

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية



مذكرة مكملة لنيل شهادة تخصص الاتصال الجماهيري
والوسائط الجديدة :

واقع الصحافة الساخرة عبر الوسائط الجديدة في الجزائر

تحليلية لعينة من الصفحات على موقع الفايسبوك (صفحة مصطفى بونيف-
- صفحة أسامة وحيد)

من إعداد الطالب : عبد الجليل مبخوت تحت إشراف: د. سويقات لبنى

نوقشت وأجيزت أمام لجنة مكونة من السادة :

أ- قندوز عبد القادر (، جامعة قاصدي مرباح ورقلة) رئيسا

أ- سويقات لبنى (جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مشرفا

أ- الداوي نجاة (جامعة قاصدي مرباح ورقلة) مناقشا

2019/2018 :



صدق الله العظيم

شكرتكم

أولاً نشكر الله العلي القدير الذي هدانا لطريق العلم و أماننا على السير فيه بفضلته و توفيقه ورعايته تم إنجاز هذا العمل، قال تعالى:

"الله ولي الذين آمنوا يخرجهم من الظلمات إلى النور..." 257 سورة البقرة

يسرني في هذا المقام أن أتقدم بخالص الشكر و العرفان للأستاذة الفاضلة والمشرفة علي **د" سويقات لبنى"** على توجيهاتها ونصائحها القيمة في كل مراحل البحث إلى غاية نهايته، كما أتوجه بأسمى عبارات التقدير إلى جميع أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال وبالأخص من كان له أثر في تكويننا وتحصيلنا المعرفي طوال الأطوار التكوينية.

كما أتقدم وبكل احترام إلى الأساتذة المناقشين الذين سيتولوا تقدير عملي هذا وأسأل الله العلي القدير أن يوفقنا لما فيه الخير وأن يجعل ما تعلمناه خالصاً لوجهه الكريم.

وشكراً

إهداء

بدأنا بأكثر من يد وقاسينا أكثر من هم وعانينا الكثير من الصعوبات
وهانحن اليوم والحمد لله نظوي سهر الليالي وتعب الأيام وخلاصة
مشوارنا بين دفتي هذا العمل المتواضع.

إلى من هم أغلى ما نملك بالحياة لأنهم نورها، وهم مثل الشمس المتلألئة
بالسما، ودونهم لا طعم ولا لون للحياة، ولا يشعر فيها الفارق لهما؛ لأنه
يشعر بظلمة الدنيا.

إلى والدي الكريمين أطال الله في عمرهما

فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
	البسمة
	الشكر والتقدير
	الإهداء
	فهرس المحتويات
	قائمة الجداول
	قائمة الملحقات
	الملخص باللغة العربية
	الملخص باللغة الأجنبية
11	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي والنظري لدراسة	
14	1- إشكالية الدراسة
15	2- تساؤلات الدراسة
15	3- أهداف الدراسة
16	4- أهمية الدراسة
17	5- أسباب اختيار الموضوع
17	6- منهج وأدوات الدراسة

22	7- حدود الدراسة
24	8- مجتمع وعينة البحث
26	9- مصطلحات ومفاهيم الدراسة
35	10- الدراسات السابقة والمثابفة
40	11- المقاربة النظرية لدراسة
الفصل الثاني: الجانب الميداني لدراسة	
46	المبحث الأول: الإجراءات الميدانية للدراسة
46	المطلب الأول: خصائص عن عينة الدراسة
46	المطلب الثاني: صدق المحكمين
47	المبحث الثاني: التحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون
47	المطلب الأول: التحليل الكمي والكيفي لفئة الموضوع
49	المطلب الثاني: التحليل الكمي والكيفي لفئة الفاعل
51	المطلب الثالث: التحليل الكمي والكيفي لفئة الهدف
52	المطلب الرابع: التحليل الكمي والكيفي لفئة القيم
54	المبحث الثالث: التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل
55	المطلب الأول: التحليل الكمي والكيفي لفئة اللغة
56	المطلب الثاني: التحليل الكمي والكيفي لفئة الخصائص التبوغرافية

56	المطلب الثالث: التحليل الكمي والكيفي لفئة التفاعلية
58	- الإستنتاجات العامة لدراسة
60	- خاتمة
62	- قائمة المراجع
67	- الملاحق

قائمة الجداول

الصفحة	المحتوى	رقم الجدول
47	فئات الموضوعات التي تتناولها الصحافة الساخرة	1
49	فئات الفاعلين في منشورات الصحافة الساخرة	2
51	فئات الأهداف في مضامين الصحافة الساخرة	3
52	فئات القيم المستنبطة من مضامين الصحافة الساخرة	4
55	فئات اللغة المستخدمة في منشورات الصحافة الساخرة	5
56	فئات العناصر التبوغرافية المستخدمة في الصحافة الساخرة	6
56	فئات الطريقة التي يتفاعل بها المتصفح مع منشورات الصحافة الساخرة	7

قائمة الملاحق

الصفحة	المحتوى	الرقم
67	إستمارة تحليل المضمون	1
78	أسماء المحكمين (قندوز عبد القادر، سويقات لبنى، الداوي نجاة)	2
79	عينة الدراسة (منشورات الصحافة الساخرة عبر الفيسبوك 2018 / 2019)	3

الملخص باللغة العربية

هدف هذه الدراسة التي تبنت نظرية الحتمية القيمة لعزي عبد الرحمن و نظرية ترتيب الأولويات إلى التعرف على واقع الصحافة الساخرة عبر الوسائط الجديدة في الجزائر، وتطبيقها من خلال الدراسة على عينة من منشورات الصحفيين والمدونين الساخرين على موقع الفيسبوك قوامها 60 منشوراً، وذلك في الفترة الممتدة من 2018/10/05 إلى 2019/05/25. وتتمحور السؤال الرئيسي للدراسة كالتالي: ما هو واقع الصحافة الساخرة عبر الوسائط الجديدة في الجزائر من خلال منشورات موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك؟ وبما أن الدراسة تنتمي إلى الدراسات الوصفية التحليلية فقد تم الإعتماد على أسلوب تحليل المضمون من خلال استمارة تحليل المضمون، طورها الباحث للإجابة عن أسئلة الدراسة.

وقد تم التحقق من صدق الأداة عن طريق توزيع استمارة التحليل على مجموعة من المحكمين، وفي الأخير توصلت الدراسة إلى نتائج أهمها أن المواضيع السياسية هي الأكثر نشرًا من طرف الصحافة الساخرة، كما تعتبر الشخصيات الموظفة لدى الحكومة هي الأكثر فاعلية في مضامينها، في حين يكمن هدف الصحافة الساخرة من خلال مضامينها في وصف الواقع المعاش في الجزائر، كما احتوت معظم هذه المضامين على قيمة الشتم، كما استخدمت الصحافة الساخرة اللغة العربية بشكل كبير في مختلف مضامينها، واعتمدت على النص الكتابي في نشرها، وفي الأخير تم التفاعل معها من خلال التعليق بالنص و الإعجاب.

الكلمات المفتاحية: الواقع، الصحافة الساخرة، الوسائط الجديدة، الفيسبوك



Résumé en français

Cette étude, qui a adopté la théorie du déterminisme de la valeur d’Azzi Abdel Rahman et la théorie de la priorisation, vise à identifier la réalité de la presse satirique à travers les nouveaux médias en Algérie et à l’appliquer à travers l’étude d’un échantillon de 60 journalistes et blogueurs sur Facebook, 05/10/2018 au 25/05/2019. Les questions de l’étude étaient centrées: La question principale:

- Quelle est la réalité de la presse satirique en Algérie à travers les nouveaux médias (modèle Facebook)

Etant donné que l’étude appartient à des études descriptives analytiques, la méthode d’analyse de contenu a été basée sur le formulaire d’analyse de contenu développé par le chercheur pour répondre aux questions de l’étude.

Les résultats de l’étude ont été vérifiés par la distribution du formulaire d’analyse à un groupe d’arbitres et ont finalement permis de conclure que les sujets politiques étaient les plus largement diffusés par la presse sarcastique et que les responsables gouvernementaux étaient les plus efficaces dans leur contenu. La presse satirique, par son contenu, décrit la réalité vivante en Algérie, dont la plupart insultaient également la valeur des insultes, tandis que la presse sarcastique utilisait abondamment la langue arabe dans ses divers contenus, s'appuyant sur le texte écrit de sa publication. Admirable

Mots-clés: réalité, journalisme sarcastique, nouveaux médias, Facebook



مقدمة:

إن الصحافة الساخرة لون صحفي أصلي له جذور تاريخية، وليس المقصود منها أن تكون صحافة النكتة والضحك، بل هي صحافة كاشفة للعيوب، تعري بسهولة القضايا الاجتماعية والسياسية بطريقة هزلية ساخرة¹، وتقوم بتشريح الوضع الأخلاقي والسياسي للمجتمع ولا تتوقف عن توجيه رسائلها كالسهم المنطلقة نحو الطبقة السياسية التي تتحكم وتحكم، وأصبحت المضامين الإعلامية الساخرة تحاكي الجماهير التي لها مشاكل وقضايا مختلفة، ولها علاقة بنقد السياسي والمسؤول الرسمي أو الشخصيات العامة، أو بقضايا الفساد والبيروقراطية وتدني المستويات المعيشية...، ونقد المسؤول ليس بالضرورة إنقاصاً من قيمة الدولة بل قد يكون في مصلحتها. والخطاب الإعلامي الساخر قد يكون من أقوى الأدوات في عملية النقد البناء الذي يخاطب جميع شرائح المجتمع. والسخرية قد وجدت طريقها في وسائل الإعلام المكتوبة والمسموعة والمرئية وشبكة الانترنت، وارتبطت بأهداف ووظائف متعددة اجتماعية وسياسية واتصالية، تستغلها بعض الوسائل الإعلامية في تحقيق أهدافها التي تتوافق مع سياستها الإعلامية وأهدافها والجمهور المستهدف. وكانت الريادة فيها للصحف البريطانية، إلا أن الصحف المصرية عرفت السخرية مبكراً في نهاية القرن الثامن عشر، وارتبط وجودها ببداية الطباعة، تبعتها في الوطن العربي الصحف العراقية واللبنانية والجزائرية، وأخذت الكثير منها الشكل الهزلي الذي يسخر من المستعمر وتابعيه من الحكام، والوزارات والانتداب، وهو لون من الكتابة يحتاج الى درجة من التمكن والحرفية و الثقافة ومهارات التعبير بالدلالات والايحاءات و الألفاظ و اللغة...²

أتاح ظهور وسائل الاتصال الجديدة فضاء تواصلياً أوسع لصحافة الساخرة وحولها فعلاً إلى منصات كبيرة للهزل الإعلامي يعري ليس القضايا الاجتماعية والسياسية، كما كان عليه

¹ مصطفى ضياء: السخرية في البرامج التلفزيونية ، ط1، دار ميزوتوما لنشر، بغداد، 2014، ص 16

² المرجع نفسه: ص 16

الحال في بدايات ظهور هذا النمط الإعلامي، بل يتعداه إلى مختلف جوانب الحياة العامة والخاصة، وتعتبر الجزائر من الدول الناشطة في هذا النوع الصحفي والإعلامي من خلال الوسائط الجديدة خاصة موقع الفيسبوك. وقد لاقت تفاعل وتضامن كبير مع مواضيعها. الأمر الذي تطلب إجراء دراسة للتعرف على واقع الصحافة الساخرة عبر الوسائط الجديدة في الجزائر.

وتم تقسيم هذه الدراسة إلى فصلين:

الفصل الأول: وتناولنا فيه إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، وأهداف الدراسة و أهميتها، أسباب اختيار الموضوع، منهج وأداة الدراسة، حدود الدراسة، مصطلحات ومفاهيم الدراسة، الدراسات السابقة، المقاربة النظرية لدراسة،

الفصل الثاني: وتناولنا فيه الإجراءات الميدانية لدراسة، كما عرضنا فيه نتائج الدراسة من خلال حساب التكرارات و النسب المئوية، وبعد ذلك قدمنا تحليلات كمية وكيفية للجداول، وفي الأخير قدمنا نتائج عامة لدراسة .

الفصل الأول

الجانب المنهجي لدراسة

- 1- الإشكالية
- 2- تساؤلات الدراسة
- 3- أهداف الدراسة
- 4- أهمية الدراسة
- 5- أسباب إختيار الموضوع
- 6- منهج وأداة الدراسة
- 7- حدود الدراسة
- 8- مجتمع وعينة الدراسة
- 6- مصطلحات ومفاهيم الدراسة
- 7- الدراسات السابقة والمشابهة
- 8- المقاربة النظرية لدراسة

1- الإشكالية:

تُعد الكتابة الساخرة من أصعب الفنون الصحفية كونها منفتحة على الكثير من الحقول المعرفية، إضافة إلى جمعها بين عدة متناقضات، حيث كان ظهور هذا اللون الساخر في بادئ الأمر في الصحافة الغربية انطلاقاً من رؤيتها لدور رسامي الكاريكاتور في الصحافة، وبعد أن تبين الأثر البالغ الذي تتركه النكتة أو المفارقة في الرسالة الإعلامية من خلال تلك الرسوم، كان لذلك دور كبير في تحويل ذلك الرسم الساخر إلى كتابات ساخرة تمس مختلف السياسات في الدولة الواحدة، وتلامس تحركات السلطة في جميع الاتجاهات، ثم حاولت الصحافة العربية تقليدها والتأثر بها، فولدت الصحافة الساخرة في المنطقة العربية، بميلاد الصحافة الساخرة في مصر ولبنان¹، ثم جاءت الجزائر لتعرف الصحافة الساخرة مع نهاية الحرب العالمية الأولى.

وتحتاج الصحافة الساخرة إلى درجة من التمكن في الكتابة وفنيات التلاعب بالحرف والكلمات والدلالات والإيحاءات والإحالات السيميائية، لإعطائها الذوق الجمالي لتصل إلى مهارات التعبير عن الفكرة وهي مؤهلات لا تتوفر عند كل صحفي أو كاتب ساخر مما ضيق من فضاءات اهتمام الإعلاميين بالتوجه إلى هذا النوع من التواصل أو الاتصال الإعلامي وجعل المهتمين بالكتابة في المجال قلة بالمقارنة مع الأنماط الصحفية الأخرى².

لكن أدت التحولات المتسارعة في مجال الإعلام والاتصال في السنوات الأخيرة إلى تغيرات كبيرة في أساليب إنتاج وتوزيع وتلقي المعلومات، فقد ظهرت تقنيات وأساليب اتصالية حديثة، وانتشرت عن طريقها خصائص ووظائف اتصالية جديدة، من أهمها الاندماج والتكامل بين تكنولوجيا المعلومات والاتصال وتشكل حقل جديد يعرف بالوسائط الجديدة أو

¹ هالة الحفناوي: البرامج الساخرة - جدل غير محسوم حول تأثيراتها السياسية- ، مجلة اتجاهات الأحداث، العدد 21،

ماي، 2017، ص 50

² المرجع نفسه: ص 51

المتعددة. والتي اشتهرت بشكل أوسع وسريع في التسعينيات حيث الحاسبات الآلية المتطورة والسريعة وذات السعات الضخمة.

