

جامعة قاصدي مرياح - ورقلة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال
تخصص تكنولوجيا الاتصال الجديد



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة ماستر اكايمي

الميدان: العلوم الانسانية

الشعبة: علوم الاعلام والاتصال

التخصص: تكنولوجيا الاتصال الجديدة

من اعداد: ايمان سدراتي

التراشق اللفظي عبر موقع التواصل الاجتماعي "اليوتيوب"

دراسة وصفية تحليلية لعينة من فيديوهات اليوتيوب

نوقشت علنا بتاريخ: 2018/05/23

أمام اللجنة المكونة:

- | | | |
|----------------------------------|--------------|--------------------------|
| 1- الأستاذ (ة): زياني الغوتي | رئيسا | جامعة قاصدي مرياح ورقلة. |
| 2- الدكتور: بودريالة عبد القادر | مشرفا ومقررا | جامعة قاصدي مرياح ورقلة. |
| 3- الدكتور (ة): قندوز عبد القادر | مناقشا | جامعة قاصدي مرياح ورقلة. |

السنة الجامعية:
2018/2017

الشكر والعرفان

بسم الله الرحمن الرحيم

>> وقل اعملوا فسيرى الله أعمالكم ورسوله والمؤمنون وستردون إلى عالم الغيب والشهادة فينبؤكم بما كنتم تعملون <<105 سورة التوبة

أولا أشكر الله عز وجل على اتمام دراستي والوصول الى هذه المرحلة، لا يسعني في هذا المقام ان اتقدم بالشكر الجزيل والعرفان للجميل للأستاذ بودربالة عبد القادر والذي اشرف على اعداد هذه المذكرة والذي لم يبخل علي بأي توجيهات ونصائح فكان ثمرة هذه المذكرة العلمية فأتمنى له الدوام في خدمة المعارف والابحاث العلمية.

كما يسرني ان اتقدم لكم اساتذة قسم علوم الاعلام والاتصال بجزيل الشكر والتقدير الخالص وبالاخص الاستاذ الزاوي محمد الطيب والاستاذة نايلي نورة والاستاذة لبنى سويقات الذين ساهموا في تقديم التوجيهات .

وشكر خاص للاستاذة جيتي نادية والتي كانت العنصر الفعال في توجيهي وتقديم معلومات للامام بالموضوع واطمأن الرسالة، والى كل الاصدقاء والزملاء وخاصة سعدي عمار وبن مادة تركية.

إيمان

الاهداء

الحمد لله الذي خلق الإنسان وأعطى اللسان والصلاة والسلام على
معلم الإعلام وامام كل امام مبلغ الرسالة ومؤدي الامانة نبي الرحمة
محمد صلى الله عليه وسلم.

الى ملاك في الحياة ... الى معنى الحب الحنان ... الى بسمة الحياة
وسر الوجود... الى من كان دعاؤها سر نجاحي... وحنيتها بلسم
جراحي... الى اغلى الحبايب... أمي فاطمة.

الى من كان بالهيبة والوقار... الى من علمي العطاء دون انتظار...
والذي الغالي بالقاسم.

الى شموع دربي... اخوتي رقية، شراف، عبد الله، فاطمة الزهراء،
هاجر. والى عائلتي الاخرى عائلة غرياني.

إيمان

مقدمة

مقدمة:

في ظل التطورات والتحولات التي تشهدها تكنولوجيا الاتصال الحديثة أصبحنا نعيش عصر العولمة والانفتاح على العالم اجمع بلا حدود وبلا قيود، حيث أصبح العالم قرية صغيرة، ويعود هذا بدرجة كبيرة الى شبكة الانترنت التي أصبحت جزءا مهما في التغيير الثقافي العالمي.

فهي تعتبر موردا عالميا في حياة الإنسان وأنشطته اليومية، إذ أن التزايد المستمر لعدد مستخدمي شبكة الانترنت إن دل على شيء فهو يدل على الأهمية الكبيرة التي أصبحت تحتلها هذه الوسيلة في سبيل الاستفادة من ما توفره من معلومات، من ما توفره من معلومات دون قيود وحدود وفي أي زمان ومكان وفي مختلف المجالات لدى مختلف الفئات.

كما زاد اليوم وفي مختلف أنحاء العالم بما يسمى بـ مواقع التواصل الاجتماعي والذي يعد انتشارها كبيرا بعد ان كانت بدايتها مجتمع افتراضي ضيق ومحدود.

أحدثت هذه الشبكات نقلات نوعية كبيرة ومهولة في حياة الناس، بسبب ما وفرت لهم من مجالات ومساحات كبيرة، حتى أصبحوا قادرين على إيصال أصواتهم وأفكارهم التي لم تكن مسموعة، كما صاروا يتعرفون على بعضهم البعض بشكل اكبر من ما مهد لهم الطريق لبناء جسور التفاعل والتشارك، وتحقيق المصالح المشتركة.

وتتنوع مواقع التواصل فنجد التويتر، الانستغرام، الفايسبوك، اليوتيوب، ... وغيرها من المواقع الأخرى، واليوتيوب من أهم وأشهر هته المواقع وأكثرها استخداما في التواصل، فهو مظهر من مظاهر العولمة لأنه يجعل العالم كبيت صغير فيه يتواصل الناس بأفكارهم وصورهم وآرائهم وهذا ما جعله يجمع الناس دون حواجز مكانية ولا فواصل زمنية.

واليوتيوب سلاح ذو حدين، يمكن استخدامه في نشر الفضيلة والقيم الأخلاقية وبما يسمى بعكسها اللا أخلاقية.

ومن بين القيم اللا أخلاقية الترشق اللفظي، فالترشق اللفظي يعتبر ظاهرة من الظواهر الاجتماعية الخطيرة على مجتمعاتنا العربية وهي آفة يصعب التعامل معها والتحكم فيها. فهو موجود منذ القدم، يمارسه الإنسان سواء على مستوى الأسرة أو الشارع أو غيرها من الأماكن التي يتعرض لها الفرد، ويرجع سبب ظهور هذه الظاهرة الناتجة عن التنشئة الرديئة للفرد. أما اليوم سنتعرض لهذا الموضوع عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي وبالأخص موقع اليوتيوب، فهو يستخدم من طرف العديد من الأفراد مهما اختلفت هوياتهم ومكانتهم الاجتماعية من اجل التواصل وإيصال رسالتهم وبالتالي التعبير عن آراءهم بكل حرية وفي كل الأحيان تكون هذه الرسالة عبارة عن سب وشتم أو تمس بالكرامة أو أمور واقعية وغيرها من الأمور الأخرى. وقد حاولت في دراستي تسليط الضوء على الترشق اللفظي في مواقع التواصل الاجتماعي وبصفة خاصة على موقع اليوتيوب وتحديدًا حجم الترشق اللفظي الممارس فيه. حيث قمت بتقسيم دراستي إلى فصلين:

الإطار المنهجي: فيحتوي على الجانب المنهجي وفيه إشكالية الدراسة وتساؤلاتها ، وأهمية الدراسة ، وأهدافها ، وأسباب اختيار الموضوع، وتحديد المفاهيم، حدود الدراسة، المقاربة النظرية والدراسات السابقة، أما الإطار التطبيقي: فكان الجانب التطبيقي، والذي كان يحتوي على معلومات عينة الدراسة (بطاقة فنية عن الشخصيات المدروسة، محتوى الموضوع) وأداة تحليل المضمون والتحليل الكمي والكيفي ونتائج الدراسة، والخاتمة وأخيرًا قائمة المراجع و فهرس المحتويات وملخص الدراسة.

الاطار المنهجي

1. الاشكالية
2. الأسئلة الفرعية
3. اهداف الدراسة
4. أهمية الدراسة
5. أسباب اختيار الموضوع
6. منهج الدراسة و أدواته
7. مجتمع البحث وعينة الدراسة
8. حدود الدراسة
9. مفاهيم و مصطلحات الدراسة
10. المقاربة النظرية
11. الدراسات السابقة

1-الإشكالية:

لقد أضحى إستخدام التكنولوجيا في المجتمعات المعاصرة بشكل واسع وبوتيرة متسارعة، حيث تعتبر عملية شاملة لتطبيق العلوم والمعارف بشكل منظم في كافة الميادين، وذلك لتحقيق نواح عملية في المجتمع.

فالفرد حاليا لا يستطيع العيش دون إستخدام التلفزيون والهاتف والفاكس وشبكة الأنترنت التي تعد أعظم ثورة في تكنولوجيا الإتصال والمعلومات، ذلك أنها غيرت العالم وجعلته كبيت صغير وألغت كل الحواجز و الحدود الجغرافية والزمنية، وأصبحت الجماهير تتصل ببعضها البعض في جميع أنحاء المعمورة على اختلاف ألسنتهم وعقائدهم وثقافتهم .

وتعد فئة الشباب الأكثر إقبالا للمبتكرات الجديدة نظرا لحماس المرحلة وحبا للاستكشاف والمعرفة ،مع ما ينطوي عليه سلوك الاستخدام ،ويعود الإهتمام الكبير بالشبكة إلى عدة عوامل أهمها التفاعلية الكبيرة والمعلومات والأفكار المتنوعة حول مواضيع عديدة وإشباعا لرغبات متباينة ،كما تتميز الشبكة أيضا بفرض التواصل بين مستخدميها دون عناء. والجزائر تعتبر جزء من العالم تتأثر الشعوب الأخرى وخاصة في كثرة الإستخدام ،ويعتبر التفاعل الكبير و الإقبال الواسع للإنترنت بمثابة الباب المفتوح الذي خلق نوعا من الحيرة والقلق في المجتمعات، حيث أضحت تخاف على العادات والتقاليد من الإندثار جراء التعرض السلبي للشبكة ومواقع التواصل الإجتماعي.

نعيش اليوم زمن مواقع التواصل الإجتماعي حيث تطور هذا الأخير ليحدث ضجة كبيرة ويشمل كل أدوات التواصل الإلكترونية الموجودة خلال القرن الحادي والعشرين. ونستخدم في حياتنا اليومية العديد من التطبيقات الإلكترونية الشهيرة ،حيث يأخذ الفرد من كافة الخدمات المختلفة التي تقدمها دون أن يهتم لمعرفة التفاصيل المتعلقة بها .

ومن أبرز هذه المواقع والأكثر شهرة موقع اليوتيوب والذي يتيح لنا مجموعة لا متناهية وغير محدودة من الفيديوهات العالمية والإقليمية والمحلية وغيرها من الأشكال الأخرى .

ويعد اليوتيوب من أشهر المواقع وأكثرها شعبية على مستوى شبكة الأنترنت والتي تجلب العديد من الزوار حول العالم حيث قدر عدد مستخدميه ما بين سنة 2016-2017 بعدد 2 331 960¹.

¹زيارة لموقع اليوتيوب www.yotyobe.com/83z/babblecas.com/83z يوم 7 فيفري 2018 تاريخ النشر 23/03/2017.

ورغم كل هذه التطورات فقد صاحب هذا الموقع العديد من المشاكل الإنسانية على مستوى الجرائم الإلكترونية، حيث أصبح اليوتيوب وسيلة لإرسال الفكرة المراد بها سواء كانت إيجابية أو سلبية، مما جعل من فئة الشباب والمراهقين الفئة الأكثر استخداماً وإقبالاً، لما يدفعهم لإرتكاب الجرائم الشهيرة التي تمارسه عبر مواقع التواصل الاجتماعي وعلى رأسها اليوتيوب، القذف والتراشق اللفظي¹.

ويعتبر التراشق اللفظي من أبرز الظواهر التي تمارس على اليوتيوب حيث يجد فيه الأغلبية المكان الأكثر إرتياحاً ونشاطاً، ومن هنا يمكن للفرد أن يفرض وجوده من خلال وضع فيديوهات أو صور تضم مواضيع سياسية أو فنية أو إجتماعية وهذا حسب الأطراف المتضاربة و الموضوع المشار إليه وأن التراشق اللفظي باتكظاهرة خطيرة إذ يعتمد مستخدموه على موقع اليوتيوب بإيصال الفكرة إلى الطرف المراد الوصول إليه سواء كان إطارات دولة أو صحفيين أو فنانيين أو حتى مواطنين عاديين.

وتتمحور هذه الدراسة في البحث عن ظاهرة التراشق اللفظي عبر موقع اليوتيوب والتي انتشرت بكثرة في السنوات الأخيرة.

ومن خلال ما سبق تم الوصول إلى التساؤل التالي:

- ماهي مظاهر التراشق اللفظي عبر موقع اليوتيوب ؟

2-الأسئلة الفرعية:

2-1-الخاصة بالشكل:

- ماهي اللغة المستعملة في التراشق من خلال التواصل في موقع اليوتيوب ؟
- ماهي ابرز اللقطات والزوايا المستخدمة اثناء التصوير محل الظاهرة ؟

2-2-الخاصة بالمضمون:

- ماهي أهم القضايا المتناولة في التراشق التي تتم عبر اليوتيوب ؟
- ما هو طبيعة العبارات الترشقية التي تتم عبر اليوتيوب ؟
- ماهي نسبة مشاركة المستخدمين لموقع اليوتيوب في التراشق اللفظي ؟
- ماهي أسباب وعوامل انتشار التراشق اللفظي في موقع اليوتيوب ؟

¹حسن عوض:أثر مواقع التواصل الاجتماعي في التنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب،جامعة القدس المفتوحة،برنامج التنمية الاجتماعية والأسرية ، ص10.

2-3 الخاصة بالوحدات :

- ماهي أهم الوحدات المعتمد عليها في الظاهرة محل الدراسة؟

3-أهداف الدراسة:

- عادة ما يبدأ البحث العلمي بسؤال يسعى من خلاله الباحث إلى الوصول إلى إجابة له ،وما يدفع لطرح السؤال أو التساؤلات هي الأهداف المتوخاة في البحث .
- ومن النقاط التي تمثل الخطوط العريضة لأهداف بحثي الذي يدرس ظاهرة الترشق اللفظي من خلال موقع اليوتيوب أذكر منها:
- البحث في العلاقة بين الترشق اللفظي و مواقع التواصل الاجتماعي .
- ضرورة تسلط الضوء على ما يجرى من ترشق لفظي عبر مواقع التواصل الإجتماعي .
- التعرف على الجوانب المختلفة لهذا الموضوع لمعرفة الصورة الحقيقية التي تحويها ظاهرة الترشق اللفظي في مواقع التواصل الإجتماعي داخل المجتمع العربي عموما و اليوتوب خصوصا.
- الكشف عن اهم الوحدات المعتمد عليها في الظاهرة محل الدراسة

4-أهمية الدراسة:

- تكمن أهمية دراسة الموضوع في محاولة الكشف عن ظاهرة جديدة ألا وهي الترشق اللفظي في مواقع التواصل الإجتماعي(موقع اليوتيوب تحديدا)، وتعتبر هذه الدراسة نقطة الإنطلاقة التي ستكون دعم للدراسات التي لها نفس السياق، وكما تبلغ أهمية الدراسة أيضا في تسليط الضوء على الأهمية البالغة لموقع اليوتيوب والمكانة التي يحتلها في الحياة اليومية لدى الشباب.

5-أسباب إختيار الموضوع:

- تعد مرحلة إختيار الموضوع القابلة للدراسة العملية ذات أهمية بالغة وهي من أصعب المراحل التي يمر بها الباحث لأنها تمثل مرحلة حاسمة تؤثر على سير عملية إنجاز البحث بكامله ،فقد تعددت أسباب اختيار الباحث للموضوع فتكون إما أسباب ذاتية يفرضها اهتمام الباحث ورغباته وطبيعة تخصصه ،أو أسباب موضوعية تفرضها الظروف والواقع الإجتماعي و بالتالي يمكن أن نذكر الأسباب كالتالي:

1/5 أسباب ذاتية:

- * الرغبة في معالجة موضوع الترشق اللفظي.
- * كشف الستار عن الموضوع وما يطرأ عليه من تطورات.
- * الاستخدام الشخصي لموقع اليوتيوب .

2/5 أسباب موضوعية:

- * قلة الدراسات الأكاديمية و العلمية حول هذا الموضوع.
- * حداثة الموضوع من حيث الدراسة وخاصة ظاهرة الترشق اللفظي.
- * وجود علاقة بين الموضوع والتخصص المدروس.
- * تزويد المكتبة بدراسة تحليلية عن طريق سمعي بصري.
- * إنتشار الظاهرة عبر موقع اليوتيوب.
- * الإستخدام الواسع للموقع من طرف الشباب.

6-منهج الدراسة وأدواته:

1-6-المنهج الوصفي التحليلي:

تتتمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية التي تستهدف وصف خصائص وظروف مشكلة الدراسة وصفا دقيقا وشاملا،وتهتم بدراسة العلاقات التي تربط بين المتغيرات،فالبحث الوصفي "يهدف إلى وصف ظواهر أو وقائع أو أشياء معينة من خلال جمع الحقائق والمعلومات والملاحظات الخاصة بها،بحيث يرسم ذلك كله صورة واقعية لها"

هذا وقد لا تكتفي تلك البحوث بمجرد وصف الواقع وتشخيصه وتهتم بتقرير ما ينبغي أن تكون عليه أشياء أو ظواهر موضوع البحث.¹

أن المنهج المسحي يعتبر من أنسب المناهج العلمية ملائمة للدراسات الوصفية بصفة عامة ذلك أن هذا المنهج يستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن عناصرها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات ومصدرها وظروف الحصول عليها.²

¹صالح محمد الفوال:مناهج لبحث في العلوم الإجتماعية ،مكتبة غريب،بط،مصر،1982،ص35.
²محمد منير حجاب:المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع ،ط،القاهرة،مصر،2004.

2-6- المنهج المقارن:

ان المنهج المقارن هو مفهوم مركب من مصطلحين هما المنهج والمقارنة والمنهج يعني الطريقة أو الاسلوب أما المقارنة فتعني تلك العملية التي يتم من خلالها إبراز أوجه الاختلاف وأوجه التشابه بين شيئين متماثلين أو أكثر.

وهذا يعني بدوره استحالة مقارنة بين شيئين متناقضين.

لغة: وهو القياس بين ظاهرتين أو أكثر ويتم ذلك بمعرفة اوجه الشبه ووجه الاختلاف اصطلاحا هي عملية عقلية تتم بتحديد اوجه الشبه ووجه الاختلاف بين حادثتين اجتماعيتين او اكثر تستطيع من خلالها الوصول على معارف ادق تتميز ببيها موضوع الدراسة ا و الحادثة في مجال المقارنة والتصنيف ، ويقول دوركايم " هي الادوات المثلى لطريقة الاجتماعية " I

-اعتمدت في دراستي هذه على المنهج المسحي بشقيه الوصفي والتحليلي مسح التراث العلمي المتعلق بموضوع الدراسة وخاصة فيما يتعلق بالفيديوهات الخاصة بالتراشق اللفظي على موقع اليوتيوب ،وقراءات حول المقاربة النظرية للحتمية القيمية من أجل إسقاطها على الموضوع محل الدراسة،ومسح عوامل ارتباط مستخدمي موقع اليوتيوب ورواده وعلاقته بالخوض في الترشق اللفظي، أما بالنسبة للمنهج المقارن استخدمته للمقارنة بين الاطراف الفاعلة والتي تمثل عينة الدراسة.

3-6- أدوات جمع البيانات :

ان الدراسات الاعلامية تبحث في الموضوعات ، السياسات الاخبارية ، الشخصيات الفاعلة ، المصادر المعتمدة ، مواضيع الاهتمام و التركيز ضمن المحتوى المقدم من طرف وسيلة اعلامية تخضع بالتأكيد تحليل المحتوى و بالتالي تعتبر الأداة الرئيسية للدراسة هي :

1-3-6- تحليل المحتوى :

كلنا نمارس "تحليل المضمون " لأننا بقصد او بدونه في كل الاحوال "مرسلون او متلقون ، و في كل لحظة من حياتنا نحاول ان نفهم الاخر من خلال تحليل خطابه ، بغية التعرف على رموزه ، والتفاعل معها بالسلب او الايجاب.

عمار بوحوش ،محمد محمود الدنبياتي : مناهج البحث العلمي وطرق اعداد البحوث ، ديوان المطبوعات الجامعية ،ط 6،الجزائر ،2011، ص 139/138¹

و يعتبر تحليل المضمون كغيره من المفاهيم الاخرى، لم يحسم بتعريف واحد جامع و محدد بدقة إلى جد الاتفاق التام في ظل حدود تطبيقاته و إجراءاته ، و هناك من أخذ على عاتقه و اعتبره منهاج وهناك من اتخذه على أساس أغراضه الإجرائية فأعتبره كأداة للبحث العلمي. هناك تعاريف عديدة لتحليل المضمون:

يعرفه كل من "برنارد بيرلسون" و "اولي هولستي" حيث الأول يعرف تحليل المضمون أنه : أحد أساليب البحث العلمي التي تهدف الى الوصف الموضوعي المنظم و الكمي للمحتوى الظاهر لمضمون الإتصال¹، و الثاني يعرفه بأنه : وسيلة للقيام بإستنتاجات عن طريق التحديد المنظم والموضوعي لسمات معينة في الرسالة الاتصالية.²

كما يعرفه محمد عبد الحميد بأنه : مجموعة من الخطوات المنهجية التي تسعى إلى اكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى و العلاقات الارتباطية لهذه المعاني ، من خلال البحث الكمي و الموضوعي و المنظم للسمات الظاهرة في هذا المحتوى.³

وعادة يتم تحليل المضمون من خلال الإجابة على أسئلة معينة و محددة يتم صياغتها مسبقا ، بحيث تساعد الإجابة على هذه الأسئلة في وصف و تصنيف محتوى المادة المدروسة بشكل يساعد على إظهار العلاقات و الترابطات بين أجزاء و مواضيع النص.⁴

هذه الأداة تساعد على وصف المحتوى الظاهري و الباطني للتراشق اللفظي عبر موقع اليوتيوب ، وذلك عن طريق استخدام استمارة تحليل المضمون.

6-3-2- استمارة تحليل المحتوى :

هي عبارة عن بطاقة فنية يدونها الباحث بصفة مختصرة يطرح فيها عنوان البحث و السؤال الجوهرى له، و توضيح إستعمال تحليل المحتوى كما تضم هذه الورقة ما يريده الباحث من الأساتذة المثبتين.⁵

¹Bernard B,content Analysis in communication Research,Glencoe,IL,Free press 1952,p18.

²Ole H,content Analysis for Social Science and Humanities,Addition,1969,p12,Bernard B,Op cit,p20-21.

³محمد عبد الحميد ،دراسات الجمهور في بحوث الإعلام ،ط1،دار النشر عالم الكتب،بيروت،1993،ص 22.
⁴ربحي مصطفى عليان،عثمان محمد غنيم،مناهج وأساليب البحث العلمي"النظرية والتطبيق"،ط1،دار الصفاء للنشر والتوزيع،2000،ص48.
⁵يوسف تمار،تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين،ط1،دار النشر طاكسيج كوم للدراسات والتوزيع،الجزائر،2007،ص97.

6-3-3- الصدق و الثبات:

حيث مره بناء استمارة تحليل مضمون بعدة مراحل منها أولاً إعداد استمارة أولية بناء على الاطلاع على جزء من مادة التي سيتم تحليلها و كذلك من خلال الاستفادة من الاطلاع على الدراسات السابقة ، ثم في مرحلة لاحقة تم عرض الاستمارة على الأستاذ المشرف و على مجموعة من الأساتذة المحكمين (وهذا يدخل ضمن قياس الصدق) ، ثم بعد الأخذ بالملاحظات و التوجيهات تم قياس الثبات من طرف مرمرين (الباحثة ، طالبة ماستر علوم الإعلام و الإتصال).

و هي تحد بين الموضوعية و الذاتية ، إن مجرد خسر الظاهرة ورصد معدلات تكرارها قد لا يكفي لإحصاء مصداقية النتائج التي يمكن الوصول إليها ، إذا لم يخضعها الباحث الى مقياس الصدق و الثبات.¹

ويقصد بها صلاحية إستمارة تحليل محتوى و دليلها لدراسة المضمون المراد تحليله،² و لتحقيق هذا الشرط فقد قمنا بمشاهدة متكررة لعينة الدراسة، كما قمنا بتصميم استمارة تحليل مضمون مع دليل التعريفات الإجرائية للفئات و مؤشراتهما.

كما تم تقديم الإستمارة مع الدليل لأساتذة متخصصين و ذلك من أجل تعديلها. و بعد تحكيم الاستمارة من قبل الأساتذة المحكمين ، كما كانت هناك بعض التعديلات على استمارة تحليل المحتوى حسب ما قدمه المحكمون من ملاحظات تمثلت في تعديل بعض الفئات التي تخدم الموضوع و كذا إضافة بعض العبارات لتكون الفئة في صلب الموضوع.

وبعد التحكيم من طرف الأساتذة قمنا بحساب مستوى الثبات و ذلك باللجوء إلى معادلة (هولستي) لحساب معامل الثبات بين المرمرين.

قياس الصدق والثبات:

كانت طريقة الحساب كالتالي :

1- الباحثة: رمز (أ) = <= 15 فئة

2- الزاوي محمد الطيب استاذ مساعد أ رمز (ب) = <= 10 فئات.

¹المرجع نفسه،ص95.

²محمد عبد الحميد،تحليل المحتوى في بحوث الإعلام،عالم الكتب،ط1،بيروت،1993،ص332-333.

3- جيتي نادية استاذ مساعد أ رمز (ج) = < 12 فئة.

4- نايلي نورة استاذ مساعد أ رمز (د) = < 11 فئة.

معامل الاتفاق بين أ و ب = 25 / بين أ و ج = 27 / بين أ و د = 26 بين ب و ج = 22 / بين

ج و د = 23 / بين ب و د = 21.

ن = عدد المحكمين.

$$\text{معامل الثبات} = \frac{\text{متوسط الاتفاق } X \text{ ن}}{1 + (\text{ن} - 1) \cdot (\text{الاتفاق متوسط})}$$

حساب متوسط الاتفاق:

نقوم بجمع النسب بين الأزواج ونقسمها على عدد الفئات نتحصل على الناتج، وبالتالي حساب المعادلة:

$$\text{معامل الثبات} = \frac{3 \times 7.2}{1 + (3 - 1) \cdot (7.2)} = 1$$

3-6-4-فئات التحليل:

وهي التقسيمات والتوزيعات والأركان التي يعتمدها الباحث في وحدات التحليل المتوصل اليها في المادة المدروسة، وهذا بناء على ما تتحدث فيه الصفات او تختلف فيه من خصائص¹. وفي دراستي قمت بتقسيمها الى فئتين "مادا قيل" وتعني محتوى المضمون" وكيف قيل" وتعني الشكل الذي قدم فيه المضمون .

وعليه تسعى عملية وضع الفئات الى تنظيم في نفس اطار الاشياء او الاشخاص من نفس الطبيعة وهي تهدف الى تقسيم المحتوى الى منظومة من الافكار التي لها علاقة بالاشكالية واهداف الدراسة ، ومنه تلك الافكار التي لا تخدم تلك التوجيهات وعلى ذلك فانه لا توجد فئات نمطية صالحة لكل انواع البحوث بل يتوقف على طبيعة المحتوى المراد تحليله وطبيعة الدراسة وتصنيفها² .

وعليه كان اختياري على الفئات التالية :

أ_فئة الشكل كيف قيل؟

وهي تلك الفئات التي تصنف المحتوى الشكلي للمضمون ،وعادة ما تحاول الاجابة على السؤال (كيف قيل؟) وهي احد ركائز التحليل المحتوى في الشكل الذي يقدم به المضمون³. وهي الفئات التي

¹ أحمد الموصلي، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال، طبعة 1 ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2003 ، ص286.

² يوسف تمام ، تحليل المحتوى للباحثين و الطلبة الجامعيين ، ط 1 ، دار النشر طاكسيج كوم للدراسات و التوزيع ، الجزائر ، 2007 ، ص 42.

