

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



تخصص: سمعي بصري

إعداد الطالبة:

عبير دباش

الإعلام البيئي ونشر الثقافة البيئية

دراسة تحليلية لحلقات من برنامج Green mag عبر قناة الشروق TV

2022/2021

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

نوقشت وأجريت علنا بتاريخ 2023/06/17

أمام لجنة المناقشة المكونة من الأساتذة:

الاسم واللقب	الدرجة العلمية	الجامعة	الصفة
محمد صغير كاوجة	أستاذ محاضر أ	جامعة قاصدي مرباح ورقلة	رئيسا
رابح صانع	أستاذ محاضر أ	جامعة قاصدي مرباح ورقلة	مشرفا ومقررا
نادية جيتي	أستاذ محاضر أ	جامعة قاصدي مرباح ورقلة	مناقشا

السنة الجامعية: 2023/2022

شكر وتقدير:

نحمد الله عز وجل الذي وفقنا في إتمام هذا العمل وأمدنا
بنعمة البر والإيمان وبعد:

يسعنا أن نتقدم بجزيل الشكر والتقدير للأستاذ المشرف
صانع رابع

على هاته الدراسة الذي رافقنا في إنجاز هذا العمل من بدايته إلى نهايته ولا ننسى
أن نتقدم بالشكر لأساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال وبالأخص أساتذة السمعي
البصري

كما نتقدم بأسمى عبارات الشكر والعرفان
إلى أعضاء اللجنة المناقشة الموقرة

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

والصلاة والسلام على أشرف المرسلين وخاتم النبيين وسيد الأولين والآخريين
من أمرنا بالعلم، وزين مجالسنا بذكره العطر، فاللهم صل عليه وسلم تسليما كثيرا

أما بعد اهدي هذا العمل المتواضع

إلى روح جدي علي وجدي سايح رحمهم الله..

إلى من وهبني الحياة وكد وعمل وسهر من أجل راحتنا.

إلى من اعوج ظهره لنستقيم وسهر لنام وتعب لنتراح...

إلى رمز المحبة والوفاء أبي العزيز....

إلى من حملتني تسعة أشهر وشاركتني غذائها ودمها

إلى من أطعمتني وسهرت من أجل راحتي

إلى بستان الريحان ونبع الحنان ومدينة العطاء ومنبر الوفاء

إلى الغالية على كل القلوب أمي الفاضلة....

إلى إخوتي (عبد الحميد. محمد الحبيب. حسن. سليم. ياسين. مرزاقه. نعيمة. أمال. زينة)

من تقاسمت معهم جميع لحظات السعادة والشقاء كل باسمه ...

إلى عائلتي الكبيرة جدتي الزهرة وجدتي مريم (أعمامي وعماتي) (أخوالي وخالاتي) كل باسمه

إلى صديقة العمر رانيا مسعودي ولجميع أفراد عائلتها ...

إلى عمي إبراهيم على صبره ووقوفه بجاني ...

إلى كل من يعرفني من قريب أو بعيد....

...إلى نفسي على صبرها وعزيمتها أقول الحمد لله على كل شيء.

وإن تشكروا لأزيدنكم صدق الله العظيم..

كلماتي عبير ...

أولاً: المحتويات

المحتويات

الجداول

ملخص الدراسة:

أ..... مقدمة:

I. الإطار المنهجي للدراسة

- 14 1 تحديد الإشكالية: 14
- 15..... 2. أسباب اختيار موضوع الدراسة: 15
- 15..... ● الأسباب الذاتية: 15
- 15 ● الأسباب الموضوعية: 15
- 16 3. أهمية الدراسة: 16
- 16..... 4. أهداف الدراسة: 16
- 16..... 5. تحديد مفاهيم الدراسة. 16
- 17..... ● مفهوم البيئة: 17
- 18 ● مفهوم الثقافة البيئية: 18
- 18 ● ماهية الإعلام البيئي: 18
- 20..... 6. نوع الدراسة و منهجها. 20
- 20..... ● نوع الدراسة: 20
- 21 ● منهج الدراسة: 21
- 22 7. أدوات جمع البيانات: 22
- 22 تحليل المضمون 22
- 23..... إستمارة تحليل المضمون: 23
- 23..... فئات الشكل: 23

24.....	فئات المضمون:.....
26.....	8. مجتمع البحث وعينة الدراسة:.....
27	1.مجتمع البحث:.....
27	2.عينة الدراسة:.....
28	9 الدراسات السابقة:.....
28	□الدراسة الأولى:.....
30	□الدراسة الثانية:.....
31.....	□الدراسة الثالثة:.....

