار يوسف: تحليل المحتوى للباحث والطالب الجامعين، طالسيف لوم لدارسات والنشر و التوزيع، ط1، الجزائر، 2007.

- 6-العمار خالد يوسف:أبجديات البحث وإعداد الرسائل الجامعية في العلوم النفسية والتربوية والاجتماعية،دار الإعصار العلمي للنشر و التوزيع،(ب ط)،عمان،(ب س).
- 7-المشهداني سعد سلمان :مناهج البحث الإعلامي،دار الكتاب الجامعي،ط1،الإمارات العربية المتحدة-الجمهورية اللبنانية،2017.
- 8-جمعة النجار فائزة وآخرون:أساليب البحث العلمي منظور تطبيقي،دار حامد، ط2،الأردن، 2010.
- 9-حجاب محمد منير: الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية،دار الفجر للنشر والتوزيع،(ب ط)،القاهرة،2000.
- 10-حسن إسماعيل محمود:مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير،الدار العالمية للنشر،ط1،(د ب)،2003.
- 11-خوخة أشرف فهمي:الصحفيون ومصادر الأخبار،دار المعرفة الجامعية،(ب ط)،مصر،2007.
- 12-طعمية رشد أحمد:تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية،مفهوم،أسسه،استخداماته،سلسلة مراجع في التربية وعلم النفس،دار الفكر العربي،(ب ط)،القاهرة،2004.
- 13-عبد الله محمد الشرف:مناهج البحث العلمي دليل الطالب في كتابة الأبحاث والرسائل العلمية،مصر،الإسكندرية،(ب ط)،1996.
- 14-عرض فاطمة و ميرقت صابر وخفاجة علي:أسس ومبادئ البحث العلمي،مكتيبة الإشعاع الفنية،ط1،الإسكندرية،مصر،2002.
- 15-عماد المكاوي حسن ، حسن السيد ليلي:الاتصال ونظرياته المعاصرة،الدار المصرية اللبنانية،ط7،القاهرة،2008.

16- عوايدي عمار : مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في العلوم القانونية الادارية ،ديوان للمطبوعات الجامعة ،(ب ط)،الجزائر، 2002.

17- لازم كماش يوسف: البحث العلمي مناهجه ،أقسامه ،أساليبه الإحصائية ،دار عجلة، (ب ط)،عمان ،2016.

18- محمد عبد الحميد: نظريات الإعلام واتجاهات التأثير،دار عالم الكتاب،ط1،القاهرة،

19- محمد مبارك محمد الصاوي: البحث العلمي أسسه وطريقة كتابته ،المكتبة الأكاديمية ،(ب ط) ،القاهرة ،1992.

20- لازم كماش يوسف: البحث العلمي مناهجه ،أقسامه ،أساليبه الإحصائية ،دار عجلة، (ب ط)،عمان ،2016.

21- هيثم الهيثمي: الإعلام السياسي و الإخباري في الفضائيات،دار أسامة للنشر و التوزيع،(ب ط)،عمان،2007.

22- وحيد دوديري رجاء: البحث العلمي أساسيته النظرية و ممارسته العملية،دار الفكر ،ط1،دمشق،سوريا،(ب س).

المجلات و المحاضرات:

1- بن عمر صالح: مفهوم الوعي والتوعية وأهميتها ، كلية الشريعة والدراسات الإسلامية ،جامعة الشارقة،الإمارات العربية.

2- خلافة زينب: محاضرات في مقياس تحليل المضمون السمعي البصري،جامعة أم بواقي ،كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية،قسم العلوم الإنسانية،2018-2019.

3- طاراش علي مروة: مدى تضمين منهج رياض الأطفال للأهداف التعليمية دراسة تحليلية ،مجلة كلية التربية،العدد36،الجزء1،كلية التربية الإنسانية،جامعة واسط،2019.

الرسائل الجامعية:

1-المطاعي فيروز: دور الفضائيات الخاصة في تنمية الوعي السياسي لدى الطلبة والاساتذة الجامعين -فضائيات الجزيرة الإخبارية نموذجا،مذكرة مقدمة لنيل درجة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال،كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية،قسم الإعلام و الاتصال،جامعة الجزائر 2013/2014.