³ نفس المرجع السابق ، ص44

تم التعبير بها لمستعملي البرامج الاداعية او محتوى المواقع الالكترونية ... الخ عن شكل مضمون ،اي مختلف الوسائل التعبيرية المستعملة في الفيديوهات المختارة من اليوتيوب ،وعليه تضم الفئات التالية :
اللغة المستعملة: وهي اللغة المستخدمة التي كانت تدور بين الاطراف الفاعلة محتوى فيديو التراسق حيث كانت هذه الفئة تحمل العناصر التالية:

- عربية فصحي ،أجنبية، لهجة عامية، مختلطة: والقصد منها تلك اللغة الممزوجة بلغات أخرى
المؤثرات الصوتية:

وهي عبارة عن الأصوات المصطنعة تضاف قصد تعزيز المحتوى المدروس والتي تكون مرفقة مع الصور، وتندرج عناصره كالتالي: موجودة، غير موجودة.

خلفية الفيديو: والقصد منها الواجهة أو البلاطو أو المكان الذي وقع فيه التصوير وتندرج تحتها العناصر التالية: ثابتة، متحركة.

اللقطات المستخدمة: وهي جميع اللقطات الظاهرة بالفيديو قصد الإلمام بالموضوع المعالج للتوصل إلى الفكرة المستهدفة. واندرجت عناصرها كالتالي:

- اللقطة العامة- اللقطة النصف عامة- اللقطة الكبيرة- اللقطة الصدرية- اللقطة الخصرية - اللقطة الأمريكية - اللقطة المتوسطة.

زوايا التصوير: وهي جل الزوايا المستخدمة في الفيديو، لإبراز أهم اللقطات المهمة حسب الموضوع المستهدف، وتندرج عناصرها كالتالي:

- الزاوية الغطسية- زاوية مستوى النظر - زاوية ضد الغطسية.

نسبة المشاهدة: والقصد من هذه الفئة نسبة إقبال المشاهدين على الفيديو، وتندرج تحتها العناصر التالية:

- عالية- متوسطة- ضئيلة.

فئة المضمون "ماذا قيل": وهي الفئات التي تدور حول مضمون المادة الاتصالية، أو المعاني التي تنقلها وتجب عن السؤال "ماذا قيل"؟

طبيعة الفيديو: والقصد منها محتوى الفيديو ومضمونه المستخدم في التراسق، ويندرج تحت هذه الفئة العناصر التالية:

- سياسي- إجتماعي- رياضي- فني- مختلط: والقصد منه مزيج من المجالات.

ميكانيزمات الاتصال بين الطرفين:

والقصد منها آلية أو طريقة الاتصال والتواصل بين الأطراف المختلفة فيما بينها، ويقصد بها أيضا الوسيلة المستعملة بين الطرف الأول والثاني قصد تقوية الصراع أو إرضاخ الخصوم فيها بينهما، وتمثل عناصرها فيما يلي:

- بودكاست- تسجيل صوتي- فيديو- كتابة عادية- مشاركات المتفاعلين

حقيقة اللجوء إلى الترشق: والقصد من هذه الفئة السبب الرئيسي للجوء إلى الترشق اللفظي في الفيديو وتندرج تحت العناصر التالية:

- إثارة أعصاب الخصوم- إبتزاز شخصية المترشق نفسه من الطرف الآخر- التباهي والإعجاب بشخصية المترشق- أغراض أخرى.

الأطراف الفاعلة: وهي الفئة التي تبحث عن المحركين الأساسيين لمضمون المادة الإعلامية المدروسة (الفيديو)، أي مجموعة الأشخاص التي تضع المحتوى محل التحليل، وهي تشير إلى الفاعلين الأساسيين في الموضوع وتندرج عناصر هذه الفئة كالتالي:

- شخصيات فنية- شخصيات رياضية- شخصيات سياسية- شخصيات عادية.

الجمهور المستهدف: وهو المجتمع الذي يستهدف القائم بالاتصال في المادة الإعلامية (فيديو) قصد توجيه الرسالة ويندرج تحتها عنصرين:

- جمهور عام- جمهور خاص.

طبيعة العبارات الترشقية: ونقصد بها شدة أو قوة العبارات والكلمات المشينة ومدى تأثيرها على الطرف الثاني، وهذه الفئة تندرج تحتها العناصر التالية:

- تتضمن حقائق واقعية- صراعات وأمور وهمية- أمور أخرى.

فئة السمات: وتستخدم هذه الفئة للكشف عن الأشخاص وهويتهم، والقصد هنا في الموضوع المواصفات التي يستخدمها أو نجدها في الطرفين أو أحد الأطراف المتخالفة. وتندرج هذه الفئة تحتها العناصر التالية:

- الإستهزاء-السخرية- التعظيم من الشأن- الابتزاز- المدح والمجاملة- السب والشتم

فئة الهدف:

- وجاءت هذه الفئة لمعرفة الفكرة المعبرة عنها للوصول إلى البعد الاعلامي أو الهدف المراد الوصول إليه، والقصد منه هنا الهدف من استخدام الترشق في الفيديو، وتدرج عناصرها كالتالي:
- الاندفاع والتهجم- الدفاع عن النفس- ردع الخصوم - الدفاع عن طرف الخصوم:

بيانات عن المتفاعلين:

شكل التفاعل: وهي ردت فعل الجمهور المشارك لأحد الطرفين عن طريق العناصر التالية: صورة- فيديو - ملصقات تعبيرية متحركة "إموجن"- ملصقات تعبيرية ثابتة.

محتوى التفاعل: وهي المشاركة التي يقوم بها المشاهد عن طريق عنصرين الا وهما:

الايجاب: والقصد منه أن يمدح أحد الطرفين بذكر كل الصفات الجميلة والمكملة له والتي تجعله بصورة جيدة امام الطرف الآخر.

السلب: والقصد منه السب والشتم وغيرها من التعليقات الأخرى التي تجعل طرف الخصوم في صورة جد رديئة على عكس الإيجاب.

اللغة المستعملة في التفاعل: وهي تلك التي يستعملها جمهور المتفاعلين في إرسال لعبارة أو الرسالة المراد بها وتدرج تحتها العناصر التالية: عربية- فرنسية- لهجة عامية- عربية مفرنسة- مختلطة

حجم التفاعلات: والقصد منها عدد المشاركات بالنسبة للاطراف المؤيدة أو المعارضة للموضوع ويندرج تحتها العناصر التالية:

- حجم الاعجابات: وهو عدد الاعجابات التي نالها الفيديو
- حجم التعليقات: وهو تعليق كل مشاهد الفيديو
- حجم المشاركات: وهي عدد مشاركات الفيديو من قبل المشاهدين.

6-3-5- وحدات التحليل:

وهي مقطع محدد من الرسائل ، او مجموعة من الرسائل ممثلة لنفس الخصائص، وطبيعة الفئة،¹ وقد تم الاعتماد في المدكرة على الوحدات التالية :

وحدة الفكرة: ليس للفكر حدود الا تلك التي يحملها معناها ،وقد تكون عبارة عن جملة وقد تمتد على طول الفقرة ،وقد يكون كل المحتوى عبارة عن فكرة واحدة ، كما تم استخدام الوحدة هنا من اجل التعرف على محتوى فيديو الترشق والتعرف على الشخصيات المتراشقة فيما بينها وسبب الخلافات الواقعة بينهم

وحدة الكلمة : تم استخدام هذه الوحدة من اجل الحصر الكمي للألفاظ و تصنيف المحتوى ضمن فئة اللغة المستعملة ويمكن ان نقول ان اللغة المستعملة كانت لهجة عامية ولغة عربية ومختلطة

7-مجتمع البحث وعينة الدراسة:

7-1-مجتمع البحث:

| مدة الفيديو | عنوان الفيديو | رابط الفيديو | تاريخ نشر الفيديو |
|-------------|---|---|-------------------|
| 4:38 | DZjoker مانسوتيشMANSOTICH | https://www.youtube.com/watch?v=tcqvHqbQV94 | 2017/04/27 |
| 4:30 | Dz Joker clash ennahartv | https://www.youtube.com/watch?v=cJpgEj-Utgw | 2017/11/23 |
| 2:25 | رد قناة النهار على DZ JOKER شمسو بطريقة غير مباشرة | https://www.youtube.com/watch?v=iPw2ZWfsJ0o | 2017/11/24 |
| 2:30 | رد أحمد أويحيا على فيديو DZ Joker CLASH | https://www.youtube.com/watch?v=bKyJzXL94aA | 2017/12/02 |
| 4:37 | احلام تتكلم عل نوال الكويتية حول سبب خلافهما الجديد | https://www.youtube.com/watch?v=q8mEKA0OQ7w | 2015/01/01 |
| 1:06 | نوال الكويتية ترد على أحلام | https://www.youtube.com/watch?v=3nmJEIHJqUk | 2014/01/05 |
| 5:50 | حفيظ دراجي يهاجم ماجر بعد هزيمة المنتخب الجزائري ضد زمبيا في ملعب قسنطينة | https://www.youtube.com/watch?v=A5unW5eCMxM | 2017/09/08 |

¹ يوسف تمار ، نفس المرجع السابق ،ص48

| | | | |
|------------|---|--|------|
| 2018/03/29 | https://www.youtube.com/watch?v=qLnkL7bO8Ys | رابع ماجر يرد على حفيظ دراجي إلترزم الصمت " المرة لقادمة سأتحديث معك بدون احترام " | 3:31 |
|------------|---|--|------|

عادة ما يتم اللجوء إلى استخدام العينة في مجال البحوث العلمية والإجتماعية منها، فيعتمد الباحثون في إجراء بحوثهم الميدانية وغيرها من الأبحاث الأخرى طريق العينة المأخوذة من مجتمع البحث للوصول إلى المعلومات والحقائق التي تفي بالغرض النهائي للدراسة وتسرى هذه النتائج المتوصل إليها على كل مجتمع بحث.¹

2-7 عينة الدراسة :

فالعينة هي عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل معها منهجياً، ويسجل من خلال هذا التعامل البيانات الأولية المطلوبة، ويشترط في هذا العدد أن يكون مثلاً Representative لمجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع.²

والعينة القصدية هي عينة غير احتمالية، يكون فيها الإختبار كفي من قبل الباحث للمبحوثين استناداً إلى أهداف بحثية معينة.³

وسبب اختياري للعينة القصدية راجع إلى مجموعة الفيديوهات الترشقية التي اختيرت من اليوتيوب. والتي تعرض الترشق اللفظي بصفة كبيرة فقررت تناولها من حيث حيثيتها وحللتها من مختلف جوانبها على موقع اليوتيوب.

¹ أحمد بن مرسل: منهجية البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 2005، ص99.

² محمد عبد الحميد: البحث العملي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب الحديث، ب.ط، القاهرة، مصر، 2000، ص133.

³ معن خليل العمر: مناهج البحث في علم الاجتماع، دار الشروق للنشر، ط1، الأردن، 2004، ص208.

8-حدود الدراسة:

8-1-الحدود الموضوعية :

ان موضوعي يتوقف عند دراسة مضمون مجموعة من الفيديوهات اليوتيوب ،وسوف اركز في دراستي عن التراشق اللفظي الذي تتضمنه هذه الفيديوهات الواردة وما تحمله من مشاكل وخلافات ... وغيرها من المشاكل الاخرى

8-2-الحدود الزمانية:

اما عن المجال الزمني فقد استغرقت مدة انجاز هذه المذكرة حوالي خمسة اشهر من 2017/12/11 الى 2018/05/01

9-مصطلحات ومفاهيم الدراسة:

9-1التراشق:

تراشق القوم:تناضلوا

ونقول تراشقوا بالسنتهم وتراشقوا بأعينهم¹

{ر ش ق}{فعل خماسي لازم،متعد بحرف} تراشق ،يتراشق مصدر تراشق .

تراشق الجيران بالسنتهم:تبادلوا الشتائم فيما بينهم ،تقاذفوا بالقول ،تراشقوا بالشتائم²

9-2التراشق اللفظي:

هو ضغط معنوي ذو طابع فردي أو جماعي ينزل الإنسان بالإنسان ،كما هو يلحق الأذى بالأفراد أو الممتلكات .

والقصد منه اللجوء بالكلام الغير لبق قصد إقحام الطرف الآخر³

وجاء في لسان العرب:أنه السلوك الذي يزيل الخصم أو يجعله يغير تصرفاته وهو التوبيخ واللوم السب

والشتم عن طريق القول البذيء والانتقادات المتكررة والإهانات والسخرية والإذلال والمساس بالكرامة

والتهديد⁴

¹قاموس المعجم الوسيط ،اللغة العربية المعاصرة،قاموس عربي عربي المعاني الجامع.

²عاطف غيث :قاموس علم الاجتماع ،ط1،الهيئة المصرية للكتاب يمان الحارث الفاروقي،مكتبة لبنان 1988.

³د.سناء سليمان:مشكلة العنف والعدوان بين الخير والشر والصواب والعدوان،عالم الكتب،ص21.

⁴جمال الدين محمد مكرم،ابن منظور:لسان العرب،ج2،ط1،دارصادر،بيروت،1956،ص10.

(1) التعريف الإجرائي: هو جل العبارات القبيحة التي قد تأذي مشاعر الطرف الآخر من سب وشتم وسخرية وازدراء.

3-9 مواقع التواصل الاجتماعي:

(1) مواقع:

- لغة: "موقع (وقاع). جاءت كلمة موقع مصدر لمكان وقوع، أي مكان الوقوع، مواقع المياه أي مسقطها، مواقع القتال أو الجيش: مواضعه¹
- إصطلاحاً: عبارة عن مجموعة من الصفحات المتصلة بعضها بعض على سيرفر (خادم)، وتحمل الصفحات مواد مكتوبة أو مصورة يتم إدخالها من خلال المخول له بدخول ذلك الموقع.²

(2) التواصل:

- لغة: في مادة وصل فإن "الواو والصاد واللام": أصل واحد يدل على ضم شيء حتى يعلقه³ والتواصل ضد التصارم، و الوصل: الرسالة ترسلها إلى صاحبك.⁴
- إصطلاحاً: هو عبارة عن التفاهم من بين الطرفين معنيين كنظامين أو كيانين أو شخصين، ويكون أحد الطرفين مرسلًا في وقت معين والطرف الآخر مستقبلًا في وقت آخر، ويحدث تفاعل إيجابي فيما بينهم و يكون ذلك من خلال إستعمال الحواس من قبل كل من المرسل والمستقبل على حد سواء، والذي ينبع من الرغبة الشديدة في التواصل.⁵

"التواصل هو علاقة تقوم بين فردين فأكثر حيث يتمتع كل منهم الإستقلالية ويمثل ذاته لنشيطه"⁶

(3) الإجتماع:

- لغة: يدل على تضام الشيء، ويقال جمعت الشيء جمعاً و سميت اجتماع لجمع الناس فيه⁷
- إصطلاحاً: هو مجموعة من الأفراد يربط بينهم علاقة أو رابط مشترك في علاقة منتظمة بينهم⁸

تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:

¹ حيران مسعود: رائد الطلاب معجم لغوي عصري للطلاب، دار العلم الملايين، لبنان، ط23، 2003، ص781.

² <http://arabiaweb.com> 22:22 2018/02/14 الموقع الإلكتروني

³ أحمد بن فارس بن زكريا القزويني الرازي: <<معجم مقاييس اللغة>> تحقيق محمد عبد السلام هارون، ج6، دار الفكر، ص115.

⁴ محمد بن محمد بن عبد الرزاق الحسيني: تاج العروس من جواهر <القاموس>، دار الهداية، الكويت، ج31، ط200، ص86.

⁵ <http://mawdoo3.com> 14/02/2018 23:00

⁶ محمود حسن إسماعيل: مبادئ علم الإتصال ونظريات التأثير، دار العالمية للنشر والتوزيع، الهرم، ط2003، ص31.

⁷ تقي الدين أبيبكر محمد الحسيني الدمشقي الشافعي: كفاية الأخبار في غاية الإختصار، دار الخير، دمشق، ط1994، ص141.

⁸ عماد محمد فارس أبو كرش: السلوك الاجتماعي في ضوء القرآن الكريم، دراسة ماجستير في التفسير وعلوم القرآن، الجامعة الإسلامية، غزة، 2009، ص04.

- هي مواقع الإنترنت على الإنترنت التي يمكن للمستخدمين المشاركة في إنشاء أو إضافة صفحاتها و بسهولة.¹

- وتعرف أيضا: هي مواقع على الإنترنت يتلقى عبرها أشخاص أو جماعات أو منظمات تتقاطع إهتماماتهم عند نقطة معينة أو أكثر، سواء تعلق الأمر بالقيم أو بالروي أو الأفكار أو التبادلات المالية أو الصداقة أو العلاقات الحميمة أو القرابة أو الهوية أو التجارة أو البغض والعداوة وغيرها.²

- وهي مصطلح يشير إلى تلك المواقع على شبكة الإنترنت والتي ظهرت مع ما يعرف بالجيل الثاني للويب حيث تتيح التواصل مع مستخدميها في بيئة افتراضية وفقا لإهتماماتهم و إنتماءاتهم بحيث يتم عن طريق خدمات التواصل الاجتماعي المباشر كإرسال الرسائل أو المشاركة في الملفات الشخصية للآخرين.³

التعريف الإجرائي:

هي مواقع الكترونية موجودة على شبكة الإنترنت، توفر لمستخدميها فرص التعارف وتبادل المعلومات والآراء حيث توفر ملفات شخصية وصور خدمة الدردشة، ويتم من خلالها التواصل في بيئة افتراضية من أجل الإتصال والتواصل لإشباع رغباتهم.

4-9 اليوتيوب:

- هو أكبر موقع على شبكة الإنترنت يسمح للمستخدمين برفع ومشاركة مقاطع الفيديو بشكل مجاني⁴، وهذا الموقع من المواقع التي يتم إيمانها بشكل كبير، سواء كانت يدخل عليها من أجل المتعة أو العمل.⁵

-تعريف آخر: هو موقع إلكتروني يسمح ويدعم نشاط تحميل وتنزيل ومشاركة الأفلام بشكل عام ومجاني، وهو يسمح بالترج في تحميل وعرض الأفلام القصيرة، من أفلام عامة يستطيع الجميع مشاهدتها إلى أفلام خاصة يسمح فقط لمجموعة معينة بمشاهدتها.⁶

¹خالد غسان المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص24.

²دوقان عبيدات كايد عبد الحق وآخرون: البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه، ط11، دار الفكر للنشر والتوزيع، الأردن، 2000، ص104.

³راضي زاهر: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي، مجلة التربية، العدد05، جامعة عمان، 2003.

⁴Zang, p.G. publicly private and privately public: social networking on youtube. journal computer

.Mediateed communication 2007, 13(1), article 18.

⁵تأليف marting Gailz. ترجمة دكتورة هبة عجينة، مواقع التواصل الاجتماعي، أدوات التغيير العصرية عبر الإنترنت، المجموعة العربية للتدريب والنشر، 8 شارع مدينة نصر-القاهرة، 2016، ص117.

⁶خالد غسان يوسف المقدادي، ثورة الشبكات الاجتماعية، ماهية مواقع التواصل الاجتماعي، دار النفائس للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص43.

10-المقاربة النظرية للدراسة :

تتعدد المقاربات و النظريات العلمية التي يستند إليها الباحثون في مجالات الدراسات الإعلامية،حيث طبيعة الموضوع و المتغيرات التي يشتمل عليها،هي التي تفرض على الباحث الاستناد إلى مقترب علمي دون آخر،وهذا بغية إعطاء بعد نظري للبحث،انطلاقا من نظرية علمية أصلها في الغالب مجموعة من الكتاب والمفكرين في مجال علوم الإعلام والاتصال وغيرها من العلوم الاجتماعية...لأن عملية الإنطلاق لأي بحث علمي توجب على الباحث الإلمام بمدخل متعددة لها علاقة مباشرة بموضوع دراسته،وفي هذه الحالة على الباحث أن يتمكن جيدا من تحديد المدخل النظرية المناسبة للدراسة التحليلية.¹ ومن خلال ماسبق تبين لنا أنه من الأنسب أن نستند على نظرية الحتمية القيمية و التفاعلية الرمزية في دراستي.

10-1-التعريف بالنظرية الحتمية:

تحصل المفكر الجزائري عبد الرحمان عزي على شهادة الليسانس في الصحافة من جامعة الجزائر عام 1977وعلى شهادة الماجستير في الصحافة عام 1980وعلى الدكتوراه في سيولوجيا الإعلام عام 1985 من جامعة نورث تكساس بأمريكا ،وقبل كل ذلك عمل الأستاذ محررا في (تغطية الأخبار المحلية)في جريدة "الشعب"اليومية (الجزائر)لمدة سنتين وتجاوز خبرته في التدريس والبحث والإشراف 24سنة إذ عمل كمدرس لمدة3سنوات في جامعة نورث تكساس . ثم كأستاذ مساعد،فأستاذ مشارك فأستاذ لمدة11سنة بمعهد علوم الإعلام والاتصال،جامعة الجزائر ثم كأستاذ لمدة 3سنوات بقسم الاتصال بالجامعة الإسلامية ماليزيا ثم كأستاذ بقسم الإعلام بجامعة الملك سعود لمدة4سنوات،أستاذ بقسم الاتصال الجماهيري بجامعة الإمارات العربية المتحدة لمدة4سنوات ثم أستاذ بكلية الاتصال جامعة الشارقة منذ2006.

ولاشك أن كل باحث كما أشار عبد الرحمان نفسه متأثر (عن وعي أو بغير وعي)بخلفية وتجربة ومجموعة من المؤثرات الثقافية المتعددة كالمكان والزمان،لذلك فإن فكر الأستاذ عبد الرحمان عزي لم يكن لينفصل عن البيئة التي نشأ وترعرع فيها فقد ذكر أنه فطم في الجزائر في بيئة(بني ورتيلان الأمازيغية الواقعة شرق الجزائر)مفعمة بالتعاليم الدينية وحفظ القرآن.

¹محمد الفاتح حمدي: الإعلان في القنوات الفضائية العربية وانعكاساته في قيم الشباب الجزائري ،أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، كلية علوم الإعلام والاتصال،جامعة الجزائر 2013،3/2014،ص102.

كما إقامته بأمريكا بعض الوقت واحتكاكه المباشر مع إتباع مختلف النظريات، جعله كما اعترف بنفسه، يدخل مجال التنظير في الاتصال تحت تأثير بعض أدوات المنهجية الغربية وقد رأى أن ذلك أمرا عاديا إذا اعتبرنا أن المنهجية تولد أدوات أو طريقة عقلانية أو واقعية في الوصول إلى مجموعة من الحقائق النسبية، فالأدوات تملك مجالا مستقلا، أي محايد نسبيا.¹

10-1-1-نشأة نظرية الحتمية القيمة:

رغم أن جل دراساته منذ أول دراسة كتبها عندما عاد إلى الجزائر عام 1985، تميزت بإستتاده لإنتمائه الحضاري²، إلا أن عبد الرحمان عزي صرح بأنه بدأ فعليا تحديد مسار نظريته بتقديم النظرية الإجتماعية الغربية الحديثة وتكييفها مع الواقع الجديد وعلاقتها بالاتصال في كتابه "الفكر الاجتماعي المعاصر و الظاهرة الإعلامية الاتصالية: بعض الأبعاد الحضارية"³

أما عن تسميتها بنظرية الحتمية القيمة في الإعلام فيعود الفضل في ذلك إلى طالبه وزميله الآن في جامعة الشارقة الأستاذ والدكتور نصير بوعلي، وذلك بعد معارضتها بالحتمية التكنولوجية لمارشال ماكلوهان في دراسة مهمة قام خلالها بمقارنة قيمة بين النظريتين.⁴

كما أن نظرية الحتمية القيمة في الإعلام كبنية تتضمن عناصر البناء التالية:

- علوم الإعلام والاتصال كمادة خام.
- الفكر الاجتماعي المعاصر في القرن 20 كمادة مستوردة.
- التراث العربي الإسلامي على سبيل الإجتهد وليس النقل كمادة محلية.
- القرآن الكريم بمثابة الإسمنت الذي يمسك النظرية بإحكام.
- أسبقية النظرية ككل على الجزء:

فنظرية الحتمية القيمة في الإعلام هي ذلك الكل المركب من دراسات وأبحاث نظرية عزي عبد الرحمان، ويستحيل فهمها ما لم يكن هناك إمام بعدد معتبر من دراساته التي تزيد عن 50 دراسة تتطلق كلها تقريبا من إشكالية واحدة وهي كيفية فهم الظاهرة الاتصالية والإعلامية فهما قيما وحضاريا.

¹زيارة الموقع في يوم 2017/12/04 على الساعة 12:20.

<https://badislounis.blogspot.com/2011/07blog.post28.Htmmore>

²نصير بوعلي: الإعلام والقيم، قراءة في نظرية المفكر الجزائري عزي عبد الرحمان، دار الهدى، ب.ط عين مليلة، الجزائر، 2005، ص7.

³عبد الرحمان عزي: الفكر الاجتماعي المعاصر والظاهرة الإعلامية الاتصالية، بعض الأبعاد الحضارية، دار الأمة، ب.ط، الجزائر، 1995، ص15.

⁴Nassir bouli :lecturs sur la théori,détérminisme de la valeur moral de Z'information ,la bibliothèqueipraa ,constantine, Algérie,2009,p7-18.

- أسبقية العلاقة على الأجزاء أو القيمة المحددة لها:

تتضح هذه النظرية أكثر عند إمعاننا النظر في العلاقة التي تحكم دراسة عبد الرحمان عزي، لأن ذلك سيقود إلى التغلغل في الدواخل وتوليد المعاني العميقة للنظرية (...).
وتعتبر القيمة هي الحلقة أو العلاقة بنيويا إلى تمسك أبحاث الفكر وتجعلها مساقط لا تتحرك إلا ضمن دائرة النظرية.¹

10-1-2- افتراضات و ركائز النظرية:

تنتقل نظرية الحتمية القيمة في الإعلام من افتراض أساسي يعتبر الإعلام رسالة وأهم معيار في تقييم الرسالة هو القيمة التي تتبع أساس من المعقد، ولذلك فإن تأثير وسائل الإعلام يكون إيجابيا إذا كانت محتوياتها وثيقة الصلة بالقيم و كلها كانت الوثائق أشد، كان التأثير إيجابيا، وبالمقابل يكون التأثير سلبيا إذا كانت المحتويات لا تغيرياً قيمة أو تتناقض مع القيمة، وكلما كان الإبتعاد عن القيمة أكبر كان التأثير السلبي أكثر²، ويعتبر مفهوم السالب و الموجب من بين المفاهيم الجديدة التي قدمها عبد الرحمان عزي بالإضافة إلى المخيال الإعلامي (في المقابل الرأي العام)، و الزمن الإعلامي، والرأس مال الإعلامي الرمزي، والوضع والخيال و "التمقل" (من إستخدام العقل) وفعل السمع والبصر، والبنية القيمة وغيرها.³
أما أهم الركائز - المبدئية- التي تقوم عليها النظرية فتمثل حسب عبد الرحمان عزي في⁴:

- أن يكون الإتصال تكامليا، فيتضمن الإتصال السمعي البصري، والمكتوب والشفوي الشخصي، مع التركيز على المكتوب لأنه من أسس قيام الحضارات.
- أن يكون الإتصال قائم على مشاركة واعية من طرف الجمهور المستقبل لا أن يكون أحاديا متسلطا.
- أن يكون الإتصال دائم حاملا للقيم الثقافية والروحية التي تدفع الإنسان والمجتمع إلى الإرتقاء والسمو.

10-1-3- مفاهيم النظرية :

الواقع :

يعرف في اللغة عن ما حدث وثبت، ومنه وقع يقع وقوعا يقول الله تعالى : "إذا وقعت الواقعة " سميت كذلك لتحقيق وقوعها .

¹نصير بو علي: مفاتيح نظرية الحتمية القيمة في الإعلام، مقارنة بنيوية، مجلة كنوز الحكمة، العدد الثاني، مؤسسة كنوز الحكمة، 2009، ص144-149.

²عبد الرحمان عزي: دراسات في نظرية الإتصال نحو فكر إعلامي متميز، مركز دراسات الوحدة العربية، سلسلة كتب المستقبل العربي (28)، بيروت، ط1، 2003، ص122.

