جامعة قاصدي مرباح ورقلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

الميدان:علوم إنسانية

الشعبة:علوم الإعلام والاتصال

التخصص:اتصالجماهيري ووسائط جديدة

الموضوع:

التغطية الإعلامية لموضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2019في النشرات الإخبارية للقنوات الجزائرية الخاصة

(دراسة تحليلية ومقارنة بين قناتي النهارTV والشروق NEWSفي الفترة الممتدة من 2018/01/01 إلى 2018/12/31)

مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي

إعداد الطالبتين:

- **الشيماء دريبات.**
- **لالة بيداري.**

تحت إشراف الأستاذ:

– محمد الطيب الزاوي.

أجيزت ونوقشت في يوم: الأربعاء 26 جوان 2019

لجنة المناقشة:

الأستاذ (ة)	الرتبة	الجامعة	الصفة
د.لبنى سويقات	أستاذة مساعدة "أ"	قاصدي مرباح ورقلة	رئيسة
أ.محمد الطيب الزاوي	أستاذ مساعد "أ"	قاصدي مرباح ورقلة	مشرفا ومقررا
أ. نادية جيتي	أستاذة مساعدة "ب"	قاصدي مرباح ورقلة	مناقشة

الموسم الجامعي: 2018 /2019

قال تعالى:

﴿ يُؤتِي الحِكمَةَ من يشاءُ ومن يؤت الحِكمَةَ فقد أُوتِيَ خيراً كثيراً ﴾

سورة البقرة ،الآية 269

كلمة شكر وعرفان

أساتذتنا الفضلاء لكم منا كل الثناء و التقدير، بعدد قطرات المطر و ألوان الزهر،و شذى العطر، على جهودكم الثمينة والقيمة من أجل مساهمتكم في إثراء رصيدنا العلمي والمعرفي حفظكم الله و رعاكم فلكم منا كل الإحترام و التقدير. كما نخص بالذكر الأستاذ المشرف: **محمد الطيب الزاوي** على كل المجهود المقدم وعلى النصائح القيمة التي إستفدنا منها.دمت ذخرا لنا وزادا معرفيا يقتدى به.

إهداء

تتسابق الكلمات و تتزاحم العبارات لتنظم عقد الشكر الذي لا يستحقه إلا أنتم عائلتي الكريمة إليكم أهدي أرقى عبارات الشكر والامتنان النابعة من القلب فالشكر قليل في حقكم يا من أخذتم بيدي لطلب العلم، ووقفتم إلى جانبي في الشدة و النجاح فجزاكم الله مني كل خير و جعلكم الله ذخرا لي.

لالـــــــــــة

إهداء

الحمد لله الذي بفضله تتم الصالحات، وبعونه وتوفيقه تعالى تمكنا من الوصول لهذا المستوى الذي زدنا به درجة من العلم والمسؤولية

نرجو من الله التوفيق لنكون من أهلها

أهدي هذا العمل إلى أسرتي الصغيرة، إلى أقرب الناس لقلبي،إلى من فاض نبع حنانهم علي، إلى من صبر وتحمل الصعاب من أجلي، إلىوالديا الكريمين، وإلى فرساني الثلاثة الأعزاء، لطالما كنتم وستظلون سر ابتسامتي وسعادتي. وإلى عائلتي الكبيرة عائلة أمي وأبي وكل أحبتي وصديقاتي أسماء ومريم وكريمة وحورية، شكرا على دعمكم ووفائكم وحبكم لي.

شكرا لكمجميعا

أحبكم

الشيماء

فهرس المحتويات

العنـــــــــــــــوان	الصفحة
كلمة شكر وعرفان	II
إهداء	IV
فهرس المحتويات	V
فهرس الجداول	VII
فهرس الملاحق	VII
ملخص الدراسة بالعربية	VIII
ملخص الدراسة بالإنجليزية	IX
مقدمـــة	أ
الفصـــل الأول :الجـــــــــــــانب المنهجـــــــــــــي	
توطئة	5
1/ إشكالية الدراسة	6
2/ تساؤلات الدراسة	7
3/ أسباب اختيار الموضوع	7
4/ أهداف الدراسة	8
5/ أهمية الدراسة	8
6/ الدراسات المرتبطة	9
7/ المقترب النظري للدراسة	15
8/ حدود الدراسة	19
9/ منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات	19

10/ مجتمع الدراسة	28
11/ تحديد مفاهيم الدراسة	32
خلاصة	38
الفصـــــــــل الثاني :الجـــــــــــــانب التطبيقـــــــــــي	
توطئة	39
1/ تعريف قناتي النهار TVوالشروقNEWS	40
2/ تحليل الجداول المتعلقة بالدراسة	41
3/ الاستنتاجات العامة على ضوء التساؤلات	57
خلاصة	62
الخاتمة	64
قائمة المراجع	66
ملاحق الدراسة	69

فـــــــــــــهرس الجـــــــــــداول

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
جدول رقم (1)	روابط مقاطع فيديو قناة الشروق news	28
جدول رقم (2)	روابط مقاطع فيديو قناةالنهارtv	30
جدول رقم (3)	نوع المادة الإعلامية لقناتي الشروق newsوالنهارtv	41
جدول رقم (4)	نوع العناوين المستخدمة في فيديوهات القناتين	42
جدول رقم (5)	اللغة التي استخدمها الفاعلون في فيديوهات القناتين	44
جدول رقم (6)	نوع اللقطة المستخدمة	45
جدول رقم (7)	مضمون صور مقاطع الفيديو للقناتين	46
جدول رقم (8)	تكرار ظهور الفاعلين في فيديوهات القناتين	47
جدول رقم (9)	المواضيع التي طرحتها كلتا القناتين في فيديوهاتهما	49
جدول رقم (10)	الأسلوب المتبع في تقديم الأخبار من قبل القناتين	50
جدول رقم (11)	اتجاه الفاعلين من العهدة الرئاسية الخامسة	51
جدول رقم (12)	القيم المستخدمة من قبل القناتين	53
جدول رقم (13)	نوع الوسيلة الإقناعية المستخدمة من قبل القناتين	54
جدول رقم (14)	الوظيفة الإعلامية للقناتين	55

فهرس الملاحق:

رقم الملحق	عنوان الملحق	الصفحة
الملحق رقم (1)	استمارة التحكيم	69
الملحق رقم (2)	استمارة التحليل	82

ملخص الدراسة بالعربية:

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة كيفية معالجة كل من قناتي النهار TV والشروق NEWS موضوع رئاسيات 2019 في الفترة الممتدة من 2018/01/01 إلى 2018/12/31، حيث تناولت الجانب الشكلي والموضوعي للفيديوهات أين تم الانطلاق من تساؤل رئيسي مفاده: كيف عالجت النشرات الإخبارية لقناتي النهار TV والشروق NEWS موضوع رئاسيات 2019 في الفترة الممتدة من 2018/01/01 إلى 2018/12/31؟

وللإجابة على هذا التساؤل طرحت مجموعة من التساؤلات الفرعية وهي:

1- أي القناتين اهتمت أكثر بموضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2019 في نشراتها الإخبارية؟

2- ما هي المواضيع التي ركزت عليها النشرات أثناء تغطيتها لموضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2019؟

3- أي القناتين إلتزمت بجانب الحياد في طرحها لموضوع رئاسيات لسنة 2019؟

اعتمدت الباحثتان في هذه الدراسة على منهج تحليل المضمون إضافة المنهج المقارن وأداة تحليل المضمون، وقد اعتمدنا على المجتمع المتاح من فيديوهات قناتي النهار TV والشروق NEWS المتوفرة على قناتيهما باليوتوب والتي حددت ب 21 فيديو في قناة الشروق NEWSو24 فيديو في قناة النهار TV خلال فترة التحليل التي كانت مابين 01 جانفي 2018 و31 ديسمبر 2018. وبعد تحليل هذه الفيديوهات وقراءة الجداول المستخلصة منها تم التوصل إلى النتائج التالية :

ـ قناة النهار tv اهتمت بالموضوع أكثر من قناة الشروق news في مجموعة من المؤشرات المتمثلة في عدد الفيديوهات المتاحة، طول مدة الفيديو والنوع الصحفي المستخدم.

ـ كلا القناتين ركزتا على تنوع المواضيع المتحدثة عن رئاسيات 2019 خلال فترة التحليل، مع التباين في الوظيفة الإعلامية المستخدمة من قبلهما.

ـ قناة الشروقnewsالتزمت بالحياد في تناول الموضوع أكثر من قناة النهارtvالتي مالت بشكل كبير للموالاة والتي تظهر بشكل جلي في: الشخصيات الأكثر عرضا والوسيلة الإقناعية المستخدمة من قبلهم، الأساليب المتبعة في عرض المحتوى من طرف القناة والقيم التي تظهر في المضمون المقدم.

SUMMARY OF THE STUDY :

The aim of this study is to find out how "Ennahartv"and "Echorouk News" covered the 2019 presidential elections topic during the period from 01/01/2018 to 31/12/2018, where the formal and objective aspect of the videos dealt with the main question: How did "Ennahartv"and "Echorouk News" News bulletins cover the 2019 Presidential topic in the period from 01/01/2018 to 31/12/2018?

To answer this question, a number of sub-questions were raised:

1. Which of the two channels was more concerned with the issue of the 2019 presidential elections in its news bulletins?

2. What are the topics on which the bulletins focused during their coverage of the presidential elections of 2019?

3 – Which of the two channels committed to neutrality in the issue of the 2019 presidential elections?

In this study we have relied on the analytical approach and comparative approach and the content analysis approach. We have relied on the available videos of Ennahartvand Echorouk News channels, which were identified by 21 videos in Echorouk News and 24 in Ennahartvduring the period of analysis from January 1st ,2018 to December 31th ,2018. After analyzing these videos and reading the tables derived from them, the following results were obtained:

- **Ennahartvtook care of the topic more than Echorouk News in a series of indicators such as the number of videos available in each channel , the length of the videos and journalism genres.**
- **Both channels focused on the diversity of the topics of the 2019 presidential elections , during the analysis period, and the disparity in the media function used by them.**
- **Echorouk News has been more neutral in dealing with the topic than the television channel Ennahartv, which has tended to be very loyal, which is clearly manifested in: the more casual characters and the persuasive means used by them, the methods used in presenting content by the channel and the values that appear in the content presented.**

مقدمة

مقدمـــــــــــة

إن تغير الحياة المحيطة بالفرد وظهور تصورات جديدة مغايرة ساعد في تشكيل مفاهيم أخرى خاصة بها وألزمت على الإنسان إيجاد وسيلة مواكبة لتطور الحياة المعيشية من أجل تتبع سيرورتها والاطلاع على مستجداتها أول بأول. فقد اعتبر الإعلام الطريقة التي من خلالها يتم استقاء المعلومة ونقلها للآخر، إذ تعد وسائل الإعلام من وسائل الإشباع المعلوماتي للفرد بغض النظر عن تطورها التكنولوجي المتزايد عبر السنوات وبالتالي تطور الوظائف التي تقوم عليها، مما جعل الفرد ،كونه جزء من البناء الاجتماعي، لا يستغني عنها. زيادة للدور المهم الذي خلقته هذه الوسائل لنفسها من إثبات أهميتها وحضورها الإجباري في مختلف المناسبات لتمكين الفرد من اتخاذ القرار بعد الاطلاع على عدد معتبر من الآراء ووجهات النظر، مما يدل على قدرة وسائل الإعلام في المساهمة في صنع قرار الفرد إزاء موضوع معين أو على الأقل اتخاذ موقف اتجاهه.

إن هذه المقدرة التي تملكها وسائل الإعلام جعلت منها محط دراسة في كافة المجالات على غرار الصعيد السياسي الذي هو محل الدراسة الحالية، إذ يظهر مدى التأثير الذي تحدثه المضامين السياسية في المتلقي على مختلف المستويات، مما يحيل وسائل الإعلام إلى لعب دور الوسيط بين الحاكم والمحكوم، لما في ذلك من ممارسة للعملية الأساسية للإعلام المتمثلة في تبليغ الجمهور بقرارات السلطة وأخبار الطبقة السياسية، وبذلك إطلاع المتلقي على ما يجري بالساحة السياسية، وبالتالي تمكينه من تنمية الوعي السياسي لديه، إلا أن هذا الدور يتزايد في الفترات الخاصة التي تمر بها المجتمعات على غرار المواسم الانتخابية التي يتزايد فيها نشاط الفاعلين السياسيين لأهمية الحدث وبالتالي تزايد الرغبة في إيصال توجهاتهم وأفكارهم لأكبر عدد من الجمهور، ولا يتم هذا إلا بالاعتماد على وسائل الاتصال الجماهيري المتمثلة بدرجة كبيرة في وسائل الإعلام أكثر من أي وسيلة أخرى هذا من ناحية، ومن ناحية أخرى تعتبر الطريقة التي من خلالها يتمكن الجمهور من الإطلاع ومراقبة البيئة السياسية التي تكون في أوج تحركاتها في هذه المواسم؛ كل هذا يدفع للاهتمام بطبيعة المضمون الذي يعرض على مختلف الوسائل الإعلامية ومنها القنوات التلفزيونية؛ وخاصة القنوات الخاصة التي

يكون تقديمها للأخبار المتعلقة بالانتخابات أكثر تفتحا وجرأة من القنوات العمومية التي تكون في غالبية الأحيان موالية لاتجاه ونظام معين –خاصة في الدول غير الديمقراطية– وهذا لا يعني بالضرورة حيادية أو معارضة القنوات الخاصة لنظام الحكم، مما يدفعنا للبحث عن المصوغات التي تحكم توجه القنواتالتلفزيونية الخاصة وتبيان كيفية معالجة مثل هذه القنوات لمثل هذا النوع من المواضيع الحساسة ذو الأهمية البالغة لكافة الأفراد، وهذا ما حاولت هذه الدراسة الكشف عنه من خلال تحليل المادة الإخبارية الخاصة بموضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2019 المعروضة في نشرات الأخبار، إذ تعد هذه الأخيرة من بين القوالب الإعلامية –رفقة البرامج السياسية الحوارية– الأكثر عرضا لشؤون المواعيد الانتخابية وكل ما يتعلق بالفاعلين المرتبطين بالموضوع، وذلك بسبب طابعها الإخباري المحض المناسب مع جدية الموضوع ومكانةالفاعلين فيه. وعلى هذا الأساس تم البحث عن الفرق بين القناتين –النهار TV والشروقNEWS– من حيث درجة الاهتمام بموضوع الانتخابات الرئاسية الجزائرية في المدة التي سبقت الإعلان عن موعدها الرسمي، ومنه تحديد المواضيع التي تم التطرق إليها من قبلهما ثم تقييم مدى التزامهما بالحياد إزاء الفاعلين فيه، بغية التوصل لمعرفة البوادر الأولى المنبئة بمسار جديد غير مألوف للانتخابات الرئاسية في الجزائر.

تم الانطلاق في هذه الدراسة من الجانب المنهجي وبعده التحليلي من أجل الوصول إلى نتائج علمية أكاديمية يمكن من خلالها إيجاد الإجابة عن تساؤلات الدراسة وقد احتوت على:

الفصل الأول (الجانب المنهجي): وتم فيه تحديد إشكالية الدراسة و تساؤلاتها، أسباب اختيار الموضوع، أهداف الدراسة وأهميتها، والدراسات المرتبطة التي تم الاستناد عليها، إضافة للمقترب النظري الذي يناسب الدراسة وبعدها ضبط حدود الدراسة، ثم التعريف بمنهج الدراسة الذي استعملناه وأدوات جمع البيانات التي استعنا بها، إلى جانب مجتمع الدراسة، وأخيرا تحديد مفاهيم الدراسة.

الفصل الثاني (الجانب التطبيقي): الذي يحتوي على نتائج الجداول التحليلية المتعلقة بالدراسة، الاستنتاجات العامة على ضوء التساؤلات.

ولإنجاز هذه الدراسة استعنا بمجموعة من المراجع مقسمة بين كتب، معاجم ومذكرات تخرج، التي استنبطت منها الباحثتان المعلومات اللازمة لدعم وإضافة الزاد العلمي والأكاديمي للدراسةالحالية. كما لم تخلُ هذه الدراسة كباقي الدراسات الجامعية من مجموعة من الصعوبات والعراقيل التي لم تكن عائقا أو حاجزا من أجل إتمام إنجاز هذه المذكرة ومن أجل بلوغ الأهداف التي سعتلتحقيقها والتي كان أهمها: الظروف السياسية الخاصة التي أثرت على السير الحسن والالتحاق بالجامعة لإتمام إنجاز المذكرة، ونظرا لضيق الوقت وصعوبة الحصول على الدراسات السابقة المشابهة لموضوع الدراسة.

الجانب المنهجي

1- إشكالية الدراسة
2- تساؤلات الدراسة
3- أسباب اختيار الموضوع
4- أهداف الدراسة
5- أهمية الدراسة
6- الدراسات المرتبطة
7- المقترب النظري للدراسة
8- حدود الدراسة
9- منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات
10- مجتمع الدراسة
11- تحديد مفاهيم الدراسة

ينطلق أي بحث علمي من إشكالية يرسمها الباحث من أجل نهج دراسته، يليها مجموعة من المراحل المنهجية التي تضبط معالم دراسته العلمية الأكاديمية وهذا ماحاولنا أن نقوم به في هذا الفصل.

1/- إشكالية الدراسة:

تعتبر وسائل الإعلام، ومنذ نشأتها، المصدر الذي من خلاله يتلقى الجمهور مختلف المعلومات والأخبار، ومع التطور التكنولوجي عبر الفترات الزمنية السابقة تزايدت أهميتها ومكانتها لدى الأفراد بحيث عززت من وظائفها الإعلامية في المجتمعات الحديثة وأصبحت لها مكانة بارزة في مختلف الشؤون والقضايا الوطنية والدولية، وبذلك لعبت دورا مهما لا يكاد يستغنى عنه في عملية التنشئة الاجتماعية والسياسية، لأن الموقف الذي تتخذه وسائل الإعلام له تأثير بالغ في صياغة الرأي العام الوطني، وبالتالي تشكيل أنماط سلوكية متعددة ،على سبيل المثال لا الحصر مناقشة أبعاد الحدث مع الآخرين ومنه تشكيل تصور أولي عن القضية موضوع النقاش وبالتالي تسهيل عملية صنع القرار، خاصة في المواسم الانتخابية، وهذا ناتج عن نوعية المضامين الإعلامية التي تبث عبر وسائل الإعلام خاصة المستقلة عن الدولة بحيث يكون لهذه الأخيرة مساحة أكبر من الحرية في الطرح وتنوع في عرض الرأي والرأي المضاد.مما يفتح مجالا واسعا لتوجيه الجمهور بما يخدم سياستها وإطارها الإعلامي.