2-الفضلي سالم: دور الفضائيات الكويتية الخاصة في تشكيل الرأي السياسي للمواطن،رسالة ماجستير في الإعلام،كلية الإعلام،قسم الإعلام، الشرق الأوسط الدراسات العليا،2010/2011.

3-باشا مايا: الحصص الخاصة في التلفزيون الجزائري،دراسة وصفية تحليلية لحصة وكل شي ممكن،مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام و الاتصال ،كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية،قسم علوم الإعلام و الاتصال، جامعة يوسف بن -خدة-الجزائر،2007/2008.

4-بن صافي عبد الرحمان: دراسة تقييميه لطرق تقدير صدق وثبات أدوات جمع المعطيات في أطروحات الدكتوراه علم النفس وعلوم التربية جامعة الجزائر 3،أطروحة مقدمة لنيل شهادة_الدكتوراه_الطور_الثالث_في_علم_النفس_كلية_العلوم_الاجتماعية_تخصص_القياس_النفسي و تحليل المعطيات،جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم،2016/2017.

5-بن كادي منصور: البرامج السياسية في الإعلام الفضائي الجزائري الخاص ودورها في تنمية الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي دراسة ميدانية على عينة من طلبة الماستر الإعلام والاتصال،مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في الإعلام و الاتصال،كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية ،قسم الإعلام و الاتصال، جامعة محمد خيضر، بسكرة 2014/2015.

6-بنين فاطمة الزهراء: اعتماد الجمهور على القنوات الفضائية الإخبارية في الحصول على المعلومات حول الأزمات العربية،مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في دعوة والإعلام والاتصال،كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية ،قسم العلوم الإنسانية،تخصص دعوة و إعلام و الاتصال ،جامعة الشهيد حمه لخضر-الوادي،2013/2014.

7-بوعلي نصير :الصحافة الانتخابية لرئسيات 2004 بالجزائر ،مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في الإعلام و الاتصال،كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية ،قسم الإعلام و الاتصال ،جامعة عبد القادر للعلوم الإسلامية ،قسنطينة ، 2005/2004.

8-حربوعة عادل :الحملة الانتخابية لرئسيات 2014 في التلفزيون الجزائري ،رسالة ماجستير في الإعلام و الاتصال ،كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية،قسم الإعلام و الاتصال ،جامعة قسنطينة،2007/2006.

9-رتيعة جازية و فارس فايزة:القيم الدينية في مضمون الإعلام السمعي البصري في الجزائر برنامج "انصحوني" قناة النهار نموذجا، مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في الإعلام و الاتصال،كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية،قسم العلوم الإنسانية،تخصص وسائل إعلام و المجتمع،جامعة الجيلالي بونعامة خميس مليانة، 2017/2016.

10-شيماء معاوي:الحملة الانتخابية في التنشئة السياسية ،دراسة استطلاعية عل عينة طلبية،مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في الإعلام و_الاتصال،كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية،قسم الإعلام و الاتصال ،جامعة محمد خيضر ،بسكرة،2015/2014 .

المراجع بالأجنبية:

1-Angers Maurice :initions pratique à laméthodoloige des sciences humaines،cashal édition،Alger،1997.

2-Gérad durozoi andre rousset natham :dctionnaire de philosophie، imprim en & France par.I.M.E،2003.

المواقع الالكترونية:

1-<https://al-nnac.com/ARTICLE/SaSaedi/15u0.htm>

2-<https://www.alahlam.net/22773/el-bilad/>

3-<https://ar-ar.facebook.com/elbiladtv/>

الملاحق

جامعة قاصدي مرباح ورقلة

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم علوم الإعلام و الاتصال

تخصص اتصال جماهيري و الوسائط الجديدة.

استمارة تحليل مضمون موجهة للتحكيم

دور برنامج أستوديو الرئيس في توعية ناخبي ولاية ورقلة تجاه البرامج الانتخابية
لرئاسيات 2019.

دراسة على أعداد من برنامج "أستوديو الرئيس" وبعض متابعيه من ناخبي
ولاية ورقلة.