³نصير بو علي وآخرون: قراءات في نظرية الحتمية القيمة في الإعلام، مكتبة اقرأ، ب. ط، الجزائر، 2009، ص129.

⁴عبد الرحمان عزي: دراسات في نظرية الإتصال نحو فكر إعلامي متميز، مرجع سبق ذكره، ص143-144.

إصطلاحا : ما لا يمكن التعبير عنه من خلال معانيته ،وهو في جوهره معنوي رغم أنه يمكن أن يظهر بصفة جزئية في المجسد ، فالواقع لا يمكن التعبير عنه كليا كما في الواقع بحكم أن مؤسسة اللغة لا تقدر على إستيعاب الواقع ،لأنها محدودة في إمكاناتها التعبيرية إذ أن عدد الألفاظ في أي لغة محدد ومجرد في الوقت نفسه مقارنة بعالم الواقع ،فالألفاظ واسعة إلى حقيقة الواقع أو تبليغ عنه إلا من خلال معاشته .

الخيال :

يتجلى في مستواه الأعلى في الأبنية الدينية ،ويرمز في مفهوم الكاتب سعي الإنسان بالسمو بفعله وقيمه إلى الحقيقة المرتبطة بالمعتقد .

فالخيال هو إطار علمي معرف وليس بالمعنى السلبي في المجال الإجتماعي .

الأنظمة المخيالية :

وهي الأنظمة التي ينتجها الإنسان إنطلاقا أو إبتعادا عن الخيال ،وتكون أنظمة فرعية والإعلام كمحتوى ورسالة يعتبر إحدى هذه الأنظمة المخيالية.

التمثيل : ما ينتجه الإنسان من أبنية إذا إرتبط بالأبنية الدينية (الخيال) كان موجبا ،إذا إبتعد عنها كان سالبا.

التموضع : وهو الوضع الذي في معظمه غير سوي .

التمعقل : هو الإرتقاء عن طريق البنية الذهنية العقلية وهو عملية الإنتقال من التموضع إلى التمثيل .

الرأسمال القيمي : يتعلق الرأسمال القيمي بقيم المجتمع ومعانيه الثقافية التي تشكل هويته وإنتماءه إلى بيئة حضارية ذات أبعاد إنسانية عالمية ،وينتمي الرأسمال القيمي إلى مجال التدافع ،الذي يتضمن الحراك الإجتماعي التاريخي في العلاقة القيمية والتضاد بين الخير والشر ،إن على مستوى القول (الرمزي) أو الفعل (السلوك الفردي والإجتماعي) .

ونظريا :يكون الرأسمال القيمي المرجع في أداء كل من الرأسمال المادي والرأسمال الرمزي،فالترباط بين العناصر الثلاث المكونة للرأسمال أساس البناء الحضاري.¹

المخيل الإعلامي :

¹عبد الرحمان عزي وآخرون :ثورة الصورة ،المشهد الإعلامي وفضاء الواقع ،مركز دراسات الوحدة العربية ،سلسلة كتب المستقل العربي(57)،ط1،بيروت،لبنان،2008،ص95-108.

حالة تتضمن المشاعر النفسية الإجتماعية والتي يفعل مايتعرض له الجمهور العربي الإسلامي عامة عن محتويات وسائل الإتصال من جهة وبفعل ما يحمله هذا الجمهور من مخزون ثرائي و أسطوري من جهة أخرى.

الرأسمال الرمزي:

يتعلق الرأس مال الرمزي بالإعلام عامة وبالفضائيات على وجه التحديد برمزيته وينتمي الرأسمال الرمزي إلى مجال الإستقطاب أي أنه فضاء واسع برموزه،وتتداخل فيها الكثير من المصالح والإعتبارات،ويصعب تثبيته دون البناء المستمر و المعاودة.¹

المكان الإعلامي:

يعتبر المكان الإعلامي ذلك الحيز الجغرافي البيئي الرمزي الذي تروج له وسائل الإعلام وتكنولوجيا الإتصال،حيث تعمل هذه الأخيرة على تكوين أنماط من الصور المكانية،التي تكون خارج دائرة الواقع المعيشي للفرد فتدخل عليه مكانا رمزيا متباعد ومألوفاً مع كثرة الإعتماد على هذه التكنولوجيات ويقول عبد الرحمان عزي"إن كثرة إستخدام وسائل الإعلام وتكنولوجيات الإتصال خاصة التلفزيون وشبكة الإنترنت يؤدي إلى نوع من الإغتراب عن المكان المعيشي والتعلق بالمكان المؤلف الجديد الذي تعرضه هذه التكنولوجيات كالأفلام والمسلسلات والإعلانات بصفة عامة.²

الزمن الإعلامي:

يعتبر الزمن الإعلامي ظاهرة رمزية فالفرد يتعامل مع محتويات وسائل الإعلام من خلال رمزية النص والصورة والفيديو ويعني ذلك أنها ليست حقائق وإنما تعبير عن تلك الحقائق أي مستوى آخر من هذه الحقائق والمعبر عنها لغويا أو عن طريق الرموز أو الصورة.³

10-2-التفاعلية الرمزية:

تعتمد النظرية التفاعلية الرمزية بأن الحياة الإجتماعية وما يكتنفها من عمليات وظواهر وحوادث ماهي شبكة معقدة من نسيج التفاعلات والعلاقات بين الأفراد والجماعات التي يتكون منها المجتمع،فالحياة الإجتماعية يمكن فهمها واستيعاب مظاهرها الحقيقية عن طريق النظر إلى التفاعلات التي تقع بين

¹سهام قدور :الأبعاد القيمة في الثقافة العربية ،دراسة وصفية تحليلية في مضمون مجلة العربية ،مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال ،كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ،جامعة بسكرة،2014/2015،ص20-21.

²نصير بوعلي :المفاهيم في المنظومة المعرفية الإعلامية عند عزي عبد الرحمان في نظرية الحتمية القيمة في الإعلام ،مكتبة اقرأ،ط1،الجزائر،2009،ص143.

³عبد الرحمان عزي :الإعلام وتفكك البنيات القيمة في المنطقة العربية ،قراءة معرفية في الرواسب الثقافية ،دار المتوسطة للنشر والتوزيع ،ط1،تونس،2009،ص28.

الأفراد وأن لهذه التفاعلات دوافع الموضوعية والذاتية وآثارها على الأفراد والجماعات، ونظرية التفاعلية الرمزية يمكن أن تفهم نموذج الإنسان عبر الدور الذي يحتله والسلوك الذي يقوم به نحو الفرد الآخر الذي كون علاقة معه خلال مدة زمنية محددة، لذا تفترض التفاعلية الرمزية وجود شخصين متفاعلين عبر الأدوار الوظيفية التي يحتلونها، فكل منهما يحاول أن يتعرف على سمات الآخر وخواصه عبر العلاقات التفاعلية التي تنشأ بينهما، وبعد فترة من الزمن على نشوء مثل هذه العلاقة التفاعلية بين شخصين الشاغلين لدورين إجتماعيين متساويين أو مختلفين ويقوم كل فرد بتقويم الآخر، إلا أن التقويم يعتمد على اللغة والاتصال الذي يحدث بينهما.¹

وتدور فكرة التفاعلية الرمزية حول مفهومين أساسيين هما: الرموز والمعاني في ضوء صورة معينة للمجتمع المتفاعل، وتشير التفاعلية الرمزية إلى معنى الرموز على اعتبارها أنها القدرة التي تمتلكها الكائنات الإنسانية للتعبير عن الأفكار باستخدام الرموز في تعاملاتهم مع بعضهم البعض، كما تهتم التفاعلية الرمزية التي يعطيها الناس لسلوكهم وسلوك الآخرين في المجتمع، إذا أن الكائنات البشرية فريدة من حيث أفعالها، لها معاني تتجاوز الفعل المحسوس، وينظر أنصار التفاعلية إلى أفراد المجتمع على اعتبارها أنهم مخلوقات تحاول بناء الحقيقة ومعرفة معاني الأشياء أو الموضوعات أو الأحداث التي يواجهها الناس في حياتهم اليومية.

وبالتالي يعتبر الإنسان قادر على تحسين ذاته وبناء شخصيته بالإضافة إلى قدرته على تشكيل وصياغة وتغيير الواقع الإجتماعي الذي يعيش فيه من خلال عملية التفاعل بين الأشخاص والجماعات داخل المجتمع الإنساني.²

10-2-1- مصطلحات النظرية:

- (1) التفاعل: هو سلسلة متبادلة ومستمرة من الاتصالات بين فرد وفرد أو جماعة وجماعة.
- (2) المرونة: ويقصد بها استطاعة الإنسان التصرف في مجموعة ظروف بطريقة واحدة وفي وقت واحد وبطريقة مختلفة.
- (3) الرموز: وهي مجموعة من الإشارات المصطنعة، يستخدمها الناس فيما بينهم لتسهيل عملية التواصل، وهي سمة خاصة في الإنسان.

¹الحسن إحسان: النظريات الإجتماعية المتقدمة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص 65-86.
²لطفي كمال: النظرية المعاصرة في علم الإجتماع، دار غريب للنشر والتوزيع، القاهرة، 1999، ص 120-122.

4) الوعي الذاتي: وهو مقدر الإنسان على تمثّل الدور، فالتوقعات التي تكون لدى الآخرين عن سلوكنا في ظروف معينة، هي بمثابة الناتج عن خبرات لتفاعل الآخرين.¹

ومن خلال جل ما سبق تبين أنه من الأنسب الإعتماد نظرية عزبي عبد الرحمان والتي تسمى بنظرية الحتمية القيمية في الإعلام وهذا ما يتوافق مع الدراسة خاصتي ذات معتمد كمي، والمقاربة المعتمدة ذات نزعة كمية .

ويمكن إسقاط نظرية التفاعلية على موضوع دراستي كونها تفسر طبيعة التفاعل للفرد ومواقع التواصل الإجتماعي ودوره في الترشق اللفظي عبر موقع اليوتيوب من خلال اندماجه مع المجتمع الافتراضي والتعامل مع طبيعة رسالته المراد توصيلها والجمهور الذي سيتلقاها.

11-الدراسات السابقة:

وهي تتضمن عرض لأهم الدراسات التي يطلع عليها الباحث من خلال رسائل الدكتورا و الماجستير، وكذلك البحوث المنشورة في المجلات والدوريات العلمية والمتخصصة المحكمة، أما بالنسبة لدارستي فقد اطلعت على الدراسة الآتية

11-1 الدراسة الأولى:

سليمة قاسمي، صابرين قريبي: العنف اللفظي في مواقع التواصل الإجتماعي.
- حيث كانت هذه الدراسة تدرج ضمن الدراسات الإستكشافية وقد كانت تهدف إلى التعرف على مؤشرات العنف اللفظي في تويتر، من خلال تحليل حساب الفنانة أحلام ووصف ظاهرة العنف اللفظي على تويتر لدى طلبة إعلام واتصال. وتمثلت اشكالية الطالبة فيما يلي :

ماهي مؤشرات العنف اللفظي في موقع التواصل الإجتماعي "تويتر"؟

الأسئلة الفرعية:

-ماهو حجم وشكل العنف في موقع التويتير؟

-ماهو تفسير طلبة الإعلام و الإتصال لظاهرة العنف اللفظي في موقع التويتير؟

-ماهي التدابير اللازمة التي من شأنها أن تحد من انتشار ظاهرة العنف اللفظي في موقع التويتير؟

¹علي سعد:الاتجاهات الحديثة في علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية،الإسكندرية،2005،ص83.

-ماهي عوامل انتشار العنف اللفظي في موقع تويتر؟

لقد استخدمت الباحثين المنهج الوصفي التحليلي وقد حاولتا من خلاله وصف الظاهرة المدروسة وهي العنف اللفظي في موقع التواصل الإجتماعي تويتر وتحليل البيانات والآراء التي تطرح حول الموضوع.

أما بالنسبة للأدوات فقد اعتمدت الباحثين على أداتان ألا وهما إستمارة تحليل المحتوى و الإستبيان والملاحظة.

*بالنسبة للإستبيان فقد اعتمدت الباحثتان على وضع أسئلة مفتوحة ومغلقة،حيث قسم الإستبيان إلى أربع محاور وكل محور يحمل إجابة عن أحد التساؤلات وذلك حسب الدراسة.

*بالنسبة لأدوات تحليل المضمون فقد استعملتاها في فك شفرات حساب الفنانة أحلام على تويتر لمعرفة مؤشرات العنف اللفظي فيه.

بعد الدراسة والتحليل توصلتا الباحثتان إلى النتائج التالية:

- (1) مؤشرات العنف اللفظي كانت كبيرة من حيث الشكل والحجم والمضمون من خلال حساب التكرارات والنسب المئوية.
- (2) السبب الرئيسي وراء انتشار العنف اللفظي في موقع تويتر هو دخول ثقافات أخرى.
- (3) فسر طلبة الإعلام و الاتصال ظاهرة العنف اللفظي في تويتر أنها ظهرت بمزامنة مع ظهور مواقع التواصل الإجتماعي أي بأنه وليدها.
- (4) من أبرز الحلول المقترحة للحد من ظاهرة العنف اللفظي في تويتر هي فرض رقابة الكترونية على الموقع.¹

¹سليمة قسيمة، صابرين قريبي: العنف اللفظي في مواقع التواصل الإجتماعي (تويترونموذج)،دراسة وصفية تحليلية لطلبة الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة 2015-2016.

الاطار التطبيقي

1. القضايا "عينة الدراسة"
2. التحليل الكمي والكيفي للفئات
3. نتائج التحليل

1- القضايا " عينة الدراسة ":

تقديم:

ارتأيت تقديم العينة التي اخترتها ضمن الدراسة الميدانية على شكل اربعة قضايا ،تم من خلالها استخدام موقع اليوتيوب للتراشق اللفظي ،وهذه القضايا كالتالي:

1-1 القضية الاولى:

كانت لشمس الدين العمراني وقناة النهار : حيث تمثل هذا الصراع في كشف الحقائق التي كانت نقطة الانفجار للمواطن، حيث قدم فيديو "مانسوطيش" الجزائري العميقة في تشريح للعديد من القضايا: الحرق، مستوى التعليم في الجزائر، مشكل السكن، الألعاب الأولمبية، البطالة، منحة



المتقاعدين.. وصولا لإضراب الصيادلة والفنانين الذين لا يعملون إلا في الشهر الفضيل، مشبها إياهم بالزلابية والقلب اللوز !!. صور ومشاهد تعجز أفلام وأغاني وعشرات الوثائق على تلخيصها وبدالك الاسقاط وبامكانية جد بسيطة



قناة:

| | |
|---------------|-----------|
| معلومات عامة | |
| النوع | إخبارية |
| تاريخ التأسيس | 6مارس2012 |
| البلد | الجزائر |

الاطار التطبيقي

| | |
|---------------|---|
| المقر الرسمي | سعيد حمدين ، بئر مراد رايس، الجزائر |
| الموقع الرسمي | الموقع الرسمي لقناة النهار |
| صفحة فيسبوك | ennaharjournal |
| صفحة تويتر | ennaharonline |
| عبر الساتل | نايل سات 12360 : عمودي 27500 عرب سات 12303 : أفقي 27500 ياه سات 12130 : أفقي 27500 |

2-1 قضية شمس الدين العمراني واويحي :

وكانت هذه القضية عبارة عن ردة فعل

من شمس الدين العمراني حيث قصف فيها

النهار ووزير الاتصال بذكره عن بعض

المسؤوليات التي تخلى عنها المسؤولون



والهيئات الحكومية، وكانت نتيجة هذا الاستهتار إدرار مادية وبشرية

احمد اويحي:

- أحد السياسيين البارزين بالجزائر، تولى الأمانة العامة لحزب التجمع الوطني الديمقراطي، وكانت له علاقات مميزة مع المؤسسة العسكرية. ترأس الحكومة الجزائرية أربع مرات، آخرها في أوت 2017، خلفا لعبد المجيد تبون.

1-3 قضية رابح ماجر وعبد الحفيظ دراجي:

والتي سلكت المسار الرياضي وتمثلت قضية الترشق هذه ،باحتماد الصراع بين رابح وحفيظ دراجي لما أثيرة من ضجة بينهما في استهزاء وسب وشتم من خلال المعلق وأيضا الجمهور المتلقي له يد في ذلك.



رابح ماجر

أحد لاعبي كرة القدم الأكثر شهرة في الجزائر والعالم العربي، تألق أوروبيا مع نادي بورتو البرتغالي، ولعب مع منتخب بلاده نهائيات كأس العالم مرتين. كان أحد صناع ملحمة خيخون حينما تغلب المنتخب الجزائري على نظيره

الألماني في مونديال 1982. أشرف لمدة قصيرة على تدريب المنتخب الجزائري الأول.

حفيظ دراجي:



حفيظ دراجي (10 أكتوبر 1964) هو إعلامي، ومُعلق رياضي جزائري تحصل على شهادة بكالوريا أداب عام 1984، درس بعدها في معهد الإعلام والاتصال وتخرج منها عام 1988 بشهادة ليسانس في الإعلام ، يعمل في قناة بي إن سبورت العربية في قطر .

بدأ عمله الصحفي في التلفزيون الجزائري عام 1989 بعد أن كان لاعباً في نادي مولودية الجزائر، أمضى

حوالي 20 عاماً من العمل الصحفي، معلقاً ثم مقدم برامج رياضية وسياسية واجتماعية أيضاً،

1-4 قضية احلام ونوال الكويتية:

ومن بين استراتيجيات تسويق الفنانين في الفضاء الالكتروني وهو الانتشار ضمن موقع التواصل الاجتماعي اليوتيوب وبالتالي كلما زاد التفاعل كلما زاد الصراع بين الفنانين ، وتمثل هذا الصراع في خلاف بين احلام ونوال الكويتية نتيجة الشهرة والمكانة واكتساب الجمهور .

الفنانة أحلام :



أحلام هي مغنية إماراتية ملقبة بـ"فنانة العرب"، أما اسمها الكامل فهو "أحلام علي بن هزيم الشامسي". ولدت في أبو ظبي من أب إماراتي وأم بحرينية، ونشأت في البحرين لتعود مجدداً إلى الإمارات للتخصص في الشريعة الإسلامية في جامعة دبي، ولكنها لم تنهي دراستها بسبب طموحها لدخول عالم الفن.

بدأت أحلام الغناء في حفلات الأفراح، ليتم اكتشافها من قبل الملحن الكويتي أنور عبد الله، الذي كان الوسيط في توقيعها عقد مع شركة "فنون الإمارات". كذلك، ساعدها عبدالله من خلال تلحين ألبومها الأول "أحلام 95".

على الصعيد الشخصي، تزوجت من نجم سيارات الرالي القطري "مبارك الهاجري" لتنجب منه 3 أولاد. أما حالياً، فتتقل في العيش بين قطر ودبي.

في رصيد أحلام أكثر من 10 ألبومات غنائية معظمها مع شركة "فنون الإمارات". كذلك، إرتبط اسمها بشكل وثيق بالمهرجانات الغنائية الخليجية والعربية، لتكون ضيفة دائمة في مختلف العواصم والمدن العربية. كذلك، حصدت عدداً لا يستهان به من الجوائز والتقديرية حول العالم العربي، كما كان لها عدة ظهورات تلفزيونية بارزة، آخرها المشاركة في لجنة التحكيم في برنامج عرب آيدول. ArabIdol.

نوال الكويتية



ولدت نوال الكويتية في الثامن عشر من نوفمبر من العام 1966، ظهر شغف الفن عليها منذ سنوات الطفولة، من خلال التأثير الواضح بالأصوات الجميلة التي كانت تصغي إليها. وشغف الطفولة ترجم دراسة أكاديمية في السنوات اللاحقة، حين دخلت المعهد العالي للفنون الموسيقية في الكويت لدراسة "الصولفيج"، كما تعلمت

الاطار التطبيقي

العزف على آلة الناي والبيانو. تعرّفت الملحنين الكويتيين أبرزهم الملحن الراحل راشد الخضر الذي ساعدها في بداية مشوارها الفني من خلال إعطائها ألحان عدّة .

إعتلت خشبة المسرح عندما كانت في السابعة عشرة من العمر، ورغم القلق والخوف، إلا أنّها قدمت مجموعة من الأغنيات بكل ثقة وبشكل طبيعي حائزة إعجاب الجمهور بشكل لافت، صدر ألبومها الأول في العام 1984، وقد صدر لها حتى الآن ستة عشر ألبوماً. التي تطلق عليها أسماء السنوات، وليس الأغنيات. ومن المحطات المهمّة في مسيرتها الفنيّة، مشاركتها في مهرجان الجنادرية بمناسبة مرور 66 عاماً على تأسيس المملكة العربية السعودية في العام 1998، لتكون أول امرأة تغني في أوبريت وطني سعودي في السعودية. كما حصلت نوال على العديد من الجوائز في الكويت وخارجها .

2- التحليل الكمي والكيفي:

القضية الأولى:

فئة الشكل " كيف قيل " :

جدول رقم (1) يوضح اللغة المستعملة

| احمد اويحي | | شمس الدين العمراني | | اللغة المستعملة |
|------------|---------|--------------------|---------|-----------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 40% | 2 | 17.64% | 2 | عربية فصحي |
| 0% | 0 | 11.68% | 2 | أجنبية |
| 60% | 3 | 70.58% | 12 | لهجة عامية |
| 0% | 0 | 0% | 0 | مختلطة |
| 100% | 5 | 100% | 17 | المجموع |

- من خلال الجدول رقم(1) والذي يمثل اللغة المستخدمة من الطرفين المتراشقين، حيث أن نسبة استخدام اللغة العربية الفصحى عند السيد اويحي كانت تقدر 40% مقارنة باستخدام شمس الدين العمراني اللغة العربية الفصحى كانت بنسبة 17.64% كما ان المواطن شمس الدين العمراني استخدم اللغة الأجنبية بنسبة 11.86% مقارنة بالسيد اويحي انه لم يتطرق لها أبدا. إما بالنسبة للهجة العامية فكانت بنسبة 70.58% حيث أنها تعتبر اكبر نسبة مقارنة بالسيد اويحي بنسبة 60%. ومن خلال الجدول بالنسبة للطرفين أن اللهجة العامية هي الغالبة ليستطيع كل منهما إيصال الفكرة للجمهور .

جدول رقم (2) يوضح المؤثرات الصوتية

الاطار التطبيقي

| احمد اويحي | | شمس الدين العمراني | | المؤثرات الصوتية |
|------------|---------|--------------------|---------|------------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 0% | 0 | 100% | 1 | موجودة |
| 100% | 1 | 0% | 0 | غير موجودة |
| 100% | 1 | 100% | 1 | المجموع |

_ من خلال الجدول رقم (2) والذي يمثل فئة المؤثرات الصوتية حيث أنها كانت موجودة بنسبة 100% في فيديو شمس الدين، ومقارنة بفيديو السيد احمد اويحي كانت منعدمة بنسبة 100% ، أي غير موجودة .ونلاح من خلال فيديو شمس الدين انه عمل على تدعيم أفكاره ولفت الانتباه للحصول على اكبر نسبة من المشاهدة

جدول رقم (3) يوضح خلفية الفيديو

| أحمد أويحي | | شمس الدين | | الخلفية |
|------------|---------|-----------|---------|---------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 100% | 1 | 0% | 0 | ثابتة |
| 0% | 0 | 100% | 1 | متحركة |
| 100% | 1 | 100% | 1 | المجموع |

_ من خلال الجدول رقم (3) والذي يوضح لنا خلفية الفيديو حيث كانت متحركة بنسبة 100% في فيديو شمس الدين مقارنة بالنسبة لفيديو السيد اويحي حيث أنها كانت ثابتة بنسبة 100% .
ومن هنا يمكن أن نقول استخدام خلفية الفيديو راجع لطبيعة الموضوع والمكان محل التصوير .

جدول رقم (4) يوضح اللقطات المستخدمة

| أحمد أويحي | | شمس الدين | | اللقطات المستخدمة |
|------------|---------|-----------|---------|-------------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 0% | 0 | 19% | 5 | اللقطة العامة |
| 0% | 0 | 16% | 4 | النصف عامة |
| 0% | 0 | 16% | 4 | الكبيرة جدا |
| 75% | 3 | 24% | 6 | الصدرية |
| 25% | 1 | 7% | 2 | الخصرية |
| 0% | 0 | 7% | 2 | الأمريكية |
| 0% | 0 | 11% | 3 | المتوسطة |
| 100% | 4 | 100% | 26 | المجموع |

من خلال الجدول رقم (4) والذي يمثل اللقطات المستخدمة في كل من الفيديو الاول والثاني، بالنسبة للقطعة العامة والتي كانت تمثل نسبة 19% مقارنة بفيديو السيد اويحي كانت منعدمة ، أما اللقطة النصف عامة واللقطات الكبيرة جدا كانت تقدر كل منهما بنسبة 16% مقارنة بفيديو اويحي كانت اللقطة النصف عامة والكبيرة جدا منعدمة .

أما بالنسبة للقطعة الصدرية فكانت تمثل 24% مقارنة بفيديو اويحي والتي كانت نسبتها 75% .

الاطار التطبيقي

أما اللقطة الخصرية واللقطة الأمريكية في محتوى فيديو شمس الدين كانت تقدر بنسبة 7%، مقارنةً بفيديو السيد اويحي فقد مثلت اللقطة الخصرية بنسبة 25% أما اللقطة الأمريكية فكانت منعدمة تماماً وأخيراً اللقطة المتوسطة والتي كانت تقدر بنسبة 11% للمواطن شمس الدين، مقارنةً بفيديو السيد اويحي فقد كانت النسبة فيها منعدمة .

ومن خلال لما سبق نرى ان اللقطة الأكثر استخداماً وبروزاً للشخصية المتراشقة في كل من الفيديو الأول والثاني هي اللقطة الصدرية .

جدول رقم (5) يوضح زوايا التصوير

| أحمد أويحي | | شمس الدين | | زوايا التصوير |
|------------|---------|-----------|---------|-----------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 0% | 0 | 7% | 1 | الزاوية الغطسية |
| 1% | 1 | 80% | 12 | مستوى النظر |
| 0% | 0 | 14% | 2 | ضد الغطسية |
| 100% | 1 | 100% | 15 | المجموع |

_ من خلال الجدول رقم (5) والذي يمثل لنا زوايا التصوير التي استخدمت في الفيديو، حيث كان استخدام الزاوية الغطسية بنسبة 7% والتي كانت تمثل الجو العام من خلال تصوير فيديو شمس مقارنةً بالفيديو الثاني لأويحي فكانت منعدمة، أما بالنسبة لزاوية مستوى النظر فقد مثلت 80% في فيديو شمس الدين والتي كانت تتخلل الموضوع محتوى القضية، ومقارنةً بفيديو اويحي بنسبة 100% والتي كانت من بداية تصوير الفيديو إلى نهايته، أما بالنسبة للزاوية ضد الغطسية فقد استعملت في فيديو شمس بنسبة 14% والتي كان يريد بها تبيان ملامحه وهو يعاتب فيها الطرف الآخر، مقارنةً بفيديو اويحي التي كانت منعدمة .

ومن هنا يمكن ان نقول أن الزاوية الغالب استخدامها هي زاوية مستوى النظر حيث أراد كل من الطرفين إبراز ملامحه الشخصية وما يدور بالموضوع أو القضية ومحتواها.

