

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



مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي

الميدان: علوم الإعلام والاتصال

التخصص: السمعى البصري

مقدمة من طرف الطالبتين:

خازن حنان

حمدي خولة

معالجة برامج تراندينغ لاتجاهات الأخبار

عبر مواقع التواصل الاجتماعي

برنامج تراندينغ على قناة BBC NEWS عربي نموذجاً

لجنة التقييم:

رئيساً

(جامعة قاصدي مرباح ورقلة)

د/ تومي فضيلة

مشرفاً ومقرراً

(جامعة قاصدي مرباح ورقلة)

د/ بودريالة عبد القادر

مناقشاً

(جامعة قاصدي مرباح ورقلة)

د/ صانع رايح

السنة الجامعية: 2021/2020

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

# شكر وعرّفان

"اللهم لك الحمد حمداً أبلغ به رضاك وأؤدي به شكرك واستوجب به المزيد من

فضلك ، اللهم لك الحمد كما أنعمت علينا نعماً بعد نعم و لك الحمد في السراء و

الضراء و لك الحمد في الشدة و الرخاء و لك الحمد على كل حال"

"من اجتهد وأصاب فله أجران ، ومن اجتهد وأخطأ فله أجر واحد"

نتوجه بالجزيل الشكر في البداية إلى أستاذي المحترم " بودربالة عبد القادر"

الذي كان خير مشرف لنا و لم يبخلني بالنصح والإرشاد و التوجيه

الشكر لكل أساتذة قسم العلوم الإعلام و الإتصال

كما نقدم جزيل الشكر و العرفان إلى كل من قدم لنا يد العون والمساعدة في

إنجاز هذه المذكرة.

# الإهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى التي حملتني وهنا ووضعتني وهنا

إلى التي سهرت الليالي لراحتي إلى التي فرحت لفرحتي وحزنت

لألمي، إلى ألمي في الحياة ومنبع الدفيء والحنان

أمي الغالية

إلى الذي أفضي عمره في تربيتنا وتعليمنا وسخر كل طاقته ليوفر

الحياة الهنيئة لنا إلى أبي أ طال

الله في عمرك

أهدي هذا العمل إلى زوجي صاحب الوجه الطيب و الأفعال الحسنة

الذي تحمل معي مشواري دراسي وكان خير سند " عرقوبي محمد الصالح "

إلى ابني محمد رياض حفظه الله و رحمه

إلى إخوتي الأعزاء

إلى صديقاتي ورفقاء الدرب الذين سعدت جدا

في الدراسة معهم

خازن حنان

# الإهداء

أهدي هذا العمل المتواضع إلى التي حملتني وهنا ووضعتني وهنا

إلى التي سهرت الليالي لراحتي إلى التي فرحت لفرحتي وحزنت

لألمي، إلى ألمي في الحياة ومنبع الدفيء والحنان

أمي الغالية.

إلى الذي أفنى عمره في تربيتنا وتعليمنا وسخر كل طاقته ليوفر

الحياة الهنيئة لنا إلى أبي أطل

الله في عمره .

إلى جدي أطل الله في عمره

إلى صديقاتي و زميلاتي في الدراسة ، إلى كل من ساندني و لو بكلمة

خلال مشواري الجامعي ممتنة جدا

لهذه الرحلة الطويلة المليئة بالعباء و النجاحات.

حمدي خولة

## ملخص الدراسة :

. تمحورت الدراسة حول معالجة برنامج ترندينغ لاتجاهات الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال برنامج ترندينغ على قناة BBC عربي نموذجاً ، ذلك لما شهدته صناعة البرامج التلفزيونية من تغييرات خلال العصر الرقمي، وقد ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في تعميق هذه التغييرات وأصبحت جزءاً مهماً من برامج أي قناة تلفزيونية.

ومن خلال هذه الدراسة سنتمكن من معرفة كيف تمت المعالجة برنامج ترندينغ لاتجاهات الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال أخذ عينة عشوائية بسيطة من حلقات برنامج ترندينغ التي تحصص دولة الجزائر متبعين في ذلك المنهج الوصفي التحليلي باعتبارها دراسة تحليلية حيث تم تحليل الحلقات عبر أداة تحليل المضمون وفق فئات تتعلق بالشكل وفئات تتعلق بالمضمون .

- بعد التحليل توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج، أهمها أن القالب الفني الغالب في برنامج هو تصريح و التقرير ذلك نظرا لطبيعة المواضيع المعالجة فانه يعتبر الأنسب و استعان ب المقابلة فمن خلالها نتمكن التعايش مع الحدث والتفاعل معه وركز برنامج بشكل كبير على التعاليق لأنه يهتم بما يتم تداوله عبر وسائل التواصل الاجتماعي بينما تنوع في عدد المواضيع المتناولة تنوع الاعتماد على المصادر المعلومات ولكن اعتمد بصفة كبيرة على مواقع تواصل الاجتماعي بما انه يعالج اتجاهات أخبار مواقع تواصل الاجتماعي .

## Summary of the study:

The study focused on the treatment of trending program for news trends on social media through the Trading program on BBC Arabic model because of the changes witnessed by the television software industry during the digital age, and social media contributed to deepening these changes, where it became an important part of the programs of any television channel.

Through this study, we will be able to find out how the trending program for news trends was addressed through social media sites by taking a simple random sample of the rings of the trading program that counts the State of Algeria following that analytical descriptive approach as an analytical study where the episodes were analyzed through the content analysis tool according to categories related to form and categories related to content.

After the analysis the study reached a set of results, the most important of which is that the technical template prevailing in the program is a statement and the report that due to the nature of the topics addressed it is considered the most appropriate and used the interview through which we can live with the event and interact with it and the program focused heavily on obstruction because it cares about what is circulated through social media while diversifying the number of topics addressed diversity of reliance on sources of information but relied heavily on social communication sites since Addresses social media news.

## فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى
/	الإهداء
/	شكر وعرفان
/	فهرس المحتويات
/	فهرس الجداول
أ/ج	مقدمة
18	1. الإشكالية
20	2. أسباب اختيار الموضوع
21	3. أهمية الدراسة
22	4. أهداف الدراسة
22	5. تحديد مفاهيم الدراسة
26	6. منهج الدراسة
27	7. أدوات جمع البيانات
31	8. مجتمع البحث وعينة الدراسة
32	9. حدود الدراسة موضوعية وزمنية
33	10. الدراسات المشابهة



39	11. المقاربة النظرية للدراسة
48	12. صعوبات الدراسة
<b>الإطار التطبيقي لدراسة</b>	
51	- بطاقة فنية لقناة بي بي سي عربي
58	- عرض التحليل لقناة الشكل
66	- عرض التحليل لقناة المضمون
75	- نتائج الدراسة
77	- مناقشة نتائج الدراسة
80	- خاتمة
82	- قائمة المصادر و المراجع
88	- الملاحق

## فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	الرقم
54	جدول يوضح البيانات الأولية لعينة الدراسة	(1)
58	جدول يوضح العنوان	(2)
59	جدول يوضح اللغة المستخدمة	(3)
61	جدول يوضح القوالب الفنية	(4)
63	جدول يوضح الألوان المستخدمة	(5)
64	جدول يوضح الخلفية المعتمدة	(6)
66	جدول يوضح طبيعة الموضوع	(7)
67	جدول يوضح مصادر المعلومات	(8)
69	جدول يوضح الأساليب الاقتناعية	(9)
70	جدول يوضح الأطراف الفاعلة	(10)
72	جدول يوضح طبيعة نقل الموضوع	(11)
73	جدول يوضح الأهداف	(12)

# مقدمة

## مقدمة

أحدثت شبكات التواصل ثورة هائلة في عالم الاتصالات، وهي تعتمد بشكل أساسي على شبكة الإنترنت حيث انتشرت وسائل التواصل الاجتماعي على اختلاف أنواعها بشكل مذهل بين الناس، وعلى مدار عدة سنوات مضت، صارت وسائل التواصل الاجتماعي تلعب دوراً متزايد الأهمية في أساليب التي نتواصل بها مع بعضنا البعض. وبظهور منصات رقمية جديدة وجذابة غيرت وسائل إيجاد المعلومات واستخدامها على نحو جذري وأفسحت لمجال أمام معلومات ينشئها الأفراد أو الجماعات ويتبادلها مستخدمو الإنترنت، الذين صاروا الآن منتجين نشطين للمعلومات.

وبالتزامن مع ذلك، تتزايد توقعات الجمهور بأن يكون للمؤسسات الإعلامية وجود نشط على الإنترنت، وبأن تقوم مؤسسات الإعلامية وخاصة التلفزيونية منها بتوفير المعلومات وتوزيعها عبر منصات التواصل الاجتماعي التي ليس أمامها بد من أن تستجيب لمطالب الجمهور، إذا أرادت أن تحافظ على أهميتها وفعاليتها.

حيث شهدت صناعة التلفزيون العديد من التغييرات خلال العصر الرقمي، وقد ساهمت وسائل التواصل الاجتماعي في تعميق هذه التغييرات، حيث أصبحت جزءاً مهماً من برامج أي قناة تلفزيونية. كما أن سهولة وسرعة التواصل عبر الإنترنت أوجدت المزيد من الفرص للمشاهدين للعمل كمستقبلين ومساهمين في صناعة المحتوى الإعلامي في نفس الوقت، مما أكسب المشاهدين أهمية أكبر في لعب دور أكثر نشاطاً في صناعة محتوى الوسائط الإعلامية.

فلقد عتاد المنتجون في السابق على تقرير مصير ما إذا كان برنامج تلفزيوني معين سيستمر أم لا، لكن الإنترنت نقل بعض هذه القوة إلى أيادي الجمهور وذلك بتوفير محتوى أكثر تخصيصاً وتفاعلية مما ساهم في تمديد "دورة حياة المحتوى" باستمرار المشاهدين بعد أيام من عرض المحتوى على البرنامج في التعليق ونشر ومشاركة نفس المحتوى. وبالتالي، تحاول القنوات التلفزيونية التعامل مع الوسائل الإعلامية الجديدة من خلال توفير المزيد من البرامج التلفزيونية التفاعلية لبناء علاقات أكثر صلابة مع جمهورها الحالي وجذب جمهور جديد.

فرضت منصات التواصل الاجتماعي نفسها على الإعلام التقليدي والعاملين فيه، وتحول الأمر إلى صراع شرس بين الإعلام الجديد والقديم، وتبدو مقارنة القنوات الفضائية لمواضيع سوشل ميديا، مجرد محاولة لاستيعاب الوسائل الجديدة، التي فرضت بدورها صيغاً وقوالب وأسلوب عمل جديد على الإعلام التقليدي، في زمن لم يعد فيه الجمهور مجرد متلقٍ سلبي، بل أصبح حضوره مباشراً في المادة الإعلامية وحتى بطلاً لها.

فمواقع التواصل الاجتماعي جعلت برنامج بي بي سي ترندينج من برامج أكثر تفاعلية وتشاركية، فيمكن لمستخدمي منصات سوشيال ميديا اليوم تقديم تعليقاتهم الخاصة حول برنامج تلفزيوني، وأحياناً تصبح تلك التعليقات جزءاً من محتوى يعرض على الشاشة في برنامج خاصة انه يهتم بنقل محتوى منصات التواصل الاجتماعي إلى شاشة التلفاز.

و عليه قسمت الدراسة إلى فصلين ، تعلق الفصل الأول بالإجراءات المنهجية التي خضعت لها الدراسة لتشمل طرح الإشكالية الرئيسة التي تفرعت تحتها التساؤلات الفرعية ، أسباب اختيار الموضوع ذاتية و موضوعية وكذا أهمية و الأهداف الدراسة ، ثم تحديد المفاهيم المتعلقة بالدراسة ثم الدراسات السابقة . كما تضمن أيضا المنهج المستخدم و أدواته و كذا

مجتمع البحث و العينة في حين احتوى على المقاربة النظرية وصولاً إلى فئات ووحدات التحليل .

# الإطار المنهجي

الإطار المنهجي لدراسة

1الإشكالية.

2التساؤلات الدراسة.

3أسباب اختيار الموضوع.

4أهمية الدراسة.

5أهداف الدراسة.

6تحديد المفاهيم.

7الدراسات السابقة.

8منهج الدراسة.

9أدوات جمع البيانات

10 مجتمع البحث وعينة الدراسة

11حدود الدراسة الموضوعية وزمنية

12 الدراسات المشابهة

13 المقاربة النظرية لدراسة



### الإشكالية

شهد الربع الأخير من القرن العشرين ثورة هائلة في مجال الاتصالات وتكنولوجيا المعلومات كان لها أثرها الكبير في تغيير شكل الاتصال ومحتواه وأساليب إنتاجه، وهذا بظهور وسائل الإعلام الجديدة وخدمات الشبكة الدولية للمعلومات "الإنترنت"، وقد ظهرت مواقع التواصل الاجتماعي كأحد روافد ذلك الإعلام الجديد فقد أصبح لمواقع التواصل الاجتماعي دور في التعبير عن الاتجاهات والأفكار مع هامش الحرية التي تتيحها في اختيار الموضوع وتحرير النص والحجم وسهولة البث وقلة التكلفة ومن ثم تحولت مواقع التواصل الاجتماعي من مجرد وسيلة لنقل الخبر أو التعليق عليه إلى وسيلة لها دور في معالجته ومتابعته وإثارة ردود الأفعال حوله مع القدرة الهائلة على الانتشار وفي بعض الأحيان يتم نقل الأخبار عن الصفحات ومؤسسيها إلى الصحف الورقية والبرامج الفضائية بما يزيد من حجم تأثيرها وانتشارها وهو ما كشف عن بيئة إعلامية جديدة رسخت شكل العالم في قرية صغيرة متواصلة، فالتفاعل المكثف الذي تتميز به وسائل التواصل الاجتماعي ساهم في تكوين وتشكيل اتجاهات وآراء الأفراد لأنه يهتم بالمشاركة الديمقراطية المفتوحة مثل حلقات النقاش المباشرة (Online) والحية في حجرات المحادثة (Chat room) ومواقع تبادل رسائل البريد الإلكتروني Online Email Sites.

أصبحت وسائل الإعلام المختلفة تسعى إلى التميز في نقل الأحداث حول العالم ومتابعتها على وفق السياسة الإعلامية للمؤسسة فيما يرغب المتلقي في متابعة الأحداث بموضوعية ومصداقية هذا يمكن أن نميز بين التغطية الصحفية بمختلف فنونها وبين معالجة المضمون الصحفي وتلويحه وتعريضه للتأطير على وفق أهواء القائمين على المعالجة الصحفية للمعلومات ذلك أن التغطية الصحفية أو الإخبارية المتوازنة للأحداث وإيصالها إلى المتلقي يمكن أن يصنع ملامح المؤسسة بما يعطي هذه الوسائل فرصة التنافس في تقديم خدمة إخبارية تستقطب رضا الجمهور و ترقى إلى مستوى الحدث التي

تؤثر في الرأي العام وتستثير فضوله في رصدها ومتابعتها عبر مصادر متعددة لاستقاء المعلومات الدقيقة لمجريات تلك الأحداث بما يعطي هذه الوسائل فرصة التنافس في تقديم خدمة إخبارية تستقطب رضا الجمهور و ترقى إلى مستوى الحدث.

تعد القنوات التلفزيونية من بين وسائل الاتصال الجماهيري، التي تسعى إلى استقطاب المشاهد بكل الطرق والوسائل من خلال مختلف المضامين الإعلامية. وقد عرفت هذه الوسيلة منذ نشأتها تطورا تكنولوجيا متسارعا حيث زاد ظهور التكنولوجيات الحديثة للإعلام والاتصال من أهميتها، لاسيما في الجانب المتعلق بالاندماج الوشيك بين التلفزيون والانترنت بحيث أصبحت كل وسيلة من هاتين الوسيلتين يمكن استخدامها للوصول إلى الوسيلة الأخرى مثل القنوات التلفزيونية المتخصصة أو الموضوعاتية. و في هذا السياق أنشأت القنوات التلفزيونية الإخبارية صفحات لها على شبكات التواصل الاجتماعي عبر الانترنت، و أفرزت فضاء إعلاميا ضمن بيئة اتصالية جديدة واستغلت القنوات التلفزيونية هذه الشبكات لخلق وسائل جديدة للتواصل مع الجمهور مما أتاح للمشاهد إمكانية التفاعل والمشاركة والحوار بأشكال وأزمنة لم تسبق معرفتها من قبل، وذلك عن طريق صفحات شبكة التواصل الاجتماعي حيث أصبح الجمهور يلعب دورا فعالا ولم يعد سلبيا كما كان عليه من قبل، وهذا ما يطلق عليه التفاعلية التي جعلت من القنوات التلفزيونية الإخبارية أداة للتسويق والمشاركة الإخبارية و ولجت بذلك مرحلة أخرى تبحث فيها عن فضاءات جديدة و جمهور أوسع.

وقناة BCC بي بي سي عربي من قنوات التي تبنت هذه الخاصية عن طريق برنامج بي بي سي ترندينج فهو يعرض أهم القصص التي تشغل رواد مواقع التواصل الاجتماعي في العالم العربي بطريقة بصرية جديدة ومميزة على شاشة تلفزيون .

### التساؤل الرئيسي:

كيف تتم المعالجة الإعلامية لاتجاهات الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي لبرنامج بي بي سي ترنديغ التلفزيوني؟

### التساؤلات الفرعية:

- كيف عالج برنامج بي بي سي ترنديغ اتجاهات الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي من حيث الشكل؟

- كيف عالج برنامج بي بي سي ترنديغ اتجاهات الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي من حيث المضمون؟

- هل تشكل مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة تكنولوجية تعرف من خلالها قناة بي بي سي عربي بنفسها وبرنامجها في إطار التشاركية و التفاعلية؟

## 2-أسباب اختيار الموضوع

### ذاتية

-الميل و الاهتمام الشخصي بالموضوع خاصة انه من المواضيع الإعلامية الجديدة.

-الاهتمام بمواقع التواصل و البرامج التلفزيونية التي تأخذ آراء الجمهور بعين الاعتبار.

- التحضير لنيل شهادة الماستر.

### موضوعية

- كون مواقع تواصل الاجتماعي أصبحت تحتل مكانة كبيرة في الأوساط الإعلامية لأنها تتميز بالمشاركة الفورية والآنية والقائمة على التفاعلية التي أصبحت تعطي للجمهور مساحة لتشكيل اتجاهات تساعد هذه القنوات التلفزيونية إلى التمييز في بث برامج.