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر اتصال جماهيري و الوسائط الجديدة

الأستاذ(ة) المحترم(ة): في إطار انجاز مذكرة التخرج لنيل شهادة الماستر نقدم لكم هذه
الاستمارة الخاصة بتحليل مضمون بعض أعداد برنامج "أستوديو الرئيس" لتحكيمها، وهي
عينة الدراسة التي سنقوم بتحليلها في ضوء تساؤلات وأهداف الدراسة اعتمادا على الفئات و
المؤشرات المقدمة، وذلك بعد اطلاعكم عليها وتصحيحها وشكرا.

تحت إشراف:

صالحي عبد الرحمان

من إعداد:

بوغابة ريان

برق زينة

الموسم الجامعي: 2020/2019

التساؤل الرئيسي:

ما هو دور برنامج "أستوديو الرئيس" في توعية ناخبي ولاية ورقلة تجاه البرامج

الانتخابية لمرشحي رئاسيات الجزائر سنة 2019؟

التساؤلات الفرعية:

هي ما القوالب و الأشكال الفنية التي اعتمدها برنامج "أستوديو الرئيس" لتوعية الناخب

بالبرنامج الانتخابي لمرشحي رئاسيات الجزائر سنة 2019؟

ما هي أبرز النقاط التي تطرق إليها برنامج "أستوديو الرئيس" لتوعية الناخب تجاه البرنامج

الانتخابي لمرشحي رئاسيات الجزائر سنة 2019؟

ما هي مواقف واتجاهات الناخبين بولاية ورقلة إزاء برنامج "أستوديو الرئيس"؟

ما هي الإشباعات التي حققها ناخبو ولاية ورقلة من خلال متابعتهم لبرنامج "أستوديو

الرئيس"؟

أهداف الدراسة:

الوقوف على أهم القوالب و الأشكال الفنية التي اعتمدها برنامج "أستوديو الرئيس" لتوعية

الناخب بالبرنامج الانتخابي لمرشحي رئاسيات الجزائر سنة 2019.

تسليط الضوء على النقاط التي تطرقت إليها برنامج "أستوديو الرئيس" لتوعية الناخب تجاه

البرنامج الانتخابي لمرشحي رئاسيات الجزائر سنة 2019.

إبراز أهم مواقف و اتجاهات الناخبين بولاية ورقلة إزاء برنامج "أستوديو الرئيس"؟.

معرفة الاشباعات التي حققها ناخبو ولاية ورقلة من خلال متابعتهم لبرنامج "أستوديو

الرئيس".

المفاهيم الإجرائية:

البرامج الإعلامية: هو الشكل أو القالب الذي يوضع لاحتواء مضمون الرسالة الإعلامية التلفزيونية أو الإذاعية أو الموازنة بين احتياجات المشاهد أو المستمع ورغباته.

التوعية: هي نشاط يهدف لتركيز انتباه مجموعة واسعة من الناس إلى مسألة قضية معينة.

الناخبين: هم أشخاص مؤهلون ومسجلون في قوائم الناخبين للإدلاء بأصواتهم يوم الاقتراع .

1-البيانات الأولية:

العدد:

التاريخ نشر الحلقة في قناة "البلاد" على اليوتيوب:

عنوان الحلقة:

رابط الحلقة الموقع يوتيوب:

2-فئات الشكل

ملاحظات	غير موافق	موافق	غير موجودة	موجودة	فئة المؤثرات
					المؤثرات البصرية
					المؤثرات الصوتية

ملاحظات	غير موافق	موافق	اللغة المستخدمة
			العربية الفصحى
			العامية
			المزيج لغوي

التوقيت	أجزاء البرنامج
	الجنريك
	التقديم
	الجزء 1
	الموجز 1
	الجزء 2
	الموجز 2
	الجزء 3
	الموجز 3
	الجزء 4

ملاحظات	غير موفق	موفق	أنوع اللقطات
			اللقطة العامة
			اللقطة نصف عامة
			اللقطة المقربة للصدر
			اللقطة المقربة للخصر

ملاحظات	غير موافق	موافق	أنواع الزوايا
			زاوية منخفضة
			زاوية مرتفعة
			زاوية مستوى النظر