****فئة المضمون "مدا قيل":**

جدول رقم (6) يوضح نسبة المشاهدة

| أحمد اويحي | | شمس الدين | | نسبة المشاهدة |
|------------|---------|-----------|---------|---------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 0% | 0 | 100% | 1 | عالية |
| 0% | 0 | 0% | 0 | متوسطة |
| 100% | 1 | 0% | 0 | ضئيلة |
| 100% | 1 | 100% | 1 | المجموع |

_ من خلال جدول الرقم (6) والذي يمثل نسبة المشاهدة، حيث أخذ فيديو شمس الدين مشاهدة عالية بنسبة 100% وهذا لكون الموضوع يمس الرأي العام، أما بالنسبة للمشاهدة في فيديو أحمد أويحي

الاطار التطبيقي

مقارنة بفيديو شمس الدين فكانت ضئيلة بنسبة %100 لان السيد اويحي اتهم شمس الدين بعدم المسؤولية ونعته بالمواطن الفاشل ،رغم كل المشاكل الاجتماعية التي كشف عنها الستار الا ان السيد أويحي لم يكن واضحا بل كان يخفي عن الموضوع جدول رقم (7) يوضح طبيعة الفيديو

| طبيعة الفيديو | شمس الدين | | أحمد أويحي | |
|---------------|-----------|--------|------------|--------|
| | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة |
| سياسي | 1 | %33.33 | 1 | %50 |
| اجتماعي | 1 | %33.33 | 1 | %50 |
| رياضي | 0 | %0 | 0 | %0 |
| فني | 0 | %0 | 0 | %0 |
| مختلط | 1 | %33.33 | 0 | %0 |
| المجموع | 3 | %100 | 2 | %100 |

_ من خلال جدول رقم (7) والذي يوضح طبيعة الفيديو، حيث كانت نسبة الموضوع السياسي والاجتماعي تقدر ب %33.33 عند شمس الدين مقارنة بفيديو أويحي فكانت كل من الفئتين تقدر بنسبتها %50 ، أما المجال الرياضي والفني فكان منعما تماما ،اما فئة المختلط فكانت نسبتها تقدر ب %33.33 هذا لان شمس الدين اعتمد في محتواه على معالجة قضايا أخرى مهمة تخص المجتمع ككل سواء كانت ظاهرة أو مخفية ، ومقارنة لفيديو أويحي فكانت منعمة .
ومنه نستنتج ان شخصية شمس الدين قد انعكست على ما قدمه من حقائق في محتوى الموضوع، حيث استطاع لمس الجانب الاجتماعي والسياسي وبطريقة سلسة يسهل على المتلقي التقاطها

جدول رقم (8) يوضح ميكانيزمات الاتصال بين الطرفين

| ميكانيزمات الاتصال | شمس الدين | | أحمد أويحي | |
|--------------------|-----------|--------|------------|--------|
| | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة |
| بودكاست | 1 | %100 | 0 | %0 |
| تسجيل صوتي | 0 | %0 | 0 | %0 |
| فيديو | 0 | %0 | 1 | %100 |
| كتابة عادية | 0 | %0 | 0 | %0 |
| مشاركات المتفاعلين | 0 | %0 | 0 | %0 |
| المجموع | 1 | %100 | 1 | %100 |

_ من خلال جدول رقم (8) والذي يوضح ميكانيزمات الاتصال بين الطرفين ، بالنسبة لفيديو شمس الدين : كان عبارة عن بودكاست %100 حيث يعتبره الطريقة الانسب التي استخدمها في التواصل للوصول للمبتغاه، مقارنة بفيديو اويحي للبودكاست بنسبة منعمة ، أما بالنسبة لاويحي فكانت الطريقة التي أراد أن يوصل بها فكرته عبارة عن فيديو بنسبة %100 ،مقارنة مع شمس الدين فكانت النسبة فيه منعمة %0 .

الاطار التطبيقي

أما الآليات الأخرى التسجيل الصوتي والكتابة العادية ومشاركة المتفاعلين لكلا الطرفين كانت النسبة فيهم منعدمة 0%.

ومنه يمكن القول ان اختيار الطريقة او الآليات سبب كافي لتدعيم الموضوع او الفكرة والرسالة المراد ايصالها سواء كانت للجمهور او الطرف الاخر محل الظاهرة

جدول رقم (9) يوضح حقيقة اللجوء إلى الترشق

| أحمد اويحي | | شمس الدين | | حقيقة اللجوء إلى الترشق |
|------------|---------|-----------|---------|---------------------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 100% | 1 | 00% | 0 | إثارة أعصاب الخصوم |
| 0% | 0 | 00% | 0 | التباهي والإعجاب بالشخصية |
| 0% | 0 | 25% | 4 | إبراز شخصية المترشق |
| 0% | 0 | 75% | 12 | أسباب موضوعية وحقيقية |
| 100% | 1 | 100% | 16 | المجموع |

_ من خلال جدول رقم (9) والذي كان يوضح حقيقة اللجوء إلى الترشق اللفظي، كان اغلب الفيديو لشمس الدين يتحدث عن الأسباب الموضوعية والحقيقية وكانت النسبة تقدر ب 75%، حيث ذكر شمس الدين الأسباب الحقيقية التي كانت ما وراء الستار، أما بالنسبة لإبراز شخصية المترشق بنسبة 25% باستعماله للنا وتوظيف عبارات تدل على الرد القوي من طرف شمس الدين. أما العبارتان إثارة أعصاب الخصوم، والتباهي والإعجاب بشخصية المترشق فكانت النسبة منعدمة 0%.

ومقارنة لفيديو اويحي كانت الجملة الغالبة في الموضوع، إثارة أعصاب الخصوم والتي مثلت النسبة 100% والسبب من ذلك أن اويحي أراد أن يتغلب عليه وان يسكته بأقواله لامبالاة وان يغطي الأمور الحقيقية التي كانت سبب للترشق، أما الجمل الأخرى: التباهي والإعجاب بشخصية المترشق وإبراز شخصية المترشق و أسباب موضوعية وحقيقية فكانت كلها منعدمة 0%.
ومن خلال جل ما سبق نستنتج ان الصراع بين الاطراف المترشقة ينتج عن بعض الصراعات المختلفة والتي تكون في الحقيقة او من محظ الخيال وهذا حسب طبيعة الموضوع

جدول رقم (10) يوضح الأطراف الفاعلة

| أحمد اويحي | | شمس الدين | | الأطراف الفاعلة |
|------------|---------|-----------|---------|-----------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |

الاطار التطبيقي

| | | | | |
|------------------|----|------|---|------|
| شخصيات فنية | 00 | %00 | 0 | %00 |
| شخصيات رياضية | 0 | %00 | 0 | %00 |
| شخصيات سياسية | 0 | %00 | 1 | %100 |
| شخصيات عادية | 1 | %100 | 0 | %00 |
| المجموع | 1 | %100 | 1 | %100 |

_ جدول رقم (10) يوضح فئة الأطراف الفاعلة في الترشق.

بالنسبة لفيديو شمس الدين كانت الأطراف الفاعلة في الفيديو هي شخصيات عادية والتي قدرت بنسبة 100% كونه مواطن عادي ومقارنة لفيديو اويحي فكانت منعدمة بنسبة 00%

أما بالنسبة للشخصيات السياسية في فيديو شمس الدين كانت منعدمة بنسبة 00% مقارنة لفيديو اويحي حيث تمثلت بنسبة 100% كون السيد اويحي يعتبر هيئة حكومية ووزير أول ،أما بالنسبة للشخصيات الفنية والشخصيات الرياضية كانت منعدمة بنسبة 00% كونها لا تخدم الموضوع.

جدول رقم (11) يوضح الجمهور المستهدف

| الجمهور المستهدف | شمس الدين | | أحمد أويحي | |
|---------------------|-----------|--------|------------|--------|
| | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة |
| جمهور عام | 1 | %100 | 1 | %100 |
| جمهور خاص | 0 | %00 | 0 | %00 |
| المجموع | 1 | %100 | 1 | %100 |

_ من خلال جدول رقم (11) والذي يوضح فئة الجمهور المستهدف بالنسبة لكلا الفيديوهين كانا يضمن الجمهور العام والتي كانت نسبته 100% ،كون القضية تمس الرأي العام .أما بالنسبة للجمهور الخاص لكلا الفيديوهين فكانت النسبة منعدمة و قدرت ب 00%

ومنه نستنتج ان الجمهور المستهدف يختلف بموجب اختلاف الموضوع محل الدراسة

جدول رقم (12) يوضح طبيعة العبارات الترشقية

الاطار التطبيقي

| احمد اويحي | | شمس الدين | | طبيعة العبارات التراشقية |
|------------|---------|-----------|---------|-----------------------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 0% | 0 | 50% | 1 | تتضمن حقائق واقعية |
| 100% | 1 | 0% | 0 | صراعات وأمور وهمية |
| 0% | 0 | 50% | 1 | أمور أخرى |
| 100% | 1 | 100% | 2 | المجموع |

من خلال الجدول رقم (12) والذي يوضح لنا طبيعة العبارات الترشقية ،حيث كان فيديو شمس الدين يتضمن حقائق واقعية بنسبة 50% ،وهذا لسبب لمسه للحقيقة من خلال ما ورد في الفيديو ،أما العبارة الثانية والتي كانت تحمل صراعات وأمور وهمية فكانت نسبتها منعدمة 00% ،أما بالنسبة للأمور الأخرى فكانت نسبتها تقدر ب50% حيث انه تطرق للعديد من المشاكل الاجتماعية الأخرى.

ومقارنة لفيديو اويحي فقد كانت نسبة الصراعات والأمور الوهمية قدرت ب100% حيث أشار إلى قول شمس الدين وربطه بالأوهام ،أما بالنسبة للعبارتين الحقائق الواقعية والأمور الأخرى فقد كانت منعدمة بنسبة 00% .

ومنه تعود طبيعة العبارات التي يستخدمها المترشق حسب شخصيته وحسب الموضوع المعالج من طرف الأطراف المترشقة والمتفاعلة محل الظاهرة

جدول رقم (13) يوضح فئة السمات

| أحمد أويحي | | شمس الدين | | فئة السمات |
|------------|---------|-----------|---------|------------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 50% | 1 | 20% | 4 | الاستهزاء |
| 50% | 1 | 10% | 2 | السخرية |
| 0% | 0 | 10% | 2 | التعظيم من الشأن |
| 0% | 0 | 30% | 6 | الابتزاز |
| 0% | 0 | 0% | 0 | المدح والمجاملة |
| 0% | 0 | 30% | 6 | السب والشتم |
| 100% | 2 | 100% | 20 | المجموع |

من خلال الجدول رقم (13) والذي يوضح فئة السمات بالنسبة لفيديو شمس الدين أن الفئة الأكثر تكرارا هي سمة الابتزاز والسب والشتم حيث قدرت نسبة كل منهما 30% فقد ابتز فيها القناة ووزير الاتصال كما سب وشتم القناة واتهمها بأنها تستحضر اسمه بالعاطل ،أما فئة الاستهزاء فقد قدرت نسبتها ب 20% حيث استهزأ بالبرامج التي كانت تقدمها ،أما بالنسبة للسخرية والتعظيم من الشأن كانت تمثل

الاطار التطبيقي

بنسبة 10% ،فسمة السخرية كانت في انطلاقة الفيديو أما التعظيم من الشأن فتمثل في شخصية شمس الدين بنفسه أما بالنسبة لسمة المدح والمجاملة فكانت منعدمة بنسبة 00% .ومقارنة بفيديو السيد أويحي فاستعمل سمتي الاستهزاء والسخرية حيث كانت نسبة كل منهما تقدر ب50% باستعمالها ضد المواطن شمس الدين . أما بالنسبة للسمات الأخرى التعظيم من الشأن الابتزاز والمدح والمجاملة والسب والشتم كانت منعدمة بنسبة 00% .

ومنه نستنتج ان استخدام السمات يختلف حسب طبيعة الموضوع فمثلا شمس الدين استخدم الابتزاز والسخرية لغاية اظهار الوجه الحقيقي للهيئات الحكومية أما بالنسبة لأحمد أويحي فقد عمل على نفس السمات لأعطاء صورة مشينة عن طرف الخصوم

جدول رقم (14) يوضح فئة الهدف

| فئة الهدف | شمس الدين | | أحمد أويحي | |
|----------------------|-----------|--------|------------|--------|
| | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة |
| الاندفاع والتهجم | 2 | 20% | 0 | 0% |
| الدفاع عن النفس | 1 | 10% | 1 | 50% |
| ردع الخصوم | 1 | 10% | 0 | 0% |
| السخرية | 4 | 40% | 1 | 50% |
| الدفاع عن طرف الخصوم | 2 | 20% | 0 | 0% |
| المجموع | 10 | 100% | 2 | 100% |

من خلال جدول رقم (14) والذي كان يوضح فئة الهدف

حيث كان الهدف الأكثر نسبة في فيديو شمس الدين هو السخرية والذي قدر بنسبة 40% ،أما الهدفين الاندفاع والتهجم و الدفاع عن طرف الخصوم فقدرا بنسبة 20% فقد تهجم المواطن على القناة بإندفاع شرس كما وضح في بداية الفيديو أما بالنسبة للدفاع عن النفس وردع الخصوم كانت بنسبة 10% حيث دافع عن نفسه من الاتهامات الموجهة إليه وحاول إسقاط كل من القناة والوزير بالانتقاد الذي وجهه إليهم، ومقارنة بفيديو السيد اويحي فكانت الفئة الأكثر نسبة السخرية والدفاع عن النفس وقدرت بنسبة 50% حيث استهزأ وسخر من المواطن لوصفه بألفاظ جد مشينة أما الفئة الثانية فكان السيد اويحي يدافع عن نفسه ويغطي عن المشاكل التي فضحها المواطن شمس الدين .

الاطار التطبيقي

أما الفئات الأخرى الاندفاع والتهمج وردع الخصوم والدفاع عن طرف الخصوم فكانت منعدمة بنسبة %00 .

جدول رقم (15) يوضح شكل التفاعل

| أحمد أويحي | | شمس الدين | | شكل التفاعل |
|------------|---------|-----------|---------|-------------------------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| %98.12 | 786 | %99.97 | 664099 | رسالة |
| %0.37 | 3 | %0.002 | 15 | فيديو |
| %1.24 | 10 | %0.01 | 75 | ملصقات تعبيرية متحركة "اموجن" |
| %0.24 | 2 | %0.001 | 10 | ملصقات تعبيرية ثابتة |
| %100 | 801 | %100 | 664199 | المجموع |

من خلال الجدول رقم (15) يوضح شكل التفاعل حيث نسبة التفاعل للرسالة في فيديو شمس الدين يقدر بنسبة %99.97 مقارنة بأويحي فقدرت النسبة بـ 98.12% أما بالنسبة للفيديو فقدر عند شمس الدين بـ 0.02% أما بالنسبة لأويحي فقدر بـ 0.37% الملصقات التعبيرية المتحركة "اموجن" عند شمس الدين قدرت بـ 0.01% أما بالنسبة لأويحي فقدرت بنسبة 1.24% الملصقات التعبيرية الثابتة عند شمس الدين بنسبة 0.001% أما بالنسبة لأويحي فقدرت بنسبة 0.24% ومقارنة لشكل التفاعل بالنسبة لشمس الدين نال أكبر نسبة من فيديو أويحي

ومنه يمكن القول إن شكل التفاعل يختلف حسب الطريقة التي يختارها للتفاعل أو بإدلاء رأيه وهذا لا يكون إلا بإحدى الطرق المقترحة من خلال استمارة تحليل المحتوى

جدول رقم (16) يوضح محتوى التفاعل

| أحمد أويحي | | شمس الدين | | محتوى التفاعل |
|------------|---------|-----------|---------|---------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| %0.58 | 3 | %99.87 | 582404 | إيجاب |
| %99.41 | 510 | %0.12 | 746 | سلب |
| %100 | 801 | %100 | 664199 | المجموع |

من خلال الجدول رقم (16) والذي يوضح محتوى التفاعل حيث كانت النسبة الكبيرة هي الإيجاب عند شمس الدين قدرت بنسبة %99.87 ومقارنة بأويحي فقدرت بـ 0.58% أما الجانب السلبي فقدر بنسبة 99.41% مقارنة بفيديو شمس الدين فقدر بـ 0.58% .ولهذا يمكن إن نقول نسبة الإعجاب عند شمس الدين دليل على قدرته للوصول إلى اعلي نسبة من المتفاعلين

الاطار التطبيقي

ومنه يمكن ان نقول بأن محتوى التفاعل أيضا يعود إلى الطريقة التي يتخذها احد الطرفين لكسب اكبر نسبة من التفاعل

جدول رقم (17) يوضح اللغة المستعملة في التفاعل

| أويحي | | شمس الدين | | اللغة المستعملة في التفاعل |
|--------|---------|-----------|---------|----------------------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| %0 | 0 | %0 | 0 | عربية |
| %0.62 | 5 | %0.058 | 390 | فرنسية |
| %98.12 | 786 | %99.39 | 660099 | لهجة عامية |
| %1.24 | 10 | %0.54 | 3610 | عربية مفرنسة |
| %0 | 0 | %0 | 0 | مختلطة |
| %100 | 801 | %100 | 664019 | المجموع |

من خلال الجدول رقم (17) والذي كان يوضح اللغة المستعملة في التفاعل، بالنسبة لهجة العامية لفديو شمس الدين قدرت ب%99.39 أما اويحي قدر ب%98.12 بالنسبة للعربية المفرنسة لفديو شمس الدين قدرت ب%0.54 أما اويحي قدر ب%1.24 بالنسبة للفرنسية في فيديو شمس الدين قدرت ب%0.058 أما اويحي قدر ب%0.62 وتبقى العربية والمختلطة منعدمة بنسبة %0 ومن هنا يمكن القول أن اللغة الأكثر استخداما هي اللهجة العامية. حيث تعتبر اللغة الأسهل لإيصال الفكرة والرسالة المراد إرسالها من طرف جمهور المتفاعلين

حجم التفاعلات:

جدول رقم(18) يوضح حجم الإعجابات

| أحمد أويحي | | شمس الدين | | حجم الإعجابات |
|------------|---------|-----------|---------|---------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| %100 | 1 | %0 | 0 | 100=10 |
| %0 | 0 | %0 | 0 | 1000=100 |
| %0 | 0 | %100 | 1 | 10000=1000 |
| %100 | 1 | %100 | 1 | المجموع |

من خلال جدول رقم (18) يوضح حجم الإعجابات حيث كان عدد الإعجابات في فيديو شمس الدين محصور في الفئة من 1000 = 10000 فقدرت بنسبة %100 فكان عدد المعجبين يقدر ب 5247 معجب، أما بالنسبة لفديو اويحي فكان عدد الإعجابات محصور في الفئة من 100=10 فقدرت نسبتها

الاطار التطبيقي

100% حيث كان عدد المعجبين يقدر ب13. ومنه نستنتج أن الفيديو الذي نال الإعجاب بنسبة كبيرة وحسب الفئة كان فيديو شمس الدين

جدول رقم (19) يوضح حجم المشاركات

| أحمد أويحي | | شمس الدين | | حجم المشاركات |
|------------|---------|-----------|---------|------------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 100% | 1 | 0% | 0 | 1000000=500 |
| 0% | 0 | 100% | 1 | 20000000=1000000 |
| 0% | 0 | 0% | 0 | 20000000 فأكثر |
| 100% | 1 | 100% | 1 | المجموع |

من خلال الجدول رقم (19) والذي يوضح حجم المشاركات حيث حصر فيديو شمس الدين في الفئة ما بين 20000000=1000000 وقدرت نسبته 100%، فكانت عدد المشاركات لفيديو شمس الدين أما فيديو السيد اويحي فحصر في الفئة ما بين 1000000=500 وقدرت نسبته ب100%، حيث كانت عدد المشاركات يقدر ب263498، ومنه نستنتج أن الفيديو الأكثر مشاركة هو فيديو شمس الدين

جدول رقم (20) يوضح حجم التعليقات

| أحمد أويحي | | شمس الدين | | التعليقات |
|------------|---------|-----------|---------|------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 100% | 1 | 00% | 0 | 100=10 |
| 0% | 0 | 00% | 0 | 1000=100 |
| 00% | 0 | 100% | 1 | 10000=1000 |
| 100% | 1 | 100% | 1 | المجموع |

من خلال جدول رقم (20) يوضح حجم التعليقات حيث كان عدد التعليقات في فيديو شمس الدين محصور في الفئة من 1000=10000 فقدرت بنسبة 100%، حيث كان عدد التعليقات 8439

أما بالنسبة لفيديو اويحي فكان عدد التعليقات محصور في الفئة من 100=10 فقدرت نسبتها 100%، حيث قدر عدد التعليقات كالتالي 95 تعليق ومنه نستنتج أن الفيديو الذي كسب أكثر نسبة تعليقات وحسب الفئة كان فيديو شمس الدين العمراني

الاستنتاجات الجزئية للقضية الأولى: ومن خلال جل ما سبق والتحليل الكمي والكيفي للجدول توصلت

في درابتي الى النتائج الجزئية للقضية الأولى محل الدراسة:

الاطار التطبيقي

_ أن اللقطة الأكثر استخداما وبروزا للشخصية المتراشقة في كل من الفيديو الأول والثاني هي اللقطة الصدرية .أما بالنسبة للزاوية الغالب استخدامها هي زاوية مستوى النظر حيث أراد كل من الطرفين إبراز ملامحه الشخصية وما يدور بالموضوع أو القضية ومحتواها.

أما بالنسبة للمشاهدة تختلف حسب القضية وحسب الجمهور المتلقي للقضية وحسب الشخصية المتراشقة

_أما بالنسبة لطبيعة الفيديو فطريقة شمس الدين قد انعكست على ما قدمه من حقائق في محتوى الموضوع، حيث استطاع لمس الجانب الاجتماعي والسياسي وبطريقة سلسلة يسهل على المتلقي التقاطها _أما من جانب ميكانيزمات الاتصال يعتبر اختيار الطريقة أو الآليات سبب كافي لتدعيم الموضوع أو الفكرة والرسالة المراد إيصالها سواء كانت للجمهور أو الطرف الآخر محل الظاهرة

_ أما بالنسبة لحقيقة اللجوء إلى الترشق يعود الى احتدام الصراع بين الأطراف المتراشقة ينتج عن بعض الصراعات المختلفة والتي تكون في الحقيقة أو من محض الخيال وهذا حسب طبيعة الموضوع _ كما أن اختلاف الأطراف الفاعلة تختلف حسب طبيعة الموضوع

وأيضاً اختلاف الجمهور المستهدف يختلف بموجب اختلاف الموضوع محل الدراسة

_ومنه تعود طبيعة العبارات التي يستخدمها المتراشق حسب شخصيته وحسب الموضوع المعالج من طرف الأطراف المتراشقة والمتفاعلة محل الظاهرة

_ بالنسبة للسمات فهي تختلف حسب طبيعة الموضوع فمثلاً شمس الدين استخدم الابتزاز والسخرية لغاية إظهار الوجه الحقيقي للهيئات الحكومية أما بالنسبة لأحمد أويحيي فقد عمل على نفس السمات لإعطاء صورة مشينة عن طرف الخصوم

_ أما بالنسبة لفئة الهدف تختلف حسب طبيعة الموضوع ،وتختلف حسب الاتهامات أو الانتقادات لاستعمال الألفاظ المشينة بواسطة الاندفاع أو الدفاع عن النفس وغيرها من الأمور الأخرى

_ويمكن أن نقول عن شكل التفاعل يختلف حسب الطريقة التي يختارها للتفاعل أو بإدلاء رأيه وهذا لا يكون إلا بإحدى الطرق المقترحة من خلال استمارة تحليل المحتوى ،كما يعود محتوى التفاعل أيضاً إلى الطريقة التي يتخذها احد الطرفين لكسب اكبر نسبة من المتفاعلين

_أما بالنسبة للغة المستعملة في التفاعل تعتبر اللغة الغالبة والاكثر استخداما هي اللهجة العامية. حيث تعتبر اللغة الأسهل لإيصال الفكرة والرسالة المراد إرسالها من طرف جمهور المتفاعلين

وفي الأخير يمكن أن نقول عن الاعجابات والتعليقات والمشاركات أنها عبارة عن محصول أو الناتج الذي يصل إليه احد الأطراف المتراشقة،وبتالي وفي هذه القضية استخدم موقع اليوتيوب للكشف عن

الاطار التطبيقي

بعض الأمور التي كانت خلف الستار ،وقد استطاع الوصول إلى نسبة كبيرة من التفاعل ،هذا لكون شخصيته و ذاته والكاريزمية التي يتحلى بها.

القضية الثانية:

فئة الشكل "كيف قيل":

جدول رقم (1)

| قناة النهار | | شمس الدين | | اللغة المستعملة |
|-------------|---------|-----------|---------|-----------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 84% | 10 | 5% | 1 | عربية فصحي |
| 0% | 0 | 35% | 7 | أجنبية |
| 16% | 2 | 60% | 12 | لهجة عامية |
| 0% | 0 | 0% | 0 | مختلطة |
| 100% | 12 | 100% | 20 | المجموع |

- من خلال الجدول رقم(1) والذي يمثل اللغة المستخدمة من الطرفين المترشحين،حيث أن نسبة استخدام اللغة العربية الفصحى عند قناة النهار كانت تقدر 84% مقارنة باستخدام شمس الدين اللغة العربية الفصحى كانت بنسبة 5% كما أن المواطن شمس الدين استخدم اللغة الأجنبية بنسبة 35% مقارنة بقناة النهار أنها لم تتطرق لها وكانت معدمة بنسبة 00%

أما بالنسبة للهجة العامية فكانت بنسبة 60%حيث أنها تعتبر اكبر نسبة مقارنة بقناة النهار بنسبة 16%

ومن خلال الجدول بالنسبة للطرفين أن اللهجة العامية هي الغالبة ليستطيع كل منهما إيصال الفكرة للجمهور .

جدول رقم (2)

| قناة النهار | | شمس الدين | | المؤثرات الصوتية |
|-------------|---------|-----------|---------|------------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 0% | 0 | 100% | 1 | موجودة |
| 100% | 1 | 0% | 0 | غير موجودة |
| 100% | 1 | 100% | 1 | المجموع |

الاطار التطبيقي

_ من خلال الجدول رقم (2) والذي يمثل فئة المؤثرات الصوتية حيث أنها كانت موجودة بنسبة 100% في فيديو شمس الدين، ومقارنة بفيديو قناة النهار كانت منعدمة بنسبة 100% ، أي غير موجودة .ومنه استعمال المؤثرات الصوتية لإيصال الفكرة بسلاسة، وكسب أعلى نسبة من المشاهدة ومنه يمكن القول أن المواطن شمس الدين حرص على استخدام المؤثرات الصوتية للفت انتباه الجمهور والحصول على نسبة إقبال كبيرة للمشاهدة .

جدول رقم (3)

| الخلفية | شمس الدين | | قناة النهار | |
|---------|-----------|--------|-------------|--------|
| | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة |
| ثابتة | 0 | 0% | 1 | 100% |
| متحركة | 1 | 100% | 0 | 0% |
| المجموع | 1 | 100% | 1 | 100% |

_ من خلال الجدول رقم (3) والذي يوضح لنا خلفية الفيديو حيث كانت متحركة بنسبة 100% في فيديو شمس الدين مقارنة بالنسبة لفيديو قناة النهار حيث أنها كانت ثابتة بنسبة 100% .

ومن هنا يمكن القول استخدام خلفية الفيديو راجع لطبيعة الموضوع والمكان محل التصوير . حيث ان المواطن شمس الدين عمل على تدعيم فكرته باستخدام الخلفية المتحركة كون الموضوع مثير للاهتمام ويعالج قضايا اجتماعية كثيرة.

جدول رقم (4)

| اللقطات المستخدمة | شمس الدين | | قناة النهار | |
|-------------------|-----------|--------|-------------|--------|
| | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة |
| اللقطه العامة | 6 | 18% | 2 | 25% |
| النصف عامة | 4 | 13% | 0 | 0% |
| الكبيرة جدا | 4 | 13% | 0 | 0% |
| الصدرية | 8 | 25% | 2 | 25% |
| الخصرية | 4 | 13% | 4 | 50% |
| الأمريكية | 2 | 6% | 0 | 0% |
| المتوسطة | 4 | 12% | 0 | 0% |
| المجموع | 32 | 100% | 8 | 100% |

-من خلال الجدول رقم (4) والذي يمثل اللقطات المستخدمة في كل من الفيديو الأول والثاني ، بالنسبة للقطه العامة والتي كانت تمثل نسبة 18% مقارنة بفيديو قناة النهار والتي كانت تمثل 25% ، أما اللقطه

الاطار التطبيقي

النصف عامة واللقطات الكبيرة جدا كانت تقدر كل منهما بنسبة 13% مقارنة بفيديو قناة النهار كانت اللقطة النصف عامة والكبيرة جدا منعدمة بنسبة 00% .