- ظهور تقنيات جديدة في عالم الإعلام الذي يساهم في جمع بين التقنيات القديمة و صحافة المواطن.

- محاولة بعض القنوات التلفزيونية التعامل مع الوسائل الإعلامية الجديدة من خلال توفير المزيد من البرامج التلفزيونية التفاعلية لبناء علاقات أكثر صلابة مع جمهورها الحالي وجذب جمهور جديد

### 3-أهمية الدراسة

تكمن أهمية الدراسة في أنها تتناول موضوع حديثا ومثير للجدل فالجمهور أصبح يعتمد على وسائل التواصل الاجتماعي وهذا يمثل تحديا حقيقيا للعاملين في صناعة الإعلام المرئي. فالمستقبل سيكون للمحطات التلفزيونية التي تتفهم التطور الذي يحدث وتحاول التكيف معه. بشكل ديناميكي دائم فان هذا التطور يؤدي على المدى البعيد إلى اختفاء الحدود التقليدية بين القطاعات الإعلامية القديمة والجديدة، كما يوفر التفاعل بين الجمهور والمنتجين فرصة للطرفين لفهم بعضهما البعض وتطوير محتوى جديد يلبي حاجيات كليهما وأن قناة BCC بي بي سي عربي من قنوات التي تبنت هذه الخاصية عن طريق برنامج بي بي سي تراندينغ كون مواقع تواصل الاجتماعي أصبحت تحتل مكانة كبيرة في الأوساط الإعلامية لأنها تتميز بالمشاركة الفورية والآنية والقائمة على التفاعلية التي أصبحت تعطي للجمهور مساحة لتشكيل اتجاهات وأفكار تساعد قناة بي بي سي عربي إلى التمييز في بث وإخبار فيما يرغب المتلقي عن طريق برنامج بي بي سي تراندينغ .

وأيضاً أن هذه الدراسة ستكون مرجعاً علمياً و تاريخياً يساهم بالإضافة إلى الدراسات العلمية التي أجريت و التي تجرى في الآونة الأخيرة في تسليط على ظاهر المصطلح الإعلامي الجديد المسمى بـ"الاندماج الإعلامي" (Media Convergence)،

### 4-أهداف الدراسة

تهدف هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الغايات التي نسعى من خلال بحثنا هذا الوصول إليها و لعل أبرزها:

- التعرف على كيفية معالجة برنامج بي بي سي ترنديغ اتجاهات الإخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي من حيث الشكل

- التعرف على المضامين التي يعالجها برنامج بي بي سي ترنديغ

- محاولة معرفة هل تشكل مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة تكنولوجية تعرف من خلالها قناة بي بي سي عربي بنفسها وبرنامجها في إطار التشاركية و التفاعلية.

### 5-تحديد المفاهيم الدراسة :

إن لكل دراسة علمية أو بحث علمي مصطلحات و مفاهيم الأساسية التي تعتمد عليها طيلة البحث و التي لا بد من تحديدها منذ بداية الدراسة حتى يتمكن من إزالة اللبس و الغموض حول كل مصطلح بعدة تعريف و بعدة معاني و ذلك كله من أجل تحديد الطرق التي يسلكها الباحث و انجاز الخطوات بدقة و بما أن موضوع دراستنا اعتمد على عدة مفاهيم أساسية ، و التي سوف نعرض أهمها و أهم تعريفات لها بالإضافة إلى استنتاج تعريفات إجرائية لكل مصطلح.

## 1- المعالجة :

**المعالجة لغة:** معنى عالج الشيء معالجة وعلاجاً زاوله، وكل شيء زاولته ومارسته فقد عالجته<sup>1</sup>.

**المعالجة اصطلاحاً:** ومصطلح المعالجة مأخوذ من عالج الأمر أصلحه معالجة المشكلة عالجها علاجاً ومعالجة زاوله وداواه<sup>2</sup>.

**المعالجة إجرائياً:** عملية تأطير إعلامية تفرضها سياسة المؤسسة في التعامل مع الأحداث والقضايا في نقل الأخبار وعرض الوقائع والأحداث.

**البرنامج لغة:** هو الميزانية أو لائحة المنهاج، أو هو خطة ملا ستقوم بعمله

**البرنامج اصطلاحاً:** هو كل مادة سواء كانت صوتية أو مصورة تقدم من خلال الإذاعة أو التلفزيون ضمن فترة البث وهلا هدف معني وهو مخاطبة الجمهور المستمعين أو المشاهدين، وتتميز البرامج بعضها عن بعض من حن المقدمة والنهاية والزمن المحدد لعرضها وموعد عرضها على الجمهور

## -الاتجاه:

**الاتجاه لغة:** جاء في القاموس المدرسي ان الاتجاه هو الإقبال على الشيء<sup>3</sup>.

**الاتجاه اصطلاحاً:** يقصد به استعداد مكتسب، يتكون لدى الفرد نتيجة لتأثير بعض العوامل في حياته بحيث تكون استجابته ايجابية او سلبية نحو الأشخاص أو الأفكار أو الأشياء أو المهنة التي تؤثر عليه<sup>4</sup>

**اتجاهات الأخبار:** الاهتمام المنظم بالترتيب العام للتفاصيل والتي تحدد قضايا الساعة، له تأثيرات مهمة في عملية إحداث تغييرات في الاتجاهات وذلك بتغيير الوزن الذي يعطيه للمعلومات لدى الفرد بشأن موضوع ما.

<sup>1</sup> ابن منظور، لسان العرب. تحقيق: عبد الله علي الكبير، محمد أحمد حسب الله وآخرون مج1. لا ط، القاهرة: دار المعارف، لا.ت ص 366.

<sup>2</sup> المعجم العربي الأساسي، لا، ط، لا.م، المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، لا.ت، ص 858.

<sup>3</sup> علي بن هادية: القاموس المدرسي 7 ط، الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب 1991، ص 17.

<sup>4</sup> رافت عبد الرزاق، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي، رسالة ماجستير، كلية الادب والعلوم قسم الصحافة والاعلام، جامعة البترا، الأردن، 2013.

الاتجاه الأخبار إجرائيا: هو الرأي السائد بين الجمهور بالنسبة لقضية أو خبر أو موضوع ما.  
3-مواقع التواصل الاجتماعي:

وسائل التواصل الاجتماعي اصطلاحا يعرفها " ريتشر " "Ritcher وكوشي " Cochi بأنها التطبيقات ومنابر وسائل الإعلام عبر شبكة الانترنت التي تهدف إلى تسهيل التفاعل والتعاون وتبادل المعلومات، وكذلك تعرف مواقع التواصل الاجتماعي بأنها: "مشاركة اتصالية عبر الانترنت، حيث يتم تناوله عن طريق الصور، الفيديوهات، الأخبار، المقالات والمدونات الصوتية للجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي.<sup>1</sup>

مواقع التواصل الاجتماعي إجرائيا: هو مصطلح أطلق على الخدمة الإلكترونية التي تقدمها شبكة الإنترنت للأفراد والجماعات، حيث تتيح لهم التواصل فيما بينهم حسب اهتماماتهم، فيستطيع أي شخص أن يجد أو ينشئ المجموعات حسب اهتمام معين. شكّلت هذه المواقع حلقة وصلٍ بين جميع الأشخاص على اختلاف مواقعهم واختلاف آراءهم ، حيث أصبح أي فرد يستطيع الوصول ومشاركة مواضيع و قضايا مع أي شخص في العالم من خلال هذه المواقع تعتمد مواقع التواصل الاجتماعي بشكلٍ أساسي التفاعلية و مشاركة الآنية لتعاليق و آراء بين ي الأفراد أو المستخدمين؛ لأنهم هم من يشغلونها ويزودونها بالمعلومات والبيانات

البرنامج لغة: هو الميزانية أو لائحة المنهاج، أو خطة ملا ستقوم بعمله<sup>2</sup>

البرنامج اصطلاحا: هو كل مادة سواء كانت صوتية أو مصورة تقدم من خلال الإذاعة أو التلفزيون ضمن فترة البث وهلا هدف معني وهو مخاطبة الجمهور المستمعين أو المشاهدين، وتتميز البرامج بعضها عن بعض من حن المقدمة والنهاية والزمن المحدد لعرضها وموعد عرضها على الجمهور<sup>3</sup>

<sup>1</sup>ماكس ماكومز، لانس هول برت، سبيروكيوسيس، واين وانتا، الاخبار و الرأي العام تأثير الاعلام على الحياة المدنية ، ترجمة محمد صفوت حسن ، دار الفجر للنشر و التوزيع ، ط1 ، 2012، ص198 -

<sup>2</sup> محمد الجفيري اعداد برامج الاذاعية و التلفزيونية دط دار الصناع الابداع و الانتاج 2015ص 11

<sup>3</sup> مرجع السابق ص 11

### البرنامج التلفزيوني :

عبارة عن فكرة تجسيد و تعالج باستخدام التلفزيون الذي تتوفر كل إمكانيات الوسائل الإعلامية و تعتمد أساسا على الصورة المرئية لتكوين و تشكيل يتخذ قالباً واضحاً ليعالج جميع جوانبها خلال مدة زمنية محددة<sup>1</sup>

### قناة بي بي سي عربي

هي قناة إخبارية تلفزيونية تبث إلى الشرق الأوسط من قبل هيئة الإذاعة البريطانية "بي بي سي" فتعد بي بي سي العربية أكبر وأقدم خدمة إعلامية تطلقها بي بي سي بلغة غير الإنجليزية ، وقد واصلت تطورها منذ انطلاقتها في 3 يناير/ كانون الثاني عام 1938 حتى صارت في مقدمة المحطات الإعلامية في العالم و هي شبكة لنقل الاخبار والمعلومات الى العالم العربي عبر عدة وسائل، تشمل الانترنت والراديو والتلفزيون والهواتف المحمولة حيث اكتسب موقع بي بي سي العربية على الإنترنت مكانة ، و حصل على العديد من الجوائز، مستويات عالية من الثقة.

### برنامج بي بي سي ترنديغ

وهي نشرة تلفزيونية جديدة خاصة بما يتم تداوله عبر وسائل التواصل الاجتماعي مدتها ثلاثون دقيقة يقدم هذه النشرة الخاصة رانيا عطار وأحمد فاخوري على مدى خمسة أيام في الأسبوع عند الثالثة بعد الظهر بتوقيت غرينتش على شاشة بي بي سي عربي ووسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بها تتناول النشرة القصص الأكثر شيوعاً على وسائل التواصل الاجتماعي وتناقشها بعمق محللة أبعادها سعى نشرة "ترنديغ" الى التقريب بين النشرات الإخبارية التقليدية ووسائل التواصل الاجتماعي بطريقة مبتكرة ومن خلال أحدث الوسائل التكنولوجية

<sup>1</sup> كرابي سلسبيل، المعالجة الإعلامية للقضايا السياسية الجزائرية في البرامج التلفزيونية الساخرة على القنوات الخاصة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر، تخصص سمعي بصري، قسم علوم الاعلام و الاتصال، كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، الجزائر، 2019، ص18



ورغم وجود مئات القنوات الفضائية التي تقدم فقرة السوشال ميديا، إلا أن «ترندينغ»، بقي في المقدمة حاصداً ملايين المشاهدات والتعليقات عبر يوتيوب هكذا كسر «ترندينغ» نمطية وروتين الشاشة العريقة والرصينة، وشكل نشرة إخبارية غير تقليدية تقدم الحدث من زاوية مختلفة، وناقش انعكاس الخبر في الفضاء الافتراضي وتابع الهاشتاغات والتغريدات والتعليقات والردود. وقدم «ترندينغ» أنموذجاً مستقبلياً لنشرة الأخبار في عصر الهواتف الذكية وعالم ما بعد الحداثة..

### 6--منهج الدراسة

لا يوجد بحث علمي دون منهج تقوم على أساس قواعده دراسة المشكلة ، وتحليل أبعادها ومسبباتها ، ووفقاً أدواته يتم قياس المشكلة والتنبؤ بحركتها ، و الوصول إلى نتائج معينة من خلالها يصح القصور القائم و المسبب للمشكلة<sup>1</sup>

**تعريف المنهج:** انه علم تفكير و هو الطريق التي يتبعها الباحث في دراسة المشكلة لاكتشاف الحقيقة و هو أول خطوات منظمة يتبعها الباحث في معالجة الموضوعات التي يقوم بدراسته<sup>2</sup>

وعليه فالدراسة التي بين أيدينا اعتمدنا فيها على **المنهج الوصفي التحليلي:**

يعرف على أنه منهج يهدف إلى اكتشاف الواقع ووصف الظواهر وصفا دقيقا وتحديد خصائصها تحديدا كميًا و كفيًا و كما يقوم بالكشف عن الحالة السابقة للظواهر و كيف وصلت إلى صورتها الحالية و يحاول التنبؤ بما ستكون عليه في المستقبل و باختصار فهو يهتم بماضي الظواهر و حاضرها و مستقبله<sup>3</sup>

<sup>1</sup> موريس أنجرس ترجمة بوزيد صح راوي و أحرون : منهجية البحث في العلوم الإنسانية , دار القصة لنشر والتوزيع 1 , ط2 , الجزائر , 2004 , ص 218

<sup>2</sup> محمد راكنا الدغيني اساليب البحث العلمي ومصادر الدراسات الاسلامية مكتبة الرسالة عمان ط 1997 ص33

<sup>3</sup> مروان عبد المجيد إبراهيم : أسس البحث العلمي لعداد الرسائل الجامعية ، مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع ، ط 1 ، عمان - الأردن ، 2000 م ، ص 40

يعطي المشوخي تعريفا شاملا للمنهج الوصفي التحليلي فيقول يعتمد المنهج الوصفي التحليلي على دراسة الظاهرة كما توجد في الواقع ويهتم بوصفها وصفا دقيقا يعبر عنها كفيها و كمييا فالتعبير الكيفي يصف الظاهرة ويوضح خصائصها، أما التعبير الكمي فيعطيها وصفا رقميا يوضح مقدار هذه الظاهرة أو حجمها أو درجة ارتباطها مع الظواهر الأخر و قد قمنا في دراستنا هذه على باعتماد المنهج الوصفي التحليلي كونه يقوم على أساس تحديد خصائص الظاهرة ووصف طبيعتها ونوعية العلاقة بين متغيراتها وأسبابها واتجاهاتها وما إلى ذلك من جوانب تدور حول سبر المشكلة أو ظاهرة معينة والتعرف على حقيقتها في أرض الواقع<sup>1</sup>

### 7- أدوات جمع البيانات:

حتى يتمكن الباحث من الوصول إلى النتائج الموضوعية بالنسبة للإشكالية البحثية يستلزم من الباحث استخدام أدوات وطرق لجمع البيانات والمعلومات المستهدفة، ومن بين أدوات البحث العلمي نستخدم في دراستنا أداة تحليل المضمون ، كونها الأنسب في مثل هذه البحوث.

حيث يعرف على أنه" أسلوب أو أداة للبحث العلمي يمكن أن يستخدمها الباحثون في مجالات بحثية متنوعة، لوصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية الم رد تحليلها( من حيث الشكل والمضمون)، تلبية للاحتياجات البحثية المصاغة في تساؤلات البحث، أو فروضه الأساسية طبقا للتصنيفات الموضوعية التي يحددها الباحث.<sup>2</sup>

هناك تعاريف عديدة لتحليل المضمون ، إلا أن هناك شبه إجماع على تعريف كل من " برنارد بيرلسون " و " أولي هولستي " حيث الأول يعرف تحليل المضمون بأنه : أحد أساليب البحث العلمي التي تهدف إلى الوصف الموضوعي المنظم و الكمي للمحتوي الظاهر

<sup>1</sup> ربحي عليان، عثمان غنيم مناهج البحث العلمي ط1 دار صفاء لنشر والتوزيع عمان 2000 ص 42

<sup>2</sup> يوسف تمار ، تحليل محتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، دار النشر طاكسيج كوم للدراسات والتوزيع، دط، الجزائر، 2007 ، ص 9

لمضمون الاتصال; وثاني . أو بمعنى آخر لتعرف بيرلسون " بأنه أحد الأساليب البحثية التي تستخدم في وصف المحتوى الظاهر أو المضمون الصريح للمادة إعلامية وصفا موضوعيا<sup>1</sup>

و لقد اعتمدنا على تحليل مضمون في دراستنا هذه كونه مجموعة الخطوات المنهجية التي تسعى إلى اكتشاف المعاني الكامنة في المحتوى، والعلاقات الارتباطية لهذه المعاني من خلال البحث الكمي، الموضوعي، والمنظم للسمات الظاهرة في هذا المحتوى<sup>2</sup> و قد تم بناء استمارة التحليل المضمون على النحو التالي :

**فئات التحليل :** هي التقسيمات و التوزيعات و لأركان التي يعتمدها الباحث في توزيع وحدات التحليل المتوصل إليها في المادة المدروسة ، وهذا بناء على ما تتحد فيه من صفات ، أو تختلف فيه من خصائص<sup>3</sup>

هذه العملية تهدف إلى تقسيم المحتوى إلى منظومة من الأفكار التي لها عالقة مباشرة بالإشكالية وأهداف الدراسة في دراستنا قمنا بتقسيمها إلى فئتين من فئة الشكل (كيف قيل؟) وتعني بالشكل الذي قدم فيه المضمون، وفئة المضمون (ماذا قيل؟) وتهتم بمضمون ن مادة الاتصال والمعاني التي تتلقاها  
**أولا : فئات الشكل كيف قيل ؟:**

هي مجموعة الفئات التي تصف كيفية وأسلوب تقديم أو عرض المحتوى وتهتم

بالإجابة على السؤال كيف قيل<sup>4</sup>

**فئة العنوان:** و هي فئة للتعرف على صيغة العنوان التي تعنونت به المادة الإعلامية.

<sup>1</sup> فضيل دليو : مدخل إلى منهجية البحث في العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، دار هومة للطباعة والنشر والتوزيع ، الجزائر ، 2014 م

، ص 120

<sup>2</sup> احسان محمد الحسن، مناهج البحث الاجتماعي، ط 1، دار وائل للنشر والتوزيع، عمان، 2005 ، ص 162

<sup>3</sup> أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في العلوم العالم و الاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية للنشر و التوزيع ط 4 ، جامعة الجزائر، ص 249

<sup>4</sup> محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات العالمية، عالم الكتب، ط 2، القاهرة، 2004 ، ص 23

**فئة القوالب الصحفية :** هي الهيئة التي صيغ بها الموضوع المعالج ، تستخدم هذه الفئة للتفرقة بين الأشكال و الأنماط المختلفة التي تتخذها المادة إعلامية و التي تسعى إلى تقسيم المحتوى إلى تقرير ، ريبورتاج ، حديث صحفي<sup>1</sup>

**فئة اللغة المستخدمة :** من المؤكد أن اللغة هي الوعاء الذي يصب فيه الفكر ، فهي بالتالي المحرك الأساسي له ، و تزداد هذه الأهمية في مضمون وسائل إعلام الجماهيرية ، التي تجعل كل الرسائل مرتبطة بطبيعتها ، و لذا فإن فئة اللغة المستعملة في تلك الوسائل هي مجموعة من التصنيفات ترتبط في طبيعتها بإشكالية الدراسة و الهدف منه

**فئة الألوان المستخدمة:** و هي الألوان المعتمدة في الاستوديو ( الساخنة . الباردة . مزيج بينهما)

**فئة الخلفية المعتمدة:** تمثل خلفية الاستوديو إذ كانت عبارة عن صورة ثابتة أو فيديو

**ثانيا : فئات المضمون ماذا قيل ؟:**

و تستهدف هذه الفئة إجابة على السؤال على ما يدور موضوع المحتوى؟ وتفيد هذه الفئات في الكشف عن مراكز الاهتمام في المضمون و ذلك أن الوسيلة إعلامية تعطي اهتماما في المحتوى للمواد إعلامية المطروحة التي تتفق مع السياسة التحريرية لتلك الوسيلة . بمعنى آخر ما هي المعاني و الأفكار التي تضمها الوثيقة أو الوسيلة<sup>2</sup>

**فئة الموضوع** وهي الموضوعات التي تم تناولها و التطرق إليها في البرنامج منها السياسي الاقتصادي و اجتماعي و ثقافي رياضي و صحي.....الخ

**فئة الأهداف** تستعمل هذه الفئة للبحث للبحث عن مختلف الأهداف التي يريد المضمون محل الدراسة إبلاغها أو الوصول إليها، طبعا لكل مضمون هدف أو أهداف خاصة، وعليه

<sup>1</sup> عاطف عدلي العبد , زكي احمد عزمي : ألساليب الحصائية و استخداماتها في البحوث الرأي العام و العالم : دار الفكر العربي القاهرة ، د ط ، 1993 ، ص 19

<sup>2</sup> حمام محمد زهير : تحليل المحتوى في بحوث العالم ، دار أمواج لنشر و التوزيع ، عمان – الأردن ، 2015 ، ص 24.