إن الوظيفة الإخبارية للاتصال هي الوظيفة الأساسية لوسائل الاتصال الجماهيري لذلك فإن نشرات الأخبار تعد من بين المضامين الأكثر جذبا للمشاهد، نظرا لإلمامها بمختلف الأخبار في شتى المجالات بأسلوب يجمع بين الحداثة والتنوع، وعليه فإن القنوات التلفزيونية الخاصة تسعى جاهدة لإبقاء المواطن في الصورة حول مختلف الأحداث، خاصة السياسية منها، فموضوع الانتخابات الرئاسية مثلا من المواضيع التي تسلط حولها الأضواء خاصة إذا اتسمت بطابع خاص مثل رئاسيات 2019 بالجزائر وما يكتنفها من ردود أفعال حول العهدة الخامسة للرئيس "عبد العزيز بوتفليقة"، حيث تابعت القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة حيثيات هذا الموضوع منذ بروز أول تصريحات وآراء حوله من طرف السياسيين، وسعت من خلال ذلك إلى إبراز توجهات ومبادرات مختلف الأطراف السياسية، وإعطائه حيزا لا بأس به في نشراتها الإخبارية خلال الفترة التي سبقت الإعلان الرسمي عن موعد الانتخابات الرئاسية لسنة 2019. إذ لا تقل هذهالفترةأهمية عن فترة "الحراك الشعبي" الجزائري الذي بدأ في 22 فبراير 2019

والمخاض السياسي العسير الذي عاشته الجزائر بعد القرارات التي تضمنتها الرسائل التي بعث بها الرئيس "عبد العزيز بوتفليقة" خلال الفترة المذكورة سابقا. إذ من خلالها أمكننا التعرف على البوادر الأولى لانتخابات رئاسية مغايرة لما سبقها من رئاسيات، وفي إطار هذا الطرح جاءت هذه الدراسة للتعرف على الطريقة التي عكست كل من قناتي النهار TV والشروق NEWS، كنموذج عن القنوات الجزائرية الخاصة، خصوصية هذا المشهد السياسي من خلال معالجتهما للموضوع قبل الحدث الانتخابي لسنة 2019. من خلال طرح السؤال الآتي:

كيف عالجت النشرات الإخبارية لقناتي النهار TV والشروق NEWS موضوع رئاسيات 2019 في الفترة الممتدة من 2018/01/01 إلى 2018/12/31 ؟

وتتدرج تحت هذا السؤال مجموعة من الأسئلة الفرعية والمتمثلة في:

1/- أي القناتين اهتمت أكثر بموضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2019 في نشراتها الإخبارية ؟

2/- ما هي المواضيع التي ركزت عليها النشراتالإخبارية أثناء تغطيتها لموضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2019 ؟

3/- أي القناتين التزمت بجانب الحياد في طرحها لموضوع رئاسيات سنة 2019 ؟

2/- أسباب اختيار الموضوع:

- الاهتمام الشخصي بموضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2019.
- المتابعة الشخصية والمستمرة لقناتي النهار TV والشروق NEWS.
- الميل إلى إجراء مقارنة بين المضامين الإعلامية للقنوات الجزائرية الخاصة.
- الرغبة في تطبيق أداة تحليل المضمون الإعلامي لاكتساب مهارات جديدة.
- الرغبة في تعزيز المعارف العلمية حول الإعلام السياسي.
- كثرة الحديث حول الانتخابات الرئاسية في قناة النهار TV والشروق NEWS.
- الوضع السياسي في الجزائر الذي يشهد تجاذبات من أطراف عديدة.

3/- أهداف الدراسة:

- معرفة أي من القناتين اهتمتأكثر بموضوع رئاسيات 2019 في نشراتها الإخبارية.
- التعرف على أهم الجوانب التي تناولتها النشرات الإخباريةفيما يخص الانتخابات الرئاسية لسنة 2019.
- تحديد مدى التزام القناتين بجانب الحياد أثناء تناولهما لموضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2019 في النشرات الإخبارية.

4/- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية الدراسةالحالية في تسليط الضوء على التغطية الإعلامية لموضوع الانتخابات الرئاسيةالجزائرية لسنة 2019 في النشرات الإخبارية لقناتي النهار TV والشروق NEWS، من خلال الاطلاععلىكيفية تناولهما للموضوع من الناحية الشكلية والموضوعاتية وذلك بالاعتماد على أداة تحليل المضمون للتمكن من معرفة الأسلوب المتبع في التغطية لدى القناتينكنموذج عن القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة التي تناولت هذا الموضوع، نظرا لأهميته في المرحلة التاريخية المفصلية التي تمر بها الجزائر، في ظل تردي الأوضاع السياسيةوالاقتصادية والاجتماعية، التي كانت تنبئ باحتجاجات شعبية عارمة، بالإضافة إلى انتشار الفساد في جميع مفاصل السلطة.

كما تعتبر الدراسة الحالية إضافة علمية للدراسات الإعلامية التي تناولت موضوع الانتخابات الرئاسية في السنوات السابقة، وذلك في ظل ما تشهده الحياة السياسية في الفترة الأخيرة خاصة مع اقتراب موعد الانتخابات الرئاسية لسنة 2019 وزيادة جاذبية هذا الموضوع في المضامين الإعلامية في القنوات الجزائرية المختلفة وخاصة الخاصة منها.

5/- الدراسات المرتبطة:

الدراسة الأولى: بعنوان المعالجة الإعلامية للحملة الانتخابية لرئاسيات 2014 في الصحافة المكتوبة الخاصة (دراسة تحليلية لصحيفتي الخبر والشروق اليومي) من إعداد: كمال بوقرة وطارق سعيدي.[1]

حيث تهدف هذه الدراسة لمعرفة الاختلاف في طريقة معالجة قضايا الحملة تبعا لكل صحيفة وسياستها التحريرية، من خلال طرح التساؤل التالي:

- ما طبيعة المعالجة الصحفية في كل من صحيفتي الخبر والشروق اليومي لشؤون الحملة الانتخابية لرئاسيات 2014 شكلا ومضمونا؟

وتندرج تحت هذا التساؤل مجموعة من الأسئلة الفرعية والمتمثلة في:

- ما هي المواضيع التي ركزت عليها الصحيفتان أثناء تغطيتهما لشؤون الحملة الانتخابية؟
- من هي الشخصيات التي حظيت بتغطية واسعة من طرف الصحيفتين؟
- ما هي القيم التي ظهرت في تغطية كل من الصحيفتين في تغطيتهما الصحفية لشؤون الحملة الانتخابية؟
- كم هي المساحة المخصصة لتغطية شؤون الحملة الانتخابية في كل من صحيفتي الخبر والشروق اليومي؟
- ما هي الصفحات المخصصة لتغطية شؤون الحملة الانتخابية في كل من صحيفتي الخبر والشروق اليومي؟
- ما هي القوالب الصحفية المستخدمة لتغطية شؤون الحملة الانتخابية في كل من صحيفتي الخبر والشروق اليومي؟
- كيف كان الإخراج الفني لمضامين الحملة الانتخابية في الصحيفتين؟

[1] . كمالبوقرة،طارقسعيدي، "المعالجةالإعلاميةللحملةالانتخابيةلرئاسيات 2014 فيالصحافةالمكتوبةالخاصة (دراسةتحليليةلصحيفتيالخبروالشروقاليومي)"،فيمجلةالحقوقوالعلومالسياسية،جامعةعباسلغرور،خنشلة،العدد 08،ج1،جوان 2017. ص-ص:38-56.

وتم الاعتماد على المنهج المسحي بشقيه المسحي والتحليلي بالإضافة إلى المنهج المقارن وتم استخدام أداة تحليل المضمون على عينة قصدية تتكون من 22 عددا من صحيفتي الخبر والشروق اليومي الصادرة في فترة الحملة الانتخابية.

وتوصلت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها صحيفة الخبر أكثر تطرقا لمواضيع المعارضة وأكثر تغطية لقضايا الفساد والأكثر اهتماما بقيم مثل التغيير والحريات العامة بينما تعد صحيفة الشروق اليومي أكثر تطرقا لمواضيع الموالاة وأكثر اهتماما بقيم الاستقرار والمصالحة الوطنية، كما توصلت إلى أن المرشح عبد العزيز بوتفليقة حظي بتغطية صحفية كبيرة في كلتا الصحيفتين على حساب الشخصيات الأخرى ثم تلاه المرشح علي بن فليس في المرتبة الثانية، أما دعاة المقاطعة فقد وجدوا اهتماما أكبر بشؤونهم في صحيفة الخبر أكثر من صحيفة الشروق اليومي.

الدراسة الثانية:بعنوان المعالجة الصحفية لموضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2014 (دراسة تحليلية لجريدة الشروق اليومي)، من إعداد: زكرياء طفياني وكنزة براهمي.[1]

وتهدف للتعرف على كيفية تطرق الصحافة المستقبلة للشؤون الخاصة بكل من المترشحين ودعاة المعارضة، من خلال طرح التساؤل الرئيسي: كيف تعاملت الصحافة الجزائرية الخاصة مع موضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2014؟، وتندرج تحت هذا التساؤل مجموعة من الأسئلة الفرعية وهي:

1-ما هي مختلف المؤشرات التي عبرت عن اهتمام الصحافة الخاصة برئاسيات 2014؟

2-ما هي المضامين التي احتوتها جريدة "الشروق" أثناء معالجتها لموضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2014؟

[1]. زكرياءطفياني، كنزة براهمي، **المعالجة الصحفية لموضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2014** (دراسة تحليلية لجريدة الشروق اليومي)، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، قسم العلوم الإنسانية، جامعة الجيلالي بونعامة، خميس مليانة، 2016/2015.

3-ما هي العناصر التيبوغرافية التي استخدمت من طرف جريدة "الشروق" أثناء تناولها لرئاسيات 2014؟

4-ما هي الأنواع الصحفية التي استخدمتها "جريدة الشروق" في معالجة رئاسيات 2014؟

5-من هم الفاعلون في مضامين الحملة الانتخابية لسنة2014؟

6-ما هو اتجاه المادة الإعلامية في جريدة "الشروق" خلال تناولها ومعالجتها لموضوع رئاسيات 2014؟

7-هل تتمتع جريدة "الشروق" المستقلة بمعيار عدم التحيز في تناولها أحداث رئاسيات 2014؟

وتم الاعتماد على المنهج المسحي واستخدام أداة تحليل المضمون، وتوصل الباحثان في هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

- تم تخصيص صحافة[صفحات] ذات أهميةلمعالجة موضوع رئاسيات 2014، وأيضا التنوع في استخدام الأنواع الصحفية في معالجة وتغطية أحداث انتخابات 2014.
- الاعتماد المكثف على مختلف وسائل الدعم لإبراز ومعالجة الموضوع.
- التزام جريدة الشروق بالحياد من خلال معالجتها لكافة أحداث ومستجدات الرئاسيات بكل موضوعية والتركيز على كل الفئات التي شكلت المشهد الرئاسي.

<u>الدراسة الثالثة:</u>بعنوان معالجة مواقع الصحف العربية الالكترونية للانتخابات الرئاسية المصرية 2012 (دراسة في تحليل مضمون صحيفتي الشرق الأوسط والحياة)، من إعداد: عبد الصادق حسن عبد الصادق.[1]

[1]. عبد الصادق حسن عبد الصادق، "معالجة مواقع الصحف العربية الالكترونية للانتخابات الرئاسية المصرية 2012(دراسة في تحليل مضمون صحيفتي الشرق الأوسط والحياة)"،في **مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية** (دورية علمية محكمة)، جامعة الشارقة، المجلد11، العدد2، صفر 1346هـ/ ديسمبر2014م.ص_ص: 177-244.

تمثلت مشكلة الدراسة في التعرف على معالجة المواقع الالكترونية للصحافة العربية للانتخابات الرئاسية المصرية 2012، وتهدف هذه الدراسة إلى:

1. التعرف على أهداف المضمون عن الانتخابات الرئاسية 2012 في الموقع الالكتروني لصحيفة الشرق الأوسط والحياة.
2. تحديد فئات المضمون المتعلقة بالانتخابات في الموقع الالكتروني لصحيفة الشرق الأوسط والحياة.
3. تحديد الأساليب الفنية المستخدمة في معالجة الأخبار المتعلقة بالانتخابات في الموقع الالكتروني لصحيفة الشرق الأوسط والحياة.
4. التعرف على استخدام التقنيات الحديثة والمتمثلة في تقنيات الوسائط المتعددة في الأخبار المتعلقة بالانتخابات في الموقع الإلكتروني لصحيفة الشرق الأوسط والحياة.
5. الكشف عن عناصر الاتفاق والاختلاف بين الموقعين من حيث المعالجة الإخبارية لموضوعات الانتخابات الرئاسية المصرية 2012.

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي، وتم استخدام أداة تحليل المضمون لتحليل المضامين الإخبارية المنشورة في الموقع الالكتروني للصحيفتين والمتعلقة بالانتخابات المصرية 2012. ولقد توصلت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

- ((تمثلت أهداف المضمون الإخباري في صحيفة الشرق الأوسط والحياة التعرف على المعالجة الإخبارية للانتخابات الرئاسية المصرية 2012))، وقد شغلت القضايا السياسية النصيب الأكبر من الأخبار في موقع الصحيفتين، وقد رصدت الدراسة أن المضمون الإخباري السياسي في صحيفة الشرق الأوسط قد تغلب على غيره من المضامين، بينما ركزت صحيفة الحياة على القضايا الاقتصادية المتعلقة بالانتخابات الرئاسية، ويوضح ذلك تركيز الصحيفتين على الموضوعات المتعلقة بالعلاقة بين المجلس العسكري والإخوان وفلول النظام والبورصة المصرية، وقد شغلت المضامين الأخرى مثل المضامين الصحية والثقافية والتعليمية اهتماما أقل من قبلالصحيفتين، ويعتبر ذلك نتيجة طبيعية

ترتبط بطبيعة الموضوع الذي تتناوله الدراسة وهو الانتخابات الرئاسية المصرية، وتمثلت هذه الفئات في: "ماذا قيل؟"، كما اعتمدت على فئات الشكل "كيف قيل؟"، إلا أن الدراسة رصدت استخداما قليلا لبعض العناصر مثل الصور المصاحبة للأخبار المنشورة بها في صحيفة الشرق الأوسط بالمقارنة بصحيفة الحياة، وكذلك بالنسبة للرسوم – رصدت الدراسة استخداما طفيفا من قبل الصحيفتينللرسوم، مما يعكس اهتمام الصحيفتين بعناصر المضمون بالمقارنة بعناصر الشكل.

– لم ترصد الدراسة استخداما لوسائل التكنولوجيا الحديثة مثل الوسائط المتعددة المتعلقة بإمداد القارئ ببعض لقطات الفيديو التي تصور الأحداث التي تقوم بتغطيتها، واقتصرت الاستفادة على وجود الوصلات التشعبية فقط أو التفاعلية من خلال تعليق القراء، مما يشير إلى أن الموقع الالكتروني يعتبر مجرد تكرار للإصدار الورقي من الصحيفة، على الرغم من أن الصحيفتان يعتبران[الصحيفتين تعتبران] من أوائل الصحف العربية التي أنشأت مواقع لها على شبكة الانترنت، وتوافر الإمكانيات التكنولوجية والبشرية المتوفرة [توفر] في الصحيفتين.

<u>الدراسة الرابعة</u>:بعنوان الحملة الانتخابية لرئاسيات 2009 من خلال الصحافة الجزائرية الخاصة – دراسة في تحليل مضمون صحيفتي الخبر والشروق اليومي– من إعداد لحسن رزاق.[1]

وكان التساؤل الرئيسي: كيف عالجت الصحافة الجزائرية الخاصة أحداث الحملة الانتخابية لرئاسيات أفريل 2009 من حيث الشكل ومن حيث المضمون؟، وتنبثق منه عدة أسئلة فرعية وهي:

((1– ما هي مختلف المؤشرات المعبرة عن اهتمام الصحافة الخاصةللحملة [بالحملة]الانتخابية كحدث متداول؟

[1]. لحسن رزاق، **<u>الحملة الانتخابية لرئاسيات 2009 من خلال الصحافة الجزائرية الخاصة</u>**(دراسة في تحليل مضمون صحيفتي الخبر والشروق اليومي)، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010/2009.

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

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

أ)المرشحين الست.

ب) دعاة المقاطعة.))

وتم الاعتماد في هذه الدراسة على المنهج المسحي وتحليل المحتوى كأداة لجمع البيانات على 32 عددا من الصحيفتين هي الأعداد التي صدرت أثناء الحملة الانتخابية لرئاسيات 2009، وتوصلت هذه الدراسة إلى نتائج مفادها أن الصحافة الخاصة الجزائرية أبدت اهتماما بشؤون الحملة الرئاسية 2009 كحدث متداول من خلال تغطية ومتابعة يومية لهذه الشؤون. خصصت لها صفحات قارة ومتقدمة من حيث الترتيب. كما نشرت هذه الشؤون في مواقع متنوعة على تلك الصفحات وضمن قوالب صحفية متعددة وتبعا لمصادر إعلامية مختلفة أكثرها المراسلون. بالإضافة إلى هذا ظهر عامل التحيز ونقص الموضوعية في معالجة هذه الصحافة لشؤون الحملة وتجسد ذلك من خلال النظر في معالجة شؤون المرشحين. إذ لم تعدل الصحافة الخاصة بينهم وانحازت بشكل ملفت إلى الاهتمام بشؤون مرشح واحد على حساب الآخرين. كما أن الاهتمام بشؤون دعاة المقاطعة تراوح بين التهوين والتهويل.

نقد الدراسات المرتبطة:

- ركزت كل هذه الدراسات المرتبطة على الحملة الانتخابية بينما الدراسة الحالية تركز على الفترة السابقة للحملة والتي يكون فيها الموضوع في مرحلة النقاش الحاد والمتضارب بين مختلف القنوات التلفزيونية.
- اعتمدت جل الدراسات المرتبطة على الصحف فقط كمجتمع للدراسة والدراسة الحالية اتخذت من نشرات القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة محلا للدراسة.

الاستفادة من الدراسات المرتبطة:

استفادت الدراسة الحالية من الدراسات المرتبطة في عدة جوانب منهجية وموضوعية نذكر منها:

- صياغة إشكالية الدراسة وتحديدها بطريقة علمية إضافة إلى صياغة التساؤلات الفرعية.
- المساعدة في تصميم استمارة التحليل من خلال اكتساب فكرة عن وحدات وفئات التحليل المستخدمة.
- الاستفادة من المراجع المستخدمة في الدراسات المرتبطة.
- توظيفها في عملية تحليل نتائج الدراسة الحالية وتفسيرها.

6/- المقترب النظري للدراسة:

يتفق باحثوا وخبراء الدراسات الإعلامية على مفهوم التأطير، وتتحدر أصوله النظرية من رافدي الدراسات الاجتماعية والنفسية وهو ما أشار إليه كل من Iyengar وsimonبقولهما أن مفهوم التأطير تتحدد أسسه في مجالي علمي النفس والاجتماع، فينظر إليه علماء الاجتماع أمثال Bateson و Goffman، باعتباره تركيزا على أحداث ورموز وصور نمطية معينة داخل النص الصحفي، ويراه علماء النفس تغييرا في الأحكام[1].

وقد طور عالم الاجتماع Ervin Goffman مفهوم البناء الاجتماعي والتفاعل الرمزي من خلال مناقشته لقدرة الأفراد على تكوين مخزون من الخبرات يحرك مدركاتهم وبحثهم على حسن استخدام خبراتهم الشخصية وذلك عن طريق أطر إعلامية مناسبة تضفي على المضمون معنى ومغزى، وحدد بدقة مصطلح الأطر والإجراءات المتبعة في هذا النوع من التحليل وذلك في كتابه تحليل الأطر وأشار Goffman في هذا الكتاب إلى

[1]. عزة أحمد علي أبو العز، **أطر معالجة قضايا الإصلاح السياسي العربي في خطاب المجلات العامة المصرية والأمريكية وأثرها في تشكيل اتجاهات الصفوة المصرية** (دراسة تحليلية وميدانية خلال عامي 2004-2005)، رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في الإعلام، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2012، ص74.