أما بالنسبة للقطة الصدرية فكانت تمثل 25% بالنسبة للفيديوين كلاهما ،أما اللقطة الخصرية واللقطة المتوسطة في محتوى فيديو شمس الدين كانت تقدر بنسبة 13% ،مقارنة بفيديو قناة النهار فقد مثلت اللقطة الخصرية بنسبة 50% أما اللقطة المتوسطة فكانت منعدمة بنسبة 00% .

وأخيرا اللقطة الأمريكية والتي كانت تقدر بنسبة 6% للمواطن شمس الدين ،مقارنة بفيديو قناة النهار فقد كانت النسبة فيها منعدمة 00% .

ومنه يمكن القول أن اللقطة الأكثر استخداما وبروزا للشخصية المتراشقة في كل من الفيديو الأول والثاني هي اللقطة الصدرية .

جدول رقم (5)

| قناة النهار | | شمس الدين | | زوايا التصوير |
|-------------|---------|-----------|---------|-----------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 0% | 0 | 30% | 3 | الزاوية الغطسية |
| 100% | 1 | 50% | 5 | مستوى النظر |
| 0% | 0 | 20% | 2 | ضد الغطسية |
| 100% | 1 | 100% | 5 | المجموع |

_ من خلال الجدول رقم (5) والذي يمثل لنا زوايا التصوير التي استخدمت في الفيديو ،حيث كان استخدام الزاوية الغطسية بنسبة 30% والتي كانت تمثل الجو العام من خلال تصوير فيديو شمس الدين مقارنة بالفيديو الثاني لقناة النهار فكانت منعدمة 00%، أما بالنسبة لزاوية مستوى النظر فقد مثلت 50% في فيديو شمس الدين ومقارنة بفيديو اويحي بنسبة 100% والتي كانت من بداية تصوير الفيديو إلى نهايته ، أما بالنسبة للزاوية ضد الغطسية فقد استعملت في فيديو شمس الدين بنسبة 20% والتي كان يريد بها تبيان ملامحه وهو يعاتب فيها الطرف الآخر ألا وهي الدولة والهيئات الحكومية،مقارنة بفيديو قناة النهار التي كانت منعدمة بنسبة 00% .

ومن هنا نستنتج أن الزاوية الغالب استخدامها هي زاوية مستوى النظر حيث أراد كل من الطرفين إبراز ملامحه الشخصية وما يدور بالموضوع أو القضية ومحتواها.

فئة المضمون "مدا قيل":

جدول رقم (6)

| قناة النهار | | شمس الدين | | نسبة المشاهدة |
|-------------|---------|-----------|---------|---------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 0% | 0 | 100% | 1 | عالية |
| 100% | 1 | 0% | 0 | متوسطة |
| 0% | 0 | 0% | 0 | ضئيلة |

الاطار التطبيقي

| | | | | |
|---------|---|------|---|------|
| المجموع | 1 | %100 | 1 | %100 |
|---------|---|------|---|------|

_ من خلال جدول الرقم (6) والذي يمثل نسبة المشاهدة ،حيث احد فيديو شمس الدين مشاهدة عالية بنسبة %100 وهذا لكون الموضوع يمس الرأي العام، أما بالنسبة للمشاهدة في فيديو اويحي مقارنة بفيديو شمس الدين فكانت ضئيلة بنسبة %100 لان قناة النهار والمحللون السياسيون اتهموا المواطن شمس الدين بتحريض الجمهور ضد الانتخابات.والهروب من المسؤولية الوطنية.

جدول رقم (7)

| طبيعة الفيديو | شمس الدين | | قناة النهار | |
|---------------|-----------|--------|-------------|--------|
| | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة |
| سياسي | 1 | %50 | 1 | %100 |
| اجتماعي | 0 | %0 | 0 | %0 |
| رياضي | 0 | %0 | 0 | %0 |
| فني | 0 | %0 | 0 | %0 |
| مختلط | 1 | %50 | 0 | %0 |
| المجموع | 2 | %100 | 1 | %100 |

_ من خلال جدول رقم (7) والذي يوضح طبيعة الفيديو ، حيث كانت نسبة الموضوع السياسي ومختلط تقدر ب %50 لأن المواطن شمس الدين قصد كشف ومعالجة جل القضايا والتطرق إليها لكشف مستوى المقارنة بفيديو قناة النهار فكانت طبيعته سياسي و تقدر نسبته %100 ، أما المجال الرياضي والفني و الاجتماعي فكان منعدمة بنسبة %00 لكلا الفيديو هين .

جدول رقم (8)

| ميكانيزمات الاتصال | شمس الدين | | قناة النهار | |
|--------------------|-----------|--------|-------------|--------|
| | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة |
| بودكاست | 1 | %100 | 0 | %0 |
| تسجيل صوتي | 0 | %0 | 0 | %0 |
| فيديو | 0 | %0 | 1 | %100 |
| كتابة عادية | 0 | %0 | 0 | %0 |
| مشاركات المتفاعلين | 0 | %0 | 0 | %0 |
| المجموع | 1 | %100 | 1 | %100 |

_ من خلال جدول رقم (8) والذي يوضح ميكانيزمات الاتصال بين الطرفين ، بالنسبة لفيديو شمس الدين : كان عبارة عن بود كاست %100 حيث يعتبر الطريقة التي استخدمها في التواصل مقارنة بفيديو قناة النهار للبودكاست بنسبة منعدمة ، أما بالنسبة لقناة النهار فكانت الطريقة التي أراد أن توصل بها فكرتها عبارة عن فيديو بنسبة %100 ،مقارنة مع شمس الدين فكانت النسبة فيه منعدمة %00 .

الاطار التطبيقي

أما الآليات الأخرى التسجيل الصوتي والكتابة العادية ومشاركة المتفاعلين لكلا الطرفين كانت النسبة فيهم منعدمة %00.

جدول رقم (9)

| قناة النهار | | شمس الدين | | حقيقة اللجوء إلى الترشق |
|-------------|---------|-----------|---------|---------------------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| %0 | 0 | %00 | 0 | إثارة أعصاب الخصوم |
| %0 | 0 | %00 | 0 | التباهي والإعجاب بالشخصية |
| %0 | 0 | %50 | 1 | إبراز شخصية المتراشق |
| %100 | 1 | %50 | 1 | أسباب موضوعية وحقيقية |
| %100 | 1 | %100 | 2 | المجموع |

_ من خلال جدول رقم (9) والذي كان يوضح حقيقة اللجوء إلى الترشق اللفظي، كان اغلب الفيديو لشمس الدين يتحدث عن الأسباب الموضوعية والحقيقية وكانت النسبة تقدر ب %50، حيث ذكر شمس الدين الأسباب الحقيقية التي كانت ما وراء الستار والمصالح المهذمة، أما بالنسبة لإبراز شخصية المتراشق بنسبة %50 باستعماله للانا وتوظيف عبارات تدل على الرد القوي من طرف شمس الدين. أما العبارتان إثارة أعصاب الخصوم، التباهي والإعجاب بشخصية المتراشق فكانت النسبة منعدمة %00. ومقارنة لفيديو قناة النهار كانت الجملة الغالبة في الموضوع، أسباب موضوعية وحقيقية والتي مثلت النسبة %100 والسبب من ذلك أن قناة النهار تظاهرت بقول الحقيقة وتوجيه أصابع الاتهام لشمس الدين التي كانت سبب للتراشق، أما الجمل الأخرى: التباهي والإعجاب بشخصية المتراشق وإبراز شخصية المتراشق و إثارة أعصاب الخصوم فكانت كلها منعدمة %00.

جدول رقم (10)

| قناة النهار | | شمس الدين | | الأطراف الفاعلة |
|-------------|---------|-----------|---------|-----------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| %00 | 0 | %00 | 00 | شخصيات فنية |
| %00 | 0 | %00 | 0 | شخصيات رياضية |
| %100 | 1 | %00 | 0 | شخصيات سياسية |
| %00 | 0 | %100 | 1 | شخصيات عادية |
| %100 | 1 | %100 | 1 | المجموع |

_ جدول رقم (10) يوضح فئة الأطراف الفاعلة في الترشق.

بالنسبة لفيديو شمس الدين كانت الأطراف الفاعلة في الفيديو هي شخصيات عادية والتي قدرت بنسبة %100 كونه مواطن عادي ومقارنة لفيديو قناة النهار فكانت منعدمة بنسبة %00

الاطار التطبيقي

أما بالنسبة للشخصيات السياسية في فيديو شمس الدين كانت منعدمة بنسبة 00% مقارنة لفيديو قناة النهار حيث تمثلت بنسبة 100% كون الأشخاص الموجودة عبارة عن محللون سياسيون، أما بالنسبة للشخصيات الفنية والشخصيات الرياضية كانت منعدمة بنسبة 00% كونها لا تخدم الموضوع.

جدول رقم (11)

| قناة النهار | | شمس الدين | | الجمهور المستهدف |
|-------------|---------|-----------|---------|------------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 0% | 0 | 100% | 1 | جمهور عام |
| 100% | 01 | 00% | 0 | جمهور خاص |
| 100% | 1 | 100% | 1 | المجموع |

من خلال جدول رقم (11) والذي يوضح فئة الجمهور المستهدف بالنسبة لفيديو شمس الدين كان يضم الجمهور العام والتي كانت نسبته 100%، كون القضية تمس الرأي العام. أما بالنسبة للجمهور الخاص فكانت نسبته تقدر بـ 00%

أما الفيديو الخاص لقناة النهار كان بنسبة 100% حيث الحديث الذي دار بين المحللون لمصورو البودكاست أمثال شمس ورفضهم بالالتحاق للانتخابات .

جدول رقم (12)

| قناة النهار | | شمس الدين | | طبيعة العبارات الترشقية |
|-------------|---------|-----------|---------|-------------------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 0% | 0 | 50% | 1 | تتضمن حقائق واقعية |
| 0% | 0 | 0% | 0 | صراعات وأمور وهمية |
| 100% | 1 | 50% | 1 | امور اخرى |
| 100% | 1 | 100% | 2 | المجموع |

من خلال الجدول رقم (12) والذي يوضح لنا طبيعة العبارات الترشقية، حيث كان فيديو شمس الدين يتضمن حقائق واقعية بنسبة 50%، وهذا لسبب لمسه للحقيقة من خلال ما ورد في الفيديو، أما العبارة الثانية والتي كانت تحمل صراعات وأمور وهمية فكانت نسبتها منعدمة 00%، أما بالنسبة للأمور الأخرى فكانت نسبتها تقدر بـ 50% حيث انه تطرق للعديد من المشاكل الاجتماعية والمتعلقة بأصحاب السلطة الأخرى.

الاطار التطبيقي

ومقارنة لفيديو قناة النهار فقد كانت موضوعات أخرى قدرت ب100% حيث أشار المحللون إلى المشاكل المثيرة وبشكل هائل كما اعتبر أن رسالة شمس الدين كوسيلة ضغط، أما بالنسبة للعبارتين:
الحقائق الواقعية والأمور الأخرى فقد كانت منعدمة بنسبة 00% .

جدول رقم (13)

| قناة النهار | | شمس الدين | | فئة السمات |
|-------------|---------|-----------|---------|------------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 50% | 1 | 20% | 2 | الاستهزاء |
| 50% | 1 | 20% | 2 | السخرية |
| 0% | 0 | 10% | 1 | التعظيم من الشأن |
| 0% | 0 | 10% | 1 | الابتزاز |
| 0% | 0 | 0% | 0 | المدح والمجاملة |
| 0% | 0 | 40% | 4 | السب والشتم |
| 100% | 2 | 100% | 20 | المجموع |

من خلال الجدول رقم (13) والذي يوضح فئة السمات بالنسبة لفيديو شمس الدين أن الفئة الأكثر تكرارا هي سمة السب والشتم حيث قدرت بنسبة 40% فقد سب وشتم كل من الهيئات الحكومية وأعضاء البرلمان وترشحين الانتخابات، أما فئة الاستهزاء والسخرية فقدت نسبتها ب 20% حيث عيب على طريقة تسيير الأمور الدولية، أما بالنسبة الابتزاز والتعظيم من الشأن كانت تمثل بنسبة 10%، فسمّة السخرية كانت في الدقائق الأخيرة من الفيديو أما التعظيم من الشأن فتمثل في الحديث عن شخصية شمس الدين بنفسه أما بالنسبة لسمة المدح والمجاملة فكانت منعدمة بنسبة 00%. ومقارنة بفيديو قناة النهار فاستعمل سمي الاستهزاء والسخرية حيث كانت نسبة كل منهما تقدر ب50% باستعمالها ضد المواطن شمس الدين، أما بالنسبة للسمات الأخرى التعظيم من الشأن الابتزاز والمدح والمجاملة والسب والشتم كانت منعدمة بنسبة 00%

جدول رقم (14)

| قناة النهار | شمس الدين | فئة الهدف |
|-------------|-----------|-----------|
|-------------|-----------|-----------|

الاطار التطبيقي

| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
|--------|---------|--------|---------|----------------------|
| 0% | 0 | 20% | 4 | الاندفاع والتهمج |
| 100% | 1 | 10% | 1 | الدفاع عن النفس |
| 0% | 0 | 10% | 4 | ردع الخصوم |
| 0% | 0 | 40% | 1 | السخرية |
| 0% | 0 | 20% | 0 | الدفاع عن طرف الخصوم |
| 100% | 0 | 100% | 10 | المجموع |

من خلال جدول رقم (14) والذي كان يوضح فئة الهدف، حيث كان الهدف الأكثر نسبة في فيديو شمس الدين الاندفاع والتهمج و ردع الخصوم والذي قدر بنسبة 40%، حيث سعى المواطن شمس الدين بالدفاع على أصحاب السلطة ومسيري البلاد والعمل على اسقط قوانينهم الظالمة، أما بالنسبة للدفاع عن النفس والسخرية فقدرا بنسبة حيث دافع عن نفسه من الاتهامات الموجهة إليه وحاول إبراز حقيقة ما وراء الانتخابات وحقيقة الهيئات الحكومية . ومقارنة بفيديو قناة النهار فكانت الفئة الأكثر نسبة الدفاع عن النفس وقدرت بنسبة 100% حيث عمل المحللون السياسيون بالإضافة إلى المقدم للدفاع عن السلطات وغلق أعين الشعب، أما الفئات الأخرى الاندفاع والتهمج و ردع الخصوم والسخرية والدفاع عن طرف الخصوم فكانت منعدمة بنسبة 00% .

جدول رقم (15)

| قناة النهار | | شمس الدين | | شكل التفاعل |
|-------------|---------|-----------|---------|-------------------------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 75% | 132 | 78% | 3043 | رسالة |
| 0.56% | 1 | 0% | 0 | فيديو |
| 3% | 40 | 22% | 811 | ملصقات تعبيرية متحركة "اموجن" |
| 1.70% | 3 | 0% | 0 | ملصقات تعبيرية ثابتة |
| 100% | 176 | 100% | 3854 | المجموع |

من خلال الجدول رقم (15) يوضح شكل التفاعل حيث نسبة التفاعل للرسالة في فيديو شمس الدين يقدر بنسبة 78% مقارنة قناة النهار فقدرت النسبة بـ 75% أما بالنسبة للفيديو فقدر عند شمس الدين بـ 00% أما بالنسبة قناة النهار فقدر بـ 0.56% الملصقات التعبيرية المتحركة "اموجن" عند شمس الدين قدرت بـ 22% أما بالنسبة لقناة النهار فقدرت بنسبة 3% الملصقات التعبيرية الثابتة عند شمس الدين

الاطار التطبيقي

بنسبة 00% أما بالنسبة قناة النهار فقدرت بنسبة 1.70% ومقارنة لشكل التفاعل بالنسبة لشمس الدين نال اكبر نسبة تفاعل على غرار قناة النهار

حيث أن المواطن شمس الدين العمراني استطاع أن يوصل فكرته بطريقة هينة آلا وهي فتح عيون الشعب وتحريضهم عن عدم الالتحاق بالانتخابات.

جدول رقم (16)

| قناة النهار | | شمس الدين | | محتوى التفاعل |
|-------------|---------|-----------|---------|---------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 40 | 71 | 88 | 3354 | إيجاب |
| 60 | 105 | 12 | 500 | سلب |
| 100 | 176 | 100 | 3854 | المجموع |

من خلال الجدول رقم (16) والذي يوضح محتوى التفاعل حيث كانت النسبة الكبيرة هي الإيجاب عند شمس الدين قدرت بنسبة 88% ومقارنة بقناة النهار فقدرت ب4 أما الجانب السلبي فقدت بنسبة 60% لقناة النهار مقارنة بفيديو شمس الدين فقدت ب 12% . وهذا بدليل على أن قدرة المواطن شمي الدين العمراني على أبصال رسالته بطريقة ايجابية

جدول رقم (17)

| قناة النهار | | شمس الدين | | اللغة المستعملة في التفاعل |
|-------------|---------|-----------|---------|----------------------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 0% | 0 | 0% | 0 | عربية |
| 2% | 4 | 11% | 412 | فرنسية |
| 75% | 132 | 51% | 1971 | لهجة عامية |
| 23% | 40 | 38% | 1471 | عربية مفرنسة |
| 0% | 0 | 0% | 0 | مختلطة |
| 100% | 801 | 100% | 3854 | المجموع |

من خلال الجدول رقم (17) والذي كان يوضح اللغة المستعملة في التفاعل بالنسبة للغة العامية لفيديو شمس الدين قدرت ب51% أما قناة النهار قدر ب75% بالنسبة للعربية المفرنسة لفيديو شمس الدين قدرت ب38% أما قناة النهار قدر ب23% بالنسبة للفرنسية في فيديو شمس الدين قدرت ب 11% أما قناة النهار قدر ب2% وتبقى العربية والمختلطة منعدمة بنسبة 00%

الاطار التطبيقي

واستنتاجا لما سبق أن اللغة الأكثر استخداما هي اللهجة العامية ،حيث كان يراها كل من الطرفين اللغة المناسبة ليسهل التعامل مع الجمهور

جدول رقم (18)

| قناة النهار | | شمس الدين | | حجم الإعجابات |
|-------------|---------|-----------|---------|---------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| % 100 | 1 | % 0 | 0 | 100=10 |
| % 0 | 0 | % 0 | 0 | 1000=100 |
| % 0 | 0 | % 100 | 1 | 10000=1000 |
| % 100 | 1 | % 100 | 1 | المجموع |

_من خلال جدول رقم (18) يوضح حجم الإعجابات حيث كان عدد الإعجابات في فيديو شمس الدين محصور في الفئة من 1000 = 10000 فقدرت بنسبة %100 حيث كان عدد الاعجابات على البودكاست يقدر ب664099 معجب

أما بالنسبة لفيديو قناة النهار فكان عدد الإعجابات محصور في الفئة من 100=10 فقدرت نسبتها %100، فقد كان عدد المعجبين حوالي 32 معجب ومنه نستنتج أن الفيديو الذي نال الإعجاب بنسبة كبيرة وحسب الفئة كان فيديو شمس الدين

جدول رقم (19)

| قناة النهار | | شمس الدين | | حجم المشاركات |
|-------------|---------|-----------|---------|------------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| % 100 | 1 | % 0 | 0 | 1000000=500 |
| % 0 | 0 | % 0 | 0 | 20000000=1000000 |
| % 0 | 0 | % 100 | 1 | 20000000 فأكثر |
| % 100 | 1 | % 100 | 1 | المجموع |

_من خلال الجدول رقم (19) والذي يوضح حجم المشاركات حيث حصر فيديو شمس الدين في الفئة ما بين 20000000 فأكثر وقدرت نسبته %100 حيث كان عدد المشاركين فيه يقدر ب12540651 أما فيديو قناة النهار فحصر في الفئة ما بين 1000000=500 وقدرت نسبته ب%100، حيث كانت عدد المشاركات تقدر ب 13998. ومنه نستنتج أن الفيديو الأكثر مشاركة هو فيديو شمس الدين

جدول رقم (20)

| قناة النهار | شمس الدين | التعليقات |
|-------------|-----------|-----------|
|-------------|-----------|-----------|

الإطار التطبيقي

| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
|--------|---------|--------|---------|------------|
| % 100 | 1 | % 00 | 0 | 100=10 |
| % 0 | 0 | % 00 | 0 | 1000=100 |
| % 00 | 0 | % 100 | 1 | 10000=1000 |
| % 100 | 1 | % 100 | 1 | المجموع |

_ من خلال جدول رقم (20) يوضح حجم التعليقات حيث كان عدد التعليقات في فيديو شمس محصور في الفئة من 1000 = 10000 فقدت بنسبة 100%

أما بالنسبة لفيديو قناة النهار فكان عدد التعليقات محصور في الفئة من 10 = 100 فقدت نسبتها 100% . وفي

الأخير يمكن أن ندمج فئة التفاعلات بالنسبة للقناة وشمس الدين العمراني انه استطاع جلب نسبة كبيرة من اليوتيوبر وهذا تماشيا وانفعالا مع القضايا التي طرحها شمس الدين العمراني

الاستنتاجات الجزئية القضية الثانية:

_ومن خلال جل ماسبق والتحليل الكمي والكيفي للجدول توصلت في دراستي الى النتائج الجزئية للقضية الثانية محل الدراسة:

_ أن اللقطة الأكثر استخداما وبروزا للشخصية المتراقفة في كل من الفيديو الأول استعمل معظم اللقطات ليعش المتلقي أو المشاهد الحالة التي عليها المجتمع، أما الفيديو الثاني اللقطة الصدرية كون البلاطو محل التصوير. أما بالنسبة للزاوية الغالب استخدامها هي زاوية مستوى النظر حيث أراد كل من الطرفين إبراز ملامحه الشخصية وما يدور بالموضوع أو القضية ومحتواها. أما بالنسبة للمشاهدة تختلف حسب القضية وحسب الجمهور المتلقي للقضية وحسب الشخصية المتراقفة

_ أما بالنسبة لطبيعة الفيديو فطريقة شمس الدين قد انعكست على ما قدمه من حقائق في محتوى الموضوع، حيث استطاع لمس الجانب الاجتماعي والسياسي وبطريقة سلسة يسهل على المتلقي التقاطها _ أما من جانب ميكانيزمات الاتصال يعتبر اختيار الطريقة أو الآليات سبب كافي لتدعيم الموضوع أو الفكرة والرسالة المراد إيصالها سواء كانت للجمهور أو الطرف الأخرى محل الظاهرة _ أما بالنسبة لحقيقة اللجوء إلى التراسق يعود الى احتدام الصراع بين الأطراف المتراقفة ينتج عن بعض الصراعات المختلفة والتي تكون في الحقيقة أو من محض الخيال وهذا حسب طبيعة الموضوع

_ كما أن اختلاف الأطراف الفاعلة تختلف حسب طبيعة الموضوع

الاطار التطبيقي

وأيضاً اختلاف الجمهور المستهدف يختلف بموجب اختلاف الموضوع محل الدراسة
_ومنه تعود طبيعة العبارات التي يستخدمها المترشق حسب شخصيته وحسب الموضوع المعالج من
طرف الأطراف المترشقة والمتفاعلة محل الظاهرة

_ بالنسبة للسّمات فهي تختلف حسب طبيعة الموضوع فمثلاً شمس تحدث عن الجزائر بكل تناقضاتها
في تشريحه للعديد من القضايا و ربطها بالانتخابات ،أما القناة والمحللون السياسيون كانت تعتبر الحديث
الذي كان محل الظاهرة عبارة عن مجرد تخريب

_ أما بالنسبة لفئة الهدف تختلف حسب طبيعة الموضوع ،وتختلف حسب الامور التي يمكن توضيحها
وربطها بمشاكل اجتماعية اخرى لترسيخ وتدعيم الفكرة ،لاستعمال الألفاظ الاندفاع أو الدفاع عن النفس
وغيرها من الأمور الأخرى

ويمكن أن نقول عن شكل التفاعل يختلف حسب الطريقة التي يختارها للتفاعل أو بإدلاء رأيه وهذا
لايكون إلا بإحدى الطرق المقترحة من خلال استمارة تحليل المحتوى ،كما يعود محتوى التفاعل أيضاً
إلى الطريقة التي يتخذها احد الطرفين لكسب اكبر نسبة من المتفاعلين

_أما بالنسبة للغة المستعملة في تعود الى طبيعة وهيئة مقدم الرسالة ،وربما يحتاج ايضاً الى تغيير
جزء من نفسه ليوفي بغرضه.

وفي الأخير يمكن أن نقول عن الاعجابات والتعليقات والمشاركات أنها عبارة عن محصول أو الناتج
الذي يصل إليه احد الأطراف المترشقة،وبتالي وفي هذه القضية لجا شمس الدين الى ال
حديث عن المشاكل الوطنية والمحلية وربطها بالانتخابات والمراد كله هنا ليس بالوطن وانما الهيئات
السياسية واتهامها بعدم التسيير الجيد وسببهم في تقاوم الظواهر الاجتماعية.

القضية الثالثة:

فئة الشكل "كيف قيل":

جدول رقم (1)

الاطار التطبيقي

| حفيظ دراجي | | رابح ماجر | | اللغة المستعملة |
|------------|---------|-----------|---------|-----------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 100% | 1 | 16% | 12 | عربية فصحي |
| 0% | 0 | 15% | 3 | أجنبية |
| 0% | 0 | 25% | 5 | لهجة عامية |
| 0% | 0 | 0% | 0 | مختلطة |
| 100% | 12 | 100% | 20 | المجموع |

- من خلال الجدول رقم (1) والذي يمثل اللغة المستخدمة من الطرفين المترشحين، حيث ان نسبة استخدام اللغة العربية الفصحى عند المعلق حفيظ دراجي كانت تقدر ب100% مقارنة باستخدام رابح ماجر اللغة العربية الفصحى كانت بنسبة 60% كما أن رابح ماجر استخدم اللغة الأجنبية بنسبة 15% مقارنة بحفيظ د راجي انه لم يتطرق لها وكانت منعدمة بنسبة 00%

أما بالنسبة للهجة العامية فكانت بنسبة 25% لرابح ماجر مقارنة بحفيظ دراجي انه لم يتطرق لها حيث كانت النسبة 00%

ومن خلال الجدول بالنسبة للطرفين أن اللغة العربية الفصحى هي الغالبة ليستطيع كل منهما إيصال الفكرة للجمهور . كون حفيظ دراجي معلق رياضي و رابح ماجر منضم الى ملتقى صحفي.

جدول رقم (2)

| حفيظ دراجي | | رابح ماجر | | المؤثرات الصوتية |
|------------|---------|-----------|---------|------------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 0% | 0 | 0% | 0 | موجودة |
| 100% | 1 | 100% | 1 | غير موجودة |
| 100% | 1 | 100% | 1 | المجموع |

_ من خلال الجدول رقم (2) والذي يمثل فئة المؤثرات الصوتية حيث أنها كانت غير موجودة بنسبة 100% في كل من الفيديو الأول والثاني، أما موجودة فكانت منعدمة بنسبة 00%

جدول رقم (3)

| حفيظ دراجي | | رابح ماجر | | الخلفية |
|------------|---------|-----------|---------|---------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 100% | 1 | 100% | 1 | ثابتة |
| 0% | 0 | 0% | 0 | متحركة |
| 100% | 1 | 100% | 1 | المجموع |

الاطار التطبيقي

_ من خلال الجدول رقم (3) والذي يوضح لنا خلفية الفيديو حيث كانت الخلفية ثابتة بنسبة 100% أما الخلفية المتحركة كانت منعدمة بنسبة 00%

ومن هنا نستنتج أن استخدام خلفية الفيديو راجع لطبيعة الموضوع والمكان محل التصوير .