و أعطت هذه التطورات التي شهدها ميدان الإعلام والاتصال افقاً أوسع للصحافة الساخرة وهذا بفعل التفاعل والمشاركة الكبيرة في المضامين الإعلامية التي تعالجها ، وسنحاول في دراستنا هذه تسليط الضوء على الصحافة الساخرة في الجزائر عبر الوسائط الجديدة، ومنه نطرح التساؤل التالي: ما هو واقع الصحافة الساخرة في الجزائر عبر الوسائط الجديدة (فيسبوك نموذجاً)؟

2- تساؤلات الدراسة:

- ❖ ما هي أهم المواضيع التي تعالجها الصحافة الساخرة عبر الفيسبوك في الجزائر؟
- ❖ ما هي الأهداف التي تسعى الصحافة الساخرة عبر الوسائط الجديدة لتحقيقها من خلال المضامين التي يتم نشرها؟
- ❖ ما هي القيم المستنبطة من المواضيع التي تنشرها الصحافة الساخرة عبر الوسائط الجديدة في الجزائر؟
- ❖ ما هي الشخصيات الفاعلة في مواضيع الصحافة الساخرة عبر الوسائط الجديدة في الجزائر؟
- ❖ ما هي اللغة التي تستخدمها الصحافة الساخرة عبر الوسائط الجديدة في الجزائر في نشر مضامينها؟
- ❖ ما هي العناصر التي تستخدمها الصحافة الساخرة عبر الوسائط الجديدة في الجزائر في نشر مضامينها؟
- ❖ كيف يتفاعل المتابع والمتصفح مع المضامين التي تنشرها الصحافة الساخرة عبر الوسائط الجديدة في الجزائر؟

3- أهداف الدراسة:

- ❖ السعي لمعرفة هدف الصحافة الساخرة من المضامين التي تنشرها عبر الوسائط الجديدة في الجزائر.
- ❖ التعرف على المواضيع الأكثر نشرًا من طرف الصحافة الساخرة عبر الوسائط الجديدة في الجزائر.
- ❖ تحديد الشخصيات الفاعلة في مضامين الصحافة الساخرة عبر الوسائط الجديدة في الجزائر
- ❖ معرفة القيم التي تتضمنها المواضيع التي تنشرها الصحافة الساخرة عبر الوسائط الجديدة في الجزائر.
- ❖ تحديد اللغة التي تستخدمها الصحافة الساخرة في منشوراتها المتعددة.
- ❖ تحديد الطريقة التي يتفاعل بها المتصفحين للصحافة الساخرة عبر الوسائط الجديدة في الجزائر.
- ❖ تحديد الخصائص التبوغرافية التي تستخدمها الصحافة الساخرة في مضامينها.

4- أهمية الدراسة:

- ❖ تستمد هذه الدراسة أهميتها من كونها تسعى إلى توسيع المعرفة حول الصحافة الساخرة والتي تعتبر نوع من أنواع الكتابة الصحفية.
- ❖ كما تستمد هذه الدراسة أهميتها من خلال سعيها لتعريف المجتمع بهذا النوع من الكتابة الصحفية و طريقة التحليل وفهم المقصود من الموضوع المثار والمكتوب.
- ❖ كما تكمن أهميتها كذلك من خلال القيام بتحليل المضامين التي تنشرها الصحافة الساخرة والكشف عن أهدافها واللغة المستخدمة فيها و طريقة التفاعل مع منشوراتها، وهو الشيء الذي أهملته بعض الدراسات السابقة ولم تلتفت إليه.

5- أسباب اختيار الموضوع:

تعد مرحلة اختيار الموضوع القابل للدراسة العلمية ذات أهمية بالغة، وهي من أصعب المراحل التي يمر بها الباحث، لأنها تمثل مرحلة حاسمة تؤثر على سير عملية إنجاز البحث بكامله، فيمكن أن تتعدد أسباب اختيار الباحث لموضوع معين، فهي تكون إما أسبابا ذاتية تفرضها طبيعة تخصصه أو اهتماماته وقدراته ورغباته، أم لأسباب يفرضها الواقع الاجتماعي والضرورة الملحة لمواضيع تطرح نفسها بنفسها، ومن بين أهم الأسباب التي دفعتني لاختيار هذا الموضوع نجد:

أسباب ذاتية:

- ❖ السعي للوصول لجملة من الحقائق حول الصحافة الساخرة.
- ❖ الرغبة في إنجاز دراسة علمية قد تساعد في إثراء مكتبتنا وتكون مرجع مفيد للدراسات المستقبلية.

- ❖ الاهتمام بالوسائط الجديدة خاصة مواقع التواصل الاجتماعي.

أسباب موضوعية:

- ❖ ندرة المواضيع التي اهتمت بالصحافة الساخرة في الجزائر.
- ❖ علاقة موضوع البحث بالتخصص المدروس والاتصال الجماهيري.
- ❖ أهمية الموضوع خاصة مع تواصل انتشار هذا الفن الصحفي عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

6- منهج و أداة الدراسة:

عرف المنهج لغة على أنه: الطريق او المسلك¹

¹ إحصان محمد حسن: مناهج البحث الاجتماعي، ط 2، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص 11

فعدن القيام بأى دراسة علمية لآبد من إاتباع خطوات فكرية منظمة و عقلانية هادفة إلى بلوغ نتيجة ما وذلك بإاتباع منهج مناسب لطبيعة الدراسة التي سنتناولها ، و بذلك فقد عرف أيضاً بأنه "الوسيلة التي يمكن عن طريقها الوصول إلى مجموعة من الحقائق في أى موقف من المواقف، ومحاولة اختبارها للتأكد من صلاحيتها في مواقف أخرى لتصل إلى ما يطلق عليه اصطلاح نظرية وهي هدف كل بحث علمي¹.

كما عرف أيضاً أنه" الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسة المشكلة للوصول إلى نتيجة معينة"².

وبما أن دراستنا تتمحور حول : "واقع الصحافة الساخرة في الجزائر عبر الوسائط الجديدة- **فيسبوك نموذجاً**" فإنها تنتمي إلى الدراسات الوصفية التحليلية كونها تقوم على وصف وتحليل المضامين الإعلامية المنشورة من طرف الصحافة الساخرة وكشف أبعادها والهدف منها.

وللقيام بهذه الدراسة اعتمدنا على منهج تحليل المضمون(المحتوى) إذ تعرفه دائرة المعارف الدولية للعلوم الاجتماعية بأنه " أحد المناهج المستخدمة في دراسة مضمون وسائل الاتصال المكتوبة أو المسموعة بوضع خطة منظمة تبدأ باختيار عينة من المادة محل التحليل وتصنيفها وتحليلها كماً وكيفاً"³. كما يعرفه بيرنارد بيرلسون BERNAD BERLSON بأنه" أحد أساليب البحث العلمي التي تهدف إلى الوصف الموضوعي المنظم والكمي للمحتوى الظاهر لمضمون الاتصال"⁴.

¹ صالح بن نوار: مبادئ في منهجية العلوم الاجتماعية والإنسانية ، دط، دار الفائز، الجزائر، 2012، ص13

² عمار بوحوش: دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية ، ط2، المؤسسة الوطنية للكتاب ، الجزائر، 1990، ص 23

³ رشدي أحمد طعيمة: تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية مفهومه- أسسه- إستخداماته ، دار الفكر العربي لنشر، القاهرة، 2004، ص 71

⁴ Bernard B., Content Analysis in Communication Research, Glencoe, IL, Free , Press,1952 p18

- أما أولي هولستي فيعرفه بأنه " وسيلة للقيام باستنتاجات عن طريق التحديد المنظم والموضوعي لسمات معينة في الرسائل الاتصالية"¹

والغرض وراء استخدامنا لهذا المنهج هو القيام بتحليل النصوص والأفكار التي ينشرها الصحفيين الساخرين والهدف من استخدام هذا الطابع الهزلي والساخر في نقل الأخبار.

(1) فئات تحليل المضمون: تسعى عملية وضع الفئات إلى تنظيم أشياء في نفس الإطار، أو أشخاص من نفس الطبيعة، وهي تهدف إلى تقسيم المحتوى إلى منظومة من الأفكار التي لها علاقة مباشرة بإشكالية و أهداف الدراسة ومجتمع الدراسة وعينته، ومنه تجنب باقي الأفكار التي لا تخدم تلك التوجهات².

أ- **الفئات الخاصة بالمضمون (ماذا قيل؟):** ويتمثل في تقسيم أجزاء المضمون المراد تحليله إلى أجزاء ذات سمات وصفات مشتركة، ويعتمد تحليل المحتوى على فئات المضمون لأنها تعد من الأدوات الملزمة والتي يمكن تكييفها مع مختلف الاشكاليات وهذه الفئات هي: **فئة الموضوع:** وهي أكثر الفئات استخداما وتصدر عن سؤال على ماذا يدور المحتوى أو ما هي المواضيع التي عالجه المحتوى؟

فئة الأهداف: وتعنى برصد الأهداف التي يرغب صاحب المحتوى أو الرسالة في توجيهها من خلال معالجته للموضوع.

فئة الفاعل: وتقصد هذه الفئة رصد الأشخاص، والمؤسسات التي تحرك الموضوع المثار في الرسالة³

فئة السمات: وهي الفئة التي تهتم برصد خصائص الشخصيات الفاعلة في المحتوى مثل: الجنس، السن،.....¹

¹ Ole H, Content Analysis for Social Science and Humanities, Addition, 1969. p. 12

² يوسف تمار: تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين ، ط1 ، طاكسيج كوم لنشر والتوزيع، الجزائر، 2007،ص

فئة الإتجاه: يختارها الباحث عادة لمعرفة الإتجاه الذي يأخذه المضمون محل التحليل².

فئة القيم: وهي ترتبط بعاملين أساسيين هما العامل النفسي المرتبط برغبات الفرد وميوله والعامل الاجتماعي المرتبط بالقوانين والمعايير التي يفرضها المجتمع³.

فئة المصدر: وهي فئة تبحث عن مختلف المنابع التي تغذي المضمون.

فئة الجمهور المستهدف: وهي فئة تبحث عن الجمهور الذي يريد القائم بالإتصال الوصول إليه، طبيعته ، سماته⁴

ب- الفئات الخاصة بالشكل (كيف قيل؟):

فئة اللغة: ويقصد بها اللغة المستعملة في المحتوى.

فئة المساحة: وهي قياس الحجم المتاح من الجريدة أو المجلة أو النشرة.

فئة الموقع: وهي فئة تهتم بموقع الموضوع أو الفكرة.

فئة شكل العبارات: وهي تهتم بالكيفية التي تبنى بها العبارات والجمل.

فئة الإخراج الفني: وتشمل الأصوات، الموسيقى، اللقطات.....

فئة العناصر التيبوغرافية: ويقصد بها العناصر التي تستخدمها الصحافة الساخرة في نشرها للمضامين الاعلامية مثلاً: الصور، الرسوم.....⁵

¹ محمد البشير بن طبة : تحليل المحتوى في بحوث الاتصال ، مجلة الدراسات والبحوث الإجتماعية، العدد 14/13،

جامعة الأمير عبد القادر، قسنطينة، 2015، ص ص 322 323

² يوسف تمار : المرجع السابق، ص63

³ المرجع نفسه، ص 69

⁴ المرجع نفسه، ص 74 و 75

⁵ محمد البشير بن طبة: المرجع السابق، ص 324

وفي دراستنا اعتمدنا على فئة الموضوع/ فئة الأهداف/ فئة القيم/ فئة الفاعل/ كفئات تحليل خاصة بالمضمون، كما اعتمدنا على فئة اللغة/ فئة الخصائص التوبوغرافية/ فئة التفاعلية كفئات تحليل خاصة بالشكل.

(2) وحدات تحليل المضمون: على اعتبار أن الإشكاليات التي تتناولها مواضيع العلوم الإنسانية و الاجتماعية، كثيرة و متنوعة، فإنه من المعقول أن تكون الوحدات المستعملة في تحليل المحتوى كثيرة هي أيضاً و متنوعة، و ذلك تبعاً لطبيعة كل مضمون و الهدف من دراسته. وهذه الوحدات هي:

وحدة الكلمة او الفقرة: لهما اهمية في ضبط وحصر المصطلحات والكلمات والعبارات الوصفية¹.

وحدة الفكرة: وهي عبارة عن جملة أو عبارة تتضمن الفكرة التي يدور حولها موضوع التحليل².

وحدة اللقطة: تستعمل غالباً في المضامين البصرية³.

وحدة المقطع: تقسيم المحتوى الى مقاطع يمكن حسابها وتصنيفها⁴.

وحدة الزمن: قياس المدة الزمنية التي استغرقها المحتوى في عرضه⁵

وحدة العبارة: وهي أكبر من الكلمة، وهي تأخذ شكل متكامل لإعطاء معنى معين⁶

¹ يوسف تمار : المرجع السابق أعلاه، ص 85

² يوسف تمار : المرجع السابق أعلاه، ص 85

³ يوسف تمار : المرجع السابق أعلاه، ص 86

⁴ يوسف تمار : المرجع السابق أعلاه، ص 86

⁵ يوسف تمار : المرجع السابق أعلاه، ص 86

⁶ يوسف تمار : المرجع السابق أعلاه، ص 86

وفي دراستنا اعتمدنا على وحدة الفكرة كونها الأنسب لدراستنا بين كل الوحدات والكفيلة بإعطاء تحليل دقيق للمضامين المحددة لدراسة.

تعتبر مرحلة اختيار أدوات جمع البيانات هامة جدا في البحوث العلمية لأن طريقة اختيار أدوات جمع البيانات، وقدرة الباحث في استغلال التقنيات والأدوات المنهجية كفيلة بأن يكون بحثا متكاملا وموضوعيا إلى حد ما. فقد اعتمدنا في دراستنا على استمارة تحليل المضمون باعتبارها أكثر الأدوات ملائمة لموضوع دراستنا، وهي من أبرز الأدوات التي تستخدم في البحوث الإعلامية بهدف كشف مضمون وسائل الاتصال وما تطرحه هذه الوسائل من قيم وأفكار واتجاهات ومعلومات تؤثر في سلوك الأفراد واتجاهاتهم . وتحليل المضمون هو "مجموعة القواعد المنهجية التي تسعى إلى اكتشاف المعاني من خلال البحث الكمي الموضوعي والمنظم للسمات الظاهرة في هذا المحتوى".¹

7- حدود الدراسة:

الحدود الموضوعية: تشتمل الحدود الموضوعية لدراسة على الصحافة الساخرة ومضامينها المنشورة على الوسائط الجديدة.

الحدود الزمنية: تقتصر هذه الدراسة في حدودها الزمنية في الفترة ما بين شهر أكتوبر 2018 إلى ماي 2019 م.

الحدود المكانية: تقتصر هذه الدراسة في حدودها المكانية على منشورات الصحافة الساخرة على موقع الفيسبوك في الجزائر.

¹ فوزية عكاك: القيم الخيرية في الصحافة الجزائرية الخاصة- دراسة تحليلية لجريدتي الخير والشروق اليومي - ، اطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الإعلام و الإتصال ، قسم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، الجزائر، 2012،

1 - بطاقة فنية عن الساخر مصطفى بونيف¹:

مصطفى بونيف مدون جزائري ساخر من الشباب تخرج من كلية الحقوق ثم كلية الفنون الدرامية لديه مساهمات كثيرة في الصحف والمجلات الوطنية، كما عرف في مختلف وسائل التواصل الاجتماعي، من خلال منشوراته الساخرة خاصة موقع الفيسبوك.

"قفا نضحك ولكنه ضحك كالبكاء" هي المجموعة القصصية الأولى للكاتب والمدون والصحافي مصطفى بونيف الصادرة عن دار نشر الأمة. مجموعة تسخر من الحطام الإنساني والأخلاقي بشكل لاذع وتسخر من واقع مريع صنعه مسؤولون فاسدون وشعب فاسد

2- بطاقة فنية عن الساخر أسامة وحيد²:

أسامة وحيد هو من بين الإعلاميين البارزين والذي حقق ضجة كبيرة بحصصه ومقالاته المنشورة في عدد من وسائل الإعلام. متحصل على شهادة الليسانس في العلوم السياسية وأخرى في الحقوق سنة 1993، وكانت أول وسيلة إعلامية التحق بها تسمى جريدة الواحة في ولاية غرداية، حققت حصته "عمر راسك" على قناة النهار والتي يعاد بثها على موقع الفيسبوك ضجة إعلامية كبيرة في ظرف قياسي، فصار بذلك أحد الإعلاميين المتريعين على عرش الصحافة الساخرة في الجزائر.