II. الإطار التطبيقي للدراسة

35	1. بطاقة تقنية للتعريف بالقناة.....
36	2. بطاقة تقنية للتعريف بالبرنامج.....
37	3. عرض وتحليل النتائج الخاصة بفئات المضمون.....
37	الجدول رقم 2: يمثل فئة المواضيع.....
38	الجدول رقم 3: يمثل فئة الشخصيات الفاعلة:.....
39	الجدول رقم 4: فئة الجمهور المستهدف.....
40	الجدول رقم 5: فئة المفاهيم المستخدمة.....
41	الجدول رقم 6: فئة أهداف البرنامج.....
42	الجدول رقم 7: الإستمالات الإقناعية.....
43	4. النتائج الجزئية الخاصة بفئات المضمون.....
44	5. عرض وتحليل النتائج الخاصة بفئات الشكل:.....
44	الجدول رقم 8: فئة النصائح المقدمة.....
45.....	الجدول رقم 9: فئة اللغة المستخدمة
46	الجدول رقم 10: فئة القوالب الفنية.....
47	الجدول رقم 11: فئة أساليب الانتقال في البرنامج.....

47	الجدول رقم 12: فئة طبيعة تصوير البرنامج.....
48	الجدول رقم 13: فئة طريقة الجلوس.....
49	الجدول رقم 14: فئة الموسيقى.....
49	الجدول رقم 15: المؤثرات الصوتية.....
50	الجدول رقم 16: فئة الألوان.....
52	7. النتائج العامة:.....
54	الخاتمة.....
56	قائمة المصادر والمراجع:
60	الملاحق:

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
28	عناوين الحلقات	1
36	يمثل فئة المواضيع	2
37	يمثل فئة الشخصيات الفاعلة	3
38	فئة الجمهور المستهدف	4
39	فئة المفاهيم المستخدمة	5
40	فئة أهداف البرنامج	6
41	الإستملات الإقناعية	7
43	فئة النصائح المقدمة	8
44	فئة اللغة المستخدمة	9
48	فئة القوالب الفنية	10
46	فئة أساليب الانتقال في البرنامج	11
46	فئة طبيعة تصوير البرنامج	12
47	فئة طريقة الجلوس	13
48	فئة الموسيقى	14
48	المؤثرات الصوتية	15
49	فئة الألوان	16

بالعربية:

تناولت الدراسة موضوع "الإعلام البيئي ودوره في نشر الثقافة البيئية" دراسة تحليلية لبرنامج (Greenmag) على قناة الشروق tv الجزائرية.

لذلك انطلقت دراستنا من إشكالية تم فيها الحديث عن وسائل الإعلام بصفة عام ثم الإعلام البيئي والإشارة إلى الثقافة البيئية بالإضافة إلى لمحة عن قناة الشروق tv وبرنامج (Greenmag)، وعليه جاء التساؤل الرئيس التالي:

كيف تناول برنامج (Greenmag) القضايا البيئية وما هو دورها في نشر الثقافة البيئية؟

واعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي، وتم الاعتماد على استمارة تحليل المحتوى كأداة لجمع البيانات، أما بالنسبة للعينة فقد تم اختيار العينة العشوائية البسيطة، وعليه توصلنا إلى مجموعة من النتائج أهمها:

عالج البرنامج مجموعة من المواضيع تمثلت في: علاقة البيئية السليمة بصحة الإنسان، الثقافة والوعي البيئي في المجتمع كلها مواضيع تخدم المجتمع إذ أن البرنامج من خلال حلقاته عمل على إظهار الصورة التي تعكس ثقافة ووعي المجتمع تجاه البيئة.