جدول رقم (4)

| حفيظ دراجي | | رابح ماجر | | اللقطات المستخدمة |
|------------|---------|-----------|---------|-------------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 0% | 0 | 12% | 1 | اللقطة العامة |
| 0% | 0 | 12% | 1 | النصف عامة |
| 0% | 0 | 0% | 0 | الكبيرة جدا |
| 100% | 1 | 76% | 6 | الصدرية |
| 0% | 4 | 0% | 0 | الخصرية |
| 0% | 0 | 0% | 0 | الأمريكية |
| 0% | 0 | 0% | 0 | المتوسطة |
| 100% | 8 | 100% | 8 | المجموع |

من خلال الجدول رقم (4) والذي يمثل اللقطات المستخدمة في كل من الفيديو الأول والثاني ، بالنسبة للقطعة العامة واللقطة النصف عامة التي كانت تمثل نسبة 12% مقارنة بفيديو حفيظ دراجي والتي كانت منعدمة بنسبة 00% ، أما اللقطة الصدرية كانت تمثل بنسبة 76% في فيديو رابح ماجر مقارنة بفيديو حفيظ دراجي كانت تقدر بنسبة 100% .

أما بالنسبة للقطعة الكبيرة جدا و اللقطة الخصرية واللقطة المتوسطة وأخيرا اللقطة الأمريكية فكانت نسبتها منعدمة 00%

واستنتجا لما سبق نرى أن اللقطة الأكثر استخداما وبروزا للشخصية المتراشقة في كل من الفيديو الأول والثاني هي اللقطة الصدرية .

جدول رقم (5)

| حفيظ دراجي | | رابح ماجر | | زوايا التصوير |
|------------|---------|-----------|---------|-----------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 0% | 0 | 0% | 0 | الزاوية الغطسية |
| 100% | 1 | 100% | 1 | مستوى النظر |
| 0% | 0 | 0% | 0 | ضد الغطسية |

الاطار التطبيقي

| | | | | |
|---------|---|------|---|------|
| المجموع | 1 | %100 | 1 | %100 |
|---------|---|------|---|------|

_ من خلال الجدول رقم (5) والذي يمثل لنا زوايا التصوير التي استخدمت في كل من الفيديو الأول والفيديو الثاني ،حيث كان استخدام زاوية مستوى النظر بنسبة %100 والتي كانت قد استخدمت من بداية التصوير إلى نهايته

ومن هنا نستنتج أن الزاوية الغالب استخدامها هي زاوية مستوى النظر حيث أراد كل من الطرفين إبراز ملامحه الشخصية وما يدور بالموضوع أو محتوى القضية

فئة المضمون "مدا قيل":

جدول رقم (6)

| نسبة المشاهدة | رابح ماجر | | حفيظ دراجي | |
|---------------|-----------|--------|------------|--------|
| | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة |
| عالية | 0 | %0 | 0 | %0 |
| متوسطة | 1 | %100 | 1 | %100 |
| ضئيلة | 0 | %0 | 0 | %0 |
| المجموع | 1 | %100 | 1 | %100 |

_ من خلال جدول الرقم (6) والذي يمثل نسبة المشاهدة ،حيث أخذ كلا الفيديو هين النسبة المتوسطة والتي قدرت بنسبة %100،ية هو الجمهور الرياضي كون الجمهور الذي تستأنفه القضية أما النسب الأخرى العالية والضئيلة قدرت نسبتها ب%00

جدول رقم (7)

| طبيعة الفيديو | رابح ماجر | | حفيظ دراجي | |
|---------------|-----------|--------|------------|--------|
| | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة |
| سياسي | 0 | %0 | 0 | %0 |
| اجتماعي | 0 | %0 | 1 | %50 |
| رياضي | 1 | %100 | 1 | %50 |
| فني | 0 | %0 | 0 | %0 |
| مختلط | 0 | %0 | 0 | %0 |
| المجموع | 1 | %100 | 2 | %100 |

_ من خلال جدول رقم (7) والذي يوضح طبيعة الفيديو، حيث كانت نسبة الموضوع الرياضي لفيديو رابح ماجر وحفيظ دراجي بنسبة %100 و لا مقرنة بينهما ،أما السياسي والاجتماعي والفني والمختلط كانت نسبة كل منهم منعدمة وتقدر ب %00

جدول رقم (8)

| ميكانيزمات الاتصال | حفيظ دراجي | | رابح ماجر | |
|--------------------|------------|--------|-----------|--------|
| | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة |
| بودكاست | 1 | %100 | 0 | %0 |
| تسجيل صوتي | 0 | %0 | 0 | %0 |

الاطار التطبيقي

| | | | | |
|--------------------|---|------|---|------|
| فيديو | 0 | 0% | 1 | 100% |
| كتابة عادية | 0 | 0% | 0 | 0% |
| مشاركات المتفاعلين | 0 | 0% | 0 | 0% |
| المجموع | 1 | 100% | 1 | 100% |

_ من خلال جدول رقم (8) والذي يوضح ميكانيزمات الاتصال بين الطرفين ، بالنسبة لفيديو حفيظ دراجي : كان عبارة عن بود كاست 100% حيث يعتبر الطريقة التي استخدمها في التواصل مقارنة بفيديو رابح ماجر للبودكاست بنسبة منعدمة 00% ، أما بالنسبة لرابح ماجر فكانت الطريقة التي أراد أن يوصل بها فكرته عبارة عن فيديو بنسبة 100% ،مقارنة مع فيديو حفيظ دراجي فكانت النسبة فيه منعدمة 00% .

أما الآليات الأخرى التسجيل الصوتي والكتابة العادية ومشاركة المتفاعلين لكلا الطرفين كانت النسبة فيهم منعدمة 00%.

جدول رقم (9)

| حقيقة اللجوء إلى الترشق | حفيظ دراجي | | رابح ماجر | |
|---------------------------|------------|--------|-----------|--------|
| | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة |
| إثارة أعصاب الخصوم | 0 | 00% | 0 | 0% |
| التباهي والإعجاب بالشخصية | 0 | 00% | 0 | 0% |
| إبراز شخصية المترشق | 1 | 50% | 0 | 0% |
| أسباب موضوعية وحقيقية | 1 | 50% | 1 | 100% |
| المجموع | 2 | 100% | 1 | 100% |

_ من خلال جدول رقم (9) والذي كان يوضح حقيقة اللجوء إلى الترشق اللفظي ،كان الفيديو لرابح ماجر يتحدث عن الأسباب الموضوعية والحقيقية وكانت النسبة تقدر ب 100% ،حيث انه صرح بالمشاكل التي تعرض إليه بعد خسارة المنتخب الوطني في ملعب قسنطينة ضد زميبيا .

ومقارنة لفيديو حفيظ دراجي الموضوع ،اسباب موضوعية وحقيقية والتي مثلت النسبة 50% والسبب من ذلك انه وجه أصابه الاتهام بالخسارة كلها للمدرب رابح ماجر،اما بالنسبة لإثارة أعصاب الخصوم فتمثلت في استفزاز المدرب رابح ماجر

جدول رقم (10)

| الأطراف الفاعلة | رابح ماجر | | حفيظ دراجي | |
|-----------------|-----------|--------|------------|--------|
| | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة |
| شخصيات فنية | 00 | 00% | 0 | 00% |
| شخصيات رياضية | 1 | 50% | 1 | 100% |
| شخصيات سياسية | 1 | 50% | 0 | 0% |
| شخصيات عادية | 0 | 0% | 0 | 00% |

الاطار التطبيقي

| | | | | |
|---------|---|------|---|------|
| المجموع | 2 | %100 | 1 | %100 |
|---------|---|------|---|------|

_ جدول رقم (10) يوضح فئة الأطراف الفاعلة في الترشق

بالنسبة لفيديو رابح ماجر كانت الأطراف الفاعلة في الفيديو هي شخصيات رياضية والتي قدرت بنسبة 50% كونه رابح ماجر يعتبر لاعب ذو أقدمية بالإضافة إلى مدرب، أما الشخصيات السياسية فقدرت نسبتها ب50% وتمثلت في المحللون السياسيون

ومقارنة بالنسبة للشخصيات السياسية في فيديو حفيظ دراجي كانت منعدمة بنسبة 00% والشخصيات الرياضية كانت بنسبة 100%

جدول رقم (11)

| الجمهور المستهدف | رابح ماجر | | حفيظ دراجي | |
|------------------|-----------|--------|------------|--------|
| | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة |
| جمهور عام | 1 | %100 | 1 | %100 |
| جمهور خاص | 0 | %00 | 0 | %0 |
| المجموع | 1 | %100 | 1 | %100 |

_ من خلال جدول رقم (11) والذي يوضح فئة الجمهور المستهدف بالنسبة لكلا الفيديو هين رابح ماجر وحفيظ دراجي كان يضم الجمهور العام والتي كانت نسبته 100% ،كون القضية رياضية .أما بالنسبة للجمهور الخاص فكانت نسبته تقدر ب00%

جدول رقم (12)

| طبيعة العبارات الترشقية | رابح ماجر | | حفيظ دراجي | |
|-------------------------|-----------|--------|------------|--------|
| | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة |
| تتضمن حقائق واقعية | 1 | %100 | 0 | %100 |
| صراعات وأمور وهمية | 0 | %0 | 0 | %0 |
| أمور أخرى | 0 | %0 | 0 | %00 |
| المجموع | 1 | %100 | 1 | %100 |

الاطار التطبيقي

من خلال الجدول رقم (12) والذي يوضح لنا طبيعة العبارات التراشقية، حيث كان كل من الفيديو هين يتضمن حقائق واقعية بنسبة 100%، وهذا لسبب لمسه للحقيقة من خلال ما ورد في الفيديو وكل من التصريحات التي أدلى بها رابح ماجر وحفيظ دراجي.

أما بالنسبة للعبارتين: صراعات وأمور وهمية والأمور الأخرى فقد كانت منعدمة بنسبة 00% .

جدول رقم (13)

| حفيظ دراجي | | رابح ماجر | | فئة السمات |
|------------|---------|-----------|---------|------------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 100% | 1 | 50% | 4 | الاستهزاء |
| 0% | 0 | 25% | 2 | السخرية |
| 0% | 0 | 0% | 0 | التعظيم من الشأن |
| 0% | 0 | 25% | 2 | الابتزاز |
| 0% | 0 | 0% | 0 | المدح والمجاملة |
| 0% | 0 | 0% | 0 | السب والشتم |
| 100% | 1 | 100% | 8 | المجموع |

من خلال الجدول رقم (13) والذي يوضح فئة السمات بالنسبة رابح ماجر كانت سمة الاستهزاء تقدر ب50% وانه حظ من قيمة حفيظ بنعته بالثرثار، ومقارنة لفيديو حفيظ دراجي قدرت نسبتها ب100% حيث قال عنه مدرب فاشل و ليست لديه خبرة .بالإضافة الى المصطلحات الاخرى

أما بالنسبة لفئة السخرية والابتزاز لفيديو رابح ماجر فقدر بنسبة 25% فقد اتهم حفيظ بالناكر للجميل والخائن للوطن، أما بالنسبة للسمات الأخرى التعظيم من الشأن والمدح والمجاملة والسب والشتم كانت منعدمة بنسبة 00%

جدول رقم (14)

| حفيظ دراجي | | رابح ماجر | | فئة الهدف |
|------------|---------|-----------|---------|------------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 20% | 2 | 16% | 1 | الاندفاع والتهمج |
| 0% | 0 | 25% | 3 | الدفاع عن النفس |
| 0% | 0 | 34% | 2 | ردع الخصوم |
| 60% | 6 | 0% | 0 | السخرية |

الاطار التطبيقي

| | | | | |
|-------------------------|---|------|----|------|
| الدفاع عن طرف الخصوم | 0 | 0% | 2 | 20% |
| المجموع | 6 | 100% | 10 | 100% |

من خلال جدول رقم (14) والذي كان يوضح فئة الهدف، حيث كان الهدف الأكثر نسبة في فيديو رابح ماجر الدفاع عن النفس والذي قدر بنسبة 50%، حيث سعى رابح ماجر للدفاع عن نفسه وتبرأه نفسه من تحمل خسارة المنتخب الوطني أما بالنسبة لردع الخصوم كانت بنسبة 34% حيث استعمل بعض الألفاظ لإسقاط حفيظ، أما بالنسبة للاندفاع والتهجم فقدت بنسبة 16% أما السخرية والدفاع عن طرف الخصوم فكانت منعدمة بنسبة 00%. ومقارنة بفيديو حفيظ دراجي فكانت الفئة الأكثر نسبة السخرية وقدرت بنسبة 60% حيث كان معظم الفيديو يستهزأ ويسخر من رابح، أما بالنسبة للاندفاع والتهجم والدفاع عن طرف الخصوم 20% حيث كان يبحث عن مصلحة المنتخب الوطني ونعت رابح ماجر بعدم خبرته وكفاءته

أما الفئات الأخرى ردع الخصوم والسخرية والدفاع عن النفس فكانت منعدمة بنسبة 00% .

جدول رقم (15)

| شكل التفاعل | رابح ماجر | | حفيظ دراجي | |
|-------------------------------|-----------|--------|------------|--------|
| | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة |
| رسالة | 137 | 100% | 310 | 95% |
| فيديو | 0 | 0% | 0 | 0% |
| ملصقات تعبيرية متحركة "اموجن" | 0 | 0% | 10 | 4% |
| ملصقات تعبيرية ثابتة | 0 | 0% | 4 | 1% |
| المجموع | 137 | 100% | 324 | 100% |

من خلال الجدول رقم (15) يوضح شكل التفاعل حيث نسبة التفاعل للرسالة في فيديو رابح ماجر يقدر بنسبة 100% مقارنة حفيظ دراجي فقدت النسبة بـ 95% أما بالنسبة للفيديو فقدت عند رابح ماجر و حفيظ دراجي بنسبة 00% النهار الملصقات التعبيرية المتحركة "اموجن" عند رابح قدت بـ 00% أما بالنسبة حفيظ دراجي فقدت بنسبة 4% الملصقات التعبيرية الثابتة عند رابح بنسبة 00% أما بالنسبة حفيظ دراجي فقدت بنسبة 1% ومقارنة لشكل التفاعل بالنسبة حفيظ نال اكبر نسبة تفاعل على غرار رابح

الاطار التطبيقي

جدول رقم (16)

| حفيظ دراجي | | رابح ماجر | | محتوى التفاعل |
|------------|---------|-----------|---------|---------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 92% | 300 | 63% | 87 | إيجاب |
| 8% | 24 | 37% | 50 | سلب |
| 100% | 324 | 100% | 137 | المجموع |

من خلال الجدول رقم (16) والذي يوضح محتوى التفاعل حيث كانت النسبة الكبيرة هي الإيجاب عند حفيظ دراجي قدرت بنسبة 92% وهذا ما دل على أن الشعب الجزائري مهتم بالقضية، وتؤكدهم من أن رابح ماجر كان سبب في سقوطه لعدم كفاءته ومقارنة برابح ماجر فقدرت ب87% أما الجانب السلبي فقدرت بنسبة 8% لحفيظ مقارنة بفيديو رابح ماجر فقدرت ب37%

جدول رقم (17)

| حفيظ دراجي | | رابح ماجر | | اللغة المستعملة في التفاعل |
|------------|---------|-----------|---------|----------------------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 0% | 0 | 0% | 0 | عربية |
| 4% | 14 | 21% | 30 | فرنسية |
| 87% | 280 | 65% | 90 | لهجة عامية |
| 9% | 30 | 14% | 17 | عربية مفرنسة |
| 0% | 0 | 0% | 0 | مختلطة |
| 100% | 324 | 100% | 137 | المجموع |

من خلال الجدول رقم (17) والذي كان يوضح اللغة المستعملة في التفاعل بالنسبة للهجة العامية لفيديو رابح قدرت ب65% أما حفيظ دراجي قدر ب87% بالنسبة للعربية المفرنسة لفيديو رابح قدرت ب38% أما حفيظ دراجي قدر ب9% بالنسبة للفرنسية في فيديو رابح قدرت ب30 أما حفيظ دراجي قدر ب4% وتبقى العربية والمختلطة منعدمة بنسبة 0%. وهذا كافي من ان نقول ان طريقة ايبصال الفكرة لها دور في كسب الجمهور.

واستنتاجا لما سبق أن اللغة الأكثر استخداما هي اللهجة العامية

جدول رقم (18)

| حفيظ دراجي | | رابح ماجر | | حجم الإعجابات |
|------------|---------|-----------|---------|---------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 0% | 0 | 0% | 0 | 100=10 |
| 100% | 1 | 100% | 1 | 1000=100 |

الاطار التطبيقي

| | | | | |
|------|---|------|---|------------|
| 0% | 0 | 0% | 0 | 10000=1000 |
| 100% | 1 | 100% | 1 | المجموع |

_من خلال جدول رقم (18) يوضح حجم الإعجابات حيث كان عدد الإعجابات في فيديو حفيظ دراجي و رابح ماجر محصور في الفئة من 1000 = 10000 فقدرت بنسبة 100 ، حيث كان عدد المعجبين في بود كاست حفيظ 362 معجب أما رابح ماجر فكان عدد المعجبين 132 ومنه نستنتج أن الفيديوهين كلاهما نال الإعجاب بنسبة كبيرة وحسب الفئة

جدول رقم (19)

| حفيظ دراجي | | رابح ماجر | | حجم المشاركات |
|------------|---------|-----------|---------|------------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 0% | 0 | 100% | 1 | 1000000=500 |
| 100% | 1 | 0% | 0 | 20000000=1000000 |
| 0% | 0 | 0% | 0 | 20000000 فأكثر |
| 100% | 1 | 100% | 1 | المجموع |

_من خلال الجدول رقم (19) والذي يوضح حجم المشاركات حيث حصر فيديو دراجي في الفئة ما بين 1000000=20000000 وقدرت نسبته 100% ، حيث كان عدد المشاركات لدى الفيديو تقدر بـ 978532

أما فيديو رابح فحصر في الفئة ما بين 1000000=500 وقدرت نسبته بـ 100% فكان عدد المشاركين 71592

ومنه نستنتج أن الفيديو الأكثر مشاركة هو فيديو دراجي كون القضية أيضا هنا تمس الجمهور

جدول رقم (20)

| حفيظ دراجي | | رابح ماجر | | التعليقات |
|------------|---------|-----------|---------|-----------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 0% | 0 | 00% | 0 | 100=10 |

الاطار التطبيقي

| | | | | |
|------|---|------|---|------------|
| 100% | 1 | 100% | 1 | 1000=100 |
| 00% | 0 | 0% | 0 | 10000=1000 |
| 100% | 1 | 100% | 1 | المجموع |

_ من خلال جدول رقم (20) يوضح حجم التعليقات حيث كان عدد التعليقات في فيديو كل من حفيظ دراجي ورابع ماجر محصور في الفئة من 1000 = 10000 فقدرت بنسبة 100%

ومنه يمكن القول أن كلا الفيديوهين كسب نسبة متساوية تعليقات وحسب الفئة

وفي الأخير ويمكن أن ندمج فئة التفاعلات و حسب النتيجة التي توصلنا إليها ان اختلاف الجمهور نتيجة اختلاف القضية والموضوع

الاستنتاجات الجزئية للقضية الثالثة :

_ومن خلال جل ماسبق والتحليل الكمي والكيفي للجدول توصلت في دراستي إلى النتائج الجزئية للقضية الثالثة محل الدراسة:

_ فمن جانب القطة المستخدمة لدى حفيظ وماجر كان صدرية ،أما بالنسبة للزاوية الغالبة فكانت زاوية منتصف النظر، وهذا يعود إلى طبيعة الموضوع والمكان محل التصوير

_أما بالنسبة لطبيعة الفيديو فكانت تحكي عن الرياضة في كلتا الفيديوهين ، أما لحفيظ فما بالقليل إلى الجانب الاجتماعي حيث تطرق هنا إلى ربط العلاقة بالجمهور .

_أما من جانب ميكانيزمات الاتصال يعتبر اختيار الطريقة أو الآليات سبب كافي لتدعيم الموضوع أو الفكرة والرسالة المراد إيصالها سواء كانت للجمهور أو الطرف الأخرى محل الظاهرة

_ أما بالنسبة لحقيقة اللجوء إلى الترشق يعود إلى احتدام الصراع بين الأطراف المتراشقة ينتج عن بعض الصراعات المختلفة والتي تكون في الحقيقة وتمثلت هنا في الأسباب الحقيقية التي دهبث بالمنتخب الوطني إلى التهلكة

_ كما أن اختلاف الأطراف الفاعلة تختلف حسب طبيعة الموضوع

وأيضاً اختلاف الجمهور المستهدف يختلف بموجب اختلاف الموضوع محل الدراسة

_ومنه تعود طبيعة العبارات التي يستخدمها المتراشق حسب شخصيته وحسب الموضوع المعالج من طرف الأطراف المتراشقة والمتفاعلة محل الظاهرة

الاطار التطبيقي

_ بالنسبة للسّمات فهي تختلف حسب طبيعة الموضوع فمثلا حفيظ استهزأ بمدرّب المنتخب الوطني واتهمه بعدم الكفاءة وعدم القدرة على تحمل المسؤولية، اما بالنسبة لرابح فاتهم حفيظ بالخائن ومستفز لوطنه

_ أما بالنسبة لفئة الهدف من هذا الترشق هو توضيح حقيقة المدرّب رابح ماجر ووضعه أمام الواقع ويمكن أن نقول عن شكل التفاعل يختلف حسب الطريقة التي يختارها للتفاعل أو بإدلاء رأيه وهذا لا يكون إلا بإحدى الطرق المقترحة من خلال استمارة تحليل المحتوى ،كما يعود محتوى التفاعل أيضا إلى الطريقة التي يتخذها احد الطرفين لكسب اكبر نسبة من المتفاعلين

_ أما بالنسبة للغة المستعملة في تعود إلى طبيعة وهيئة مقدم الرسالة وفي الأخير يمكن أن نقول عن الاعجابات والتعليقات والمشاركات المحتواة داخل هذه القضية كانت عبارة عن ردود أفعال وأراء المتفاعلين وخاصة الجمهور الرياضي ،مساندا حفيظ دراجي على كل الأقوال الواردة منه وثبوت الاتهامات على المدرّب رابح ماجر

القضية الرابعة:

فئة الشكل "كيف قيل":

جدول رقم (1)

| اللغة المستعملة | أحلام | | نوال | |
|-----------------|---------|--------|---------|--------|
| | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة |
| عربية فصحي | 1 | 20% | 2 | 30% |
| أجنبية | 0 | 0% | 0 | 0% |
| لهجة عامية | 8 | 80% | 4 | 70% |
| مختلطة | 1 | 10% | 0 | 0% |
| المجموع | 10 | 100% | 6 | 100% |

- من خلال الجدول رقم(1) والذي يمثل اللغة المستخدمة من الطرفين المتراشقين،حيث أن نسبة استخدام اللغة العربية الفصحى عند أحلام كانت تقدر % 30 مقارنة باستخدام نوال اللغة العربية الفصحى كانت بنسبة %30 كما أن الفنانة أحلام استخدم اللهجة العامية بنسبة %80،والتي استخدمتها في الترشق مقارنة نوال وكانت تقدر بنسبة %70

الاطار التطبيقي

أما بالنسبة للمختلطة فكانت بنسبة 10% حيث أنها تعتبر أكبر نسبة مقارنة بفيديو نوال بنسبة منعدمة قدرت ب 00% .

ومن خلال الجدول بالنسبة للطرفين أن اللهجة العامية هي الغالبة والتي يمكن الوصول من خلالها الى نسب عالية من الجمهور المستهدف

جدول رقم (2)

| نوال | | أحلام | | المؤثرات الصوتية |
|--------|---------|--------|---------|------------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 0% | 0 | 100% | 1 | موجودة |
| 100% | 1 | 0% | 0 | غير موجودة |
| 100% | 1 | 100% | 1 | المجموع |

_ من خلال الجدول رقم (2) والذي يمثل فئة المؤثرات الصوتية حيث أنها كانت موجودة بنسبة 100% في فيديو أحلام، والتي تمثلت بالصوات الطاحكة والاستفزازية، ومقارنة بفيديو نوال كانت منعدمة بنسبة 100% ، أي غير موجودة .

جدول رقم (3)

| نوال | | أحلام | | الخلفية |
|--------|---------|--------|---------|---------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 100% | 1 | 0% | 0 | ثابتة |
| 0% | 0 | 100% | 1 | متحركة |
| 100% | 1 | 100% | 1 | المجموع |

_ من خلال الجدول رقم (3) والذي يوضح لنا خلفية الفيديو حيث كانت متحركة بنسبة 100% في فيديو أحلام مقارنة بالنسبة لفيديو نوال حيث أنها كانت ثابتة بنسبة 100% .

ومن هنا يمكن القول ان استخدام خلفية الفيديو راجع لطبيعة الموضوع والمكان محل التصوير .

جدول رقم (4)

| نوال | أحلام | اللقطات المستخدمة |
|------|-------|-------------------|
|------|-------|-------------------|

الاطار التطبيقي

| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
|--------|---------|--------|---------|---------------|
| 20% | 1 | 42% | 6 | اللقطة العامة |
| 0% | 0 | 15% | 2 | النصف عامة |
| 0% | 0 | 0% | 0 | الكبيرة جدا |
| 40% | 2 | 29% | 4 | الصدرية |
| 20% | 1 | 0% | 0 | الخصرية |
| 0% | 0 | 7% | 1 | الأمريكية |
| 20% | 1 | 7% | 1 | المتوسطة |
| 100% | 5 | 100% | 14 | المجموع |

من خلال الجدول رقم (4) والذي يمثل اللقطات المستخدمة في كل من الفيديو الأول والثاني ، بالنسبة للقطعة العامة والتي كانت تمثل نسبة 42% مقارنة بفيديو نوال والتي كانت تمثل 20% ، أما اللقطة النصف عامة كانت تقدر بنسبة 15% مقارنة بفيديو نوال كانت اللقطة النصف عامة منعدمة بنسبة 00% .

أما بالنسبة للقطعة الصدرية فكانت تمثل 29% بالنسبة لفيديو أحلام ،مقارنة بفيديو نوال كانت تمثل 40%

أما اللقطة الخصرية في محتوى فيديو أحلام كانت تقدر بنسبة 00% ،مقارنة بفيديو نوال فقد مثلت اللقطة الخصرية بنسبة 20% أما اللقطة الأمريكية فكانت تقدر بنسبة 7% مقارنة بفيديو نوال كانت منعدمة بنسبة 00% .

وأخيرا اللقطة المتوسطة والتي كانت تقدر بنسبة 7% للفنانة أحلام ،مقارنة بفيديو نوال فقد كانت النسبة فيها تقدر ب 20% .

ومنه يمكن القول أن اللقطة الأكثر استخداما وبروزا للشخصية المتراشقة في كل من الفيديو الأول والثاني هي اللقطة الصدرية .

جدول رقم(5)

| نوال | | أحلام | | زوايا التصوير |
|--------|---------|--------|---------|-----------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 0% | 0 | 40% | 4 | الزاوية الغطسية |
| 100% | 1 | 60% | 6 | مستوى النظر |
| 0% | 0 | 0% | 0 | ضد الغطسية |
| 100% | 1 | 100% | 10 | المجموع |

_ من خلال الجدول رقم (5) والذي يمثل لنا زوايا التصوير التي استخدمت في الفيديو ،حيث كان استخدام الزاوية الغطسية بنسبة 40% والتي كانت تمثل الجو العام من خلال تصوير فيديو أحلام مقارنة

الاطار التطبيقي

بالفيديو الثاني لنوال فكانت منعومة 00%، أما بالنسبة لزاوية مستوى النظر فقد مثلت 60% في فيديو أحلام ومقارنة بفيديو نوال بنسبة 100% والتي كانت من بداية تصوير الفيديو إلى نهايته ، أما بالنسبة للزاوية ضد الغطسية نهايته ،أما الزاوية ضد الغطسية كانت منعومة بنسبة 00% .
ومن هنا نستنتج أن الزاوية الغالب استخدامها هي زاوية مستوى النظر .