3- بطاقة فنية عن الساخر فاتح بن حمو³:

مواطن جزائري يلقب بـ (الوزير الفقير) مدون وناشط عبر مواقع التواصل الاجتماعي، خريج المدرسة العليا للبحرية، عمل لمدة 10 سنوات في أعالي البحار، الصحافة عنده هواية عزّزها بدورات تكوينية، العمل الحالي هو إدارة شركه صغيره لتكيب كاميرات المراقبة وأجهزة

¹ <https://www.facebook.com/mostefa.bounif>

² <https://www.facebook.com/OussamaWahid2/>

³ <https://www.facebook.com/Spidtech.f>

الإنداز، بموازاة النشاط الإعلامي في مختلف وسائل الإعلام، فاتح بن حمو ناقد وساخر له عمود في جريدة الحوار باسم (لو كنت وزيرا) من العاصمة يصل حسابه إلى أكثر من أربعة آلاف متابع . يكتب في المجالات بطريقة ساخرة وناقدة، تلقى كتاباته الكثير من الاهتمام خاصة عبر موقع الفيسبوك.

8- مجتمع وعينة البحث:

لكل بحث علمي مجتمع تدور حوله الدراسة، وتعتبر مرحلة تحديد مجتمع البحث من أهم الخطوات المنهجية في البحوث الاجتماعية، وهي تتطلب من الباحث الدقة البالغة في اختيار مجتمع الدراسة للحصول على أحسن النتائج¹

يعرف الباحثون مجتمع البحث على أنه " مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي نركز عليها الملاحظات"². ففي دراستنا يتمثل مجتمع البحث في كل المنشورات الفايسبوكية المتعلقة بالصحفيين والمدونين الساخرين في الجزائر.

ولأن مجتمع الدراسة في بحث علمي يكون كبيراً، يصعب على الباحث إجراء دراسة مسحية على جميع مفردات مجتمع البحث ويلجأ الباحثين في أغلب البحوث العلمية إلى ضبط وتعريف مفردات بحثهم في عينة محددة فالعينة اختيار واع تخضع إلى عدة اعتبارات علمية وفي الأخير نتائجها تعمم على المجتمع الأصلي.

فالعينة عبارة عن الجزء الذي يختاره الباحث وفق طرق محددة لتمثيل مجتمع البحث تمثيلاً علمياً وسليماً³.

¹ محمد السيد علي: موسوعة المصطلحات التربوية، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الاردن، م 2011 ص3

² موريس أنجرس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، ط2، دار القصبية لنشر، 2006، ص 299

³ محمد بن مرسل: منهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003 ص

- كما تعرف العينة بأنها "عبارة عن مجتمع الدراسة الذي تجمع منه البيانات الميدانية وتعتبر جزء من الكل أي بنسبة معينة من أفراد المجتمع الأصلي، ثم تعمم نتائج الدراسة على المجتمع كله"¹. وتتمثل عينة هذه الدراسة في منشورات الساخر مصطفى بونيف و أسامة وحيد و فاتح بن حمو.

- **حجم العينة:** لاختيار حجم عينة الدراسة أخذنا بعين الاعتبار دراسة ستمبل، حيث قام هذا الباحث بمقارنة نتائج خمس عينات في الأحجام الآتية: 6،12،24،36،48 عدا من صحيفة وقارن نتائجها بمتوسط موضوع واحد في جريدة واحدة على مدار العام لتحديد الحجم الأمثل للعينة، و وجد ستمبل أن العينات الخمس متفقة النتائج مع متوسط للعام وأن زيادة العينة 12 عدا لا تقدم تفاوتاً ملموساً في النتائج.² ووفقاً لما سبق سنعمل في دراستنا على تحليل 36 منشور من صفحات الفيسبوك المتعلقة بالصحفيين والمدونين الساخرين.

- **أسلوب ونوع المعاينة:** لقد تم إختيار عينة الدراسة بأسلوب (العينة الغير احتمالية) وهي العينات التي يتم اختيارها بشكل غير عشوائي ولا تتم وفقاً للأسس الاحتمالية المختلفة، وإنما تتم وفقاً لأسس وتقديرات ومعايير معينة يضعها الباحث، وفيها يتدخل الباحث في اختيار العينة وتقدير من يختار ومن لا يختار من أفراد مجتمع البحث الأصلي³. كما اعتمدنا في دراستنا هذه على العينة القصدية في إختيار مجموعة من منشورات الصحافة الساخرة عبر الوسائط الجديدة، الفيسبوك نموذجاً، وتعرف العينة القصدية " أنها يقوم بها

¹ رشيد زرواتي: تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الإجتماعية ، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008، ص 267

² قدة حمزة: معالجة الصحافة الوطنية لظاهرة الهجرة غير الشرعية في الجزائر - تحليل محتوى لعينة من الصحف- ،

دراسة لنيل شهادة الماجستير ، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة باجي مختار عنابة ، الجزائر 2011 ، ص 31

³ منذر الضامن: أساسيات البحث العلمي، ط1 ، دار المسيرة لنشر، عمان، 2007 ، ص 171

الباحث باختيار مفرداتها بطريقة تحكيمية خالية من الصدفة. وبالتالي لا يجد صعوبة في سحب مفرداتها بطريقة مباشرة"¹

9- مصطلحات ومفاهيم الدراسة:

إن عملية تحديد المفاهيم تكتسي أهمية بالغة في البحث العلمي والإستغناء عنها يعتبر تقصيراً منهجياً وجب تقاديه²:

وتتمثل مفاهيم ومصطلحات هذه الدراسة في:

1- الواقع (La réalité)³:

1-1 التعريف اللغوي: الوَاقِعُ: الحاصلُ، الحقيقةُ، عكسه الخيال * الأمر الواقع :
الوضع الواقعي أو الفعلي⁴

1-2 التعريف الموسوعي: هناك من يعرفه بأنه " محاولة تصوير الحياة تصويراً واقعياً دون إغراق في المثاليات أو جنوح صوب الخيال" أو " مذهب فلسفي يرى بأن وجود الأشياء الخارجية لا يتوقف على إدراك العقل لها فهي موجودة فعلاً سواءً وجد من يدركها أم لم يوجد"⁵

1-3 التعريف الإجرائي: هو تصوير كل ما يحيط بالإنسان من مختلف مجالات الحياة تصويراً فعلياً و موضوعياً خالي من الخيال.

¹ رشيد زرواتي، مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار الهدى، الجزائر، (د س) ص 334

² فضيل دليو واخرون: أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية، منشورات جامعة منتوري، قسنطينة، 1999، ص 10

³ واكيم: قاموس الطالب فرنسي-عربي، المؤسسة الحديثة للكتاب لنشر، بيروت، لبنان، د س، ص 411

⁴ أحمد مختار عمر: معجم اللغة العربية المعاصرة، م 1، ط 1، دار عالم الكتب لنشر، القاهرة، 2008، ص 2482

⁵ محمود محمد محفوظ واخرون: الموسوعة العربية الميسرة، ط 3، المكتبة العصرية لنشر، م 7، بيروت، 2010، ص

2- الصحافة (presse)¹:

2-1 **التعريف اللغوي**: عرفت الصحافة بأنها " فن إنشاء الجرائد والمجلات وكتابتها" كما عرفت كذلك بأنها " طائفة الصحف الصادرة في بلد من البلدان أو في منطقة من المناطق (الصحافة العربية، الصحافة العالمية)²

و جاء في الموسوعة العربية العالمية: الصحيفة كل سطح رقيق يكتب عليه، والجمع صحائف و صحف³

2-2 **التعريف المعجمي**: هي صناعة إصدار الجرائد والمجلات وذلك باستقاء الأخبار، وكتابة الموضوعات الصحفية من تحقيقات وأحاديث و مقالات وأعمدة، وجمع الصور والإعلانات ونشر كل ذلك في الجرائد والمجلات وتولي إدارتها⁴.

3- السخرية (L'ironie)⁵:

3-1 **التعريف اللغوي**: قال عز وجل (إِن تَسْخَرُوا مِنَّا فَإِنَّا نَسْخَرُ مِنْكُمْ)⁶ السخرية مصدر، سخر، يسخر، سخرًا ، وسخرًا ويقال السخرّة أي من يسخر من الناس ، والسخرّة أي الذي يعمل قهراً بلا أجر⁷.

3-2 **التعريف المعجمي**: السخرية أسلوب عدائي مصوغ بروح الفكاهة، ويطلقون عليها أحياناً مصطلح "الفكاهة العدوانية" ويقولون أنها في مجملها تتجه إلى العموم فتعنى بالنقائص

¹ واكيم: المرجع السابق ، ص 382

² جبران مسعود: **الرائد معجم لغوي عصري**، ط7، دار العلم للملايين، بيروت، 1992، ص 490

³ زهير إحدادن: **الصحافة المكتوبة في الجزائر**، د ط، ديوان المطبوعات الجامعية، جامعة الجزائر، 1991، ص 49

⁴ محمد منير حجاب: **المعجم الإعلامي**، ط1، دار الفجر لنشر، القاهرة، 2004م، القاهرة، ص 316

⁵ واكيم: نفس المرجع أعلاه، ص 266

⁶ سورة هود، الآية 38

⁷ جبران مسعود: المرجع السابق، ص 435

التي تشيع شيوعاً ملبوساً. وبخلاف المأساة فإن السخرية وإن تمثلت في فرد أو بدأ في ظاهرها أنها تعالج

أمراً شخصياً. فإنما القصد الحقيقي منها جعل الفرد أو الأمر الشخصي نموذجاً لظاهرة عامة، أو نواح شائعة في المجتمع.¹

4- الوسائط الجديدة (Nouveau média)² :

4-1 **التعريف اللغوي:** الوسائط من مصدر وسط، ووسط، أو عمل الوسيط أما الجديدة فهو كون الشيء جديداً³ ،

4-2 **التعريف الموسوعي:** هي توليفة متفاعلة أو مزيج متكامل من النصوص والصور والصوت والرسوم الثابتة والمتحركة ولقطات الفيديو ضمن برامج متنوعة، يمكن للمستفيد المساهمة في تشكيلها، والمشاركة في توظيفها وتحريكها ضمن رحلة التصفح والملاحة والتجوال. ومن ثم استرجاع المعلومات بشكل سريع ومفصل مرئي ومسموع. بالإضافة إلى تتبع مسارات النصوص أو المعلومات كشبكة كثيفة من العلاقات المتداخلة للتشعب التفاعلي والعرض الديناميكي المتناسق.⁴

4-3 **التعريف الإجرائي:** الوسائط الجديدة هي مجموعة المقترحات الجديدة ذات الطابع الرقمي (الإلكتروني) والتي تتمثل في الصوت والصورة والنص والرسوم، ويتم بثها وتقديمها والتي تتيح للمتصفح أو المتلقي حرية.

¹ محمد منير حجاب، المرجع السابق، 302

² واكيم : مرجع سبق ذكره، ص 301

³ جبران مسعود: مرجع سبق ذكره، ص ص 269-851

⁴ محمود محمد محفوظ وآخرون: المرجع السابق، ص 3591

5- العمود الصحفي (Colonne de presse):¹

5-1 **التعريف اللغوي:** إن العمود لغة هو ما يقوم عليه البيت وغيره، قال تعالى (الله الذي رفع السماوات بغير عمد ترونها)² والعمود هو السيد الذي يعتمد عليه في الأمور، وعمود الصبح هو ماتلج من ضوءه، وعمود البطن هو الظهر، وعمود الأمر قوامه الذي لا يستقيم إلا به.³

ويرتبط معنى العمود بثلاث مدلولات، المدلول الهندسي المعماري وهو بهذا المعنى دعامة، والمدلول العسكري بمعنى رتل أو طابور، ثم المعنى الدال إلى الإعلام المقروء أي العمود الصحفي.⁴

5-2 **التعريف المعجمي:** هو مساحة محدودة من صحيفة تزيد بقليل أو أكثر عن عمود تصنعه الصحيفة تحت تصرف أحد كبار الكتاب، يعبر من خلاله عما يراه من آراء أو أفكار أو انطباعات شخصية فيما يراه من قضايا وموضوعات ومشاكل، بالأسلوب الذي يرتضيه، وغالبا ما يحتل العمود الصحفي مكان ثابت لا يتغير على إحدى صفحات الجريدة، وينشر تحت عنوان ثابت ويظهر بموعد ثابت قد يكون كل يوم أو كل أسبوع ولا بد أن يحمل العمود الصحفي توقيع كاتبه وليس من الضروري أن يلتزم كاتب العمود الصحفي بسياسة الصحيفة.⁵

¹ حميد جاعد محسن الدليمي: **مصطلحات إعلامية**، مجلة البحوث الإعلامية، العدد 24/23، الجامعة العربية المفتوحة في الدنمارك، 2011، ص 20

² سورة الرعد، الآية 02

³ عبد المعطي شعبان واخرون: **المعجم الوسيط**، ط4، مكتبة الشروق الدولية لنشر، القاهرة، 2004، ص 606

⁴ واثق الدايني: **العمود الصحفي والمكاشفات**، ط1، دار الشؤون الثقافية العامة لنشر، بغداد، 1999، ص 15

⁵ محمد جمال الفار: **معجم المصطلحات الإعلامية**، دار أسامة لنشر، د ط، الأردن، 2014م، ص ص 229 230

6- التعليق الصحفي (Commentaire de presse)¹ :

6-1 **التعريف اللغوي:** التعليق مصدر علق (ع ل ق) وهو حديث أو مقال تعرض فيه قضايا معينة وتناقش مثل "تعليق سياسي" أو ما علق على حاشية الكتاب من شرح ونحوه.²

6-2 **التعريف المعجمي:** هو ما يلحق الأخبار والمعلومات من شرح وتفسير لمضمونها، لإدراكها وفهمها فهما صحيحا. ومن أسباب التعليق على الأخبار وتوضيحها تلك التي تأتي من وكالات الأنباء الخارجية ، خاصة وأنها تخدم ذهنيات معينة، وتنتشر الأخبار بطريقة ملتوية لخدمة مصالحها. ومهمة التعليق في هذا المقام تكون بوضع الخبر في نسقه الصحيح، والتفريق بين الجانب المغرض المعادي والجانب الصحيح.³

7- الأنواع الصحفية (Types de presse)⁴ :

7-1 **التعريف اللغوي:** مصدر (ناع ، ينوع) وهي جمع كلمة النوع ويشير إلى الجنس، والصنف من كل شيء⁵ .

7-2 **التعريف المعجمي:** وهو شكل تعبيرى مباشر يأخذ مادته من الواقع، يتميز بالثبات والاستمرار ويهدف إلى التأثير في السلوكيات الفردية والجماعية، بمخاطبة الفكر والمشاعر، من خلال تقديم الأحداث والظواهر وتحليلها وتفسيرها ونقدها⁶.

