

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة  
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية  
قسم علوم الإعلام والاتصال



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

الميدان: علوم إنسانية

الشعبة: علوم الإعلام والاتصال

تخصص: الاتصال الجماهيري والوسائط الجديدة:

من إعداد:

إبراهيم عبد النور الداوي

محمد منير رقاقة

**تأثير القنوات الخاصة على اتجاهات الناخبين في الجزائر**

دراسة مسحية تحليلية لعينة من طلبة سنة الثانية ماستر بقسم علوم الإعلام  
والاتصال جامعة قاصدي مرباح - ورقلة

نوقشت وأجيزت يوم ..../..../..

أمام اللجنة المكونة من

الأستاذ: زياني الغوثي أستاذ محاضر بـ (جامعة قاصدي مرباح ورقلة) رئيسا

الأستاذ: مصطفى ثابت أستاذ محاضر أ (جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مشرفا ومقررا

الأستاذ: محرز حمائي أستاذ مساعد أ (جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مناقشا

السنة الجامعية: 2020/2019

# الإهداء

إلى الوالدين الكريمن أطال الله في عمرهما

وإلى كل الإخوة والأخوات كل واحد باسمه

وإلى كل الأهل والأقارب والأصدقاء

وإلى كل من ذكرهم القلب ونساهم اللسان

وإلى كل من اتخذ درب العلم سبيلا

نهدي ثمرة جهودنا





## شكر وعرفان

الحمد لله الذي بنعمه تتم الصالحات وبكرمه وواسع فضله تتحقق المقاصد والغايات

ونصلي على الحبيب المصطفى عليه الصلاة والسلام أما بعد:

قال رسول الله صلى الله عليه وسلم: « من لا يشكر الناس لا يشكر الله »

تقدم بالشكر الجزيل إلى كل الأيادي والعقول التي ساهمت في إثراء هذا البحث

ونخص بالذكر أستاذنا الفاضل **ثابت مصطفى** الذي رافقنا طيلة فترات إنجاز هذا

البحث مشرفاً وموجهاً .

كما توجه بالشكر إلى كل أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة ورقلة وإلى كل

من شجعنا و لو بكلمة طيبق و استعجل بالسؤال شوقا ليرى هذا العمل يكتمل .

فإلى كل هؤلاء ارق آيات العرفان واخلص عبارات الشكر والإمتنان .



## ملخص الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على دور القنوات الخاصة في تشكيل اتجاهات الناخبين نحو الانتخابات الرئاسية 2019، وذلك من خلال إبراز العلاقة القائمة بين مشاهدة برامج القنوات الخاصة واتجاهات الناخبين، بحيث تهدف إلى تقييم أداء القنوات الخاصة باعتبارها أداة فاعلة في النسق الاجتماعي ودرجة اعتماد الناخبين عليها كمصدر للمعلومات إزاء الانتخابات .

ولقد حاولت هذه الدراسة الإجابة على التساؤل العام وهو كيفية تأثير القنوات الخاصة على اتجاهات الناخبين في الجزائر وذلك من خلال طرح ثلاث أسئلة فرعية للوصول إلى مدى إهتمام القنوات الخاصة بالأحداث السياسية البارزة على الساحة، وكذا اعتماد الناخبين في الجزائر على هذه القنوات في استقاء أخبار ومعلومات الانتخابات الرئاسية، ومن ثم التعرف على دور القنوات الخاصة في تشكيل اتجاهات الناخبين في الجزائر، هذا وقد استندت هذه الدراسة في خلفيتها النظرية على المدخل الوظيفي ونظرية الاعتماد على وسائل الإعلام قصد الإلمام أكثر بجوانب الموضوع.

كما وقد استخدمت هذه الدراسة المنهج المسحي باعتباره المنهج المناسب لقياس بحوث الرأي العام، وقد تمت الاستعانة بأداة الاستبيان لجمع البيانات والمعلومات، حيث وزع الاستبيان على عينة قصدية قوامها 100 مفردة من مستوى سنة ثانية ماستر بقسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة .

وبعد جمع المعلومات ميدانيا وتحليلها خلصت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج أهمها أن القنوات الجزائرية الخاصة تولي الاهتمام اللازم بالأحداث السياسية الهامة على الساحة الوطنية، من خلال تغطيتها الشاملة للأحداث السياسية، ومصداقية الأخبار التي تنقلها، كما يعتبر السبق الصحفي أحد أسباب تفوق القنوات الخاصة على غيرها رغم قلة الخبرة والاحتراف.

كما توصلت هذه الدراسة أن الناخبين في الجزائر يعتمدون على القنوات الخاصة كمصدر للمعلومات المتعلقة بالانتخابات الرئاسية، وهذا لما تقدمه من محتوى يثير اهتمام جمهور الناخبين ، بالإضافة إلى أن للقنوات الجزائرية الخاصة دور في تشكيل اتجاهات الناخبين في الجزائر، حيث تعتمد في مضامينها في نقل الأخبار على الخطابات العاطفية والحجج العقلية للتأثير على الناخبين وتوجيههم لتبني سلوك انتخابي محدد.

**الكلمات المفتاحية: التأثير، القنوات الخاصة ، اتجاهات ، الناخبين .**

## Summary of the stude

This study aims to shed light on the role of private channels in making elector attitudes towards the 2019 presidential elections by highlighting the existing relationship between watching private channel programs and elector attitudes, so that it aims to evaluate the performance of private channels as an effective tool in the social system and the degree of elector's dependence on it as a source of elections 'information.

This study attempts to answer the general question "how private channels affect elector attitudes in Algeria?" in addition to three sub-questions to reach the extent of the private channels 'interest in prominent political events on the scene, as well as the dependence of voters in Algeria on these channels in obtaining election news and information. The theoretical background of this study is based on the functional approach and the theory of relying on the mass media in order to become more familiar with the aspects of the issue.

Survey approach is also used as the appropriate approach to measure public opinion research, and the questionnaire tool is used to collect data and information, as the questionnaire was distributed to an intentional sample of 100 individuals from a second-year master's level in the Department of Media and Communication Sciences Kasdi Merbah University - Ouargla .

After collecting and analyzing field information, this study concluded with some results, the most important of these results is that algerian private channels pay attention to the important political events on the national area, through their comprehensive coverage of it, and the credibility of the news that they convey. The scoop is one of the reasons for the superiority of private channels over others despite the lack of experience and professionalism.

This study showed also that electors in Algeria rely on private channels as a source of information related to the presidential elections, and this is due to the content they provide that interests the electorate, in addition to the fact that the Algerian private channels have a role in making the trends of electors in Algeria, as they depend on their content in transmitting news On emotional rhetoric and mental arguments to influence voters and guide them to adopt specific electoral behavior.

## فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
.I	شكر وعران
.II	ملخص الدراسة باللغة العربية
.III	ملخص الدراسة باللغة الأجنبية
.IV	فهرس المحتويات
.V	فهرس الجداول
.VI	فهرس الأشكال
أ	مقدمة
<b>الإطار المفاهيمي و المنهجي</b>	
14	1 - إشكالية الدراسة
15	2 - تساؤلات الدراسة
16	3 - فرضيات الدراسة
16	4 - أسباب اختيار الموضوع
16	5 - أهمية الدراسة
17	6 - أهداف الدراسة
17	7 - مصطلحات الدراسة
20	8 - مجالات الدراسة
21	9 - مجتمع البحث وعينة الدراسة

23	10 - الإجراءات المنهجية للدراسة
25	11 - المقاربة النظرية
34	12 - الدراسات السابقة
43	13 - مناقشة الدراسات السابقة
44	14 - صعوبات الدراسة
<b>الإطار التطبيقي</b>	
45	1 - الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل بيانات الدراسة الميدانية
46	2 - خصائص عينة المبحوثين
49	3 - عرض وتحليل البيانات
79	4 - نتائج الدراسة
87	5 - خاتمة
	6 - قائمة المراجع
	7 - الملاحق

## فهرس الجداول:

الرقم	عنوان الجدول	الصفحة
01	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس.	46
02	يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن.	47
03	يبين توزيع أفراد العينة حسب التخصص العلمي.	48
04	يبين اهتمام القنوات الخاصة بالقضايا الوطنية الجزائرية الهامة.	49
05	يبين اهتمام القنوات الخاصة بالقضايا الوطنية الجزائرية الهامة حسب متغير التخصص العلمي.	50
06	يبين القضايا والمواضيع التي تثير اهتمام المبحوثين في القنوات الجزائرية الخاصة.	51
07	القضايا والمواضيع التي تثير اهتمام المبحوثين في القنوات الجزائرية الخاصة حسب متغير التخصص العلمي.	52
08	يبين تغطية القنوات الجزائرية الخاصة للأحداث السياسية في الجزائر.	53
09	يبين تغطية القنوات الجزائرية الخاصة للأحداث السياسية أثناء المواعيد الانتخابية.	54
10	يبين نسبة المشاهدات بين القنوات الخاصة والقنوات الحكومية في الجزائر فيما يتعلق بمعالجة المواضيع السياسية.	55
11	يبين سبب تفوق القنوات الخاصة على القنوات الحكومية في معالجة المواضيع السياسية.	56
12	يبين مستوى أداء القنوات الجزائرية الخاصة في تناولها للمواضيع السياسية البارزة على الساحة الوطنية.	57
13	يبين مساهمة القنوات الجزائرية الخاصة في الحصول على المعلومات المهمة حول الانتخابات الرئاسية الأخيرة في الجزائر.	58
14	يبين نجاح القنوات الخاصة في تحقيق سبق الصحفي حول الانتخابات الرئاسية 2019.	59
15	يبين توفير القنوات الخاصة للمعلومات الكافية عن الانتخابات الرئاسية 2019.	60
16	يبين طبيعة الأخبار والمعلومات التي استقاها الناخبين من برامج القنوات الجزائرية الخاصة حول الانتخابات الرئاسية 2019.	61
17	يبين القنوات الجزائرية الخاصة المعتمد عليها بالدرجة الأولى في الحصول على	62



	أخبار الانتخابات الرئاسية 2019.	
63	يبين الاعتماد على القنوات الجزائرية الخاصة كمصدر رئيسي لأخبار ومعلومات الانتخابات دون غيرها من القنوات والمصادر الأخرى.	18
64	يبين تفوق القنوات الجزائرية الخاصة على القنوات التلفزيونية العمومية في تغطيتها لأحداث الانتخابات الرئاسية الأخيرة.	19
65	يبين أسباب تفوقت القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة على القنوات التلفزيونية العمومية في تغطيتها لأحداث الانتخابات الرئاسية الأخيرة.	20
66	يبين مساهمة القنوات الخاصة في تفاعل الناخبين مع الانتخابات الرئاسية الأخيرة في الجزائر.	21
67	يبين أساليب مساهمة القنوات الخاصة في تفاعل الناخبين مع الانتخابات الرئاسية.	22
68	يبين نجاح القنوات الجزائرية الخاصة في تغطية الانتخابات الرئاسية 2019.	23
69	يبين التزام القنوات الجزائرية الخاصة بالموضوعية في تناولها لبرامج الانتخابات الرئاسية 2019.	24
70	يبين تميز القنوات الجزائرية الخاصة بالموضوعية في تناولها لبرامج الانتخابات الرئاسية حسب متغير التخصص العلمي.	25
71	يبين تأثير القنوات الجزائرية الخاصة على مواقف واتجاهات الناخبين السياسية.	26
72	يبين مظاهر تأثير القنوات الجزائرية الخاصة على مواقف واتجاهات الناخبين السياسية.	27
73	يبين الأساليب الإقناعية التي استخدمتها القنوات الجزائرية الخاصة للتأثير على الناخبين في الجزائر.	28
74	يبين الأساليب الإقناعية التي استخدمتها القنوات الجزائرية الخاصة للتأثير على الناخبين في الجزائر حسب متغير السن.	29
75	يبين دور القنوات الجزائرية الخاصة في رفع مستوى الوعي السياسي للناخبين في الجزائر.	30
76	يبين الدور الفعال للقنوات الجزائرية الخاصة في التأثير على قرارات الناخبين.	31
77	يبين كيفية تأثير القنوات الخاصة على مواقف واتجاهات الناخبين في الجزائر.	32
78	يبين كيفية تأثير القنوات الخاصة على مواقف واتجاهات الناخبين في الجزائر حسب متغير الجنس.	33

## فهرس الأشكال:

الرقم	عنوان الشكل	الصفحة
01	يمثل دائرة نسبية توضح جنس المبحوثين	46
02	يمثل دائرة نسبية توضح أعمار المبحوثين	47
03	يمثل دائرة نسبية توضح التخصص العلمي لأفراد العينة	48
04	يمثل دائرة نسبية توضح اهتمام القنوات الخاصة بالقضايا الوطنية الجزائرية الهامة.	49
05	يمثل دائرة نسبية توضح القضايا والمواضيع التي تثير اهتمام المبحوثين في القنوات الجزائرية الخاصة.	51
06	يمثل دائرة نسبية توضح تغطية القنوات الجزائرية الخاصة للأحداث السياسية في الجزائر.	53
07	يمثل دائرة نسبية توضح تغطية القنوات الجزائرية الخاصة للأحداث السياسية أثناء المواعيد الانتخابية.	54
08	يمثل دائرة نسبية توضح نسبة المشاهدات بين القنوات الخاصة والقنوات الحكومية في الجزائر فيما يتعلق بمعالجة المواضيع السياسية.	55
09	يمثل دائرة نسبية توضح سبب تفوق القنوات الخاصة على القنوات الحكومية في معالجة المواضيع السياسية.	56
10	يمثل دائرة نسبية توضح مستوى أداء القنوات الجزائرية الخاصة في تناولها للمواضيع السياسية البارزة على الساحة الوطنية.	57
11	يمثل دائرة نسبية توضح مساهمة القنوات الجزائرية الخاصة في الحصول على المعلومات المهمة حول الانتخابات الرئاسية الأخيرة في الجزائر.	58
12	يمثل دائرة نسبية توضح تحقيق القنوات الخاصة سبق الصحفي في نقل أحداث وأخبار الانتخابات الرئاسية 2019.	59
13	يمثل دائرة نسبية توضح أن القنوات الجزائرية الخاصة وفرت المعلومات الكافية عن الانتخابات الرئاسية 2019.	60
14	يمثل دائرة نسبية توضح طبيعة الأخبار والمعلومات التي استقاها الناخبين من برامج القنوات الجزائرية الخاصة حول الانتخابات الرئاسية 2019.	61
15	يمثل دائرة نسبية توضح القنوات الجزائرية الخاصة المعتمد عليها بالدرجة الأولى في الحصول على أخبار الانتخابات الرئاسية 2019.	62

64	يمثل دائرة نسبية توضح الاعتماد على القنوات الجزائرية الخاصة كمصدر رئيسي لأخبار ومعلومات الانتخابات دون غيرها من القنوات والمصادر الأخرى.	16
65	يمثل دائرة نسبية توضح تفوق القنوات الجزائرية الخاصة على القنوات التلفزيونية العمومية في تغطيتها لأحداث الانتخابات الرئاسية الأخيرة.	17
66	يمثل دائرة نسبية توضح كيف تفوقت القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة على القنوات التلفزيونية العمومية في تغطيتها لأحداث الانتخابات الرئاسية الأخيرة.	18
67	يمثل دائرة نسبية توضح مساهمة القنوات الخاصة في تفاعل الناخبين مع الانتخابات الرئاسية الأخيرة في الجزائر.	19
68	يمثل دائرة نسبية توضح كيفية مساهمة القنوات الخاصة في تفاعل الناخبين مع الانتخابات الرئاسية.	20
69	يمثل دائرة نسبية توضح نجاح القنوات الجزائرية الخاصة في تغطية الانتخابات الرئاسية 2019.	21
70	يمثل دائرة نسبية توضح تميز القنوات الجزائرية الخاصة بالموضوعية في تناولها لبرامج الانتخابات الرئاسية 2019.	22
71	يمثل دائرة نسبية توضح أثر القنوات الجزائرية الخاصة على مواقف واتجاهات الناخبين السياسية.	23
72	يمثل دائرة نسبية توضح كيفية تأثير القنوات الجزائرية الخاصة على مواقف واتجاهات الناخبين السياسية.	24
73	يمثل دائرة نسبية توضح الأساليب الإقناعية التي استخدمتها القنوات الجزائرية الخاصة لتوجيه الناخبين في الجزائر.	25
75	يمثل دائرة نسبية توضح دور القنوات الجزائرية الخاصة في رفع مستوى الوعي السياسي للناخبين في الجزائر.	26
76	يمثل دائرة نسبية توضح الدور الفعال للقنوات الجزائرية الخاصة في التأثير على جمهور الناخبين وتوجيههم إلى تبني سلوك انتخابي معين.	27
77	يمثل دائرة نسبية توضح كيفية تأثير القنوات الخاصة على مواقف واتجاهات الناخبين في الجزائر.	28

مقدمة

### مقدمة

في ظل التطور التكنولوجي وانفجار ثورتي المعلومات يعتبر العصر الحالي عصر الإعلام والمعلومات حيث شهد ثورة كبيرة في تطور مختلف الوسائل الإعلامية، خاصة التلفزيون لما يمتلكه من قدرة على التأثير وتشكيل أفكار وصياغة للرأي العام، ويعتبر أحد أهم الوسائل الإعلامية التي استفادت من التكنولوجيات الحديثة، من خلال إدخال تقنيات أكثر حداثة قدمت له العديد من الخدمات، ولعل أبرز هذه الخدمات هو البث الرقمي الذي ساهم في ظهور القنوات الفضائية التي تبث عبر الأقمار الصناعية التي بدورها ألغت حاجزي الزمان والمكان، وتعددت هذه القنوات بشكل كبير وتتنوع إلى قنوات خاصة وقنوات عمومية وأصبح هناك تنافس كبير بين هذه القنوات خاصة القنوات الفضائية الخاصة التي تحاول أن تقدم خدمات متنوعة تشبع من خلالها حاجات جمهورها في مختلف المجالات من خلال ما تبثه من برامج ومضامين إعلامية.

هذا وقد عرفت الجزائر في العقد الأخير توسعا كبيرا في مجال الإعلام والاتصال، حيث ظهرت العديد من القنوات الفضائية الخاصة التي شكلت انعطافا حاسما في مسيرة الإعلام الجزائري وبالأخص قطاع السمعي البصري وأحدث نقلة نوعية على مستوى المعالجة الإعلامية لكثير من القضايا، وخاصة القضايا السياسية إذ تقوم بنقلها وتحليلها وإتاحة المجال أمام السياسيين وقادة الرأي للحصول على المعلومات وتلقي ردود أفعال الجمهور نحو سياساتهم وقراراتهم ومواقفهم فقد فتحت المجال للرأي الآخر الذي يختلف مع رأي القطاع العمومي وهذا ما استقطب الكثير من الباحثين والمتخصصين، خاصة فيما يتعلق بمدى احترافية هذه القنوات وتقديمها لخدمة إعلامية حقيقية ترقى لمستوى تطلعات جمهورها و التأثير عليه مما يساعد في كل العمليات والخطوات المصاحبة لصنع القرار السياسي،

فضلا على اعتماد الجمهور عليها في تكوين معتقداته واتجاهاته ومواقفه ازاء الأحداث السياسية التي تحدث في الواقع المحيط ، به ولعلى ابرز هذه الأحداث هي الانتخابات الرئاسية حيث تحظى فترة الانتخابات باهتمام كبير سواء من طرف وسائل الإعلام التي تسعى إلى جذب اهتمام الجماهير او جمهور الناخبين الذي يسعى بدوره لاستقاء الاخبار والمعلومات عن الانتخابات الرئاسية.

ومن هنا جاء اختيارنا لهذه الدراسة التي تتمحور حول تأثير القنوات الخاصة على اتجاهات الناخبين في الجزائر، من خلال عينة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال، بجامعة قاصدي مرباح ورقلة، ومن خلال سعينا لمعالجة إشكالية هذه الدراسة قمنا بتقسيم دراستنا إلى جانبين منهجي وتطبيقي.

حيث تطرقنا في الجانب المنهجي إلى طرح إشكالية البحث وصياغة التساؤلات الفرعية والفرضيات، ومن ثم تحديد أسباب اختيار الموضوع وأهمية الدراسة وأهدافها، بالإضافة إلى تحديد المصطلحات والمفاهيم الأساسية للبحث، وتحديد مجتمع البحث وعينة الدراسة، قبل التطرق إلى التراث النظري المتمثل في توظيف المداخل النظرية للدراسة والدراسات السابقة والتعقيب عليها.

هذا وقد تطرقنا في ال جانب التطبيقي إلى الأساليب المتبعة لتحليل بيانات الدراسة، لننتقل بعد ذلك إلى عرض وتحليل نتائج محاور الاستمارة الخاصة بجمع نتائج الدراسة الميدانية وتفسيرها، لنخلص في الأخير إلى جملة من النتائج على ذلك.

الإطار المفاهيمي والمنهجي

### 1 إشكالية الدراسة:

يعد التلفزيون أحد أهم الوسائل الإعلامية بالرغم من الانتشار الواسع للتكنولوجيا الحديثة، فقد حافظ على مكانته وجمهوره مقارنة بالراديو والصحيفة خاصة في الدول النامية وهذا راجع إلى خصائصه وجمعه بين الصورة والصوت واعتماده في كثير من الأحيان على الوسائل الإعلامية الأخرى.

كما شهد الإعلام التلفزيوني توسعا كبيرا في العقد الأخير من القرن الماضي، حيث تطورت التقنيات المستخدمة في الإنتاج والإرسال، وكذلك تزايد في عدد القنوات الفضائية بشكل كبير وتنوعها بين قنوات حكومية وأخرى خاصة، وأصبحت هناك وفرة في المضامين الإعلامية بمختلف تصنيفاتها. وتعد القنوات الفضائية الخاصة من أهم وسائل الاتصال الجماهيري التي تتدفق من خلالها المعلومات وهذا لما لها من ميزات جعلتها في ريادة الوسائل الاتصالية الأكثر جماهيرية باعتبارها أكثر القنوات التي تخدم المشاهد وتلبي رغباته، فبفضل استخدامها لتكنولوجيا الأقمار الصناعية ألغت الحدود الجغرافية، وأصبحت تجول بالمشاهد أصقاع العالم وتنقل له الأحداث والوقائع فور حدوثها. ونظرا لقدرتها على صنع التأثير حيث تعمل على تجميع مختلف الأحداث والمواقف والآراء المتداولة أواسط الرأي العام والتي تعتبر بمثابة رسائل صاعدة إلى صناع القرار ( الحاكم) الذين يستخدمون بدورهم وسائل الإعلام لتمرير رسائلهم إلى الرأي العام.

وقد أكدت الدراسات أن هناك علاقة وثيقة بين التعرض لوسائل الإعلام والسلوك السياسي، ومما يلاحظ في الأحداث السياسية الهامة أن الجمهور يتجه إلى وسائل الإعلام كمصدر من مصادر الحصول على المعلومة عن ملابسات الحدث، خاصة في موسم الانتخابات إذ يعتبر الانتخاب أحد إفرازات الحياة المشترك التي ترتبت عنها صراعات مريرة وعنيفة سببها الرئيسي التضارب الطبيعي



لمصالح الأفراد واختلاف تطلعاتهم، بحيث تهدف الانتخابات إلى خلق إطار سياسي مقبول تتم فيه عملية تداول السلطة بشكل سلمي ودوري فتمنح الفرصة للمواطنين لتجديد ثقتهم بالسلطة أو حجبها عنهم، كما تعتبر مرحلة الانتخابات أهم محطة تقاس فيها اهتمامات الرأي العام وكذلك يتم تسليط الضوء على الشخصيات المؤثرة في العملية السياسية.