فمن الطبيعي أن تختلف مكونات هذه الفئات من بحث إلى آخر وذلك حسب طبيعة البحث والإطار النظري الذي ينطلق منه الباحث فالقائم بالاتصال يبني خطابه تبعاً لأهداف، على الباحث استكشافها وتحليله<sup>1</sup>

**فئة الأساليب الإقناعية:** طريقة إقناع الجمهور و إيصال المعلومة باستخدام أسلوب عاطفي أو أسلوب عقلي أو إحصائيات.

**فئة المصادر المعلومات:** تفيد هذه الفئة في معرفة الشخص أو الجهة مصدر المعلومة، بمعنى تجيب على السؤال إلى ما هو مرجع أو مصدر المعلومة المتداولة في المحتوى إعلامي، وتتمثل غالباً في مصادر العمل الدعوي أو الاتصالي كمصادر الوحي (القرآن والسنة)، أو مصادر علمية وأكاديمية، مصادر رسمية، مصادر إعلامية، مصادر عامة، مصادر ذاتية، الجمهور... الخ، وتكتسب أهمية هذه الفئة لما ينطوي عليه مصدر المعلومة من تأثير في هويتها، ومصداقيتها، والغايات الواضحة والكامنة من ورائها<sup>2</sup>

**فئة الأطراف الفاعلة:** هم الأشخاص الذين تفاعلوا مع مواضيع البرنامج عبر مواقع التواصل الاجتماعي من الشباب أو مختصين في المجال المطروح...

**فئة نقل الموضوع:** إما مؤيد يعني اتجاه القناة تكون متحيزة للموضوع المطروح و تبين وجهة نظرها

محايد: إذ تنتقل المواضيع بكل سلاسة و موضوعية بعيداً عن إظهار رأيها.

**معارض:** الصحفي يقدم رأيه في الموضوع وهو عكس التأييد إذ يكون رافض للفكرة المطروحة.

<sup>1</sup> يوسف تمار، تحليل محتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، مرجع سبق ذكره، ص70  
<sup>2</sup> مجلة الدراسات والبحوث العالمية، جامعة الشهيد حمة لخضر، الوادي، العدد 14/13، ديسمبر، 2015، ص63

8-مجتمع البحث وعينة الدراسة:

**مجتمع البحث:**

هو جميع الأفراد أو الأحداث أو الأشياء الذين يكون موضوع مشكلة البحث كلمة مجتمع تطلق على جميع الحالات والأفراد أو الأشياء التي يتجه لها الباحث لدراستها<sup>1</sup>

يعرف مجتمع الدراسة بأنه " جمع الأعداد التي صدرت من الصحيفة أو مجموعة الصحف التي تم اختيارها خلال الفترة المحددة لدراسة، أو جميع الكتب أو الوثائق أو المطبوعات المطلوب تحليلها، أو جمع البرامج الإذاعية أو التلفزيونية، والتي أذيعت أو .عرضت خلال فترة التحليل<sup>2</sup>

إن أساس نجاح التعيين يقوم أوال على تحديد حجم مجتمع البحث الأصلي، وهو ما يحتويه من مفردات إلى جانب التعرف على تكوينه الداخلي تعريفا دقيقا يشمل طبيعة وحداته، يعرف على أنه جميع المفردات التي لها صفة أو صفات مشتركة، وجميع هذا المفردات خاضعة للدراسة و للبحث من قبل الباحث<sup>3</sup>

ويتمثل مجتمع الدراسة في هذا البحث في مجموعة من حلقات تخص دولة و المجتمع الجزائري

التي بثها برنامج ترندينغ من سنة 2018 إلى سنة 2020 والتي يقدر عددها ب 117 حلقة متاحة على قناة اليوتيوب .

<sup>1</sup> رحيم يونس كرو العزاوي،مقدمة في منهج البحث العلمي. دار دجلة لنشر والتوزيع .ط1.عمان.الاردن.2008.ص181

<sup>2</sup> محمد حسين، سمير حسن، تحليل المضمون، عالم الكتب، ط1 ، القاهرة، 1983 ، ص116

<sup>3</sup> سامي محمد ملحم، مناهج البحث في التربية وعلم النفس، ط2 ،دار المسيرة، 2007 ،ص 209

### عينة البحث:

و من المعروف على العينة بأنها جزء من المجتمع الكلي يتم اختيارها من قبل الباحث لتسهيل عليه تعميم نتائجها على المجتمع الكلي حيث يجب أن تكون ممثلة للمجتمع الأصلي<sup>1</sup>

إن هدف كل باحث هو الوصول إلى استنتاجات سليمة عن المجتمع الأصلي الذي تتبعته منه المشكلة، وهي طريقة من طرق البحث وجمع المعلومات، فتؤخذ عينة من مجتمع ما بالانتقال من الجزء إلى الكل أو التوصل إلى الحكم على المجتمع في ضوء بعض أفراده<sup>2</sup> وقد اخترتنا في دراستنا العينة العشوائية البسيطة وتعد من أبسط أنواع العينات وتعتبر أساسا لعينات الاحتمالية تختار العينة العشوائية البسيطة بطريقة تحقق لجميع عناصر مجتمع البحث نفس الفرص في الظهور ضمن مفردات عينة الدراسة<sup>3</sup>

ولقد اخترنا حجم العينة بطريقة القرعة وتم تحديد عينة الدراسة ب 12 حلقة من برنامج ترندينغ

### 9-حدود الدراسة

**الحدود الموضوعية:** يركز موضوع الدراسة على دراسة مضامين مجموعة من حلقات برنامج ترندينغ لمعالجة اتجاهات الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي على قناة بي بي سي عربي

**الحدود الزمنية:** لقد أجريت الدراسة خلال الموسم الجامعي 2021/2020 حيث امتدت فترة انجاز الجانب المنهجي من شهر فيفري إلى غاية شهر افريل ، والجانب التطبيقي من شهر ماي إلى غاية شهر جوان .

<sup>1</sup> مروان عبد المجيد إبراهيم : المرجع السابق ذكره ، ص55

<sup>2</sup> محمد منير حجاب، المعجم العالمي، الطبعة الأولى، 2004 ،دار الفجر، ص 381

<sup>3</sup> الحضيبي أحمد محسن، الأسس العلمية لكتابة رسائل الماجستير والدكتوراه، المكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، 1000 ص58

10- الدراسات المشابهة

الدراسة الأولى:

دراسة الطالبان كاتب فارس عقون دنيا بعنوان: أثر استخدام مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجزائري. دراسة وصفية على عينة من شباب ام البواقي

تهدف هذه الدراسة التي تبنت نظرية الحتمية القيمية لعزي عبد الرحمن و الاستخدامات واشباكات إلى الكشف عن أثر استخدام الشبكات الاجتماعية على سلوك الشباب الجزائري وتطبيقها من خلال الدراسة على عينة من مستخدمي الشبكات الاجتماعية لدى شباب مدينة أم البواقي وبما أن هذه الدراسة تنتمي إلى الدراسات الوصفية فلقد اعتمدا الباحثان على أداة الاستبيان لجمع المعلومات من المبحوثين حيث قسما الاستثمارة إلى ثالث محاور: المحور الأول عادات وأنماط استخدام الشباب الجزائري للشبكات الاجتماعية. المحور الثاني دوافع استخدام الشباب الجزائري للشبكات الاجتماعية أما المحور الثالث حول الجانب أقيمي لمضامين الشبكات الاجتماعية وانعكاساته على السلوكات الحضارية و الثقافية الجزائرية و التي ينتمي إليها الشباب الجزائري أما المحور الرابع فتمثل في مضامين الشبكات الاجتماعية وما إذا كانت أدت إلى خلق سلوكات جديدة لدى الشباب الجزائري. حيث وزعا الاستثمارة على عينة عشوائية تمثلت في 80 شاب و شابة بأم البواقي لموسم 2016/2015.

حيث توصلت الدراسة لنتائج التالية :

بان مستخدمي الشبكات الاجتماعية من ذكور وإناث يستخدمون الشبكات الاجتماعية لا يوجد فرق كبير بينهما. و أن غالبية المستخدمين للشبكات الاجتماعية في الجزائر هي الشريحة العمرية من 20 إلى 24 و هي أكثر فئة مقارنة بغيرها و أغلبيتهم من المستوى الجامعي ، وأن أغلبية مستخدمي الشبكات الاجتماعية حددت فترة استخدامهم بأكثر من سنتين و بشكل يومي و أكثر من 3 ساعات حسب الوقت المفضل لديهم، كما أن الخدمات المفضلة لدى الشباب هي خدمة الدردشة ،كما أن الجوانب القيمة لمضامين الشبكات



الاجتماعية تساهم في تعديل سلوكات الشباب أخلاقية ، الدينية والاجتماعية. كما تساهم مضامين الشبكات الاجتماعية في خلق سلوكات جديدة لدى الشباب لا تتماشى مع قيم المجتمع الجزائري و هذا ما يؤدي إلى زعزعة الهوية الوطنية لديهم و تنقص الرغبة في حب وطنهم .

عند مقارنة هذه الدراسة بدراستنا : أثر استخدام مواقع تواصل الاجتماعي بدراستنا المعالجة الاعلامية لاتجاهات الاخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال برنامج بي بي سي تراندينغ نجد بأنهما يلتقيان في متغير واحد و هو مواقع التواصل الاجتماعي و يتبعان نفس المنهج و هو المنهج الوصفي الذي يعتمد على جمع المعلومات عن الأفراد و سلوكهم و اتجاهاتهم

### الدراسة الثانية:

دراسة الطالبات حسناء غويولة ، سامية سدايرية ، مروقة رميلي بعنوان دور شبكات التواصل الاجتماعي في الحفاظ على الموروث الثقافي الجزائري 2019. حيث تهدف من خلال هذا البحث الى ابراز دور هذا الموقع في الحفاظ على مورثنا الثقافي و الكشف عن مدى تفاعل افراد المجتمع الجزائري مع كل ماهو تقليدي من خلال صفحتين متخصصين في اللباس و الطبخ التقليدي تتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية والتي اعتمدت فيها الباحثات على منهج دراسة الحالة و اعتمدوا على اداة تحليل المضمون كاداة لجميع البيانات حيث تم تحليل 50 منشور من كلا الصفحتين بالتساوي وقاموا باختيار العينة بطريقة القصدية بالاطافة اداة الملاحظة و المقابلة .

ولخصت هذه الدراسة الى مجموعة من النتائج :

ضمنت تعليقات المتفاعلين مع محتوى هاتين الصفحتين مجموعة من القيم التي تعكس مدى تمسكهم بعباداتهم وتقاليدهم والافتخار بها والغيرة على وطنهم وكذا الاستعداد لتبني فكرة المحافظة على هذا الموروث العريق الضارب في عمق التاريخ . •.تخذ تعليقات المتفاعلين

عدة أشكال حيث تختلف من متفاعل لآخر بين نص مكتوب، صورة، فيديو أو رموز هذه الأخيرة التي غلبت على أشكال تفاعلاتهم كونها الأسهل استخداما والأفضل تعبيراً عما يدور في أذهان المتفاعلين اتجاه المحتوى المنشور • تسعى هاتين الصفحتين من خلال منشوراتها إلى تحقيق مجموعة من الأهداف التي تقوم من خلالها بالتعريف بالتراث الجزائري والمساهمة في توعية وتنقيف الأفراد بضرورة المحافظة عليه لضمان استمراريته من جيل إلى جيل

عند مقارنة هذه الدراسة بدراستنا فموضوع هذه الدراسة: يتمثل في غرس مواقع التواصل الاجتماعي ثقافات جديدة لدى مستخدميه اما دراستنا تهتم بمعالجة اتجاهات الجمهور عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، فكلتا الدراستين لهما نفس المتغير و نفس الأداة و هي تحليل المحتوى مع اختلاف المنهج فقد اعتمدت هذه الدراسة على منهج دراسة حالة أما دراستنا اعتمدت على المنهج الوصفي.

### الدراسة الثالثة:

دراسة الطالبة مرزاق بلباله والتي كانت تحت عنوان تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على قيم الاجتماعية للطلبة الجامعين سنة 2019 اعتمدت الطالبة في هذه الدراسة على المنهج المسحي باستخدام أداة الاستبيان وحجم العينة 61 طالب مستخدم مواقع التواصل الاجتماعي في جامعة محمد خيضر بسكرة وبالتحديد طلبة ماستر اتصال وعلاقات عامة وإذاعة و تلفزيون بطوربه الأول والثاني

و كانت النتائج كالآتي: • ساهمت مواقع التواصل الاجتماعي فعلا في ترك أثر إيجابي في القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين .

• أدت مواقع التواصل إلى تراجع العلاقات الأسرية و الاجتماعية و خلق عدة مشاكل نفسية و صحية.

• تسمح مواقع التواصل بمتابعة أخبار المجتمع و التعرف على ثقافات جديدة من خلال إقامة علاقات صداقة مع الاخرين. ساعدتنا هذه الدراسة في التعرف متتبعي مواقع التواصل الاجتماعي و أثارها الايجابية و السلبية على تنمية القيم الاجتماعية. و عند مقارنة هذه الدراسة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على القيم الاجتماعية للطلبة الجامعيين بدراستنا تتفق بموضوع التواصل الاجتماعي و لكنها تختلف الدراستين بحيث أننا اعتمدنا في دراستنا على المعالجة الاعلامية و المنهج الوصفي أما هذه الدراسة فقد اعتمدت على الاستبيان و المنهج المسحي.

### الدراسة الرابعة:

دراسة مكملة لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال جماهيري و الوسائط الجديدة من إعداد الطالبة لعبادي مروة تحت عنوان المعالجة الاعلامية لقضايا الجريمة عبر القنوات التلفزيونية نشرت سنة 2019 . حيث اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي باستخدام أداة تحليل المضمون لوصف المحتوى الظاهر و المضمون للمادة الإعلامية المراد تحليلها ، و تم اختيار العينة العشوائية المنتظمة المتكونة من 24 حلقة لكل برنامج ، و كانت نتائج الدراسة كالآتي:

. كلا البرنامجين اعتمدا على اللهجة العامية بالدرجة الأولى كونها الأقرب والأكثر تداولاً لدى الجمهور وبالتالي زيادة صدى البرنامج.

. مدة بث الحلقة تحكم في عدد القضايا المعالجة، فبرنامج تحريات يعالج قضية واحدة مقارنة ببرنامج الحقائق الأربع الذي يعالج أكثر من قضيتين في الحلقة الواحدة.

. حظي التصوير خارج الاستوديو بأعلى نسبة فيما يتعلق بمكان التصوير في برنامج تحريات، حيث تتطلب خصوصية الموضوع التصوير في البيئة الخارجية وذلك لجعل جمهور المشاهدين في الصورة وتقريبهم من الواقع المعاش، وكذا إضفاء الطابع التشويقي

على الحصة، خاصة وأن الموضوع بطبيعته، يتطلب العمل الميداني، أما بالنسبة لبرنامج الحقائق الأربع فقد اعتمد على كلاهما بنسب متقاربة وهذا يرجع لطبيعة البرنامج.

.ركز البرنامجين على استخدام المقابلة الصحفية كأحد القوالب الفنية، واستعانا كلاهما على التحقيق الصحفي الذي ينقل أحداث الجريمة بكل دقة وتفصيل، بينما استعمل التقرير الصحفي من طرف برنامج الحقائق الأربع فقط.

**عند المقارنة بين هذه الدراسة و دراستنا نجد أن دراستين اختلفتا من حيث استخدام المنهج** ، إذ اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي بينما استخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي و المنهج المقارن ، و اتفقتا في استخدام الأداة فكلتا الدراستين استخدمتا أداة تحليل مضمون مع اختلاف الموضوع المعالج

. كلا البرنامجين اعتمدا على المشاهد الحقيقية والتمثيلية في معالجة قضايا الجريمة. كلا البرنامجين اعتمدا على المصادر الرسمية والمصادر غير الرسمية في جمع المعلومات حول الجريمة.