¹ حميد جاعد محسن الدليمي : المرجع السابق ، ص 21

² جبران مسعود : مرجع سبق ذكره ، ص 223

³ خضير شعبان: **مصطلحات في الإعلام والاتصال** ، ط1، دار اللسان العربي لنشر، الجزائر، 1442هـ، ص 57

⁴ واكيم: مرجع سبق ذكره ، ص 500

⁵ جبران مسعود: نفس المرجع أعلاه، ص 826

⁶ خضير شعبان: المرجع السابق، ص 175

8- الصورة الصحفية (Photo de presse)¹ :

8-1 **التعريف اللغوي:** الصورة هي كل ما يعبر عن الشكل والوجه والصفة والنوع، فالصورة الصحفية هي كل ما يصور وينشر في الصحف²

8-2 **التعريف المعجمي:** الصورة الصحفية هي التي نجد فيها الحدث أو القصة التي نراها. ولذلك فإنها تكمل لنا الرواية وكأننا كنا شاهديها بالعيان. والصورة لغة عالمية يفهمها الجميع. والصورة عموماً تكمل الروايات الخبرية وتستخدم في تصوير جوانبها إما بنشرها على صفحة واحدة مع الخبر، وإما بنشرها على صفحة أخرى من نفس الطبعة.³

9- الكاريكاتور الصحفي (La caricature de presse)⁴ :

9-1 **التعريف اللغوي:** هوفن الإضحاك بالتضخيم أو المسخ لصورة شخص ما، بهدف السخرية وفي تعريف آخر يعتبر فن مضحك في ظاهره، ناقد في مدلوله.⁵

9-2 **التعريف المعجمي:** اشتقت لقطه كاريكاتور caricature من الفعل caricure في اللغة الإيطالية الذي يقصد به في اللغة الإنجليزية to load أما في اللغة العربية فيعنى بحشو أو يقوم بإضافات إلى الواقع، أي إلى موضوعات الرسومات الكاريكاتورية. وعلى كل حال يبدو أن وجه الإنسان قد عد لدى أغلبية الرسامين الكاريكاتوريين نقطة انطلاق، فيقوم على سبيل المثال بإدخال بعض اضافات على وجه الشخصية.⁶

¹ واكيم : مرجع سبق ذكره ، ص 363

² خضير شعبان: المرجع السابق ، ص 503

³ محمد منير حجاب: مرجع سبق ذكره ، ص 336

⁴ حميد جاعد محسن الدليمي : المرجع السابق ، ص 17

⁵ خضير شعبان: نفس المرجع أعلاه، ص 512

⁶ محمد منير حجاب: مرجع سبق ذكره، ص 438

10- القيم: (valeurs)¹ :

10-1 **التعريف اللغوي:** القيمة ثمن الشيء بالتقويم وفي اللغة العربية مشتقة من القيام وهو نقيض الجلوس، قام يقوم قوماً وقياماً، والقيام بمعنى آخر هو العزم، كما جاء بمعنى المحافظة والإصلاح ، وأما القوام فهو العدل وحسن الطول وحسن الإستقامة².

10-2 **التعريف الموسوعي:** لقد تباينت آراء العلماء والمفكرين حول تعريف القيمة إذ قال ادم سميث أن العمل هو مصدر قيمة السلعة، ويقول ريكاردو إن نفقة الإنتاج هي المفسر للقيمة. ويمكن القول إن المدرسة الكلاسيكية أمنت بأن العمل أساس القيمة. ولكن المدرسة الحديثة أمن بأن المنفعة هي التي تحدد القيمة³.

أما القيمة عند عزي عبد الرحمن فهي ما يرتفع إلى المنزلة المعنوية، ويكون مصدر القيم في الأساس الدين، فالإنسان لا يكون مصدر للقيم وإنما أداة تتجسد فيه القيم⁴ ، ويرى ابراهيم الشافعي أن القيم مجموعة من المعايير التي تتخذ ميزاناً للأعمال والحكم على التصرفات المختلفة للإنسان⁵.

10-3 **التعريف الإجرائي:** يمكن تعريف القيم بأنها مجموعة الأحكام التي تطلق على الأقوال والتصرفات التي يصدرها الفرد أو الجماعة على شيء ما محتكماً في ذلك إلى المرجعية الدينية والتي تتمثل في القرآن والسنة النبوية ، وتتخذ هذه الأحكام كمعيار للحكم على كل قول أو فعل صادر من أي شخص أو جماعة ما.

¹ واكيم: مرجع سبق ذكره ، ص 505

² ابن منظور: لسان العرب ، دار لبنان للعرب، بيروت، 1994م، ص 496-505

³ محمود محمد محفوظ وآخرون: مرجع سبق ذكره، ص 2610

⁴ عبد الرحمن عزي: دراسات في نظرية الاتصال (نحو فكر إعلامي مميز)، ط1، مركز الوحدة العربية لنشر، سلسلة كتب

المستقبل العربي(28) لبنان 2003م، ص 106

⁵ أحمد محمد عقلة الزبون: منظومة القيم التي تعكسها البرامج الدينية في التلفزيون الأردني، مجلة جامعة أم القرى

م، العدد2، الأردن، 2010م، ص 7

11- الفيسبوك: (facebook)¹

1-11 التعريف اللغوي: مصطلح فايسبوك كما هو معروف في أوروبا يشير إلى دفتر ورقي يحمل صوراً ومعلومات لأفراد جامعة معينة أو مجموعة ومن هنا جاءت تسمية الموقع.²

2-11 التعريف الموسوعي: هو موقع ويب للتواصل الاجتماعي يمكن الدخول إليه مجاناً وتديره شركة " فايس بوك " محدودة المسؤولية لملكية خاصة لها.³

- كما يعرف أنه "موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية تتيح للأشخاص العاديين أو الاعتباريين (كالشركات) أن يبرزوا أنفسهم، ويعززوا مكانتهم عبر أدوات موقع التواصل مع أشخاص آخرين ضمن نطاق ذلك الموقع أو عبر التواصل مع مواقع التواصل الأخرى.⁴

3-11 التعريف الإجرائي: موقع الفيسبوك موقع من مواقع الشبكات الاجتماعية، يهدف إلى تكوين علاقات بين الأفراد في مختلف أنحاء العالم، كما يتيح للمستخدمين تبادل المعلومات والصور والفيديوهات والأفكار والملفات.

11- فئة الموضوع:

التعريف الإجرائي: يقصد بها معرفة نوع المضامين أو المواضيع التي تنشرها الصحافة الساخرة عبر الوسائط الجديدة هل هي مواضيع سياسية، اجتماعية، دينية ، ثقافية...

12- فئة الأهداف:

التعريف الإجرائي: يقصد بها رصد الغاية من المضامين التي تنشرها الصحافة الساخرة عبر الوسائط الجديدة. هل هي أهداف فردية، جماعية، متنوعة.

¹ واكيم: المرجع السابق، ص 215

² وائل مبارك خضر فضل الله: أثر الفيسبوك على المجتمع، ط1 ، فهرسة المكتبة الوطنية اثناء النشر، السودان، 2011 ، ص12 ،

³ صلاح محمد عبد الحميد: الاعلام الجديد، ط1 ، مؤسسة طيبة للنشر و التوزيع، القاهرة، 2012 ، ص206

⁴ خالد غسان، يوسف مقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النقاش للنشر و التوزيع، عمان، 2010 ، ص3

13- فئة القيم:

التعريف الإجرائي: ويقصد بها مجموعة المعايير الأخلاقية التي تظهر في المنشور، من خلال مواقف و اتجاهات الصحفيين الساخرين حول قضية معينة. وهذه القيم قد تكون قيم اجتماعية، سياسية، دينية،....

14- فئة الفاعلين:

التعريف الإجرائي: ويقصد بها الأشخاص والمؤسسات التي تدور حولها مضامين الصحافة الساخرة ، هل هم شخصيات بارزة، عامة الناس، مؤسسات حكومية، أو خاصة

15- فئة اللغة:

التعريف الإجرائي: ويقصد بها اللغة التي تستخدمها الصحافة الساخرة في نشر المواضيع عبر الوسائط الجديدة. وهذه اللغة قد تكون لغة فصحي، عامة، أجنبية، مختلطة.

16- فئة الخصائص التيبوغرافية:

التعريف الإجرائي: ويقصد بها العناصر التي تستخدمها الصحافة الساخرة في نشرها للمضامين الاعلامية مثلاً: الصور، الرسوم، الكاريكاتور.....

17- فئة التفاعلية:

التعريف الإجرائي: يقصد بها الكيفية التي يتفاعل بها المتصفحون مع المضامين التي تنشرها الصحافة الساخرة عبر الوسائط الجديدة، مثل: التعليق أو الايموجي.

18- وحدة الفكرة:

التعريف الإجرائي: يقصد بأنها تستخدم لحساب الفكرة أو الأفكار التي يدور حولها المضمون الذي تنشره الصحافة الساخرة عبر الوسائط الجديدة.

10- الدراسات السابقة و المشابهة:**1- دراسة رامي علي عبد الرؤوف رجوب:¹**

تكمن إشكالية هذه الدراسة في محاور واتجاهات الصحافة الإلكترونية الساخرة، ودرجات السخرية المستخدمة، وقد تم صياغة هذه الإشكالية في سؤالين هما:

- ماهي مجالات السخرية في مقالات الكاتب كامل نصيرات؟
- ماهي أساليب السخرية في مقالات الكاتب كامل نصيرات؟

وتتمثل أسئلة الدراسة الفرعية في:

- ما درجات السخرية المستخدمة في مقالات الكاتب كامل نصيرات؟
- ماهي فئات الموضوعات التي تناولتها مقالات الكاتب؟
- ماهي فئات الجمهور التي يستهدفها الكاتب؟
- ما الإتجاهات التي تضمنتها مقالات الكاتب؟
- ما الأحداث الفاعلة في مقالات الكاتب؟
- ما الإتجاهات التي يستعملها الكاتب في مقالاته؟

وتتمثل أهداف هذه الدراسة في:

- تحديد موضوعات وقضايا مقالات الكاتب كامل نصيرات
- تحديد ميول واتجاهات مقالات الكاتب كامل نصيرات
- تحديد درجات السخرية في مقالات الكاتب كما نصيرات
- تحديد الفئات المستهدفة في مقالات الكاتب كامل نصيرات

¹ رامي علي عبد الرؤوف رجوب: المقال الساخر في الصحافة الإلكترونية الأردنية- مقالات كامل نصيرات أنموذجاً ،

دراسة لنيل درجة الماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2017.

وقد تم الاعتماد على المنهج الوصفي في هذه الدراسة، وعلى تحليل المضمون كأداة لجمع المعلومات. أما مجتمع الدراسة فيتمثل في المقالات الساخرة المنشورة على شبكة الأنترنت، في حين تعتبر مقالات كامل نصيرات المنشورة من 1-1-2016 إلى 28-10-2016 كعينة لدراسة.

نتائج الدراسة:

- تشير النتائج أن النسبة الأكبر من الموضوعات التي تناولتها مقالات الكاتب كامل نصيرات كانت من نصيب موضوع السياسات وقرارات الحكومة و الفساد.
- استخدم الكاتب السخرية السطحية كدرجة من درجات السخرية المستخدمة في الصحافة الالكترونية.
- تضمنت مقالات الكاتب إتجاهات وجدانية بالدرجة الأولى، ثم العقلية، ثم المختلطة.
- الأحداث الفاعلة في مقالات كامل نصيرات هي الأحداث الواقعية بنسبة أكبر.
- تستهدف مقالات الكاتب كامل نصيرات معظم فئات وطبقات المجتمع.

من هنا يمكن القول أن وجه الشبه بين دراستنا وهذه الدراسة يكمن في أن كلا منهما اهتمت بما يعرف بالصحافة الساخرة واعتمدت على الجانب التحليلي لمضمون هذه الصحافة والغرض منه، أما وجه الاختلاف فيتمثل في أن هذه الدراسة اهتمت بالمنشورات الساخرة عبر الصحف الإلكترونية ، أما دراستنا فاهتمت بالمنشورات الساخرة عبر موقع الفيسبوك.

2- دراسة نجاة بوتلجة، فضيل دليو:¹

تمحورت إشكالية هذه الدراسة في التساؤلات التالية:

¹ نجاة بوتلجة، فضيل دليو : الكتابة الصحفية الساخرة بجريدة الشروق اليومي - دراسة تحليلية لعمود منمات للكاتب عمار يزلي أنموذجاً ، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد25، جامعة قسنطينة03، الجزائر، 2017

- كيف تجاوب الكاتب " عمار يزلي " مع الأحداث الوطنية من خلال عمود "منامات " المنشور بجريدة الشروق اليومي؟ وما هي طبيعة الأهداف التي يرمي إلى تحقيقها؟
 - ما هي الأسس والمبادئ التي قامت عليها تلك السخرية؟ وما هي دلالاتها؟
 - ما هي أهم أساليب البلاغية المعتمدة في السخرية؟
 - أي لغة اختارها للتعبير عن ذلك الواقع؟ وما هي مستويات قراءة عموده الساخر؟
- تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية، وقد اعتمد الباحثان على منهج المسح عن طريق العينة، الذي يعتبر أحد المسوح التي تهتم بدراسة جزء من أفراد مجتمع البحث. أما عينة البحث فتتمثل في منشورات عمار يزلي ابتداءً من يوم الأحد 03 جانفي إلى يوم الخميس 31 مارس 2016م، كما اعتمدت هذه الدراسة على تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات.

نتائج الدراسة:

- تميزت الأعمدة الساخرة " منامات " لكاتبها " عمار يزلي " بحسن اختيار الموضوعات والصور التي تستحق التوقف عندها والسخرية منها والتهكم بها.
- لم تخل تلك الأعمدة الساخرة من دقة التوجه وبراعة الوصف والتصوير.
- تميزت الأعمدة الساخرة ل "عمار يزلي- " كذلك -بتوفرها على عنصر الضحك والكوميديا.
- اعتمدت سخرية الكاتب " عمار يزلي " على عدة أسس ومبادئ كمبدأ مخالفة الواقع ولغة التماثل.
- وظف الكاتب لبلوغ غايته الساخرة عدة أساليب البلاغية وفنية كالتعريض والمفارقة والتكيت والتبكييت والمناداة بالألقاب، إضافة إلى الإيجاز والأسلوب الإنشائي من استقهام وتعجب وأمر....
- احتوت الكتابات الساخرة " لعمار يزلي " من خلال عموده " منامات " على مواقف تصويرية للأوضاع السياسية والاجتماعية والثقافية الجزائرية.

يكمن وجه الشبه بين هذه الدراسة ودراستنا في أن كلاً منها اهتمت بالصحافة الساخرة واللغة المستخدمة في كتابة المضمون، أما وجه الاختلاف فيتمثل في أن هذه الدراسة اهتمت بمنشورات الصحافة الساخرة عبر الجرائد (جريدة الشروق اليومي)، في حين دراستنا اهتمت بمنشورات الصحافة الساخرة عبر الوسائط الجديدة (موقع الفيسبوك).

3- دراسة حميدات نخلة كمال:¹

تدور إشكالية هذه الدراسة حول استفادات الصحافة في الجزائر من الفترة الحرجة التي مرت بت خاصة بعد أحداث جوان 1990 وبداية الاضطرابات السياسية، حيث أصبح بإمكان السلطات تعليق أي صحيفة بموجب قوانين الوضع الأمني. وكانت هذه الاضطرابات مادة للصحف الساخرة والتي استطاعت البروز ولفترة قصيرة على الساحة الإعلامية، قبل أن توقف السلطات هذه الصحف بتهمة أنها وقعت في تجاوزات أخلاقية كثيرة.