ففي الجزائر وبعد إصدار قانون الإعلام 05/12 بتاريخ 12 جانفي 2012 الذي فتح المجال للتعددية في قطاع السمعي البصري، حيث ظهرت القنوات الفضائية الخاصة التي أحدثت تحولات كبيرة على مستوى النشاط الإعلامي في الجزائر، حيث برزت وسائل جديدة للتواصل مع الجمهور خاصة في الآونة الأخيرة بعد مقاطعة الانتخابات الرئاسية مارس 2019م التي عرفت ترشح الرئيس الأسبق عبد العزيز بوتفليقة لعهدة خامسة ما أثار غضب الرأي العام وخروجه في حراك شعبي سلمي في جميع قطاع الوطن رافضين لهيمنة الحكومة السابقة، حيث أتى الحراك السلمي ثماره وألغيت الانتخابات الرئاسية وأجلت حتى 2019/12/12م التي عرفت تضارب حاد بين مؤيد ومعارض للانتخابات، مما سمح للقنوات الفضائية بتغطية الحدث ونقل كل ما يتعلق بأخبار الانتخابات الرئاسية وعليه نطرح التساؤل التالي:

**كيف تؤثر القنوات الخاصة على اتجاهات الناخبين في الجزائر؟**

### 2- التساؤلات الفرعية :

- 1- هل تولي القنوات الجزائرية الخاصة الاهتمام اللازم بالتغيرات والأحداث السياسية البارزة على الساحة .
- 2- ما هي درجة اعتماد الناخبين في الجزائر على القنوات الجزائرية الخاصة كمصدر للمعلومات.
- 3- ما هو دور القنوات الخاصة في تشكيل اتجاهات الناخبين في الجزائر.

### 3- فرضيات الدراسة:

- 1 تهتم القنوات الجزائرية الخاصة بالإحداث السياسية البارزة على الساحة الوطنية.
- 2 يعتمد الناخبين في الجزائر على القنوات الجزائرية الخاصة كمصدر للمعلومات.
- 3 تلعب القنوات الخاصة دورا مهما في تشكيل اتجاهات الناخبين في الجزائر.

### 4- أسباب اختيار الموضوع:

#### 4-1- أسباب ذاتية:

- الرغبة في معرفة واقع تغطية القنوات الخاصة للأحداث السياسية المهمة في الجزائر.
- الميل إلى المواضيع الخاصة بتأثير وسائل الإعلام على الأفراد داخل المجتمع.

#### 4-2- أسباب موضوعية:

- التعرف على اتجاهات جمهور القنوات الخاصة إزاء الانتخابات الرئاسية.
- إبراز تأثير القنوات الخاصة على اتجاهات الناخبين.
- الدور الذي تلعبه القنوات الخاصة في تشكيل اتجاهات الأفراد حول المواضيع الهامة.

### 5- أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في أنها تحاول إبراز دور القنوات الخاصة في تشكيل اتجاهات الناخبين في الجزائر حول الانتخابات الرئاسية 2019 وذلك من خلال توضيح العلاقة القائمة بين مشاهدة برامج القنوات الخاصة واتجاهات الناخبين، بالإضافة إلى الوصول إلى درجات اعتماد الأفراد على هذه القنوات كمصدر للمعلومات إزاء الانتخابات الرئاسية.

### 6- أهداف الدراسة:

- تقييم تغطية القنوات الخاصة في الجزائر للأحداث المهمة.
- معرفة درجة اعتماد الناخبين في الجزائر على القنوات الخاصة كمصدر للمعلومات
- إبراز دور القنوات الخاصة كأداة فاعلة في النسق الاجتماعي.
- الكشف عن مدى تأثير القنوات الخاصة على اتجاهات الناخبين في الجزائر.

### 7- تحديد المصطلحات:

#### 7-1- الأثر:

-**تعريف الأثر:** هو ردود الفعل الفكرية أو العاطفية أو النفسية أو المادية أو السلوكية إزاء الخطاب البلاغي للنصوص الإعلامية.<sup>1</sup>

والتأثير هو ما تحدثه الرسالة في عقل المتلقي ووجدانه، وكلما استجاب المتلقي لمضمون الرسالة دل ذلك على أنها أحدثت التأثير الذي استهدفه القائم بالاتصال.<sup>2</sup>

-**التعريف الإجرائي:** هو كل ما يقع على الناخبين من تأثيرات فكرية ونفسية من جراء تعرضهم لمضامين القنوات الخاصة من خلال تقديم الأخبار والمعلومات.

#### 7-2- التلفزيون:

- **مفهوم التلفزيون:** تنقسم كلمة تلفزيون الى جزئين، الأول هو (Tele) وتعني البعد ، و الثاني هو (Vision) ومعناها الرؤية، أي أنها الرؤية القادمة من بعيد<sup>3</sup>.

1 باول لونج، تيم وول، ترجمة: هدى عمر عبد الرحيم، نيرمين عادل عبد الرحيم، دراسات إعلامية - سلطة الإعلام، ط1، المجموعة العربية للنشر والتدريب، القاهرة، 2017، ص337.

2 مجمع اللغة العربية، معجم المصطلحات الإعلامية، القاهرة، 2008، ص27.

3 ستيف كولمان و كارين روس، الإعلام والجمهور، ترجمة: صباح حسن عبد القادر، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002، ص51.

ويمكن أن نطلق على طريقة عمل التلفزيون على أنها الطريقة القائمة على فكرة إرسال واستقبال صور مرئية القدرة على الحركة وإرسال الأصوات وذلك من خلال موجات كهرومغناطيسية<sup>1</sup>.

### 7-3- القنوات التلفزيونية الخاصة:

-القنوات الفضائية : هي عبارة عن جهاز يرتبط بالأقمار الصناعية ( Satellite )، المنتشرة في الفضاء الخارجي والتي تقوم باستقبال البث من خلال الأطباق اللاقطة<sup>2</sup>.  
أما **التعريف الاصطلاحي** للقناة الفضائية فهي من مظاهر الاتصال الحديثة التي اعتمدت أقمار البث الصناعية وسيلة في إيصال رسائلها الإعلامية بشكل مباشر وأني، وهي أكثر وسائل البث سرعة ودقة لكونها تعتمد على تقنيات الأقمار الصناعية والتكنولوجيا الحديثة في إيصال المعلومات إلى المشاهدين بشكل متنوع ومستمر على مدار الساعة<sup>3</sup>.

- **القنوات التلفزيونية الخاصة:** هي القناة التي يتأتى رأس مالها كلياً أو في معظمه من القطاع الخاص، حيث تقابل القناة العمومية من حيث الملكية والتمويل، وتكون ملكيتها للرأس المال الغالب<sup>4</sup>.

- **التعريف الإجرائي:** هي جميع القنوات التلفزيونية ذات الملكية الخاصة تتبع لأشخاص، أو مؤسسات أو أحزاب سياسية معينة، والتي تسعى لمخاطبة الجمهور عن طريق تقديم مواد إعلامية، ويكون محتواها عاماً أو متخصصاً.

1 رفعت عارف الضبع، التلفزيون النوعي، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011، ص10.

2 ذياب محمد بردي الديجاني، ظاهرة القنوات التلفزيونية الفضائية، الكويت 1997.

3 عبد الله فتحي الظاهر، علي أحمد خضر المعماري، أثر القنوات الفضائية في القيم السياسية والاجتماعية، ط1، دار غيداء للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 29.

4 المنصف العياري و محمد عبد الكافي، القنوات التلفزيونية المتخصصة، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2006، ص11.

- القنوات الخاصة الجزائرية : هي كل القنوات التلفزيونية الجزائرية التي تعود ملكيتها إلى أصحاب رؤوس الأموال ( القطاع الخاص) والتي يكون محتواها عاما أو متخصصا.

### 4-7- الاتجاه:

- مفهوم الاتجاه: هو حالة من الاستعداد والتأهب العصبي والنفسي تتراكم من خلال خبرة الشخص، وتكون ذات أثر توجيهي أو حافز على الاستجابة، والاتجاهات قد تكون إيجابية أو سلبية، كما قد تكون عامة أو نوعية<sup>1</sup>، ويقدم الباحث روكيتش تعريفا أكثر بساطة فيقول " أن الاتجاه هو تنظيم للمعتقدات يتسم نسبيا بالاستمرار، عن شيء أو ظرف ما ، يهيئ هذا التنظيم الفرد للاستجابة بطريقه معينة، حيث يشير الاتجاه ب استعداد عقلي محايد يبنى على التجربة ، أي انه تأثير ديناميكي وتوجيهي على استجابة الفرد إلى الأمور والظروف المتصلة به"<sup>2</sup>.

ت لعب الاتجاهات دورا مهما في استجابات الفرد المختلفة للمثيرات المتباينة التي يتعرض لها في حياته اليومية، وتنظم هذه الاتجاهات الحالة الانفعالية والإدراكية والمعرفية كما تعمل على توجيه الفرد إلى اتخاذ السلوك الملائم والمقبول لأفراد الجماعة، كما تساعد الجماعة من ناحية أخرى على اتخاذ القرارات في بعض المواقف الاجتماعية والسياسية<sup>3</sup>.

**التعريف الإجرائي:** الاتجاه هو مجموعة المعلومات والخبرات المتراكمة لدى الفرد والتي لها دور في

تشكيل الاستجابات السلبية والايجابية تجاه المواقف والمواضيع المختلفة.

1 طه أحمد الزيدي، معجم مصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامي، ط1، دار الفجر- دار النفائس، العراق- الأردن، 2010، ص 11.

2 جهان احمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الاتصال، دار الفكر العربي، القاهرة، ص626.

3 سناء حسن عاشه، الاتجاهات النفسية والاجتماعية، ط 1، مجموعة النيل العربي، 2010، ص21.

-تكوين الاتجاه : تعتبر المكونات الرئيسية للاتجاهات هي الأفكار، المعتقدات، والمشاعر، أو الانفعالات، حيث يتشكل الاتجاه عندما ترتبط هذه المشاعر المحددة والنزعات وتتحول إلى رد فعل بصورة متسقة مع موضوع الاتجاه<sup>1</sup>.

تتشكل اتجاهات الجمهور عندما يعتمد بشكل مكثف على وسائل الإعلام ومصادر المعلومات لكي تتماشى مع التغيير الذي يحدث له، وتتشكل الاتجاهات الجديدة كلما اكتسب الأفراد المعلومات العامة من خلال وسائل الإعلام، ويمكن أن نلاحظ دور وسائل الإعلام في تشكيل الاتجاهات في أي وقت وفي كثير من الحالات، مثل مشكلات البيئة و أزمات الطاقة و الفساد السياسي.

### 7-5- الناخبون:

الناخبون: هم المواطنون الذين لهم حق الانتخاب أي من بلغوا 20 عاما وليسو من الفئات المحرومة أو الموقوفة أو المعفاة من مباشرة الحقوق السياسية.<sup>2</sup>

التعريف الإجرائي: الناخبون هم كل المواطنون الجزائريون الذي يحق لهم الانتخاب وفق الشروط الدستورية للدولة الجزائرية.

### 8- مجالات الدراسة:

قسمت مجالات هذه الدراسة إلى ثلاثة أقسام زمني ومكاني وبشري:

8-1-المجال المكاني: لقد أجريت دراستنا هذه في جامعة قاصدي مرباح وبالضبط تمحورت في قسم علوم الإعلام والاتصال والتي وزعت على مستوى السنة الثانية ماستر سمعي بصري و السنة الثانية ماستر اتصال جماهيري.

1 وليم لامبرت و ولاس لامبرت، علم النفس الاجتماعي، ترجمة سلوى الملا، ط2، دار الشروق، بيروت ، 1993، ص113.  
2 معهد البحرين للتنمية السياسية، قاموس المصطلحات السياسية، سلسلة كتب 2014، ص 60.

8-2-المجال الزمني: تم الشروع في إجراء هذه الدراسة مع بداية شهر أكتوبر 2019، وتم ذلك بداية بجمع المادة العلمية والتراث العلمي الخاص بالموضوع وكذا الدراسات السابقة وتصنيفها قصد الإلمام أكثر بجوانب الموضوع، ليتم ذلك مع نهاية شهر جانفي 2020، لتنتقل الدراسة بعد ذلك إلى الجانب الميداني والذي تم فيه توزيع استمارات الاستبيان على المبحوثين، ومن ثم تفريغ البيانات وتحليلها من اجل استخلاص النتائج وكتابة التقرير النهائي للبحث مع بداية شهر أوت 2020.

### 9- مجتمع الدراسة وعينة البحث:

إن مرحلة انتقاء عناصر مجتمع الدراسة التي تمثل العينة هي مرحلة مهمة في الدراسة، ولهذا ينبغي أن نحدد بدقة المجتمع الذي تستهدفه الدراسة و أن نختار بعناية وحذر العينة التي تخدم الدراسة، بحيث نستطيع تعميم النتائج على المجتمع الأصلي.

#### 9-1- مجتمع البحث:

هو المجتمع الأكبر ومجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، بحيث يتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفردات المجتمع، إلا انه يصعب الوصول إلى هذا المجتمع المستهدف بضخامته، فيتم التركيز على المجتمع المتاح أو الممكن الوصول إليه والاقتراب منه لجمع البيانات والذي يعتبر عادة جزءا ممثلا للمجتمع المستهدف ويلبي حاجات الدراسة وأهدافها وتختار منه عينة البحث1.

ومن أجل نجاح كل دراسة لابد من معرفة وتحديد المجتمع المراد فحصه، وعليه يمثّل مجتمع البحث في دراستنا في طلاب قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرياح بورقلة، حيث يبلغ عدد مفردات المجتمع 176 مفردة.

1 عبد الحميد محمد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط1، علم الكتاب، القاهرة، 2000، ص 130.

### 9-2- عينة البحث:

هناك أكثر من طريقة يمكن استخدامها لاختيار العينة موضوع الدراسة، ويعد نوع العينة المختارة من الأمور الهامة التي يجب على الباحث أن يوليها اهتماما خاصا، وبشكل عام لا يوجد طريقة يمكن تفضيلها على الطرق الأخرى وذلك أن لكل طريقة من طرق اختيار العينات مزاياها وعيوبها، وما قد يفضل طريقة على غيرها هو طبيعة البحث وظروف الباحث ومجتمع الدراسة.

**تعريف العينة:** هي مجتمع الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية، و هي تعتبر جزءا من الكل، بمعنى انه تأخذ مجموعه من أفراد المجتمع على أن تكون ممثلة للمجتمع الذي تجرى عليه الدراسة ، إذا هي جزء معين أو نسب معين من أفراد المجتمع الأصلي، ثم تعمم نتائج الدراسة على المجتمع كله وقد تكون وحدات العينة أشخاص، كما قد تكون أحياء أو شوارع أو مدن أو غير ذلك<sup>1</sup>.

ونهدف من خلال استخدام عينة البحث إلى التعرف على بعض خصائص المجتمع الذي نريد دراسته، بحيث تكون هذه العينة ممثلة لهذا المجتمع ، وقد اعتمدنا في بحثنا هذا على العينة القصدية وهي العينة التي يتم انتقاء أفرادها بشكل مقصود من قبل الباحث نظرا لتوافر بعض الخصائص في أولئك الأفراد دون غيرهم، كما يتم اللجوء لهذا النوع من العينات في حالة توفر البيانات اللازمة للدراسة في فئة محددة من مجتمع الدراسة الأصلي<sup>2</sup>.

ويرجع اختيار الباحث لهذه العينة وهي مستوى الثانية ماستر بقسم علوم الإعلام والاتصال لاندماجه في هذا المجتمع وإدراكه لتوفره على الشروط اللازمة لإجراء دراسته، بالإضافة إلى صعوبة المسح الشامل لكافة الطلبة المنتسبين لهذا القسم.

1 رشيد زرواتي، منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2005، ص 181.  
2 محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، 1999، ص96.



وتتكون العينة التي تم اختيارها من أجل ذلك من 100 مفردة من حجم مجتمع البحث الإجمالي وهي العينة التي وزع عليها الاستبيان وأجابت عليه موزعين على عدة تخصصات ، وقد روعي في اختيار العينة ما يلي:

\* أن تكون مفردات العينة من جمهور القنوات الجزائرية الخاصة المتابعة لأحداث الحراك والانتخابات.

\* أن يكون أفراد عينة الدراسة من جمهور الناخبين.

### 10- الإجراءات المنهجية للدراسة:

#### 10-1- منهج الدراسة:

يعتبر المنهج العلمي طريقة منظمة تتبع أسلوبا وخطة معينة لدراسة ظاهرة ما ، ويهدف إلى التوصل إلى الحقائق وترسيخ المعارف واختبارها والإعلام عنه .  
وبما أن هذه الدراسة تتمحور حول تأثير القنوات الخاصة على اتجاهات الناخبين في الجزائر ، فإنها تنتمي إلى الدراسات الوصفية التي تهدف إلى اكتشاف الوقائع ووصف الظواهر وصفا دقيقا وتحديد خصائصها تحديدا كميًا أو كيفيًا، كما تقوم بالكشف عن الحالة السابقة للظواهر وكيف وصلت إلى صورتها الحالية<sup>1</sup>.

كما تشتمل الدراسات الوصفية على مجموعة من المناهج الفرعية أو الأساليب المساعدة ، كأن تعتمد مثلا على دراسة الحالة أو الدراسات المسحية .

تعد الدراسات المسحية من الدراسات المهمة التي أسهمت بشكل كبير في التعرف على خفايا الموضوعات الإنسانية بشكل عام و الإعلامية بشكل خاص ، حيث أصبح استخدام هذا النوع من

1 مروان عبد الحمد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الوراق، عمان، 2000، ص40.

الدراسات من الأمور الشائعة في مختلف التخصصات بل و غدى من أفضل الطرق العلمية المتبعة للحصول على معلومات قيمة من مجتمع ضخم.

ويعد المنهج المسح ي جهدا علميا منظما للحصول على المعلومات والبيانات وأوصاف الظاهرة المدروسة، بهدف تكوين قاعدة أساسية من البيانات المطلوبة في مجال معين<sup>1</sup>.

كما يعرف المنهج المسح على انه محاولة لجمع المعلومات من مفردات مجتمع الدراسة بغية التعرف على الوضع الراهن لذلك المجتمع في ضوء متغير بحثي أو أكثر<sup>2</sup>.

ويرجع اعتمادنا في هذه الدراسة على المنهج المسح ي بهدف الحصول على معلومات حول تأثير القنوات الخاصة على اتجاهات الناخبين في الجزائر.

### 10-2- أدوات جمع البيانات:

تعدد طرق وأدوات جمع البيانات والمعلومات اللازمة التي يحتاج إليها الباحث في بحثه، ويرجع اختيار الباحث لهذه الأدوات لطبيعة بحثه والمنهج الذي اعتمده والظروف المحيطة بمجتمع بحثه . وقد تم الاعتماد في هذا البحث على أداة الاستبيان لجمع البيانات.

### - استمارة الاستبيان:

يعتبر الاستبيان من أهم وأدق طرق البحث وجمع البيانات التي يشيع استخدامها في البحوث الإنسانية والاجتماعية خاصة عندما تكون البيانات المطلوبة لها علاقة بمشاعر الأفراد وسلوكهم واتجاهاتهم إزاء موضوع معين<sup>3</sup>.

1 زهير عابد، بحوث إعلامية، الطبعة العربية، دار اليازوري، عمان الأردن، 2014، ص55.

2 محمد بن عبد العزيز الحيزان، البحوث الإعلامية - أسسها- أساليبها- مجالاتها، ط1، مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر، الرياض، 1998، ص91.

3 رحيم يونس كرو العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، ط1، دار دجلة، عمان، 2008، ص131.

### - تعريف الاستبيان:

الاستبيان بمفهومه العام هو قائمة تتضمن مجموعة من الأسئلة معدة ببقوة ترسل إلى عدد كبير من أفراد المجتمع الذين يكونون العينة الخاصة بالبحث، كما يعرف على أنه استمارة تحوي مجموعة من الأسئلة التي يرى الباحث أن إجابتها نفي بما يتطلبه موضوع بحثه من بيانات ترسل إلى الأفراد الذين يتم اختيارهم على أسس إحصائية يجيبون عليها ويعيدونها<sup>1</sup>.

وقد تضمنت استمارة استبيان هذه الدراسة أربعة محاور.

### - المحور الأول: البيانات الشخصية والذي تضمن 3 أسئلة.

**المحور الثاني:** اهتمام الفضائيات الجزائرية الخاصة بالأحداث السياسية البارزة على الساحة الوطنية وتضمن 7 أسئلة.

**المحور الثالث:** اعتماد الناخبين في الجزائر على القنوات الخاصة كمصدر للمعلومات حول الانتخابات الرئاسية 2019 وتضمن 8 أسئلة.

**المحور الرابع:** دور القنوات الخاصة في تشكيل اتجاهات الناخبين في الجزائر والذي تضمن 9 أسئلة.

### 10- المقاربة النظرية للدراسة:

تعتبر المداخل النظرية والمنهجية الإطار العام الذي يتبناه الباحث خلال مسيرة بحثه ولقد تعددت المداخل حسب طبيعة وأهداف ومجالات الدراسة، وبما أن دراستنا تدور حول تأثير القنوات الخاصة على اتجاهات الناخبين في الجزائر اخترنا المدخل الوظيفي بالإضافة إلى نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

1 مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الوراق، الأردن، 2000، ص165.

### 10-1- المدخل الوظيفي :

- **أولا البنائية** : تشتق كلمة البنائية Constructivism من البناء Construction أو البنية Structure والتي هي مشتقة من الأصل اللاتيني Sturere بمعنى الطريقة التي يقام بها مبنى ما ، وفي اللغة العربية تعني كلمة بنية ما هو أصيل وجوهري وثابت لا يتبدل بتبدل الأوضاع والكيفيات<sup>1</sup>.
- **ثانيا الوظيفية** : ويشير المصطلح إلى مساهمة شكل معين من الأنشطة المتكررة في الحفاظ على استقرار و توازن المجتمع<sup>2</sup>.
- **مفهوم البنائية الوظيفية** : عرفت تسميات عدة منها نظرية التحليل الوظيفي و نظرية المحافظة ، فالبنائية الوظيفية ترى إن المجتمع يتكون من عناصر مترابطة تتجه نحو التوازن من خلال توزيع الأنشطة بينها و التي تقوم بدورها بالمحافظة على استقرار النظام و أن هذه الأنشطة تعد ضرورة الاستمرار المجتمع وهو مرهون بالوظائف التي يحددها المجتمع الأنشطة المتكررة لتلبية حاجاته<sup>3</sup>.
- **فرضيات النظرية:**
- نظرت البنائية الوظيفية إلى المجتمع كبناء مستقر وثابت نسبيا يتألف من مجموعة عناصر متكاملة مع بعضها، وكل منها يؤدي بالضرورة وظيفت إيجابية يخدم من خلاله البناء العام<sup>4</sup>.
- يسعى المجتمع بشكل عام باعتباره نسقا إلى إيجاد حالة من التوازن العام بحيث لو حدث أي خلل في هذا التوازن فلن القوى الاجتماعية سوف تنشط هذه العناصر بشكل متكامل.
- إن تحليل البناء الاجتماعي وما يحوي من نظم وجماعات وفئات ينبغي أن يتم في إطار تحقيق استمرارية المجتمع وكذا في إطار نموها التطوري<sup>1</sup>.

1 عصام حسن الدليمي، البنائية الوظيفية وتطبيقاتها التربوية ، ط1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 18.  
2 حسن عماد مكايي ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، دار المصرية للبنائية للنشر، 1998. ص 125.  
3 نفس المرجع السابق ، ص 124  
4 محمد عبد الكريم الحوراني، النظرية المعاصرة في علم الاجتماع، ط1 دار مجدلاوي للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص109.

- الأنشطة المتكررة في المجتمع تعتبر ضرورة لاستمرار وجوده وهذا الاستمرار مرهون بالوظائف التي يحددها المجتمع للأنشطة المتكررة تلبية لحاجاته<sup>2</sup>.

- الانتقادات الموجهة للنظرية:

- المبالغة في تشبيه النظام الاجتماعي بالكائن الحي (آلي) يقوم على وظائف معينة تسير وفق نظام حركي معين، وفي هذا بعد عن طبيعة النظم التحتية (سياسية والاقتصادية والثقافية) التي لا تعرف انتظاما أو ثباتا، حيث تعتبر نشاطا بشريا ديناميكي دائم التغير<sup>3</sup>.