أن الإطار هو العمليات التي يقوم بها الإنسان في تصنيف وتنظيم وتفسير الواقع، التي تسهل عملية فهم المعلومات ووضع الأحداث في سياقها، ومثلت فترة الثمانينات من القرن العشرين بداية التشكيل الحقيقي لملامح هذا المدخل النظري الجديد الذي له علاقة قوية بمفاهيم التفاعل الرمزي والواقع الاجتماعي، فقد أفادت دراسات وإسهامات Entman باحثي الأطر الإعلامية تحديدا دراستين أولهما عام 1993م والتي أظهرت دور الإيديولوجيات وأثرها في عملية التأطير، وذلك عندما قارن بين أطر حادثي سقوط طائرتي كوريا الجنوبية وإيران. وثانيهما عام 2003م حيث تناول فيها أثر أحداث 11 سبتمبر 2001م في النظرة للحرب على الإرهاب وقدم نموذجه المعروف باسم الشلال، كما تعد جهود Schufele إضافة لتطور نظرية الأطر الإعلامية خاصة دراسته عام 1999م التي أبرزت جوانب عملية التأطير لعملية موازية لعملية وضع الأجندة خاصة جانبي وضع الإطار وبناؤه[1].

فرضيات النظرية[2]:

- الأحداث لا تنطوي في حد ذاتها على مغزى معين وإنما تكتسب مغزاها من خلال وضعها في إطار يحددها وينظمها ويضفي عليها قدرا من الاتساق من خلال التركيز على بعض جوانب الموضوع وإغفال جوانب أخرى.
- إن اختلاف وسائل الإعلام في تحديد الأطر الإعلامية يؤدي إلى اختلاف أحكام الجمهور المرتبط بكل وسيلة فيما يتعلق بتشكيل المعارف والاتجاهات نحو القضايا المثارة.

أنواع الأطر الإعلامية:

صنف Valkenburg et Semetkoالأطر الإعلامية وفقا للقضايا والأحداث، فحدد الباحثان عددا من الأطر الإعلامية المتعلقة بالقضايا والأحداث، والتي يتم استخدامها

[1]. نسرين حسونة، **نظريات الإعلام والاتصال**، شبكة الألوكة، (د.ب)، 2015، ص24.

[2]. عبد الحافظ عواجي صلوي، **نظرية التأثير الإعلامية**،(د–ب)، 1433، ص _ص: 35،36، الكتاب متاح من الموقع الآتي: https://ao-academy.org/arabic/2018/05/3260.html، تاريخ الزيارة 2018/12/31، وقت الزيارة 18:22.

بشكل متكرر حيث أجريت العديد من الدراسات لاختبار تأثير استخدام أنواع محددة من تلك الأطر على إدراك الرأي العام لتلك القضايا. وهي[1]:

- **إطار الصراع:** يعتبر الإطار الأكثر انتشارا واستخداما في التغطية الإخبارية للقضايا وهو يؤكد على عنصر الصراع بين الأفراد والجماعات والمؤسسات، وكثيرا ما يستخدم أثناء الحملات الانتخابية حيث تحول المشكلات الاجتماعية والسياسية المعقدة إلى صراعات بسيطة.
- **إطار الاهتمامات الإنسانية:** يركز على الجانب الشخصي والعاطفي للحدث، حيث يربط بين الحدث أو القضية وبين عناصر عاطفية وجوانب إنسانية.
- **إطار النتائج الاقتصادية:** يعرض الحدث أو الموضوع أو القضية بإبراز النتائج والتأثيرات الاقتصادية على الفرد أو الجماعة أو الدولة.
- **الإطار الأخلاقي:** يضع هذا الإطار الحدث أو القضية في سياق عقائدي، أو توصيف أخلاقي، ولا يستخدم هذا الإطار إعلاميا بصورة مباشرة، وإنما يكون عن طريق اقتباس مقولات بالإضافة إلى العبارات الاستدلالية، بحيث يحتوي النص على رسالة أخلاقية أو كود محدد السلوك.
- **إطار المسؤولية:** يقدم الموضوع أو المشكلة بأسلوب يربط بين مسؤولية تلك القضية أو هذا الحدث وبين أي فرد أو جماعة، ويقدم مسؤولية التسبب في المشكلة وحلها.
- **إطار الإستراتيجية:** يطلق على هذا الإطار "إطار اللعبة" ويستخدم بكثرة خلال الحملات الانتخابية والتنافس بين أكثر من مرشح، ويتفق الباحثون في مجال دراسات الأطر الإعلامية على أن هذا الإطار يستخدم في التغطية الإعلامية من خلال مصطلحات إستراتيجية دالة عليه، مثل: الخسارة والمكسب وفرص الرهان.

[1]. نسرين حسونة، نفس المرجع السابق، ص32.

العناصر المؤثرة في عملية التأطير[1]:

القائم بالاتصال: وهو الذي يضع أطر حاكمة بوعي أو بدون وعي تحدد ماذا يقال وهم محكومون بدورهم بالأطر التي تنظم أنساقهم المعرفية والضغوط المهنية التي يعملون في ظلها كضغوط نمط السيطرة والملكية والتمويل التي تحدد السياسة التحريرية، كذلك ضغوط المساحة وسرعة العمل الإعلامي.

المحتوى: الذي يحتوي على أطر تظهر في غياب وحضور كلمات معينة وعبارات معتادة وصور نمطية ومصادر للمعلومات وعبارات تقدم مجموعة من الحقائق أو الأحكام عن موضوع تم تناوله.

المتلقي: باعتباره المتعرض للأطر التي تقود إدراكه وحكمه وقد ينعكس أطر إدراكه بعد ذلك الصورة الذهنية بتعبير دراسات، الصورة لأطر النص ونوايا أطر القائم بالاتصال أو لا تعكس.

الثقافة: والتي تعتبر السياق العام الذي تستمد منه الأطر التي يتم توظيفها، باعتبارها معالم ثقافية منتظمة وثابتة في الواقع الاجتماعي اليومي، ونظام متكامل لتفسير الرموز الاتصالية وإدراكها خلال الحياة اليومية.

توظيف النظرية في الدراسة الحالية:

بما أن الدراسة الحالية تهدف إلى التعرف على كيفية معالجة النشرة الإخبارية لقناتي النهارTv والشروق News لموضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2019، فإن هذه الدراسة انطلقت من محددات نظرية تحليل الإطار الإعلامي، بغية التعرف على الإطار الإستراتيجي الذي استخدمته القناتان لطرح هذا الموضوع السياسي، وتحديد الجوانب التي تم التركيز عليها أثناء الطرح، وذلك من خلال إبراز البناء الشكلي للمادة الإخبارية

[1]. يوسف بوعيس، **تأثير الحرب النفسية على القرارات الداخلية للدول** (نظرية التأطير نموذجا)، ورقة مقدمة في إطار ندوة علمية دولية حول عولمة الإعلام السياسي وتحديات الأمن القومي للدول النامية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2017.

والأفكار المحورية للموضوع، إضافة إلى التركيز على الزاوية التي أبرزتها النشرات الإخبارية لكلا القناتين أثناء تغطيتهما للموضوع.

7/- حدود الدراسة:

المجال الموضوعاتي:تسعى الدراسة الحالية لوصف الجانب الشكلي والموضوعاتي من خلال إبراز الإطار الإعلامي المستخدم من قبل قناتي النهارtv والشروق news أثناء تغطيتهما للتصريحات ، المداخلات والنشاطات الحزبية المتعلقة برئاسيات 2019- من قبل بعض الشخصيات السياسية قبل الإعلان الرسمي عن موعدها- في نشراتهما الإخبارية، إضافة للمقارنة بين النتائج المتحصل عليها في كلتا القناتين لتحديد الأسلوب الذي اعتمدته القناتان في معالجة هذا الموضوع.

الفترة الخاضعة للدراسة:في الدراسة الحالية تم إخضاع جميع مقاطع الفيديو المأخوذة من النشرات الإخبارية التي كان محورها الانتخابات الرئاسية لسنة 2019 في الفترة المحددة مابين (01 جانفي 2018 إلى غاية 31 ديسمبر 2018) والمتاحة على الحساب الرسمي للقناتين على اليوتوب، بحيث أن هذه المدة المذكورة تشمل آخر سنة في العهدة الرئاسية الرابعة للرئيس عبد العزيز بوتفليقة، وبسبب الوضع الخاص لرئيس الجمهورية وأيضا للأهمية البالغة التي يحضا بها هذا الموضوع على الصعيد الدولي والوطني. ساهمت هذه الظروف في عدم إهمال القناتين لأي حراك قامت به الطبقة السياسية يتعلق بهذا الحدث.

8/- منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات:

1- منهج الدراسة:

لإنجاز أي بحث علمي على الباحث أن ينتهج منهجا علميا من أجل ضبط دراسته بطريقة ممنهجة تحت قواعد علمية منظمة ومضبوطة، فالمنهج هو ذلك "الطريق المؤدي إلى كشف الحقيقة في العلوم بواسطة مجموعة من القواعد العامة التي تساعد في اكتشاف الحقائق العلمية الصحيحة والإجابة على الأسئلة والاستفسارات التي يثيرها موضوع

البحث"[1]، وكما يعرف أيضا بأنه:"مجموعة من القواعد والإجراءات والأساليب التي تجعل العقل يصل إلى معرفة حقة بجميع الأشياء التي يستطيع الوصول إليها بدون أن يبذل مجهودات غير نافعة "[2].

ومن خلال أهداف الدراسة المبينة أعلاه يتضح جليا ما ترمي إليه الدراسة الحالية، حيث تسعى لوصف المضمون الإعلامي الخاص بموضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2019 ضمن النشرات الإخبارية لقناتي النهار tvوالشروق news، وإلى تحديد أطر التغطية التي اعتمدتها القناتان أثناء تناولهما لهذا الموضوع، وعليه فقد وظف منهجتحليل المضمون باعتباره منهجا مناسبا للتحليل الشكلي والموضوعي لأي محتوى باختلاف الوعاء الذي يحتويه،وقد عرفه بدوثورب بأنه: "الأسلوب المنهجي لتحليل محتوى الرسالة الإعلامية وأسلوب تناولها ومعالجتها، وهو أداة تستخدم في ملاحظة السلوك الاتصالي العلني وتحليله"[3]، بينما بيرلسون يرى بأنه "أحد أساليب البحث العلمي التي تهدف إلى الوصف الموضوعي والمنظم والكمي للمضمون الظاهر من مواد الاتصال"[4].

إضافة إلى ذلك فقد استخدمنا المنهج المقارن والذي "هو مقابلة الأحداث والآراء بعضها ببعض لكشف ما بينها من وجوه شبه أو علاقة وهو الطريقة التي يتبعها الباحث للموازنة بين الأشياء"[5]، لبيان الفروقات في أسلوب التغطية للقناتين من خلال مقارنة النتائج المتحصل عليها بعد التحليل الشكلي والموضوعي لمقاطع الفيديو.

[1]. مادلين غراويتز، **مناهج العلوم الاجتماعية**، تر: سام عماد، ط1،المركز العربي للتعريب والترجمة والتأليف والنشر، دمشق، 1993، ص120.

[2]. مروان عبد المجيد إبراهيم، **أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية**، ط1، مؤسسة الوراق، الأردن، 2000، ص60.

[3]. محمد جمال الفار، **المعجم الإعلامي**، دار أسامة للنشر والتوزيع ودار المشرق الثقافي، الأردن، 2010، ص95.

[4]. محمد حسن مبعوث، **المنهج الوصفي تحليل المحتوى**، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية العلوم الاجتماعية، الرياض، (د-س)، ص14.

[5]. عبد الهادي الفضلي، **أصول البحث**، ط1، دار المؤرخ العربي، لبنان، 1996، ص62.

2- أدوات جمع البيانات:

تعتبر أدوات جمع البيانات الوسيلة التي من خلالها يتمكن الباحث من الإجابة عن تساؤلاته للوصول إلى نتائج دراسته وتحقيق أهدافه. ومن بين هذه الأدوات استمارة تحليل المضمون التي تعتبر من أنجع الأدوات المستخدمة في الدراسات الإعلامية لوصف مضمون ما تحمله وسائل الإعلام، وقد عرفها موريس أنجرس بأنها: " تقنية غير مباشرة تستخدم في منتجات مكتوبة أو سمعية أو سمعية بصرية صادرة من أفراد أو مجموعة أو عنهم والتي يظهر محتواها بشكل مرقم"[1]. ويتضمن تحليل المضمون جانبيين رئيسيين لتحقق الغرض الرئيسي منه ،تمثلا في الجانب الشكلي (كيف قيل؟) والجانب المضموني (ماذا قيل؟).

وعليه فقد تم تقسيم استمارة تحليل المضمون الخاص بالدراسة الحالية إلى جزأين، تضمن الأول المضمون الإعلامي للتغطية وشمل الفئات الآتية:

أولا: فئات الشكل:

أ- **نمط المادة:**نستخرج من خلالها مختلف القوالب الإعلامية التي استخدمت في تغطية موضوع رئاسيات سنة 2019. وقسمت إلى:

1/- الحديث الصحفي: يهتم بإجراء حوار مع الشخصية التي تكون موضوع الخبر الإعلامي المتعلق بالانتخابات الرئاسية لسنة 2019.

2/- التعليق الإخباري: هو تعبير عن الرأي من خلال اختيار موضوع رئاسيات سنة 2019 بهدف التأثير على الجمهور الجزائري وإيجاد رأي عام مؤيد لرأي القناة.

[1]. موريس أنجرس،**منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية** (تدريبات عملية)، تر: بوزيد صحراوي، كمال بوشرف وسعيد سبعون، مرا: مصطفى ماضي، دار القصبة للنشر، الجزائر، 2004، ص218.

3/- التقرير الإخباري: هو خبر تفصيلي لحدث أو موضوع أو نشاط مرتبط بالرئاسيات من موقع الحدث حيث ينقله المراسل، ويتميز بالحالية وإثارة الاهتمام ويمكن مزج المادة المرسلة حديثا مع أي مادة أرشيفية.

4/- الخبر الصحفي: هي أخبار تهدف إلى تقديم معلومات وآراء متعددة عن الحدث السياسي المتمثل في الانتخابات الرئاسية لسنة 2019 نظرا لأهميته لجمهور القناة التلفزيونية.

ب- العناوين:وهي الفئة التي تستهدف التعرف على صيغة العناوين التي تعنونت بها المادة المبثوثة عبر الفيديو، وتشمل:

5/- جمل إخبارية: وهي العناوين التي تصاغ بشكل عبارة إخبارية تدل على ما تحتويه المادة الإعلامية ويكون بشكل موجز ويضم أهم فكرة فيه.

6/- جمل اقتباسية: وهي العناوين التي تصاغ اقتباسا من جمل أو عبارات أدلت بها الشخصية الرئيسية المتواجدة في المقطع وتكون ذات تأثير جاذب للمشاهد.

7/- جمل استفهامية:تكون بشكل سؤال، تتم محاولة الإجابة عليه عن طريق المادة التي ستقدم.

8/- غير موجود:وهي تشيرللفيديوهات التي لا تحتوي على عنوان في المقطع المأخوذ من نشرة الأخبار.

ج- الزمن:تسمح هذه الفئة بالتعرف على الفترة الزمنية لكل المقاطع التي تناولت هذا الموضوع لتحديد أي القناتين خصصت وقتا أكثر للحديث عن الموضوع من خلال تحديد المدة الزمنية لعرض مواضيع وآراء مختلف الشخصيات حول الرئاسيات القادمة.

د- اللغة المستخدمة:تحديد نوع اللغة الذي اعتُمد في كافة فيديوهات القناتين المتعلقة برئاسيات 2019. وقسمت إلى:

9/- اللغة العربية الفصحى.

10/- اللهجة العامية (الدارجة).

11/- اللغة الفرنسية.

12/- اللغة المختلطة.

هـ- نوع اللقطة:تمكن هذه الفئة من التعرف على الأشكال المختلفة التي صورت بها المشاهد في مقاطع الفيديو عن طريق تحديد أنواع اللقطات المستخدمة في التصوير وتتضمن:

13/- اللقطة القريبة:والتيتكون من الرأس إلى منتصف الصدر أو أسفل الكتفين.

14/- اللقطة المتوسطة:من الخصر إلى أعلى الرأس مع ترك مسافة مناسبة فوق الرأس.

15/- اللقطة عامة:التقاط اكبر قسم من المنظور (المنظر) أو يكون كامل الجسمداخل إطار الصورة.

و- مضمون الصورة: تساعد هذه الفئة في التعرف على مدى ثراء المادة الإعلامية حول الموضوع للقناة وتتكون من:

16/- صور موضوعات: وهي مجموعة الصور والفيديوهات التي تعرض وتكون ذات صلة بالموضوع المتناول من قبل المتحدث.

17/- صور شخصيات: وهي عملية عرض لصور شخصيات لها علاقة مباشرة بالموضوع.

18/- كليهما: جمع بين العنصرين السابقين.

ز- تكرار ظهور الشخصيات: بواسطة هذه الفئة يمكن معرفة عدد مرات ظهور إحدى الشخصيات التي تتحدث عن رئاسيات 2019 ضمن نشرات الأخبار لقناتي النهار tv والشروق news خلال الفترة الزمنية الخاضعة للدراسة. وقد تم تقسيمها إلى:

19/- عبد الرزاق مقري: رئيس حركة مجتمع السلم.

20/- أحمد أويحي: رئيس حزب التجمع الوطني الديمقراطي(R.N.D).

21/- عبد العزيز بلعيد: رئيس حزبجبهة المستقبل.

22/- عمار غول: رئيس حزب تجمع أمل الجزائر(تاج).

23/- جمال ولد عباس :الأمين العام لحزب جبهة التحرير الوطني (F.L.N).

24/- أبو جرة سلطاني: رئيس منتدى الوسطية.

25/- أخرى: شخصيات ثانوية (إداريين، منسقو الأحزاب، برلمانيون...).

26/-لايوجد: فيديوهات لم تتضمن أي تصريح لأي شخصية.

ثانيا: فئات المضمون:

ح. الموضوع:تساهم هذه الفئة في حصر الأفكار المتضمنة في المقاطع موضع التحليل، ولذلك نسعى بتوظيفها إلى معرفة مختلف الزوايا المتناولة في موضوع الانتخابات الرئاسية 2019 التي عالجتها قناتا النهارtv والشروقnews، ومن ثم ترتيبها عن طريق تكرار هذه المحتويات وهو ما يعكس إلى حد ما أهمية هذه المواضيع لدى القناتين. وفي الدراسة الحالية تم تقسيم هذه الفئة إلى:

27/- الإعلان عن الترشح للانتخابات: أين تقوم إحدى الشخصيات بتقديم تصريح رسمي عن نيتها أو رغبتها في الترشح لرئاسيات 2019.

28/- الحديث عن المرشحين المحتملين: أين تقوم إحدى الأحزاب السياسية أو الشخصيات بالحديث عن الأشخاص المتوقع ترشحهم للانتخابات الرئاسية 2019 .

29/- مبادرة تأجيل أو تمديد العهدة الرابعة: قيام بعض الشخصيات بالتصريح عن رغبتها في تأجيل رئاسيات 2019 أو تمديد العهدة الانتخابية للرئيس عبد العزيز بوتفليقة إلى ما بعد 2019.

30/- التخطيط للرئاسيات:قيام بعض الشخصيات والأحزاب بالاستعداد والتحضير الذي يشمل قواعدها السياسية والتنظيم الداخلي لها من أجل الرئاسيات المقبلة.

31/- التحدث عن عبد العزيز بوتفليقة: التطرق لإسهامات الرئيس عبد العزيز بوتفليقة خلال عهداته السابقة ومحاولة التعزيز من مكانته.