****فئة المضمون "مادا قيل":**

رقم (6)

| نوال | | أحلام | | نسبة المشاهدة |
|--------|---------|--------|---------|---------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 0% | 0 | 0% | 0 | عالية |
| 100% | 1 | 100% | 1 | متوسطة |
| 0% | 0 | 0% | 0 | ضئيلة |
| 100% | 1 | 100% | 1 | المجموع |

_ من خلال جدول الرقم (6) والذي يمثل نسبة المشاهدة ،حيث أخذ فيديو نوال مشاهدة عالية بنسبة 100% وهذا لكون الموضوع مثير للجدل ، أما بالنسبة للمشاهدة في فيديو أحلام مقارنة بفيديو نوال فكانت ضئيلة بنسبة 00% لأن أحلام كانت توصف بالمتكبرة والمغرورة

جدول رقم (7)

| نوال | | أحلام | | طبيعة الفيديو |
|--------|---------|--------|---------|---------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 0% | 0 | 0% | 0 | سياسي |
| 0% | 0 | 0% | 0 | اجتماعي |
| 0% | 0 | 0% | 0 | رياضي |
| 100% | 1 | 100% | 1 | فني |
| 0% | 0 | 0% | 0 | مختلط |
| 100% | 2 | 100% | 1 | المجموع |

_ من خلال جدول رقم (7) والذي يوضح طبيعة الفيديو ، حيث كانت نسبة كلا الفيديوهين الفنانة أحلام والفنانة نوال كان فني بنسبة 100%، وهذا يعود لطبيعة الموضوع
أما بالنسبة للمجالات الأخرى السياسي والاجتماعي والرياضي والمختلط كانت منعومة بنسبة 00%

جدول رقم (8)

| نوال | | أحلام | | ميكانيزمات الاتصال |
|--------|---------|--------|---------|--------------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |

الاطار التطبيقي

| | | | | |
|------|---|------|---|--------------------|
| 0% | 0 | 0% | 0 | بودكاست |
| 0% | 0 | 0% | 0 | تسجيل صوتي |
| 50% | 1 | 50% | 1 | فيديو |
| 0% | 0 | 0% | 0 | كتابة عادية |
| 50% | 1 | 50% | 1 | مشاركات المتفاعلين |
| 100% | 1 | 100% | 1 | المجموع |

_ من خلال جدول رقم (8) والذي يوضح ميكانيزمات الاتصال بين الطرفين ، كان بالنسبة لكلا الفيديو هين عبارة عن فيديو بنسبة 50% ، أما مشاركة المتفاعلين فكانت بنسبة 50% لكلا من الفيديو هين. وهذا لكون جمهور الفنانين الحلوميين والكويتيين يعتبران المحك الاساسي لخلق المشاكل بين احلام ونوال.

ومنه يمكن القول ان كل من جمهور أحلام ونوال كان له علاقة في الصراع بينهما أما الآليات الأخرى التسجيل الصوتي والكتابة العادية و البودكاست لكلا الطرفين كانت النسبة فيهم منعدمة %00.

جدول رقم (9)

| نوال | | أحلام | | حقيقة اللجوء إلى التراسق |
|--------|---------|--------|---------|---------------------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 60% | 6 | 00% | 0 | إثارة أعصاب الخصوم |
| 20% | 2 | 60% | 6 | التباهي والإعجاب بالشخصية |
| 20% | 2 | 40% | 4 | إبراز شخصية المتراسق |
| 00% | 0 | 00% | 0 | أسباب موضوعية وحقيقية |
| 100% | 10 | 100% | 10 | المجموع |

_ من خلال جدول رقم (9) والذي كان يوضح حقيقة اللجوء إلى التراسق اللفظي ، كان اغلب الفيديو لأحلام يتحدث عن التباهي والإعجاب بالشخصية المتراسق وكانت النسبة تقدر ب 60% ، حيث كانت تتحدث عن شخصيتها بأمر مبالغ فيه ، أما بالنسبة لإبراز شخصية المتراسق بنسبة 40% باستعماله للانا وتوظيف عبارات تدل على الرد القوي من طرف أحلام. أما العبارتان إثارة أعصاب الخصوم ، الأسباب الموضوعية والحقيقية فكانت النسبة منعدمة 00%.

ومقارنة لفيديو نوال كانت الجملة الغالبة في الموضوع ، إثارة أعصاب الخصوم والتي مثلت النسبة 60% والسبب من ذلك ان نوال كانت تلعب على أعصاب أحلام بكل برودة، أما بالنسبة التباهي والإعجاب بشخصية المتراسق وإبراز شخصية المتراسق فكانت بنسبة 20%، أما الأسباب الموضوعية والحقيقية كانت منعدمة بنسبة 00%

الاطار التطبيقي

جدول رقم (10)

| نوال | | أحلام | | الأطراف الفاعلة |
|--------|---------|--------|---------|-----------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 100% | 1 | 100% | 1 | شخصيات فنية |
| 0% | 0 | 0% | 0 | شخصيات رياضية |
| 0% | 0 | 0% | 0 | شخصيات سياسية |
| 0% | 0 | 0% | 0 | شخصيات عادية |
| 100% | 1 | 100% | 1 | المجموع |

_ جدول رقم (10) يوضح فئة الأطراف الفاعلة في الترشق.

بالنسبة لكلا الفيديو هين كانت الأطراف الفاعلة في الفيديو هي شخصيات فنية والتي كانت نسبتها تقدر ب100%

،أما بالنسبة للشخصيات السياسية والشخصيات العادية والشخصيات الرياضية كانت منعدمة بنسبة 00% كونها لا تخدم الموضوع.

جدول رقم (11)

| نوال | | أحلام | | الجمهور المستهدف |
|--------|---------|--------|---------|------------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 0% | 0 | 0% | 0 | جمهور عام |
| 100% | 1 | 100% | 1 | جمهور خاص |
| 100% | 1 | 100% | 1 | المجموع |

_ من خلال جدول رقم (11) والذي يوضح فئة الجمهور المستهدف بالنسبة لفيديو أحلام وفيديو نوال

كان يضم الجمهور الخاص والتي كانت نسبتته تقدر ب 100% ،والذي يضم جمهور احلام ونوال

أما الجمهور العام فكان منعدم بنسبة 00% لكلا الفيديو هين

جدول رقم (12)

| نوال | | أحلام | | طبيعة العبارات الترشقية |
|--------|---------|--------|---------|-------------------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |

الاطار التطبيقي

| | | | | |
|------|----|------|----|--------------------|
| 0% | 0 | 15% | 2 | تتضمن حقائق واقعية |
| 80% | 8 | 85% | 12 | صراعات وأمور وهمية |
| 20% | 2 | 0% | 0 | أمور أخرى |
| 100% | 10 | 100% | 14 | المجموع |

من خلال الجدول رقم (12) والذي يوضح لنا طبيعة العبارات التراشقية ،حيث كان فيديو أحلام يتضمن حقائق واقعية بنسبة 15% ،وهذا لسبب ما صرحت به أحلام من خلال الفيديو ،أما العبارة الثانية والتي كانت تحمل صراعات وأمور وهمية فكانت نسبتها 85% ،أما بالنسبة للأمور الأخرى فكانت نسبتها تقدر فكانت منعدمة بنسبة 00%

ومقارنة لفيديو نوال فقد كانت الصراعات والأمور الوهمية بنسبة 80% ولسبب أنها تنقيد بجمهورها سواء في الصواب أو الخطأ،أما بالنسبة للمواضيع الأخرى فكانت بنسبة 20% والتي ربطتها نوال بالحفلات والملتقيات ... الخ أما بالنسبة للحقائق الواقعية فكانت منعدمة بنسبة 00%

جدول رقم (13)

| نوال | | أحلام | | فئة السمات |
|--------|---------|--------|---------|------------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 22% | 2 | 0% | 0 | الاستهزاء |
| 0% | 0 | 20% | 2 | السخرية |
| 33% | 3 | 30 | 3 | التعظيم من الشأن |
| 45% | 4 | 20% | 2 | الابتزاز |
| 0% | 0 | 30% | 3 | المدح والمجاملة |
| 0% | 0 | 0% | 0 | السب والشتم |
| 100% | 9 | 100% | 10 | المجموع |

من خلال الجدول رقم (13) والذي يوضح فئة السمات بالنسبة لفيديو أحلام أن الفئة الأكثر تكرارا هي سمة التعظيم من الشأن والمدح والمجاملة حيث قدرت بنسبة كل منهما 30% فأحلام مشهورة بغرورها ولا احد مثله كقولها على المتضرر اللجوء إلى القضاء ،أما فئة الابتزاز والسخرية فقدت نسبتها ب 20% حيث كانت أحلام تستصغر نوال وراية نفسها عليها تستخدم ،أما بالنسبة للاستهزاء والسب والشتم فكانت منعدمة بنسبة 00% .ومقارنة بفيديو نوال فاستعملت سمة الابتزاز حيث كانت نسبة تقدر ب45% باستعمالها طبعاً بردها وأسلوبها الغير لبق .أما بالنسبة لسمة التعظيم من الشأن حيث قدرت ب33% وهذا باعتراف منها ولقبها الجديد الذي لقبت به بعد حفلتها ،أما بالنسبة للاستهزاء كان بنسبة

الاطار التطبيقي

22% لقولها أنها لن تعلق عن ما يجري فنوال تبقى نوال حيث أن هذه العبارة تنقص من شان أحلام، أما بالنسبة للسخرية والمدح والمجاملة والسب والشتم كانت منعدمة بنسبة 00%

جدول رقم (14)

| نوال | | أحلام | | فئة الهدف |
|--------|---------|--------|---------|----------------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 0% | 0 | 20% | 1 | الاندفاع والتهمج |
| 34% | 1 | 40% | 2 | الدفاع عن النفس |
| 0% | 0 | 20% | 1 | ردع الخصوم |
| 66% | 2 | 20% | 1 | السخرية |
| 0% | 0 | 0% | 0 | الدفاع عن طرف الخصوم |
| 100% | 3 | 100% | 5 | المجموع |

من خلال جدول رقم (14) والذي كان يوضح فئة الهدف حيث كان الهدف الأكثر نسبة في فيديو أحلام الدفاع عن النفس والذي قدر بنسبة 40%، حيث كانت أحلام بالدفاع عن نفسها أنها هي لم تكن لها أية علاقة في القضية، أما بالنسبة للاندفاع والتهمج وردع الخصوم والسخرية كانت بنسبة 20% حيث تهجمت أحلام على نوال واتهمتها بالظلم، وعملت أيضا على إسكاتها بألفاظ مشينة، أما بالنسبة للدفاع عن طرف الخصوم كانت منعدمة 00% ومقارنة بفيديو نوال فكانت الفئة الأكثر نسبة السخرية وقدرت بنسبة 66% أما بالنسبة إلى الدفاع عن النفس فقدر بنسبة 34، حيث أنها كانت ترد عن هجوم الفنانة أحلام، أما الفئات الأخرى الاندفاع والتهمج وردع الخصوم والدفاع عن طرف الخصوم فكانت منعدمة بنسبة 00% .

جدول رقم (15)

| نوال | | أحلام | | شكل التفاعل |
|--------|---------|--------|---------|-------------------------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| 93% | 110 | 84% | 3035 | رسالة |
| 0% | 0 | 0.55% | 20 | فيديو |
| 7% | 9 | 2.20% | 80 | ملصقات تعبيرية متحركة "اموجن" |
| 0% | 0 | 13.25% | 500 | ملصقات تعبيرية ثابتة |
| 100% | 119 | 100% | 3635 | المجموع |

الاطار التطبيقي

من خلال الجدول رقم (15) يوضح شكل التفاعل حيث نسبة التفاعل للرسالة في فيديو احلام يقدر بنسبة %84 مقارنة بنوال فقدرت النسبة ب93 اما بالنسبة للفيديو فقدر عند احلام ب0.55 اما بالنسبة لنوال فقدر ب%00

المصقات التعبيرية المتحركة "اموجن" عند احلام قدرت ب%2.20 اما بالنسبة لنوال فقدرت بنسبة %7 المصقات التعبيرية الثابتة عند احلام بنسبة %13.25 أما بالنسبة لنوال فقدرت بنسبة %00 ومقارنة لشكل التفاعل بالنسبة لأحلام نال اكبر نسبة تفاعل على غرار نوال .

جدول رقم (16)

| محتوى التفاعل | أحلام | | نوال | |
|---------------|---------|--------|---------|--------|
| | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة |
| إيجاب | 567 | %16 | 100 | %85 |
| سلب | 3068 | %84 | 19 | %15 |
| المجموع | 3635 | %100 | 324 | %100 |

من خلال الجدول رقم (16) والذي يوضح محتوى التفاعل حيث كانت النسبة الكبيرة هي الإيجاب عند أحلام قدرت بنسبة %16 ومقارنة بنوال فقدرت ب%85 أما الجانب السلبي فقدر بنسبة %84 لأحلام مقارنة بفيديو نوال فقدر ب %15

جدول رقم (17)

| اللغة المستعملة في التفاعل | أحلام | | نوال | |
|----------------------------|---------|--------|---------|--------|
| | التكرار | النسبة | التكرار | النسبة |
| عربية | 3075 | %84 | 90 | %75 |
| فرنسية | 0 | %0 | 0 | %0 |
| لهجة عامية | 0 | %0 | 0 | %0 |
| عربية مفرنسة | 0 | %0 | 0 | %0 |
| مختلطة | 560 | %16 | 29 | %25 |
| المجموع | 3635 | %100 | 119 | %100 |

من خلال الجدول رقم (17) والذي كان يوضح اللغة المستعملة في التفاعل، بالنسبة للعربية لفيديو أحلام قدرت ب%84 أما نوال قدر ب75، اللغة المختلطة لفيديو أحلام قدرت ب%16 أما نوال قدر ب%25 بالنسبة للفرنسية والعربية المفرنسة واللهجة العامية منعدمة بنسبة %00 .

ومنه يمكن القول أن اللغة الأكثر استخداما هي العربية .

الاطار التطبيقي

جدول رقم (18)

| نوال | | أحلام | | حجم الإعجابات |
|--------|---------|--------|---------|---------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| %0 | 0 | %0 | 0 | 100=10 |
| %100 | 1 | %0 | 0 | 1000=100 |
| %0 | 0 | %100 | 1 | 10000=1000 |
| %100 | 1 | %100 | 1 | المجموع |

من خلال جدول رقم (18) يوضح حجم الإعجابات حيث كان عدد الإعجابات في فيديو احلام محصور في الفئة من 1000 = 10000 فقدرت بنسبة %100 حيث كان عدد العجيبين 3073

أما بالنسبة لفيديو نوال فكان عدد الإعجابات محصور في الفئة من 10 = 100 فقدرت نسبتها %100 فكان عدد المعجبين 98 ومنه يمكن القول أن الفيديو الذي نال الإعجاب بنسبة كبيرة وحسب الفئة كان فيديو أحلام

جدول رقم (19)

| أحلام | | نوال | | حجم المشاركات |
|--------|---------|--------|---------|------------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| %0 | 0 | %100 | 1 | 1000000=500 |
| %100 | 1 | %0 | 0 | 20000000=1000000 |
| %0 | 0 | %0 | 0 | 20000000 فأكثر |
| %100 | 1 | %100 | 1 | المجموع |

من خلال الجدول رقم (19) والذي يوضح حجم المشاركات حيث حصر فيديو أحلام في الفئة ما بين 1000000 = 20000000 وقدرت نسبته %100، حيث كان عدد المشاركات بـ 1786244

أما فيديو نوال فحصر في الفئة ما بين 500 = 1000000 وقدرت نسبته بـ %100، حيث كانت عدد المشاركات فيه 44391 ومنه نقول ان الفيديو الأكثر مشاركة هو فيديو أحلام

جدول رقم (20)

| نوال | | أحلام | | التعليقات |
|--------|---------|--------|---------|------------|
| النسبة | التكرار | النسبة | التكرار | |
| %100 | 1 | %00 | 0 | 100=10 |
| %0 | 0 | %100 | 1 | 1000=100 |
| %00 | 0 | %0 | 0 | 10000=1000 |
| %100 | 1 | %100 | 1 | المجموع |

الاطار التطبيقي

_ من خلال جدول رقم (20) يوضح حجم التعليقات حيث كان عدد التعليقات في فيديو أحلام محصور في الفئة من 1000 = 10000 فقدرت بنسبة 100% ،حيث كان عدد التعليقات 3635

أما بالنسبة لفيديو نوال فكان عدد التعليقات محصور في الفئة من 10 = 100 فقدرت نسبتها 100% ،فكان عدد التعليقات 119

ومنه نقول أن الفيديو الذي كسب أكثر نسبة تعليقات وحسب الفئة كان فيديو أحلام

الاستنتاجات الجزئية الخاصة بالقضية الرابعة:

_ومن خلال جل ما سبق والتحليل الكمي والكيفي للجداول توصلت في دراستي إلى النتائج الجزئية للقضية الرابعة محتوى الدراسة:

_ فمن جانب اللقطات المستخدمة لدى أحلام كانت مختلفة وبارزة، على غرار اللقطة المستخدمة لدى نوال فكانت صدرية ،أما بالنسبة للزاوية الغالبة فكانت زاوية منتصف النظر، وهذا يعود إلى طبيعة الموضوع والمكان محل التصوير

_أما بالنسبة لطبيعة الفيديو فكان يحكي عن الجانب الفني لكون الشخصيات المدروسة في القضية شخصيات فنية .

_أما من جانب ميكانيزمات الاتصال يعتبر اختيار الطريقة أو الآليات سبب كافي لتدعيم الموضوع أو الفكرة والرسالة المراد إيصالها سواء كانت للجمهور أو الطرف المتراشق الأخرى محل الظاهرة
_ أما بالنسبة لحقيقة اللجوء إلى الترشق يعود إلى احتدام الصراع بين الأطراف المتراشقة ينتج عن بعض الصراعات المختلفة والتي تمثلت في هذه القضية هي الامور الوهمية والخلافات التافهة والاسبقية نحو الشهرة والاسم

_ كما أن اختلاف الأطراف الفاعلة تختلف حسب طبيعة الموضوع

وأيضاً اختلاف الجمهور المستهدف يختلف بموجب اختلاف الموضوع محل الدراسة

_ومنه تعود طبيعة العبارات التي يستخدمها المتراشق حسب شخصيته وحسب الموضوع المعالج من طرف الأطراف المتراشقة والمتفاعلة محل الظاهرة

_ بالنسبة للسّمات فهي تختلف حسب طبيعة الموضوع فمثلاً أحلام لاعتزازها بنفسها ورؤيتها على الآخرين هو سبب وقوعها في خلافات مع الأطراف الأخر

الاطار التطبيقي

_ أما بالنسبة لفئة الهدف من هذا الترشق فمثلا وفي هذه القضية أن أحلام استفزت نوال، وحاولت نوال الرد عليها بطريقة استفزازية وأكثر شدة

ويمكن أن نقول عن شكل التفاعل يختلف حسب الطريقة التي يختارها للتفاعل أو بإدلاء رأيه وهذا لا يكون إلا بإحدى الطرق المقترحة من خلال استمارة تحليل المحتوى، كما يعود محتوى التفاعل أيضا إلى الطريقة التي يتخذها احد الطرفين لكسب اكبر نسبة من المتفاعلين

_ أما بالنسبة للغة المستعملة في تعود إلى طبيعة وهيئة مقدم الرسالة

وفي الأخير يمكن أن نقول من بين استراتيجيات استخدام الفنانين هو الفضاء الالكتروني والانتشار ضمن موقع اليوتيوب وبدليل احلام ونوال واحتدام الصراع بينهما بسبب الجمهور وردود افعاله عن طريق التفاعلات

3-نتائج الدراسة:

بعد الدراسة التحليلية التي أجريتها على عينة من فيديوهات اليوتيوب وذلك باستخدام تحليل

المحتوى توصلت إلى مجموعة من الإجابات عن التساؤلات وكانت أبرزها:

أولاً:ماهي مظاهر الترشق اللفظي عبر موقع اليوتيوب؟

وتوصلت من خلال الدراسة معظم المظاهر تكون نتيجة تعرض الاختلاف بين فردين أو

أكثر لتسوية رأي ما أو إظهار حقيقة معينة أو للتصفية الحسابات أو ردود على أقوال وأفعال سابقة.

ثانياً:أما بالنسبة للغة المستعملة فتمثلت في اللهجة العامية في العموم واللغة العربية في

الخصوص ،وهذا راجع لطبيعة العينة التي طبقت عليها الدراسة.

ثالثاً:أما بالنسبة للمشاركات أيضا فمتعلقة بالشخصيات المتراشقة فيما بينها والجمهور المتلقي.

رابعاً:أما بالنسبة للقضايا المتناولة في عينة الدراسة فقد تختلف حسب اختلاف المجال

والشخصية المدروسة ،وقد تم حصرها بين القضايا السياسية والاجتماعية والفنية والرياضية.

خامساً:وتعود طبيعة العبارات الترشقية وتضمن كلا الموضوعين شمس الدين العمراني و السيد أحمد

أويحي وقناة النهار وكل من حفيظ دراجي ورايح ماجر كانت نتيجة الصراع بينهم أمور حقيقية واجتماعية

أما بالنسبة لموضوع أحلام ونوال الكويتية

وكانت عبارة عن أمور وهمية ولا تستدعي النظر بالقضية بما أنها لاتمثل الراي العام ولا تهم المجتمع

كون،الموضوع يهم جماهير الفنانين الحلوميين (جمهور أحلام)وجمهور نوال. سادساً:ويعود عوامل

وأسباب انتشار الترشق اللفظي عبر موقع اليوتيوب مواكبة العصرنة وتطبيق التكنولوجيا بوتيرة سريعة

أدى الي ظهور العديد من الظواهر الخطيرة في المجتمع الافتراضي ومن بينها الترشق،وهذا الترشق

يخلق نتيجة توترات وخلافات، و اليوتيوب يعتبر ساحة المواجهة لجمع المشاركات والاعجابات

والتعليقات وغيرها من الامور الاخرى

نتائج الدراسة

سابعاً :واخيرا بالنسبة للوحدات المستعملة فقد تم اختيار وحدة الموضوع او الفكرة وتدل على محتوى الموضوع وما يدور فيه ،اما في ما يخص وحدة الكلمة فتمثلت في تلك الالفاظ والاقوال التي دارت بين افراد العينة محل الدراسة

خاتمة

خاتمة

كانت هذه الدراسة عبارة عن رحلة عابرة وقصيرة الامد تستهدف في جوهرها تسليط الضوء حول موضوع الترشق اللفظي عبد مواقع التواصل الاجتماعي اليوتيوب، فحاولت من خلال الدراسة ان الم بكل جوانب الموضوع وحيثياته فكانت نقطة البداية هي بناء استمارة تحليل المضمون، للتعرف على الصورة الحقيقية للترشق اللفظي في موقع اليوتيوب. فقامت بتحليل عينة مكونة من ثمانية فيديوهات حيث كانت تحمل مواضيع مختلفة المجالات، سياسية، فنية، اجتماعية، رياضية، وقد سمحت لي هذه الدراسة بإعطاء فكرة على موقع اليوتيوب وما يجرى فيه من ترشق لفظي من خلال الكشف عن أهم القضايا التي استخدم فيها الترشق والوصول إلي عوامل وأسباب انتشاره.

وقد اختلفت الشخصيات المتراشقة كما تختلف استعمال اللغة المراد استخدامها محل الظاهرة قصد الالهانة أو التباهي والاعتزاز بالنفس وغيرها من الأمور الأخرى.

ومن خلال النتائج يمكن أن نقول أن الاستخدام الكثير لموقع اليوتيوب أصبح مكان لتصفية الحسابات بين الأفراد المتخالفة فيما بينها.

وفي نهاية القول يبقى الهدف من هذه الدراسة التطلع والتنقيف والنهي عن السلوكيات ألا الأخلاقية

مثل الترشق، وتعتبر أيضا إضافة علمية للدراسات المهمة بمسار علوم الإعلام والاتصال.

هكذا كانت رحلة دراستي مصحوبة ببعض المشاكل والصعاب إلا أنها تمت بإذن السميع العليم .

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

المعجم باللغة العربية :

أ_ المعجم والقواميس :

- 1_ أحمد بن فارس بن زكريا القزويني الرازي: <<معجم مقاييس اللغة>> تحقيق محمد عبد السلام هارون، ج6، دار الفكر .
- 2_ جمال الدين محمد مكرم، ابن منظور: لسان العرب، ج2، ط1، دارصادر، بيروت، 1956.
- 3_ حيران مسعود: رائد الطلاب معجم لغوي عصري للطلاب، دار العلم الملايين، لبنان، ط23، 2003.
- 4_ عاطف غيث: قاموس علم الاجتماع، ط1، الهيئة المصرية للكتاب يمان الحارث الفاروقي، مكتبة لبنان 1988.
- 5_ محمد بن محمد بن عبد الرزاق+ الحسيني: تاج العروس من جواهر <القاموس، دار الهداية، الكويت، ج31، ط200، 1.
- 6_ قاموس المعجم الوسيط، اللغة العربية المعاصرة، قاموس عربي عربي المعاني الجامع.

الكتب:

- 10_ علي سعد: الاتجاهات الحديثة في علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2005.
- 11_ الطفي كمال: النظرية المعاصرة في علم الاجتماع، دار غريب للنشر والتوزيع، القاهرة، 1999.
- 12_ الحسن إحسان: النظريات الاجتماعية المتقدمة، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2005.
- 13_ نصير بوعلي: المفاهيم في المنظومة المعرفية الإعلامية عند عزي عبد الرحمان في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، مكتبة اقرأ، ط1، الجزائر، 2009.
- 14_ نصير بوعلي وآخرون: قراءات في نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، مكتبة اقرأ، ب. ط، الجزائر، 2009.
- 15_ نصير بوعلي: مفاتيح نظرية الحتمية القيمية في الإعلام، مقاربة بنيوية، مجلة كنوز الحكمة، العدد الثاني، مؤسسة كنوز الحكمة، 2009.
- 16_ نصير بوعلي: الإعلام والقيم، قراءة في نظرية المفكر الجزائري عزي عبد الرحمان، دارالهدى، ب. ط. عين مليلة، الجزائر، 2005.
- 17_ محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، ط1، دار النشر عالم الكتب.

قائمة المراجع

- 18_ عبد الرحمان عزي وآخرون :ثورة الصورة ،المشهد الإعلامي وفضاء الواقع ،مركز دراسات الوحدة العربية ،سلسلة كتب المستقبل العربي(57)،ط1،بيروت،لبنان،2008.
- 19_ عبد الرحمان عزي: دراسات في نظرية الاتصال نحو فكر إعلامي متميز، مركز دراسات الوحدة العربية ،سلسلة كتب المستقبل العربي (28)،بيروت،ط2003،1.
- 20_ عماد محمد فارس أبو كرش: السلوك الاجتماعي في ضوء القرآن الكريم ،دراسة ماجستير في التفسير وعلوم القرآن، الجامعة الإسلامية، غزة، 2009.
- 21_ خالد غسان يوسف المقدادي ،ثورة الشبكات الاجتماعية ،ماهية مواقع التواصل الاجتماعي ،دارالنفائس للنشر والتوزيع ،الأردن،2006.
- 22_ دوقان عبيدات كايد عبد الحق وآخرون :البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه،ط11،دار الفكر للنشر والتوزيع،الأردن،2000.
- 23_ يحيى اليحيوي ،العولمة والتكنولوجيا والثقافة ،طبعة1،دار الطليعة للنشر والتوزيع،2002.
- 24_ محمد منير حجاب:المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع ،ط،القاهرة،مصر،2004.
- 25_ صالح محمد الفوال:مناهج لبحث في العلوم الاجتماعية ،مكتبة غريب،بط،مصر،1982.
- 26_ محمود حسن إسماعيل :مبادئ علم الإتصال ونظريات التأثير ،دار العالمية للنشر والتوزيع، الهرم،ط2003،1.
- 27_ عبد الرحمان عزي:الفكر الإجمالي المعاصر والظاهرة الإعلامية الاتصالية ،بعض الأبعاد الحضارية ،دارالأمة ،ب. ط، الجزائر ،1995 .
- 28_ د.سناء سليمان:مشكلة العنف والعدوان بين الخير والشر والصواب والعدوان،عالم الكتب.
- 29_ محمد عبد الحميد،تحليل المحتوى في بحوث الإعلام،عالم الكتب،ط1،بيروت،1993..
- 30_ احمد الموصللي، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال، طبعة 1 ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر ، 2003 .
- 31-يوسف تمار ، تحليل المحتوى للباحثين و الطلبة الجامعيين ، ط 1 ، دار النشر طاكسيج كوم للدراسات و التوزيع ، الجزائر ، 2007 .
- 32_ريحي مصطفى عليان،عثمان محمد غنيم، مناهج وأساليب البحث العلمي"النظرية والتطبيق"،ط1،دار الصفاء للنشر والتوزيع،2000..
- 33_تقي الدين أبي بكر محمد الحسيني الدمشقي الشافعي :كفاية الأخبار في غاية الإختصار،دار الخير، دمشق،ط1994،1.
- 34_ عبد الرحمان عزي :الإعلام وتفكك البنيات القيمية في المنطقة العربية ،قراءة معرفية في الرواسب الثقافية ،دار المتوسطية للنشر والتوزيع ،ط1،تونس،2009

قائمة المراجع

35_ خالد غسان المقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية ، ط1، دار النفائس للنشر والتوزيع،الأردن،2013.
الاطروحات والمدكرات:

36_سهام قدور :الأبعاد القيمة في الثقافة العربية ،دراسة وصفية تحليلية في مضمون مجلة العربية ،مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال ،كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ،جامعة بسكرة،2014/2015.