- أن أصحاب التحليل الوظيفي يفترضون وجود توازن بين أجزاء النسق في المجتمع ثابت ومستقر لتفاعل وترابط تلك الأجزاء، وهم في ذلك يهتمون بالجوانب الستاتيكية لا الديناميكية، بل و نستطيع القول هنا بأنه تحليل موجه نحو هدف استمرار الوضع القائم ، حيث يعتبر أصحاب التحليل الوظيفي الاستقرار قيمة في حد ذاته، وهنا تسقط دعوى التحرر من القيم، فأصحاب التحليل الوظيفي متأثرون بالقيم الليبرالية وان النظام الليبرالي هو أفضل النظم واقدرها على البقاء.

- أن وظيفة النظم السياسية في مجتمع ما لا تعد وظيفة له في مجتمع آخر وذلك لأن النظام الاجتماعي توليفة من عدة نظم مترابطة فيما بينها<sup>4</sup>.

### 10-2- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

يعتبر الاعتماد على وسائل الإعلام ضرورة أساسية في المجتمعات الحديثة، حيث يستطيع الفرد إدراك هذا الاعتماد بالتدرج منذ الحاجة إلى معرفة أفضل المشتريات في الأسواق وانتقالا إلى

1 شحاتة صيام، النظرية الاجتماعية ط1، مصر العربية للنشر والتوزيع، مصر، 2009 ، ص49.

2 مي العبد الله، نظريات الاتصال، ط1، دار النهضة العربية ، بيروت لبنان، 2006، ص 175.

3 عادل فتحي ثابت عبد الحافظ، النظرية السياسية المعاصرة، الدار الجامعية، الإسكندرية 2007، ص188.

4 مرجع نفسه، ص189

احتياجات أكثر شمولاً وأكثر تعقيداً كالرغبة في الحصول على معلومات عن العالم الخارجي لكي يتفاعل معه .

ونظراً لاختلاف الأفراد في أهدافهم ومصالحهم فإنهم أيضاً يختلفوا في درجة الاعتماد على وسائل الإعلام، وبالتالي يشكلون نظاماً خاصة لوسائل الإعلام ترتبط بالأهداف والحاجات الفردية لكل منهم، وترجع طبيعة هذا الاعتماد ودرجته إلى الوسائل المتاحة وقدرتها على تحقيق أهداف جمهورها، ويترتب اشتراك الأفراد في بعض الأهداف على ظهور نظم مشتركة لوسائل الإعلام بين الفئات أو الجماعات، وعلى سبيل المثال يجتمع الأفراد الذين يهتمون بالشؤون المحلية بدرجة كبيرة في فئة لها نظامها الإعلامي الخاص عندما ترى اهتمامها يتحقق من خلال قراءة الصحف المحلية، وغيرهم في فئات أخرى تبحث عن التسلية والاسترخاء خلال برامج معينة في التلفزيون، وهو ما يوحي بوجود نظم متفاوتة لوسائل الإعلام بالنسبة للأفراد تحددها طبيعة الأهداف والاهتمام بها ودرجة اعتمادهم على وسائل الإعلام<sup>1</sup>.

### - مفهوم نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

يعتبر منظور اعتماد الفرد على وسائل الإعلام جزءاً من نظرية الاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظم الاجتماعية، والذي يشكل ببنوره علاقات الجمهور مع وسائل الإعلام<sup>2</sup>.

حيث ترى هذه النظرية أن استخدامنا لوسائل الاتصال لا يتم بمعزل من تأثيرات المجتمع الذي نعيش بداخله نحن ووسائل الاتصال، والطريقة التي نستخدم بها وسائل الاتصال وتفاعلها مع تلك

1 خضرة عمر المفلاح، الاتصال بالمهارات والنظريات وأسس عامة، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 215، ص 113.

2 محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب، القاهرة، 2004، ص 298.

الوسائل تتأثر بما نتعلمه من المجتمع، ويشمل هذا أيضا ما تعلمناه من وسائل الاتصال ،

كما أننا نتأثر كذلك بما سيحدث في اللحظة التي نتعامل فيها مع تلك الوسائل.<sup>1</sup>

كما يوحي اسم النظرية بأن العلاقة الرئيسية التي يقوم عليها منطلق هذا النهج هي علاقة تبعية، وقد

تكون هذه العلاقات مع نظام وسائل الإعلام بشكل إجمالي، او مع احد أجزائه، مثل صناعات

التلفزيون أو الإذاعة أو الصحف والمجلات.<sup>2</sup>

- فروض نظرية الاعتماد على وسائل الاعلام:

يتمثل الفرض الرئيسي لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام في قيام الفرد بالاعتماد على وسائل

الإعلام لإشباع احتياجاته من خلال استخدام الوسيلة، وكلما لعبت الوسيلة دورا هاما في حياة

الأشخاص زاد تأثيرها وأصبح دورها أكثر أهمية ومركزية وبذلك تنشأ العلاقة بين شدة الاعتماد

ودرجة تأثير الوسيلة لدى الأشخاص، وكلما ازدادت المجتمعات تعقيدا ازداد اعتماد الأفراد على

وسائل الإعلام.<sup>3</sup>

كما تقوم على عدة فروض فرعية أخرى وهي:

- تؤثر درجة استقرار النظام الاجتماعي على زيادة الاعتماد وقلته على مصادر معلومات وسائل

الإعلام، وكلما ازدادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع كلما زاد اعتماد الأفراد على وسائل

الإعلام.

1 محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، دار العالمية للنشر والتوزيع، السعودية، 2003، ص 282 .

2 ميلفين ديفلير وساندر بول روكيتش، ترجمة كمال عبد الرؤوف، نظريات وسائل الإعلام، ط1، الدار الدولية للنشر والتوزيع، ص 414.

3 خضرة عبد المفلح ، مرجع سابق ذكره، ص125.

- تزداد درجة الاعتماد على وسائل الإعلام في حالة قلة القنوات البديلة للمعلومات أما في حالة وجود مصادر معلومات بديلة تقدمها شبكات خاصة أو رسمية أو مصادر إعلامية خارج المجتمع سيقل اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام .

- يختلف الجمهور في درجة اعتماده على وسائل الإعلام نتيجة لوجود اختلاف في الأهداف الشخصية والمصالح والحاجات الفردية.

- تزداد إمكانية تحقيق الرسائل الإعلامية للتأثيرات المعرفية والوجدانية عندما توفر النظم الإعلامية خدمات معلوماتية متميزة وأساسية، ويزداد التأثير بشكل كبير في حالة عدم استقرار المجتمع بسبب الصراع والتغيير<sup>1</sup>.

### - آثار الاعتماد على وسائل الإعلام

يرصد ميلفين ديفلير وساندرا بول روكيتش مجموع ة من الآثار التي تنتج عن اعتماد الأفراد على وسائل الإعلام وقد قسمت إلى ثلاث فئات أساسية وهي الآثار المعرفية، والآثار الوجدانية، والآثار السلوكية.<sup>2</sup>

- **أولا التأثير المعرفي:** وهو أول مراحل تأثير وسائل الإعلام في الجمهور، وفي هذا المستوى من التأثير يتعلم الفرد الكثير من المعارف و المعلومات عن القضايا، والأهداف، والأشخاص في بيئته المحيطة به (الجانب المجتمعي) والعالم الخارجي (الجانب الدولي)، مما يساعده على تكوين تصور معرفي عن هذه البيئة وأشخاصها والقضايا التي تمثل المشاهد الرئيسية فيها، وذلك أن استخدام وسائل الإعلام يزيد من تعلم الفرد، وكلما كان تعرضه لهذه الوسائل أكثر، كان التأثير على وعيه المعرفي أكبر، وخاصة إذا كانت اهتمامات الفرد ممثل دافعا رئيسيا للتعرض، حيث أن الأشخاص الذين لهم

1 إحسان رمضان السمارائي، الفضائيات العربية ودورها في توجيه الرأي العام سياسيا، ط 1، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2019، ص 26.

2 حسن عماد مكاوي وعاطف عدلى العبد، نظريات الإعلام، مركز بحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، مصر، 2007 ص 412.



اهتمام بالموضوعات السياسية على سبيل المثال يجدون في وسائل الإعلام المعلومات والمعارف التي يبحثون عنها، وقد أثبتت الدراسات العلمية أن التعرض المستمر لوسائل الإعلام له اثر مباشر في تنميه الوعي والمعرفت السياسية<sup>1</sup>.

- **ثانيا التأثير على المواقف والاتجاهات** :إن التأثير على مواقف الجمهور واتجاهات حول قضية معينة هو المستوى الثاني من مستويات تأثير وسائل الإعلام على الجمهور ، فلا يمكن للشخص أن يتخذ موقفا تجاه قضية من القضايا أو الموضوعات دون أن يكون لديه الحد الأدنى من المعرفة التي تساعد على اتخاذ موقف أو اتجاه معين ، فالدراسات العلمية تشير إلى أن هناك دوافع معينة تجعل الجمهور يتخذ موقفا من مضمون الرسالة الإعلامية مبني على أسس معرفية سابقة تساعد على تشكيل المواقف و الاتجاهات.

إن تكرار الرسالة الإعلامية التي تقدم معلومات ومعارف ذات توجه معين من شأنه أن يغير قنوات قائمة أو يغرس قنوات جديدة تؤثر في مواقف الجمهور اتجاه القضايا والموضوعات التي تعرضها وسائل الإعلام ، ولعل ابرز ما يمكن ان يقال عن تأثير وسائل الإعلام في مواقف الجمهور تجاه القضايا السياسية الدولية وموضوعاتها يمكن أن ينطبق كذلك على السياسة المحلية للجمهور اتجاه النظام السياسي والقضايا السياسية المحلية ، بالإضافة إلى أن التأثير على مواقف الجمهور واتجاهاته لا يقتصر على ما تقدمه وسائل الإعلام من معلومات ومعارف، بل إن التأثير قد يكون عكسيا على الوسائل نفسها بحيث تتغير مواقف الجمهور من الوسيلة الإعلامية بسبب عوامل معينة منها النضج المعرفي لدى الجمهور ، أو طبيعة المضمون الذي تقدمه الوسيلة الإعلامية وما يتعلق به من موضوعية في الرسالة أو ضعف في المهنية، وقد تكون مواقف الجمهور من القنوات الفضائية

1 محمد بن سعود البشر، نظريات التأثير الإعلامي، ط1، دار العبيكان، الرياض، 2014، ص 93.

العربية أثناء الثورات الشعبية التي حدثت في الوطن العربي مطلع العام 2011 م مثال واضح على تغيير هذه المواقف تجاه الرسائل الإعلامية التي كانت تعرضها تلك القنوات<sup>1</sup>.

- **ثالثا: التأثير السلوكي** : ويقصد به معرفة العلاقة بين التعرض لوسائل الإعلام والمشاركات الحقيقية في نشاطات البيئة السياسية، وذلك أن مرحلة التأثير السلوكي تعد أهم مراحل تأثير وسائل الإعلام في عملية التنشئة السياسية ، إذ هي الترجمة الحقيقية لكل ما اكتسبه الفرد من معارف ومعلومات تتعلق ببيئته السياسية، وما أفرجته هذه المعارف وتلك المعلومات من مواقف واتجاهات تساعد على المشاركة الفاعلة في العملية السياسية، ويؤكد هذا ما ذهب إليه كل من تشافي Chaffee و جاكسون بيك Jackson – Beeck ودورال Dural، على ان وسائل الإعلام لاسيما في هذا الوقت الذي يشهد ثورة اتصالية كبيرة خاصة في مجال التلفزيون الذي أصبح أداة لإكساب المعلومات والمعارف للمواطن العصري، والتي تسهم إسهاما كبيرا في توعية المواطن وتشجيعه على الاهتمام ببيئته التي يعيش فيها مما ينعكس على سلوكه اتجاهها ومحاولة مشاركته فيها<sup>2</sup>.

- **الانتقادات الموجهة لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:**

تعرضت نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام لمجموعة من الانتقادات يمكن تلخيصها على النحو التالي:

- **تبالغ النظرية في تصوير حجم الاعتماد الفعلي للعناصر المختلفة وخاصة المتعلقة بوسائل الإعلام، واستقلالها عن النظام الاجتماعي، فوسائل الإعلام غالبا ما تكون محايدة، حيث أنها مصدر غير سياسي، تستطيع أن تجده عند الضرورة، ويجب أن ترتبط وسائل الإعلام بشكل أساسي بالمؤسسات الأكثر هيمنة وسيطرة في المجتمع .**

1 المرجع نفسه، ص 99 .

<sup>2</sup> محمد بن سعود البشر، مقدمة في الاتصال السياسي، ط1، مكتبة العبيكان، الرياض، 1429هـ، ص182

- على الرغم من أن الاعتماد الشديد على وسائل الإعلام قد يزيد من التأثيرات الإدراكية والسلوكية على الفرد ، فإنه للأسف ليست كل تأثيرات وسائل الإعلام الجماهيري هي تأثيرات لمحتويات وسائل أو أنها تؤثر على الأفراد، حيث أن الأفراد قد يتأثرون بالأصدقاء والمعارف وغيرهم

- رغم انه كان يقصد بمدخل الاعتماد أساسا الاعتماد على مستوى النظام الاجتماعي ككل، لكن معظم الدراسات الإعلامية تعاملت مع مدخل الاعتماد على المستوى الفردي فقط ، بمعنى أنها ركزت على الآثار الناجمة عن اعتماد الأفراد على الوسائل المختلفة، مع هذا لا تزال روكيتش ترى أن المستقبل سيكون للتركيز على أهداف الجماعات من الاعتماد.

### - الرد على الانتقادات الموجهة للنظرية

رغم منطقية هذه الانتقادات إلا أن الردود عليها بدت أكثر منطقية، النظرية تقدم تفسيراً لذلك، حيث أن هناك زيادة في الاعتماد على صحة هذه الفرضية، كما يحسب لأصحاب النظرية الوعي بلهجة التفرقة بين استخدامات وسائل الإعلام وبين الاعتماد عليها كمصادر للمعلومات<sup>1</sup>.

كما تعتبر نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام نظرية شاملة حيث تقدم نظرة كلية للعلاقة بين الاتصال والرأي العام، وتتجنب الأسئلة البسيطة عما إذا كانت وسائل الاتصال لها تأثير كبير على المجتمع، وهم أضافته هذه النظرية أن المجتمع يؤثر في وسائل الاتصال ، فالنظرية تعكس الميل العلمي السائد في العلوم الاجتماعية الحديثة للنظر إلى الحياة كنظم مركبة من العناصر المتفاعلة وليست مجرد نماذج منفصلة من الأسباب والنتائج<sup>2</sup>.

1 نهى عبد المقصود، نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام- الأسس والمنطلقات، تقارير 21 نوفمبر 2018، المعهد المصري للدراسات.

2 مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال ، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان الاردن، 2015، ص 227.

ويرجع اختيارنا للمدخل الوظيفي و نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام للأسباب التالية:

- مكانة القنوات الفضائية في المجتمع وذلك باعتبارها أداة فاعلة في النسق الاجتماعي الذي تتراوح

فيه مكانة وسائل الإعلام بين القوة والضعف خاصة خلال عدم الاستقرار والتوازن.

- أن هذه الدراسة تسعى إلى الكشف عن مدى اعتماد الناخبين على وسائل الإعلام في الحصول

على الأخبار والمعلومات، بالإضافة إلى دور هذه الوسائل في تشكيل اتجاهات الناخبين وهو ما

يتوافق مع الهدف الرئيسي لنظرية الاعتماد على وسائل الإعلام.

- تفترض النظرية أن الجمهور سيعتمد على وسائل الإعلام بشكل متزايد لاستقاء الأخبار والمعلومات

من أجل توسيع مداركته إزاء القضايا المهمة خاصة في الأوقات التي يسود فيها الشك والغموض وهو

ما يتناسب مع موضوع دراستنا.

### 12- الدراسات السابقة:

**الدراسة 01:** يصرف الحاج دراسة مقدمة لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الإنسانية

والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة وهران 2006/2007، بعنوان " تأثير

التلفزيون الجزائري على تحديد السلوك الانتخابي." برنامج المصالحة الوطنية نموذجاً.

وحاول الباحث في دراسته معرفة دور التلفزيون الجزائري وتأثيره على السلوك الانتخابي،

والبحث في كيفية استخدام الناخب الجزائري للتلفزيون الجزائري باعتباره وسيط إعلامي

ذو مكانة ووزن كبيرين بين وسائل الإعلام الأخرى.

وانطلق الباحث في إشكالية بحثه من فكرة أن دراسات وأبحاث التأثير هي مواضيع مرتبطة

بمجتمعات لها خصوصية معينة وأفراد مختلفين اختلافًا متباينًا من حيث تعرضهم أو اختيارهم

لوسائل إعلامية دون أخرى خاصة في ظل ما تخلفه هذه الوسائل من أثر على الأفراد، ومدى فاعليتها في تعديل أو تثبيت أو تغيير أنماط معينة من السلوك الإنساني، وكذلك تعرض للسلوك الانتخابي في محاولة لفهم خصائص وسائل الإعلام وقدرتها على التوجيه والسيطرة على ردود أفعال الجمهور إزاء قضايا الرأي العام، من هنا طرح الباحث إشكالية بحثه على النحو التالي:

ما مدى تأثير التلفزيون الجزائري على تحديد السلوك الانتخابي لجمهور الناخبين لولايات الغرب الجزائري من خلال عرضه لمضامين الحملة الانتخابية المتعلقة ببرنامج المصالحة الوطنية التي أجريت في الجزائر سنة 2005؟.

كما تضمنت إشكالية الباحث عدة أسئلة فرعية:

- هل مارس التلفزيون الجزائري دوره بفعالية في التأثير على جمهور الناخبين وتوجيههم إلى تبني سلوك انتخابي يتماشى مع أهداف الحملة الانتخابية من خلال تناوله لبرنامج المصالحة الوطنية؟

- هل أثرت العوامل الوسيطة (الاتصال الشخصي، العلاقات الاجتماعية، الأسرة.....) في تحديد السلوك الانتخابي لجمهور الناخبين؟

وكإجابة مؤقتة لأسئلة البحث اقترح الباحث الفرضيات التالية:

إن التلفزيون الجزائري يمارس تأثيرا ايجابيا، قويا ومباشرا على تحديد السلوك الانتخابي للأفراد. الفرضيات الفرعية:

- يقتصر دور التلفزيون الجزائري فقط على تدعيم بعض المواقف والآراء التي يكون الأفراد قد تبناها لتحديد سلوكهم الانتخابي قبل تعرضهم لمضامين الحملة الانتخابية، وبالتالي فإن التلفزيون لا يمارس دوره بفعالية كبيرة في تحديد السلوك الانتخابي للأفراد.

- للعوامل الوسيطة فعالية كبيرة في تحديد السلوك الانتخابي للأفراد وهذا لكونهم مرتبطون بشبكات اجتماعية وعلاقات شخصية فيما بينهم (الاتصال الشخصي، الأسرة، الجماعات الأولية...).

وأجريت الدراسة على عينة قصدية متكونة من 450 طالب جامعي موزعة على أربع ولايات بمعدل 150 مفردة لكل ولاية، واستخدم استمارة الأسئلة أو الاستبيان كأداة لجمع المعلومات واختبار الفرضيات، كما استعان الباحث بمنهج المسح الاجتماعي لكونه أنسب للدراسة حيث يستهدف التحليل والتفسير الظواهر في وضعها الراهن وهذا طبعا بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها.

وللإجابة على الأسئلة تطرق الباحث إلى أهم التعاريف والمفاهيم الأساسية المتعلقة بماهية الإعلام والاتصال، والخصائص والمميزات التي تميز وسائل الإعلام الجماهيرية، وهذا ليتيح إمكانية فهم الدور الذي تلعبه هذه الوسائل في بناء اتجاهات الأفراد وتشكيل قضايا الرأي العام، كما أشار إلى وظائف الاتصال والتسويق السياسي وتأثيرات الحملة الانتخابية وأهم مدراس تفسير السلوك الانتخابي كما حاول الباحث الوصول إلى معرفة حجم وطبيعة تأثير التلفزيون الجزائري على السلوك الانتخابي وهذا من خلال تفسير وتحليل البيانات التي تم الوصول إليها عن طريق تفرغ الاستمارات حيث خلص الباحث إلى عدة نتائج أبرزها:

- أن تأثير التلفزيون الجزائري على تحديد السلوك الانتخابي لجمهور الناخبين اقتصر على فئة معينة من جمهور الناخبين وهي الفئة التي كانت تميل إلى تأييد مشروع المصالحة الوطنية.
- التلفزيون الجزائري لم يمارس دوره بفعالية كبيرة في التأثير على جمهور الناخبين.
- الاتصال الشخصي له تأثير كبير وقوي ومباشر في بناء وتشكيل السلوك الانتخابي.

تظهر أهمية هذه الدراسة في كونها ساهمت في إعطاء تصور مسبق للباحث عن طبيعة وحجم تأثير التلفزيون الجزائري على السلوك الانتخابي ، وذلك من خلال إبراز مدى اعتماد الأفراد على التلفزيون في تحديد سلوكهم الانتخابي، كما أن نتائج هذه الدراسة تتقاطع مع دراستنا من خلال تناولها لدراسة تأثير التلفزيون وكذلك السلوك الانتخابي الذي يعتبر ناتج عن اتجاهات الافراد.

**الدراسة 02: منصور بن كادي،** دراسة مقدمة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر بسكرة 2015/2014، بعنوان " البرامج السياسية في الإعلام الفضائي الجزائري الخاص ودورها في تنمية الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي."

وحاول الباحث من خلال دراسته معرفة العلاقة القائمة بين البرامج السياسية في الإعلام الفضائي الجزائري الخاص بمختلف قنواته وتنمية الوعي السياسي في الوسط الطلابي الجامعي، كما حاول أيضا معرفة مدى تأثير الإعلام الفضائي الخاص من خلال البرامج السياسية المختلفة والمتنوعة على الفئة الطلابية وتغيير اتجاهاته السياسية بعد متابعته لها

وانطلق من طرحه للتساؤل الرئيسي ويندرج تحته ثلاث تساؤلات متفرعة إلى عدة أسئلة:

التساؤل الرئيسي:

كيف تساهم البرامج السياسية للإعلام الخاص في تشكيل الوعي السياسي وتنميته لدى الطلبة الجامعيين؟

التساؤلات الفرعية:

-هل يعتمد طلبة الجامعة على البرامج السياسية كمصدر للمعلومات السياسية؟

-هل يمكن اعتبار البرامج السياسية إحدى العوامل والوسائل المهمة في تنمية الوعي السياسي؟

-كيف تؤثر البرامج السياسية في تنمية الوعي السياسي وتغيير الاتجاهات السياسية؟  
وأجريت الدراسة على عينة قصدية متكونة من طلبة كليتي العلوم الإنسانية والاجتماعية والحقوق والعلوم السياسية بالقطب الجامعي "شتمة" لجامعة محمد خيضر بسكرة ومن تخصصات ومستويات مختلفة كنموذج للبحث، وشملت عينة هذا البحث على 140 طالب وطالبة بواقع 80 لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية موزعين على التخصصات التالية: سمعي بصري، علاقات عامة، تنظيم وعمل، علم النفس العيادي، من مستويات مختلفة بواقع 20 مفردة لكل تخصص و60 لكلية الحقوق والعلوم السياسية موزعين على التخصصات التالية: علاقات دولية، سياسة مقارنة، قانون إداري، كذلك من مستويات مختلفة بواقع 20 مفردة لكل شخص. واعتمد الباحث في دراسته على أداة استمارة الأسئلة أو الاستبيان كأداة لجمع المعلومات، واستعان بالمنهج الوصفي مع تحليل المعطيات المستقاة من الميدان.  
وللإجابة على الأسئلة تطرق الباحث إلى أهم التعاريف والمفاهيم الأساسية المتعلقة بقطاع الإعلام والمراحل التي مر بها هذا القطاع بالجزائر إلى أن أصبح لدينا قطاع فضائي خاص، وكذا المدخل الشامل للوعي السياسي ودور القطاع بتنمية الوعي السياسي، وكذلك تحليل وتفسير البيانات المستقاة من الدراسة الميدانية والتي خلصت إلى :

-أن الطلبة الجامعيين يعتمدون على البرامج السياسية كمصدر معلومات سياسية وتبين هذا من خلال مشاهدة الطلبة للفضائيات الخاصة كانت كبيرة خاصة المشهورة منها.