32/- البحث عن التوافق بين أحزاب المعارضة والموالاة: تسليط الضوء على الاجتماعات واللقاءات التي تكون بين الموالاة والمعارضة التي تسعى للتوافق الوطني ثم عرض النتائج المتوصل إليها.

33/- أخرى:المواضيع المختلفة المتعلقة بموضوع الانتخابات الرئاسية 2019.

ط. الأساليب المتبعة:هذه الفئة تمكن من تحديد الأساليب المستخدمة في تقديم الأخبار حول موضوع الانتخابات الرئاسية 2019 وفي عرض الأفكار وشرح وجهات النظر، وقد تم تقسيم هذه الفئة إلى:

34/- أسلوب حواري: وهي عملية تبادل الآراء والأفكار بين طرفين (الصحفي والضيف) حول الانتخابات الرئاسية لسنة 2019.

35/- أسلوب عرض الرأي (وجهة النظر): هي قيام شخصية معينة بإبداء وجهة نظرها الخاصة حول موضوع رئاسيات 2019.

36/- أسلوب إخباري: هو تقديم الإعلامي لمجموعة الأخبار المتعلقة برئاسيات 2019.

ي.فئة الاتجاه:فئة تساعد في التعرف على ميولات الشخصيات المتحدثة في المقاطع ورؤيتها حول ترشح عبد العزيز بوتفليقة. وتم تقسيمها إلى:

37/- مؤيد للعهدة الخامسة:هي مجموعة الشخصيات التي تدعو في مختلف تدخلاتها إلى الاستمرارية.

38/- معارض للعهدة الخامسة:هي مجموعة الشخصيات التي ترفض بشدة مواصلة سلطة الرئيس عبد العزيز بوتفليقة في الحكم وتدعو إلى التغيير.

39/- محايد:وهو الحديث عن كلا الاتجاهين المؤيد والمعارض للعهدة الخامسة للرئيس عبد العزيز بوتفليقة دون الميل لأي منهما.

40/- الاتجاه الصفري:عرض لا يظهر فيه أي جانب مما يدل على رغبته في عدم اتخاذ جانب أو اتجاه من الموضوع وتظهر في حالات الترقب أو الانتظار أو دراسة موضوع الاتجاه.

ك.فئة القيم:وهي تعنى برصد الأهداف التي يرغب الصحفي أو الشخصية السياسية فيتحقيقهامن خلال تناولهالموضوع الانتخابات الرئاسية. وتم تقسيمها إلى:

41/- الاستمرارية: الدعوة إلى مواصلة مسيرة الرئيس عبد العزيز بوتفليقة والتماس الترشح للعهدة الخامسة.

42/- التغيير: المطالبة بالتجديد وإفساح المجال للأطراف المعارضة لاعتلاء سدة الحكم.

43/-التوافق الوطني: المطالبة باللجوء إلى مرحلة انتقالية إلى ما بعد إعادة ترتيب اللحمة الوطنية.

44/- لا يوجد: لا وجود لقيمة محددة في الفيديو.

ل.الاستمالة الإقناعية: تساعد هذه الفئة في تحديد الوسيلة التي استخدمتها الشخصيات أثناء حديثها عن الانتخابات الرئاسية لإقناع المشاهد بوجهة نظرها وتنقسم إلى :

46/- أسلوب عاطفي: اللجوء إلى الاستمالات العاطفية في تناول الموضوع عن طريق استخدام عبارات مؤثرة وجمل معبرة أثناء الحديث.

47/- أسلوب عقلي: استخدام مجموعة من الإحصاءات، الإستشهادات والوقائع أثناء الحديث عن الموضوع.

48/- أسلوب تخويفي: الاعتماد على مجموعة من الألفاظ والعبارات التي تحيل إلى القوة والشدة أثناء تناول الموضوع.

49/- لا يظهر: لا يظهر الأسلوب المستخدم في تقديم الأخبار.

م.فئة الوظيفة الإعلامية:نتمكن في هذه الفئة من التعرف على الوظيفة الإعلامية التي تؤديها كل قناة، ويمكن أن تختلف هذه الوظيفة من فيديو لآخر حسب محتواه، وتنقسم هذه الفئة إلى:

50/- الوظيفة الإخبارية: تسليط الضوء على موضوع رئاسيات 2019 ونقل كل مستجداته.

51/- الوظيفة التفسيرية: تقديم توضيحات وتفسيرات عن موضوع رئاسيات 2019.

أما فيما يتعلق بوحدات التحليل فقد اعتمدنا خلال هذه الدراسة على:

- **وحدة الموضوع:** تستخدم هذه الوحدة لحساب المواضيع النوعية المحتواة في المضمون العام محل التحليل.
- **وحدة الشخصية:** تسعى هذه الوحدة لحساب عدد مرات تكرار ظهور الشخصيات في المقاطع موضوع التحليل
- **وحدة الزمن:** لقياس المدة الزمنية التي استغرقها كل مقطع في عرضه، ونستخدم التكرار كوحدة للعد.
- **وحدة نمط المادة:** تمكن هذه الوحدة من قياس تكرار الأنواع الإعلامية المستخدمة في المضمون قيد التحليل.

9/- مجتمع الدراسة:

يعرف مجتمع الدراسة بأنه مجموعة من المفردات التي يستهدف الباحث دراستها وتعميم نتائج الدراسة على كل مفرداتها في الحالات التي يصعب الوصول إليها كلها، ولهذا يتم التركيز على المجتمع المتاح الذي يمكن الوصول إليه ويتم اختيار العينة منه، بينما في تحليل المضمون فإن مجتمع الدراسة هو مجموعة الرسائل المتماثلة والمعبرة في حوامل يطلق عليها وسائل الاتصال والتي يريد الباحث معرفة خصائصها[1] . ويتمثل مجتمع الدراسة الحالية في كل ما قدم من مضمون إخباري متعلق برئاسيات 2019على قناتي النهار tv والشروق news في الفترة ما بين 2018/01/01 و2018/12/31، والذي يظهر في شكل مقاطع نشرات الأخبار المنشورة والمتاحة في الحساب الرسمي على اليوتيوب للقناتين، وبذلك يكون عدد المقاطع التي خضعت للتحليل 45 مقطع بواقع 24 مقطع للنهار tv و21 مقطع للشروق news. كما يوضحه الجدول الآتي:

الجدول رقم (01): روابط مقاطع فيديو قناة الشروق newsالتي تطرقت لموضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2019.

	عنوان الفيديو	مدة الفيديو	تاريخ نشر الفيديو	رابط الفيديو
قناة الشروق news	رئاسيات 2019: معارضة صامتة وموالاة تستبق الأحداث!	01:54 دقيقة	2018/01/29	https://www.youtube.com/watch?v=Jxjx98f3K_M
	مقري يرفض مبادرة اختيار أجماع لقوى المعارضة في رئاسيات 2019	02:20 دقيقة	2018/02/09	https://www.youtube.com/watch?v=6QXaDxBJn7g
	الأفلان يدعو رسميا الرئيس بوتفليقة للترشح لرئاسيات 2019	04:21 دقيقة	2018/04/07	https://www.youtube.com/watch?v=z8KJ8o6DJFw
	ولد عباس من عنابة- الآفالان سيلعب الدور الحاسم في رئاسيات 2019	01:03 دقيقة	2018/05/12	https://www.youtube.com/watch?v=9anwtINevdc
	حركة الإصلاح الوطني تعلن مشاركتها في الرئاسيات المقبلة	01:02 دقيقة	2018/05/12	https://www.youtube.com/watch?v=PgYjheSN8Bs

[1]. يوسف تمار، **تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين**، ط1، طاكسيج-كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007، ص20.

لا حديث يعلو فوق الخامسة في اجتماع الأرندي	01:27 دقيقة	2018/06/22	https://www.youtube.com/watch?v=eHtHh54zlUY	
الإعلامي العربي زواق عبد الغاني هامل تعرض لحملة شرسة بسبب سباق الرئاسيات المقبلة	00:37 دقيقة	2018/06/27	https://www.youtube.com/watch?v=PJpzvg_F7oA	
هكذا تنظر الولايات المتحدة الأمريكية لرئاسيات 2019 بالجزائر !	02:04 دقيقة	2018/06/29	https://www.youtube.com/watch?v=tQeNBSAlER4	
المسيلة- ناصر بوضياف يعلن عن نيته الترشح لرئاسيات 2019	00:39 دقيقة	2018/06/30	https://www.youtube.com/watch?v=uzWo1SwI0-s	
حركة الاصلاح تدعم مرشح رئاسيات 2019 من خارج صفوفها	01:08 دقيقة	2018/07/07	https://www.youtube.com/watch?v=Rp7-wywYG7o	
حمس والأفلان... البحث عن التوافق بحسابات مختلفة لرئاسيات 2019	01:50 دقيقة	2018/07/24	https://www.youtube.com/watch?v=ce4IhHtcnso	
جمال ولد عباس-' من يريد أن يمارس السياسة فعليه الترشح للرئاسيات المقبلة '	00:57 دقيقة	2018/07/26	https://www.youtube.com/watch?v=EE9-GTVHsh4	
تواتي يطلب من الرئيس بوتفليقة الاستمرار لمرحلة انتقالية من 3 سنوات	01:14 دقيقة	2018/08/28	https://www.youtube.com/watch?v=3_k_P2Z0qxM	
عهدة خامسة للرئيس بوتفليقة محور لقاء أويحي وولد عباس	05:40 دقيقة	2018/07/31	https://www.youtube.com/watch?v=c_Bq1vBWfG0	
المولاة تجهض مبادرة حمس _بالعهدة الخامسة _	01:56 دقيقة	2018/08/03	https://www.youtube.com/watch?v=rYXJX2elEzU&t=7s	
البرلماني السابق المثير للجدل الطاهر ميسوم يعلن نيته الترشح للرئاسيات 2019	00:59 دقيقة	2018/08/11	https://www.youtube.com/watch?v=IHh2BKhNKAQ	
المنظمات الثورية.. وحرب التصحيحات قبل الرئاسيات	01:19 دقيقة	2018/08/13	https://www.youtube.com/watch?v=NenkSs529kA	
ولد عباس- 'اذا رفض الرئيس الترشح هو من سيختار البديل'	01:31 دقيقة	2018/08/15	https://www.youtube.com/watch?v=7kIJX7Vi9fY	
اسعد ربراب- لن أترشح للرئسيات ...أنا رجل إقتصاد ولست رجل سياسة	00:36 دقيقة	2018/09/18	https://www.youtube.com/watch?v=TDUWNotkRGY	

	حمس والأرسيدي بحثًا عن مرشّح التوافق للرئاسيات القادمة	01:27 دقيقة	2018/09/24	https://www.youtube.com/watch?v=YN_X6W6wnpU
	عبد العزيز بلعيد يترشح رسميا لرئاسيات 2019	01:44 دقيقة	2018/09/29	https://www.youtube.com/watch?v=SMSsKm-0ZDw

الجدول رقم (02): روابط مقاطع فيديو قناة النهار tv التي تطرقت لموضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2019.

	عنوان الفيديو	مدة الفيديو	تاريخ نشر الفيديو	رابط الفيديو
قناة النهار tv	سياسة– عمار غول..نحن مع الرئيس بوتفليقة إذا ترشح لرئاسيات 2019	01:59دقيقة	27/01/2018	https://www.youtube.com/watch?v=KykyVmRUnxs
	سياسة– بلعيد يؤكد أنّ مؤتمر الحزب سيفصل في ملف الرئاسيات شهر جوان المقبل	02:22 دقيقة	27/01/2018	https://www.youtube.com/watch?v=i3vy6Ed82qc
	سياسة– مقري يدعو إلى بلورة مشروع سياسي قبل رئاسيات 2019	03:10 دقيقة	09/02/2018	https://www.youtube.com/watch?v=80Pz-p2llKI
	سياسة– حركة البناء تدعو الأحزاب إلى التقدم بمرشح خاص بها خلال رئاسيات 2019	01:18 دقيقة	16/03/2018	https://www.youtube.com/watch?v=6lddieIOAVQ
	الموقع الالكتروني لحزب الافلان سيعرف حلة جديدة تحسبا لرئاسيات 2019	00:57 دقيقة	2018/03/19	https://www.youtube.com/watch?v=X6SyBFBcmVI
	سياسة الأفلان يناشد الرئيس بوتفليقة الترشح لعهدة جديدة	02:00 دقيقة	2018/04/07	https://www.youtube.com/watch?v=4U2oes4KYqY
	جمال ولد عباس– الحزب العتيد سيفوز بالإنتخابات الرئاسية لسنة 2019..التفاصيل	00:49 دقيقة	2018/05/12	https://www.youtube.com/watch?v=ZO6xt3iGhDI
	أبو جرة سلطاني– من أولويات الحركة دراسة ورقة رئاسيات 2019	01:14 دقيقة	2018/05/13	https://www.youtube.com/watch?v=IBPbEMQYDJw
	هذا ما قاله 'مقري' حول مشاركة 'مجتمع السلم' في الرئاسيات المقبلة	00:22 دقيقة	2018/05/23	https://www.youtube.com/watch?v=FciRrLkQG5E
	أويحيى يغلق باب التأويلات ويؤكد.. الرئيس بوتفليقة مرشح الأرندي للرئاسيات	02:19 دقيقة	22/06/2018	https://www.youtube.com/watch?v=vUO479RRRZU

https://www.youtube.com/watch?v=dzIqDt7qgM8	22/06/2018	00:40 دقيقة	أويحيى – ' هناك أطراف تحاول زعزعة الجبهة الإجتماعية ..مستغلة قروب موعد الرئاسيات !!	
https://www.youtube.com/watch?v=u6332EJJ6ss	2018/06/22	02:52 دقيقة	زرالدة – الأرندي يناشد الرئيس بوتفليقة للترشح لرئاسيات2019	
https://www.youtube.com/watch?v=kXNGF_q53x4	2018/07/30	01:10 دقيقة	بن قرينة _ _سنعقد دورة لمجلس الشورى الوطني لنفصل في قرار المشاركة في الرئاسيات	
https://www.youtube.com/watch?v=r6KjSfxQYAA	2018/08/03	01:04 دقيقة	عمار غول– 'تاج هو السباق للبحث عن التوافق..وهو مع إستمرارية الرئيس بوتفليقة'	
https://www.youtube.com/watch?v=m82pPj1X4Tc	2018/08/31	03:21 دقيقة	مقري – ' حمس الأولى والأفضل في الترشح بإسم المعارضة للرئاسيات !! '	
https://www.youtube.com/watch?v=58_e_i1lZN8	2018/09/29	01:31 دقيقة	سياسة– عبد العزيز بلعيد يعلن عن ترشحه لرئاسيات 2019	
https://www.youtube.com/watch?v=CkKBTxnh7k0	2018/10/23	02:57 دقيقة	ولد عباس– بعد إنتخاب رئيس الغرفة السفلى غدا نسحضر لرئاسيات 2019	
https://www.youtube.com/watch?v=ZEFkN3Rs8Jo	2018/10/27	01:20 دقيقة	سياسة– أبو جرة سلطاني.. منتدى الوسطية سيختار مرشحه الأمثل لرئاسيات 2019	
https://www.youtube.com/watch?v=n9RMbysblnk	2018/10/28	01:24 دقيقة	سياسة_ ولد عباس_ لم نتلق بعد ردا من الرئيس بوتفليقة على طلب ترشحه للرئاسيات	
https://www.youtube.com/watch?v=c4hP271PAek	2018/10/28	00:54 دقيقة	مرشح الأفلان لرئاسيات 2019 هو عبد العزيز بوتفليقة	
https://www.youtube.com/watch?v=GRVl_CapkBY	2018/11/16	01:25 دقيقة	سياسة_ الرئاسيات تلهب لقاء المعارضة والموالاة	
https://www.youtube.com/watch?v=-OYbkk7Vn9E	2018/12/05	03:04 دقيقة	أبوجرة سلطاني–'تأجيل الرئاسيات إلى 2020...سنة زمن كافي لتحقيق حوار واسع وشامل'	
https://www.youtube.com/watch?v=7M-bPyv3-uY	2018/12/10	33:05 دقيقة	تصاعد حمى رئاسيات 2019..'مقري' يحدث زوبعة في الساحة السياسية	
https://www.youtube.com/watch?v=AoqRMtCrQNc	2018/12/15	01:39 دقيقة	غول– أغلبية الأحزاب وافقت على تأجيل الإنتخابات الرئاسية	

ولقد تم البدا في تصميم استمارة التحليل وما تبعها من عملية ضبط وتصحيح من قبل الأستاذ المشرف من شهر فيفري 2019، تليها مرحلة عرضها على الأساتذة المحكمين من قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة خلال شهر أفريل 2019 والمتمثلون في:

- د. عبد القادر بو دربالة (استاذ مساعد "ب")
- د. لبنى سويقات (استاذة مساعدة "أ")
- أ. نادية جيتي (استاذة مساعدة "ب").

من بعدها تم تصميم الاستمارة النهائية لتنطلق مرحلة تحليل الفيديوهات ومن ثم تفريغ البيانات يدويا وتبويبها ليتم في الأخير الخروج بنتائج واستنتاجات تجيب عن تساؤلات الدراسة.

10/- تحديد مفاهيم الدراسة:

أولا: التغطية الإعلامية:

1/- التغطية:

أ)- لغة: من غطى الشباب غَطْيا وغُطيا :امتلأ ،يقال للرجل إذا امتلأ شبابا: غطى يَغطي غَطيا وغُطيّا، قال رجل من قيس :يحملن سربا غطى فيه الشباب معا وأخطأته عيون الجن والحسد اللحياني: غطاه الشباب يغطيه غَطيا وغُطيا وغَطاه كلاهما ألبسه، وغطاه الليل وغطّاه: ألبسه ظُلمته، عنه أيضا. وغطت الشجرة وأغْطَتْ: طالت أغصانها وانبسطت على الأرض فألبست ما حولها. وغَطَى الشئ يغطيه غَطْيا وغَطَّى عليه وأغطاه وغَطَّاه: ستره وعلاه[1].

2/- الإعلام:

[1].ابن المنظور ،**لسان العرب**، حققه عامر أحمد حيدر وآخرون،ط1،دار الكتب العلمية، جزء15، لبنان، 2003، ص148.

أ)- لغة: من صفات الله عز وجل العليم والعالم والعلاّم. قال تعالى: "وَهُوَ اَلْخَلاَقُ اَلْعَلِيم"، "عَالِمُ اَلْغَيْب وَاَلْشَّهَادَة"، "عَلاَمُ اَلْغُيوب". فهو الله العالم بما كان وبما يكون قبل كونه وبما يكون ولما يكن بعد قبل أن يكون، لم يزل عالما ولا يزال عالما بما كان وما يكون، ولا يخفى عليه خافية في الأرض ولا في السماء سبحانه وتعالى أحاط علمه بجميع الأشياء[1].

- يُعلمُ، أُعْلِمْ، إعلاما غيره الخبر وبالخبر، أخبره به[2].

3/- التغطية الإعلامية:

ا)- اصطلاحا: يقصد بها عملية الحصول على البيانات والتفاصيل الخاصة بحدث معين ،والمعلومات المتعلقة به والإحاطة بأسباب وقوع هذا الحدث ومتى وأين وكيف وقع؟ وأسماء المشتركين فيه وغير ذلك من المعلومات والحقائق التي تجعل الحدث مالكا للمقومات والعناصر التي تجعله صالحا للنشر[3].