. اقتصر برنامج تحريات على معالجة قضايا القتل وترويج المخدرات قضايا الجريمة المعالجة في برنامج الحقائق الأربع، قتل، اغتصاب، ترويج مخدرات، تحيل، ويتحكم في ذلك عدد القضايا المعالجة في الحصة في الواحدة

وهذا ما يبرر تنوع القضايا في برنامج الحقائق الأربع الذي يعالج أكثر من قضيتين في الحصة الواحدة.

. أكثر الفئات الفاعلة في برنامج تحريات هم " ن آخرون " والذين يمثلون شهود عيا وجيارن وأصدقاء الضحايا، أما بالنسبة لبرنامج الحقائق الأربع فأكثر الفئات الفاعلة هم أقارب الضحايا.

الدراسة الخامسة:

دراسة مكملة لنيل شهادة الماستر تخصص اتصال جماهيري و الوسائط الجديدة من إعداد الطالبة برغدة نجلء تحت عنوان المعالجة الإعلامية لقضية الحراك الشعبي عبر القنوات التلفزيونية الجزائرية العمومية و الخاصة نشرت سنة 2019 تتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية باستخدام أداتي الملاحظة و هي أحد وسائل جمع المعلومات المتعلقة بسلوكيات الفرد الفعلية ومواقفه و اتجاهاته و مشاعره و تحليل مضمون الذي يهدف إلى الوصف الموضوعي المنظم و الكمي للمحتوي الظاهر لمضمون الاتصال و اختيار العينة القصدية.

و كانت نتائج الدراسة كالاتي :

**1- النتائج المتعلقة بالسؤال الأول:** وجدنا أن قالب الأنسب لمثل هذه المواضيع السياسية هو الحديث الصحفي أو الحوار ثم قالب التقرير بالإضافة إلى توظيف الروبورتاج بشكل نادر ، أما بالنسبة إلى اللغة المستعملة في معالجة القضية عبر القنوات التلفزيونية التي في الأخير توصلنا إلى أن هناك تداخل بين اللغة العربية و العامية في المقدمة لأنهم اخذوا أعلى نسب حسب بيانات الجدول إلا انه كان هناك للمزيج اللغوي و الفرنسية و التي كان استخدامهما بشكل نادر .

**2. النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني:** نستنتج أن لكل قناة تغطيتها الخاصة بها ، و رغم أن جميع الفئات مهمة في الدراسة إلا انه يوجد دائما الأهم التي من خلالها يمكن تمثيل كانت بداية من تطرق لفئة الأطراف الفاعلة في البرنامج أي الأطراف،فئات المضمون كلها التي كانت لها دور في الحصص التي بثت و حضورهم كان قوي..

**3. النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث:** أوجه الاختلاف : كان الاختلاف واضح و بشكل كبير بين القنوات في الفئات التالية :

- أوجه التشابه : رغم وجود فئات تثبت الاختلاف في التغطية الإعلامية إلا انه يجب فئات أخرى غيرها تظهر نقاط التشابه و الاشتراك بين القنوات من خلال التغطية الإعلامية سواء كانت من فئات الشكل أو المضمون و تتمثل في : بداية من فئة القوالب الفنية ، ثم الألوان المستخدمة في البلاطو ، فئة الكتابة على الخلفية ، فئة الأطراف الفاعلة في البرنامج ، فئة الأشخاص الفاعلين في الحراك ، فئة الأسباب و المطالب بالإضافة فئة الهدف من الحراك ، أخيرا فئة وصف الحراك الشعبي من طرف القنوات التلفزيونية

### الاستفادة من الدراسات المشابهة

تم الاستفادة من الدراسات المشابهة من خلال وضع تصور عام لدراسة ، وتحديد البناء المنهجي لدراسة سواء في صياغة وتحديد المشكلة البحثية وأهدافها وتساؤلاتها، كما أفادت الدراسات المشابهة في تحديد منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات المناسبة لها، كذلك من ناحية تحليل المضمون واختيار الفئات المناسبة من حيث الشكل والمضمون، ووضع تصميم أولي لاستمارة التحليل المتعلقة بالدراسة ، وتحديد الإطار النظري المناسب للدراسة .

### 11- المدخل النظري لدراسة

تعتبر النظرية حجرا أساسيا في البحث العلمي إذ أنه من الواجب أن يكون هناك قدر من الملائمة بين النظرية المتبناة في البحث العلمي وموضوع الدراسة، حيث يسترشد بها الباحث كونها إطارا محددًا يتم ضمنه صياغة إشكالية البحث وتساؤلاته وفروضه. والمفاهيم التي لا بد من تبنيها وتداولها في البحث وتحديدًا تلك المتضمنة في العنوان<sup>1</sup> وعلى هذا الأساس تم اختيار نظرية التأطير الإعلامي كمدخل نظري لدراسة .

<sup>1</sup> علي غربي، أبجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية، ط2 ، دار الطباعة والنشر والتوزيع، الجزائر، 2009 ، ص30

### تعريف النظرية:

انطلق "اللاندر" من أن النظرية هي بناء نظري استنباطي يعكس رؤيا العالم حول قضية متنازع حولها كما أنها تقابل المعرفة الجزئية على اعتبار النظرية تركيب كلي يسعى إلى تفسير عدد من الظواهر و يسلمبها كفرضية تحتمل الصدق أو الكذب.

ورد في لسان العرب لابن منظور: النظرية ترتيب أمور معلومة على وجه يؤدي إلى استعمال ما ليس بمعلوم و قيل النظر طلب العلم عن علم<sup>1</sup>

### استخدام النظرية في البحث:

تستخدم النظرية في البحث في المجالات التالية:

- اقتراح مشكلة الدراسة.
- طرح فرضيات من اجل مناقشتها.
- تزويد نماذج مفاهيمية من اجل تحديد الدراسة.
- المساعدات في اختيار المتغيرات و البيانات المراد جمعها.
- تجعل النظرية نتائج البحث واضحة<sup>2</sup>

### نظرية تحليل الإطار الإعلامي

تعد نظرية تحليل الاطار الاعلامي واحدة من الروافد الحديثة في دراسات الاتصال حيث تسمح للباحث بقياس المحتوى الضمني للرسائل الاعلامية التي تعكسها وسائل الاعلام و تقدم هذه النظرية تفسيراً منتظماً لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار و الاتجاهات حيال القضايا البارزة و علاقة ذلك باستجابات الجمهور المعرفية و الوجدانية لتلك القضية.

<sup>1</sup> بسام عبدالرحمن المشاقبة، نظريات الاعلام، ط1، دار أسامة، الأردن، 2011، ص7

<sup>2</sup> منذر الضامن، اساسيات البحث العلمي، ط1، دار المسيرة، الأردن، 2007، ص3

### مفهوم النظرية

. فالإطار الإعلامي هو تلك الفكرة المحورية التي تنتظم حولها الأحداث الخاصة بقضية معينة ، و الإطار الإعلامي لقضية ما يعني انتقاء متعمد لبعض جوانب الحدث أو القضية و جعلها أكثر بروزا في النص الإعلامي و استخدام أسلوب و تحديد أسبابها و تقييم أبعادها و طرح حلول مقترحة بشأنها<sup>1</sup>

يعد مفهوم الأطر إعلامي أحد المفاهيم الجوهرية الذي يتفاعل في تكوينه العديد من المداخل النظرية التي تسعى لتناول دور وسائل الإعلام وتأثيراتها، وهي من أبرز المفاهيم الحديثة التي توضح دور وسائل الإعلام في تشكيل معارف الجمهور واتجاهاته حول القضايا<sup>2</sup>

### تعريف الإطار

عرف London الأطر بأنها: " إدراك للأحداث وتحديد القضية أو تنظيم للأفكار و القصة الخيرية . "ويتفق هذا التعريف مع ما طرحه (Claes) بأن الأطر إعلامية هي: "أنماط للتمثيل والانتقاء والتوكيد والاستثناء". فهو يرى أن الأطر عبارة عن تنظيم للأفكار وتعريف للمشكلة<sup>3</sup>

و يعرف Goffman الإطار الإعلامي بأنه: "بناء محدد للتوقعات التي تستخدم لتجعل الناس أكثر إدراكا للمواقف الاجتماعية في وقت ما

<sup>1</sup> عبد الحافظ عواجي صلوي، نظريات التأثير الإعلامية، د، د ط، د س، ص 35

<sup>2</sup> سلام عبده، "الأطر الخيرية للمعالجة الصحفية للقضايا العربية في المجلة المصرية: الاعتداءات 5 الإسرائيلية على قطاع غزة"، العدد الثالث والثلاثون، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة: كلية اعلام، يناير-يونيو 2009 ص 134

Scott London: How the Media Frames Political Issues Enlightening Study of Process and out Come of Mass Media Framing What It Presents, At:www.scottlondon.com, available at:

12/6/2021



### نشأة النظرية

وتبلورت نظرية الأطر الإعلامية على يد عالم الاجتماع ( عام Erving Goffman ) الذي طور مفهوم البناء الاجتماعي والتفاعل الرمزي من خلال مناقشته لقدرة الأفراد على 1974 حرك مدركاتهم ويحثهم على حسن استخدام خبراتهم الشخصية وذلك تكوين مخزون من الخبرات ي عن طريق أطر إعلامية مناسبة تضيف على المضمون معنى ومغزى. وحدد بدقة مصطلح Framing " الأطر والإجراءات المتبعة في هذا النوع من التحليل، وذلك في كتابه "تحليل الأطر"، وأشار جوفمان في هذا الكتاب إلى أن الإطار هو "العمليات التي يقوم بها الإنسان في تصنيف وتنظيم وتفسير الواقع والتي تسهل عملية فهم المعلومات ووضع الأحداث في سياقها.

ومثلت فترة الثمانينيات من القرن العشرين بداية التشكيل الحقيقي لملاح هذا المدخل النظري الجديد الذي له علاقة قوية بمفاهيم التفاعل الرمزي والواقع الاجتماعي ، وتفترض البحوث الخاصة بالأطر الإعلام علمياً وهو أن تركيز وسائل الإعلامية فرضاً في رسائلها على جوانب بعينها في القضية دون غيرها من الجوانب، أي تحديدها لأطر خبرية بعينها، يؤدي ذلك بدوره إلى وجود معايير مختلفة يستخدمها أفراد الجمهور عندما يفكرون في هذه القضية و يشكلون آرائهم بشأنها.<sup>1</sup>

وتفترض البحوث الخاصة بالأطر الإعلامية فرضاً علمياً وهو أن تركيز وسائل إعلام في رسائلها على جوانب بعينها في القضية دون غيرها من الجوانب، أي تحديدها لأطر خبرية بعينها، يؤدي ذلك بدوره إلى وجود معايير مختلفة يستخدمها أفراد الجمهور عندما يفكرون في هذه القضية ويشكلون آرائهم بشأنها ، وفي هذا الإطار فإن تأثير الأطر الإعلامية على الاتجاهات السياسية للجمهور يتم من خلال مستويين

<sup>1</sup> محمد عبد الحميد، نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير، د، ط3، 2004، مصر، ص402

:المستوى الأول ويهتم بقياس : المحتوى غير الظاهر لوسائل اعلام، أو ما يعرف بالمحتوى الضمني، ويعتبر هذا الأسلوب أن التأطير يقدم وصفاً للعملية التي يدرك من خلالها الفرد المعلومات المقدمة وينظمها وفقاً لإطاره المرجعي ورؤيته للعالم المحيط

.المستوى الثاني : ويهتم بقياس أطر وسائل اعلام، و هو المستوى المؤثر في تشكيل اتجاهات الجمهور نحو القضية موضع الدراسة، حيث إن وسائل اعلام امن خلال تركيزها على جوانب معينة تحدد لنفسها أطرا الإعلامية تستطيع في النهاية أن تؤثر على تشكيل معايير الجمهور بشأن القضايا، الأمر الذي ينعكس على تحديد آراء واتجاهات الجماهير نحو القضايا.<sup>1</sup>

### أنواع الأطر الإعلامية

- **الإطار المحدد** : الأطر المحددة تركز في عرض القضايا المثارة على نماذج ملموسة ووقائع محددة مثل: حوادث الاغتيال ،والأعمال الإرهابية وهو يهدف إلى جعل القضايا شخصية.

. **الإطار العام**: وهو يعالج القضايا المثارة في سياق يتسم بالعمومية أو التجريد، ويقدم بارهين ودلالات عامة، ويقدم وصفاً أوسع لها و موجزا أكثر من خلال وضعها في سياق مناسب<sup>2</sup>.

### وظائف لتحليل الاطار الاعلامي

1. تحديد المشكلة او القضية بدقة

2. تشخيص أسباب المشكلة

3. وضع احكام اخلاقية

<sup>1</sup> نسرين حسونة، نظريات الإعلام و الاتصال، شبكة الالوكة للنشر و التوزيع، د ط ، 2015، ص 25  
<sup>2</sup> مرجع سابق ، ص 20-33

### 4. اقتراح سبل العلاج<sup>1</sup>

#### عوامل تؤثر في بناء الإطار الاعلامي

. المؤثرات المرتبطة بالصحفي، والتأثيرات المركزية التي تتضمن الأيديولوجية، والاتجاهات، والمعايير المهنية، وهي الأمور التي تنعكس في النهاية على الطريقة التي يصيغ بها الصحفي التغطية الخبيرة.

- التوجه السياسي للوسيلة الإعلامية وأسلوب العمل المتبع داخل المؤسسات الصحفية

- تأثير المصادر الخارجية مثل (الرموز السياسية، والسلطات، أصحاب المصالح والضغط، والمعايير والقيم الاجتماعية).<sup>2</sup>

#### أهداف بناء الإطار الاعلامي

. عملية تنظيم للمحتوى الاخباري قد يتفق مع القيم الاخبارية السائدة أو لا يتفق حسب الهدف من العملية ذاتها.

. لا يقف الهدف عند حدود إثارة الاهتمام بالمحتوى و لكنه يهدف إلى الإقناع و التأثير بالدرجة الاولى .

. لا يهدف إلى غرس افكار أو قيم جديدة و لكنه يقوم على الاستفادة من الافكار و القيم الموجودة فعلا في الواقع الاجتماعي.

. يحاول تحقيق الاتساق بين ما يدركه الجمهور عن الواقع الاجتماعي و ما يقدمه هذا التشكيل اعتمادا على هذه المدركات.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>حسن عماد مكاي، ليلي حسن السيد، الاتصال و نظرياته المعاصرة ، الدار المصرية اللبنانية ، ط1، 1998 ، القاهرة ، مصر ، ص349

<sup>2</sup>نسرين حسونة، مرجع سبق ذكره ، ص31

<sup>3</sup>محمد عبد الحميد ، مرجع سبق ذكره ، ص404

### العوامل الأيديولوجية التي تأثر في بناء الأطر الإعلامية

الأيديولوجية المهيمنة: بعض الباحثين يرون أن المحتوى الخبري يعزز الأيديولوجية المهيمنة حيث يجيز ويعزز الوضع السياسي والاقتصادي الراهن وبشوه سمعة الجماعات المعارضة ويقيدها، وذلك عبر تأطير القضايا والأحداث والخلافات السياسية بطرق تتماشى مع الأيديولوجية المهيمنة في المجتمع وتساير بشكل واضح اهتمامات الطبقات الاجتماعية والمجموعات التي تقود النفوذ السياسي والاقتصادي.

أيديولوجية النخبة: هي التي تعمل على توجيه السياسة في الجزء الحكومي أو الإداري الذي يملك القوة والنفوذ وفي أغلب الحالات تتوافق أيديولوجية النخبة مع الأيديولوجية المهيمنة.

الأيديولوجية المهنية: تبرز في إسهام عوامل متعددة في صنع أيديولوجية المحرر، مثل العرق، والنوع، والطبقة الاجتماعية، والمعتقدات.. الخ. وتكون في مجملها عوامل تؤثر على رؤيته للواقع وبالتالي على تأطيره للأحداث والقضايا المختلفة.

أيديولوجية المحرر: يؤدي المحررون عملهم الأيديولوجي عند لحظة تأطير الحدث فهم يختارون أطرها من المجال المحدد للمعاني المهيمنة، ويعتمدون على أنساق معرفية متواجدة ضمن الثقافة المهيمنة في المجتمع لجعل الحدث للقارئ، أو لت أكثر وضوحاً شكلي ادراكات الجماهير بشكل يتسق مع أيديولوجية المجتمع ومتأثرة بتوجهات السلطة السياسية.

### أهمية الإطار الإعلامي

-تحدد أهمية الأطر في قدرتها التأثيرية على كيفية تفسير الجمهور للقضايا والأحداث المختلفة من حوله

2- أهمية الأطر كبناء ذهني يسهم في إدراك الأحداث في الصراعات الدولية حيث تعد الأطر أسلوباً ملائماً لاختبار مكانة وسائل إعلام في السياق الدولي، كما تضيف الأطر معنى على الأحداث والقضايا، فوسائل إعلام ال يقتصر دورها على مجرد تقديم المحتوى نما أيضاً يقوم ببناء معنى لهذا المحتوى الإخباري

3- تبرز قوة الأطر في مدى قدرتها على بناء أو هدم معالم أي نص إعلامي من خلال مفردات ومصطلحات متناقضة

4- تعد نظرية الأطر واحدة من الروافد الحديثة في دراسات الاتصال، لأنها تسمح للباحث بقياس المحتوى الضمني للرسائل الإعلامية التي تعكسها وسائل إعلام، وتقدم هذه النظرية تفسيراً منتظماً لدور وسائل إعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات حيال القضايا البارزة، وعالقة ذلك باستجابات الجمهور المعرفية والوجدانية لتلك القضايا<sup>1</sup>

### وظائف الإطار الإعلامي

اقترح Entman أن الإطار الإعلامي لقضية ما يؤدي أربعة وظائف

تعريف وتحديد المشكلة بدقة حيث تحدد فيها العوامل المسببة للقضية تبعاً للمصالح الاقتصادية والسياسية والقيم الثقافية السائدة، بالإضافة إلى تشخيص الأسباب حيث تقوم الأطر بتحديد القوى الفاعلة التي أحدثت المشكلة والتقييم الأخلاقي لها، ومن الوظائف أيضاً وضع أحكام أخلاقي حيث تقوم الأطر بوضع تقييمات أخلاقي لهذه العوامل المسببة لحدوث المشكلة وتأثيراتها، وتتمثل الوظيفة الرابعة في اقتراح كيفية معالجة المشكلات حيث تقوم الأطر باقتراح عدة حلول لمعالجة القضية المطروحة، كما تتنبأ بتأثيراتها المحتملة

<sup>1</sup> رشا عبد الرحيم أطر معالجة القنوات العامة الإسلامية للصراع بين القوى الفاعلة بشأن قضية الاستفتاء على الدستور، العدد التاسع دورية إعلام الشرق الأوسط جامعة المنصورة كلية التربية النوعية مصر 2013 ص 6

### انتقادات الموجهة للنظرية

. أطر وسائل الإعلام تؤدي لتأثيرات معرفية ووجدانية متحيزة نظارا لانتقاد التغطية الإعلامية لأهم المعايير الموضوعية بعدم تقديمها جميع الأطر المعنية بالمحتوى الإعلامي الذي تقدمه هذه الوسائل.