وعلى ضوء ما ذكر صاغ الباحث إشكاليته في التساؤلات التالية:

- هل وقعت فعلاً الصحف الساخرة في تجاوزات أخلاقية خطيرة ولم تتحل بالمسؤولية وخطيرة ولم تتحل بالمسؤولية و احترام الجمهور الذي التفت حولها؟ هل كانت الصحف الساخرة ملتزمة بأخلاقيات المهنة أم لا؟ ما هي خلفيات ووضعية هذه الظاهرة في الجزائر؟

وتفرعت عن هذه التساؤلات تساؤلات فرعية وهي كالاتي:

- هل التزمت (الصحافة) بالواقع في تقديمها للمادة الإعلامية؟
- هل توافقت في ذلك مع جمهورها؟
- ما مدى التزام صحيفة (الصحافة) بالموضوعية والدقة؟

¹ حميدات نخلة كمال : الصحافة الساخرة في الجزائر وضوابطها الأخلاقية ، مذكرة لينل شهادة الماستر ، اتصال و صحافة مكتوبة، جامعة السعيدة، الجزائر، 2014/2013.

وتهدف هذه الدراسة إلى:

- نظرة لاعتماد الجمهور على الصحافة الساخرة لمتابعة الأحداث الدولية والوطنية، والترويج عن النفس.
- الاستدلال بدراسة علمية وميدانية وتطبيقية فيما يخص الدور الذي تؤديه الصحافة الساخرة.
- إثراء ميدان البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال.
- الاهتمام بالصحف والصحافة خاصة الصحافة الساخرة بالجزائر.

وقد استعان الباحث في دراسته بالمنهج الوصفي والذي اعتمد عليه في الجزء النظري لدراسة، وكذا المنهج السيميائي والذي اعتمد عليه في الجانب التطبيقي لتفسير الظاهرة الإعلامية.

ويتمثل مجتمع بحث هذه الدراسة في وسائل الاتصال الجماهيري، أما عينة الدراسة فهي صحيفة (الصحافة) والتي اختيرت بطريقة عمدية، ومن أجل جمع البيانات استعان الباحث بوسائل الاتصال الجمعي (كالجرائد والمجلات...).

نتائج الدراسة:

- إن الصحافة الساخرة في الجزائر لم يكن يعوزها الرصيد الفلسفي لأخلاقيات المهنة، وإنما يعوزها الإيمان بهذه الفلسفة كمنطق أساسي في ممارسة المهنة.
- أن (الصحافة) لم تقع في تجاوزات خطيرة تخرجها عن إطار احترام المبادئ والالتزام بالأخلاقيات.
- التزام (الصحافة) بمبدأ الموضوعية والدقة.

يتمثل وجه الشبه بين هذه الدراسة ودراستنا في أن كلا منهما اهتمت بالصحافة الساخرة في الجزائر، أما وجه الاختلاف فيكمن في أن هذه الدراسة حاولت دراسة الصحافة الساخرة من الجهة القانونية والضوابط الأخلاقية واعتمد على منشورات الجرائد والمجلات، بينما اختصت

دراستنا بتحليل المحتوى والمادة الإعلامية لهذه الصحافة، واعتمد على ما ينشر عبر وسائل الاتصال الجديدة (الفيديو نموذجاً).

11- المقاربة النظرية لدراسة:

1- نظرية الحتمية القيمية ل(عزي عبد الرحمان):

• تعريف نظرية الحتمية القيمية في الإعلام:

يتكون مسمى الحتمية القيمية في الإعلام من:

أ- الحتمية : و يقصد بها اعتبار متغير واحد على انه المحرك الأساسي في تفسير أو فهم الظاهرة.

ب- القيمية: عرف عزي عبد الرحمن القيمة بأنها " يرتفع بالفرد إلى المنزلة المعنوية ، و يكون مصدر القيم في أساس الدين ، فالإنسان لا يكون مصدر القيم و أنها أداة تتجسد فيها القيم¹.

ويقول عزي عبد الرحمن أن نظرية الحتمية القيمية تنطلق من أن القيم السائدة في المجتمع هي التي تحدد نوع الوسيلة و أي قناة وتعبر عن أصل المجتمع المستخدمة فيها².

• فروض نظرية الحتمية القيمية:

- الرسالة هي القيمة: إن القارئ والمتمتع في دراسات وأبحاث المفكر الجزائري عبد الرحمن عزي يجد هذا الهاجس الجوهرى والمركزي (الرسالة هي القيم) أي أن يكون الاتصال دائماً حاملاً للقيم الثقافية و الروحية التي تدفع بالإنسان و المجتمع إلى التقدم.

¹ عبد الرحمان عزي : المرجع السابق ، ص 112

² د عبد الحليم يعقوب: حتمية الاعلام الجديد التكنولوجية بين الذوبان الثقافي والانتماء الوطني إزاء التطرف الديني و الانحراف الاخلاقي ، دراسة تحليلية على عينة من طلاب كلية الآداب جامعة الملك فيصل 1 ، المملكة العربية السعودية، د

ويفهم مما سبق أن القيمة حسب عزي هي حتمية ضرورية عند دراسة الإعلام وكلما اقترنت القيمة بالإعلام كلما كان التأثير ايجابيا على المجتمع، وكلما ابتعد الإعلام عن القيمة أو تناقض معها كلما كان التأثير سلبيا.

- **الأثر الإعلامي و نظام القيم:** إن الجديد في نظرية عزي عبد الرحمن هو تقسيمه للتأثير إلى تأثيرات ايجابية و أخرى سلبية على غرار ما هو معروف في الدراسات الامبريقية من تأثيرات كامنة و أخرى ظاهرة، مباشرة، غير مباشرة، تأثيرات على المدى القصير و أخرى على المدى البعيد.

وتتضمن تأثيرات محتويات و سائل الإعلام الايجابية في منظوره ما يلي : تعزيز القيم، التنشئة الاجتماعية، توسيع الاستفادة من الثقافة، الوعي بالعالم الخارجي، أو توسيع المحيط، النظر من زاوية خارجية، معايشة عوالم متعددة، تحمل الإنسان عبر الزمان و المكان، الإشباع، الترفيه، نقد الذات و تغييرها، الإعلام و التفسير و التحليل.

أما التأثيرات السلبية فهي : تبسيط وتشويه الثقافة، تضيق المحيط، تقليص المحلي وتوسيع العالمي، إضعاف نسيج الاتصال الاجتماعي، إضعاف دور قادة الرأي و الفكر، تقمص أدوار النجوم.....الخ¹.

- **نحو ربط ثقافة الحواس بالقيم:** إن التحليل الذي قدمه عبد الرحمن عزي في قراءته الاستمولوجية في تكنولوجيا الاتصال يحيل المتمعن الوقوف أمام معرفته الكاملة بالموضوع، أي بوصفها نظرية في علوم الإعلام والاتصال مبنية على تكنولوجيا الحواس، وهي في الأصل معرفة إنسانية ولذلك يمكن فعلاً فهم العالم الذي من حولنا من خلال الحواس، و يمكن معرفة تطور البشرية من خلال وظيفة الحواس في الإنسان أيضاً².

¹ ابتسام مباركي: **نظرية الحتمية القيمة في الإعلام: قراءة تبسيطية لأهم افتراضاتها** ، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد

2، المركز الديمقراطي العربي، ص 148 و149

² المرجع نفسه، ص 149

ويرى الباحث نصير بوعلي أن الغاية والمقصد من تفسير عزي عبد الرحمن للإعلام حواسا هو أولا التنبيه إلى العلاقة الترابطية بين العالم و المعلوم أي بين العارف و غيره، كما يقصد بها التنبيه إلى مخاطر تجزأ الإنسان.¹

• توظيف النظرية في الدراسة:

عند المقاربة المنهجية لهذه النظرية بدراستنا فان الرسائل الإعلامية التي تحملها الصحافة الساخرة تستند إلى أفكار و قيم تصل إلى الجمهور خاصة من خلال الوسائط الجديدة، وتكون هذه الرسائل ذات طابع اجتماعي وسياسي وثقافي حيث يتم معالجتها بأسلوب هزلي ساخر لكن قد يسعى إلى الترابط و تعزيز التنشئة الاجتماعية، ومن هنا يكون تأثيرها ايجابياً على الأنساق القيمية والاجتماعية للمجتمع.في حين يمكن أن يكون لها تأثير سلبي من الجانب الديني والعائدي.

2- نظرية وضع الأجندة (ترتيب الأولويات):

حدد الباحثون عدداً كبيراً من التعريفات لعملية وضع الأجندة، حيث يعرفها (james waston) أنها " مجموعة من الموضوعات، عادة يكون ترتيبها حسب أهميتها" . كما عرفها (k.lang) بأنها " الأعمال التي يؤثر بمقتضاها كل من وسائل الإعلام والحكومة والأفراد بعضهم ببعض أي أنها عملية تفاعلية تحاول من خلالها العديد من العوامل التأثير في أجندة وسائل الإعلام"².

و ترجع البدايات التاريخية لظهور نظرية وضع الأجندة إلى الباحث ولترليمان الذي أكد في كتابه الرأي العام الصادر سنة 1922، أن وسائل الإعلام تساعد في بناء الصور الذهنية عن القضايا المختلفة. ويعود الفضل للباحثين ماكومبس و شاو في تطوير بحوث ترتيب

¹ ابتسام مباركي: المرجع نفسه ، ص 150

² نسرين حسونة: نظريات الإعلام والاتصال ، ماجستير صحافة ، شبكة الألوكة لنشر، القاهرة، 2015، ص 4 و 5

الأولويات واختبرا فرضها الرئيسي من خلال دراستهما لدور وسائل الإعلام أثناء الانتخابات الرئاسية الأمريكية سنة 1968¹.

وتقوم هذه النظرية على فكرة أساسية مفادها أن وسائل الإعلام قد لا تنجح في كل الحالات في تعريف الناس كيف يفكرون ولكنها تنجح في تعريفهم فيما يفكرون وهذا يدل على أن هناك علاقة قوية وترابط تام بين تركيز وسائل الإعلام على موضوعات معينة وبروز نفس الموضوعات لدى الجمهور.²

فروض نظرية وضع الأجندة:

- تنطلق هذه النظرية من فرضية أن وسائل الإعلام لا تستطيع أن تقدم جميع الموضوعات والقضايا التي تقع في المجتمع. انما يختار القائمون على هذه الوسائل بعض الموضوعات التي يتم التركيز عليها بشدة والتحكم في طبيعتها ومحتواها، وهذه الموضوعات تثير اهتمامات الناس تدريجياً، وتجعلهم يدركونها ويفكرون فيها، وبالتالي تمثل هذه الموضوعات لدى الجماهير أهمية أكبر نسبياً من الموضوعات الأخرى التي طرحتها وسائل الإعلام.³
- وبسبب المساحة المحدودة أو الوقت المحدود واقتناع الإعلاميين بما يحمل قيمة خبرية، فإن كثير من القضايا يتم تجاهلها ولا تصبح جزء من الأخبار.
- يشكل هذا الاختيار للموضوعات والقضايا وما يشتمل عليه من مستويات مختلفة من البروز أو المساحة أو الوقت ما يسمى بأجندة وسائل الإعلام.
- ينتقل ذلك الاهتمام بنفس هذه القضايا والموضوعات من وسائل الإعلام إلى الجمهور، حيث أن الجمهور سوف يستخدم التقييم نفسه عندما يقرر ترتيب أهمية القضايا والموضوعات بنسبة لهم.

¹ نسرین حسونة : المرجع السابق: ص 6

² نسرین حسونة : المرجع السابق: ص 7

³ منال هلال المزاهرة: نظريات الاتصال ، ط 1، دار المسيرة لنشر، الأردن ، 2012، ص 398.

وتتميز نظرية وضع الأجندة بعدة ملامح أساسية أهمها:

- **ثباتها واستمرارها:** حيث تعتبر هذه النظرية من النظريات التي تطورت ومررت بعدة مراحل دراسية، وكل مرحلة قدمت مفاهيم وأفكار جديدة، كما تنوعت الأساليب البحثية والأدوات و المعاملات الإحصائية المستخدمة.
- **قدرتها على وجود نوع متكامل بين عدد كبير من البحوث في فروع مختلفة تحت مظلة واحدة:** حيث تم الربط بين مجالات الصحافة والإعلام والعلوم الاجتماعية والعلوم السياسية والاقتصادية وغيرها¹.
- **القدرة المستمرة على إطلاق مشكلات بحثية جديدة:** من خلال البحث عن متغيرات ومعايير بحثية جديدة والربط بينها وبين غيرها من النظريات الأخرى مثل: دوامة الصمت، الغرس الثقافي،.....²

توظيف النظرية في الدراسة:

عند المقاربة المنهجية بين دراستنا وهذه النظرية يمكن القول أن الصحافة الساخرة لا يمكنها أن تنتشر كل ما يقع في المجتمع إنما يختار الصحفيين الساخرين المواضيع ذات الأهمية والتي يتم التركيز عليها و إعطائها حيزاً كبيراً من الاهتمام ، وبذلك تصبح تلك المواضيع المثارة والمركز عليها أجندة بالنسبة للصحافة الساخرة ، ومن هنا تنتقل هذه المعلومات والموضوعات من الصحافة الساخرة إلى الجمهور والذي يوليها اهتماماً كبيراً بنفس الدرجة التي اهتم بها الصحفيين الساخرين.

¹ محمد فوزي شهاب الدين: دور التلفزيون في ترتيب أولويات القضايا السياسية لدى الجمهور البحريني ، د ط ، معهد

التنمية السياسية لنشر والطبع، البحرين، 2017، ص 32

² المرجع نفسه: ص 32

الفصل الثاني

الجانب الميداني لدراسة

المبحث الأول: الاجراءات الميدانية لدراسة

المطلب الأول: خصائص عن الدراسة

المطلب الثاني: صدق المحكمين

المبحث الثاني: التحليل الكمي والكيفي لفئات الموضوع

المطلب الأول: التحليل الكمي والكيفي لفئة الموضوع

المطلب الثاني: التحليل الكمي والكيفي لفئة الفاعل

المطلب الثالث: التحليل الكمي والكيفي لفئة الهدف

المطلب الرابع: التحليل الكمي والكيفي لفئة القيم

المبحث الثالث: التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل

المطلب الأول: التحليل الكمي والكيفي لفئة اللغة

المطلب الثاني: التحليل الكمي والكيفي لفئة العناصر التبوغرافية

المطلب الثالث: التحليل الكمي والكيفي لفئة التفاعلية

المبحث الأول: الاجراءات الميدانية لدراسة

المطلب الأول: خصائص عن عينة الدراسة

لقد تم اختيار العينة في بياناتها الأولية و التي أشارت إلى رقم المفردة ثم إلى تاريخ المنشور، حيث تم اختيارها في الفترة الزمنية الممتدة من اكتوبر 2018 إلى ماي 2019 ولم يكن اختيار المنشورات في هذه الفترة الزمنية اعتباطياً، بل كان إستناداً لما كان يحدث في الجزائر في هذه الفترة الزمنية، منها المطالبة بالتغييرات وكذا كشف ومكافحة الفساد و كشف التجاوزات ، وهذا ما زاد من بروز الصحافة الساخرة من خلال منشوراتها التي تعالج كل ما هو جديد حول هذه الأحداث والوقائع، ويعود هذا إلى توفر الوسائط الجديدة والتواصل الإجتماعي التي أتاحت كل السبل أمام الصحافة الساخرة في هذه الفترة وإلى حد الان. وبوجه الخصوص موقع الفيسبوك الذي يعتبر العينة التي أخذت منه منشورات هذه الدراسة .

المطلب الثاني: صدق المحكمين

إن مفهوم الصدق في تحليل المضمون لا يختلق عنه في البحث العلمي بشكل عام، فالصدق هو " أن يتمكن كشاف تحليل المضمون (استثمارة تحليل المضمون) من القياس الذي تم تصميمه لقياسه بدقة¹.

ومن أجل تحقيق الصدق تم وضع تعريفات لفئات التحليل، وبعد ذلك عرضت استثمارة التحليل على مجموعة من الأساتذة ذوي الخبرة و الاختصاص من أجل التحكيم، وفي الأخير تم بناء الاستثمارة في صورتها النهائية بالأخذ بملاحظاتهم و إرشاداتهم، وترد استثمارة التحكيم في الملحق رقم(01).