ب)- إجرائيا: عملية الإحاطة الإعلامية بجميع جوانب موضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2019، وبسبب أهمية وحساسية هذا الموضوع فإنه يلقى صدى واسعافي الوسائل الإعلامية بصفتها همزة وصل بين الطبقة السياسية والمواطنين، وتسعى القنوات التلفزيونية لنقل كل صغيرة وكبيرة حوله حتى قبل الإعلان الرسمي عن موعد هذه الانتخابات ، بغية نقل حيثيات الموضوع للجزائريين وتزويدهم بالمعلومات حول الحراك السياسي ومحاولة تقريبهم واطلاعهم على مجريات الحدث وتصريحات مختلف الشخصيات لوضع المشاهد الجزائري في الصورة .

ثانيا: الانتخابات الرئاسية:

1/- الانتخابات:

[1]. ابن المنظور، نفس المرجع السابق، ص484.

[2]. محمود المسعدي، **القاموس الجديد للطلاب**، ط1،الشركة التونسية للتوزيع والشركة الوطنية للنشر والتوزيع، (د،ب)، 1979، ص74.

[3]. محمد منير حجاب، **المعجم الإعلامي**، ط1،دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2004، ص154.

أ)- لغة: ينتخبُ، اِنْتَخِبْ، اِنْتِخَابَ الشيء: اختاره – النائبَ: اختاره بإعطائه صوته في الانتخاب[1].

2/- الرئاسية:

أ)- لغة: يرأسُ، آرْأَسْ، رئاسة القوم وعليهم: صار رئيسهم[2].

3/- الانتخابات الرئاسية:

ا)- اصطلاحا: هي عملية انتخاب رئيس الجمهورية بواسطة الشعب بشكل مباشر، بمعنى أن الشعب هو الذي يقوم بانتخاب الرئيس بحيث يكون الانتخاب مباشرا أي على درجة واحدة ودون أي واسطة، أو يكون الانتخاب غير مباشر،فيتم فيه انتخاب رئيس الجمهورية من الشعب على نحو غير مباشر، أي على درجتين بمعنى أن يقوم الناخبون بانتخاب مندوبين عنهم بحيث يقع على هؤلاء المندوبين مهمة انتخاب الرئيس ،وهي الطرية المتبعة في انتخاب رئيس الولايات المتحدة الأمريكية. ويعتقد بأن انتخاب الشعب لرئيس الجمهورية يقوي من استقلال هذا الرئيس إزاء السلطة التشريعية حتى يصير مستقلا تماما عن البرلمان، على اعتبار أنه سلطة مستقلة استحدث الشعب أساس وجودها، مما يؤدي إلى عدم مبالاة الرئيس بالسلطة التشريعية وإهمال وجودها مادام يستند في سلطته ويستمدها من الشعب الذي هو صاحب السيادة الحقيقية في الدولة[3].

ب)- إجرائيا: هي عملية الاقتراع السري والحر لاختيار رئيس الجمهورية، بصورة مباشرة، من قبل الشعب الجزائري داخل الوطن وخارجه لعهدة رئاسية مدتها 05 سنوات قابلة للتجديد مرة واحدة فقط. وتتم الإشارة إلى أنه في الدراسة الحالية استخدم مصطلح الرئاسيات بنفس معنى الانتخابات الرئاسية.

ثالثا: النشرات الإخبارية:

[1]. محمود المسعدي، مرجع سبق ذكره، ص106.

[2]. المرجع نفسه، ص 369.

[3]. إسماعيل عبد الفتاح، مرجع سبق ذكره، ص63.

1/- النشرات:

أ)- لغة: النَّشر: الريح الطيبة/نشر الله الميت: ينشره نَشْرًا ونُشُورا وأَنْشره: أحياه[1].

2/- الإخبار:

أ)- لغة: هو ما ينقل ويحدث به قولا وكتابة ،وخبرت بالأمر أي علمته وخبرت الأمر أخبره إذا عرفته على حقيقته ،والخبر جمع أخبار: هو ما أتاك من نبأ عن من تستخبر فالخبر في اللغة هو العلم بالأمر ومعرفته على حقيقته ،والخبير بالأمر أي العالم به[2].

3/- النشرات الإخبارية:

ا)- اصطلاحا:((شكل من أشكال تقديم المواد الإخبارية في أوقات محددة من خلال الإذاعة أو التلفزيون،وتتضمن القصص الخبرية وبعض الأخبار القصيرة وتقارير المندوبين والمراسلين في الداخل والخارج والتصاريح التي يحصلون عليها حيث يستدعي الأمر الاستشهاد بمصادر الأخبار لمزيد من الواقعية ويحتاج تنفيذ النشرات الإخبارية إلى جهد جماعي يستهدف في المقام الأول تقديم خدمة إخبارية تحظى باهتمام المستمع وربطه بكل ما يدور حوله محليا ،إسلاميا وعالميا بحيث يعيش أحداث مجتمعه وعصره والتفاعل معها من خلال وعي مستنير ومتابعة الأحداث والوقائع اليومية ،ويعتبر الخبر العمود الفقري لكل النشرات الإذاعية ومن دونه لا يوجد اللقاء الخبري أو التحليل الخبري وغيرها، لهذا يتم تلخيص الأحداث الهامة ومتابعتها ثم إعدادها وتقديمها في أوقات محددة ومعروفة للمستمعين والمشاهدين بأسلوب شيق وممتع وفي أشكال خالية من التعقيد)).[3]

ب)- إجرائيا: هي المواعيد الإعلامية الإخبارية الرئيسية وغير الرئيسية الناطقة باللغة العربية التي تبث عبر قناتي النهارtvوالشروق news يوميا وتعرض مجموعة من الأخبار التي تهم الجزائريين بالدرجة الأولى كالمواضيع الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية

[1]. ابن المنظور ،حققه عامر أحمد حيدر وآخرون، مرجع سبق ذكره، ص242.

[2]. محمد جمال الفار، مرجع سبق ذكره، ص155.

[3]. خضير شعبان، مرجع سبق ذكره، ص175.

والسياسية.. بحيث تنال هذه الأخيرة حصة كبيرة في القناتين ومع اقتراب موعد رئاسيات 2019 حظي هذا الموضوع بنصيب لا بأس به من المواضيع السياسية بمختلف القوالب الإعلامية في النشرات.

رابعا: القنوات الجزائرية الخاصة:

1/- القنوات:

أ)- لغة: من القناة وتعني: الرمح الأجوف، كل عصا مستوية أو معوجة، حفرة توضع فيها النخلة، مجرى الماء ويقال فلان صلب القناة أي القامة[1].

2/- الخاصة:

أ)- لغة: الخاص هو ما ينتمي إلى شخص معين، أو شيء بذاته – ضد العام (ج) خواص[2].

3/- القنوات الجزائرية الخاصة:

ا)- اصطلاحا:هي أبرز المحطات التلفزيونية المحلية الخاصة في الجزائر، وهي قنوات جزائرية حديثة النشأة أطلقت معظمها البث في الجزائر بعد فتح المجال أمام القطاع الإعلامي الخاص للسمعي البصري والتعددية الإعلامية بداية من سنة 2011[3].

كما أنها قنوات مستقلة بذاتها تتميز بعدم قدرة الدولة على مراقبة النشاط الفضائي الخاص بها. كما أنها قادرة على تشكيل رأي عام مستقل وداعم لما تطرحه من أفكار

[1]. محمود المسعدي، مرجع سبق ذكره، ص863.

[2]. مرجع سبق ذكره، ص298.

[3]. عبد اللطيف شريف، عبد الغني حاج مبارك، **اتجاهات الجمهور إزاء مصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة- قناة النهار أنموذجا-**، مذكرة لنيل شهادة الماستر أكاديمي في الإعلام والاتصال،تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2017/2016، ص16.

ومواقف، وتجذب هذه القنوات قطاعات معينة من جمهور المشاهدين..، وذلك بتوجيه الجهود نحو سوق من المستهلكين[1].

ب)- إجرائيا: هي مجموعة القنوات التابعة للخواص الجزائريين، ذات الاستقلال المالي، التي تتمتع بقدر من الحرية في الطرح وتهتم برصد شؤون الجزائريين وتتناول مختلف المواضيع والقضايا المتداولة بينهم. ومن بين هذه القنوات ما تتناوله الدراسة الحالية قناة النهار tvوقناة الشروق newsاللتان هما مجتمع الدراسة الحالية.

[1]. علاء الدينقاسي ، إيمانزويدي ، إدريسبوعاتي ، **صورة القنوات الجزائرية الخاصة لدى جمهورها- قناة النهار أنموذج**-،دراسة ميدانية بجامعة 08 ماي 1945 بقالمة، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة جامعة 08 ماي 1945، 2017/2016، ص82.

حاولنا من خلال هذا الفصل التفصيل في العناصر المنهجية التي تسمح بتأطير الدراسة الميدانية وتسير بها إلى تحقيق الأهداف المتوخاة من هذه الدراسة وتم ذلك على الخصوص بتحديد الإشكالية مرفوقة بتساؤلاتها الفرعية إلى جانب أهمية، أهداف و أسباب الدراسة مصحوبة بمصطلحات الدراسة كما قدمنا الدراسات السابقة التي إعتمدنا عليها.

الجانب التطبيقي

توطئة

أولا:التعريف بالقناتين

ثانيا:عرض وتحليل نتائج الدراسة .

ثالثا: الإستنتاجات العامة على ضوء التساؤلات.

خلاصة

في كل بحث علمي لا بد من التطرق إلى الجانب التطبيقي بصفته الطريقة الأنجح للوصول إلى نتائج أو مقترحات أو حلول أو إثبات أو نفي لفرضيات الباحث أو تساؤلاته.

أولا: التعريف بالقناتين:

أ- تعريف قناة النهار tv

- **التسمية:** النهار TV
- **النوع:** قناة إخبارية
- **تاريخ الإنشاء:** 2012/02/29
- **القمر:** نايل سات
- **التردد:** 12360
- **الإتجاه:** أفقي
- **معدل الترميز:** 27500
- **الموقع الإلكتروني الرسمي:** https://www.ennaharonline.com
- **تاريخ إنشاء القناة على اليوتيوب:** 2013/01/01
- **عدد المشاهدات على اليوتيوب:** 1,524,468,233 مشاهدة
- **رابط القناة على اليوتيوب:**

https://www.youtube.com/channel/UC57OCoLoU6zAtBdJOmwg2vA

ب- تعريف قناة الشروق news

- **التسمية:** الشروق NEWS
- **النوع:** قناة إخبارية
- **تاريخ الإنشاء:** 06 مارس 2011
- **القمر:** نايل سات
- **التردد:** 10992
- **الإتجاه:** عمودي
- **معدل الترميز:** 27500
- **الموقع الإلكتروني الرسمي:** https://tv.echoroukonline.com
- **تاريخ إنشاء القناة على اليوتيوب:** 2014/02/13
- **عدد المشاهدات على اليوتيوب:** 483,214,681 مشاهدة
- **رابط القناة على اليوتيوب:** https://www.youtube.com/user/EchorouknewsTV

الجدول رقم (03): نوع المادة الإعلامية لقناتي الشروق news والنهار tv:

نوع المادة الإعلامية	الشروق news		النهار tv	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الحديث الصحفي	9	42,86	5	20,83
تعليق إخباري	3	14,29	0	0
تقرير إخباري	2	9,52	3	12,5
خبر صحفي	7	33,33	16	66,67
المجموع	21	100	24	100

يكشف لنا الجدول رقم (03) عن أنماط المادة الإعلامية التي استخدمتها قناتا الشروق **news** والنهار**tv** في معالجتهما لموضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2019. إذ يعرف هذا الاستخدام تباينا وتقاربا بينهما.

يتجلى التقارب في استخدام كلتا القناتين لأنواع مختلفة من الأنماط الإعلامية في نشراتهما الإخبارية. أما الاختلاف فيظهر في نمط المادة الأكثر استخداما خلال فترة التحليل في كلتا القناتين، إذ استخدم الحديث الصحفي بنسبة 42.86% في قناة الشروق**news**. بينما النهار**tv** كان الخبر الصحفي هو أكثر الأنماط استخداما خلال نفس الفترة بنسبة20.83%.

ويظهر الاختلاف أيضا في النمط الأقل استخداما في القناتين، فالشروق **news** كان استخدامها للتقرير الإخباري بنسبة 9.52%، بينما لم يتم استخدام التعليق الإخباري في النهار**tv**.

من خلال القراءات السابقة نستنتج أن القناتين اهتمتا معا بموضوع الانتخابات الرئاسية 2019 خلال الفترة التي سبقت الإعلان عن موعدها ويتضح هذا جليا من خلال الأنماط الغالبة المستخدمة في كلتيهما والمتمثلة في:

- الحديث الصحفيفي الشروق **news** مما يدل على أنها اهتمت بنقل الآراء وتسليط الضوء على تصريحات مختلف الفاعلين السياسيين، لوضع المشاهد في الصورة عن نظرتهم حول الموضوع.
- في حين أن قناة النهار**tv** وظفت الخبر الصحفي في معظم المحتوى المتعلق برئاسيات 2019 خلال فترة التحليل وهذا ما يعكس الطبيعة الإخبارية للقناة بالدرجة الأولى واهتمامها الكبير بالموضوع .

الجدول رقم (04): نوع العناوين المستخدمة في فيديوهات القناتين:

نوع العناوين		قناة الشروق news		قناة النهار tv	
		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
موجود	إخباري	15	71.43	5	20.83
	استفهامي	1	4.76	0	0
	اقتباسي	0	0	7	29.17
لا يوجد		5	23,81	12	50
المجموع		21	100	24	100

يكشف لنا الجدول رقم (04) عن نوع العناوين الموجودة في الفيديوهات المقتطعة من نشرات أخبار القناتين خلال فترة الدراسة والمتطرقة لموضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2019، إذ عرف هذا التوظيف فروقات من حيث الاستخدام من عدمه ومن حيث طبيعة الصيغة اللغوية للعناوين.

يتضح من الإحصائيات في الجدول رقم (04) أعلاه أن كلتا القناتين لديهما فيديوهات غير معنونة مع اختلاف في نسبتها بينهما، فقناة الشروق **news** بلغت نسبة الفيديوهات غير المعنونة 23.81%على خلاف قناة النهار**tv** التي بلغتفيها الفيديوهات غير المعنونة نسبة 50%من مجمل فيديوهات القناة خلال فترة التحليل.

إضافة إلى هذا نلاحظ أن العنوان الإخباري هو النوع الوحيد المستخدم من كلتا القناتين مع تباين في النسب، إذ أن قناة الشروق **news** وظفته بأغلبية ساحقة في فيديوهاتها بنسبة 71.43% مقارنة بالنهار**tv** التي وظفته بنسبة 20.83%.بينما اعتمدت هذه الأخيرة على العناوين الاقتباسية بنسبة 29.17%في حين لم تراع قناة الشروق **news** أي اهتمام لهذا النوع من العناوين.

من خلال ما سبق نستنتج أن كلتا القناتين عنونتا معظم فيديوهاتهما المتعلقة بموضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2019 خلال فترة التحليل، وهذا يدل على اعتماد القناتين على أسلوب جذب المشاهد للمحتوى من خلال العنوان بنسبة عالية في الشروق **news** مقارنة بالنهار**tv** .

إضافة لهذا فقد وظفت قناة الشروق **news** العنوان الإخباري في غالبية فيديوهاتها، مما يشير إلى حرصها على الإشارة للمحتوى بجملة إخبارية كاملة وواضحة، على عكس النهار**tv**التي اعتمدت بدرجة كبيرة على العنوان الاقتباسي، والذي تسعى من خلاله إلى إضفاء نوع من الترقب والتشويق للمشاهد، من خلال إعطائه جملة من آراء وتصريحات الشخصية المتحدثة في الفيديو، بينما لم يحض هذا النوع بأي اهتمام من قبل قناة الشروق **news.** وفيما يتعلق بالعناوين الاستفهامية فلم تلق الاهتمام من كلتا القناتين مما يدل على تجنب لجوئهما إلى إرهاق المشاهد في تخمين المضمون لذلك تقدمان له خلاصة القول في جملة إخبارية أو اقتباسية.

الجدول رقم (05): اللغة التي استخدمها الفاعلون في فيديوهات القناتين:

اللغة المستخدمة	قناة الشروق news		قناة النهار tv	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
عربية فصحى	6	28.58	10	41.66
اللهجة العامية	2	9.52	1	4.17
اللغة الفرنسية	1	4.76	0	0
مختلطة	12	57.14	13	54.17
المجموع	21	100	24	100

يبين لنا الجدول رقم (05) نوع اللغة المستخدمة من قبل المتحدثين في فيديوهات كلتا القناتين المتعلقة بموضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2019، إذ يوضح تشابها كبيرا بينهما من حيث نوع اللغة المستخدمة ومن حيث الترتيب في نسبة استخدامها (المختلطة، اللغة العربية الفصحى، اللهجة العامية ثم اللغة الفرنسية).

نلاحظ أعلاه أن كلتا القناتين كانت نسبة عرضهما للفيديوهات المتحدثة باللغة المختلطة قد شملت معظم الفيديوهات التي تناولت موضوع رئاسيات 2019، خلال فترة التحليل، إذ سجلت نسبا متقاربة بينهما فقد بلغت في قناة الشروق**news** 57.14% في حين بلغت 54.17% في قناة النهار**tv**. كما نلاحظ تدنياً كبيراً في استخدام اللغة الفرنسية في قناة الشروق **news**، وانعدام استخدامها في قناة النهار**tv**.

ومما سبق نستنتج أن الشخصيات التي عرضتها قناتا الشروق **news** والنهار**tv** في الفيديوهات المتعلقة بموضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2019 تحدثت باللغة المختلطة بغية إيصال المعلومة بسلاسة، ليتمكن الجمهور من فهم الرسالة واستيعابها، نظرا لأن غالبية الشعب الجزائري يتحدث باللغة المختلطة. على عكس اللغة الفرنسية التي

لم تلق النصيب الأوفر من الاستخدام لدى الشخصيات (عدا الفيديو الذي تحدث فيه رجل الأعمال أسعد ربراب)[1]،للوصول إلى أكبر عدد ممكن من شرائح الجمهور الجزائري.

الجدول رقم (06): نوع اللقطة المستخدمة:

نوع اللقطة	قناة الشروق news		قناة النهار tv	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
اللقطة القريبة	1	3.7	0	0
اللقطة المتوسطة	18	66.67	20	74,07
اللقطة البعيدة	8	29.63	7	25,93
المجموع	*27	100	*27	100

*بعض الفيديوهات استخدمت أكثر من نوع واحد من أنواع اللقطات

يكشف لنا الجدول رقم (06) عن أنواع اللقطات المستخدمة في الفيديوهات المتعلقة بموضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2019 في قناتي النهار **tv** والشروق **news** خلال فترة التحليل سابقة الذكر،إذ عرف هذا الاستخدام تقاربا كبيرا بين القناتين.

اعتمدت كلتا المؤسستين الإعلاميين على اللقطة المتوسطة في غالبية الفيديوهات المتعلقة بالموضوع المذكور أعلاه بصفة متقاربة بلغت 66.67% للشروق **news** و74.07 % للنهار **tv**، وهذا يشير إلى مدى اهتمام القناتين بالتركيز على ما تدلي به الشخصيات المتضمنة في الفيديوهات أكثر من الاهتمام بملامحها وردود أفعالها إزاء الموضوع الذي تتحدث فيه، وهذا ما يظهر في الجدول رقم (06) أعلاه من إهمال في استخدام اللقطة القريبة والذي بلغ نسبة 3.7 %في قناة الشروق **news** وبنسبة منعدمة في النهار **tv**، بينما اللقطة البعيدة كان استخدامها بصفة متوسطة ومتقاربة أيضا في القناتين بنسبة 25.93% للنهار **tv** و29.63 % للشروق **news**.