- انتقاد القدرة على تحديد ظهور أو غياب التأثيرات بشكل حاسم .

- عدم الاستطاعة في تقديم تفسيرات سببية لتأثيرات الأطر نظرا لاعتمادها على أساليب بحثية كيفية.<sup>1</sup>

-تفترض أن الجمهور يرتكب أخطاء متكررة خلال عملية التأطير تحد من قدراتهم.

تركيز الدراسات التي تناولت الأطر على المتغيرات الخاصة بمفرداته وتجاهل دور متغيرات أخرى كالقوى السياسية والاجتماعية التي تحكم هذه التأثيرات.

- قلة دراسات الأطر التي أجريت داخل سياقات سياسية واجتماعية أعم.

- قلة الدراسات التي عنيت بتأثير وسائل الإعلام مقارنة بالدارسات التحليلية .

. اعتمدنا على هذه النظرية في دراستنا من خلال فئة المضمون بالنسبة للأسئلة الفرعية من

خلال أهداف و مضامين التي اهتمت بها قناة بي بي سي نيوز و برنامج بي بي سي

تراندينغ في معالجة اتجاهات الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي و كيفية ايصال

الرسالة للجمهور المستهدف الذي يتفاعل مع الأخبار، اضافة الى فئة الشكل التي تصف

القولب الفنية في البرنامج

<sup>1</sup>نسرين حسونة، مرجع سبق ذكره ، 41-32

12- صعوبات الدراسة

لا تخلو أي دراسة من صعوبات، ومن بين الصعوبات التي واجهتها في انجاز هذا البحث:  
و كأي دراسة علمية فقد واجهت دراستنا مجموعة من صعوبات التي واجهتها و عرقلت  
تقدمها و استمرارها و خاصة في ظل الأوضاع الاستثنائية التي طرأت علينا في هذا العام  
الدراسي من خلال أزمة تفشي جائحة فيروس كورونا نقص المراجع وكتب حول موضوعنا  
كونه موضوع حديث .

# الإطار التطبيقي



## الإطار التطبيقي لدراسة

• البيانات الأولية الاستمارة

1 عرض و تحليل لفئات الشكل

2 عرض و تحليل لفئات المضمون

3 نتائج الدراسة

4 خاتمة

5 قائمة مصادر والمراجع

6 ملاحق

### بطاقة فنية لقناة بي بي سي عربي

بي بي سي العربية هي شبكة لنقل الإخبار والمعلومات إلى العالم العربي عبر عدة وسائط، تشمل الإنترنت والراديو والتلفزيون والهواتف المحمولة.

وتعد بي بي سي العربية أكبر وأقدم خدمة إعلامية تطلقها بي بي سي بلغة غير الإنجليزية ، وقد واصلت تطورها منذ انطلاقتها في 3 يناير/ كانون الثاني عام 1938 حتى صارت في مقدمة المحطات الإعلامية في العالم.

و اكتسب موقع بي بي سي العربية على الإنترنت مكانة ، و حصل على العديد من الجوائز، مستويات عالية من الثقة

لقد أثبتت استطلاعات الرأي المستقلة أن مستمعي بي بي سي يعتبرونها الأكثر مصداقية والأكثر نزاهة وموضوعية في العالم العربي إلى جانب سمعتها الراسخة في جودة الخدمة المقدمة.<sup>1</sup>



<sup>1</sup> [www.bbc.com](http://www.bbc.com) ، تاريخ الزيارة 12/06/2021 ، الساعة 12:00 زوالا

## برنامج ترندينغ

وهي نشرة تلفزيونية جديدة خاصة بما يتم تداوله عبر وسائل التواصل الاجتماعي مدتها ثلاثون دقيقة يقدم هذه النشرة الخاصة رانيا عطار وأحمد فاخوري على مدى خمسة أيام في الأسبوع عند الثالثة بعد الظهر بتوقيت غرينتش على شاشة بي بي سي عربي ووسائل التواصل الاجتماعي الخاصة بها تتناول النشرة القصص الأكثر شيوعاً على وسائل التواصل الاجتماعي وتناقشها بعمق محللة أبعادها سعى نشرة "ترندينغ" إلى التقريب بين النشرات الإخبارية التقليدية ووسائل التواصل الاجتماعي بطريقة مبتكرة ومن خلال أحدث الوسائل التكنولوجية

ورغم وجود مئات القنوات الفضائية التي تقدم فقرة السوشال ميديا، إلا أن «ترندينغ»، بقي في المقدمة حاصداً ملايين المشاهدات والتعليقات عبر يوتيوب هكذا كسر «ترندينغ» نمطية وروتين الشاشة العريقة والرصينة، وشكل نشرة إخبارية غير تقليدية تقدم الحدث من زاوية مختلفة، وناقش انعكاس الخبر في الفضاء الافتراضي وتابع الهاشتاغات والتغريدات والتعليقات والردود. وقدم «ترندينغ» أنموذجاً مستقبلياً لنشرة الأخبار في عصر الهواتف الذكية وعالم ما بعد الحداثة..



## مقدم برنامج ترندينغ

أحمد فاخوري بدأ بتقديم برنامج «ترندينغ» على «بي بي سي»، والذي يهتم بعرض محتوى شبكات التواصل الاجتماعي، إلى جانب زميلته رانيا العطار، مع فريق عمل يرصد أهم المواضيع المثيرة للجدل في العالم الافتراضي.

خلال ثلاث سنوات، لفت أحمد فاخوري الأنظار إليه في «ترندينغ»، من خلال أدائه وتعليقاته الذكية وخفة دمه، ولغته العربية المتمكنة وصوته المميز، وسلاسة انتقاله بين اللهجات، والتلويح في نبرة الصوت، وهو ما يظهر من خلال تعليقات المتابعين التي تثني على أداء فاخوري المتقن بعفوية في تقديم هذه النوعية من البرامج.

ينتقل فاخوري برشاقة بين التعليقات عبر شاشة تفاعلية كبيرة، مستفيداً من خبراته السابقة في العمل الإذاعي والحوارات التلفزيونية والتعليق على الأفلام الوثائقية.

وإلى جانب عمله في «ترندينغ»، ينشط على «يوتيوب»، ويتفاعل من خلال هذه المنصة مع متابعيه باللغة العربية الفصحى بأسلوب يمزج بين الجدية والفكاهة، ويجيب عن أسئلتهم. يكشف فاخوري من خلال قنواته كواليس برنامجه ويقدم مقاطع فيديو عن الشعر العربي الذي يبرع في أدائه، ومواضيع ونصائح من الثقافة العامة وفنون التعليق الصوتي، إضافة إلى فيديوهات قصيرة عن يومياته وعائلته في لندن<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> <https://ar.m.wikipedia.org> ، تاريخ الزيارة 12/06/2021 ، الساعة 12:30 زوالاً



عرض وتحليل نتائج استمارة تحليل المضمون

البيانات الأولية لعينة الدراسة برنامج ترندينغ

الرقم	القناة	اسم البرنامج	عنوان الحلقة	تاريخ نشر	مدة الحلقة	رابط الفيديو
1	بي بي سي عربي BCC	ترندينغ	تصريح لـ حفتر بنقل "الحرب" إلى الجزائر يثير تفاعلا	10 سبتمبر 2018	3 دقائق و 11 ثانية	<a href="https://youtu.be/d6FEbfO-2M8">https://youtu.be/d6FEbfO-2M8</a>
2	بي بي سي عربي	ترندينغ	رابح ماجر يتسبب بموجة انتقادات في الجزائر من خلال الو_بورتو	4 افريل 2018	4 دقائق و 44 ثانية	<a href="https://youtu.be/9JpqST7FrNQ">https://youtu.be/9JpqST7FrNQ</a>

					BCC	
<a href="https://youtu.be/-lyxelRgnUs">https://youtu.be/-lyxelRgnUs</a>	5 دقائق و 14 ثانية	19 افريل 2018	الجيش الجزائري تحذر الجزائريين من مواقع التواصل الاجتماعي	ترندينغ	بي بي سي عربي BCC	3
<a href="https://youtu.be/ebSgxcR6Kkl">https://youtu.be/ebSgxcR6Kkl</a>	5 دقائق و 11 ثانية	20 ديسمبر 2019	الرئيس الجزائري يطلب التخلي عن لقب "فخامتكم"	ترندينغ	بي بي سي عربي BCC	4
<a href="https://youtu.be/Ay-_n07NZeY">https://youtu.be/Ay-_n07NZeY</a>	6 دقائق و 33 ثانية	12 فيفري 2019	حادثة قتل بشعة بجامعة جزائرية	ترندينغ	بي بي سي عربي BCC	5
<a href="https://youtu.be/eHA_tbvTvSs">https://youtu.be/eHA_tbvTvSs</a>	3 دقائق و 35 ثانية	7 جانفي 2019	تنمر وتعليقات عنصرية تنهال على ملكة جمال الجزائر 2019	ترندينغ	بي بي سي عربي BCC	6
<a href="https://youtu.be/fP8Q">https://youtu.be/fP8Q</a>	4 دقائق و 42	29 افريل 2020	مشهد عن الرئيسين الجزائري والتونسي يتسبب	ترندينغ	بي بي سي	7

4SSZN2g	ثانية		بوقف برنامج فكاهي جزائري		عربي BCC	
<a href="https://youtu.be/7Nq3liAdMD0">https://youtu.be/7Nq3liAdMD0</a>	3 دقائق و 49 ثانية	3 اكتوبر 2020	وزير جزائري: "اللي ما عجوش الحال بيدل البلاد"، فكيف رد عليه الجزائريون؟	ترندينغ	بي بي سي عربي BCC	8
<a href="https://youtu.be/GIR7UdCIV3I">https://youtu.be/GIR7UdCIV3I</a>	2 دقائق و 52 ثانية	8 جانفي 2020	الجزائريون يسيطرون على جوائز الأفضل في أفريقيا،	ترندينغ	بي بي سي عربي BCC	9
<a href="https://youtu.be/cz1B4N-nrW8">https://youtu.be/cz1B4N-nrW8</a>	6 دقائق و 15 ثانية	28 ديسمبر 2020	عودة وزير دفاع الجزائر الأسبق خالد نزار وموجة تساؤلات بسبب ملاحقته من قبل القضاء العسكري	ترندينغ	بي بي سي عربي BCC	10
<a href="https://youtu.be/TMZNy-_YkqQ">https://youtu.be/TMZNy-_YkqQ</a>	4 دقائق و 55 ثانية	10 فيفري 2020	السفير الإيطالي في الجزائر يعلق على فيديو الديك الذي اعتقلته الشرطة بتهمة	ترندينغ	بي بي سي عربي BCC	11

			الإزعاج			
<a href="https://youtu.be/xu1qKZ9i224">https://youtu.be/xu1qKZ9i224</a>	3دقائق و38ثانية	13نوفمبر 2020	هدف عالمي لرياض محرز مع الجزائر في التصفيات الإفريقية	تردينغ	بي بي سي عربي BCC	12

### الجدول رقم : 01 البيانات الأولية لعينة الدراسة

يتضح من خلال الجدول رقم " 01 " ، تباين في مدة بث الحلقات حيث أن أطول مدة في بث الحلقات كانت حلقة "حادثة قتل بشعة بجامعة جزائرية " تجاوزت 6 دقائق وذلك راجع لطبيعة الحدث المعالج وعدد المواضيع في البرنامج الواحد، ونوع الموضوع ففي بعض الأحيان توجد حلقات تستلزم وقت أكثر مقارنة بحلقات أخرى ، نظرا للأحداث القائمة في القضية



عرض وتحليل نتائج فئة الشكل:

- فئة العنوان

النسبة	التكرار	
%83	24	إخباري
%17	5	اقتباسي
%100	29	مجموع

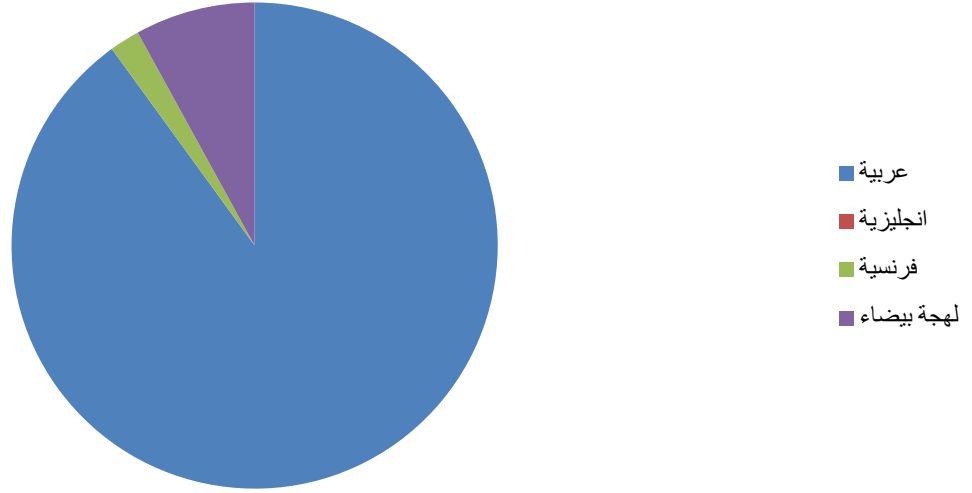


يتضح من خلال الجدول وشكل رقم " 02 " ، حيث نلاحظ أن أعلى نسبة كانت من نصيب هو عنوان إخباري بنسبة 83% لان اغلب المواضيع التي تناولها هي إخبارية و هذا طبيعي كوننا بصدد تحليل برنامج ترندينغ الذي يعالج اتجاهات أخبار مواقع التواصل الاجتماعي و التي تعتمد في بنائها على الأنواع الصحفية الخبرية أكثر من أي أنواع أخرى يليه عنوان الاقتباسي بنسبة 17% وكانت عبارة عن تصريحات من قبل الفاعيلين وتم اقتباس منها العنوان اقتباسي .

- فئة اللغة المستخدمة

النسبة	التكرار	
90%	4421	اللغة العربية
2%	105	اللغة الفرنسية
0%	18	اللغة الانجليزية
8%	391	لهجة بيضاء
100%	4935	المجموع

الشكل رقم 3 يمثل فئة اللغة المستخدمة



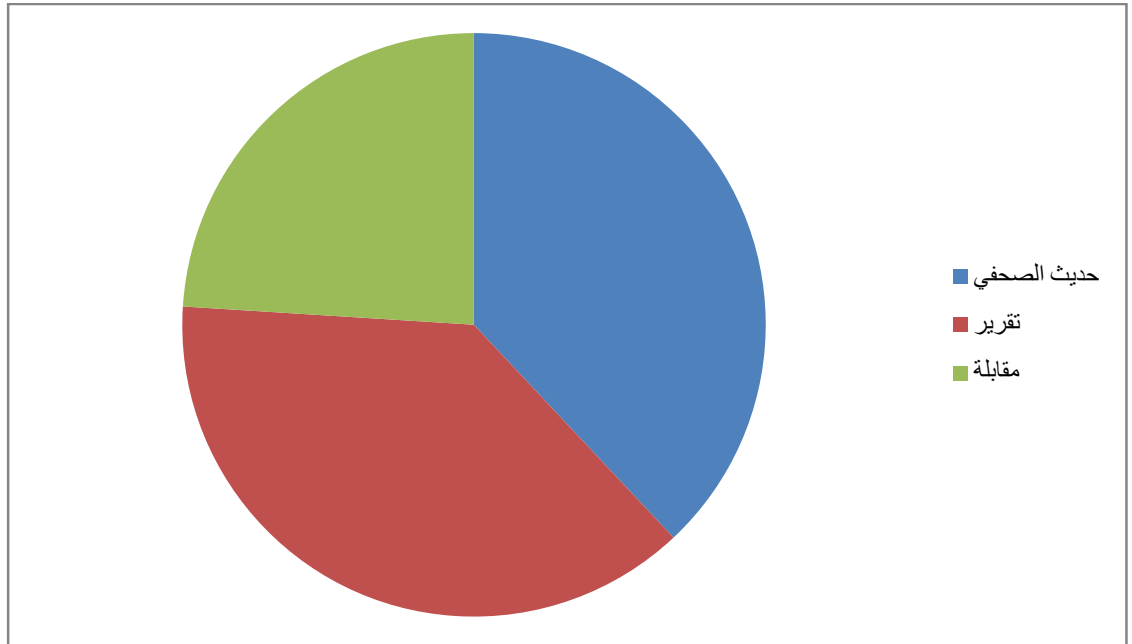
يبين لنا جدول و الشكل رقم (3) اللغة المستخدمة في المعالجة الإعلامية لاتجاهات الإخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث نلاحظ أن اللغة الأكثر استعمالا هي اللغة العربية الفصحى بنسبة 90% تاليها في المرتبة الثانية اللهجة البيبضاء بنسبة 8% أما بنسبة للغات الفرنسية و الانجليزية فلم تستخدم بشكل كبير فاللغة الفرنسية نسبت استخدامها 2% و الانجليزية 0%.