-البرامج السياسية للفضائيات الخاصة تعد عامل مهم في تنمية الوعي السياسي.

-البرامج السياسية لها تأثير على ثقافة الطالب السياسية ولم يتكون له اتجاه سياسي بعد متابعة البرامج السياسية رغم تأثير ثقافتهم السياسية من خلال البرامج تكون المعرفة السياسية



للمبوحثين، لكن يختلف التأثير للبرامج السياسية على ثقافة الطالب وتكوين اتجاهه السياسي ومعرفته بالقضايا السياسية ومناقشة القضايا السياسية بعد المتابعة من طالب لآخر، وكذلك يرجع للاهتمام كل فرد بذلك واكتشاف مدى وعيه السياسي بعد المتابعة هذه البرامج من خلال الفضائيات الخاصة.

استفاد الباحثان من هذه الدراسة في معرفة مدى مساهمة الفضائيات الجزائرية بشكل عام في على الاتجاهات السياسية لجمهور هذه القنوات وهو ما يتقاطع مع موضوع الباحث كون القنوات الخاصة الجزائرية جزء مهم من هذه القنوات.

**الدراسة 03: قاسي علاء الدين، زويدي إيمان، بوعاتي إدريس** ، دراسة مقدمة لنيل شهادة الماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2016/2017، بعنوان: "صورة القنوات الجزائرية الخاصة لدى جمهورها" قناة النهار نموذجاً.

وتكمن أهمية الدراسة في الدور المهم للقنوات الفضائية الخاصة التي برغم من كونها حديثة النشأة إلا أنها حركت المياه الراكدة في الإعلام التلفزيوني الجزائري، كما يستمد الموضوع أهميته من كونه يبحث في معرفة الصورة الذهنية للقنوات الجزائرية الخاصة لـ دى المشاهد الجزائري والتي تلعب دوراً هاماً في حياة الفرد الجزائري، من خلال المساهمة في تغيير آرائه وتوعيته وكذلك تؤثر عليه من خلال البرامج الاجتماعية والسياسية التي تنقلها القنوات الجزائرية الخاصة.

وهدفت الدراسة إلى معرفة التصورات الذهنية المبنية لدى المتلقي إزاء تعرضه لمختلف المضامين و المواد الإعلامية للقنوات الخاصة الجزائرية عامة وقناة النهار تي في خاصة، ومحاولة معرفة

موقع القنوات الخاصة الجزائرية في حياة المواطن الجزائري، والتطرق إلى انعكاسات الإعلام

التلفزيوني في أذهان المتلقين.

وجاء التساؤل الرئيسي كالاتي:

ما هي صورة قناة " النهار تي في " لدى المشاهد الجزائري؟

وتفرع إلى تساؤلات فرعية:

- ما هي عادات وأنماط مشاهدة المشاهد الجزائري للقنوات الجزائرية الخاصة؟

- هل خلقت القنوات الخاصة الجزائرية بديلا إعلاميا للمشاهد الجزائري من خلال إشباع حاجياته؟

- هل تعتمد هذه القنوات على أخبار الإثارة والدعاية والإشاعات لجذب المشاهد الجزائري؟

وأجريت الدراسة على عينة قصدية متكونة من طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم

الإنسانية والاجتماعية بجامعة قالمة، كما كانت استمارة الأسئلة الأداة الرئيسية لجمع البيانات

والمعلومات التي اعتمد عليها الباحث في الدراسة الميدانية، كما استخدم المنهج الوصفي باعتباره

مناسب للدراسة، وخلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج والتي بدورها تتقاطع مع دراستي وهي

كالتالي:

-التعرض إلى المضامين الإعلامية يؤدي إلى تكوين تصورات وانطباعات جديدة لدى المتلقي أو

المشاهد.

-هناك تصورات متكونة لدى المشاهد من خلال تعرضه للقنوات الجزائرية الخاصة.

-لم تساهم قناة "النهار تي في" في تغيير آراء الجمهور والتأثير عليه من خلال برامجها المختلفة.

تظهر قيمة هذه الدراسة بالنسبة للباحث من خلال مساهمتها في تكوين تصور مسبق عن صورة قناة النهار لدى جمهورها كون هذه القناة واحدة من أبرز القنوات الخاصة الجزائرية، بالإضافة إلى إبراز اعتماد جمهور القنوات الخاصة على قناة النهار في استقاء الأخبار والمعلومات.

**الدراسة 04:** فوزية عبو، رسالة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2017/2016، بعنوان: " المعالجة الإعلامية لقناة النهار للحملة الانتخابية لرئاسيات 2014 " مقارنة في الإعلام السياسي في الجزائر.

هدف الباحث من خلال هذه الرسالة إلى معرفة كيفية معالجة قناة النهار لحدث الحملة الانتخابية لرئاسيات 2014م، وما هي اتجاهات طلبة علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية بجامعة مستغانم لهذه المعالجة الإعلامية، وكذلك التطرق لأنواع وأساليب الإقناع التي اعتمدها القناة لتوجيه المشاهد للتصويت لمرشح معين وكشف بعض الأفكار استخدمتها في تغطيتها لحدث الانتخابات الرئاسية 2014م، وكذا الوصول إلى طبيعة العلاقة بين القنوات الفضائية الخاصة والنظام السياسي الجزائري ومعرفة اتجاهات الاتصال السياسي التي تتم من خلال قناة النهار والذي يحدث بين المتلقي والقائم بالاتصال وهذا انطلاقا من التساؤل الرئيسي للإشكالية:

كيف عالجت قناة النهار الإخبارية الحملة الانتخابية لرئاسيات الجزائر عام 2014م؟ وماهي

اتجاهات طلبة علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية بجامعة مستغانم حول التغطية الإعلامية

لقناة النهار؟

وتفرعت منه أسئلة فرعية:

- ما أبرز المواضيع التي ركزت عليها قناة النهار أثناء تغطيتها للحملة الانتخابية 2014م؟
  - هل التزمت قناة النهار بمعيار الحيادية في معالجتها لموضوع الحملة الإعلامية، المعارضون للعهدة الرابعة، المؤيدون للعهدة الرابعة؟
  - ما صدر المواد الإخبارية التي اعتمدها القناة أثناء تغطيتها للانتخابات الرئاسية؟
  - ما طبيعة الصور المرفقة لتغطية قناة النهار للحملة الانتخابية؟
  - ما أساليب الإقناع التي استعملتها قناة النهار الإخبارية أثناء تغطيتها لهذه الحملة؟
- ولإحاطة بالموضوع والإجابة على تساؤلات الدراسة اعتمد البحث على تقنيتين الأولى تقنية تحليل المضمون وهذا من خال التحليل الكمي والكيفي لنشرات الأخبار التي بثها قناة النهار أثناء الحملة الانتخابية، وقد اختار 09 نشرات إخبارية من أصل 21 نشرة من بداية الحملة الانتخابية 2014م، والثانية كانت تقنية الاستمارة حيث تمثلت عينة الدراسة الميدانية في العينة غير احتمالية القصدية من خلال اختيار الطلبة الذين يشاهدون قناة النهار وتتبعوا الحملة الانتخابية بالجزائر 2014م، والعينة الاحتمالية الطبقية والتي اختارها من خلال المبحوثين وفق المستوى العلمي أي أخذنا من كل مستوى 10%، وتم توزيع الاستمارة على علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية بجامعة مستغانم بداية من شهر ماي 2014م بعد الانتخابات الرئاسية ب 13 يوم.
- وتطرق الباحث إلى أهم التعاريف والمفاهيم الأساسية المتعلقة بقطاع الإعلام السياسي وكذلك اتجاهات الفضاءات الخاصة، وخلصت الدراسة إلى نتائج أبرزها:
- عدم تحلي قناة النهار بمعيار الحيادية في موضوع الحملة الإعلامية والمعارضون للعهدة الرابعة والمؤيدون لها.

- كما تبين أن السلطة هي من يتحكم في القضايا المطروحة التي كانت تعالجها قناة النهار الإخبارية أثناء الحملة الانتخابية.

- أن معظم طلبة علوم الإعلام والاتصال والعلوم السياسية يعتمدون على قناة النهار الإخبارية كمصدر للمعلومة السياسية أثناء الحملة الانتخابية 2014م.

بشكل عام لقد استفدنا من هذه الدراسة في معرفة كيفية معالجة قناة النهار للأحداث السياسية الوطنية، وهو ما أعطى للباحث فكرة عن طرق معالجة القنوات الخاصة في الجزائر للانتخابات الرئاسية.

### 13- مناقشة الدراسات السابقة:

بعد أن استعرضنا بعض الدراسات السابقة ، ذات علاقة بالموضوع سنوضح مدى استفادتنا من هذه الدراسات ، بالإضافة تحديد نقاط الضعف والقصور فيها ، حيث استفدنا من الدراسات السابقة في تحديد مشكلة الدراسة بشكل دقيق وبلورة الخطة المنهجية للدراسة والتعرف على المناهج والأدوات المستخدمة، والاختيار الأمثل لمنهج وأداة الدراسة، كما استفاد الباحث كذلك من الدراسات السابقة في صياغة الفروض وتساؤلات الدراسة بما يتلاءم مع أهداف دراسته، بالإضافة إلى استفادته منها في إعداد الاستبيان.

بعد استعراضنا لمدى استفادتنا من الدراسات السابقة ، سنسلط الضوء على أوجه النقص أو القصور في هذه الدراسات والتي نوجزها في النقاط التالية:

- ركزت بعض هذه الدراسات على السلوك الانتخابي للأفراد ومدى تأثير القنوات التلفزيونية عليه فيما أهملت التأثير على الاتجاه الذي يعتبر العامل الأساسي في اختيارات الناخبين السياسية.
- لم تتناول بعض هذه الدراسات جميع القنوات الجزائرية الخاصة بل اختارت قنوات دون أخرى.

- توصلت اغلب هذه الدراسات إلى نتائج حول مدى تأثير القنوات التلفزيونية في المجتمع في حين أنها لم تبرز كثيرا كيفية تأثير هذه القنوات، مما يجعلها بحوث كمية أكثر منها كيفية.

### 14- صعوبات الدراسة

- صعوبة الحصول على المادة العلمية على مستوى المكتبة .
- عدم جدية المبحوثين في التعامل مع أسئلة الاستمارة .
- الوضع الصحي الراهن والقلق من عدوى فيروس كوفيد 19 .
- صعوبة قياس اتجاهات الرأي العام حول القضايا السياسية.

الإطار التطبيقي

### تمهيد:

بعد تناولنا لموضوع الدراسة في جانبه المنهجي وذلك من خلال إتباع خطواته المنهجية من منهج وأداة لجمع البيانات وتحديد مجتمع وعينة الدراسة ، بالإضافة إلى تطرقنا للتراث النظري للموضوع وذلك من خلال توضيف المداخل النظرية واهم الدراسات السابقة، سنتطرق في الجانب التطبيقي بداية إلى أهم الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل البيانات الميدانية، لننتقل بعد ذلك إلى عرض هذه البيانات وتحليل معطياتها وتفسيرها ، ومن ثم استخلاص النتائج النهائية للبحث وذلك وفق التساؤلات والفرضيات الموضوعية مسبقا للدراسة.

### 1 الأساليب الإحصائية المستخدمة في تحليل بيانات الدراسة الميدانية:

قبل أن نتطرق إلى عرض بيانات الدراسة وتفسيرها وجب علينا الإشارة إلى أهم الأساليب الإحصائية المتبعة في تحليل البيانات الميدانية وذلك لقياس العلاقة بين متغيرات الدراسة، حيث قمنا باستخراج التكرارات والنسب المئوية لكل سؤال من أسئلة الاستمارة وذلك قصد معرفة اتجاهات أفراد العينة حول مؤشرات البحث، بالإضافة إلى تأثير المتغيرات السوسيو ديمغرافية على اختيارات المبحوثين، وذلك من خلال قسمة أجوبة المبحوثين مضروب في مئة على عددهم الكلي أي:

$$\text{النسبة المئوية} = \frac{\text{مج الإجابات} \times \text{مئة}}{\text{عدد المبحوثين}}$$

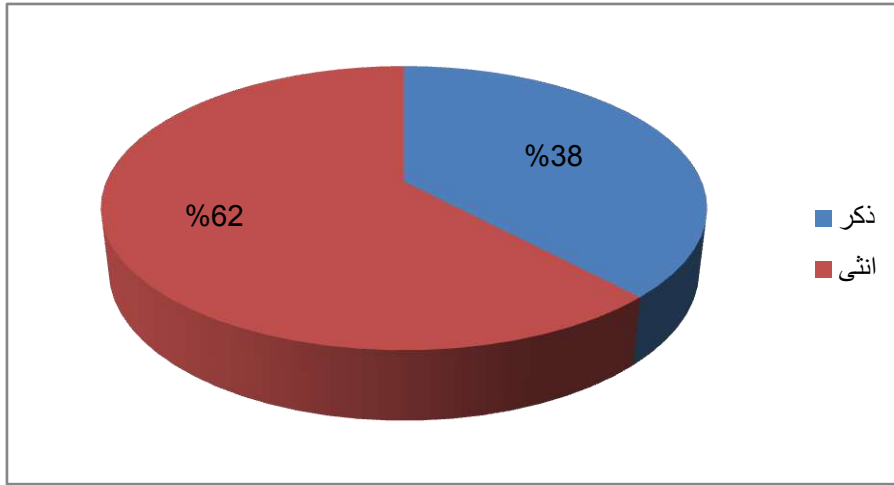


## 2 خصائص عينة المبحوثين

الجدول 01: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس:

النسبة	التكرار	الجنس
%62	62	أنثى
%38	38	ذكر
%100	100	المجموع

الشكل 01: ميثل دائرة نسبية توضح جنس المبحوثين:



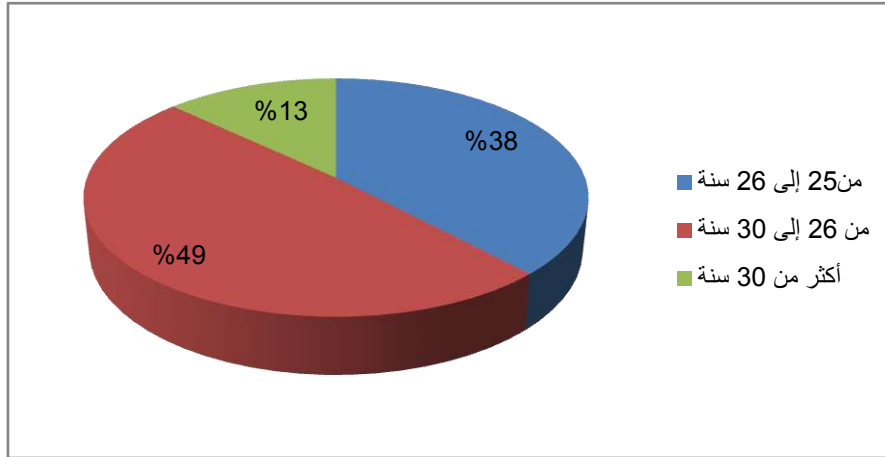
قراءة الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن عدد الطلبة من الإناث يفوق عدد الطلبة من الذكور ، حيث بلغت نسبة الإناث %62 أما نسبة الذكور فبلغت %38 من مجموع المبحوثين، وهذا راجع إلى أن عدد الإناث أكثر من عدد الذكور في مستوى سنة ثانية ماستر بقسم علوم الإعلام والاتصال.

الجدول 02 رقم: يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن:

النسبة	التكرار	السن
%38	38	أقل من 25 سنة
%49	49	من 25 إلى 30 سنة
%13	13	أكثر من 30 سنة
%100	100	المجموع

الشكل 02: يمثل دائرة نسبية توضح أعمار المبحوثين:



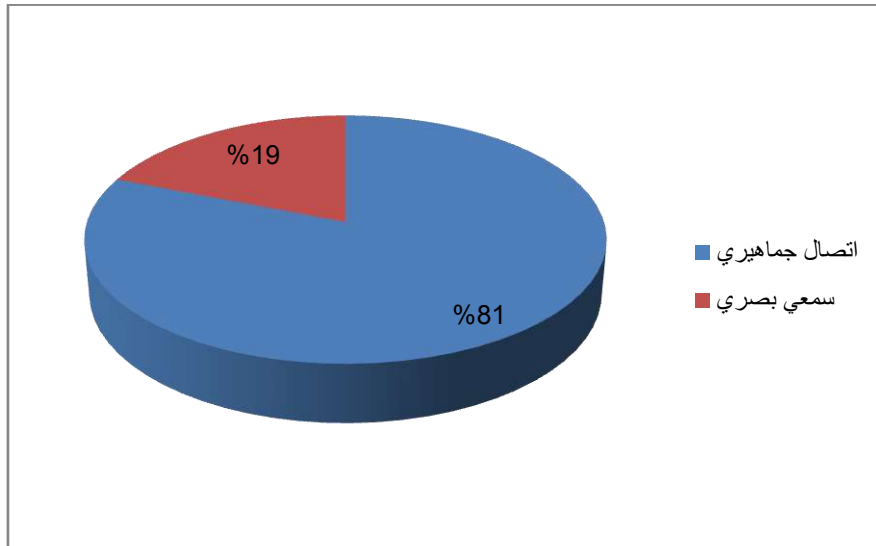
قراءة الجدول:

يتضح من خلال هذا الجدول أن أكبر نسبة من الطلبة المبحوثين هم الذين تتراوح أعمارهم ما بين 26 إلى 30 سنة حيث قدرت نسبتهم بـ %49 ، ثم تليها نسبة الطلبة الذين تقل أعمارهم عن 25 سنة والتي قدرت بنسبة %38 ، وفي الأخير نجد فئة الطلبة المبحوثين الذين تفوق أعمارهم من 30 سنة بنسبة %13 ، وهذا ما يدل على أن أغلبية أفراد العينة في ريعان شبابهم ويسعون إلى تكوين رصيد معرفي وبلوغ أعلى المراتب العلمية.

الجدول 03: يبين توزيع أفراد العينة حسب التخصص العلمي:

التخصص العلمي	التكرار	النسبة
اتصال جماهيري	81	%81
سمعي بصري	19	%19
المجموع	100	%100

الشكل 03: يمثل دائرة نسبية توضح التخصص العلمي لأفراد العينة:



قراءة الجدول:

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن هناك تباين في التخصص العلمي حيث نلاحظ أن أعلى نسبة متمثلة في تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة حيث بلغت 81% من أفراد العينة، أما أقل نسبة تمثلت في تخصص السمع البصري بـ 19%، وهذا يتوافق عموماً مع ما هو موجود في المجتمع الأصلي، بحيث يفوق عدد طلبة تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة عدد طلبة السمع البصري.

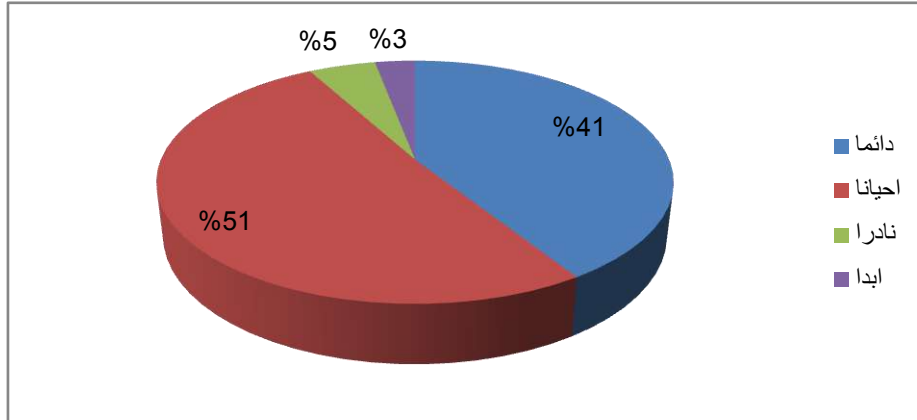
3 عرض وتحليل البيانات الميدانية

المحور الأول: اهتمام القنوات الجزائرية الخاصة بالأحداث السياسية البارزة على الساحة.

الجدول 04: يبين اهتمام القنوات الجزائرية الخاصة بالقضايا الوطنية الجزائرية الهامة.

هل ترى أن القنوات الجزائرية الخاصة تولي الاهتمام اللازم بالقضايا الوطنية الهامة؟		
النسبة	التكرار	الإجابة
%41	41	دائما
%51	51	أحيانا
%5	5	نادرا
%3	3	أبدا
%100	100	المجموع

الشكل 04: يمثل دائرة نسبية توضح اهتمام القنوات الخاصة بالقضايا الوطنية الجزائرية الهامة.



قراءة الجدول:

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن 51% من المبحوثين يرون بأن القنوات الجزائرية الخاصة أحيانا ما تولي الاهتمام اللازم بالقضايا الوطنية الهامة، أما 41% من أفراد العينة فيرون أن القنوات الجزائرية الخاصة دائما ما تولي الاهتمام بالقضايا الوطنية الهامة، في حين يرى 5% من المبحوثين أن القنوات الجزائرية الخاصة نادرا ما تولي الاهتمام اللازم بالقضايا الوطنية الهامة، وفي الأخير نرى

أن 3% من المبحوثين يرون بأن القنوات الخاصة لا تولي أي اهتمام بالقضايا الوطنية الهامة ، وهذا يدل على أن القنوات الجزائرية الخاصة تولي اهتماما معتبرا بالقضايا الوطنية الهامة وذلك من خلال ما تبثه هذه القنوات من برامج و أخبار .

ومنه نستنتج أن القنوات الجزائرية الخاصة أحيانا ما تولي الاهتمام اللازم بالقضايا السياسية البارزة على الساحة الوطنية.

**الجدول 05: يبين اهتمام القنوات الخاصة بالقضايا الوطنية الجزائرية الهامة حسب متغير التخصص العلمي.**

المجموع		سمعي بصري		اتصال جماهيري		التخصص الإيجابية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%41	41	%21.5	4	%46	37	دائما
%51	51	%68	13	%47	38	أحيانا
%5	5	%10.5	2	%3.5	3	نادرا
%3	3	%0	0	%3.5	3	أبدا
%100	100	100%	19	%100	81	المجموع

### قراءة الجدول:

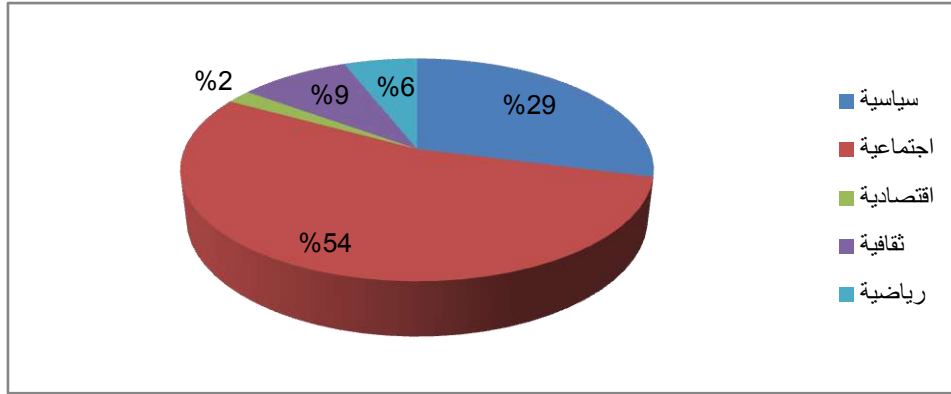
نلاحظ من خلال الجدول أن نسبة 68% من أصحاب تخصص السمي البصري يرون بأن القنوات الخاصة أحيانا ما تولي الاهتمام اللازم بالقضايا الهامة على الساحة الوطنية ، في حين يرى أصحاب التخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة أن القنوات الخاصة أحيانا ما تولي الاهتمام اللازم بالقضايا الهامة على الساحة الوطنية بنسبة 47%.