[1].https://www.youtube.com/watch?v=TDUWNotkRGY.

مما سبق نستنتج أن القناتين لجأتا للتركيز على المضمون الذي تدلي به الشخصيات بالدرجة الأولى وهذا ما يعزز الطبيعة الإخبارية للقناتين. إذ اكتفتا بنقل الخبر الإعلامي للجمهور وبإبراز الحضور والمنظر العام الذي يدور فيه الخبر بالدرجة الثانية دون الخوض في الجانب التعبيري لملامح الشخصيات.

الجدول رقم (07): مضمون صور مقاطع الفيديو للقناتين:

مضمون الصور	قناة الشروق news		قناة النهار tv	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
صورة الموضوع	2	9.52	2	8,33
صورة الشخصية	13	61.9	13	54.17
كليهما	6	28.58	9	37,5
المجموع	21	100	24	100

يبين لنا الجدول رقم (07) مضمون الصور التي تضمنتها فيديوهات كل من قناتي الشروق **news** والنهار **tv** أثناء نقلهما للأخبار المتعلقة بموضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2019، إذ تشهد نسبا متقاربة جدا من حيث محتوى الصور المعروضة والأقل عرضا خلال فترة التحليل.

نلاحظ أن كلتا القناتين قد ركزتا على عرض صورة الشخصية المتحدثة في معظم المقاطع، ففي قناة الشروق **news** بلغت نسبتها 61.9% وبنسبة 54.17 % في قناة النهار **tv**، كما اعتمدتا أيضا على كلتا الصورتين (الشخصية والموضوع معا) في الفيديو الواحد. إذ استخدمتها الشروق **news** بنسبة 28.58% والنهار **tv** بنسبة 37,5%، وفيما يخص صورة الموضوع فقد استخدمت بشكل شبه متساو بينهما فبلغت به الشروق **news** نسبة 9.52 % والنهار **tv** بنسبة 8,33%.

ما يمكن استنتاجه مما سبق أن كلتا القناتين اهتمتا بعرض صورة الشخصيات بكثرة في المضمون المتعلق بموضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2019، خلال فترة التحليل المذكورة سلفا. وذلك لرغبتها في نقل المستجدات من صاحبها الأصلي لما في ذلك من تنمية وإثراء للمضمون من جهة وللحفاظ على أمانة المعلومة من جهة أخرى، واعتمدت على كلتا الصورتين معا(صورة الشخصية وصورة الموضوع)، لتنقل مقتطفات من الحدث الذي يدور حوله الموضوع موازاة مع نقل تصريحات الفاعلين فيه، مما يزيد من مصداقية الخبر ويبرهن على مدى اهتمام القناتين به، وعدم افتقارهما للمادة الإعلامية التي رغبتا في عرضها للجمهور.

الجدول رقم (08):تكرار ظهور الفاعلين في فيديوهات القناتين:

الفاعلون		قناة الشروق news		قناة النهارtv	
		التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
يوجد	عبد الرزاق مقري	3	12.5	4	16
	أحمد أويحي	2	8.33	2	8
	عبد العزيز بلعيد	1	4.17	2	8
	عمار غول	0	0	3	12
	جمال ولد عباس	5	20.83	4	16
	أبو جرة سلطاني	0	0	3	12
لا يوجد		3	12.5	1	4
أخرى		10	41.67	6	24
المجموع		24*	100	25*	100

*هناك فيديوهات تحتوي على أكثر من شخصية واحدة متحدثة.

يشكل الجدول رقم (08) تكرار ظهور الشخصيات التي تحدثت عن موضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2019 ضمن مقاطع من نشرات الأخبار المعروضة على قناتي

النهار**tv**والشروق **news** خلال فترة التحليل، والذي يبين تقاربا نوعا ما بين القناتين في تكرار عرض مجموعة من الفاعلين دون غيرهم.

نلاحظ من خلال الإحصائيات أعلاه أن كلتا القناتين لم تركزا على شخصية واحدة لعرضها ضمن نشراتهما الإخبارية، بل عرجتا إلى مجموعة من الشخصيات الأخرى التي تشمل برلمانيين، صحفيين، ومنسقين للأحزاب.. لإبراز رِؤية هذه الشخصيات حول موضوع الانتخابات، وهذا ما تشير إليه الإحصائيات في كلتا القناتين إذ نلاحظ أن فئة (شخصيات أخرى) لها النسبة الأعلى لديهما فقد بلغت نسبة 41.67% في قناة الشروق **news** و24% في النهار**tv**. يليها الأمين العام لحزب جبهة التحرير الوطني جمال ولد عباس بنسبة متقاربة حددت ب 20.83% في الشروق **news** و16% في النهار**tv**.

من خلال ما سبق نستنتج أن قناتي النهار**tv** والشروق **news**، خلال فترة التحليل، قامتا بعرض آراء وتصريحات الطبقة السياسية وفاعلين آخرين، المتعلقة بموضوع الانتخابات الرئاسية 2019 بصفة محايدة نوعا ما، بسبب تقارب النسب بالنسبة للشخصيات الموالية والمعارضة لاستمرارية الرئيس عبد العزيز بوتفليقة. وهذا يوضح مدى رغبة القناتين في تسليط الضوء على كلا الاتجاهين بغية وضع المشاهد في الصورة، ومحاولة إيصال ما أمكن من أقوال الشخصيات مباشرة للمتلقي، وهذا ما تدل عليه فئة (لا يوجد) التي تشير إلى الفيديوهات التي لا تحتوي على تصريحات إحدى الشخصيات أين كانت نسبتها ضعيفة لدى القناتين.

الجدول رقم (09): المواضيع التي طرحتها كلتا القناتين في فيديوهاتهما:

المواضيع	قناة الشروق news		قناة النهار tv	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الإعلان عن الترشح	4	17.39	1	3.71
الحديث عن المرشحين المحتملين	1	4.35	3	11.11
مبادرة تأجيل أو تمديد العهدة الرابعة	2	8.70	3	11.11
التخطيط للرئاسيات	2	8.70	9	33.33
الحديث عن عبد العزيز بوتفليقة	5	21.74	5	18.52
البحث عن التوافق بين أحزاب الموالاة والمعارضة	3	13.04	3	11.11
أخرى	6	26.08	3	11.11
المجموع	*23	100	*27	100

*هناك مقاطع تحتوي على أكثر من موضوع واحد.

يشير الجدول رقم (09) إلى المواضيع التي تناولتها كل من قناة الشروق **news** وقناة النهار**tv**والتي تضمنتها مقاطع الفيديو الخاصة بالقناتين فيما يخص موضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2019، فيظهر من خلال هذا الجدول تكرار للمواضيع المطروحة خلال فترة التحليل.

نلاحظ أن موضوع التخطيط للرئاسيات يتفوق على غيره من المواضيع التي طرحتها قناة النهار**tv**ضمن محور انتخابات 2019، خلال الفترة التي أجري فيها التحليل، إذ بلغت نسبته 33.33%، بينما لم يتجاوز هذا الموضوع نسبة 8.70 % في قناة الشروق **news**. في حين سجلت نسبة 26.08% كأعلى نسبة من المواضيع المتعددة والمختلفة (أخرى) بقناة الشروق **news** مقابل نسبة 11.11 % بقناة النهار**tv**.

كما نلاحظ أن أدنى نسبة من المواضيع سجلت في قناة النهار **tv** بنسبة 3.71% لموضوع الإعلان عن الترشح مقابل 17.39 % بقناة الشروق **news** ، وأقل موضوع في هذه الأخيرة (قناة الشروق **news**) هو الحديث عن المرشحين المحتملين إذ حاز على نسبة 4.35 % تقابلها نسبة 11.11% لقناة النهار **tv**.

مما سبق نستنتج أن هناك تعددا وتنوعا في المواضيع التي عرضتها كلتا القناتين في فيديوهاتهما عن الانتخابات الرئاسية لسنة 2019، وبناءا عن النسب المتحصل عليها خلال فترة التحليل يتضح أن كل قناة ركزت على موضوعات دون غيرها وأهملت موضوعات أخرى. ويظهر ذلك بنسب مختلفة ومتفاوتة بينهما مما يعكس مدى تنوع المواضيع التي عالجتها القناتان ومدى تعدد وثراء محتواهما الإخباري من جهة، كما يعكس مدى سعي القناتين نحو السبق الصحفي ومواكبة الحدث الانتخابي من جهة أخرى.

الجدول رقم (10): الأسلوب المتبع في تقديم الأخبار من قبل القناتين:

الأسلوب	قناة الشروق news		قناة النهار tv	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
أسلوب حواري	0	0	3	12.5
أسلوب عرض لرأي	17	70.83	3	12.5
أسلوب إخباري	7	29.17	18	75
المجموع	24*	100	24	100

*هناك فيديوهات اعتمدت على أكثر من أسلوب في تقديم الأخبار

يوضح لنا الجدول رقم (10) الأسلوب المتبع من قبل قناتي الشروق **news** والنهار **tv** أثناء عرضهما للمحتوى المتعلق بالانتخابات الرئاسية لسنة 2019 خلال فترة التحليل، والذي نلاحظ من خلاله اختلافافي الأسلوب المستخدم.

نلاحظ من خلال النسب أعلاه أن أسلوب عرض الرأي طغى على الأساليب المتبعة في قناة الشروق **news**إذ بلغ نسبة 70.83%،بينما كان الأسلوب الإخباري هو الغالب في قناة النهار**tv**بنسبة 75%، وكان الأسلوب الحواري أقل نسبة في الشروق **news** على خلاف النهار**tv** الذي كانت نسبته متساوية مع أسلوب عرض الرأيبنسبة 12.5%.

مما سبق ذكره نستنتج أن كلتا القناتين اعتمدتا على أسلوب مختلف في نقل الأخبار ذات العلاقة بموضوع رئاسيات سنة 2019 خلال فترة التحليل، وهذا ما يدعم الإحصائيات المتحصل عليها من الجدول رقم (03) أعلاه. إذ يوضحان سياسة كل قناة في نقلها للمعلومة، إضافة لهذا نستنتج عدم اهتمام قناة الشروق **news** بالأسلوب الحواري الذي يعتمد على إجراء مقابلات مع شخصيات ذات صلة بالموضوع، على عكس النهار**tv** التي استخدمته في بعض المقاطع.

الجدول رقم (11):اتجاه الفاعلين من العهدة الرئاسية الخامسة:

اتجاه الفاعلين	قناة الشروق news		قناة النهارtv	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
مؤيد	5	23.81	10	41.66
معارض	5	23.81	4	16.67
محايد	7	33.33	4	16.67
صفري	4	19.05	6	25
المجموع	21	100	24	100

يوضح الجدول رقم (11) موقف واتجاه الشخصيات التي تضمنتها فيديوهات كل من قناتي الشروق **news** والنهار**tv** حول ترشح عبد العزيز بوتفليقة للعهدة الخامسة في

الانتخابات الرئاسية لسنة 2019، فقد تباينت النسب بين المؤيدين لها والمعارضين والمحايدين، التي ظهرت خلال فترة التحليل.

نلاحظ من خلال الجدول أن أعلى نسبة في مقاطع قناة الشروق **news** هي المحايدة 33.33 % التي كان طرحها متوازنا حول موضوع العهدة الخامسة، بينما في قناة النهار**tv** تغلبت الشخصيات المؤيدة لترشح عبد العزيز بوتفليقة بنسبة 41.66 % عن باقي الخيارات الأخرى، في حين سجلت أقل النسب في قناة الشروق **news** في الفيديوهات الصفرية بنسبة 19.05%.

يمكننا أن نستنتج مما سبق أن قناة النهار**tv** من القنوات الموالية للرئيس المستقيل عبد العزيز بوتفليقة بتاريخ2019/04/14 بسبب طغيان المقاطع المناشدة لاستمرارية النظام والترشح لعهدة جديدة .بينما تصنف الشروق **news**ضمن القنوات المحايدة بسبب طرحها للموضوع بتوازن دون إظهار أو تغليب أحد الاتجاهات. (قناة الشروق اعتبرت في فترة ما من القنوات المعارضة للعهدة الخامسة لذلك تعرضت للتضييق المالي من خلال حبس الإشهار العمومي عنها، ومطالبة مؤسسة الشروق بدفع مستحقاتها تجاه المطابع العمومية، مما خلق أزمة مالية في المؤسسة أدت إلى عدم دفع مستحقات عمالها لعدة شهور).

الجدول رقم (12): القيم المستخدمة من قبل القناتين:

القيم	قناة الشروق news		قناة النهار tv	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الاستمرارية	6	28.57	10	41.67
التغيير	5	23.81	2	8.33
التوافق الوطني	2	9.52	6	25
لا يوجد	8	38.10	6	25
المجموع	21	100	24	100

يبين لنا الجدول رقم (12) القيم المستخرجة من فيديوهات قناتي الشروق**news** والنهار**tv**، إذ يوضح تباينا كبيرا ما بين القناتين في الأهداف التي ترمي إليها المواضيع التي عرضتها كل منهما، وهذا ما يعرفنا بالمقاصد الإعلامية لكليهما.

يتضح لنا من الجدول أن معظم مقاطع فيديوهات قناة الشروق **news** المتعلقة بالانتخابات الرئاسية لسنة 2019، خلال فترة التحليل، لم تكن لديها قيم محددة يمكن حصرها في فئات معينة وهذا ما بلغت نسبته 38.10% من مجمل فيديوهات القناة، بينما قناة النهار**tv** كان معظم فيديوهاتها يناشد الاستمرارية بنسبة 41.67%. في حين لم تظهر قيمة التغيير في قناة النهار بنسبة كبيرة حيث بلغت 8.33% بينما في الشروق **news** على عكس النهار**tv** كانت نسبة هذه القيمة مرتفعة نوعا ما بـ 23.81%.

يمكن أن نستنتج مما سبق أن قناة الشروق **news**،خلال فترة التحليل، سعت لعدم إظهار قيم محددة في الفيديوهات المتعلقة بموضوع رئاسيات2019 في نشرات الأخبار بل نوعت في العرض بين الاستمرارية والتغيير وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على لجوء القناة للحياد في التقديم وهذا ما تدعمه النتائج المتحصل عليها من الجدول رقم (11)

الذي يبرز تساو في عرض اتجاه الفاعلين والشخصيات حول العهدة الخامسة للرئيس عبد العزيز بوتفليقة مع ارتفاع في نسبة عرض الشخصيات المحايدة لهذا الطرح. هذه النتائج معاكسة تماما لما يظهر من إحصائيات قناة النهار**tv** والتي تمكننا من استنتاج أنها سعت لإبراز قيمة الاستمرارية في فيديوهاتها أكثر من أي قيمة أخرى وهذا ما تدعمه أيضا النتائج المتحصل عليها من الجدول رقم (11).

الجدول رقم (13): نوع الوسيلة الإقناعية المستخدمة من قبل القناتين:

الوسيلة الإقناعية	قناة الشروق news		قناة النهار tv	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
أسلوب عاطفي	3	14.29	17	60.71
أسلوب عقلي	12	57.13	8	28.58
أسلوب تخويفي	3	14.29	3	10.71
لا يظهر	3	14.29	0	0
المجموع	21	100	*28	100

*هناك فيديوهات ظهر فيها أكثر من أسلوب اقناعي واحد.

يكشف لنا الجدول أعلاه عن الوسيلة التي استعانت بها الشخصيات في تصريحاتها حول موضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2019 والتي تضمنتها مقاطع فيديو كل من قناتي الشروق **news** والنهار**tv** في فترة التحليل.

نلاحظ أن قناة الشروق **news** طغى على فيديوهاتها الأسلوب العقلي بنسبة 57.13%، بينما باقي الأساليب (العاطفي والتخويفي) فقد تساوى في نفس النسبة مع الفيديوهات التي لم يظهر لها أسلوب واضح خلال فترة التحليل إذ بلغت نسبها 14.29%، على عكس قناة النهار**tv** التي سيطر على أغلب فيديوهاتها الأسلوب

العاطفي بنسبة 60.71%، يليه الأسلوب العقلي بنسبة 28.58%، وبعده الأسلوب التخويفي بنسبة 10.71%.

مما سبق نستنتج أن القناتين تختلفان في نوعية الأسلوب الذي استعملتاه في عرضهما لمختلف الأخبار التي تدور حول الانتخابات الرئاسية لسنة 2019 خلال فترة التحليل، فنلاحظ أن قناة الشروق **news** ركزت على الأسلوب العقلي أكثر من غيره من الأساليب، إذ استخدمته من أجل الإحاطة بالموضوع بموضوعية وحيادية ووضع المشاهد في الصورة حول ما يحدث في الساحة السياسية حول موضوع رئاسيات 2019، خلال فترة التحليل، وقناة النهار**tv** ركزت أكثر على الأسلوب العاطفي كوسيلة للتأثير في المشاهد ومحاولة استثارة عواطفه اتجاه ما ترمي إليه القناة. وهذا الاختلاف في نوعية الوسيلة الإقناعية المعتمدة من قبلهما يدل على سعي كلتا القناتين لإيصال الخبر للمشاهد حسب ما يخدم قيمها وتوجهها، وهذا ما يدعم النتائج المتحصل عليها في الجدولين رقم (11) و(12).

الجدول رقم (14): الوظيفة الإعلامية للقناتين:

الوظيفة الإعلامية	قناة الشروق news		قناة النهار tv	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الوظيفة الإخبارية	15	71.43	12	50
الوظيفة التفسيرية	6	28.57	12	50
المجموع	21	100	24	100

يوضح الجدول رقم (14) الوظيفة الإعلامية لقناتي الشروق **news**والنهار**tv**من خلال الفيديوهات المتعلقة بموضوع الانتخابات الرئاسية لسنة2019، خلال فترة التحليل، أين يتضح اختلاف بينهما في الوظيفة التي يسعيان إليها.

يظهر من خلال الجدول أعلاه أن قناة الشروق **news**اعتمدت على الإخبار في أغلب فيديوهاتها حيث بلغت نسبة 71.43%على عكس قناة النهار**tv** التي وازنت بين التفسير والإخبار في كامل فيديوهاتها حيث كانت النسبة متساوية بينهما.

يمكننا أن نستخلص من خلال ما سبق أن قناة الشروق **news**اعتمدت على الإخبار بالدرجة العليا أثناء طرحها لموضوع الانتخابات الرئاسية 2019، وهذا ما يدعم طبيعتها الإخبارية، وما يبرهن مدى حرصها على الاكتفاء بإيصال المعلومة دون تفسيرها وبالتالي تبنيها اتجاه الحياد في الموضوع، خاصة في فترة التحليل التي لم يكن هناك داع لتفسيرها – حسبها– فيما يتعلق بالموضوع. على عكس قناة النهار**tv** التي مزجت بين الإخبار والتفسير في المضامين فاتحة المجال بذلك للشخصيات المختلفة (الجدول رقم 08) من إعطاء رأيها حول الموضوع (الجدول رقم10).