. تعتبر اللغة الوسيلة الرئيسية للإتصال ، بحيث يعتمد البرنامج على اللغة العربية الفصحى في التقديم الصحفي كونها اللغة الام للقناة ، اما بنسبة للهجة البيبضاء فهي الأكثر تناولا في التقارير لكونا لغة بسيطة و سهلة و متداولة في الشارع الجزائري ، نلاحظ ايضا في التصريحات والتقارير وفي مشاركات الجمهور عبر موقع فيسبوك و تويتر استخدام اللغة الفرنسية الذي يعود إلى طبيعة المجتمع الجزائري الذي يمزج بين العربية و الفرنسية للتعبير بشكل أوضح عن القضايا التي تحدث في البلاد ، اما بالنسبة للغة الانجليزية فهي الأقل استعمالا مقارنة باللغات الأخرى ، فهي لم

تستعمل لا من قبل الصحفي و لا في التقارير ، كما نرى ان إسم البرنامج باللغة الإنجليزية و مع ذلك اللغة العربية هي اللغة المتفوقة عليها مع أن الإنجليزية لغة عالمية في هذا العصر.<sup>1</sup>

- فئة القوالب الفنية

النسبة	التكرار	
38%	14	حديث الصحفي(تصريح)
38%	14	تقرير
24%	9	مقابلة
100%	37	مجموع



<sup>1</sup> عودة الله منيع القيسي، العربية الفصحى (مرونتها ، و عقلايتها ، و أسباب خلودها) ، دار البداية للنشر و التوزيع ، ط1 ، 2008 ، ص164

يتضح من خلال الجدول و الشكل رقم 4 تساوي نسب كل من حديث الصحفي(تصريح) والتقرير بنسبة 38% اعتمادا بشكل كبير عليهم في معالجة قضايا و المواضيع لجمع أكبر معلومات للمتلقي ثم تليهم المقابلة بنسبة 24%

. كشفت النتائج أن البرنامج اعتمادا بشكل كبير على تقرير و تصريح في معالجة المواضيع وهذا راجع إلى أن بعض الأخبار المهمة للجمهور تتطلب تناول هذه المواضيع بالتفصيل و التركيز على أجزاء مهمة حملتها تلك الأخبار بشأن إحدى القضايا أو الأحداث الهامة عن طريق جمع أكبر معلومات من الشهود والمختصين ثم تليهم المقابلة من خلالها يتمكن التعايش مع الحدث والتفاعل مع هذه الشخصية ، فهي تجيب على الكثير من الأسئلة والاستفسارات، نتمكن من خلالها من الوصول على أخبار ومعلومات .<sup>1</sup>

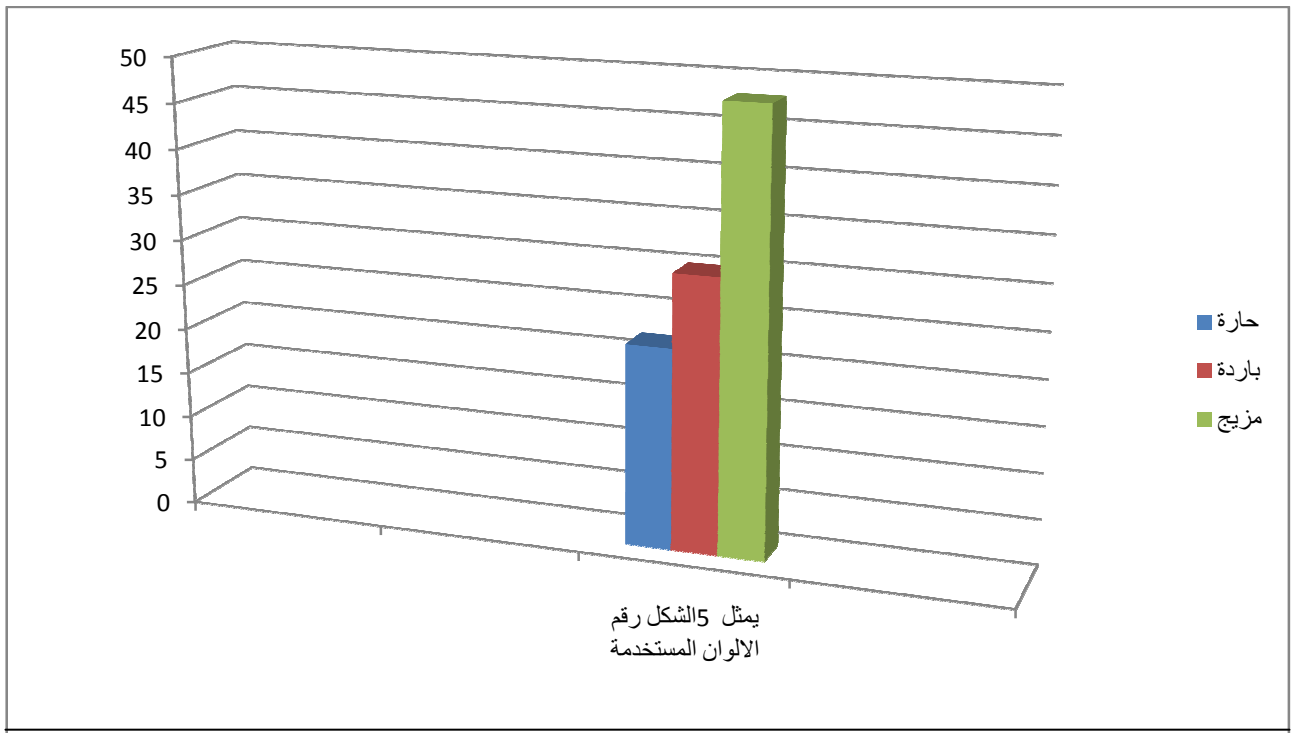
. ومع كل هذه المعطيات نجد ان برنامج ترندينغ قد حرصت على تنوع توظيف القوالب الفنية و ذلك كونه يحتوي على نشرات و تعاليق و تصاريح واتجاهات الاخبار مواقع تواصل الاجتماعي و هذا طبيعي انه اعتمد في بنائه على الأنواع الصحفية الخبرية أكثر من أي أنواع أخرى.

. إن استخدام القناة لعدة أنواع من القوالب الفنية دليل على اهتمامها بالموضوع المعالج، ومحاولة منها الإلمام بكافة جوانبه وجذب أكبر عدد من المشاهدين لهذا النوع من برامج التي أصبحت لها صدى ودور مهم في ساحة الإعلامية إلا أن التباين كان من حيث درجة الاستعمال والتركيز على قالب فني دون لخر ويعود ذلك لطبيعة الموضوع.

<sup>1</sup> عبد الكريم فهد الساري، تكنيك الحديث والمقابلات الصحفية، دار أسامة لمنشر والتوزيع، ط1 ، عمان، 2012 ، ص18

- فئة الألوان المستخدمة

النسبة	التكرار	
22%	19	الألوان الحارة
30%	14	الألوان الباردة
48%	31	مزيج
100%	64%	المجموع



يبين لنا الجدول و الشكل رقم (5) الألوان المستخدمة في البرنامج خلال المعالجة الإعلامية الاتجاهات الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث نجد أن المزيج بين الألوان هو الأكثر استخداما بنسبة 48% يليها الألوان الحارة بنسبة 30% و في المرتبة الثالثة الألوان الباردة بنسبة 22% .

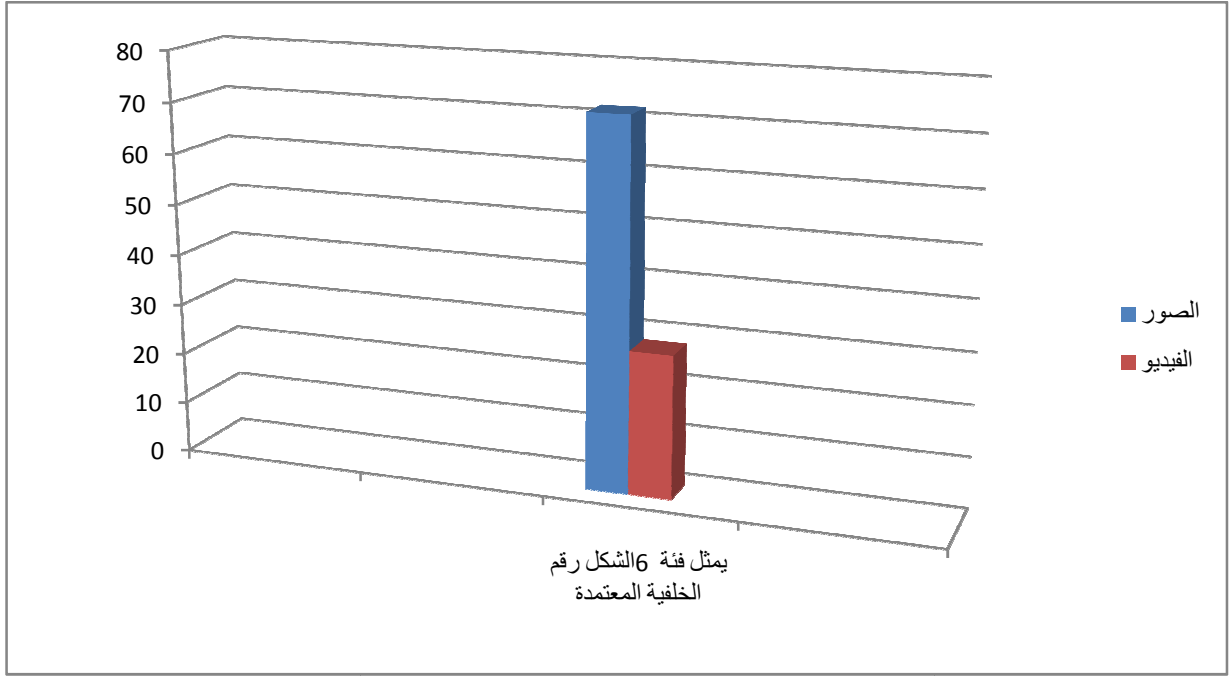
. هنالك تنوع في استخدام الالوان ، إذ يعتبر المزيج اللوني بين الألوان الحارة و الباردة هو المؤشر الغالب في البرنامج ، و نعني بالألوان الحارة هي الألوان التي نراها عادة في النار و تستعمل عادة لإظهار الابتهاج أو لتوصيل الغضب ، الكره و الحقد منها اللون الأحمر البرتقالي و الاصفر و تأتي هذه الالوان في المرتبة الثانية من حيث الاستخدام في البرنامج .

. أما الألوان الباردة فهي الألوان التي نراها عادة في الطبيعة و تستعمل لإظهار الهدوء منها اللون البنفسجي الأزرق و الأصفر ، أخذت الألوان الباردة حيز لا بأس بت في البرنامج و يعود سبب ذلك لراحة البصر المشاهد و اعتدال نفسيته من اجل استيعاب الموضوع المعالج و المطروح و التأثير فيه من حيث الأفكار و الآراء ، لإعطاء زيادة في الجمال الظاهري.<sup>1</sup>

- فئة الخلفية المعتمدة

التكرار	النسبة	
58	%72	صور
23	%28	فيديو
81	%100	مجموع

<sup>1</sup> إيمان سعيد شافع ، الألوان ، دد ، دط ، دس ، ص7



يتضح من خلال الجدول و الشكل رقم 6 أن قناة بي بي سي عربي قد اعتمدت بشكل كبير في برنامج ترنديغ على صورة بنسبة 72% لأنه برنامج دولي فان صور كانت لإبراز معالم الجزائر وابرز تعاليق و تصاريح و هي نسبة مرتفعة نوعا ما مقارنة بالفيديو الذي يمثل نسبة 28%

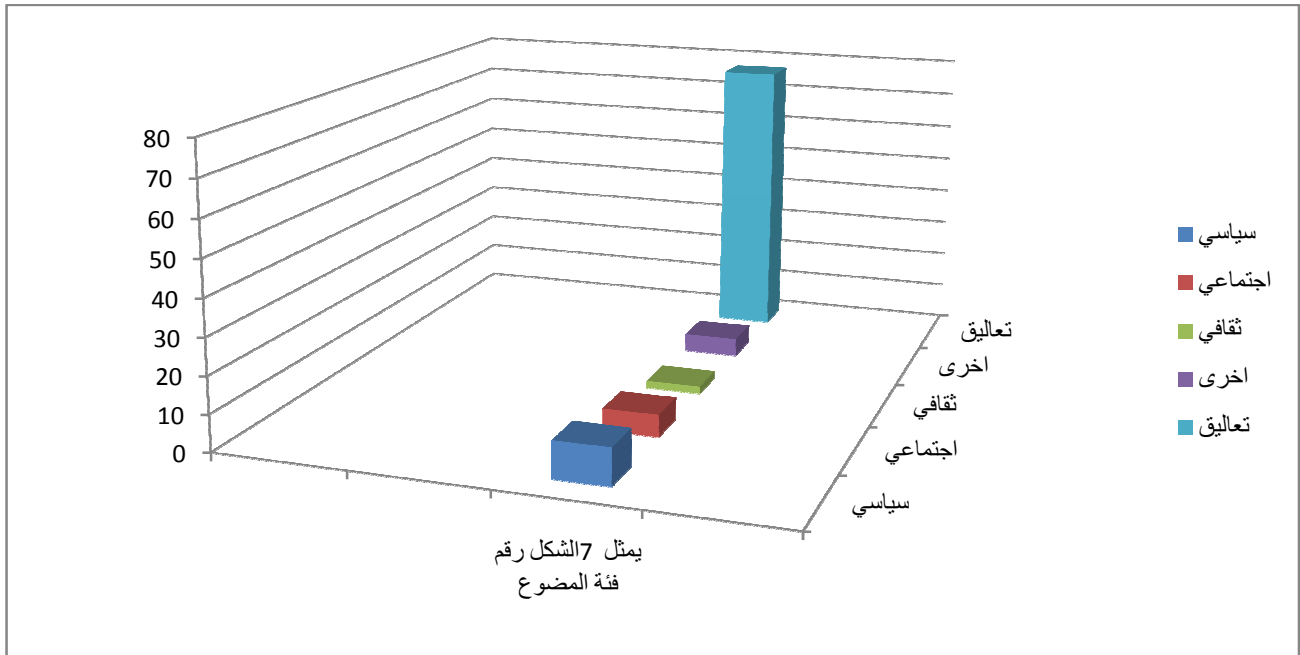
أن الخلفية المعتمدة أهم مقومات الاستوديوهات التلفزيونية فالخلفية في العمل التلفزيوني يمثل هوية القناة ، لأن التلفزيون يعتمد على حاستي السمع والبصر والإبهار البصري و الخلفية من أهم الوسائل التي تجذب عقل وتركيز المتفرج و الخلفية المميزة هي عنوان البرنامج الناجح وفتح شهية المشاهد و نظرا لأهمية الخلفية فقد خصصت لها المحطات التلفزيونية قسم خاص و طاقم متخصص وتأتي أهميتها مباشرة بعد الإعداد.

وتتكامل العملية بوجود التقديم والإخراج ولكن برنامج ترنديغ نوع في استخدام الخلفية من صور و فيديو يعود ذلك التنوع إلى إبراز لمسة كل برنامج على الآخر.



عرض و تحليل فئة المضمون  
فئة طبيعة الموضوع

النسبة	التكرار	
%10	6	سياسي
%6	4	اجتماعي
%2	1	ثقافي
%5	3	اخرى
%77	47	تعاليق
%100	61	مجموع

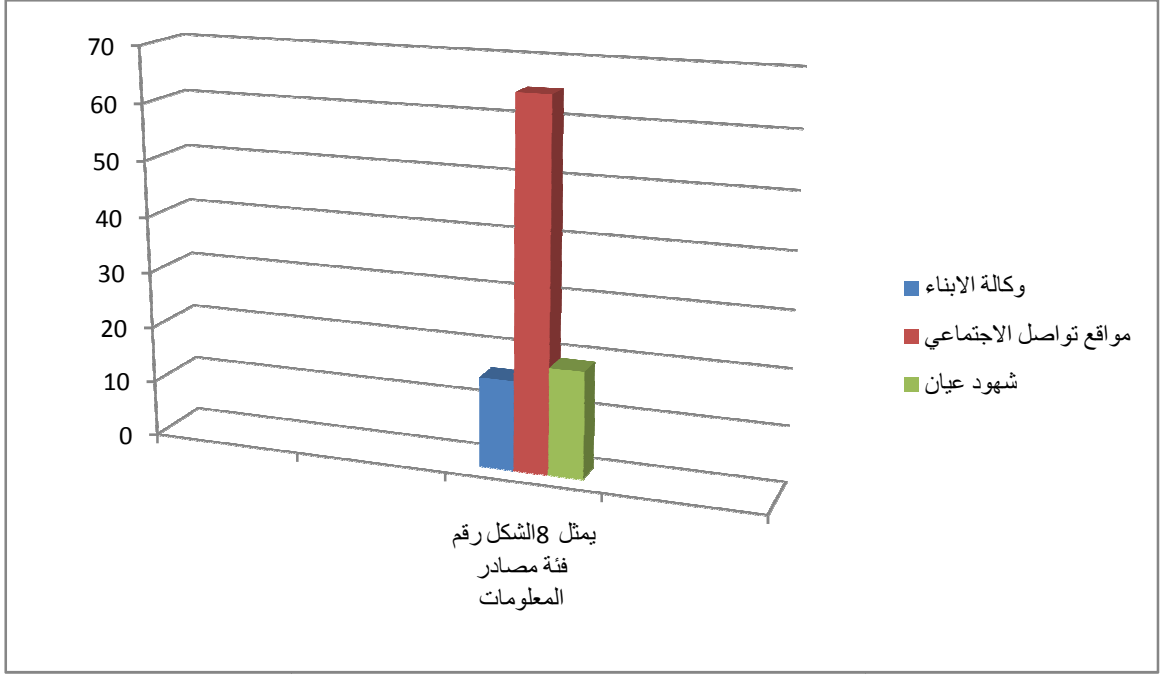


يتضح من خلال الجدول والشكل رقم 7 أن برنامج تردينغ اعتمد بشكل كبير على التعاليق بنسبة 77% لأنه يهتم بما يتم تداوله عبر وسائل التواصل الاجتماعي من مختلف المواضيع ثم يليه موضوع سياسي بنسبة 10% فقد عالج مواضيع التي أثارت الجدل في الأوساط السياسية الجزائرية وفي المرتبة الثالثة الموضوع الاجتماعي بنسبة 6% و مواضيع اخرى 5% أما الموضوع الثقافي فلم يتطرق إليه البرنامج بشكل كبير فكان بنسبة 2%.

ان التعاليق هي الاكثر بروزا في محتوى البرنامج نظرا لتناول النشرة القصص الأكثر شيوعاً على وسائل التواصل الاجتماعي وتناقشها بعمق محللة أبعادها و تتنوع المواضيع من سياسيا الى اجتماعية ثقافية و غيرها حيث يسعى البرنامج ألى معرفة آراء الجمهور حول المواضيع المطروحة و مشاركة الجمهور أخبار مواقع التواصل الاجتماعي عن طريق تبادل الأفكار بين الإعلام القديم و الإعلام البديل .