ملاحظات	غير موفق	موفق	فئة العناصر التبوغرافية
			<u>لون الخط:</u> <u>أبيض</u> <u>أحمر</u>
			<u>لون الخلفية:</u> الأسود الأحمر الأخضر الأزرق الأبيض

ملاحظات	غير موفق	موفق	فئة الزمن المستغرق من الفاعلين
			الزمن الذي يستغرقه مقدم البرنامج
			الزمن الذي يستغرقه المرشح

3- فئات المضمون:

فئة المصدر المعلومات	موفق	غير موفق	ملاحظات
الدستور			
القانون			
وسائل الإعلام			
رجال السياسة			
رجال القضاء			

فئة أنواع المعلومات							
سياسة داخلية	اجتماعية	اقتصادية	سياسة خارجية	إعلام	هوية	ثقافة	ملاحظات

فئة الأهداف				
التوعية	التثقيف	التنشئة السياسية	الإرشاد و التوجيه	ملاحظات

فئة أساليب الإقناع	موقف	غير موقف	ملاحظات
عقلية			

			عاطفية
--	--	--	--------

ملاحظات	غير موفق	موفق	فئة المفاهيم
			بسيطة
			معقدة

دليل استمارة تحليل مضمون

أولاً: البيانات الأولية

المربع رقم (1):العدد

المربع رقم (2):تاريخ نشر الحلقة في قناة البلاد على اليوتوب

المربع رقم(3):عنوان الحلقة

المربع رقم(4):رابط الموقع

ثانياً: فئات الشكل

1/فئة المؤثرات

المربع رقم(5):المؤثرات البصرية

المربع رقم(6):المؤثرات الصوتية

2/فئة اللغة المستخدمة

المربع رقم(7):العربية الفصحى

المربع رقم(8):العامية

المربع رقم(9):الامازيغية

المربع رقم(10):المزيج

4/فئة أجزاء البرنامج

المربع رقم(11):الجنريك

المربع رقم (12):التقديم

المربع رقم (13):الجزء 1

المربع رقم (14):الموجز 1

المربع رقم (15):الجزء 2

المربع رقم (16):الموجز 2

المربع رقم (17):الجزء 3

المربع رقم (18):الموجز 3

المربع رقم (19):الجزء 4

4/فئة أنواع اللقطات

المربع رقم (20):اللقطة العامة

المربع رقم (21):اللقطة نصف عامة

المربع رقم (22):اللقطة المقربة للصدر

المربع رقم (23):اللقطة المقربة للخصر

5/فئة أنواع الزوايا التصوير

المربع رقم (24):الزاوية المرتفعة

المربع رقم (25):الزاوية المنخفضة

المربع رقم (26):الزاوية مستوى النظر

6/فئة العناصر التبوغرافية:

لون الخط

المربع رقم(27):أبيض

المربع رقم(28):أحمر

لون الخلفية

المربع رقم(29):الأسود

المربع رقم(30):الأحمر

المربع رقم(31):الأخضر

المربع رقم(32):الأزرق

المربع رقم(33):الأبيض

7/فئة الزمن المستغرق من الفاعلين

المربع رقم(34):الزمن الذي يستغرقه مقدم البرنامج

المربع رقم(35):الزمن الذي يستغرقه المترشح

ثالثا:فئة المضمون

1/فئة مصدر المعلومات

المربع رقم(36):الدستور

المربع رقم(37):القانون

المربع رقم(38):وسائل الإعلام

المربع رقم(39):رجال السياسة

المربع رقم(40):رجال القانون

2/فئة انواع المعلومات

المربع رقم(41):السياسة الداخلية

المربع رقم(42):اجتماعية

المربع رقم(43):اقتصادية

المربع رقم(44):سياسة خارجية

المربع رقم(45):إعلام

المربع رقم(46):الهوية

المربع رقم(47):ثقافية

4/فئة الاهداف

المربع رقم(48):التوعية

المربع رقم(49):التثقيف

المربع رقم(50):التنشئة السياسية

المربع رقم(51):الإرشاد التوجيه

3/فئة الأساليب الاقناعية

المربع رقم (52):عقلية

المربع رقم(53):عاطفية

5/فئة المفاهيم

المربع رقم(54):بسيطة

المربع رقم(55):معقدة