ثالثا: الاستنتاجات العامة على ضوء التساؤلات:

بعد الدراسة التحليلية التي أخضعنا بمقتضاها مقاطع فيديوهات قناتي النهار tv والشروقnewsالمتعلقة بموضوع رئاسيات 2019 للتحليل وذلك باستخدام أداة تحليل المحتوى، وبالانطلاق أساسا من سؤال رئيسي مفاده: كيف عالجت النشرات الإخبارية لقناتي النهار TV والشروق NEWS موضوع رئاسيات 2019 في الفترة الممتدة من 2018/01/01 إلى 2018/12/31 ؟

وكنا قد حددنا أربع محاور فرعية مشتقة منه تتمثل في:

- البحث عن الدلائل المعبرة عن مدى اهتمام كلا القناتين بموضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2019 في نشراتها الإخبارية.
- المواضيع التي ركزت عليها مقاطع نشرات الأخبار أثناء تغطيتها لموضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2019.
- مدى التزام كلتا القناتان بالحياد أثناء طرحهما لموضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2019.

بإمكاننا أن نعرض إجمال ما توصلنا إليه من نتائج:

أولا: الدلائل المعبرة عن مدى اهتمام القناتين بموضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2019 في نشراتهما الإخبارية:

من الناحية المبدئية يظهر مدى تطرق كل من النشرات الإخبارية لقناتي النهار**tv** والشروق**news** خلال الفترة التي تسبق الإعلان الرسمي عن موعد الانتخابات الرئاسية 2019 (مابين 01 جانفي 2018 إلى غاية 31 ديسمبر 2018) لهذا الموضوع حيث يظهر اهتمام قناة النهار**tv** بالموضوع أكثر من الشروق **news**، ويظهر ذلك من خلال:

أ- عدد الفيديوهات المتاحة على قناة اليوتيوب الخاصة بكل قناة إذ بلغت 24 فيديو في قناة النهار tv و 21 فيديو في قناة الشروق news.

ب- فيديوهات قناة النهار tv أطول زمنياً من فيديوهات قناة الشروق news.

ت- اهتمت قناة النهار tv بنقل مستجدات الموضوع للمشاهد حيث وظفت الخبر الصحفي إلى جانب الأسلوب الإخباري في معظم المحتوى. في حين أن الشروق news اهتمت بنقل الآراء وتسليط الضوء على تصريحات مختلف الفاعلين السياسيين حول الموضوع عن طريق استخدام الحديث الصحفي ضف إلى ذلك أسلوب عرض الرأي، وهذا راجع إلى أن معظم فيديوهات قناة النهار tv تبدأ بتمهيد من قبل الصحفي من الأستوديو قبل الانتقال إلى عرض المحتوى، بينما في مقاطع قناةالشروق news فيكون عرض المحتوى بطريقة مباشرة دون تسبيقها بمقدمة الصحفي في الأستوديو.

لقد استعانتالنهار **tv** بالعنوان الاقتباسي على خلاف الشروق **news** التي اعتمدت على العنوان الإخباري مما يدل على مدى اهتمامهما بالعنوان كعنصر جاذب للجمهور رغم الاختلاف في نوعه لديهما.

إضافة لذلك، فقد تمثلت مواطن التوافق في:

1) الشخصيات التي عرضتها قناتا الشروق **news** والنهار **tv** في الفيديوهات المتعلقة بموضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2019، تحدثت باللغة المختلطة.
2) القناتان لجأتا للتركيز على المضمون الذي تدلي به الشخصيات بالدرجة الأولى من خلال استخدام اللقطة القريبة في غالبية الفيديوهات.
3) كلتا القناتين اهتمتا بعرض صورة الشخصيات بكثرة في المضمون المتعلق بموضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2019.

ثانيا: المواضيع التي ركزت عليها مقاطع نشرات الأخبار أثناء تغطيتها لموضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2019:

1- تبعا للجو السائد في الساحة السياسية خلال السنة التي تسبق إجراء الانتخابات الرئاسية لسنة 2019، وطبقا للظروف الصحية للرئيس المستقيل عبد العزيز بوتفليقة – أثناء فترة التحليل- موازاة مع التكهنات والتوقعات التي أدلت بها الطبقة السياسية إزاء مستقبل الجزائر في سنة 2019 إضافة لوظيفة الإعلام الأساسية والمتمثلة في نقل ما يجري بالساحة السياسية للرأي العام. فقد جاءت القضايا والمواضيع التي عالجتها القناتان كالآتي:

I. **الشروق news:**

أ- مواضيع مختلفة.

ب-الحديث عن عبد العزيز بوتفليقة.

ت-الإعلان عن الترشح للانتخابات الرئاسية لسنة 2019.

ث-البحث عن التوافق بين أحزاب الموالاة وأحزاب المعارضة.

ج-مبادرة تأجيل أو تمديد العهدة الرابعةللرئيس عبد العزيز بوتفليقة، التخطيط للرئاسيات.

ح- الحديث عن المرشحين المحتملين.

II. **النهار tv:**

أ- التخطيط للرئاسيات.

ب-الحديث عن عبد العزيز بوتفليقة.

ت-الحديث عن المرشحين المحتملين، مبادرة تأجيل أو تمديد العهدة الخامسة للرئيس عبد العزيز بوتفليقة، البحث عن التوافق بين أحزاب الموالاة وأحزاب المعارضة، مواضيع مختلفة.

ث-الإعلان عن الترشح للانتخابات الرئاسية 2019.

2-قناة الشروق **news**اعتمدت على الوظيفة الإخبارية أثناء طرحها لموضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2019 على عكس قناة النهار**tv** التي مزجت بين الوظيفة الإخبارية والتفسيرية في المضامين.

إن التباين الذي يظهر في ترتيب المواضيع المطروحة بين القناتين وبين الوظيفة الإعلامية الطاغية على فيديوهاتهما يعبر عن سعي كل قناة على حدا إلى صياغة صورة سياسية في ذهن المشاهد تجعله يفكر وفق الإطار الذي رسمته كل منهما لما يخدم سياستها الإعلامية.

لقد أرادت قناة النهارtv إبراز التحضيرات المسبقة للإعلان الرسمي عن موعد رئاسيات 2019 لدى مختلف الأحزاب السياسية، وللحديث عنعبد العزيز بوتفليقة داعمة بذلك مسار الاستمرارية عن طريق المزج في الطرح بين تقديم المعلومة وتفسيرها.

أما قناة الشروق newsفقد تجلى موقف الحيادية من خلال المواضيع التي طرحتها إذ كان أغلبها من المواضيع المختلفة المرتبطة بموضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2019 ولم تركز على موضوع دون آخر، وهذا ما يتضح من الاكتفاء بتقديم الخبر للمشاهد.

ثالثا: الشخصيات التي غطتها القناتان في خرجاتها السياسية أثناء تطرقها لموضوع رئاسيات 2019:

من النتائج المتحصل عليها نرى أن قناتي النهار**tv**والشروق **news** قامتا بعرض آراء وتصريحات الطبقة السياسية وفاعلين آخرين، المتعلقة بموضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2019 بصفة متساوية نوعا ما، كما قد ارتفعت نسبة عرض الشخصيات صاحبة الاتجاه المؤيد لاستمرارية الرئيس عبد العزيز بوتفليقة لدى قناة النهارtv مقارنة مع قناة الشروق

news. إذ نشهد طغيان المقاطع المناشدة لقيمة الاستمرارية والترشح لعهدة جديدة. بينما الشروق **news** طرحت الموضوع بتوازن دون إظهار أو تغليب أحد

كخلاصة لما سبق نستنتج أن قناة النهار**tv** قد تغلبت على قناة الشروق **news**من ناحية مدى الاهتمام بموضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2019، كما تقاربتا كثيرا في المواضيع التي عرضت في مقاطع الفيديو الخاصة بكل واحدة منهما، وباعتمادهما على نقل كل ما استجد به الفاعلون حول ذات الموضوع. وهذا ما يوضح أن الوضع السياسي الذي تمر به الجزائر (إبتداءا من 22 فيفري 2019)لم ينطلق من فراغ. فنظرا للاتجاه الذي يظهر في القناتين –بصفتهما قناتين خاصتين وبصفة أن قناة الشروق**news** محايدة وقناة النهار**tv** موالية للنظام السابق حسب النتائج المتحصل عليها– فإن هذا ساهم في ظهور ردود الأفعال المعارضة للاستمرارية. فمن خلال الموضوعات التي طرحتها كلتا القناتين في سنة 2018 (خلال فترة التحليل) أمكن التنبؤ بانتخابات رئاسية مغايرة عن سابقاتها، حيث تعد هذه الانتخابات من بين العديد من المواضيع التي ساهمت في تأجيج الوعي الشعبي، واعتبرت بوادر لتكوين الرأي العام الوطني، الذي ظهر كردة فعل إزاء إعلان الرئيس المستقيل عبد العزيز بوتفليقة ترشحه لعهدة رئاسية خامسة، وصيغت هذه الانتفاضة باسم الحراك الشعبي الذي عبر من خلاله الشعب الجزائري عن رفضه لاستمرارية النظام.

من خلال هذا الفصل الذي يحتوي على الجانب التطبيقي للدراسة، توصلنا إلى نتائج وحلول للتساؤلات المطروحة والتي استنبطت من إشكاليةالدراسةوبذلك تم إيجاد إجابات مستنتجة من نتائج التحليل المتحصل عليها. ومن ثم الخروج بتوصيات للباحثين المستقبليين.

خاتمة

تلعب القنوات التلفزيونية دورا مهما في إيصال المعلومات ومختلف الأخبار للمشاهد مهما كان مجالها، وباستخدام التقنيات الالكترونية زاد هذا الدور مما سهل على القنوات الإعلامية الوصول إلى أكبر عدد من المتابعين والمشاهدين عبر الوسائط الجديدة. كما يلعب الموضوع الدور الأهم في الانتقال والانتشار بين المشاهدين وذلك حسب أهميته أو لكثرة تداوله.

حيث تمحورت الدراسة الحالية حول التغطية الإعلامية لموضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2019 خلال الفترة الممتدة ما بين (01 جانفي 2018 إلى غاية 31 ديسمبر 2018) إذ تم تحليل المضامين المتعلقة بالفيديوهات الخاصة بنشرات الأخبار التي نقلتها كل من قناتي النهارtv والشروقnewsوالمتاحة عبر قناتيهما في اليوتيوب، ومن بين النتائج التي تم التوصل إليها:

ـ قناة النهار tv اهتمت بالموضوع أكثر من قناة الشروق news.

ـ كلتا القناتين ركزتا على تنويع المواضيع المتحدثة عن رئاسيات 2019.

ـ قناة الشروقnews التزمت بالحياد في تناول الموضوع أكثر من قناة النهارtvالتي مالت بشكل كبير لدعم الرئيس عبد العزيز بوتفليقة .

في الأخير يمكن القول أن الفترة الممتدة ما بين (01 جانفي 2018 إلى غاية 31 ديسمبر 2018) تم فيها تداول موضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2019 من قبل القناتين باهتمام يناسب أهمية الموضوع رغم الفروقات المسجلة في كيفية وطريقة التناول، إذ يمكن اعتبار هذه الفترة بداية القصة السياسية الخاصة بمستقبل الجزائر في سنة 2019 بسبب احتوائها على مواضيع ذات مؤشراتوأبعاد تحيل إلى تقلبات واضطرابات في نظام الحكم (عهدة الرئيس عبد العزيز بوتفليقة) مما أسفر على ولادة الحراك الشعبي الذي بدأ

في 22 فيفري 2019 مؤكدا بذلك على صحة توقعات الباحثتين بأن المواضيع التي طرحت خلال فترة التحليل كانت بداية حدوث التغيير.

وعليه تدعو الباحثتان خريجي المستقبل لإتمام دراسة الحراك الشعبي والتطورات المصاحبة له من استقالة الرئيس عبد العزيز بوتفليقة وتغيير الحكومة ومن ثم تأجيل الإنتخابات الرئاسية وما صاحبها من تغيرات عميقة في الساحة السياسية وفي الوعي السياسي للمواطن الجزائري.

قائمة المراجع

المعاجم والقواميس:

1. ابن المنظور، **لسان العرب**، حققه عامر أحمد حيدر وآخرون،ط1،دار الكتب العلمية، جزء15، لبنان، 2003.
2. المسعدي محمود، **القاموس الجديد للطلاب**، ط1،الشركة التونسية للتوزيع والشركة الوطنية للنشر والتوزيع، (د،ب)، 1979.
3. حجاب محمد منير، **المعجم الإعلامي**، ط1،دار الفجر للنشر والتوزيع، مصر، 2004.

الكتب:

4. إبراهيم مروان عبد المجيد ، **أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية**، ط1، مؤسسة الوراق، الأردن، 2000.
5. أنجرس موريس ، **منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية** (تدريبات عملية)، تر: بوزيد صحراوي، كمال بوشرف وسعيد سبعون، مرا: مصطفى ماضي، دار القصبة للنشر، الجزائر، 2004.
6. الفار محمد جمال، **المعجم الإعلامي**، دار أسامة للنشر والتوزيع ودار المشرق الثقافي، الأردن، 2010.
7. الفضلي عبد الهادي، **أصول البحث**، ط1، دار المؤرخ العربي، لبنان، 1996.
8. تمار يوسف، **تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين**، ط1،طاكسيج-كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، 2007.
9. حسونة نسرين ، **نظريات الإعلام والاتصال**، شبكة الألوكة، (د.ب)، 2015.
10. غراويتز مادلين ، **مناهج العلوم الاجتماعية**، ترجمة: سام عماد، ط1،المركز العربي للتعريب والترجمة والتأليف والنشر، دمشق، 1993.

الرسائل الجامعية:

11. رزاق لحسن، **الحملة الانتخابية لرئاسيات 2009 من خلال الصحافة الجزائرية الخاصة**(دراسة في تحليل مضمون صحيفتي الخبر والشروق اليومي)، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة منتوري، قسنطينة، 2010/2009.

12. شريف عبد اللطيف ، حاج مبارك عبد الغني ، **اتجاهات الجمهور إزاء مصداقية الأخبار في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة– قناة النهار أنموذجا–**، مذكرة لنيل شهادة الماستر أكاديمي في الإعلام والاتصال، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، 2017/2016.

13. طفياني زكرياء، براهمي كنزة، **المعالجة الصحفية لموضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2014** (دراسة تحليلية لجريدة الشروق اليومي)، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، قسم العلوم الإنسانية، جامعة الجيلالي بونعامة، خميس مليانة، 2016/2015.

14. عزة أحمد علي أبو العز، **أطر معالجة قضايا الإصلاح السياسي العربي في خطاب المجالات العامة المصرية والأمريكية وأثرها في تشكيل اتجاهات الصفوة المصرية** (دراسة تحليلية وميدانية خلال عامي 2004–2005)، رسالة مقدمة للحصول على درجة الماجستير في الإعلام، قسم الصحافة، كلية الإعلام، جامعة القاهرة، 2012.

15. قاسي علاء الدين، زويدي إيمان، بوعاتي إدريس، **صورة القنوات الجزائرية الخاصة لدى جمهورها– قناة النهار أنموذج–**،دراسة ميدانية بجامعة 08 ماي 1945 بقالمة، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر، تخصص اتصال وعلاقات عامة، جامعة جامعة 08 ماي 1945، 2017/2016.

16. مبعوث محمد حسن، **المنهج الوصفي تحليل المحتوى**، جامعة الإمام محمد بن سعود الإسلامية، كلية العلوم الاجتماعية، الرياض، (دون سنة).

المقالات و المداخلات العلمية:

17. بوقرة كمال ، سعيدي طارق ، المعالجة الإعلامية للحملة الانتخابية لرئاسيات 2014 في الصحافة المكتوبة الخاصة (دراسة تحليلية لصحيفتي الخبر والشروق اليومي)، **مجلة الحقوق والعلوم السياسية**، جامعة عباس لغرور، خنشلة، العدد 08، ج1، جوان 2017.

18. بوعيس يوسف، **تأثير الحرب النفسية على القرارات الداخلية للدول** (نظرية التأطير نموذجا)، ندوة دولية حول عولمة الإعلام السياسي وتحديات الأمن القومي للدول النامية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2017.

19. عبد الصادق حسن عبد الصادق، معالجة مواقع الصحف العربية الالكترونية للانتخابات الرئاسية المصرية 2012(دراسة في تحليل مضمون صحيفتي الشرق الأوسط والحياة)، **مجلة جامعة الشارقة للعلوم الإنسانية والاجتماعية (دورية علمية محكمة)**، جامعة الشارقة، المجلد11، العدد2، صفر 1346هـ/ ديسمبر2014م.

المواقع الالكترونية:

20. عواجي صلوي عبد الحافظ ، **نظرية التأثير الإعلامية**،(د-ب)، 1433، الكتاب متاح من الموقع الآتي: https://ao-academy.org/arabic/2018/05/3260.html، تاريخ الزيارة 2018/12/31، وقت الزيارة 18:22.

21. الموقع الإلكتروني الرسمي لقناة النهار tv: https://www.ennaharonline.com

22. الموقع الإلكتروني الرسمي لقناة الشروق news: https://tv.echoroukonline.com

23. رابط قناة النهار tv على اليوتيوب: https://www.youtube.com/user/ENNAHARTVLIVE/

24. رابط قناة الشروق news على اليوتيوب: https://www.youtube.com/user/EchorouknewsTV/

الملحق رقم(01): استمارة التحكيم

جامعة قاصدي مرباح ورقلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة المحكمين في إطار إعداد مذكرة ماستر أكاديمي بعنوان:

التغطية الإعلامية لموضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2019في النشرات الإخبارية للقنوات الجزائرية الخاصة

(دراسة تحليلية مقارنة بين قناتي النهار TV والشروق NEWSفي الفترة الممتدة من 2018/01/01 إلى 2018/12/31)

أستاذي الفاضل... أستاذتي الفاضلة:

نحن طالبتان نزاول الدراسة في قسم علوم الإعلام والاتصال بصدد إجراء مذكرة لنيل شهادة ماستر أكاديمي تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة. إذا تفضلتم بتحكيم استمارة تحليل المضمون المتعلقة بموضوع هذه الدراسة للوصول إلى نتائج موضوعية ودقيقة.

من إعداد: **الأستاذ المشرف:**

الشيماء دريبات أ. محمد الطيب الزاوي

لالة بيداري

2019/2018

التساؤل الرئيسي:

ـ كيف عالجت النشرات الإخبارية لقناتي النهار TV والشروق NEWS موضوع رئاسيات 2019 في الفترة الممتدة من 2018/01/01 إلى 2018/12/31 ؟

التساؤلات الفرعية:

1/- أي القناتين اهتمت أكثر بموضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2019 في نشراتها الإخبارية ؟

2/- ما هي المواضيع التي ركزت عليها النشرات أثناء تغطيتها لموضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2019 ؟

3/- أي القناتين التزمت بجانب الحياد في طرحها لموضوع رئاسيات لسنة 2019 ؟

أهداف الدراسة:

- معرفة أي من القناتين اهتمت بموضوع رئاسيات 2019 في نشراتها الإخبارية.
- التعرف على أهم الجوانب التي تناولتها النشرات فيما يخص الانتخابات الرئاسية لسنة 2019.
- تحديد مدى التزام القناتين بجانب الحياد أثناء تناولهما لموضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2019 في النشرات الإخبارية.

تحديد المفاهيم الإجرائية للدراسة:

التغطية الإعلامية:

هي عملية الإحاطة الإعلامية بجميع جوانب موضوع الانتخابات الرئاسية لسنة 2019، وبسبب أهمية وحساسية هذا الموضوع فإنه يلقى صدى واسعا على الساحة الإعلامية بصفتها همزة وصل بين الطبقة السياسية والمواطنين وتسعى لنقل كل صغيرة وكبيرة حوله حتى قبل الإعلان الرسمي عن موعدها. بغية نقل حيثياته للجزائريين وتزويدهم بالمعلومات حول الحراك السياسي ومحاولة تقريبهم وإطلاعهم على مجريات الحدث وتصريحات مختلف الشخصيات لوضع المشاهد الجزائري في الصورة.