#### - فئة مصادر المعلومات

النسبة	التكرار	
16%	12	وكالة الانباء
65%	50	مواقع التواصل الاجتماعي
19%	15	شهود عيان
100%	77	مجموع

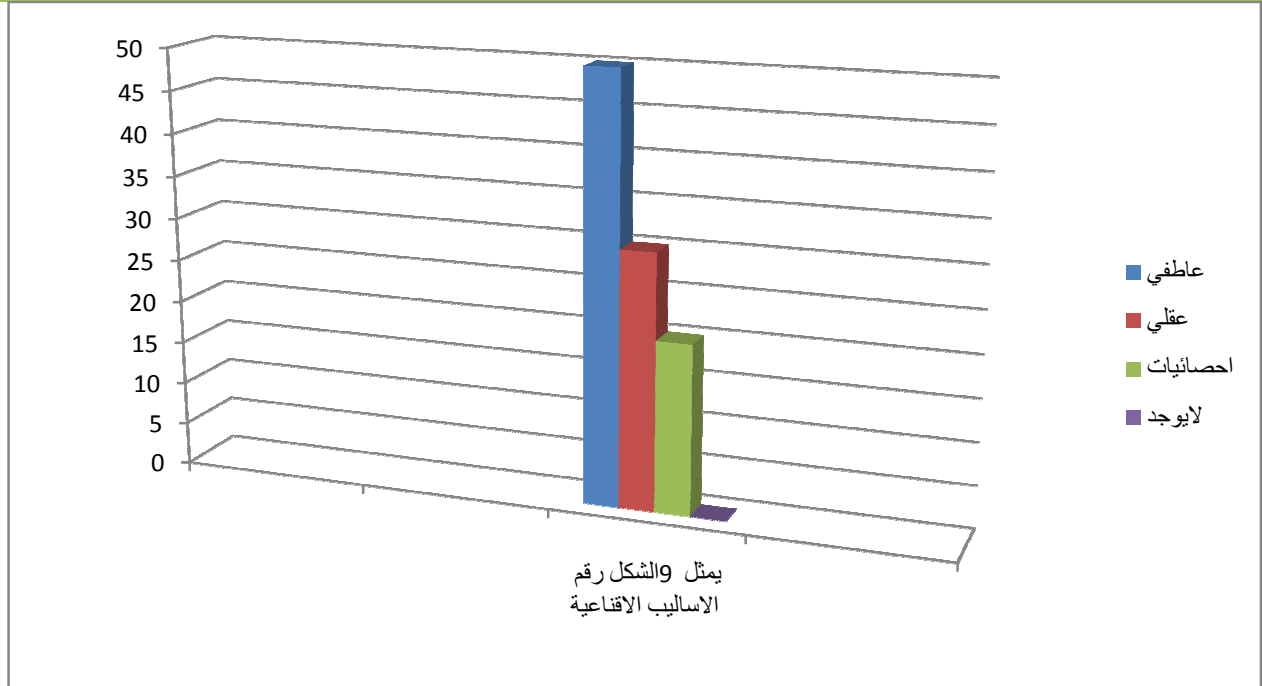


يوضح الجدول و الشكل رقم 8 المصادر الأساسية للمعلومات في البرنامج فأعلى نسبة كانت لمواقع التواصل الاجتماعي ب 65% يعالج ما يتم تداوله عبر وسائل التواصل الاجتماعي يليه شهود عيان بنسبة 19 % لأنه مصدر عايش الحدث او القضية اما في المرتبة الثالثة وكالة الأنباء حيث تعتبر مصدر رسمي لضمان مصداقية المعلومات المقدمة و المصرح بها بسبة 16 %.

حيث نلاحظ أن هناك تنوع في مصادر الإخبارية و هذا حسب سياسة كل قناة وهذا يعطي انطباع حسن للمواضيع كما تعتبر وكالات الأنباء مصدر رئيسي و مثالي لأخبار و لمعلومات القناة خاصة عندما تكون القناة لها وزن مثل قناة بي بي سي عربية و شاهد.

- فئة الأساليب الإقناعية

النسبة	التكرار	
50%	10	عقلي
30%	6	عاطفي
20%	4	إحصائيات
0%	0	لا يوجد
100%	20	المجموع



يبين لنا الجدول و الشكل رقم (9) الأساليب الإقناعية المتبعة في معالجة اتجاهات الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث أن الأسلوب العقلي هو الأسلوب الغالب بنسبة 50% يليه في المرتبة الثانية الأسلوب العاطفي بنسبة 30% أما الإحصائيات فهي بنسبة 20% .

. يجب أثناء المعالجة الإعلامية أدرج الأساليب الاقناعية و التوافق بين العاطفة و العقل و لكن في دراستنا نجد أن العاطفة غلبت العقل بفرق 20% ، كان استعمالها في التقارير التي يكون فيها شهود عيان أما الأساليب العقلية فهي تكزن في الحديث الصحفي أو أثناء المقابلات ، تم إدراج أيضا الإحصائيات في البرنامج للمقارنة بين عدة قضايا .

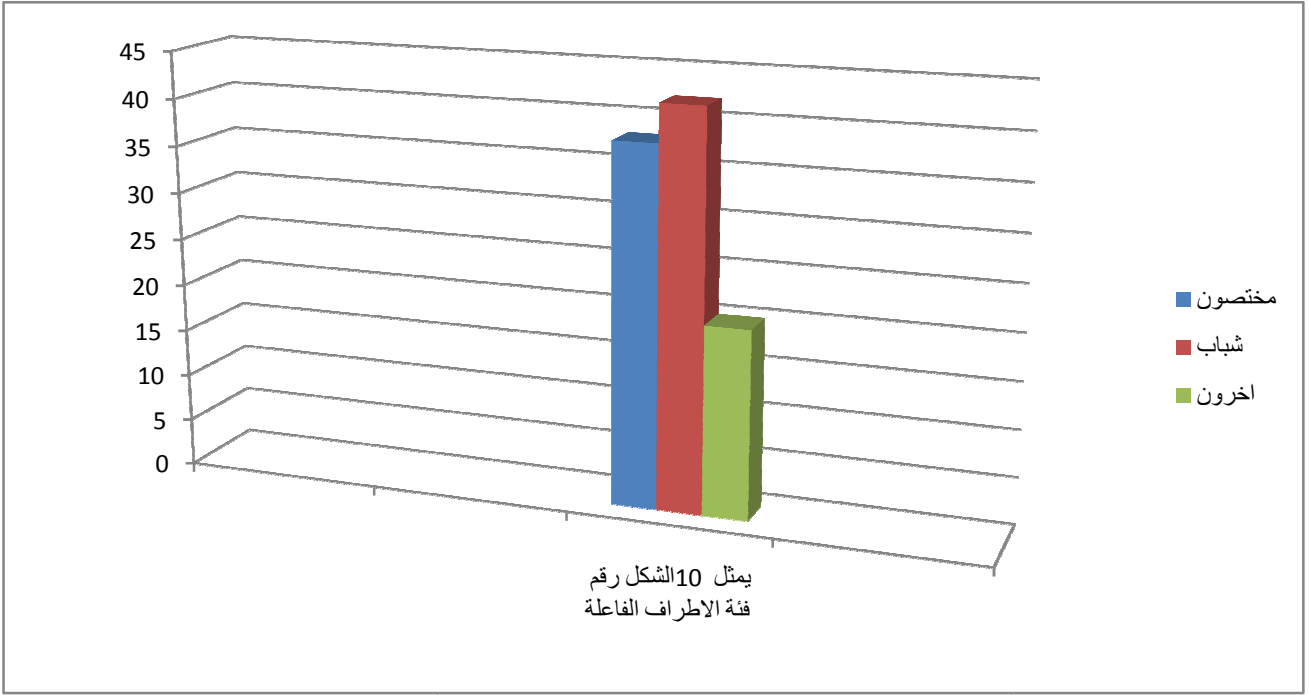
. يعتبر الإقناع اتصال هادف لتبادل المعلومات و الحقائق و الأفكار و هو عملية رمزية مستمرة تتسم بالاستمرارية و تعتمد على عناصر متصلة و مستمرة و متداخلة مع ظروف نفسية و اجتماعية ، يتم من خلالها تبادل الرموز و المعاني بين أطراف العملية الاقناعية و التي هي بالدرجة الأولى عملية اتصالية هادفة.<sup>1</sup>

. تستخدم أيضا هذه الأساليب في جذب الجمهور و إبقائه متفاعل مع البرنامج عبر مواقع التواصل الاجتماعي.

#### فئة الأطراف الفاعلة

النسبة	التكرار	
38%	9	مختصون
42%	10	شباب
20%	5	آخرون
100%	24	المجموع

<sup>1</sup> ذهبية سيدهم ، الأساليب الاقناعية في الصحافة المكتوبة ، دراسة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع ، تخصص تنمية ، قسم علم الاجتماع و الديمغرافيا ، كلية العلوم الانسانية و العلوم الاجتماعية ، جامعة منتوري، قسنطينة ، الجزائر ، 2005 ، ص13-14.



يبين لنا الجدول و الشكل رقم (4) الأطراف الفاعلة أثناء المعالجة الإعلامية لاتجاهات الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، نجد أن فئة الشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي الفئة الأكثر تفاعلا بنسبة 42% تاليها في المرتبة الثانية المختصون بنسبة 38% و فئة الآخرون بنسبة 20% .

. يعود سبب احتلال الشباب المركز الأول كونهم أساس المعالجة و يظهر ذلك من خلال تفاعلهم عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، حيث يعتمد عليهم البرنامج في تحليل المواضيع و معالجتها ، أيضا جل المواضيع التي اخترناها تعد من اهتمامات الشباب منها الرياضية و الثقافية و الاجتماعية ... لأعطاهم فرص للتعبير عن آرائهم ، بالنسبة لفئة المختصون فهي في المرتبة الثانية نقصد بها كل من شارك في برنامج و يكون مختص في موضوع معين ، مثل المحللون الرياضيون الذين شاركوا في المواضيع الخاصة بالرياضة سواء عبر التقارير أو عبر مواقع التواصل الاجتماعي .

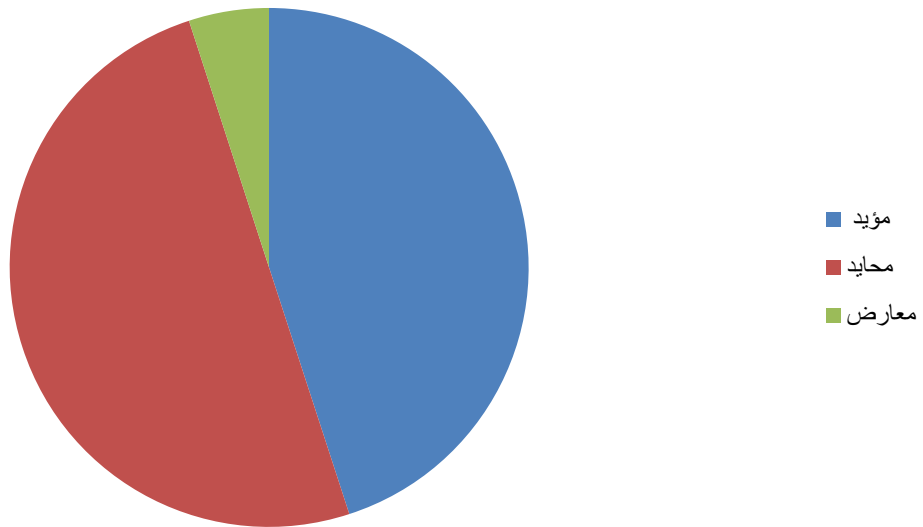
. إما الفئة الثالثة " آخرون " فهي خاصة بكل من عبر عن رأيه و ليس مختص في الموضوع و لا يعد من فئة الشباب ، و لكن البرنامج يعد مصدر للتعبير و الاستطلاع لكل الفئات عبر المواقع

الاجتماعية خاصة " تويتر و فيسبوك " ، تعد الأطراف الفاعلة من الفئات المهمة في معالجة اتجاهات الأخبار بحيث تساعد على معرفة مدى اهتمام الجمهور و تفاعله مع المواضيع المطروحة.

- فئة نقل الموضوع

النسبة	التكرار	
50%	10	محايد
45%	9	مؤيد
5%	1	معارض
100%	20	المجموع

يمثل نقل الموضوع 11 الشكل رقم



يتضح من الجدول و الشكل رقم 11 إن برنامج ترندينغ كان نقله للمواضيع محايد بنسبة 50% إذ نقل المواضيع بكل سلاسة و موضوعية بعيدا عن إظهار رأي أما في مرتبة الثانية فلقد كان مؤيد و لبعض للمواضيع المطروحة و بين وجهة نظره بنسبة 45 % يليه اتجاه المعارض بنسبة 5% وهنا الصحفي قدم رأيه في الموضوع إذ يكون رافض للفكرة المطروحة من قبل الضيف .

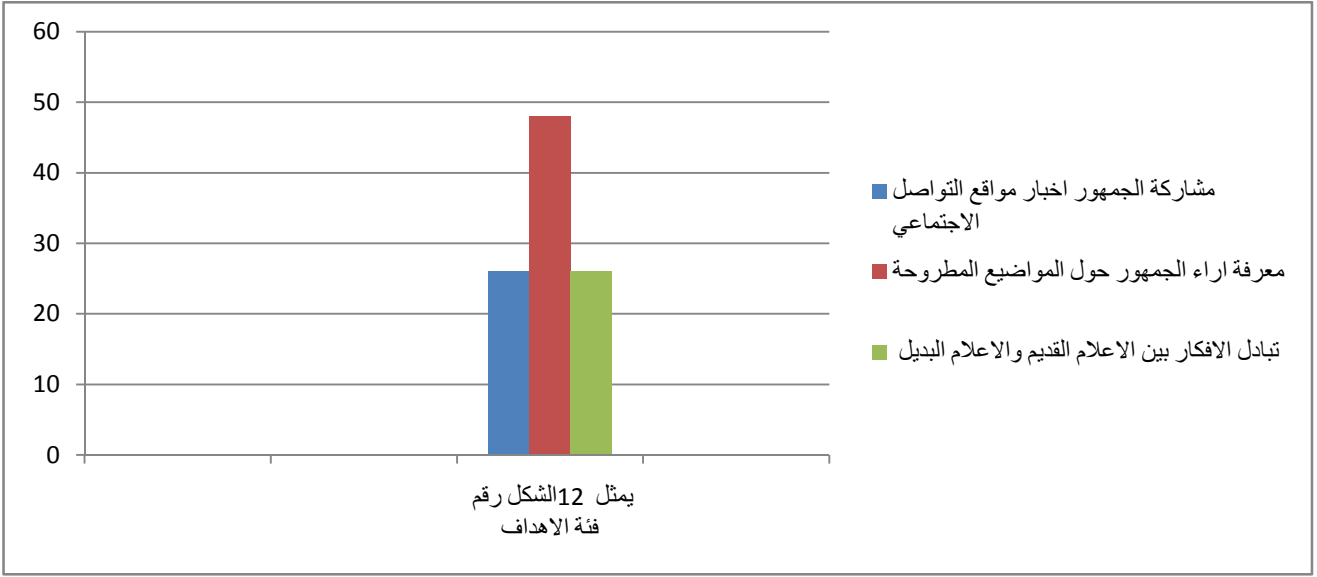
. إن برنامج ترندينغ يقدم الحدث من زاوية مختلفة، ويناقش انعكاس الخبر في الفضاء الافتراضي ويتابع الهاشتاغات والتغريدات والتعليقات والردود.

. و يعتمد مقدمي البرنامج احمد فاخوري و رانيا عطا على الموضوعية في نقل وتفسير ومعالجة الحدث خاصة مع الضيوف الحلقة إلا انه في حلقة الجيش الجزائري تحذر الجزائريين من مواقع التواصل الاجتماعي كان معرض لضيف الحلقة وهو خبير امن جزائري أخيره إن هيئة البريطانية و صحافة البريطانية تشجع على الإرهاب في الجزائر فكان رده معارض على حدث ، ولكن بصفة عامة إن المواضيع في برنامج تعالج و تتناول و تنتقل الإحداث بكل موضوعية وحيادية.

#### - فئة الأهداف

النسبة	التكرار	
26%	6	مشاركة الجمهور أخبار مواقع التواصل الاجتماعي.
48%	11	معرفة آراء الجمهور حول المواضيع المطروحة.
26%	6	تبادل الأفكار بين الاعلام القديم و الاعلام البديل.
100%	23	المجموع





يبين لنا الجدول و الشكل رقم (12) الأهداف التي يسعى إليها برنامج بي بي سي تراندينغ أثناء المعالجة الإعلامية الاتجاهات الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث نلاحظ أن معرفة آراء الجمهور حول المواضيع المطروحة تأخذ نسبة 48% بينما توجد نفس النسبة لكل من مشاركة الجمهور أخبار مواقع التواصل الاجتماعي و تبادل الأفكار بين الإعلام القديم و الإعلام البديل بنسبة 26% .

. لكل برنامج أهداف معينة و لان موضوع دراستنا يتمحور على معالجة اتجاهات الاخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي فبرنامج BBC TRENDING يعد من بين البرامج التي من أول أهدافها معرفة آراء الجمهور حول المواضيع التي يتم تناولها خلال البرنامج ، يتضح أيضا من خلال الجدول و الشكل الظاهر أعلاه أن الأهداف متقاربة من حيث النسبة ، حيث أن البرنامج يمزج بين الإعلام القديم و نعني به التلفزيون و الإعلام البديل نقصد به صحافة المواطن الذي يكون من خلال مشاركة الجمهور أهم أخبار مواقع التواصل الاجتماعي.

لقد توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى مجموعة من النتائج لتوصلنا في الأخير إلى مجموعة الاستنتاجات الهامة للدراسة ومن بين أهم وأبرز هذه النتائج المتوصل إليها مايلي:

- ركز برنامج ترندينغ بنسبة كبيرة على العنوان الإخباري لان اغلب المواضيع التي تناولها هي إخبارية لأنه برنامج يعالج اتجاهات أخبار مواقع التواصل الاجتماعي و التي تعتمد في بنائها على الأنواع الصحفية الخيرية.
- أن برنامج ترندينغ برنامج دولي فاللغة الغالبة كانت اللغة العربية كونها الأقرب والأكثر تداولاً لدى الجمهور وبالتالي زيادة صدى البرنامج.
- القالب الفني الغالب في برنامج هو تصريح و التقرير ذلك نظرا لطبيعة المواضيع المعالجة فانه يعتبر الأنسب و استعان ب المقابلة فمن خلالها نتمكن التعايش مع الحدث والتفاعل معه.
- أن المزيج بين الألوان هو الأكثر استخداما في برنامج لان التنوع الألوان المستخدمة يكون لزيادة الجمال المظهري و زيادة انتباه المشاهد بالإضافة إلى أنها تلعب دور في التأثير النفسي و ثبوتها في ذاكرة.