¹ عبد العزيز بركات: مناهج البحث الإعلامي ، ط1، دار الكتاب الحديث لنشر، القاهرة، 2012، ص 274

المبحث الثاني: التحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون

المطلب الأول: التحليل الكمي والكيفي لفئة الموضوع

الجدول رقم (01) يمثل فئة الموضوع

النسبة %	التكرارات	فئة الموضوع
36.47%	31	سياسية
05.88%	05	اقتصادية
15.29%	13	إعلامية
07.05%	06	تعليمية
10.58%	09	دينية
11.76%	10	ثقافية
09.41%	08	صحية
03.37%	03	رياضية
100%	185	المجموع

- يتبين من الجدول رقم (01): أن الصحافة الساخرة عبر الوسائط الجديدة (موقع الفيسبوك) في الجزائر ركزت بصفة كبيرة في منشوراتها على المواضيع السياسية حيث بلغت نسبتها 36.47 % والتي يمكن إرجاعها إلى الظروف والمطالبة بالتغييرات السياسية التي تعيشها البلاد ، اذ تحمل عبارات الصحفيين والمدونين الساخرين مدلولات

¹ ملاحظة: إن منشورات العينة هي (60) منشور، ولكن وحدات التحليل أحيانا ما تتكرر في المنشورات مما أدى إلى زيادة عدد الوحدات عن عدد منشورات العينة.

سياسية حتى في مواضيع غير مرتبطة بالحيز السياسي بشكل مباشر ، ثم تليها المواضيع المتعلقة بالإعلام والاتصال والتي بلغت نسبتها 15.29%، ثم تأتي المواضيع الثقافية بنسبة 11.76 % ، تليها المواضيع الدينية بنسبة 10.58 % وهذا لكونها مواضيع حساسة لا يمكن التلاعب بها أكثر، في حين بلغت المواضيع الصحية نسبة 09.41 % والمواضيع التعليمية نسبة 7.05 %، ثم نسبة 5.88 % بالنسبة للمواضيع الاقتصادية ، وفي الأخير جاءت المواضيع الرياضية بنسبة 3.37 % والتي يمكن إرجاعها إلى فترة الفراغ التي يعيشها المنتخب الوطني وكذلك الأندية الجزائرية على الصعيد الإفريقي والعالمي.

- وتشير هذه الإحصائيات إلى وجود تقارب في النتائج المتعلقة بفئة الموضوع بين هذه الدراسة والدراسات السابقة التي اهتمت بموضوع الصحافة الساخرة¹، كما تشير الإحصائيات كذلك أن المواضيع المتعلقة بالسياسة والحكومة تحتل المرتبة الأولى في سلم أولويات الاهتمام بالنسبة للصحافة الساخرة ، ثم تليها المواضيع الإعلامية والثقافية، ثم تأتي المواضيع الدينية و الصحية والتعليمية.

- يمكن القول من خلال هذا أن ظهور الوسائط الجديدة أتاح للصحافة الساخرة افاقاً أوسع للتعبير عن رأيها مما جعلها تكتب في شتى الميادين والموضوعات وبدون ضغوطات من قبل الغير .

- وانطلاقاً من هذه النتائج يمكن القول أن الصحافة الساخرة في الجزائر اعتمدت على المواضيع السياسية بدرجة كبيرة كونها أحد المواضيع الأكثر جذباً وتأثراً بها من طرف المواطن أو المتصفح للفيسبوك خصوصاً وأن الجزائر تعيش ضغوطات سياسية من قبل الشعب للمطالبة برحيل السلك الحكومي القديم و القيام بتغييرات وإصلاحات دستورية قد تساهم في تطور البلاد.

¹رامي علي عبد الرؤوف: مرجع سبق ذكره، ص 59

المطلب الثاني: التحليل الكمي والكيفي لفئة الفاعل

الجدول رقم(02): يمثل فئة الفاعل:

النسبة%	التكرارات	فئة الفاعل
7.57 %	05	شخصية دينية
7.57 %	05	شخصية إعلامية
33.33 %	22	شخصية موظفة لدى الحكومة
13.63 %	09	رئيس حزب سياسي
16.66 %	11	شخصية اجتماعية
7.57 %	05	شخصية فنية
3.03 %	02	شخصية رياضية
10.60 %	07	مواطن عادي
100 %	66	المجموع

- نلاحظ من الجدول رقم(02): أن الشخصيات الموظفة لدى الحكومة كانت أكثر الفئات الفاعلة في مضامين ومنشورات الصحافة الساخرة عبر الوسائط الجديدة في الجزائر بنسبة تصل إلى 33.33% وهذا يمكن إرجاعه إلى الأحداث الواقعة في الجزائر كالأحداث السياسية و الوطنية والمطالبة بالتغييرات في الحكومة والقرارات الجائرة ، ثم تليها الشخصيات الاجتماعية بنسبة 16.66% وهي شخصيات ذات نشاط اجتماعي ، تسعى إلى إيجاد التوافق و الترابط داخل المجتمع، ويأتي بعدها رؤساء الأحزاب السياسية بنسبة

13.63% و المواطن العادي بنسبة 10.60% ، في حين نلاحظ تساوي في النسب بين كل من الشخصيات الدينية و الإعلامية و الفنية، حيث بلغت كل منهما نسبة 7.57% ، وجاءت الشخصيات الرياضية في الأخير بنسبة 3.03%.

- يتضح من خلال الجدول رقم(02): أن الصحافة الساخرة عبر الوسائط الجديدة في الجزائر جعلت من الشخصيات الموظفة لدى الحكومة كأكثر الفئات الفاعلة في المضامين والمنشورات التي تنشرها عبر موقع الفيسبوك، وهذا لكونها أكثر الفئات عرضة للسخرية والانتقادات من قبل الشعب والمواطن الجزائري كما أنها وجدت أصلاً للعلاقات الإجتماعية، ومن هنا و إستناداً إلى فروض نظرية ترتيب الأولويات يمكن القول أن الشخصيات الموظفة لدى الحكومة تأتي في الصدارة أو في سلم أولويات الفئات الفاعلة في منشورات الصحافة الساخرة¹ عبر الوسائط الجديدة في الجزائر، ثم تليها الشخصيات الاجتماعية، ثم المواطن العادي، ثم الشخصيات الفنية و الإعلامية والرياضية.

ومنه نستنتج أن الصحافة الساخرة غير قادرة على رصد كل الفئات، إنما تعمل على اختيار أكثر الفئات فاعلية في الدولة والمجتمع وتبني عليها مواضيعها و منشوراتها التي تنشرها عبر موقع الفيسبوك.

المطلب الثالث: التحليل الكمي والكيفي لفئة الأهداف:

الجدول رقم(03): يمثل فئة الأهداف:

النسبة%	التكرارات	فئة الهدف
22.72%	20	وصف الواقع المعاش
12.05%	11	التعبير عن الغضب
15.90%	14	الترفيه
12.05%	11	تسليط الضوء على قضية وطنية
17.04%	15	التعبير عن رأي
19.31%	17	تدعيم الحس الوطني
100%	88	المجموع

- تعكس بيانات الجدول (03) أعلاه الأهداف التي تسعى الصحافة الساخرة لتحقيقها أو الوصول إليها من خلال منشوراتها، ويتبين من خلال تلك البيانات أن الرتبة الأولى والنسبة الأكبر كانت لغرض وصف الواقع المعاش مثل البطالة بنسبة مئوية تساوي 22.33% ، يليها تدعيم الحس الوطني بنسبة 19.31% ، في حين جاء التعبير عن رأي في المرتبة الثالثة بنسبة 17.04% ، يليها الترفيه و التسلية بنسبة 15.90% ، وفي الأخير يلاحظ تساوي في النسب بين تسليط الضوء على قضية وطنية و التعبير عن الغضب بنسبة 12.05% لكل منهما.

- يمكن أن نرى من خلال هذا الجدول وجود اختلاف في اختيار الفئات الخاصة بالهدف من منشورات الصحافة الساخرة مقارنة مع الدراسات السابقة إضافة إلى الاختلاف في النتائج الكمية لها، إذ تسعى كل دراسة إلى الإلمام بالموضوع من زاوية معينة وهذا ما

- يتيح الاختلاف بين النتائج من دراسة إلى أخرى¹. كما يمكن القول أن الأهداف التي سعت إليها الصحافة الساخرة قد تحققت بفضل كونها تنشر عبر الوسائط الجديدة التي تعتبر فضاء - حر يتيح لكل الأفراد التعبير عن آرائهم والدفاع عنها أي هناك نقص في القوانين والضوابط في المواقع والوسائط الجديدة مقارنة بالصحف المكتوبة .
- كما يمكن القول أيضاً أن الأهداف التي تسعى الصحافة الساخرة لتحقيقها من خلال منشوراتها هي أهداف ايجابية تسعى إلى التنشئة الاجتماعية والإصلاح السياسي وهو ما جاءت به نظرية الحتمية القيمة في إحدى فروضها أن محتويات وسائل الإعلام يجب أن تحمل تأثيرات ايجابية².

المطلب الرابع: التحليل الكمي والكيفي لفئة القيم:

الجدول رقم(04): يمثل فئة القيم:

النسبة%	التكرارات	فئة القيم
12.90%	12	الصدق
5.37%	5	التسامح
13.97%	13	الترايط
17.20%	16	النصيحة
13.97%	13	الغضب
10.75%	10	العنف
25.80%	24	الشتيم
100%	93	المجموع

¹ شهاب الدين محمد فوزي: المرجع السابق، ص 62

² عزي عبد الرحمن: المرجع السابق، ص 112

تعكس بيانات الجدول رقم (04) القيم التي تحويها منشورات الصحافة الساخرة عبر الوسائط الجديدة في الجزائر، حيث نلاحظ من خلال الجدول طغيان قيمة الشتم بنسبة تصل إلى 25.80% ، تلتها قيمة النصيحة بنسبة 17.20% ، في حين نلاحظ تساوي بين قيمة الترابط والغضب حيث وصلت كلتا القيمتين إلى 13.97% ثم جاءت قيمة الصدق بنسبة 12.90% ، ومن ثم قيمة العنف حيث بلغت نسبتها 10.75% ، وفي الأخير احتوت بعض منشورات الصحافة الساخرة على قيمة التسامح بنسبة بلغت 5.37% و هي أقل و اخفض نسبة.

هناك اختلاف في استخدام فئة القيم بين دراستنا والدراسات السابقة المعالجة لموضوع الصحافة الساخرة وهذا من خلال اختيار القيم حيث اعتمدت الدراسات السابقة على خيار القيم السالبة والموجبة في حين دراستنا اعتمدت على فصلها مثلا الصدق، التسامح، الغضب، العنف.....

و من خلال هذا الجدول يمكن القول أن الرسائل التي تحملها الصحافة الساخرة تحتوي على قيم توجه طبيعة الرسالة وهو شيء أساسي في العملية الاتصالية حسب عزي عبد الرحمن إذ يقول في نظريته الحتمية القيمية وهي المقرب النظري لدراستنا أن الرسالة هي القيمة أي هي الموجه الأساسي والمساعد في نجاح العملية الاتصالية¹، ومنه هنا يمكن القول أن الصحافة الساخرة تعالج مضامينها بالاستناد إلى قيم المغزى منها إيصال الفكرة وان احتوت هذه المضامين والمنشورات على بعض عبارات السخرية والاستهزاء بالأطراف الفاعلة في تلك المنشورات.

¹ ابتسام مباركي: مرجع سبق ذكره، ص 114

المبحث الثالث: التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل (كيف قيل؟)

المطلب الأول: التحليل الكمي والكيفي لفئة اللغة:

الجدول رقم (05): يمثل فئة اللغة

النسبة %	التكرارات	فئة اللغة
50.56%	45	العربية
8.98%	8	الأجنبية
40.44%	36	العامة
100%	89	المجموع

تعكس بيانات الجدول رقم (05) اللغة التي تستخدمها الصحافة الساخرة عبر الوسائط الجديدة في الجزائر (موقع الفيسبوك) ، ويتبين من خلال الدراسة أن المرتبة الأولى كانت للغة العربية بنسبة 50.56% ، ثم جاءت اللغة العامة في المرتبة الثانية بنسبة وصلت إلى 40.44% ، ثم جاءت اللغة الأجنبية في المرتبة الأخير بنسبة 8.98%.

يمكن القول من خلال هذا الجدول أن الصحافة الساخرة عبر الوسائط الجديدة في الجزائر قد استخدمت اللغة العربية في جل منشوراتها على موقع الفيسبوك ، إذ يلاحظ وجود تقارب بين هذه الدراسة والدراسات السابقة من حيث استخدام اللغة العربية في كتابة المضامين. ويستشعر من هذه النتائج أن الصحافة الساخرة قد عملت على الوصول إلى أكبر قدر من المتابعين و إيصال الفكرة المراد نشرها وكان هذا بفضل الوسائط الجديدة التي سهلت عملية التواصل والوصول إلى الغير دون عناء إذ يأتي موقع الفيسبوك في مقدمة هذه الوسائط وذلك لما يتوفر عليه من مميزات ومساهمته في تكوين العلاقات الإجتماعية

والتواصل¹ . وحلت اللغة العامية في المرتبة الثانية ولكن بدرجة عالية أيضاً وهو ما يدل على أن الصحفيين والمدونين الساخرين يقدرّون جيداً طبيعة المجتمع الجزائري حيث أن هناك بعض المواضيع التي تستدعي استخدام اللغة العامية أكثر من العربية، وهذا كونها موضوعات تهم كل طبقات المجتمع الجزائري مثل: الدعوة لتغيير النظام، ومكافحة الفساد بكل أشكاله، كما يلاحظ استخدام بعض من المصطلحات الأجنبية من قبل الصحفيين الساخرين وهذا من أجل زيادة المنشور بعض الحدة في الأسلوب وجلب الانتباه إليه.

المطلب الثاني: التحليل الكمي والكيفي لفئة الخصائص التبوغرافية:

الجدول رقم (6): يمثل الخصائص التبوغرافية

النسبة %	التكرارات	فئة الخصائص التبوغرافية
60.60%	60	النص
22.22%	22	الصورة
4.04%	04	الفيديو
21.66%	13	رموز تعبيرية
100 %	99	المجموع

تعكس بيانات الجدول رقم (06) الخصائص التبوغرافية التي تستخدمها الصحافة الساخرة في نشر مضامينها عبر موقع الفيسبوك ، فمن الواضح أن معظم منشورات الصحافة الساخرة عبارة عن نصوص وبنسبة 60.60% ، تلتها استخدام الصور في

¹ صفاء بوقلول، مريم بوحملة : دور الفيسبوك في التحصيل الدراسي للطلبة الجامعيين - دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة العربي بن مهيدي-ام البواقي ، مذكرة ماستر إعلام واتصال ، قسم الإعلام والاتصال، جامعة ام البواقي، 2016، ص 9

المنشور بنسبة 22.22% ، واستخدام الرموز التعبيرية بنسبة 13.13% ، وفي الأخير استخدام الفيديو بنسبة لم تتجاوز 4.04% وهي أقل نسبة.

يتضح من تحليل الجدول 05 المتعلق بالخصائص التوبوغرافية أن الصحافة الساخرة اعتمدت على النصوص في منشوراتها والتي تسعى من خلالها لإيضاح الفكرة والهدف من المنشور ، كما دعمت الصحافة الساخرة بعض منشوراتها بالصور وهذا من خلال مقدرتها على تقديم رسالة إعلامية والتي يحملها النص المكتوب،... فالصورة لها أهمية فنية تستوقف نظر القارئ وتغطية أبعاد إضافية في متابعة الموضوع الإخباري¹.