ومنه نستنتج أن القنوات الجزائرية الخاصة أحيانا ما تولي الاهتمام اللازم بالقضايا الهامة على الساحة الوطنية وذلك حسب ما أكده أصحاب التخصص السمي البصري الذين يعتبرون اقرب إلى مجال عمل القنوات الخاصة من غيرهم.

الجدول 06: يبين القضايا والمواضيع التي تثير اهتمام المبحوثين في القنوات الجزائرية الخاصة.

ما نوع القضايا والمواضيع التي تثير اهتمامك في القنوات الجزائرية الخاصة؟		
النسبة	التكرار	الإجابة
29%	29	سياسية
54%	54	اجتماعية
2%	2	اقتصادية
9%	9	ثقافية
6%	6	رياضية
100%	100	المجموع

الشكل 05: يمثل دائرة نسبية توضح القضايا والمواضيع التي تثير اهتمام المبحوثين في القنوات الجزائرية الخاصة.



قراءة الجدول:

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن أغلب إجابات أفراد العينة عن نوع القضايا والمواضيع التي تثير اهتمامهم في القنوات الجزائرية الخاصة هي القضايا الاجتماعية بنسبة 54% وهذا راجع لما تبثه هذه القنوات من قضايا اجتماعية كثيرة ومتعددة، أما 29% فيرون أن القضايا السياسية هي التي تثير اهتمامهم في برامج القنوات الخاصة، في حين يرى 9% من أفراد العينة الثقافية هي ما يثيرهم في

القنوات الخاصة ، فيما نرى أن نسبة 6% من أفراد العينة يهتمون بالقضايا والمواضيع الرياضية، تليها المواضيع والقضايا الاقتصادية حيث حصلت على نسبة 2% من مجموع إجابات المبحوثين. ومنه نستنتج أن القضايا الاجتماعية هي أكثر المواضيع التي تهتم المبحوثين في برامج القنوات الجزائرية الخاصة.

الجدول 07: القضايا والمواضيع التي تثير اهتمام المبحوثين في القنوات الجزائرية الخاصة حسب متغير التخصص العلمي.

المجموع		سمعي بصري		اتصال جماهيري		التخصص
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الإجابة
29%	29	16.4%	3	31.5%	26	سياسية
54%	54	68%	13	49.5%	41	اجتماعية
2%	2	0%	0	2.5%	2	اقتصادية
9%	9	10.4%	2	8.5%	7	ثقافية
6%	6	5.2%	1	6%	5	رياضية
100%	100	100%	19	100%	81	المجموع

قراءة الجدول:

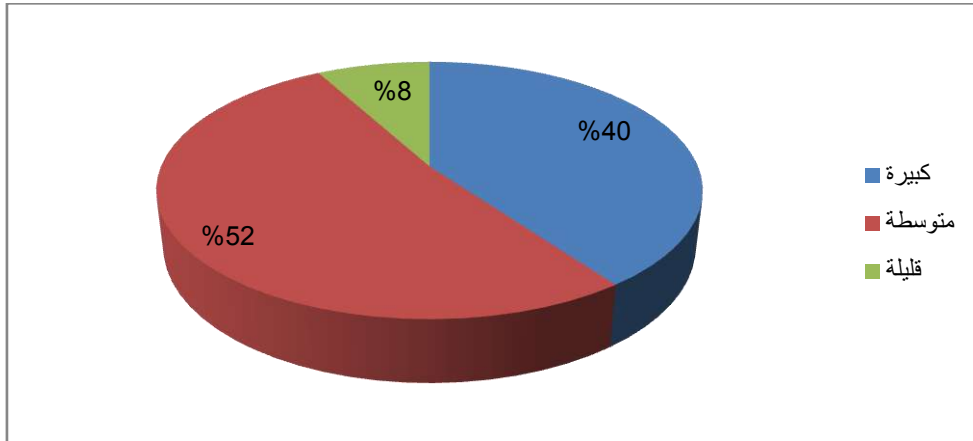
نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن القضايا الاجتماعية هي أكثر القضايا التي تثير إعجاب المبحوثين، لكن حين نقارن بين تخصصي أفراد العينة نلاحظ أن طلبة السمعى البصري أبدوا اهتمام أكبر بالقضايا الاجتماعية، حيث بلغت نسبتهم 68% من المبحوثين، في حين أكد 49.5% من طلبة تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة على اهتمامهم بالقضايا الاجتماعية في برامج القنوات الجزائرية الخاصة.

ومنه نستنتج أن طلبة تخصص السمعي البصري أكثر اهتماما بالقضايا الاجتماعية من طلبة تخصص الاتصال الجماهيري، وذلك أن طلبة السمعي البصري أكثر اندماجا في مجال العمل التلفزيوني وهو ما يجعلهم أكثر متابعة للبرامج التلفزيونية.

الجدول 08: يبين تغطية القنوات الجزائرية الخاصة للأحداث السياسية في الجزائر.

كيف ترى تغطية القنوات الجزائرية الخاصة للأحداث السياسية في الجزائر؟		
النسبة	التكرار	الإجابة
40%	40	كبيرة
52%	52	متوسطة
8%	8	قليلة
100%	100	المجموع

الشكل 06: يمثل دائرة نسبية توضح تغطية القنوات الجزائرية الخاصة للأحداث السياسية في الجزائر.



قراءة الجدول:

من خلال الجدول أعلاه بأن 52% من أفراد المبحوثين يرون بأن تغطية القنوات الجزائرية الخاصة للأحداث السياسية في الجزائر متوسطة، وهي أكبر نسبة مقارنة مع النسب الأخرى، وتليها نسبة 40% من الذين يرون بأن تغطية القنوات الخاصة للأحداث السياسية في الجزائر كبيرة، وفي الأخير وبنسبة 8% يرون أن تغطية القنوات الجزائرية الخاصة للأحداث السياسية في الجزائر قليلة.

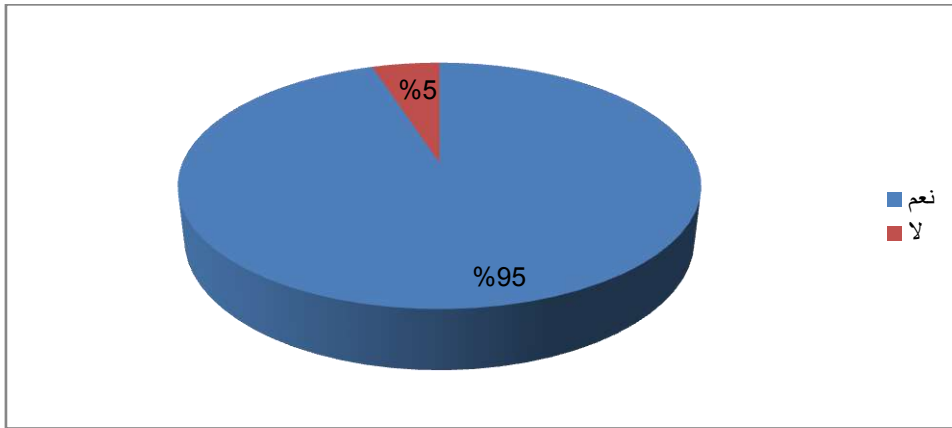


وبالنظر إلى إجابات المبحوثين فإنه يمكننا القول بان القنوات الخاصة قد كانت لها تغطية متوسطة لأحداث الانتخابات الرئاسية 2019.

الجدول 09: يبين تغطية القنوات الجزائرية الخاصة للأحداث السياسية أثناء المواعيد الانتخابية.

هل تكثف القنوات الجزائرية الخاصة من تغطيتها للأحداث السياسية أثناء المواعيد الانتخابية؟		
النسبة	التكرار	الإجابة
95%	95	نعم
5%	5	لا
100%	100	المجموع

الشكل 07: يمثل دائرة نسبية توضح تغطية القنوات الجزائرية الخاصة للأحداث السياسية أثناء المواعيد الانتخابية.



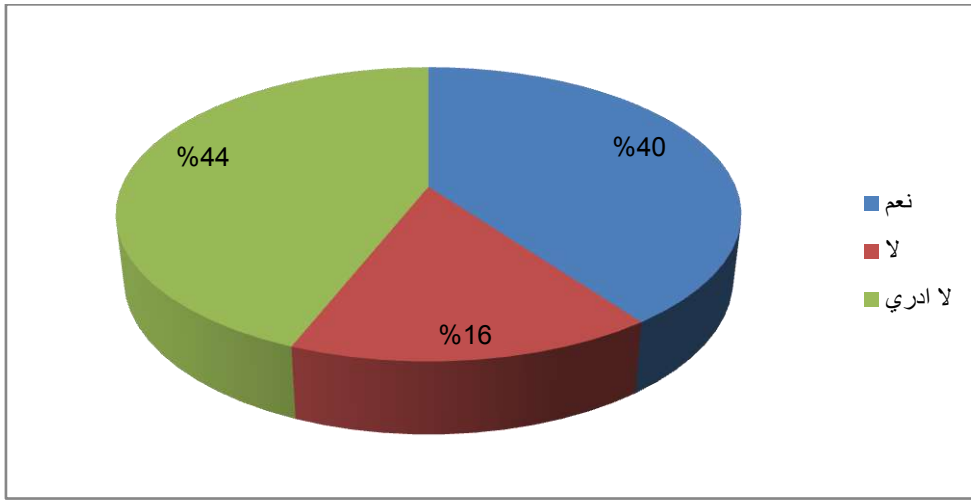
قراءة الجدول:

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن الأغلبية الساحقة وبنسبة 95% من أفراد العينة يرون أن القنوات الجزائرية الخاصة تكثف من تغطيتها للأحداث السياسية أثناء المواعيد الانتخابية، في حين 5% من المبحوثين أن القنوات الخاصة لا تكثف من تغطيتها للأحداث السياسية أثناء المواعيد الانتخابية، وهذا طبيعي لدى أي قناة سواء خاصة أو عمومية ، فهي تركز على المواضيع الهامة على الساحة الوطنية بكثرة، وخاصة في فترة الانتخابات التي تكون مليئة بالأحداث والأخبار الهامة.

الجدول 10: يبين نسبة المشاهدة بين القنوات الخاصة والعمومية في الجزائر بخصوص المواضيع السياسية.

هل ترى أن القنوات الخاصة في الجزائر تحصل على نسبة مشاهدات أكبر من القنوات العمومية فيما يتعلق بمعالجة المواضيع السياسية؟		
النسبة	التكرار	الإجابة
40%	40	نعم
16%	16	لا
44%	44	لا أدري
100%	100	المجموع

الشكل 8: يمثل دائرة نسبية توضح نسبة المشاهدات بين القنوات الخاصة والقنوات العمومية في الجزائر فيما يتعلق بمعالجة المواضيع السياسية.



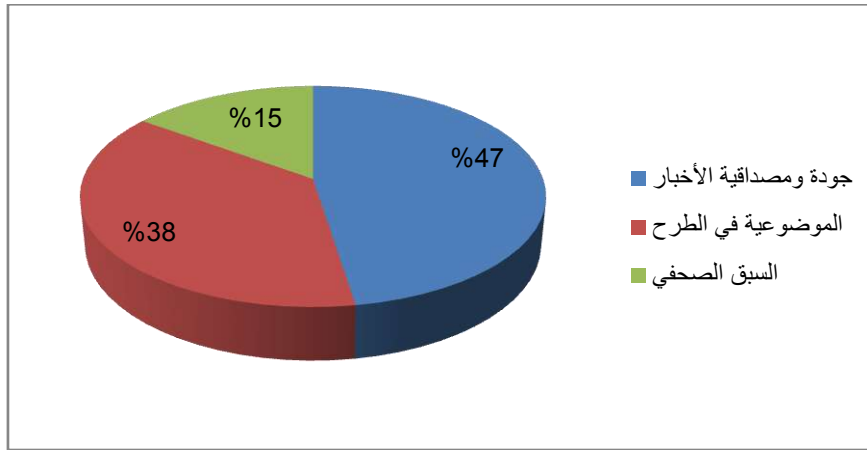
قراءة الجدول:

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن 44% من المبحوثين لا يدرون أي من القنوات الجزائرية الخاصة أو الحكومية التي تحصل على مشاهدات أكبر من الأخرى فيما يتعلق بمعالجة المواضيع السياسية، تليها نسبة 40% يرون أن القنوات الخاصة في الجزائر تحصل على نسبة مشاهدات أكبر من القنوات الحكومية فيما يتعلق بمعالجة المواضيع السياسية، ومن ثم بنسبة 16% أجابوا بـ لا أي يرون بأن القنوات الخاصة في الجزائر لا تحصل على مشاهدات أكبر من القنوات العمومية.

الجدول 11: يبين سبب تفوق القنوات الخاصة على القنوات العمومية في معالجة المواضيع السياسية.

ما سبب تفوق القنوات الخاصة على القنوات العمومية في معالجة المواضيع السياسية؟		
النسبة	التكرار	الإجابة
47.5%	19	جودة ومصداقية الأخبار
37.5	15	الموضوعية في طرح
15%	6	السبق الصحفي
100%	40	المجموع

الشكل 09: يمثل دائرة نسبية توضح سبب تفوق القنوات الخاصة على القنوات العمومية في معالجة المواضيع السياسية.



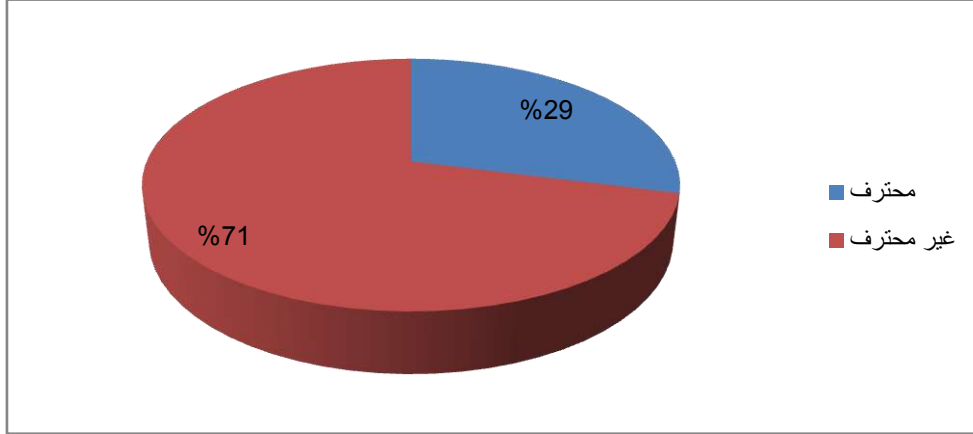
قراءة الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن سبب تفوق القنوات الخاصة على القنوات الحكومية في معالجة الأخبار السياسية حسب أفراد العينة هو جودة ومصداقية الأخبار، حيث قدرت نسبة اختيار هذه العبارة 47.5%، فيما يرى 37.5% من أفراد العينة أن الموضوعية في الطرح هي سبب التفوق، واختار 15% السبق الصحفي على أنه هو السبب الرئيسي في تفوق القنوات الخاصة على القنوات العمومية المواضيع السياسية.

الجدول 12: يبين مستوى أداء القنوات الجزائرية الخاصة في تناولها للمواضيع السياسية البارزة على الساحة الوطنية.

ما هو تقييمك لمستوى أداء القنوات الجزائرية الخاصة في تناولها للمواضيع السياسية الهامة على الساحة الوطنية؟		
النسبة	التكرار	الإجابة
29%	29	محترف
71%	71	غير محترف
100%	100	المجموع

الشكل 10: يمثل دائرة نسبية توضح مستوى أداء القنوات الجزائرية الخاصة في تناولها للمواضيع السياسية الهامة على الساحة الوطنية.



قراءة الجدول:

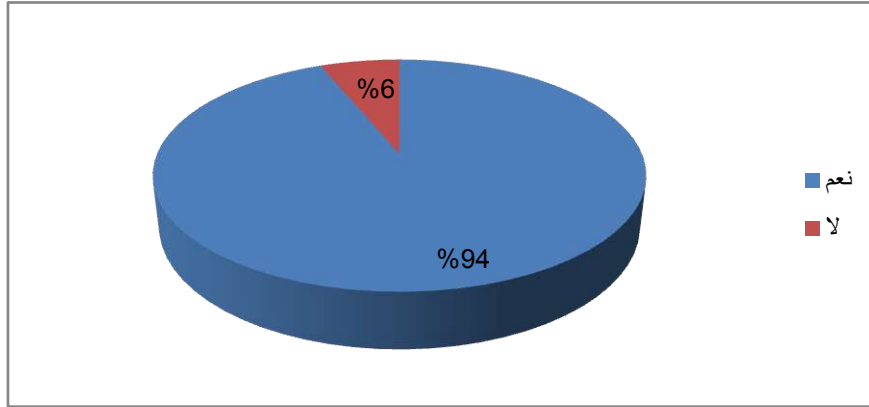
من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن 71% من أفراد المبحوثين يرون أن أداء القنوات الجزائرية الخاصة في تناولها للمواضيع السياسية الهامة على الساحة الوطنية غير محترف، فيما أجابت فئة قليلة ونسبة 29% عكس ذلك، ويرون أن مستوى أداء القنوات الجزائرية الخاصة محترف. ومنه نستنتج أن مستوى أداء القنوات الخاصة بعيد عن الاحترافية وهو ما قد يرجع إلى حداثة نشأة هذه القنوات في مجال السمعي البصري في الجزائر.

المحور الثاني: اعتماد الناخبين في الجزائر على القنوات الخاصة كمصدر للمعلومات حول الانتخابات الرئاسية 2019.

الجدول 13: يبين مساهمة القنوات الجزائرية الخاصة في الحصول على المعلومات المهمة حول الانتخابات الرئاسية الأخيرة في الجزائر.

هل ساعدتك القنوات الجزائرية الخاصة في الحصول على المعلومات المهمة حول الانتخابات الرئاسية الأخيرة في الجزائر؟		
النسبة	التكرار	الإجابة
75%	75	نعم
25%	25	لا
100%	100	المجموع

الشكل 11: يمثل دائرة نسبية توضح مساهمة القنوات الجزائرية الخاصة في الحصول على المعلومات المهمة حول الانتخابات الرئاسية الأخيرة في الجزائر.



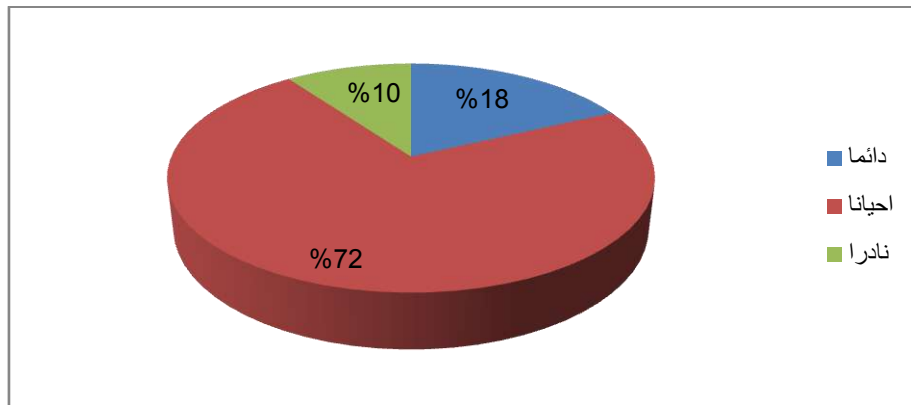
قراءة الجدول:

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن 75% من أفراد المبحوثين يرون أن القنوات الجزائرية الخاصة ساهمت في حصولهم على المعلومات المهمة حول الانتخابات الرئاسية الأخيرة في الجزائر، فيما ترى بنسبة 25% من المبحوثين يرون أن القنوات الجزائرية الخاصة لم تساعدهم في الحصول على المعلومات الكافية والمهمة حول الانتخابات الرئاسية الأخيرة في الجزائر. وهو ما يدل على أن القنوات الخاصة مارست دورها بكفاءة في إمداد المبحوثين بالمعلومات المهمة حول الانتخابات الرئاسية الأخيرة.

الجدول 14: يبين نجاح القنوات الخاصة في تحقيق السبق الصحفي حول الانتخابات الرئاسية 2019.

هل ترى أن القنوات الخاصة حققت السبق الصحفي في نقل أحداث وأخبار الانتخابات الرئاسية 2019؟		
النسبة	التكرار	الإجابة
18%	18	دائما
72%	72	أحيانا
10%	10	نادرا
100%	100	المجموع

الشكل 12: يمثل دائرة نسبية توضح نجاح القنوات الخاصة في تحقيق السبق الصحفي حول الانتخابات الرئاسية 2019.



قراءة الجدول:

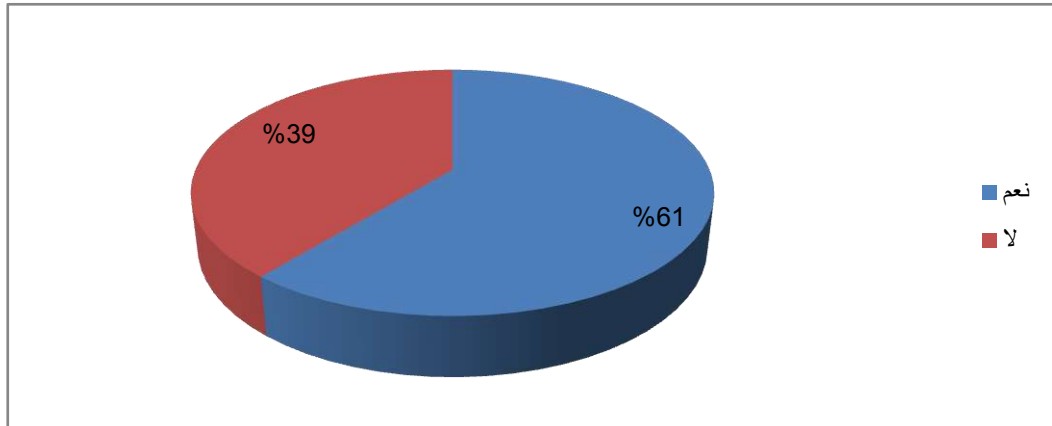
من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن أغلب الإجابات وبنسبة 72% أجابوا ب أحيانا ما تحقق القنوات الخاصة السبق الصحفي في نقل أحداث وأخبار الانتخابات الرئاسية، وهذا راجع للتغطية الكبيرة وكمية البرامج التي تركز على نقل كل ما هو جديد فيما يخص الانتخابات الرئاسية، فيما يرى البعض من أفراد المبحوثين وبنسبة 18% أن القنوات الجزائرية الخاصة دائما ما تحقق السبق الصحفي في نقل الأحداث وأخبار الانتخابات الرئاسية 2019 من خلال تتبع المترشحين ونقل كل ما هو مهم، وأجابت فئة تقدر بنسبة 10% ب نادر ما تحقق القنوات الخاصة السبق الصحفي في نقل أحداث وأخبار الانتخابات، ومنه نستنتج أن القنوات الخاصة أحيانا ما تحقق السبق الصحفي ويرجع هذا إلى نجاح

الوسائل الاتصالية الأخرى كمواقع التواصل الاجتماعي في الحصول على الأخبار والمعلومات المتعلقة بالانتخابات قبل القنوات الخاصة وذلك لقلّة تكلفتها وسرعة تداولها.

الجدول 15: يبين توفير القنوات الجزائرية الخاصة للمعلومات الكافية عن الانتخابات الرئاسية 2019.

هل ترى أن القنوات الجزائرية الخاصة وفرت المعلومات الكافية عن الانتخابات الرئاسية 2019؟		
الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	61	61%
لا	39	39%
المجموع	100	100%

الشكل 13: يمثل دائرة نسبية توضح أن القنوات الجزائرية الخاصة وفرت المعلومات الكافية عن الانتخابات الرئاسية 2019.