- الخلفية المعتمدة في البرامج هي صورة وذلك أن لل برنامج لمستته الخاص يظهرها من حيث ديكور الخلفية.
- ركز برنامج تردينغ بشكل كبير على التعاليق لأنه يهتم بما يتم تداوله عبر وسائل التواصل الاجتماعي بينما تنوع في عدد المواضيع المتناولة.
- تنوع الاعتماد على المصادر المعلومات ولكن اعتمد بصفة كبيرة عل مواقع تواصل الاجتماعي بما انه يعالج اتجاهات أخبار مواقع تواصل الاجتماعي.
- تم الاعتماد على مختلف الأساليب الاقناعية في كل الحلقات التي عنيت بها هذه الدراسة، إلا أن الأسلوب العقلي كان الغالب فيها.
- في فئات الأطراف الأكثر فاعلية في برنامج كانت أن فئة الشباب عبر مواقع التواصل الاجتماعي هي الفئة الأكثر تفاعلا.
- ركز برنامج في نقله للمواضيع محايد بشكل كبير إذ نقل المواضيع بكل سلاسة و موضوعية بعيدا عن إظهار رأي.
- الأهداف التي يسعى إليها برنامج بي بي سي تراندينغ أثناء معالجة الاتجاهات الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث أن معرفة آراء الجمهور حول المواضيع المطروحة أخذت نسبة كبيرة بينما توجد نفس النسبة لكل من مشاركة الجمهور أخبار مواقع التواصل الاجتماعي و تبادل الأفكار بين الإعلام القديم و الإعلام البديل بنسبة.

مناقشة نتائج الدراسة

**1. مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الأول :**

**الذي ينص على :** كيف عالج برنامج بي بي سي ترندينج اتجاهات الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي من حيث الشكل ؟

وهي ما عبرت عنه جميع فئات الشكل التي قمنا في تصنيفها في جداول ليسهل لنا عملية التحليل و استخلاص النتائج النهائية ، حيث وجدنا أن قناة BBC NEWS عربي عالجت اتجاهات الأخبار بطريقة سلسلة عبر مواقع التواصل الاجتماعي ، للتحليل اعتمدنا على فئات الشكل التالية بداية من العنوان : التي وجدنا فيها أن برنامج ترندينج استخدم العناوين الإخبارية أكثر من الاقتباسية ، ثم اللغة المستخدمة التي توصلنا إليها في الأخير أثناء المعالجة هي اللغة العربية و اللهجة البيضاء في المقدمة تم تاليها اللغة الفرنسية و الإنجليزية في الأخير ، أما بالنسبة للقوالب الفنية وجدنا أن القالب الأنسب هو الحديث الصحفي ( التصريح ) و التقرير إضافة إلى توظيف المقابلة ، استخدام الألوان في البرنامج كان حاضر بحيث تم الاعتماد على المزيج اللوني في المعالجة زيادة على الألوان الحارة ثم الألوان الباردة و تم اعتماد أيضا خلفية الصور أكثر من الفيديو .

**2. مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثاني :**

**الذي ينص على :** كيف عالج برنامج بي بي سي ترندينج اتجاهات الأخبار عبر مواقع التواصل الاجتماعي من حيث المضمون ؟

تم التطرق إلى فئات المضمون للإجابة على هذا السؤال أهمها طبيعة الموضوع الذي كانت متنوعة و مختلفة من سياسي و اجتماعي ... اتضح كذلك أن مصادر المعلومات مختلفة أيضا فاستعملت مواقع التواصل الاجتماعي بشكل كبير لأنها مصدر المعالجة

بعد شهود العيان و وكالات الأنباء و التي كانت نادرة الاستخدام ، أما الأساليب الإقناعية المستخدمة كانت أكثرها أساليب عقلية للمساعدة على الإقناع بشكل أكبر تليها العاطفة و الإحصائيات ، كلنا نتفق بأن الأطراف الأكثر فاعلية في البرنامج هم الشباب الناشطون عبر مواقع التواصل و إعطائهم البرنامج نشاط و حيوية ، بالإضافة أن البرنامج كان محايد يعني عالج المواضيع بكل سلاسة و موضوعية غير هذا كان مؤيد لبعض المواضيع و بين وجهة نظره فيها . كما نعلم أن لكل برنامج هدف معين و من بين الأهداف التي ركز عليها البرنامج هي معرفة آراء الجمهور حول المواضيع المطروحة عبر مواقع التواصل الاجتماعي للتبادل الأفكار مع بعضهم البعض.

### 3. مناقشة النتائج المتعلقة بالسؤال الثالث :

الذي ينص على : هل تشكل مواقع التواصل الاجتماعي وسيلة تكنولوجية تعرف من خلالها قناة بي بي سي عربي بنفسها و ببرامجها في إطار التشاركية و التفاعلية ؟

بعد التحليل الذي قمنا به تبين أن قناة بي بي سي اعتمدت بشكل كبير على مواقع التواصل الاجتماعي التي ساعدتها في إبراز التفاعل من خلال برنامج ترندينغ ، و يتبين هذا في مشاركات الجمهور و إعطاء آرائه حول المواضيع المطروحة ، هذا ما يجعل البرنامج أكثر حيوية و قريب من الجمهور لان الكثير من البرامج التلفزيونية أصبحت تعتمد على صحافة المواطن لأنه قريب من الميدان و يمكن أن يبدي رأيه فيما يراه من قضايا حوله من خلال مشاعره و ما يعيشه في حياته ، التشاركية و التفاعلية أعطوا البرنامج أكثر مصداقية و موضوعية.


**خاتمة**

خاتمة

نستنتج أن الكثير من القنوات التلفزيونية أصبحت تشارك مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي المواضيع التي ستطرحها خلال برنامج معين ، منهم قناة BBC NEWS عربية التي عالجت الأخبار التي تم تداولها بشكل كبير عبر مواقع التواصل الاجتماعي من خلال برنامج BBC TRENDING .

برنامج BBC TRENDING عالج اتجاهات الأخبار عبر منصة الفيسبوك و تويتر بطريقة أكثر حيادية بحيث يتم خلق تكامل بين الإعلام القديم و صحافة المواطن مع وجود الكثير من الفروق بينهما إلا أن قناة BBC NEWS عربية استطاعت الدمج بينهما ، حيث أن مواقع التواصل الاجتماعي تعد منصة للمناقشة و للتبادل الآراء بين مستخدميها و التلفزيون يعرض هذه الأفكار و يناقشها

و هذه الممارسات الجديدة تعد أحد مظاهر المصطلح الإعلامي الجديد المسمى بـ"الاندماج الإعلامي (Media Convergence)" ، والدمج أو التداخل في وسائل الإعلام ليس شرطاً أن ينتج عنه تشكيل وسيلة إعلامية جديدة، بل إنه يعمل بشكل ديناميكي دائم التغيير يؤدي على المدى البعيد إلى اختفاء الحدود التقليدية بين القطاعات الإعلامية القديمة والجديدة، كما يوفر التفاعل بين الجمهور والمنتجين فرصة للطرفين لفهم بعضهما البعض وتطوير محتوى جديد يلبي حاجيات كليهما.



قائمة المصادر  
و المراجع



قائمة المصادر و المراجع

▪ المعاجم و القواميس

1. ابن المنظور ، لسان العرب ، تحقيق: عبدالله علي الكبير ، محمد أحمد حسب الله و آخرون ، مج1 ، لا ط ، دار المعارف ، لا ت ، القاهرة ، مصر.
2. المعجم العربي الأساسي ، لا ط ، لا م ، المنظمة العربية للتربية و الثقافة و العلوم ، لا ت.
3. علي بن هادية ، القاموس المدرسي ط7 ، المؤسسة الوطنية للكتاب ، الجزائر ، 1991.

▪ الكتب

4. إبراهيم مروان عبد المجيد ، أسس البحث العلمي لعداد الرسائل الجامعية ، مؤسسة الوراق للنشر و التوزيع ، ط1 ، عمان ، الأردن ، 2000.
5. الجفيري محمد ، إعداد البرامج الإذاعية و التلفزيونية ، دار الصناعات و الإبداع و الإنتاج ، د ط ، 2015.
6. الحسن إحسان محمد ، مناهج البحث الاجتماعي ، دار وائل للنشر و التوزيع ، ط1 ، عمان ، الأردن ، 2005.
7. الحضيبي أحمد محسن ، الأسس العلمية لكتابة رسائل الماجستير و الدكتوراه ، مكتبة الأنجلو المصرية ، القاهرة ، 2000.
8. الدغيني محمد ركن ، أساليب البحث العلمي و مصادر الدراسات الإسلامية ، مكتبة الرسالة ، ط2 ، عمان ، الأردن ، 1997.

9. الساري عبد الكريم فهد ، تكتيك الحديث و المقابلات الصحفية ، دار أسامة للنشر و التوزيع ، ط1 ، عمان ، الأردن ، 2012.
10. الضامن منذر ، أساسيات البحث العلمي ، دار المسيرة ، ط1 ، الأردن ، 2007.
11. العزاوي رحيم يونس كرو ، مقدمة في منهج البحث العلمي ، دار دجلة للنشر و التوزيع ، ط1 ، عمان ، الأردن ، 2008.
12. أنجرس موريس ترجمة بوزيد صح راوي و آخرون ، منهجية البحث في العلوم الإنسانية ، دار القصة للنشر و التوزيع 1، ط2 ، الجزائر ، 2004.
13. بن مرسلني أحمد ، مناهج البحث العلمي في العلوم الإعلام و الاتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية للنشر و التوزيع ، ط4 ، جامعة الجزائر .
14. تمار يوسف ، تحليل محتوى للباحثين و الطلبة الجامعيين ، دار النشر طاكسيج كوم للدراسات و التوزيع ، د ط ، الجزائر ، 2007.
15. حسونة نسرين ، نظريات الإعلام و الاتصال ، شبكة اللوكة للنشر و التوزيع ، د ط ، 2015.
16. حسين محمد ، سمير حسن ، تحليل مضمون ، عالم الكتب ، ط1 ، القاهرة ، 1983.
17. دليو فضيل ، مدخل إلى منهجية البحث في العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، دار هومة للطباعة و النشر و التوزيع ، الجزائر ، 2004.
18. زهير حمام محمد ، تحليل المحتوى في بحوث العالم ، دار أمواج لنشر و التوزيع ، عمان ، الأردن ، 2015.
19. شافع إيمان سعيد، الألوان، د، د ط، د س.

20. عبد الحميد محمد ، البحث العلمي في الدراسات العالمية ، عالم الكتب ، ط2 ، القاهرة ، 2004 .
21. عبد الحميد محمد ، نظريات الإعلام و اتجاهات التأثير ، د ، ط3 ، مصر ، 2004 .
22. عدلي العبد عاطف ، زكي أحمد عزمي ، الأساليب الإحصائية و استخداماتها في بحوث الرأي العام و العالم ، دار الفكر العربي ، القاهرة ، 1993 .
23. عليان رحي ، عثمان غنيم ، مناهج البحث العلمي ، دار صفاء للنشر و التوزيع ، ط1 ، عمان ، الأردن ، 2000 .
24. عواجي الصلوي ، نظريات التأثير الإعلامية ، د ، د ط ، د س .
25. غربي علي ، أبجديات المنهجية في كتابة الرسائل الجامعية ، دار الطباعة و النشر و التوزيع ، ط2 ، الجزائر ، 2009 .
26. قيسي عودة الله منيع ، العربية الفصحى (مرونتها ، و عقلانيتها ، و أسباب خلودها) ، دار البداية للنشر و التوزيع ، ط1 ، 2008 .
27. ماكومز ماكس ، لانس هولبرت ، سبيروكيوسيس ، وأين وأنتا ، الأخبار و الرأي العام تأثير الإعلام على الحياة المدنية ، ترجمة محمد صفوت حسن ، دار الفجر للنشر و التوزيع ، ط1 ، 2012 .
28. ملجم ساهي محمد ، مناهج البحث في التربية و علم النفس ، دار المسيرة ، ط2 ، 2007 .
29. مكاوي حسن عماد ، ليلي حسن السيد ، الاتصال و نظرياته المعاصرة ، الدار اللبنانية ، ط1 ، القاهرة ، مصر ، 1998 .

▪ الرسائل و الأطروحات

30. ذهبية سيدهم ، الأساليب الإقناعية في الصحافة المكتوبة ، دراسة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع ، تخصص تنمية ، قسم علم الاجتماع و الديمغرافيا ، كلية العلوم الإنسانية و العلوم الاجتماعية ، جامعة منتوري، قسنطينة ، الجزائر ، 2005.

31. رأفت عبد الرزاق ، دور مواقع التواصل الاجتماعي في تشكيل الوعي السياسي ، رسالة ماجستير ، قسم الصحافة و الإعلام ، كلية الأدب و العلوم ، جامعة البترا ، الأردن ، 2013.

32. عبد الرحيم رشا ، أطر معالجة القنوات العامة الإسلامية للصراع بين القوى الفاعلة بشأن قضية الاستفتاء على الدستور ، العدد التاسع دورية إعلام الشرق الأوسط جامعة المنصورة ، كلية التربية النوعية ، مصر ، 2013 .

33. كرابي سلسبيل ، المعالجة الإعلامية للقضايا السياسية الجزائرية في البرامج التلفزيونية الساخرة على القنوات الخاصة ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر ، تخصص سمعي بصري ، قسم علوم الإعلام والاتصال ، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، جامعة ورقلة ، الجزائر ، 2019.

▪ المجلات

34. عبده سلام ، الأطر الخيرية للمعالجة الصحفية للقضايا العربية في المجلة المصرية: الاعتداءات 5 الإسرائيلية على قطاع غزة"، العدد الثالث والثلاثون، المجلة المصرية لبحوث الإعلام، جامعة القاهرة: كلية إعلام، يناير- يونيو 2009

35. مجلة الدراسات و البحوث العالمية ، جامعة الشهيد حمة لخضر ، العدد 14/13 ، الوادي ، الجزائر ، ديسمبر ، 2015.

▪ المقالات الالكترونية

36 – Scott London: How the Media Frames Political Issues  
Enlightening Study of Process and out Come of Mass Media Framing  
What It Presents, At:www.scottlondon.com, available at: 12/6/2021

▪ المواقع الالكترونية

37 . [www.bbc.com](http://www.bbc.com) ، موقع خاص بقناة بي بي سي ، تاريخ الزيارة 12/06/2021 ، الساعة 12:00 زوالا.

38 . <https://ar.m.wikipedia.org> ، تاريخ الزيارة 12/06/2021 ، الساعة 12:30 زوالا.

الملاحق

## استمارة تحليل مضمون

البيانات الأولية

- 1 2 3 4 5 6
- 7 8
- 9 10 11 12
- 13 14 15
- 16 17 18
- 19 20
- 21 22 23 24
- 25 26 27
- 28 29 30 31
- 32 33 34
- 35 36 37
- 38 39 40
- فئة العنوان
- فئة اللغة المستخدمة
- فئة القوالب الفنية
- فئة الالوان المستخدمة
- فئة الخلفية المعتمد
- البيانات المتعلقة بالمضمون
- فئة الموضوع
- فئة مصادر المعلومات
- فئة الاساليب الاقناعية
- فئة الاطراف الفاعلة
- فئة نقل الموضوع
- فئة الاهداف

دليل الاستمارة

### 1- البيانات الاولية

- يشير رقم (1) الى اسم القناة على اليوتيوب
- يشير رقم (2) الى اسم البرنامج
- يشير رقم (3) الى عنوان الفيديو
- يشير رقم (4) الى تاريخ نشر الفيديو
- يشير رقم (5) الى مدة الفيديو

يشير رقم (6) الى رابط الفيديو

## **2- البيانات المتعلقة بالشكل**

### **فئة العنوان**

يشير رقم (7) الى عنوان اخباري

يشير رقم (8) الى عنوان اقتباسي

### **فئة اللغة المستخدمة**

يشير رقم (9) الى اللغة العربية

يشير رقم (10) الى اللغة الفرنسية

يشير رقم (11) الى اللغة الانجليزية

يشير رقم (12) الى لهجة بيضاء

### **فئة القوالب الفنية**

يشير رقم (13) الى الحديث الصحفي تصريح

يشير رقم (14) الى تقرير

يشير رقم (15) الى مقابلة

### **فئة الالوان المستخدمة**

يشير رقم (16) الى الحارة

يشير رقم (17) الى باردة

يشير رقم (18) الى مزيج

### **فئة الخلفية المعتمدة**

يشير رقم (19) الى صورة

يشير رقم (20) الى فيديو

## **3- الفئات المتعلقة بالمضمون**

### **فئة الموضوع**

يشير رقم (21) الى سياسي

يشير رقم (22) الى اجتماعي

يشير رقم (23) الى ثقافي

يشير رقم (24) الى التعليقات

### **فئة مصادر المعلومات**

يشير رقم (25) الى وكالات الانباء

يشير رقم (26) الى مواقع التواصل الاجتماعي

يشير رقم (27) الى شهود عيان

### **فئة الاساليب الاقناعية**

يشير رقم (28) الى اسلوب عاطفي

يشير رقم (29) الى اسلوب عقلي

يشير رقم (30) الى احصائيات

يشير رقم (31) الى لا يوجد

### **فئة الاطراف الفاعلة**

يشير رقم (32) الى مختصون



يشير رقم (33) الى الشباب

يشير رقم (34) الى أخرى

### فئة نقل الموضوع

يشير رقم (35) الى مؤيد

يشير رقم (36) الى محايد

يشير رقم (37) الى معارض

### فئة الأهداف

يشير رقم (38) الى مشاركة الجمهور أخبار مواقع التواصل الاجتماعي.

يشير رقم (39) الى معرفة آراء الجمهور حول المواضيع المطروحة.

يشير رقم (40) الى تبادل الافكار بين الاعلام القديم و الاعلام البديل