37_محمد الفاتح حمدي :الإعلان في القنوات الفضائية العربية وانعكاساته في قيم الشباب الجزائري ،أطروحة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال ،كلية علوم الإعلام والاتصال،جامعة الجزائر 2013،2014/3.

38_سليمة قسيمة، صابرين قريبي :العنف اللفظي في مواقع التواصل الإجتماعي (تويترنموذج)،دراسة وصفية تحليلية لطلبة الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة 2015-2016.

المجلات:

39_راضي زاهر: استخدام مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي،مجلة التربية ،العدد05،جامعة عمان،2003.

40_حسن عوض:أثرمواقع التواصل الاجتماعي في التنمية المسؤولية المجتمعية لدى الشباب،جامعة القدس المفتوحة،برنامج التنمية الاجتماعية والأسرية .

المواقع الالكترونية :

<http://arabiawebisit.com> _41

<http://mawdoo3.com> _42

www.yotyobe.com<http://babblecas.com/83z> _43

<http://nmocon.uob.bb/download/book/arabic.pdf> _44

<https://badislounis.blogspot.com> _45

blog.post28.Htmmore _46

المراجع باللغة الاجنبية:

47_تأليف marting Gailz. ترجمة دكتورة هبة عجينة، مواقع التواصل الاجتماعي ،أدوات التعبير العصرية عبر الانترنت، المجموعة العربية للتدريب والنشر،8 شارع مدينة نصر-القاهرة،2016.

Free ,IL, ,Glencoe ,content Analysis in communication Research Bernard B
1952, press

قائمة المراجع

Zang,p.G.publicly private and privately public: social networking on youtube.
.communication 2007 ,13(1),article 18 journal computer .Mediateed

Ole H,content Analysis for Social Science and Humanities,Addition,1969,p12,Bernard B,Op cit,

Nassir bouli :lecturs sur la théori, déterminisme de la valeur moral de Z'information ,la bibliothèqueipraa ,constantine, Algérie,2009,.

الملاحق



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

جامعة قاصدي مرباح ورقلة

قسم علوم الإعلام و الاتصال

تخصص تكنولوجيا الاتصال الجديدة



مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر أكاديمي بعنوان

التراشق اللفضي عبر مواقع التواصل الاجتماعي

دراسة تحليلية لعينة من فيديوهات اليوتوب

أساتذتي الأفاضل :

في إطار إنجاز مذكرة لنيل شهادة الماستر أكاديمي تخصص تكنولوجيا الاتصال الجديدة، أضع بين أيديكم هذه الإستمارة ، و أرجو منكم مساعدتي في تحكيم الاستمارة و إفادتي بأراءكم حول فئات التحليل التي اتبعتها في تحليلي

و أشكركم على حسن تعاونكم معي ، و تقبلو مني كل الاحترام و التقدير .

تحت إشراف الاستاذ

بودربالة عبد القادر

من إعداد الطالبة :

أيمان سدراتي

استمارة تحليل المضمون

رقم الاستمارة:

١. البيانات الأولية:

عنوان الفيديو ١١

رابط الفيديو ١٢

تاريخ نشر الفيديو ١٣ ١٤ ١٥

مدة الفيديو ١٦ ١٧

٢. فئة الشكل "كيف قيل":

اللغة المستعملة ٢.١

٢.١.١ ٢.١.٢ ٢.١.٣ ٢.١.٤

المؤثرات الصوتية ٢.٢

٢.٢.١ ٢.٢.٢

خلفية الفيديو: ٢.٣

٢.٣.١ ٢.٣.٢

اللقطات المستخدمة: ٢.٤

٢.٤.١ ٢.٤.٢ ٢.٤.٣ ٢.٤.٤ ٢.٤.٥

زوايا التصوير: ٢.٥

٢.٥.١ ٢.٥.٢ ٢.٥.٣

نسبة المشاهدة: ٢.٦

٢.٦.١ ٢.٦.٢ ٢.٦.٣

III. فئة المضمون "ماذا قيل":

طبيعة الفيديو: III 1

III 1 5

III 1 4

III 1 3

III 1 2

III 1 1

III 2

ميكانيزماتا لإتصال بين الطرفين:

III 2 5

III 2 4

III 2 3

III 2 2

III 2 1

III 3

حقيقة اللجوء إلى الترشق:

III 3 4

III 3 3

III 3 2

III 3 1

III 4

الأطراف الفاعلة:

III 4 4

III 4 3

III 4 2

III 4 1

III 5

الجمهور المستهدف

III 5 2

III 5 1

III 6

طبيعة العبارات الترشقية:

III 6 3

III 6 2

III 6 1

III 7

فئة السمات:

III 7 6

III 7 5

III 7 4

III 7 3

III 7 2

III 7 1

III 8

فئة الهدف:

III 8 5

III 8 4

III 8 3

III 8 2

III 8 1

IV. بيانات عن المتفاعلين:

| | | | | |
|--------|--------|--------|--------|----------------------------|
| | | | IV 1 | شكل التفاعل |
| IV 1 4 | IV 1 3 | IV 1 2 | IV 1 1 | |
| | | IV 2 | | محتوى التفاعل |
| | | IV 2 2 | IV 2 1 | |
| | | IV 3 | | اللغة المستعملة في التفاعل |
| IV 3 5 | IV 3 4 | IV 3 3 | IV 3 2 | IV 3 1 |
| | | | IV 4 | حجم التفاعلات |
| | | IV 4 3 | IV 4 2 | IV 4 1 |

دليل استمارة تحليل المضمون

البيانات الأولية :

الرقم :

عنوان الفيديو:

رابط الفيديو:

تاريخ نشر الفيديو

مدة الفيديو :

فئة الشكل كيف قبل ؟

- اللغة المستعملة :

عربية فصلى عربية عامية أخرى

- المؤثرات الصوتية :

موجودة غير موجودة

- خلفية الفيديو :

ثابتة متحركة

- اللقطات المستخدمة :

العامة النصف عامة الكبيرة الصدرية الخصرية

الاريفية المتوسطة

-زوايا التصوير:

الزاوية الغطسية زاوية مستوى النظر الزاوية ضد الغطسية

- نسبة المشاهدة :

عالية ضئيلة متوسطة

فئة المضمون ماذا قيل؟

- طبيعة الفيديو :

سياسي اجتماعي ثقافي فني مزيج

الأطراف الفاعلة :

شخصيات فنية شخصيات رياضية شخصيات سياسية
شخصيات عادية

- الجمهور المستهدف :

جمهور فني جمهور سياسي جمهور رياضي آخر

- فئة الهدف :

ب- الاندفاع و التهجم الدفاع عن النفس ردع الخصوم

- فئة السمات :

الاستهزاء السخرية التعظيم من الشأن المدح و المحاملة السب و الشتم الابتزاز

- شدة العبارات الترشقية :

تتضمن حقائق واقعية صراعات و أمور وهمية أخرى
حقيقة اللجوء الى الترشق :

إثارة أعصاب الخصوم التباهي و الاعجاب بشخصية المترشق
أبتزاز شخصية المترشق نفسه أخرى

بيانات عامة عن المتفاعلين:

- محتوى التفاعل :

ايجابي سلبي

- شكل التفاعل عن طريق:

صورة فيديو ملصقات تعبيرية متحركة "اموجن" ملصقات تعبيرية
ثابتة

- اللغة المستعملة في التفاعل :

عربية عامية فرنسية عربية مفرنسة

حجم التفاعلات

التعليقات

100=10-

1000=100

10000=1000

المشاركات

1000000=500

20000000=1000000

20000000 فاكثر

الاعجابات

100=10

1000=100

10000=1000

دليل التعريفات الإجرائية

1. البيانات الأولية: والقصد منها مدخل عن الفيديو
 1. عنوان الفيديو
 2. رابط الفيديو: والقصد به المكان أو منشأ الفيديو
 3. يوم نشر الفيديو
 4. الشهر الذي نشر فيه الفيديو
 5. السنة التي نشر فيه الفيديو
 6. زمن الفيديو بالدقيقة
 7. زمن الفيديو بالثانية
- II. فئة الشكل "كيف قيل": والقصد منها الفئات التي تدور حول الشكل الذي قدم فيه المضمون، وهي تجيب عن السؤال "كيف قيل"؟، حيث اندرجت تحتها الفئات التالية:
 - II-1 اللغة المستعملة: وهي اللغة المستخدمة التي كانت تدور بين الاطراف الفاعلة محتوى فيديو التراسق حيث كانت هذه الفئة تحمل العناصر التالية:
 - II-1-1 عربية فصحي
 - II-1-2 أجنبية
 - II-1-3 لهجة عامية
 - II-1-4 مختلطة: والقصد منها تلك اللغة الممزوجة بلغات أخرى
 - II-2 المؤثرات الصوتية: وهي عبارة عن الأصوات المصطنعة تضاف قصد تعزيز المحتوى المدروس والتي تكون مرفقة مع الصور، وتندرج عناصره كالتالي:
 - II-2-1 موجودة
 - II-2-2 غير موجودة

3-II-3- خلفية الفيديو: والقصد منها الواجهة أو البلاط أو المكان الذي وقع فيه التصوير وتندرج تحتها العناصر التالية:

1-3-II-3- ثابتة

2-3-II-3- متحركة

4-II-4- اللقطات المستخدمة: وهي جميع اللقطات الظاهرة بالفيديو قصد الإلمام بالموضوع المعالج للتوصل إلى الفكرة المستهدفة. واندرجت عناصرها كالتالي:

1-4-II-4- اللقطة العامة: وهي التي تاطر الجو الكامل وتعطي انطباع عام

2-4-II-4- اللقطة النصف عامة: والتي تمثل جزء من الجو العام

3-4-II-4- اللقطة الكبيرة: وهي التي تشمل الصورة وتقصد بها تفاصيل معينة مثل ملامح الوجه

4-4-II-4- اللقطة الصدرية: تبين الجزء الممتد من الرأس إلى الصدر

5-4-II-4- اللقطة الخصرية: وهي التي تاطر الشخصية من الرأس إلى الحزام أو الخصر

6-4-II-4- اللقطة الأمريكية: وهي التي تصور الشخصية من الرأس إلى منتصف الفخذين

7-4-II-4- اللقطة المتوسطة: وهي التي تمثل الشخصية بطولها داخل إطار الصورة

5-II-5- زوايا التصوير: وهي جل الزوايا المستخدمة في الفيديو، لإبراز أهم اللقطات المهمة حسب الموضوع المستهدف، وتندرج عناصرها كالتالي:

1-5-II-5- الزاوية الغطسية: وهي الزاوية التي تعلق فيها الكاميرا عن الديكور المراد تصويره

2-5-II-5- زاوية مستوى النظر: وهي التي توضح الكاميرا في وضعية مقابلة للجو المراد تصويره

3-5-II-5- زاوية ضد الغطسية: وهي عكس الغطسية

6-II-6- نسبة المشاهدة: والقصد من هذه الفئة نسبة إقبال المشاهدين على الفيديو، وتندرج تحتها العناصر التالية:

1-6-II -عالية

2-6-II -متوسطة

3-6-II -ضئيلة

III. فئة المضمون "ماذا قيل": وهي الفئات التي تدور حول مضمون المادة الاتصالية، أو المعاني التي تنقلها وتجيب عن السؤال "ماذا قيل"؟

1-III طبيعة الفيديو: والقصد منها محتوى الفيديو ومضمونه المستخدم في الترشق، ويندرج تحت هذه الفئة العناصر التالية:

1-1-III -سياسي

2-1-III -اجتماعي

3-1-III -رياضي

4-1-III -فني

5-1-III -مختلط: والقصد منه مزيج من المجالات.

2-III -ميكانيزمات الاتصال بين الطرفين: والقصد منها آلية أو طريقة الاتصال والتواصل بين الأطراف المختلفة فيما بينها، ويقصد بها أيضا الوسيلة المستعملة بين الطرفين الأول والثاني قصد تقوية الصراع أو إرضاخ الخصوم فيها بينهما، وتمثل عناصرها فيما يلي:

1-2-III -البودكاست: تصوير صوتي ينتجه أشخاص عاديون أو مؤسسات، ويترج موضوعات متعددة في جوانب الحياة والتعليم والهوايات والسياسات وغيرها من المجالات الأخرى

2-2-III -التسجيل الصوتي: وهو الكتابة الكهرومغناطيسية أو الميكانيكية للموجات الصوتية واعادة تكوينها مثل الصوت المنطوق

3-2-III -فيديو

4-2-III -كتابة عادية: وتمثل الكلمات والعبارات التي تكتب على شكل رسالة

III-2-5- مشاركات المتفاعلين

III-3- حقيقة اللجوء إلى الترشق: والقصد من هذه الفئة السبب الرئيسي للجوء إلى الترشق اللفظي في الفيديو وتندرج تحت العناصر التالية:

III-3-1- إثارة أعصاب الخصوم

III-3-2- ابتزاز شخصية المترشق نفسه من الطرف الآخر

III-3-3- التباهي والإعجاب بشخصية المترشق

III-3-4- أغراض أخرى

III-4- الأطراف الفاعلة: وهي الفئة التي تبحث عن المحركين الأساسيين لمضمون المادة الإعلامية

المدرسة (الفيديو)، أي مجموعة الأشخاص التي تضع المحتوى محل التحليل، وهي تشير إلى الفاعلين الأساسيين في الموضوع وتندرج عناصر هذه الفئة كالتالي:

III-4-1- شخصيات فنية

III-4-2- شخصيات رياضية

III-4-3- شخصيات سياسية

III-4-4- شخصيات عادية

III-5- الجمهور المستهدف: وهو المجتمع الذي يستهدف القائم بالاتصال في المادة الإعلامية (فيديو)

قصد توجيه الرسالة ويندرج تحتها عنصرين:

III-5-1- جمهور عام

III-5-2- جمهور خاص

III-6- طبيعة العبارات الترشقية: ونقصد بها شدة أو قوة العبارات والكلمات المشينة ومدى تأثيرها على

الطرف الثاني، وهذه الفئة تندرج تحتها العناصر التالية:

1-6-III- تتضمن حقائق واقعية

2-6-III- صراعات وأمور وهمية

3-6-III- أخرى

7-III- فئة السمات: وتستخدم هذه الفئة للكشف عن الأشخاص وهويتهم، والقصد هنا في الموضوع المواصفات التي يستخدمها أو نجدها في الطرفين أو أحد الأطراف المتخالفة. وتندرج هذه الفئة تحتها العناصر التالية:

1-7-III- الاستهزاء

2-7-III- السخرية

3-7-III- التعظيم من الشأن

4-7-III- الابتزاز

5-7-III- المدح والمجاملة

6-7-III- السب والشتن

8-III- فئة الهدف: وجاءت هذه الفئة لمعرفة الفكرة المعبرة عنها للوصول إلى البعد الاعلامي أو الهدف المراد الوصول إليه، والقصد منه هنا الهدف من استخدام التراشق في الفيديو، وتندرج عناصرها كالتالي:

1-8-III- الاندفاع والتهم

2-8-III- الدفاع عن النفس

3-8-III- ردع الخصوم: أي إسقاط الطرف الآخر وابتزازه قصد الإهانة أو غيرها من الاسباب الأخرى.

4-8-III- الدفاع عن طرف الخصوم: والقصد منها هنا الدفاع يكون من طرف جمهور الشخصية أو

القضية التي يتخللها الموضوع.

IV. بيانات عن المتفاعلين:

1-1-IV -شكل التفاعل: وهي ردت فعل الجمهور المشارك لأحد الطرفين عن طريق العناصر التالية:

1-1-IV -صورة

2-1-IV -فيديو

3-1-IV -ملصقات تعبيرية متحركة "إموجن"

4-1-IV -ملصقات تعبيرية ثابتة

2-IV -محتوى التفاعل: وهي المشاركة التي يقوم بها المشاهد عن طريق عنصرين الا وهما:

1-2-IV -الايجاب: والقصد منه أن يمدح أحد الطرفين بذكر كل الصفات الجميلة والمكملة له والتي تجعله بصورة جيدة امام الطرف الآخر.

2-2-IV -السلب: والقصد منه السب والشتم وغيرها من التعليقات الأخرى التي تجعل طرف الخصوم في صورة جد رديئة على عكس الإيجاب.

3-IV -اللغة المستعملة في التفاعل: وهي تلك التي يستعملها جمهور المتفاعلين في إرسال لعبارة أو الرسالة المراد بها وتندرج تحتها العناصر التالية:

1-3-IV -عربية

2-3-IV -فرنسية

3-3-IV -لهجة عامية

4-3-IV -عربية مفرنسة: وهي كتابة كلمات العربية أو اللهجة العامية بإستخدام الحروف الفرنسية.

5-3-IV -مختلطة : وهي مزيج من اللغات

4-IV- حجم التفاعلات: والقصد منها عدد المشاركات بالنسبة للاطراف المؤيدة أو المعارضة للموضوع ويندرج تحتها العناصر التالية:

1-4-IV- حجم الاعجابات: وهو عدد الاعجابات التي نالها الفيديو

2-4-IV- حجم التعليقات: وهو تعليق كل مشاهد الفيديو

3-4-IV- حجم المشاركات: وهي عدد مشاركات الفيديو من قبل المشاهدين.



الفهرس

الفهرس

| | |
|---------|-------------------------------|
| | الشكر والعرفان: |
| | الاهداء: |
| أ..... | مقدمة: |
| 1..... | 1-الإشكالية: |
| 2..... | 2-الأسئلة الفرعية: |
| 2..... | 2-1-الخاصة بالشكل: |
| 2..... | 2-2-الخاصة بالمضمون: |
| 3..... | 3-2-الخاصة بالوحدات : |
| 3..... | 3-أهداف الدراسة: |
| 3..... | 4-أهمية الدراسة: |
| 3..... | 5-أسباب إختيار الموضوع: |
| 4..... | 5/1أسباب ذاتية: |
| 4..... | 5/2أسباب موضوعية: |
| 4..... | 6-منهج الدراسة وأدواته: |
| 4..... | 6-1-المنهج الوصفي التحليلي: |
| 5..... | 6-2-المنهج المقارن: |
| 5..... | 6-3-أدوات جمع البيانات : |
| 5..... | 6-3-1-تحليل المحتوى : |
| 6..... | 6-3-2-استمارة تحليل المحتوى : |
| 7..... | 6-3-3-الصدق و الثبات: |
| 8..... | 6-3-4-فئات التحليل: |
| 12..... | 6-3-5-وحدات التحليل: |
| 12..... | 7-مجتمع البحث وعينة الدراسة: |
| 12..... | 7-1-مجتمع البحث: |
| 13..... | 7-2-عينة الدراسة : |

| | |
|----|---------------------------------------|
| 14 | 8-حدود الدراسة: |
| 14 | 8-1-الحدود الموضوعية : |
| 14 | 8-2-الحدود الزمانية: |
| 14 | 9-مصطلحات ومفاهيم الدراسة: |
| 14 | 9-1-التراشق: |
| 14 | 9-2-التراشق اللفظي: |
| 15 | 9-3-مواقع التواصل الاجتماعي: |
| 16 | 9-4-البيوتوب: |
| 17 | 10-المقاربة النظرية للدراسة : |
| 17 | 10-1-التعريف بالنظرية الحتمية: |
| 18 | 10-1-1-نشأة نظرية الحتمية القيمية: |
| 19 | 10-1-2-افتراضات و ركائز النظرية: |
| 19 | 10-1-3-مفاهيم النظرية : |
| 21 | 10-2-التفاعلية الرمزية: |
| 22 | 10-2-1-مصطلحات النظرية: |
| 23 | 11-الدراسات السابقة: |
| 23 | 11-1-الدراسة الأولى: |
| 25 | الاطار التطبيقي: |
| 25 | 1-القضايا "عينة الدراسة": |
| 25 | 1-1-القضية الأولى: |
| 26 | 1-2-قضية شمس الدين العمراني واويحي : |
| 27 | 1-3-قضية رابح ماجر وعبد الحفيظ دراجي: |
| 27 | 1-4-قضية احلام ونوال الكويتية: |
| 29 | 2-التحليل الكمي والكيفي: |
| 75 | 3-نتائج الدراسة: |
| 78 | قائمة المراجع: |

| الصفحة | القضية | الفئة |
|----------------------|---|--------------------------------|
| 29 41 53 63 | القضية الأولى القضية الثانية القضية الثالثة القضية الرابعة | اللغة المستعملة |
| 30 42 53 64 | القضية الأولى القضية الثانية القضية الثالثة القضية الرابعة | المؤثرات الصوتية |
| 30 42 54 64 | القضية الأولى القضية الثانية القضية الثالثة القضية الرابعة | خلفية الفيديو |
| 30 42 54 65 | القضية الأولى القضية الثانية القضية الثالثة القضية الرابعة | اللفظات المستخدمة |
| 31 43 55 65 | القضية الأولى القضية الثانية القضية الثالثة القضية الرابعة | زوايا التصوير |
| 31 43 55 66 | القضية الأولى القضية الثانية القضية الثالثة القضية الرابعة | نسبة المشاهدة |
| 32 44 55 66 | القضية الأولى القضية الثانية القضية الثالثة القضية الرابعة | طبيعة الفيديو |
| 32 44 56 67 | القضية الأولى القضية الثانية القضية الثالثة القضية الرابعة | ميكانيزمات الاتصال |
| 33 45 56 67 | القضية الأولى القضية الثانية القضية الثالثة القضية الرابعة | حقيقة اللجوء الى التراشق |
| 34 45 57 68 | القضية الأولى القضية الثانية القضية الثالثة القضية الرابعة | الاطراف الفاعلة |

| | | |
|----|----------------------|----------------------------------|
| 34 | القضية الأولى | الجمهور المستهدف |
| 46 | القضية الثانية | |
| 57 | القضية الثالثة | |
| 68 | القضية الرابعة | |
| 35 | القضية الأولى | طبيعة العبارات التراشقية |
| 46 | القضية الثانية | |
| 58 | القضية الثالثة | |
| 69 | القضية الرابعة | |
| 35 | القضية الأولى | فئة السمات |
| 47 | القضية الثانية | |
| 58 | القضية الثالثة | |
| 69 | القضية الرابعة | |
| 36 | القضية الأولى | فئة الهدف |
| 48 | القضية الثانية | |
| 59 | القضية الثالثة | |
| 70 | القضية الرابعة | |
| 37 | القضية الأولى | شكل التفاعل |
| 48 | القضية الثانية | |
| 59 | القضية الثالثة | |
| 70 | القضية الرابعة | |
| 37 | القضية الأولى | محتوى التفاعل |
| 49 | القضية الثانية | |
| 60 | القضية الثالثة | |
| 71 | القضية الرابعة | |
| 38 | القضية الأولى | اللغة المستعملة في التفاعل |
| 49 | القضية الثانية | |
| 60 | القضية الثالثة | |
| 71 | القضية الرابعة | |
| 38 | القضية الأولى | حجم التفاعل |
| 50 | القضية الثانية | |
| 61 | القضية الثالثة | |
| 72 | القضية الرابعة | |



قناة النهار ص 25



شمس الدين العمراني ص 25



رابح ماجر ص 27



شمس الدين العمراني ص 26



الفنانة أحلام ص 28



حفيظ دراجي ص 27



نوال الكويتية ص 28

ملخص الدراسة:

هدفت هذه الدراسة إلى ضرورة تسليط الضوء على ما يجري من تراشق لفظي عبر مواقع التواصل الاجتماعي (اليوتيوب) والتعرف على الجوانب المختلفة لهذا الموضوع لمعرفة الصورة الحقيقية التي تُوحيها ظاهرة التراسق داخل المجتمع العربي عموماً واليوتيوب خصوصاً، بحيث تمحورت هذه الدراسة حول التساؤل الرئيسي التالي: - ماهي مظاهر التراسق اللفظي عبر موقع اليوتيوب؟

وتضمنت التساؤلات الفرعية التالية: أ- من ناحية الشكل: - ماهي اللغة المستعملة للتراسق من خلال موقع اليوتيوب؟

- ماهي أبرز الزوايا المستخدمة أثناء تصوير محل الظاهرة؟

ب- من ناحية المضمون: - ماهي أهم القضايا المتناولة في التراسق التي تتم عبر اليوتيوب؟

- ماهي طبيعة العبارات التراسقية التي تتم عبر اليوتيوب؟

- ماهي نسبة مشاركة المستخدمين لموقع اليوتيوب؟

- ماهي عوامل واسباب انتشار التراسق اللفظي في موقع اليوتيوب؟

وتنقسم هذه الدراسة إلى إطار منهجي حيث تناول منهجية الدراسة، وإطار تطبيقي ارتأيت فيه تقديم العينة التي اخترتها ضمن الدراسة التحليلية على شكل أربع قضايا تم من خلالها استخدام اليوتيوب. واعتمدت في دراستي على المنهج الوصفي التحليلي والعينة القصدية في اختياري ثمانية (08) فيديوهات متاحة من موقع اليوتيوب، كما اعتمدت على أداة تحليل المضمون كأداة رئيسية حيث تم تصميم استمارة للتعرف والكشف عن التراسق اللفظي المستخدم من طرف عينة الدراسة، وقد توصلت إلى النتائج التالية: أن معظم المظاهر التراسقية تكون نتيجة التعرض للاختلاف بين فردين أو أكثر لتسوية رأي ما، أو إظهار حقيقة معينة، أو لتصفية الحسابات، أو استخدام التراسق على شكل ردود، أقوال وأفعال سابقة، ويعتبر اختلاف التفاعل حسب اختلاف الطريقة المختارة للتفاعل.

الكلمات المفتاحية: التراسق _ مواقع التواصل الاجتماعي _ اليوتيوب _ التراسق اللفظي _ الفيديو.

Study Summary:

This study aimed to highlight the ongoing verbal exchange through the social networking sites (YouTube) and to identify the different aspects of this subject to find out the real picture contained in the phenomenon of conflict within the Arab society in general and YouTube in particular. This study focused on the following main question:

- What are the manifestations of verbal exchange through the site of YouTube?

It included the following sub-questions: **A** - In terms of form:

- What is the language used for the conflict through the site of YouTube?

- What are the most prominent angles used during the depiction of the phenomenon?

B - In terms of content:

- What are the most important issues dealt with in the match that takes place through YouTube?

- What is the nature of the crossword phrases made by YouTube?

- What is the rate of user participation for YouTube?

- What are the causes and causes of the spread of verbal quarrels in the site of YouTube?

This study is divided into a systematic framework, which dealt with the methodology of the study, and an applied framework in which I presented the sample I chose within the analytical study in the form of four cases through which the use of YouTube. In my study, I applied the analytical descriptive method and the intentional sample in the selection of eight (08) videos available from the YouTube site. It also relied on the content analysis tool as a main tool. The questionnaire was designed to identify and detect the verbal conflict used by the study sample. That most of the manifestations of the Marrakesh are the result of the difference between two or more individuals to settle an opinion, or to show a certain fact, or to settle accounts, or the use of conflict in the form of responses, statements and previous actions, and the difference in interaction depending on the different method chosen for interaction.

Keywords: Interruption _ Social networking sites _ youtube _ verbal exchange _ video.