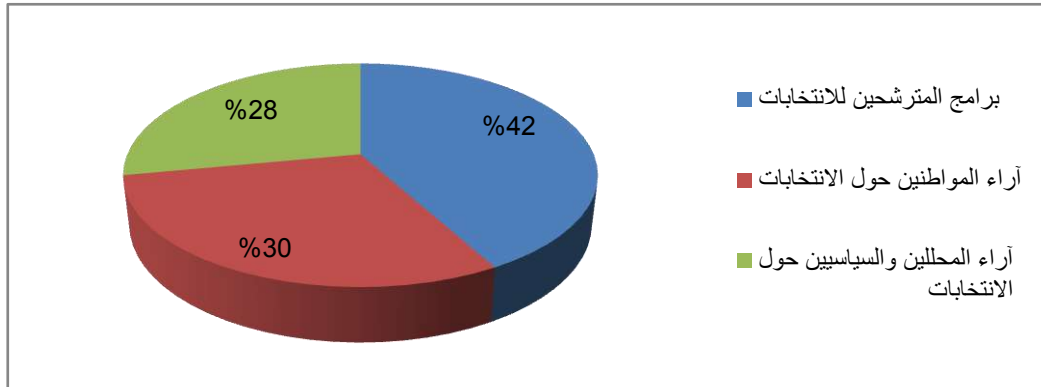
قراءة الجدول:

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن 61% من المبحوثين يرون أن القنوات الجزائرية الخاصة وفرت المعلومات الكافية عن الانتخابات الرئاسية 2019، بينما يرى 39% من أفراد العينة أن القنوات الجزائرية الخاصة لم توفر المعلومات الكافية عن الانتخابات الرئاسية الأخيرة. ومنه نستنتج أن القنوات الجزائرية الخاصة نجحت في إمداد المبحوثين بالمعلومات الكافية عن الانتخابات الرئاسية 2019.

الجدول 16: يبين طبيعة الأخبار والمعلومات التي استقاها الناخبين من برامج القنوات الجزائرية الخاصة حول الانتخابات الرئاسية 2019.

ما هي طبيعة الأخبار والمعلومات التي استقاها الناخبين من برامج القنوات الجزائرية الخاصة حول الانتخابات الرئاسية 2019؟		
النسبة	التكرار	الإجابة
42%	42	برامج المترشحين للانتخابات
30%	30	آراء المواطنين حول الانتخابات
28%	28	آراء المحللين والسياسيين حول الانتخابات
100%	100	المجموع

الشكل 14: يمثل دائرة نسبية توضح طبيعة الأخبار والمعلومات التي استقاها الناخبين من برامج القنوات الجزائرية الخاصة حول الانتخابات الرئاسية 2019.



### قراءة الجدول:

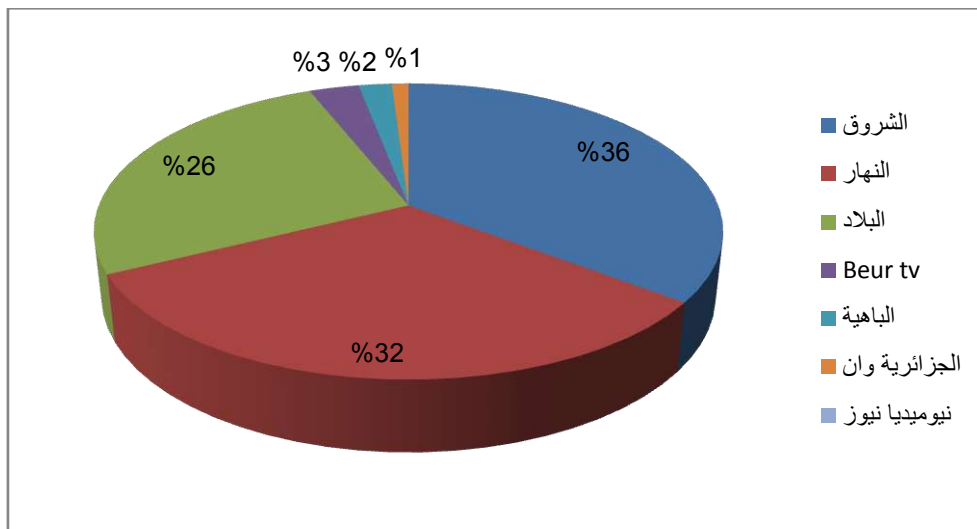
يتضح من خلال الجدول أعلاه أن طبيعة الأخبار والمعلومات التي استقاها الناخبين من برامج القنوات الجزائرية الخاصة حول الانتخابات الرئاسية 2019، هي برامج المترشحين حيث قدرت نسبتها 42% من المبحوثين، فيما ترى نسبة 30% أن طبيعة الأخبار والمعلومات التي استقاها الناخبين من برامج القنوات الجزائرية الخاصة حول الانتخابات الرئاسية كانت عن طريق آراء المواطنين حول الانتخابات، وأخيرا وبنسبة 28% يرون أن آراء المحللين والسياسيين حول الانتخابات هي التي استقى منها الناخبين المعلومات حول الانتخابات الرئاسية 2019، من خلال بروز محللين وسياسيين على الساحة الوطنية في فترة الانتخابات الرئاسية.



الجدول 17: يبين القنوات الجزائرية الخاصة المعتمد عليها بالدرجة الأولى في الحصول على أخبار الانتخابات الرئاسية 2019.

ما هي القنوات الجزائرية الخاصة التي اعتمدت عليها بالدرجة الأولى في الحصول على أخبار الانتخابات الرئاسية 2019؟		
النسبة	التكرار	القنوات
35%	35	الشروق
32%	32	النهار
26%	26	البلاد
3%	3	Beur tv
2%	2	الباهية
1%	1	الجزائرية وان
1%	1	نيوميديا نيوز
100%	100	المجموع

الشكل 15: يمثل دائرة نسبية توضح القنوات الجزائرية الخاصة المعتمد عليها بالدرجة الأولى في الحصول على أخبار الانتخابات الرئاسية 2019.



### قراءة الجدول:

من خلل الجدول رقم 14 جاءت القنوات الجزائرية الخاصة التي اعتمدها المبحوثين في الحصول على أخبار الانتخابات الرئاسية 2019 كالتالي :

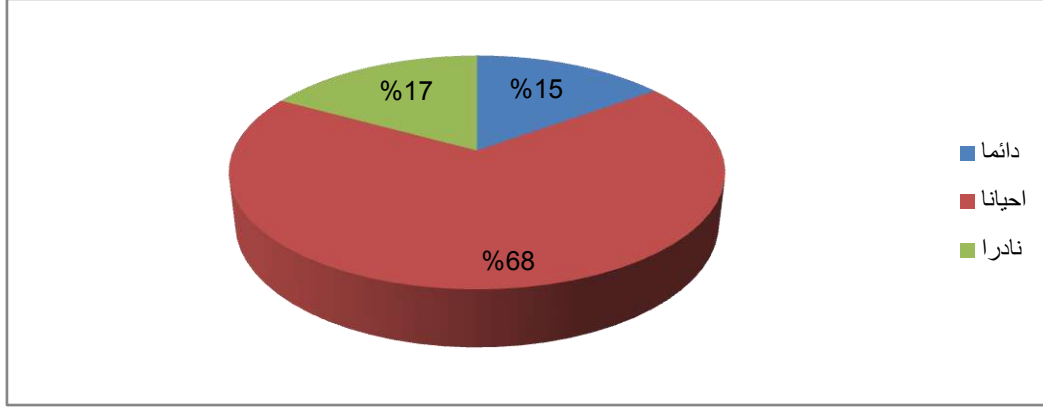
- قناة الشروق بنسبة 35%
- قناة النهار بنسبة 32%
- قناة البلاد بنسبة 26%
- قناة Beur tv بنسبة 3%
- قناة الباهية بنسبة 2%
- قناة الجزائرية وان بنسبة 1%
- قناة نيوميديا نيوز بنسبة 1%

ومنه نستنتج أن المبحوثين يعتمدون على ثلاث قنوات في استقاء أخبار ومعلومات الانتخابات الرئاسية وهي الشروق والنهار والبلاد وهذا راجع إلى خبرة هذه القنوات في مجال السمع البصري في الجزائر، حيث كانت هذه القنوات السبّاقة إلى إنشاء قنوات خاصة عند فتح المجال للخواص في العمل الاعلامي في الجزائر.

الجدول 18: يبين الاعتماد على القنوات الجزائرية الخاصة كمصدر رئيسي لأخبار ومعلومات الانتخابات دون غيرها من القنوات والمصادر الأخرى.

هل تعتمد على القنوات الجزائرية الخاصة كمصدر رئيسي للأخبار ومعلومات الانتخابات دون غيرها من القنوات والمصادر الأخرى؟		
النسبة	التكرار	الإجابة
15%	15	دائما
68%	68	أحيانا
17%	17	نادرا
100%	100	المجموع

الشكل 16: يمثل دائرة نسبية توضح الاعتماد على القنوات الجزائرية الخاصة كمصدر رئيسي لأخبار ومعلومات الانتخابات دون غيرها من القنوات والمصادر الأخرى.



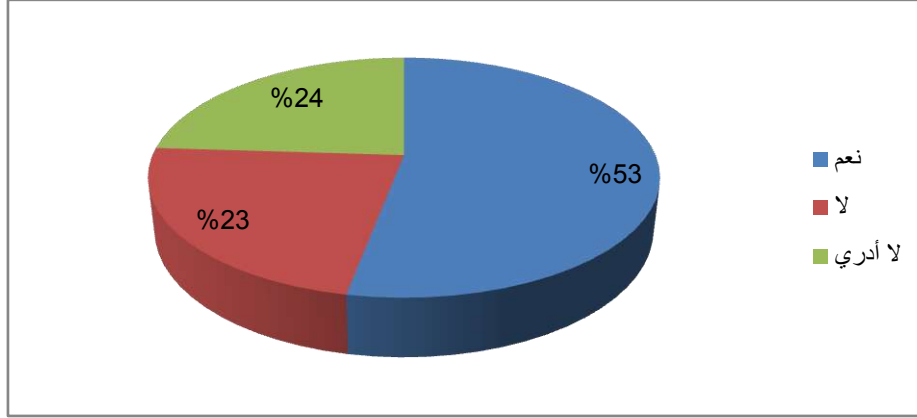
#### قراءة الجدول:

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن النسبة الأكبر من أفراد العينة أجابوا بـ أحيانا ما يعتمدون على القنوات الجزائرية الخاصة كمصدر رئيسي للأخبار ومعلومات الانتخابات دون غيرها من القنوات والمصادر الأخرى، وهذا بنسبة 68%، حيث أن هذه القنوات في الكثير من الأحيان تعتمد على مصادر غير موثوقة في نقل بعض الأخبار، فيما أجاب 17% من أفراد العينة بأنهم نادر ما يعتمدون عليها، وهذا راجع لاعتمادهم على مصادر أخرى أكثر ثقة واحترافية في نقل أهم الأحداث والأخبار ومن ثم وبنسبة 15% أجابوا بـ دائما ما يعتمدون على القنوات الخاصة في الحصول على المعلومات حول الانتخابات وهذا راجع إلى توجه المبحوثين إلى مواقع التواصل الاجتماعي التي تعتبر من مصادر المعلومات لاستقاء المعلومات السياسية منها رغم قلة مصداقيتها.

الجدول 19: يبين تفوق القنوات الجزائرية الخاصة على القنوات التلفزيونية العمومية في تغطيتها لأحداث الانتخابات الرئاسية الأخيرة.

هل ترى أن القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة تفوقت في تغطيتها لأحداث الانتخابات الرئاسية الأخيرة على قنوات التلفزيون العمومي؟		
النسبة	التكرار	الإجابة
53%	53	نعم
23%	23	لا
24%	24	لا أدري
100%	100	المجموع

الشكل 17: يمثل دائرة نسبية توضح تفوق القنوات الجزائرية الخاصة على القنوات التلفزيونية العمومية في تغطيتها لأحداث الانتخابات الرئاسية الأخيرة.



قراءة الجدول:

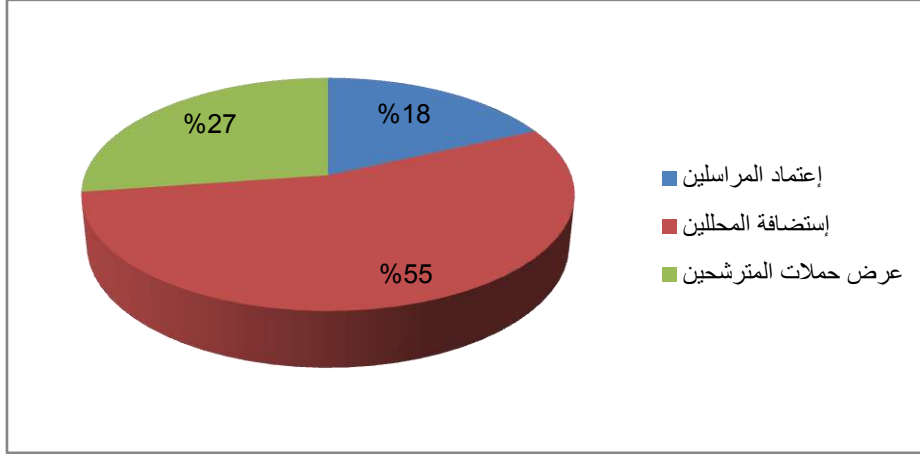
من خلال الجدول نلاحظ أن الأغلبية من أفراد العينة وبنسبة 53% أجابوا "بنعم" تتفوق القنوات الجزائرية الخاصة على القنوات التلفزيونية العمومية في تغطيتها لأحداث الانتخابات الرئاسية، فيما كانت الإجابة متقاربة بين الخيارين "لا"، و"لا أدري"، حيث تمثلت نسبة أفراد العينة الذين أجابوا ب"لا أدري" ب 24%، في حين أجاب 23% من المبحوثين ب لا .

ومنه نستنتج أن القنوات الجزائرية الخاصة تتفوق على القنوات العمومية في تغطيتها لأحداث الانتخابات الرئاسية من خلال التغطية الكاملة والشاملة والتركيز على كل ما هو جديد في الساحة السياسية.

الجدول 20: يبين أسباب تفوق القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة على القنوات التلفزيونية العمومية في تغطيتها لأحداث الانتخابات الرئاسية الأخيرة.

برأيك كيف تفوق القنوات الجزائرية الخاصة على القنوات التلفزيونية العمومية في تغطيتها لأحداث الانتخابات الرئاسية الأخيرة		
النسبة	التكرار	الإجابة
18%	18	اعتماد المراسلين
55%	55	استضافة المحللين
27%	27	عرض حملات المرشحين
100%	100	المجموع

الشكل 18: يمثل دائرة نسبية توضح كيف تفوقت القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة على القنوات التلفزيونية العمومية في تغطيتها لأحداث الانتخابات الرئاسية الأخيرة.



قراءة الجدول:

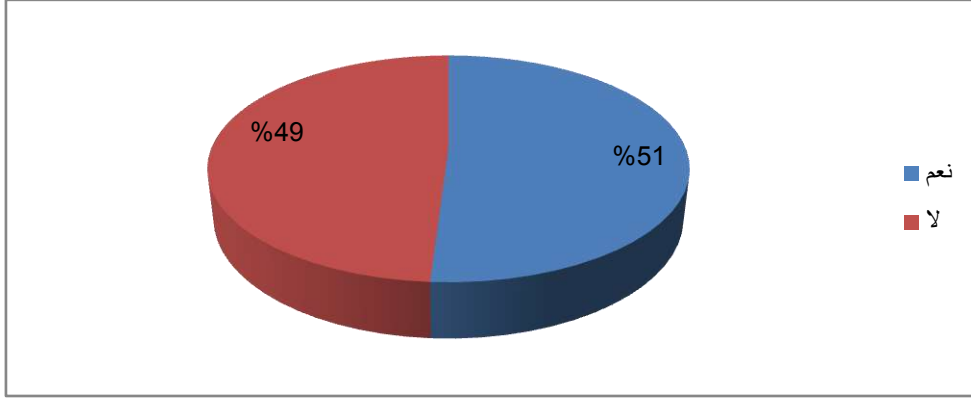
بعد قراءة الجدول نلاحظ بأن أغلب مفردات العينة وبنسبة تقدر ب 55% يرون أن سبب تفوق القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة على القنوات التلفزيونية العمومية في تغطيتها لأحداث الانتخابات الرئاسية الأخيرة كان بسبب استضافة المحللين ، فيما أفاد 27 % أفراد العينة أن السبب هو عرض حملات المرشحين، فيما أجابت نسبة 18% من أفراد العينة على أن السبب في هذا التفوق هو اعتماد مراسلين محترفين.

المحور الثالث: دور القنوات الجزائرية الخاصة في تشكيل اتجاهات الناخبين في الجزائر.

الجدول 21: يبين مساهمة القنوات الخاصة في تفاعل الناخبين مع الانتخابات الرئاسية الأخيرة في الجزائر.

هل ساهمت القنوات الخاصة في تفاعل الناخبين مع الانتخابات الرئاسية الأخيرة في الجزائر؟		
النسبة	التكرار	الإجابة
51%	51	نعم
49%	49	لا
100%	100	المجموع

الشكل 19: يمثل دائرة نسبية توضح مساهمة القنوات الخاصة في تفاعل الناخبين مع الانتخابات الرئاسية الأخيرة في الجزائر.



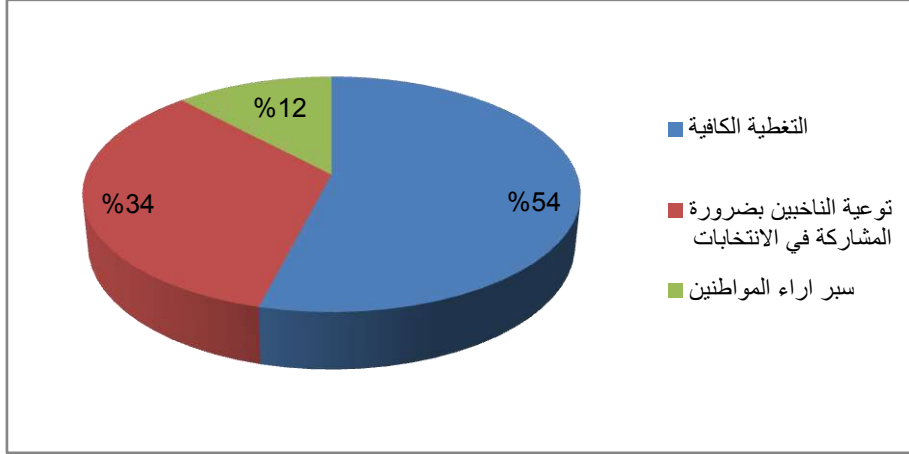
قراءة الجدول:

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن النسب متقاربة بين الإجابات فيما يخص مساهمة القنوات الخاصة في تفاعل الناخبين مع الانتخابات الرئاسية الأخيرة في الجزائر، حيث بلغت نسبة 51% من أفراد العينة الذين أجابوا بنعم، فيما بلغت نسبة إجابات أفراد العينة الذين أجابوا ب لا 49%. ومنه نستنتج أن هناك توازن في إجابات المبحوثين حول مساهمة القنوات الخاصة في تفاعل الناخبين مع الانتخابات الرئاسية الأخيرة.

الجدول 22: يبين أساليب مساهمة القنوات الخاصة في تفاعل الناخبين مع الانتخابات الرئاسية.

كيف ساهمت القنوات الخاصة في تفاعل الناخبين مع الانتخابات الرئاسية؟		
النسبة	التكرار	الإجابة
54%	28	التغطية الكافية
34%	17	توعيتهم بضرورة المشاركة في الانتخابات
12%	6	سير آراء المواطنين
100%	51	المجموع

الشكل 20: يمثل دائرة نسبية توضح كيفية مساهمة القنوات الخاصة في تفاعل الناخبين مع الانتخابات الرئاسية.



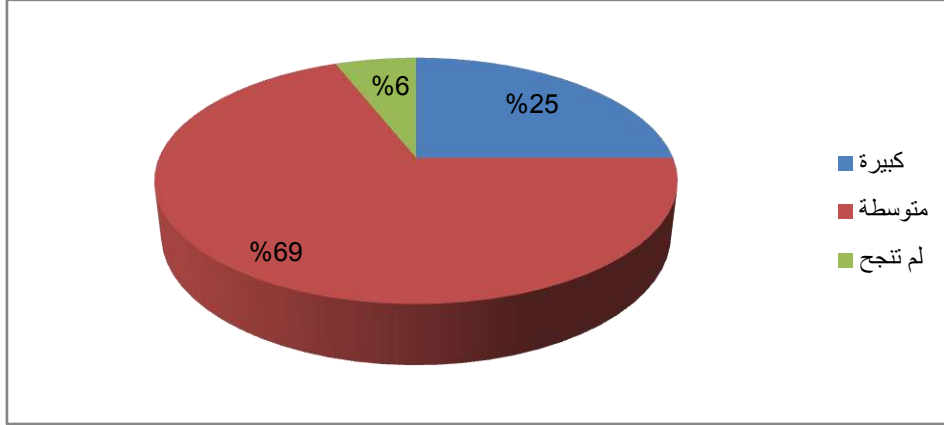
#### قراءة الجدول:

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن مساهمة القنوات الخاصة في تفاعل الناخبين مع الانتخابات الرئاسية من خلال إجابات أفراد المبحوثين كان عن طريق التغطية الكافية حيث اختار 54% هذه العبارة، فيما يري 34% من أفراد العينة أن توعية الشعب بضرورة المشاركة في الانتخابات هو سبب المساهمة في تفاعل الناخبين مع الانتخابات، فيما أكد 12% من المبحوثين أن مساهمة القنوات الخاصة في تفاعل الناخبين كان عن طريق سبر آراء المواطنين . ومنه نستنتج أن القنوات الخاصة ساهمت في تفاعل الناخبين مع الانتخابات الرئاسية وذلك من خلال تغطيتها الكبيرة لأحداث الانتخابات الرئاسية.

الجدول 23: يبين نجاح القنوات الجزائرية الخاصة في تغطية الانتخابات الرئاسية 2019.

برأيك هل نجحت القنوات الجزائرية الخاصة في تغطية الانتخابات الرئاسية 2019 بشكل :		
النسبة	التكرار	الإجابة
25%	25	كبيرة
69%	69	متوسطة
6%	6	لم تنجح
100%	100	المجموع

الشكل 21: يمثل دائرة نسبية توضح نجاح القنوات الجزائرية الخاصة في تغطية الانتخابات الرئاسية 2019.



قراءة الجدول:

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن أكبر نسبة والتي قدرت ب 69% من إجابات أفراد العينة يرون أن نجاح القنوات الجزائرية الخاصة في تغطية الانتخابات الرئاسية 2019 كان متوسط، ثم تليها نسبة 25% يرون أن نجاحها كان كبير، فيما أجاب 6% أن القنوات الجزائرية الخاصة لم تتجح في تغطية الانتخابات الرئاسية 2019.

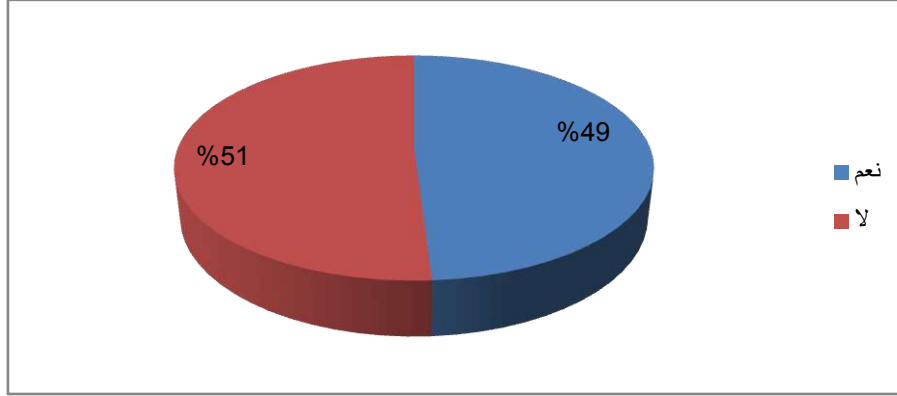
ومنه نستنتج أن مردود القنوات الجزائرية الخاصة متوسط في تغطيتها للانتخابات الرئاسية الأخيرة، وقد يرجع هذا إلى قلة خبرة هذه القنوات في التعامل مع المضامين الاعلامية الخاصة بالانتخابات الرئاسية حيث تعتبر هذه القنوات جديدة في هذا المجال نوعا بالمقارنة مع قنوات التلفزيون العمومي.