الانتخابات الرئاسية:

وهي عملية الاقتراع السري والحر لاختيار رئيس الجمهورية من قبل الشعب الجزائري داخل الوطن وخارجه لعهدة رئاسية مدتها 05 سنوات قابلة للتجديد مرة واحدة فقط.

النشرات الإخبارية:

هي المواعيد الإعلامية الإخبارية الرئيسية وغير الرئيسية الناطقة باللغة العربية التي تبث عبر قناتي النهار tvوالشروق news يوميا وتعرض مجموعة من الأخبار التي تهم الجزائريين بالدرجة الأولى

كالمواضيع الاقتصادية، الاجتماعية، الثقافية والسياسية... بحيث تنال هذه الأخيرة حصة الأسد في القناتين ومع اقتراب موعد رئاسيات 2019 حظي هذا الموضوع بنصيب لا بأس به من المواضيع السياسية بمختلف القوالب الإعلامية في النشرات.

القنوات الجزائرية الخاصة:

هي مجموعة القنوات التابعة للخواص الجزائريين، ذات الاستقلال المالي، التي تتمتع بقدر من الحرية في الطرح وتهتم برصد شؤون الجزائريين وتتناول مختلف المواضيع والقضايا المتداولة بينهم.

أدوات جمع البيانات:

تعتبر أدوات جمع البيانات الوسيلة التي من خلالها يتمكن الباحث من الإجابة عن تساؤلاته للوصول إلى نتائج دراسته وتحقيق أهدافه.ومن بين هذه الأدوات **استمارة تحليل المضمون** التي تعتبر من بين أكثر الأدوات المستخدمة في تحليل المحتوى الإعلامي، وتم تقسيم الاستمارة الخاصة بالدراسة الحالية إلى جزأين:

أولا: فئات الشكل:

أ- **نمط المادة:**نستخرج من خلالها مختلف القوالب الإعلامية التي استخدمت في تغطية موضوع رئاسيات سنة 2019. وقسمت إلى:

1/- الحديث الصحفي: يهتم بإجراء حوار مع الشخصية التي تكون موضوع الخبر الإعلامي المتعلق بالانتخابات الرئاسية لسنة 2019.

2/- التعليق الإخباري: هو تعبير عن الرأي من خلال اختيار موضوع رئاسيات سنة 2019 بهدف التأثير على الجمهور الجزائري وإيجاد رأي عام مؤيد لرأي القناة.

3/- التقرير الإخباري: هو خبر تفصيلي لحدث أو موضوع أو نشاط مرتبط بالرئاسيات من موقع الحدث حيث ينقله المراسل، ويتميز بالحالية وإثارة الاهتمام ويمكن مزج المادة المرسلة حديثا مع أي مادة أرشيفية.

4/- الخبر الصحفي: هي أخبار تهدف إلى تقديم معلومات وآراء متعددة عن الحدث السياسي المتمثل في الانتخابات الرئاسية لسنة 2019 نظرا لأهميته لجمهور القناة التلفزيونية.

ب- **العناوين:** وهي الفئة التي تستهدف التعرف على صيغة العناوين التي تعنونت بها المادة المبثوثة عبر الفيديو، وتشمل:

5/- جمل إخبارية: وهي العناوين التي تصاغ بشكل عبارة إخبارية تدل على ما تحتويه المادة الإعلامية ويكون بشكل موجز ويضم أهم فكرة فيه.

6/- جمل اقتباسية: وهي العناوين التي تصاغ اقتباسا من جمل أو عبارات أدلت بها الشخصية الرئيسية المتواجدة في المقطع وتكون ذات تأثير جاذب للمشاهد.

7/- جمل استفهامية: تكون بشكل سؤال الذي تتم محاولة الإجابة عليه عن طريق المادة التي ستقدم.

8/- غير موجود:وهي تتضمن الفيديوهات التي لا تحتوي على عنوان في المقطع المأخوذ من نشرة الأخبار.

ج- الزمن: تسمح هذه الفئة في التعرف على الفترة الزمنية لكل المقاطع التي تناولت هذا الموضوع لتحديد أي القناتين خصصت وقت أكثر للحديث عن الموضوع من خلال تحديد المدة الزمنية لعرض مواضيع وآراء مختلف الشخصيات حول الرئاسيات القادمة.

د- اللغة المستخدمة:تحديد النمط اللغوي الذي اعتُمد في كافة فيديوهات القناتين المتعلقة برئاسيات 2019. وقسمت إلى:

9/- اللغة العربية الفصحى.

10/- اللهجة العامية (الدارجة).

11/- اللغة الفرنسية.

12/- اللغة المختلطة.

هـ- نوع اللقطة: تمكننا هذه الفئة من التعرف على الأشكال المختلفة التي صورت بها المشاهد في مقاطع الفيديو عن طريق تحديد أنواع اللقطات المستخدمة في التصوير وتتضمن:

13/- اللقطة القريبة: والتيتكون من الرأس إلى منتصف الصدر أو أسفل الكتفين.

14/- اللقطة المتوسطة: من الخصر إلى أعلى الرأس مع ترك مسافة مناسبة فوق الرأس.

15/- اللقطة عامة: التقاط اكبر قسم من المنظور (المنظر) أو يكون كامل الجسمداخل إطار الصورة.

و- مضمون الصورة: تساعد هذه الفئة في التعرف على مدى الثراء الإعلامي الموضوعاتي للقناة حول موضوع معين وتتكون من:

16/- صور موضوعات: وهي مجموعة الصور والفيديوهات التي تعرض وتكون ذات صلة بالموضوع المتناول من قبل المتحدث.

17/- صور شخصيات: وهي عملية عرض لصور شخصيات لها علاقة مباشرة بالموضوع.

18/- كليهما: جمع بين العنصرين السابقين.

ز- تكرار ظهور الشخصيات:بواسطة هذه الفئة يمكن معرفة عدد مرات ظهور إحدى الشخصيات التي تتحدث عن رئاسيات 2019 ضمن نشرات الأخبار لقناتي النهار tvوالشروق news خلال الفترة الزمنية الخاضعة للدراسة. وقد تم تقسيمها إلى:

19/- عبد الرزاق مقري: رئيس حركة مجتمع السلم.

20/- أحمد أويحي: رئيس حزب التجمع الوطني الديمقراطي(R.N.D).

21/- عبد العزيز بلعيد: رئيس حزبجبهة المستقبل.

22/- عمار غول: رئيس حزب تجمع أمل الجزائر(تاج).

23/- جمال ولد عباس :الأمين العام لحزب جبهة التحرير الوطني (F.L.N).

24/- أبو جرة سلطاني: رئيس منتدى الوسطية.

25/- أخرى: شخصيات ثانوية (إداريين، منسقو الأحزاب، برلمانيون...).

26/- لا يوجد: فيديوهات لم تتضمن أي تصريح لأي شخصية.

ثانيا: فئات المضمون:

1. الموضوع:تساهم هذه الفئة في حصر الأفكار المتضمنة في المقاطع موضع التحليل، ولذلك نسعى بتوظيفها إلى معرفة مختلف الزوايا المتناولة في موضوع الانتخابات الرئاسية 2019 التي عالجتها قناتا النهارtv والشروقnews، ومن ثم ترتيبها عن طريق تكرار هذه المحتويات وهو ما يعكس إلى حد ما أهمية هذه المواضيع لدى القناتين. وفي الدراسة الحالية تم تقسيم هذه الفئة إلى:

27/- الإعلان عن الترشح للانتخابات: أين تقوم إحدى الشخصيات بتقديم تصريح رسمي عن نيتها أو رغبتها في الترشح لرئاسيات 2019.

28/- الحديث عن المرشحين المحتملين: أين تقوم إحدى الأحزاب السياسية أو الشخصيات بالحديث عن الأشخاص المتوقع ترشحهم للانتخابات الرئاسية 2019.

29/- مبادرة تأجيل أو تمديد العهدة الرابعة: قيام بعض الشخصيات بالتصريح عن رغبتها في تأجيل رئاسيات 2019 أو تمديد العهدة الانتخابية للرئيس عبد العزيز بوتفليقة إلى ما بعد 2019.

30/- التخطيط للرئاسيات:قيام بعض الشخصيات والأحزاب بالاستعداد والتحضير الذي يشمل قواعدها السياسية والتنظيم الداخلي لها من أجل الرئاسيات المقبلة.

31/- التحدث عن عبد العزيز بوتفليقة: التطرق لإسهامات الرئيس عبد العزيز بوتفليقة خلال عهداته السابقة ومحاولة التعزيز من مكانته.

32/- البحث عن التوافق بين أحزاب المعارضة والموالاة: تسليط الضوء على الاجتماعات واللقاءات التي تكون بين الموالاة والمعارضة التي تسعى للتوافق الوطني ثم عرض النتائج المتوصل إليها.

33/- أخرى:المواضيع المختلفة المتعلقة بموضوع الانتخابات الرئاسية 2019.

3. الأساليب المتبعة:هذه الفئة تمكننا من تحديد الأساليب المستخدمة في تقديم الأخبار حول موضوع الانتخابات الرئاسية 2019 وفي عرض الأفكار وشرح وجهات النظر. وقد تم تقسيم هذه الفئة إلى:

34/- أسلوب حواري: وهي عملية تبادل الآراء والأفكار بين طرفين (الصحفي والضيف) حول الانتخابات الرئاسية لسنة 2019.

35/- أسلوب عرض الرأي (وجهة النظر): هي قيام شخصية معينة بإبداء وجهة نظرها الخاصة حول موضوع رئاسيات 2019.

36/- أسلوب إخباري: هو تقديم الإعلامي لمجموعة الأخبار المتعلقة برئاسيات 2019.

4.فئة الاتجاه: فئة تساعد في التعرف على ميولات الشخصيات المتحدثة في المقاطع ورؤيتها حول ترشح عبد العزيز بوتفليقة. وتم تقسيمها إلى :

37/- مؤيد للعهدة الخامسة:هي مجموعة الشخصيات التي تدعو في مختلف تدخلاتها إلى الإستمرارية.

38/- معارض للعهدة الخامسة: هي مجموعة الشخصيات التي ترفض بشدة مواصلة سلطة الرئيس عبد العزيز بوتفليقة في الحكم وتدعو إلى التغيير.

39/- محايد: وهي الأطراف التي لا يظهر توجهها إزاء موضوع العهدة الخامسة للرئيس عبد العزيز بوتفليقة.

40/- الاتجاه الصفري: عرض لا يظهر فيه أي جانب مما يدل على رغبته في عدم اتخاذ جانب أو اتجاه من الموضوع وتظهر في حالات الترقب أو الانتظار أو دراسة موضوع الاتجاه.

5.فئة القيم:وهي تعنى برصد الأهداف التي يرغب الصحفي أو الشخصية السياسية في توجيهها من خلال معالجته لموضوع الانتخابات الرئاسية. وتم تقسيمها إلى:

41/- الاستمرارية: الدعوة إلى مواصلة مسيرة الرئيس عبد العزيز بوتفليقة والتماس الترشح للعهدة الخامسة.

42/- التغيير: المطالبة بالتجديد وإفساح المجال للأطراف المعارضة لاعتلاء سدة الحكم.

43/-التوافق الوطني: المطالبة باللجوء إلى مرحلة انتقالية إلى ما بعد إعادة ترتيب اللحمة الوطنية.

44/- لا يوجد: لا وجود لقيمة محددة في الفيديو.

7.الوسيلة الإقناعية: تساعد هذه الفئة في تحديد الوسيلة التي استخدمتها الشخصيات أثناء حديثها عن الانتخابات الرئاسية لإقناع المشاهد بوجهة نظرها وتنقسم إلى :

45/- أسلوب عاطفي: اللجوء إلى الإستمالات العاطفية في تناول الموضوع عن طريق استخدام عبارات مؤثرة وجمل معبرة أثناء الحديث.

46/- أسلوب عقلي: استخدام مجموعة من الإحصاءات، الإستشهادات والوقائع أثناء الحديث عن الموضوع.

47/- أسلوب تخويفي: الإعتماد على مجموعة من الألفاظ والعبارات التي تحيل إلى القوة والشدة أثناء تناول الموضوع.

48/- لا يظهر: لا يظهر الأسلوب المستخدم في تقديم الأخبار.

8.فئة الوظيفة الإعلامية: نتمكن في هذه الفئة من التعرف على الوظيفة الإعلامية التي تؤديها كل قناة، ويمكن أن تختلف هذه الوظيفة من فيديو لآخر حسب محتواه، وتنقسم هذه الفئة إلى:

49/- الوظيفة الإخبارية: تسليط الضوء على موضوع رئاسيات 2019 ونقل كل مستجداته.

50/- الوظيفة التفسيرية: تقديم توضيحات وتفسيرات عن موضوع رئاسيات 2019.

دليل الاستمارة

أولا: البيانات الأولية:

1/-اسم القناة:

- المربع رقم (1): النهار TV.
- المربع رقم (2): الشروق NEWS.

ثانيا: الفئات المتعلقة بالشكل:

1/- فئة نمط المادة:

- المربع رقم (3): حديث صحفي.
- المربع رقم (4): تعليق إخباري.
- المربع رقم(5): تقرير إخباري.
- المربع رقم (6): خبر صحفي.

2/- فئة العناوين :

- المربع رقم (7): موجود.
- المربع رقم (8): عنوان إخباري.
- المربع رقم (9): عنوان اقتباسي.
- المربع رقم (10): عنوان استفهامي.
- المربع رقم (11): غير موجود.

3/ فئة اللغة المستخدمة:

- المربع رقم (12): اللغة العربية الفصحى.
- المربع رقم (13): اللهجة العامية.
- المربع رقم (14): اللغة الفرنسية.
- المربع رقم (15): المختلطة.

4/- فئة نوع اللقطة:

- المربع رقم (16): لقطة قريبة.
- المربع رقم (17): لقطة متوسطة.
- المربع رقم (18): لقطة بعيدة (عامة).

5/- فئة مضمون الصورة:

- المربع رقم (19): صورة موضوع.
- المربع رقم (20): صورة شخصية.
- المربع رقم (21): كليهما.

6/ فئة تكرار ظهور الشخصيات:

- المربع رقم (22): عبد الرزاق مقري.
- المربع رقم (23): أحمد أو يحيى.
- المربع رقم (24): عبد العزيز بلعيد.
- المربع رقم (25): عمار غول.
- المربع رقم (26): جمال ولد عباس.
- المربع رقم (27): أبو جرة سلطاني.
- المربع رقم (28): أخرى.
- المربع رقم (29): لا يوجد.

ثالثا: الفئات المتعلقة بالمضمون:

7/- فئة الموضوع:

- المربع رقم (30): الإعلان عن الترشح لرئاسيات 2019.
- المربع رقم (31): الحديث عن المرشحين المحتملين.
- المربع رقم (32): مبادرة تأجيل أوتمديد العهدة الرئاسية الرابعة.
- المربع رقم (33): التخطيط للرئاسيات.
- المربع رقم (34): التحدث عن الرئيس عبد العزيو بوتفليقة.
- المربع رقم (35): البحث عن التوافق بين أحزاب المعارضة والموالاة.
- المربع رقم (36): أخرى.

8/ فئة الأساليب المتبعة:

- المربع رقم (37): أسلوب حواري.
- المربع رقم (38): أسلوب عرض الرأي.
- المربع رقم (39): أسلوب اخباري.

9/- فئة اتجاه الفاعلين من العهدة الرئاسية الخامسة:

- المربع رقم (40): مؤيد للعهدة الخامسة.
- المربع رقم (41): معارض للعهدة الخامسة.

- المربع رقم (42): محايد.
- المربع رقم (43): الصفري.

10/- فئة القيم:

- المربع رقم (44): الاستمرارية.
- المربع رقم (45): التغيير.
- المربع رقم (46): التوافق الوطني.
- المربع رقم (47): لايوجد.

11/- فئة الوسيلة الاقناعية:

- المربع رقم (48): أسلوب عاطفي.
- المربع رقم (49): أسلوب عقلي.
- المربع رقم (50): أسلوب تخويفي.

12/- فئة الوظيفة الإعلامية :

- المربع رقم (51): وظيفة إخبارية.
- المربع رقم (52): وظيفة تفسيرية.

الاستمارة

عنوان الفيديو: .....

تاريخ النشر: .....

رابط الفيديو: .....

الفئة	الاقتراحات	موافق	غير موافق	التصحيح المقترح
اسم القناة	1- النهار tv			
	2- الشروق news			
نمط المادة	3- حديث صحفي			
	4- تعليق اخباري			
	5- تقرير اخباري			
	6- خبر صحفي			
العنوان	موجود 7- عنوان اخباري			
	8- عنوان اقتباسي			
	9- عنوان استفهامي			
	10- غير موجود			
اللغة المستخدمة	11- اللغة العربية الفصحى			
	12- اللهجة العامية			
	13- اللغة الفرنسية			
	14- مختلطة			
نوع اللقطة مضمون الصورة	15- لقطة قريبة 16- لقطة متوسطة 17- لقطة بعيدة 18- صورة موضوع			
	19- صورة شخصية			
	20- كليهما			
تكرار ظهور الشخصيات	21- عبد الرزاق مقري			
	22- أحمد أويحي			
	23- عبد العزيز بلعيد			

	24- عمار غول			
	25- جمال ولد عباس			
	26- أبوجرة سلطاني			
	27- أخرى			
	28- لايوجد			
الموضوع	29- الاعلان عن الترشح لرئاسيات 2019			
	30- الحديث عن المرشحين المحتملين			
	31- مبادرة تأجيل أوتمديد العهدة الرئاسية الرابعة			
	32- التخطيط للرئاسيات			
	33- التحدث عن الرئيس عبد العزيز بوتفليقة			
	34- البحث عن التوافق بين أحزب المعارضة والموالاة			
	35- أخرى			
الأساليب المتبعة	36- الأسلوب الحواري			
	37- أسلوب عرض الرأي			
	38- أسلوب إخباري			
اتجاه الشخصيات من العهدة الرئاسية الخامسة	39- مؤيد			
	40- معارض			
	41- محايد			
	42- صفري			
القيم	43- الاستمرارية			
	44- التغيير			
	45- التوافق الوطني			
	46- لا يوجد			
الوسيلة الإقناعية	47- أسلوب عاطفي			
	48- أسلوب عقلي			

الملاحق

	49- أسلوب تخويفي			
	50- لا يظهر			
الوظيفة الاعلامية	51- الوظيفة الإخبارية			
	52- الوظيفة التفسيرية			

الملحق رقم(02): استمارة التحليل

1-اسم القناة: 1 2

2- عنوان الفيديو:

3- تاريخ النشر:

4- رابط الفيديو:

5-نمط المادة: 3 4 5 6

6- العنوان: 7 8 9 10

7- الزمن :

8- اللغة المستخدمة : 11 12 13 14

8- نوع اللقطة: 15 16 17

9- مضمون الصورة: 18 19 20

10- تكرار ظهور الشخصيات : 21 22 23 24 25 26 27 28

29 30 31 32

11- الموضوع:

35 34 33

11- الأساليب المتبعة : 38 37 36

12- اتجاه الشخصيات من العهدة الرئاسية الخامسة :

43 42 41 40 39

13- القيم: 47 46 45 44

14- الوسيلة الإقناعية : 51 50 49 48

15- الوظيفة الإعلامية: 53 52