كما دعمت الصحافة الساخرة بعض منشوراتها كذلك بالفيديو الذي يعتبر كعنصر مساعد للمنشور يعمل على إبراز الفكرة والمغزى من المنشور ويجعله أكثر إيضاحاً وفهماً من طرف المتابعين لمنشورات الصحافة الساخرة عبر الوسائط الجديدة. وتعتبر هذه الخصائص من المميزات التي تمتاز بتا مواقع التواصل الاجتماعي والوسائط الجديدة.

المطلب الثالث: التحليل الكمي والكيفي لفئة التفاعلية:

الجدول رقم(07): يمثل فئة التفاعلية

النسبة%	التكرارات	فئة التفاعلية
15.33%	23	الإيموجي
40%	60	النص
40%	60	الإعجاب
4.66%	07	مشاركة مع الغير
100%	150	المجموع

تعكس بيانات الجدول رقم (07) الطريقة التي يتفاعل بها الأشخاص مع مضامين الصحافة الساخرة، حيث نلاحظ أن النسبة الأكبر كانت للتفاعل عن طريق النص أو الكتابة و التفاعل عن طريق الإعجاب بنسبة وصلت إلى 40% لكلاً منهما، في حين بلغت نسبة التفاعل بالإيموجي 15.33 % ، وجاء التفاعل عن طريق المشاركة مع الغير في الأخير بنسبة 4.66%.

يمكن القول من خلال نتائج الجدول 07 أن منشورات الصحافة الساخرة عبر الوسائط الجديدة لاقت تفاعلاً كبيراً من خلال المتابعين والمتصفحين لها ويظهر هذا جلياً من خلال ارتفاع درجات الإعجاب والتعليقات بأنواعها، حيث تعتبر هذه الفئات من اليات التواصل بين أعضاء موقع الفيسبوك،¹ و يمكن أن يعود كل هذا التفاعل إلى كونها تدافع عن كل الفئات خاصة الفئات الأضعف وذوات الدخل المحدود، فتدافع عنهم من خلال إبداء وجهة نظرهم وتأثرهم بسياسات الدولة بأسلوب هزلي ساخر. مثل منشور " رئاسة الجزائر... من الكادر إلى الكادنة... ارحمونا هذا بوحجة يحكمنا ستة أشهر ويحكمه شلل رباعي كما صاحبه.. نقعدو غير مع التماسيح نتاع ثمانين عام وطلع.... ياودي علاه علاه؟

¹ صفاء بوقفلول: المرجع السابق ، ص 42

1- الإستنتاجات العامة لدراسة:

خلصت الدراسة التحليلية حول واقع الصحافة الساخرة عبر الوسائط الجديدة في الجزائر (موقع الفيسبوك) إلى النتائج التالية:

استنتاجات متعلقة بالمضمون

- توصلت الدراسة إلى أن أغلب المواضيع التي تنشرها الصحافة الساخرة هي مواضيع سياسية **36.47%**، تسعى من خلالها إلى انتقاد وكشف السياسة الحكومية الفاسدة في الجزائر، إضافة إلى المطالبة بالتغييرات الجذرية في السلك الحكومي.
- خلصت الدراسة إلى أن أكثر الشخصيات الفاعلة في مضامين الصحافة الساخرة هي الشخصيات الموظفة لدى الحكومة بنسبة **33.33%**، ويمكن إرجاع هذا إلى كونها الأكثر بروزاً في الوسط الاجتماعي والإعلامي، وهذا نظراً إلى المنصب الحساس الذي تشغله هذه الشخصيات والذي يجعلها الأكثر عرضة للانتقادات والسخرية.
- هدفت الصحافة الساخرة من خلال منشوراتها إلى وصف الواقع الذي يعيشه المجتمع الجزائري بنسبة **22.72%** من خلال تأثره بسياسات الحكومة، والمطالبة بتلبية رغباته كإرجاع الحقوق المدنية المسلوبة، إضافة إلى تعزيز التعليم والصحة.
- يلاحظ من خلال الدراسة طغيان قيمة الشتم على مضامين الصحافة الساخرة بنسبة **25.80%** وهذا لكونها ذات اتجاه سلبي بالدرجة الأولى، حيث تسعى إلى انتقاد الشخصيات البارزة والمعروفة و الإنقاص من شأنها وقيمتها وكشف حقيقتها المخفية عن أعين متابعيها.

استنتاجات متعلقة بالشكل

- يلاحظ من خلال الدراسة أن الصحافة الساخرة تستخدم اللغة العربية بنسبة كبيرة في نشر مضامينها حيث وصلت إلى **50.56%**.
- خلصت الدراسة إلى أن أغلب منشورات الصحافة الساخرة عبارة عن نصوص مكتوبة بنسبة **60.60%**.

- وأخيراً كشفت الدراسة تفاعل أغلب المتصفحين لمنشورات الصحافة الساخرة عن طريق وضع الإعجاب أو التعليق بالنص بنسبة 40% لكل منهما، وهو ما يستنتج منه أن للصحافة الساخرة عدد كبير من المتصفحين و المتابعين لمضامينها.

2- نتائج الدراسة في ضوء الأهداف:

مكنتنا هذه الدراسة من معرفة الهدف من المضامين التي تنشرها الصحافة الساخرة وهو وصف الواقع ويلاحظ ذلك من خلال الجدول (03)، كما اظهرت الدراسة أن المواضيع السياسية هي الأكثر نشرًا من قبل الصحافة الساخرة في حين تعتبر الفئات الموظفة في الحكومة أكثر الفاعلين في منشوراتها ويظهر ذلك من خلال الجدولين (01) (02)، أما فيما يخص القيم فقد برزت قيمة الشتم في اغلب المنشورات ويرى ذلك من خلال الجدول (04)، كما تعتبر اللغة العربية الأكثر استخداما وهذا ما يؤكد الجدول (05)، في حين تستخدم الصحافة الساخرة النص في عديد منشوراتها كما يتم التفاعل معها من خلال وضع الاعجاب أو التعليق بالنص، وهذا ما يؤكد الجدول (06) والجدول (07) وفي الأخير و استنتجا مما سبق يمكن القول أن أهداف الدراسة قد تحققت.

خاتمة:

وفي الأخير يمكن القول أن السخرية جاءت لتقدم نموذجاً آخر للخطاب الإعلامي، حيث يطرح هذا الأسلوب أو النوع الإعلامي العديد من القضايا السياسية والاجتماعية... الخ بأسلوب ساخر. وأصبحت المضامين الإعلامية الساخرة تحاكي الجماهير التي لها مشاكل وقضايا مختلفة، ولها علاقة بنقد السياسي والمسؤول الرسمي أو الشخصيات العامة، أو بقضايا الفساد والبيروقراطية وتدني المستويات المعيشية....، ونقد المسؤول ليس بالضرورة إنقاصاً من قيمة الدولة بل قد يكون في مصلحتها. والخطاب الإعلامي الساخر قد يكون من أقوى الأدوات في عملية النقد البناء الذي يخاطب جميع شرائح المجتمع. والسخرية قد وجدت طريقها في وسائل الإعلام المكتوبة والمسموعة والمرئية وشبكة الانترنت، وارتبطت بأهداف ووظائف متعددة اجتماعية وسياسية واتصالية، تستغلها بعض الوسائل الإعلامية في تحقيق أهدافها التي تتوافق مع سياستها الإعلامية وأهدافها والجمهور المستهدف. لذا تسعى هذه الورقة البحثية لمعرفة هذا الخطاب الإعلامي الجديد المتمثل في الإعلام الساخر، جذوره التاريخية والغاية منه، إلى جانب المعايير التي تضبط هذا الخطاب الإعلامي الساخر.

وأخيراً و من خلال دراستنا لواقع الصحافة الساخرة عبر الوسائط الجديدة في الجزائر يمكن القول إن واقع الصحافة الساخرة في بلادنا لازال يقال عنه الكثير، ويثير نوعاً من الجدل، لذلك نقول أن الصحافة الساخرة في الجزائر لازالت ميداناً خصباً في ظل التسهيلات الإدارية والقانونية الكفيلة باستغلال هذا الفن الصحفي في نقل المادة الإعلامية خاصة عبر مواقع التواصل الاجتماعي والوسائط الجديدة.

قائمة المصادر والمراجع

قائمة المراجع:

I. القرآن والسنة:

1- سورة هود (الآية رقم 38) برواية ورش عن نافع

2- سورة الرعد (الآية رقم 02) برواية ورش عن نافع

II. قائمة القواميس و المعاجم و الموسوعات:

3- ابن منظور: لسان العرب ، دار لبنان للعرب، بيروت، 1994م

4- واكيم: قاموس الطالب فرنسي-عربي ، المؤسسة الحديثة للكتاب لنشر، بيروت، لبنان

5- جبران مسعود: الرائد معجم لغوي عصري ، ط7، دار العلم للملايين، بيروت، 1992 م

6- حجاب محمد منير: المعجم الإعلامي ، ط1، دار الفجر لنشر، القاهرة، القاهرة 2004م

7- عمر أحمد مختار: معجم اللغة العربية المعاصرة ، ط1، م1، دار عالم الكتب لنشر، القاهرة، القاهرة 2008م

8- شعبان عبد المعطي واخرون: المعجم الوسيط ، ط4، مكتبة الشروق الدولية لنشر، القاهرة، 2004م

9- الفار محمد جمال: معجم المصطلحات الإعلامية ، دار أسامة لنشر ، د ط ، الأردن، 2014م

10- محمود محمد محفوظ واخرون: الموسوعة العربية الميسرة، ط3، المكتبة العصرية لنشر، م7، بيروت، 2010م

11- محمد السيد علي: موسوعة المصطلحات التربوية ، ط1 ، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة،

الأردن، 2011

12- شعبان خضير: مصطلحات في الإعلام والاتصال ، ط1، دار اللسان العربي لنشر، الجزائر،

1442هـ

قائمة المصادر والمراجع

III. قائمة الكتب:

الكتب باللغة العربية:

- 13- إحدادن زهير: الصحافة المكتوبة في الجزائر، د ط، ديوان المطبوعات الجامعية، جامعة الجزائر، 1991 م
- 14- أنجرس موريس: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، ط2، دار القصة لنشر، 2006م
- 15- بدر أحمد: علوم الإعلام البحث العلمي - المناهج - التطبيقات، دار قباء الحديثة لنشر، القاهرة، 2008 م
- 16- بن مرسل محمد: منهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2003 م
- 17- بن نوار صالح: مبادئ في منهجية العلوم الاجتماعية والإنسانية، د ط، دار الفائز، الجزائر، 2012
- 18- بوحوش عمار: دليل الباحث في المنهجية وكتابة الرسائل الجامعية، ط2، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1990
- 19- تمار يوسف: تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط1، طاكسيج كوم لنشر والتوزيع، الجزائر، 2007 م
- 20- الدايني واثق: العمود الصحفي والمكاشفات، ط1، دار الشؤون الثقافية العامة لنشر، بغداد، 1999 م
- 21- فضيل دليو وآخرون: أسس المنهجية في العلوم الاجتماعية، منشورات جامعة منتوري، قسنطينة، 1999م
- 22- زرواتي رشيد، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط3، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2008 م
- 23- زرواتي رشيد، مناهج وأدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار الهدى، الجزائر

قائمة المصادر والمراجع

- 24- شهاب الدين محمد فوزي: دور التلفزيون في ترتيب أولويات القضايا السياسية لدى الجمهور البحريني، د ط معهد التنمية السياسية لنشر والطبع، البحرين، 2017 م
- 25- صلاح محمد عبد الحميد: الإعلام الجديد، ط1 ، مؤسسة طيبة للنشر و التوزيع، القاهرة2012 م
- 26- الضامن منذر: أساسيات البحث العلمي، ط1 ، دار المسيرة لنشر، عمان، 2007 م
- 27- طعيمة رشدي أحمد: تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية مفهومه - أسسه - إستخداماته دار الفكر العربي لنشر، القاهرة، 2004
- 28- عزبي عبد الرحمن: دراسات في نظرية الاتصال (نحو فكر إعلامي مميز)، ط1، مركز الوحدة العربية لنشر، لبنان، 2003م
- 29- غسان خالد ،يوسف مقدادي: ثورة الشبكات الاجتماعية، دار النقاش للنشر و التوزيع، عمان 2010م
- 30- فضل الله وائل مبارك خضر: اثر الفيسبوك على المجتمع، ط1 ، فهرسة المكتبة الوطنية اثناء النشر، السودان، 2011 م
- 31- نسرين حسونة: نظريات الإعلام والاتصال ، ماجستير صحافة ، شبكة الألوكة لنشر، 2015 م
- 32- محمد حسن إحسان، مناهج البحث الاجتماعي ، ط 2 ، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن 2009 م
- 33- مزاهرة منال هلال: نظريات الاتصال ، ط1 ، دار المسيرة لنشر، الأردن ، 2012 م
- 34-مصطفى ضياء: السخرية في البرامج التلفزيونية ، ط1، دار ميزوتوما لنشر، بغداد، 2014

📖 الكتب باللغة الأجنبية:

- 35- Bernard B., Content Analysis in Communication Research, Glencoe, IL, Free , Press,1952,
- 36 - Ole H, Content Analysis for Social Science and Humanities, Addition, 1969.

قائمة المصادر والمراجع

IV. قائمة الأطروحات والرسائل و المذكرات والرسائل الجامعية:

37- عكاك فوزية: القيم الخيرية في الصحافة الجزائرية الخاصة- دراسة تحليلية لجريدتي الخبر والشروق اليومي - اطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علم الإعلام والاتصال ، جامعة الجزائر3 الجزائر، 2012 م

38- رامي علي عبد الرؤوف رجوب: المقال الساخر في الصحافة الإلكترونية الأردنية- مقالات كامل نصيرات أنموذجاً ، دراسة لنيل درجة الماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2017.

39- قدة حمزة: معالجة الصحافة الوطنية لظاهرة الهجرة غير الشرعية في الجزائر - تحليل محتوى لعينة من الصحف- ، دراسة لنيل شهادة الماجستير ، قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة باجي مختار عنابة ، الجزائر ، 2011 م

40- عبد الحليم يعقوب: حتمية الاعلام الجديد التكنولوجية بين الذويان الثقافي والانتماء الوطني إزاء التطرف الديني و الإنحراف الاخلاقي ، دراسة تحليلية على عينة من طلاب كلية الآداب جامعة الملك فيصل1 ، المملكة العربية السعودية

41- حميدات نخلة كمال : الصحافة الساخرة في الجزائر وضوابطها الأخلاقية ، مذكرة لنيل شهادة الماستر ، اتصال وصحافة مكتوبة، جامعة السعيدة، الجزائر، 2014 م.

42- بوقلول صفاء ، مريم بوحملة : دور الفيسبوك في التحصيل الدراسي للطلبة الجامعيين - دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة العربي بن مهدي-ام البواقي ، مذكرة ماستر إعلام واتصال ، جامعة ام البواقي، 2016

V. قائمة الدوريات:

43- أحمد محمد عقلة الزبون: منظومة القيم التي تعكسها البرامج الدينية في التلفزيون الأردني ، مجلة جامعة أم القرى ، م2، العدد2، الأردن، 2010م

44- بن طبة محمد البشير: تحليل المحتوى في بحوث الاتصال ، مجلة الدراسات والبحوث الإجتماعية، العدد 14/13، جامعة حمة لخضر، الوادي، 2015 م

قائمة المصادر والمراجع

- 45- بوتلجة نجاه ، فضيل دليو : الكتابة الصحفية الساخرة بجريدة الشروق اليومي - دراسة تحليلية لعمود منمات للكاتب عمار يزلي أنموذجاً ، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، العدد25، جامعة قسنطينة03، الجزائر، 2017 م
- 46- الحفناوي هالة: البرامج الساخرة - جدل غير محسوم حول تأثيراتها السياسية- ، مجلة اتجاهات الأحداث، العدد 21، ماي، 2017 م
- 48- الدليمي حميد جاعد محسن: مصطلحات إعلامية ، مجلة البحوث الإعلامية، العدد 24/23، الجامعة العربية المفتوحة في الدنمارك ، 2011 م
- 49- مباركي ابتسام: نظرية الحتمية القيمية في الإعلام: قراءة تبسيطية لأهم افتراضاتها ، مجلة الدراسات الإعلامية، العدد 2، المركز الديمقراطي العربي.