الجدول 24: يبين التزام القنوات الجزائرية الخاصة بالموضوعية في تناولها لبرامج الانتخابات الرئاسية 2019.

هل ترى أن القنوات الجزائرية الخاصة تتميز بالموضوعية في تناولها لبرامج الانتخابات الرئاسية 2019؟		
النسبة	التكرار	الإجابة
49%	49	نعم
51%	51	لا
100%	100	المجموع



الشكل 22: يمثل دائرة نسبية توضح تميز القنوات الجزائرية الخاصة بالموضوعية في تناولها لبرامج الانتخابات الرئاسية 2019.



#### قراءة الجدول:

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن الإجابات كانت متقاربة بين أفراد العينة حول تميز القنوات الجزائرية الخاصة بالموضوعية في معالجتها لبرامج الانتخابات الرئاسية 2019، حيث أجاب 51% من أفراد العينة أن القنوات الجزائرية الخاصة لا تتميز بالموضوعية في تغطيتها لبرامج الانتخابات الرئاسية 2019، ومن جهة أخرى يرى 49% من المبحوثين أن القنوات الخاصة تتميز بالموضوعية في معالجتها لبرامج الانتخابات الرئاسية.

الجدول 25: يبين تميز القنوات الجزائرية الخاصة بالموضوعية في تناولها لبرامج الانتخابات الرئاسية حسب متغير التخصص العلمي.

المجموع		سمعي بصري		اتصال جماهيري		التخصص
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	الإجابة
41%	49	63%	12	46%	37	نعم
51%	51	37%	7	54%	44	لا
100%	100	100%	19	100%	81	المجموع

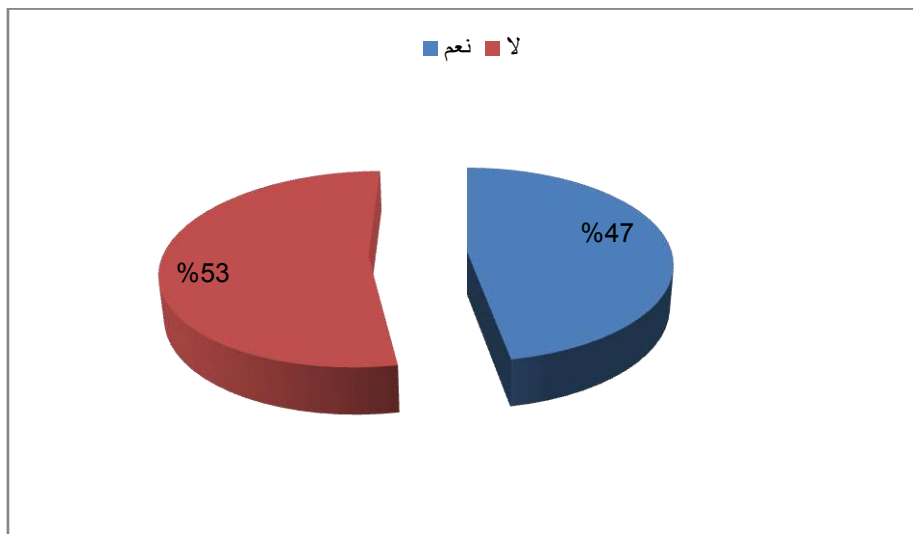
### قراءة الجدول

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن طلبة تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة يرون بان القنوات الجزائرية لا تتميز بالموضوعية في تناولها لبرامج الانتخابات الرئاسية، حيث أكد ذلك 54% منهم، في حين يرى 37% فقط من أصحاب تخصص السمي البصري أن القنوات الجزائرية الخاصة لا تتميز بالموضوعية في تناولها لبرامج الانتخابات الرئاسية.

وقد يرجع ذلك إلى أن أصحاب تخصص الاتصال الجماهيري أكثر تحليل للنصوص الإعلامية في القنوات الخاصة من أصحاب السمي البصري الذين يهتمون أكثر بتقنيات تقديم البرامج فيها. الجدول 26: يبين تأثير القنوات الجزائرية الخاصة على مواقف واتجاهات الناخبين السياسية.

هل أثرت القنوات الجزائرية الخاصة على مواقفك واتجاهاتك السياسية؟		
النسبة	التكرار	الإجابة
47%	47	نعم
53%	53	لا
100%	100	المجموع

الشكل 23: يمثل دائرة نسبية توضح أثر القنوات الجزائرية الخاصة على مواقف واتجاهات الناخبين السياسية.



### قراءة الجدول:

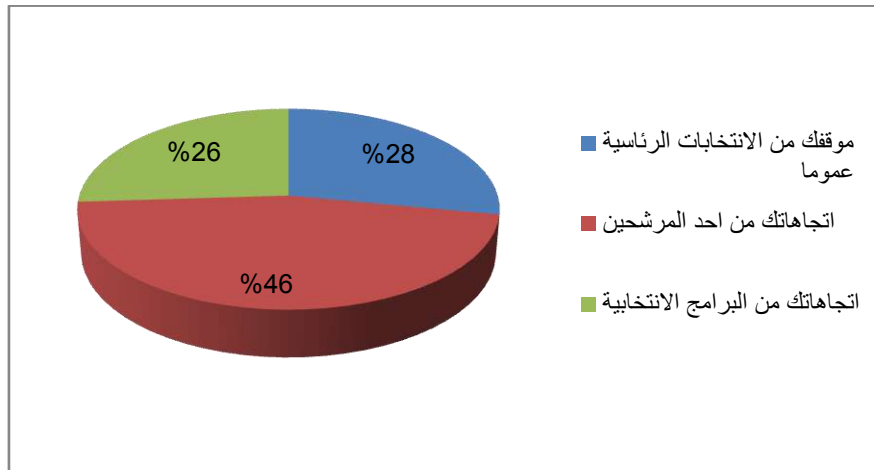
من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن 53% من المبحوثين أكدوا بأن القنوات الخاصة لم تؤثر على مواقفهم واتجاهاتهم السياسية، فيما أفاد 47% من المبحوثين أن القنوات الجزائرية الخاصة كان لها أثر في تحديد مواقفهم واتجاهاتهم السياسية.

ومنه نستنتج أن القنوات الخاصة كان لها تأثير متوسط على مواقف واتجاهات الناخبين حيث أن هذه القنوات كانت مصدرا للمعلومة فقط، أو أنها لم تركز على الأساليب الإقناعية وركزت على وفرة المعلومة ونقلها للجمهور.

الجدول 27: يبين مظاهر تأثير القنوات الجزائرية الخاصة على مواقف واتجاهات الناخبين السياسية.

كيف أثرت القنوات الجزائرية الخاصة على موقفك واتجاهاتك السياسية؟		
النسبة	التكرار	الإجابة
28%	28	موقفك من الانتخابات الرئاسية عموما
46%	46	اتجاهاتك نحو احد المرشحين
26%	26	اتجاهاتك نحو البرامج الانتخابية
100%	100	المجموع

الشكل 24: يمثل دائرة نسبية توضح كيفية تأثير القنوات الجزائرية الخاصة على مواقف واتجاهات الناخبين السياسية.



### قراءة الجدول:

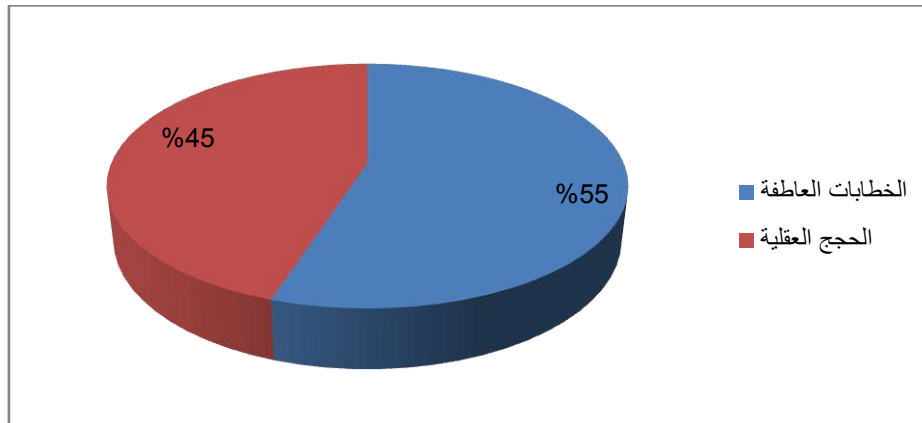
من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن الإجابات كانت متفاوتة في ما يخص كيفية تأثير القنوات الخاصة على مواقف واتجاهات الناخبين السياسية، حيث يرى 46% من المبحوثين بأن القنوات الخاصة غيرت نظرتهم واتجاههم من المرشحين، فيما أكد 28% من أفراد العينة أن هذه القنوات غيرت نظرتهم اتجاه الانتخابات الرئاسية عموماً، كما أكد 26% من أفراد العينة أن القنوات الخاصة غيرت اتجاهاتهم ومواقفهم من البرامج الانتخابية للمرشحين.

ومنه نستنتج أن القنوات الجزائرية الخاصة كان تأثيرها جلياً على الناخبين من خلال تكوين مواقف واتجاهات حول المرشحين.

الجدول 28: يبين الأساليب الإقناعية التي استخدمتها القنوات الجزائرية الخاصة للتأثير على الناخبين في الجزائر.

ما نوع الأساليب الإقناعية التي استخدمتها القنوات الجزائرية الخاصة لتوجيه الناخبين في الجزائر؟		
النسبة	التكرار	الإجابة
55%	55	الخطابات العاطفية
45%	45	الحجج العقلية
100%	100	المجموع

الشكل 25: يمثل دائرة نسبية توضح الأساليب الإقناعية التي استخدمتها القنوات الجزائرية الخاصة لتوجيه الناخبين في الجزائر.



### قراءة الجدول:

بعد قراءة الجدول أعلاه نلاحظ أن 55% من أفراد العينة أجابوا أن الخطابات العاطفية هي أكثر الأساليب الإقناعية التي استخدمتها القنوات الجزائرية الخاصة لتوجيه الناخبين في الجزائر، وهذا راجع لطبيعة الشعب الجزائري فهو يتأثر بالمواقف العاطفية. فيما أجاب نسبة 45% بأن الحجج العقلية هي أكثر الأساليب المستخدمة.

ومنه نستنتج أن القنوات الخاصة كانت توازن نوعا ما بين الخطابات العاطفية والحجج العقلية في أساليبها الإقناعية للناخبين.

الجدول 30: يبين الأساليب الإقناعية التي استخدمتها القنوات الجزائرية الخاصة للتأثير على الناخبين في الجزائر حسب متغير السن.

المجموع	أكبر من 30 سنة		من 25 إلى 26 سنة		أقل من 25 سنة		السن الإيجابية	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
	55%	55	83%	10	61%	30	15	الخطابات العاطفية
	45%	45	17%	2	39%	19	23	الحجج العقلية
	100%	100	100%	12	100%	49	38	المجموع

### قراءة الجدول:

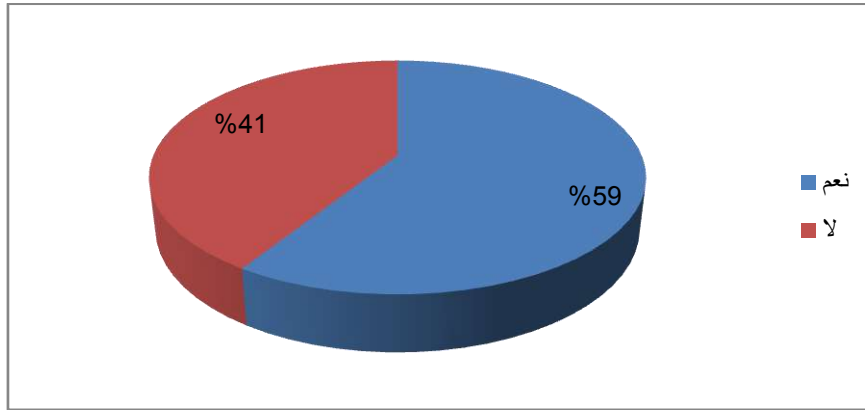
من خلال الجدول أعلاه نجد أن للسن علاقة بتأثر الأفراد بالخطابات العاطفية حيث نلاحظ انه كلما كان عمر المبحوثين أكبر كلما زاد تأثرهم بالخطابات العاطفية إذ يتبين لنا من خلال معطيات الجدول أن 83% من المبحوثين الذي يتجاوز عمرهم 30 سنة يتأثرون بالخطابات العاطفية، ثم تليها الفئة العمرية الأصغر منها مباشرة وهم المبحوثين الذين تتراوح أعمارهم بين 26 و 30 سنة بنسبة 61%، في حين أن الفئة العمرية الأقل من 25 سنة تتأثر بالخطابات العاطفية بنسبة 40% .

ومنه نستنتج أن المبحوثين يتأثرون بالخطابات العاطفية لمضامين القنوات الجزائرية الخاصة كلما تقدم بهم العمر وهو ما يدل على أن المبحوثين يحسون بالانتماء الوطني والقومي كلما تقدموا في السن.

الجدول 31: يبين دور القنوات الجزائرية الخاصة في رفع مستوى الوعي السياسي للناخبين في الجزائر.

هل ترى أن القنوات الجزائرية الخاصة ترفع من مستوى الوعي السياسي للناخبين في الجزائر؟		
النسبة	التكرار	الإجابة
59%	59	نعم
41%	41	لا
100%	100	المجموع

الشكل 26: يمثل دائرة نسبية توضح دور القنوات الجزائرية الخاصة في رفع مستوى الوعي السياسي للناخبين في الجزائر.



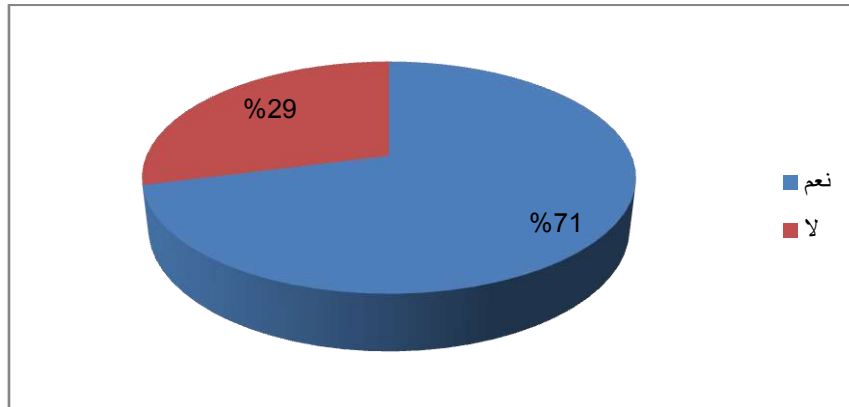
قراءة الجدول:

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن 59% من أفراد العينة يرون أن القنوات الجزائرية الخاصة ترفع من مستوى الوعي السياسي للناخبين في الجزائر، وهذا لنقلها لعدة برامج سياسية وتركيزها على الأحداث السياسية التي تكون في الساحة الوطنية، وكذلك توفير الكم الهائل من المعلومات عن الأحداث الأبرز في الساحة السياسية يساهم في رفع مستوى الوعي السياسي، فيما يرى 41% من المبحوثين أن القنوات الخاصة لا ترفع من الوعي السياسي للناخبين في الجزائر، وهذا لعدم اقتناعهم ببرامج هذه القنوات التي غالبا ما تكون غير محايدة أو لا توفر المعلومة التي يريدونها الجمهور. ومنه نستنتج أن القنوات الخاصة في الجزائر ترفع من مستوى الوعي السياسي للناخبين وذلك من خلال برامجها السياسية، وتغطيتها الشاملة وتوفير المعلومة الكافية حول الأحداث السياسية في الجزائر.

الجدول 32: يبين الدور الفعال للقنوات الجزائرية الخاصة في التأثير على قرارات جمهور الناخبين.

هل مارست القنوات الجزائرية الخاصة دورها بفعالية في التأثير على جمهور الناخبين وتوجيههم إلى تبني سلوك انتخابي معين؟		
النسبة	التكرار	الإجابة
71%	71	نعم
29%	29	لا
100%	100	المجموع

الشكل 27: يمثل دائرة نسبية توضح الدور الفعال للقنوات الجزائرية الخاصة في التأثير على جمهور الناخبين وتوجيههم إلى تبني سلوك انتخابي معين.



قراءة الجدول:

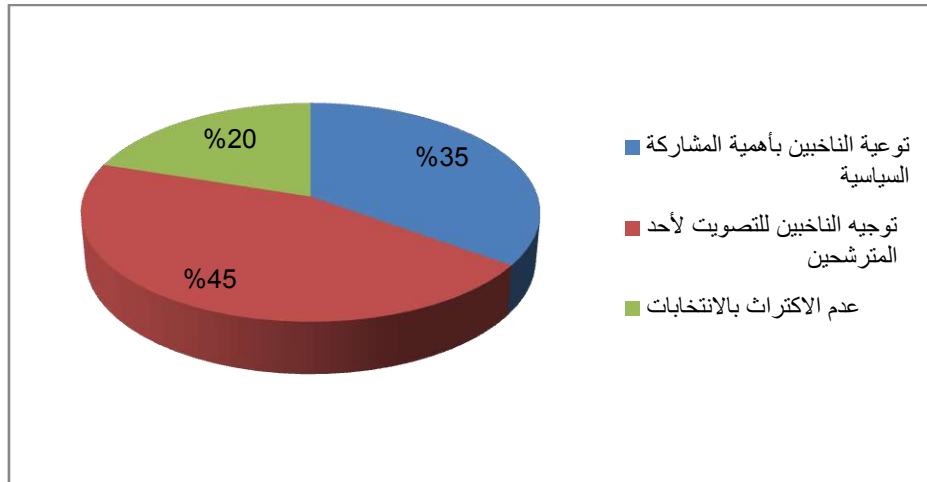
من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن أغلب إجابات أفراد العينة والتي قدرت بنسبة 71% يرون أن القنوات الجزائرية الخاصة أدت دورها بفعالية في التأثير على جمهور الناخبين وتوجيههم إلى تبني سلوك انتخابي معين، وهذا راجع لما تنقله القنوات الخاصة من برامج تعرض فيها المرشحين ومتابعة حملاتهم مما ساهم في تكوين صورة لدى المشاهد عن المرشحين، في حين يرى 29% من أفراد العينة أن القنوات الجزائرية الخاصة لم تمارس دورها بفعالية في التأثير على جمهور الناخبين وتوجيههم إلى تبني سلوك انتخابي معين.

ومنه نستنتج أن القنوات الجزائرية الخاصة أدت دورها بفعالية في توجيه الناخبين إلى تبني سلوك انتخابي معين.

الجدول 33: يبين كيفية تأثير القنوات الخاصة على مواقف واتجاهات الناخبين في الجزائر.

برأيك كيف أثرت القنوات الخاصة على مواقف واتجاهات الناخبين في الجزائر؟		
النسبة	التكرار	الإجابة
35%	35	توعية الناخبين بأهمية المشاركة السياسية
45%	45	توجيه الناخبين للتصويت لأحد المترشحين
20%	20	عدم الاكتراث بالانتخابات
100%	100	المجموع

الشكل 28: يمثل دائرة نسبية توضح كيفية تأثير القنوات الخاصة على مواقف واتجاهات الناخبين في الجزائر.



قراءة الجدول:

من خلال الجدول أعلاه نلاحظ أن 45% من المبحوثين يرون أن القنوات الخاصة اعتمدت على توجيه الناخبين للتصويت لأحد المرشحين كنوع من أنواع التأثير على موقف واتجاهات الناخبين في الجزائر، فيما يرى 35% من المبحوثين أن القنوات الخاصة سعت إلى توعية الناخبين بأهمية المشاركة السياسية، وفي الأخير يرى 20% من المبحوثين أن القنوات الخاصة ساهمت في عدم اكتراث الناخبين في الجزائر بالانتخابات الرئاسية، وذلك من خلال المستوى المتدني لبرامجها السياسية.



الجدول 34: يبين كيفية تأثير القنوات الخاصة على مواقف واتجاهات الناخبين في الجزائر حسب متغير الجنس.

الجنس	ذكور		إناث		المجموع	
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة
الإجابة						
توعية الناخبين بأهمية المشاركة السياسية	18	%47.3	17	%27.4	35	%35
توجيه الناخبين للتصويت لأحد المرشحين	11	%29	34	%55	45	%45
عدم الاكتراث بالانتخابات	9	%23.7	11	%17.6	20	%20
المجموع	38	%100	62	62	100	%100

قراءة الجدول :

يتبين لنا من خلال معطيات الجدول أن هناك تباين لتأثير القنوات الخاصة على متغير الجنس للمبحوثين ، ويظهر ذلك جليا من خلال توجيه الناخبين للتصويت لأحد المرشحين، حيث نجد أن هذه القنوات أكثر تأثيرا على الإناث، حيث بلغت نسبة الإناث اللواتي دفعتهم القنوات الخاصة للتصويت لأحد المرشحين 55% من مجموع المبحوثين ، بينما بلغت نسبة الذكور 29% . وبالتالي نستنتج أن القنوات الجزائرية أكثر تأثيرا على الإناث عندما يتعلق الأمر بالتصويت لأحد المرشحين، وذلك أن الإناث أكثر إقبالا على متابعة برامج القنوات الجزائرية الخاصة بحكم مكوثرهن في البيت على عكس الذكور الذين غالبا ما يكون لهم التزامات خارج البيت.

### 4 - نتائج الدراسة الميدانية

#### 4-1- نتائج الدراسة في ضوء تساؤلات الدراسة:

- السؤال الأول: هل تولي القنوات الجزائرية الخاصة الاهتمام اللازم بالتغيرات والأحداث السياسية البارزة على الساحة .

يتضح لنا من خلال نتائج الدراسة المتعلقة بمدى اهتمام القنوات الجزائرية الخاصة بالأحداث السياسية الهامة على الساحة الوطنية أن القنوات الجزائرية الخاصة تولي اهتماما معتبرا بالقضايا الوطنية الهامة، وذلك أن هذه القنوات غالبا ما تكثف من تغطيتها للأحداث السياسية أثناء المواعيد الانتخابية، وعلى الرغم من أن تغطية القنوات الخاصة في الجزائر للقضايا السياسية كانت متوسطة إلا أنها تفوقت على القنوات العمومية في تغطية هذه الأحداث وذلك لأنها حققت سبق الصحفي في هذا المجال التي وفرت فيه معلومات ذات جودة ومصداقية رغم قلة الاحترافية في مجال السعي البصري في الجزائر وذلك باعتبارها حديثة النشأة نوعا ما.

- السؤال الثاني: ما هي درجة اعتماد الناخبين في الجزائر على القنوات الجزائرية الخاصة كمصدر للمعلومات.

بالنظر إلى نتائج الدراسة المتعلقة بدرجة اعتماد الناخبين في الجزائر على القنوات الجزائرية الخاصة كمصدر للمعلومات يتضح لنا أن القنوات الجزائرية الخاصة مارست دورها بكفاءة في إمداد جمهور الناخبين بالمعلومات المهمة حول الانتخابات الرئاسية الأخيرة، وذلك من خلال تغطيتها الآنية للأحداث المصاحبة للانتخابات، وهو ما جعل جمهور الناخبين يعتمدون عليها في استقاء إحداث و أخبار الانتخابات خاصة حول برامج المرشحين الانتخابية، بحيث اعتمد الناخبين على ثلاث قنوات

في توفير المعلومات المتعلقة بالانتخابات وهي قنوات الشروق والنهار والبلاد والتي اعتمدت على استضافة محللين سياسيين من أجل جذب انتباه جمهور القنوات الخاصة إلى برامجها.

### - السؤال الثالث: ما هو دور القنوات الخاصة في تشكيل اتجاهات الناخبين في الجزائر

استناد إلى نتائج الدراسة المتعلقة ب دور القنوات الخاصة في تشكيل اتجاهات الناخبين في الجزائر نلاحظ أن للقنوات الخاصة مساهمة متوسطة في تفاعل الناخبين مع الانتخابات الرئاسية 2019 وهو ما انعكس على دورها في توجيه الناخبين، بحيث يرى جمهور الناخبين أن القنوات الخاصة كان لها تأثير متوسط على مواقفهم واتجاهاتهم الانتخابية، وذلك أنها كانت توازن بين الخطابات العاطفية والحجج العقلية في برامجها، وهو ما جعل تأثير هذه القنوات يتجلى من خلال توجيه الناخبين إلى التصويت لصالح أحد المرشحين كنوع من أنواع تأثير هذه القنوات التي ساهمت في رفع مستوى الوعي السياسي لجمهور الناخبين وذلك لتمييزها بالموضوعية نوعا ما في معالجتها لبرامج الانتخابات الرئاسية 2019.

### 4-2- النتائج العامة للدراسة:

تمت بلورة النتائج النهائية للبحث في ثلاث عناصر أساسية وفق محاور استمارة الاستبيان، حيث تمثل المحور الأول في اهتمام القنوات الجزائرية الخاصة بالقضايا البارزة على الساحة الوطنية، فيما شمل المحور الثاني اعتماد الناخبين في الجزائر على القنوات الخاصة كمصدر للمعلومات، في حين تمثل المحور الثالث دور القنوات الخاصة في تشكيل اتجاهات الناخبين في الجزائر.

- أ - اهتمام الفضائيات الجزائرية الخاصة بالأحداث السياسية البارزة على الساحة الوطنية:
- 1 -تولي القنوات الجزائرية الخاصة اهتماما معتبرا بالقضايا الوطنية الهامة ، حيث يرى 51% من جمهور الناخبين أن القنوات الخاصة تولي اهتماما بالقضايا البارزة على الساحة الوطنية وذلك من خلال ما تبثه هذه القنوات من برامج و أخبار.
  - 2 تعتبر القضايا الاجتماعية هي أكثر المواضيع التي تهتم ال ناخبين في برامج القنوات الجزائرية الخاصة، حيث أبدى المبحوثين اهتماما كبيرا بالقضايا الاجتماعية وذلك بنسبة 51% خاصة طلبه تخصص السمعي البصري الذين أكدو على انهم اكثر متابعة للقضايا الاجتماعية من غيرهم.
  - 3 يرى الناخبون في الجزائر بأن تغطية القنوات الجزائرية الخاصة للأحداث السياسية في الجزائر متوسطة حيث اكد 52% من جمهور الناخبين على أن للقنوات تغطية متوسطة للاحداث السياسية البارزة على الساحة الوطنية.
  - 4 تكثف القنوات الجزائرية الخاصة من تغطيتها للأحداث السياسية أثناء المواعيد الانتخابية حيث أكد 95% من الناخبين في الجزائر القنوات الجزائرية الخاصة تزيد من تغطيتها للأحداث السياسية أثناء المواعيد الانتخابية قصد مواكبة الحدث الانتخابي باعتباره حدث سياسي مهم.
  - 5 يرى الناخبون في الجزائر أن جودة ومصداقية الأخبار هو سبب تفوق القنوات الخاصة على القنوات الحكومية في معالجة الأخبار السياسية .
  - 6 -تفوقت القنوات الخاصة نوعا ما على القنوات العمومية في معالجة المواضيع السياسية حيث يرى 40% من المبحوثين أن القنوات الخاصة تفوقت على قنوات التلفزيون العمومي، كما اجمع جمهور الناخبين أن السبق الصحفي هو السبب الرئيسي في تفوق القنوات الخاصة على القنوات الحكومية في معالجة المواضيع السياسية.

7 - تفتقد القنوات الجزائرية الخاصة للاحترافية في معالجة المواضيع السياسية حيث يجمع 71% من جمهور الناخبين في الجزائر على أن مستوى أداء القنوات الخاصة بعيد عن الاحترافية بسبب حداثة نشأة هذه القنوات في مجال السمعى البصرى فى الجزائر .

ب -المحور الثانى: اعتماد الناخبين فى الجزائر على القنوات الجزائرية الخاصة كمصدر

### للمعلومات

8 - نجحت القنوات الجزائرية الخاصة فى إمداد جمهور الناخبين بالمعلومات الكافية عن الانتخابات الرئاسية 2019، حيث يرى 71% من المبحوثين أن القنوات الجزائرية الخاصة ساعدتهم فى الحصول على المعلومات الكافية عن أحداث الانتخابات الرئاسية الأخيرة .

9 - حققت القنوات الجزائرية الخاصة أحيانا السبق الصحفى فى نقل أحداث وأخبار الانتخابات الرئاسية 2019 فى الجزائر، حيث أكد 72% من جمهور الناخبين ذلك من خلال التغطية الآنية لأحداث الانتخابات الرئاسية وهو الأمر الذى جعل هذه القنوات الخاصة تضاهى قنوات التلفزيون العمومى فى معالجة أحداث الانتخابات الرئاسية الأخيرة .

10 - تعتبر برامج المرشحين من أكثر المعلومات التى استقاها الناخبين من برامج القنوات الجزائرية الخاصة حول الانتخابات الرئاسية 2019، وهو ما أكده 42% من المبحوثين الذين اجمعوا على أن برامج الحملات الانتخابية للمرشحين هو ما لفت اهتمامهم فى برامج القنوات الجزائرية الخاصة.

11 - يعتمد الناخبون فى الجزائر على القنوات الخاصة كمصدر أساسى للمعلومات حول الانتخابات الرئاسية خاصة القنوات الإخبارية التى كانت سبابة إلى النشاط فى مجال السمعى البصرى وهى قنوات الشروق والنهار والبلاد حيث أكد 35% من جمهور الناخبين فى الجزائر أنهم يعتمدون على

قناة الشروق في استقاء أخبار ومعلومات الانتخابات الرئاسية ، في حين أكد 32% منهم اعتمادهم على قناة النهار ، فيما يعتمد 26% منهم على قناة البلاد في الحصول على معلومات حول الانتخابات الرئاسية الأخيرة.

12 - أدت القنوات الجزائرية الخاصة دورا كبيرا في تغطية أحداث الانتخابات الرئاسية 2019 وذلك من خلال جملة من البرامج الإخبارية التي استضافة فيها هذه القنوات محللين سياسيين بارزين على الساحة الوطنية، وهو ما أكده 47% من جمهور الناخبين الذين أكدوا أن استضافة المحللين السياسيين هو ما رجح كفة القنوات الخاصة على حساب قنوات التلفزيون العمومي.

### ج - المحور الثالث : دور القنوات الجزائرية الخاصة في تشكيل اتجاهات الناخبين في الجزائر

13 - كانت للقنوات الخاصة في الجزائر مساهمة متوسطة في تفاعل الناخبين مع أحداث الانتخابات الرئاسية الأخيرة وهو ما أكده 49% من الناخبون الذين أن مساهمة القنوات الخاصة كانت متوسطة في تفاعل الناخبين في الجزائر مع الانتخابات الرئاسية 2019، وذلك من خلال تغطيتها للأحداث الانتخابية الرئاسية.

14 - تتميز القنوات الجزائرية الخاصة بالموضوعية نوعا ما في معالجتها لبرامج الانتخابات الرئاسية 2019 حيث يرى 51% من جمهور الناخبين أن القنوات الجزائرية الخاصة تتميز بالموضوعية في طرحها للمضامين السياسية المتعلقة بالانتخابات الرئاسية، وذلك استنادا إلى طبيعة هذه البرامج التي تعزز من الديمقراطية واحترام حرية الرأي والتعبير.

15 - سعت القنوات الجزائرية الخاصة إلى التأثير على جمهور الناخبين وذلك من خلال موازنتها بين الخطابات العاطفية والحجج العقلية في طريقها إلى تكوين مواقف واتجاهات الناخبين، وعلى

الرغم من أن تأثير هذه القنوات كان متوسط إلا أنها كانت تتوع في أساليبها الإقناعية بين الخطابات العاطفية والحجج العقلية قصد توجيه الناخبين إلى تبني سلوك انتخابي محدد.

16 - رفعت القنوات الخاصة في الجزائر من مستوى الوعي السياسي لجمهور الناخبين، وذلك من خلال برامجها السياسية الهادفة إلى تعزيز حرية الرأي والتعبير في إختيارات الناخبين السياسية حيث اجمع 59% من الناخبين على أن القنوات الجزائرية الخاصة في الجزائر ترفع من مستوى الوعي السياسي للناخبين.

17 - مارست القنوات الجزائرية الخاصة دورها بكفاءة في توجيه جمهور الناخبين إلى تحديد سلوكهم الانتخابي حيث يجمع 71% من الناخبين على أن هذه القنوات قامت بتوجيههم إلى تبني سلوك انتخابي محدد وذلك من خلال تأثرهم بالبرامج السياسية التي يتعرضون في هذه القنوات حيث لعبت هذه القنوات دورا فعالا في إختيارات الناخبين للمرشح الذي سيصوتون له.

خاتمة



### خاتمة:

جاءت هذه الدراسة لمعالجة أحد الظواهر الاتصالية المعاصرة وهي ظاهرة القنوات الفضائية، التي أصبحت واحدة من أهم دعائم الاتصال السياسي، و الذي بات بدوره يعتمد على القنوات الفضائية في توجيه الرأي العام حول القضايا والمشكلات التي تخص بيئتهم السياسية.

سعت هذه الدراسة في محتواها العام إلى معرفة دور القنوات الجزائرية الخاصة في توجيه الرأي العام سياسيا، انطلاقا من معالجة القنوات الخاصة في الجزائر للانتخابات الرئاسية باعتبارها حدث سياسي هام، وصولا إلى مدى اعتماد الناخبين في الجزائر عليها كمصدر للمعلومات والأخبار، ولم تقتصر هذه الدراسة على معرفة مدى تغطية القنوات الجزائرية الخاصة للأحداث السياسية، وإنما تعدت ذلك للكشف عن كيفية تأثير هذه القنوات على جمهور الناخبين في الجزائر وذلك من خلال إبراز العلاقة القائمة بين مشاهدة القنوات الخاصة واتجاهات الناخبين في الجزائر.

وتوصلت هذه الدراسة إلى أن القنوات الجزائرية الخاصة قد خطت خطوة كبيرة نحو تغطية الأحداث السياسية الهامة على المستوى الوطني، وهو ما ساهم في تفاعل الناخبين في الجزائر مع أحداث الانتخابات الرئاسية 2019 وذلك من خلال تغطيتها الكافية للبرامج الانتخابية للمرشحين وهو ما جعل هذه القنوات تضاهي قنوات التلفزيون العمومي في معالجة المضامين السياسية، رغم حداثة نشأتها مقارنة مع غيرها من القنوات العمومية.

كما أظهرت نتائج هذه الدراسة أن القنوات الخاصة في الجزائر مارست دورها بكفاءة في توجيه الناخبين في الجزائر إلى تحديد خياراتهم الانتخابية، وذلك أن جمهور الناخبين كان لديهم اعتماد كبير على القنوات الخاصة في توفير الأخبار والمعلومات الخاصة بالانتخابات الرئاسية وهو ما يعرف في بحوث الإعلام والاتصال بالاعتماد المتبادل بين وسائل الإعلام والنظام الاجتماعي.

# قائمة المراجع

### قائمة المراجع:

#### - المعاجم والقواميس:

- 1 طه أحمد الزيدي، معجم مصطلحات الدعوة والإعلام الإسلامي، ط1، 2010.
- 2 مجمع اللغة العربية، معجم المصطلحات الإعلامية، القاهرة، 2008.
- 3 معهد البحرين للتنمية السياسية، قاموس المصطلحات السياسية، سلسلة كتب 2014.

#### - الكتب:

- 1 إحسان رمضان السمارائي، الفضائيات العربية ودورها في توجيه الرأي العام سياسيا، ط1، دار العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2019.
- 2 جاول لونج، تيم وول، ترجمة: هدى عمر عبد الرحيم، نيرمين عادل عبد الرحيم، دراسات إعلامية - سلطة الإعلام، ط1، المجموعة العربية للنشر والتدريب، القاهرة، 2017.
- 3 جهان احمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الاتصال، دار الفكر العربي، القاهرة.
- 4 حسن عماد مكاوي ليلي حسين السيد ، الاتصال ونظرياته المعاصرة، ط 1، الدار المصرية اللبنانية للنشر ، 1998.
- 5 حسن عماد مكاوي وعاطف عدلى العبد، نظريات الإعلام، مركز بحوث الرأي العام، جامعة القاهرة، مصر، 2007.
- 6 -ذياب محمد بردي الديجاني، ظاهرة القنوات التلفزيونية الفضائية، الكويت 1997.
- 7 رحيم يونس كرو العزاوي، مقدمة في منهج البحث العلمي، ط 1، دار دجلة، عمان، 2008.
- 8 رشيد زرواتي، منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2005.
- 9 رفعت عارف الضبع، التلفزيون النوعي، ط 1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2011.

- 10 - زهير عابد، بحوث إعلامية، الطبعة العربية، دار اليازوري، عمان الأردن، 2014.
- 11 - ستيف كولمان و كارين روس، الإعلام والجمهور، ترجمة: صباح حسن عبد القادر، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2002.
- 12 - سناء حسن عماشه، الاتجاهات النفسية والاجتماعية، ط 1، مجموعة النيل العربية، 2010.
- 13 - شحاتة صيام، النظرية الاجتماعية ط 1، مصر العربية للنشر والتوزيع، مصر، 2009.
- 14 - عادل فتحي ثابت عبد الحافظ، النظرية السياسية المعاصرة، الدار الجامعية، الإسكندرية 2007.
- 15 - عبد الحميد محمد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط 1، علم الكتاب، القاهرة، 2000.
- 16 - عبد الله فتحي الظاهر، علي أحمد خضر المعماري، أثر القنوات الفضائية في القيم السياسية والاجتماعية، ط1، دار غيداء للنشر والتوزيع ، عمان، 2014.
- 17 - عصام حسن الدليمي، البنائية الوظيفية وتطبيقاتها التربوية ، ط 1، دار الصفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
- 18 - عمر المفلق، الاتصال المهارات والنظريات وأسس عامة، ط 1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان الأردن.
- 19 - محمد بن سعود البشر، مقدمة في الاتصال السياسي، ط 1، مكتبة العبيكان، الرياض، 1429هـ.
- 20 - محمد بن سعود البشر، نظريات التأثير الإعلامي، ط 1، دار العبيكان، الرياض، 2014.

- 21 - محمد بن عبد العزيز الجيزان، البحوث الإعلامية - أسسها - أساليبها - مجالاتها، ط1، مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر، الرياض، 1998.
- 22 - محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام واتجاهات التأثير، ط3، عالم الكتب، القاهرة، 2004.
- 23 - محمد عبد الكريم الحوراني، النظرية المعاصرة في علم الاجتماع، ط1 دار مجدلوي للنشر والتوزيع، عمان، 2007.
- 24 - محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي القواعد والمراحل والتطبيقات، ط2، دار وائل للطباعة والنشر، عمان، 1999.
- 25 - محمود حسن إسماعيل، مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط1، دار العالمية للنشر والتوزيع، السعودية، 2003.
- 26 - مروان عبد الحمد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الوراق، عمان، 2000.
- 27 - مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية، ط1، مؤسسة الوراق، الأردن، 2000.
- 28 - مصطفى يوسف كافي، الرأي العام ونظريات الاتصال، ط1، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2015.
- 29 - المنصف العياري و محمد عبد الكافي، القنوات التلفزيونية المتخصصة، سلسله بحوث ودراسات إذاعية، اتحاد إذاعات الدول العربية، تونس، 2006.
- 30 - مي العبد الله، نظريات الاتصال، ط1، دار النهضة العربية، بيروت لبنان، 2006.
- 31 - ميلفين ديفلير وساندرا بول روكينتش، ترجمة كمال عبد الرؤوف، نظريات وسائل الإعلام، ط1، الدار الدولية للنشر والتوزيع.

32 - وليم لامبرت و ولاس لامبرت، علم النفس الاجتماعي، ترجمة سلوى الملا، ط 2، دار الشروق، بيروت ، 1993.

### - الرسائل الجامعية:

1 فوزية عبو، المعالجة الإعلامية لقناة النهار للحملة الانتخابية لرئاسيات 2014، مقارنة في الإعلام السياسي في الجزائر، رسالة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2017/2016.

2 قاسي علاء الدين، زويدي إيمان، بوعاتي إدريس، صورة القنوات الجزائرية الخاصة لدى جمهورها " قناة النهار نموذجا، مذكرة ماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة 08 ماي 1945، قالمة، 2017/2016.

3 منصور بن كادي، البرامج السياسية في الإعلام الفضائي الجزائري الخاص ودورها في تنمية الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي، مذكرة ماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر بسكرة 2015/2014.

4 يصرف الحاج ، تأثير التلفزيون الجزائري على تحديد السلوك الانتخابي برنامج المصالحة الوطنية نموذجا، مذكرة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة وهران 2007/2006.

### - المجالات العلمية

1 - نهى عبد المقصود، نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام الأسس و المنطلقات، تقارير 21 نوفمبر 2018، المعهد المصري للدراسات.

الملاحق



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة قاصدي مرباح - ورقلة

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة



استمارة استبيان بعنوان:

## تأثير القنوات الخاصة على اتجاهات الناخبين في الجزائر

دراسة مسحية لعينة من طلبة السنة الثانية ماستر بقسم علوم الإعلام والاتصال جامعة قاصدي

مرباح - ورقلة -

تحت إشراف:

د. مصطفى ثابت

من إعداد

الداوي إبراهيم عبد النور

رقادة محمد منير

في إطار إجراء دراسة ميدانية لأجل تحضير مذكرة تخرج ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال جماهيري والوسائط الجديدة بعنوان: تأثير القنوات الخاصة على اتجاهات الناخبين في الجزائر. نضع بين أيديكم هذه الاستمارة وذلك من أجل الإجابة على الأسئلة الواردة فيها، ونحيطكم علما بأن المعلومات المقدمة ستكون سرية ولن تستخدم إلا لأغراض علمية، تقبلوا منا فائق التقدير والاحترام.

السنة الجامعية: 2020/2019



## الملاحق

### المحور الأول: البيانات الشخصية

- 1 - النوع : ذكر  أنثى
- 2 - السن : أقل من 25 سنة  من 26 إلى 30 سنة  أكبر من 30 سنة
- 3 - التخصص العلمي : اتصال جماهيري والوسائط الجديدة  سمعي بصري

### ❖ المحور الثاني : اهتمام الفضائيات الجزائرية الخاصة بالأحداث السياسية البارزة

#### على الساحة الوطنية

4 هل ترى أن القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة تولي الاهتمام اللازم بالقضايا الوطنية الهامة؟

- دائماً  أحيانا  نادرا  أبدا

5 - ما نوع القضايا والمواضيع التي تثير اهتمامك في القنوات الجزائرية الخاصة؟

- سياسية  اجتماعية  اقتصادية  ثقافية  رياضية
- أخرى اذكرها.....

6 كيف ترى تغطية القنوات الجزائرية الخاصة للأحداث السياسية في الجزائر؟

- كبيرة  متوسطة  قليلة

7 هل تكثف القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة من تغطيتها للأحداث السياسية أثناء المواعيد الانتخابية؟

- نعم  لا

8 - هل ترى أن القنوات الخاصة في الجزائر تفوقت على القنوات العمومية في معالجة المواضيع السياسية؟

- نعم  لا  لا أدري

9 إذا كانت الاجابة بنعم لماذا؟

.....

10 - ماهو تقييمك لمستوى أداء القنوات الجزائرية الخاصة في تناولها للمواضيع السياسية

الهامة على الساحة الوطنية؟

غير محترف

محترف

❖ المحور الثالث: اعتماد الناخبين في الجزائر على القنوات الخاصة كمصدر

للمعلومات حول الانتخابات الرئاسية 2019 .

11 -هل ساعدتك القنوات الجزائرية الخاصة في الحصول على المعلومات المهمة حول

الانتخابات الرئاسية الأخيرة في الجزائر ؟

لا

نعم

12 -هل ترى أن القنوات الخاصة حققت سبق الصحفي في نقل أحداث واخبار

الانتخابات الرئاسية 2019 ؟

نادرا

أحيانا

دائما

13 -هل ترى ان القنوات الجزائرية الخاصة وفرت المعلومات الكافية عن الانتخابات

الرئاسية الأخيرة؟

لا

نعم

14 - ماهي طبيعة الاخبار والمعلومات التي إستقاها الناخبين من برامج القنوات الجزائرية

الخاصة حول الانتخابات الرئاسية 2019؟

اراء المواطنين حول الانتخابات

برامج المترشحين الانتخابية

اراء المحللين والسياسين حول الانتخابات

أخرى اذكرها.....

15 - ما هي القنوات الجزائرية الخاصة التي إعتمدت عليها بالدرجة الأولى في

الحصول على أخبار الانتخابات الرئاسية 2019؟

النهار  الشروق  البلاد  نيوميديا نيوز   
 الاجواء  الجزائرية  Beur tv  الباهية   
 أخرى أذكرها.....

16 - هل تعتمد على القنوات الجزائرية الخاصة كمصدر رئيسي لأخبار ومعلومات

الانتخابات دون غيرها من القنوات والمصادر الأخرى؟

دائما  أحيانا  نادرا

17 - هل ترى أن القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة تفوقت في تغطيتها لأحداث

الانتخابات الرئاسية الأخيرة في الجزائر على قنوات التلفزيون العمومي؟

نعم  لا  لا أدري

18 - إذا كانت الجابة بنعم لماذا؟

اعتماد المراسلين  استضافة المحللين  عرض حملات المترشحين

أخرى اذكرها.....

❖ المحور الرابع: دور القنوات الخاصة في تشكيل اتجاهات الناخبين في الجزائر

19 - هل ساهمت القنوات الخاصة في تفاعل الناخبين مع الانتخابات الرئاسية الأخيرة في

الجزائر

نعم  لا

20 - إذا كانت الإجابة بنعم كيف ذلك.....

.....

21 - برأيك هل نجحت القنوات الجزائرية الخاصة في تغطية الانتخابية الرئاسية الأخيرة

بشكل؟

كبير  متوسط  لم تتجح

22 - هل ترى ان القنوات الجزائرية الخاصة تتميز بالموضوعية في تناولها لبرامج

الانتخابات الرئاسية 2019؟

نعم  لا

23 - هل أثرت القنوات الجزائرية الخاصة على مواقفك واتجاهاتك السياسية؟

نعم  لا

24 - إذا كانت الاجابة بنعم كيف تم ذلك؟

موقفك من الانتخابات الرئاسية عموما  اتجاهاتك من المرشحين

اتجاهاتك من البرامج الانتخابية

25 - ما نوع الأساليب الاقناعية التي إستخدمها القنوات الجزائرية الخاصة لتوجيه الناخبين

في الجزائر؟

الخطابات العاطفية  الحجج عقلية

26 - هل مارست القنوات الخاصة في الجزائر دورها بفعالية في التأثير على جمهور

الناخبين وتوجيههم إلى تبني سلوك انتخابي معين؟

نعم  لا

27 - هل ترى أن القنوات الجزائرية الخاصة ترفع من مستوى الوعي السياسي للناخبين في

الجزائر؟

نعم  لا

28 - برأيك كيف أثرت القنوات الخاصة في الجزائر على مواقف واتجاهات الناخبين في

الجزائر؟

.....  
.....