قائمة الملاحق:

الملحق رقم (01):

إستمارة تحليل المضمون

جامعة ورقلة قاصدي مرباح

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال



تخصص: ثانية ماستر اتصال الجماهيري والوسائط الجديدة

استمارة تحليل مضمون للتحكيم حول موضوع :

واقع الصحافة الساخرة عبر الوسائط الجديدة في الجزائر

- دراسة تحليلية لعينة من الصفحات على موقع الفيسبوك-

جامعة قاصدي مرباح ورقلة

من إعداد الطالب :

- مبخوت عبد الجليل

الإمضاء:

إسم ولقب الأستاذ:

السنة الجامعية: 2019/2018

الملاحق

ملاحظة	غير ملائم	ملائم	الإستمارة
			محور 1: البيانات الأولية 4+3+ 2-1
محور 2: فئات ماذا قيل			
			5
			6
			7
			8
			9
			10
			11
			12
			13
			14
			15
			16
			17
			18
			19
			20
			21
			22

الملاحق

			23
			24
			25
			26
			27
			28
			29
			30
			31
			32
			33
محور 3: فئات كيف قيل؟			
			34
			35
			36
			37
			38
			39
			40
			41
			42
			43
			44
			45

دليل الإستمارة

1 = رقم المفردة

2+3+4 = تاريخ النشر: اليوم + الشهر + السنة

- من 5 إلى 13: فئة الموضوع وتتمثل فيما يلي:

5 = مواضيع سياسية

10 = مواضيع ثقافية

6 = مواضيع إقتصادية

11 = مواضيع صحية

7 = مواضيع إعلامية

12 = مواضيع رياضية

8 = مواضيع تعليمية

9 = مواضيع دينية

- من 14 إلى 21: فئة الفاعل وتتمثل فيما يلي:

14 = شخصية دينية

18 = شخصية إجتماعية

15 = شخصية إعلامية

19 = شخصية فنية

16 = شخصية موظفة لدى الحكومة

20 = شخصية رياضية

17 = رئيس حزب سياسي

21 = مواطن عادي

- من 22 إلى 27: فئة الأهداف وتتمثل فيما يلي:

22 = وصف الواقع المعاش

24 = الترفيه

الملاحق

23= التعبير عن الغضب 25= تسليط الضوء على قضية وطنية

26= التعبير عن رأي

27= تدعيم الحس الوطني

- من 28 إلى 34: فئة القيم وتتمثل فيما يلي:

28= الصدق 32= الغضب

29= التسامح 33= العنف

30= الترابط 34= الشتم

31= النصيحة

- من 35 إلى 37: فئة اللغة وتتمثل فيما يلي:

35= اللغة العربية

36= اللغة الأجنبية

37= اللغة العامية

- من 38 إلى 41 : فئة الخصائص التوبوغرافية وتتمثل فيما يلي:

38= النص 41= رموز تعبيرية

39= الصورة

40= الفيديو

الملاحق

- من 42 إلى 46: فئة التفاعلية وتتمثل فيما يلي:

42= الایموجی

43= النص

44= الاعجاب

45= المشاركة مع الآخر

التعاريف الإجرائية

فئة الموضوع: يقصد بها معرفة نوع المضامين أو المواضيع التي تنشرها الصحافة الساخرة عبر الوسائط الجديدة هل هي مواضيع سياسية، اجتماعية، دينية ، ثقافية...

مواضيع سياسية: وهي المواضيع التي تعالجها الصحافة الساخرة والتي تنتمي إلى الحقل السياسي.

مواضيع اقتصادية: وهي المواضيع التي تعالجها الصحافة الساخرة والتي تنتمي إلى الحقل الاقتصادي.

مواضيع إعلامية: وهي المواضيع التي تعالجها الصحافة الساخرة والتي تنتمي إلى الحقل الإعلامي.

مواضيع تعليمية: وهي المواضيع التي تعالجها الصحافة الساخرة والتي تنتمي إلى الحقل التعليمي.

الملاحق

مواضيع دينية: وهي المواضيع التي تعالجها الصحافة الساخرة والتي تنتمي إلى الحقل الديني.

مواضيع ثقافية: وهي المواضيع التي تعالجها الصحافة الساخرة وهي مواضيع ذات طابع ثقافي.

مواضيع صحية : وهي المواضيع التي تعالجها الصحافة الساخرة والتي تتحدث على الجانب الصحي للمجتمع.

مواضيع رياضية: وهي المواضيع التي تعالجها الصحافة الساخرة والتي تنتمي إلى الرياضة

فئة الفاعل: ويقصد بها الأشخاص والمؤسسات التي تدور حولها مضامين الصحافة الساخرة ، هل هم شخصيات بارزة، عامة الناس، مؤسسات حكومية، أو خاصة

شخصية دينية: وهي الشخصيات المختصة في الجانب الديني والفقهي والتي تمكن إن تكون فاعلة في منشورات الصحافة الساخرة في الجزائر.

شخصية إعلامية: وهي الشخصيات العاملة في المجال الإعلامي والتي يمكن أن تكون محور فاعل في منشورات الصحافة الساخرة في الجزائر.

شخصية موظفة لدى الدولة: وهي الشخصيات التي تعمل في السلك الحكومي والتي يمكن أن تكون فاعلة في منشورات الصحافة الساخرة في الجزائر .

قضايا اجتماعية: وهي القضايا التي تهم جميع الفئات الاجتماعية في الجزائر والتي تكون محور فاعل في منشورات الصحافة الساخرة.

شخصية رياضية: وهي الشخصيات التي تعمل في مجال الرياضة، والتي يمكن أن تكون عنصر فاعل في منشورات الصحافة الساخرة في الجزائر.

الملاحق

مواطن عادي: وهو أي مواطن جزائري غير موظف في الدولة والذي يمكن أن يكون كعنصر فاعل في منشورات الصحافة الساخرة في الجزائر.

شخصية فنية: وهي الشخصيات التي تعمل في المجال الفني، والتي يمكن أن تكون عنصر فاعل في منشورات الصحافة الساخرة في الجزائر.

مواطن عادي: وهو أي مواطن جزائري غير موظف في الدولة والذي يمكن أن يكون كعنصر فاعل في منشورات الصحافة الساخرة في الجزائر.

فئة الهدف: يقصد بها رصد الغاية من المضامين التي تنشرها الصحافة الساخرة عبر الوسائط الجديدة. هل هي أهداف فردية، جماعية، متنوعة

وصف الواقع المعاش: أي سعي الصحافة الساخرة لوصف الحالة التي تعيشها الجزائر

التعبير عن الغضب: أي كتابة منشورات من طرف الصحافة الساخرة في الجزائر، تعبر من خلالها الشخصية الساخرة عن غضبها إزاء قضية ما.

الترفيه: وهي المنشورات التي تنشرها الصحافة والتي يكون الغرض منها الترفيه

تسليط الضوء على قضية وطنية: وهو سعي الصحافة الساخرة إلى الإشارة إلى قضايا تهم الوطن

التعبير عن رأي: وهو عملية تقديم منشورات من قبل الصحافة الساخرة في الجزائر تعبر فيها عن رأيها حول قضية أو شخصية ما.

تدعيم الحس الوطني: وهو دعم الصحافة الساخرة لأراء الشعب الجزائري.

الملاحق

فئة القيم: ويقصد بها مجموعة المعايير الأخلاقية التي تظهر في المنشور، من خلال مواقف و اتجاهات الصحفيين الساخرين حول قضية معينة. وهذه القيم قد تكون قيم اجتماعية، سياسية، دينية،....

الصدق: وهو يعبر عن منشورات الصحافة الساخرة في موقع الفايسبوك في الجزائر والتي تحمل قيم صادقة.

التسامح: وهو عبارة عن منشورات تحمل قيم التسامح والتي يتم معالجتها بطريقة هزلية ساخرة من قبل الصحافة الساخرة في موقع الفايسبوك في الجزائر.

الترايط: وهو عبارة عن منشورات الصحافة الساخرة في موقع الفايسبوك في الجزائر والتي تحمل قيم الترايط والتماسك.

النصيحة: وهي عبارة عن منشورات الصحافة الساخرة في موقع الفايسبوك في الجزائر والتي تحمل قيم الإرشاد والنصح.

الغضب: وهو عبارة عن منشورات تعبر من خلالها الصحافة الساخرة في موقع الفايسبوك في الجزائر عن غضبها حول موضوع ما.

العنف: وهي عبارة عن منشورات الصحافة الساخرة في موقع الفايسبوك في الجزائر والتي تشير إلى العنف.

الشتيم: وهي عبارة عن منشورات الصحافة الساخرة في موقع الفايسبوك في الجزائر، حيث يتم فيها استخدام عبارات الشتم .

فئة اللغة: ويقصد بها اللغة التي تستخدمها الصحافة الساخرة في نشر المواضيع عبر الوسائط الجديدة. وهذه اللغة قد تكون لغة فصحي، عامة، أجنبية.

الملاحق

اللغة العربية: وهي تشير إلى استخدام الصحافة الساخرة في الجزائر للغة العربية في منشوراتها المنشورة في موقع الفيسبوك.

اللغة الأجنبية: وهي تشير إلى استخدام الصحافة الساخرة في الجزائر للغة الأجنبية مثل الفرنسية في منشوراتها المنشورة في موقع الفيسبوك.

اللغة العامية: وهي تشير إلى استخدام الصحافة الساخرة في الجزائر المصطلحات العامية والمتداولة بين الناس (الدارجة) في منشوراتها المنشورة في موقع الفيسبوك.

فئة الخصائص التيبوغرافية: ويقصد بها العناصر التي تستخدمها الصحافة الساخرة في نشرها للمضامين الاعلامية مثلاً: الصور، الرسوم، الكاريكاتور.....

النص: وهو يشير إلى النصوص التي يتم كتابتها ونشرها من قبل الصحافة الساخرة في الجزائر من خلال موقع الفيسبوك، حول موضوع ما.

الصورة: وهي تعبر عن الصور التي يتم نشرها من قبل الصحافة الساخرة في الجزائر من خلال موقع الفيسبوك، حول موضوع ما.

الفيديو: وهو يعبر عن الفيديوهات التي يتم نشرها من قبل الصحافة الساخرة في الجزائر من خلال موقع الفيسبوك، حول موضوع ما.

رموز تعبيرية: وهي عبارة عن رموز تستخدمها الصحافة الساخرة للإشارة أو التعبير عن شيء مثل علامة الإستفهام

فئة التفاعلية:

التعريف الإجرائي: يقصد بها الكيفية التي يتفاعل بها المتصفحون مع المضامين التي تنشرها الصحافة الساخرة عبر الوسائط الجديدة، مثل: التعليق أو الايموجي.

الملاحق

الايروجي: وهو استخدام المتابعين لمنشورات الصحافة الساخرة عبر موقع الفيسبوك في الجزائر للرسومات والأوجه المضحكة للدلالة على تفاعلهم مع المنشور.

التعليق: وهو استخدام المتابعين لمنشورات الصحافة الساخرة عبر موقع الفيسبوك في الجزائر للتعليق لدلالة على تفاعلهم مع تلك المنشورات.

الإعجاب: وهو استخدام المتابعين لمنشورات الصحافة الساخرة عبر موقع الفيسبوك في الجزائر لرمز الإعجاب للدلالة على التفاعل مع تلك المنشورات.

المشاركة مع الاخر: وهو عملية يقوم بها المتابعين لمنشورات الصحافة الساخرة عبر موقع الفيسبوك في الجزائر بإشراك المنشور مع الغير للدلالة على التفاعل مع ذلك المنشور

الملحق رقم (02):

أسماء المحكمين

الإسم	الرتبة	القسم
الزاوي محمد الطيب	أستاذ مساعد قسم أ	علوم الإعلام والإتصال
بوكرموش عيسى	أستاذ مساعد قسم ب	علوم الإعلام والإتصال
طرابلسي أمينة	أستاذ مساعد قسم ب	علوم الإعلام والإتصال
بايوسف مسعودة	أستاذ مساعد قسم أ	علوم الإعلام والإتصال

الملحق رقم (03):

عينة الدراسة (منشورات الصحافة الساخرة عبر الفيسبوك 2018/ 2019)

الناشر	تاريخ النشر	رقم المفردة
مصطفى بونيف	2018/10/09	01
مصطفى بونيف	2018/10/09	02
فاتح بن حمو	2018/10/29	03
مصطفى بونيف	2018/12/03	04
مصطفى بونيف	2018/12/03	05
مصطفى بونيف	2018/12/04	06
مصطفى بونيف	2018/12/07	07
فاتح بن حمو	2018/12/01	08
مصطفى بونيف	2018/12/07	09
مصطفى بونيف	2018/12/14	10
فاتح بن حمو	2018/12/21	11
فاتح بن حمو	2018/12/22	12
مصطفى بونيف	2018/12/23	13
مصطفى بونيف	2018/12/24	14
أسامة وحيد	2018/12/24	15
أسامة وحيد	2019/02/06	16
مصطفى بونيف	2019/03/02	17
مصطفى بونيف	2019/03/02	18
فاتح بن حمو	2019/03/02	19

الملاحق

فاتح بن حمو	2019/03/02	20
أسامة وحيد	2019/03/03	21
فاتح بن حمو	2019/04/01	22
فاتح بن حمو	2019/04/07	23
فاتح بن حمو	2019/03/10	24
أسامة وحيد	2019/03/11	25
مصطفى بونيف	2019/03/30	26
مصطفى بونيف	2019/04/11	27
مصطفى بونيف	2019/04/20	28
مصطفى بونيف	2019/04/23	29
أسامة وحيد	2019/04/23	30
مصطفى بونيف	2019/04/24	31
مصطفى بونيف	2019/04/24	32
مصطفى بونيف	2019/04/25	33
أسامة وحيد	2019/04/25	34
مصطفى بونيف	2019/04/30	35
مصطفى بونيف	2019/04/30	36
فاتح بن حمو	2019/05/09	37
مصطفى بونيف	2019/05/11	38
مصطفى بونيف	2019/05/10	39
أسامة وحيد	2019/05/02	40
مصطفى بونيف	2019/05/13	41

الملاحق

فاتح بن حمو	2019/05/10	42
مصطفى بونيف	2019/05/11	43
مصطفى بونيف	2019/05/11	44
أسامة وحيد	2019/05/15	45
مصطفى بونيف	2019/05/19	46
مصطفى بونيف	2019/05/19	47
فاتح بن حمو	2019/05/19	48
فاتح بن حمو	2019/05/20	49
مصطفى بونيف	2019/05/20	50
مصطفى بونيف	2019/05/21	51
أسامة وحيد	2019/04/02	52
أسامة وحيد	2019/05/23	53
فاتح بن حمو	2019/01/11	54
مصطفى بونيف	2019/01/14	55
مصطفى بونيف	2019/02/03	56
أسامة وحيد	2019/04/04	57
مصطفى بونيف	2019/03/04	58
مصطفى بونيف	2019/02/28	59
مصطفى بونيف	2019/05/23	60