يهدف البرنامج إلى ترسيخ الثقافة البيئية في أوساط المجتمع وذلك من خلال التوعية بالمخاطر التي تحيط بالبيئة وكيفية الحفاظ عليها.

ركز البرنامج على القوالب الصحفية لعرض القضايا البيئية، تمثلت في بورتري تلفزيوني ومقابلات تلفزيونية متعددة وذلك من أجل ترسيخ الثقافة البيئية للمتبعين.

ساهم برنامج (Greenmag) في إكساب الفرد نظرة إيجابية للبيئة وذلك من خلال نقل الواقع البيئي بصورة جميلة تلفت نظر المشاهد وفي نفس الوقت تجسد له روح الحفاظ على البيئة من المخاطر المحيطة بها.

_الكلمات المفتاحية : الإعلام البيئي / الثقافة البيئية / برنامج (Greenmag).

Summary of the study:

The study dealt with the topic of "environmental media and its role in spreading environmental culture. An analytical study of the Green Mag program on the Algerian Al-chorouk TV channel.

Therefore, our study started from a problem in which we talked about the media in general, then environmental media, and a reference to environmental culture, in addition to a glimpse of Al-chorouk TV and the program -Green Mag-, and accordingly the following main question came:

How did the green mag program deal with environmental issues and what is its role in spreading environmental culture?

We have divided this question into a number of sub-questions, as follows:

What are the environmental issues addressed in the green mag program?

What are the artistic templates used to present environmental issues in the Green Mag program?

_What kind of environmental problems are presented in the -Green mag-program?

What is the environmental information provided in the green mag program?

_Did the green mag program contribute to the individual's positive attitudes towards the environment?

In our study, we relied on the descriptive approach. The content analysis form was relied upon as a tool for data collection. As for the sample, the simple random sample was chosen. Accordingly, we reached a set of results, the most important of which are:

* The program dealt with a range of topics represented in: the relationship of a healthy environment with human health, culture and environmental awareness in society.... All of these are topics that serve the community, as the program, through its episodes, worked to show the image that reflects the culture and awareness of society towards the environment.

* The program aims to consolidate the environmental culture among the community by raising awareness of the risks surrounding the environment and how to preserve it.

* The program focused on journalistic templates for presenting environmental issues, represented in a television portrait and multiple television interviews, in order to consolidate the environmental culture of the viewers.

* The Green Mag program contributed to giving the individual a positive view of the environment by conveying the environmental reality in a beautiful way that draws the viewer's attention and at the same time embodies the spirit of preserving the environment from the dangers surrounding it.

* The program worked to give solutions to various environmental problems by highlighting special projects that support and preserve the environment.

Keywords: environmental media/environmental culture/ green mag program.

مقدمة

I. الإطار المنهجي للدراسة

1. تحديد المشكلة
2. أسباب اختيار موضوع الدراسة
3. أهمية الدراسة
4. أهداف الدراسة
5. تحديد مفاهيم الدراسة
6. نوع الدراسة ومنهجها
7. أدوات جمع البيانات
8. مجتمع البحث وعينة الدراسة
9. الدراسات السابقة

II. الإطار التطبيقي للدراسة

تمهيد

1. بطاقة تقنية للقناة
2. بطاقة تقنية للبرنامج
3. عرض وتحليل النتائج الخاصة بفئات المضمون
4. النتائج الجزئية الخاصة بفئات المضمون
5. عرض وتحليل النتائج الخاصة بفئات الشكل
6. النتائج الجزئية الخاصة بفئات الشكل
7. النتائج العامة

الخاتمة

مقدمة

لا شك أن الإعلام بات يلعب دورا لا يمكن أن يستهان به في التعريف بأي قضية كانت، وإظهارها للرأي العام لتأخذ حيزا من الاهتمام وتسليط الضوء عليها سواء من الدولة أو المجتمع، والبيئة أحد هذه القضايا التي لا نرى هناك تسليطا كبيرا من قبل

وسائل الإعلام بالشكل المطلوب، ونراها تتحرك حين تحل علينا كارثة بيئية تصبح خطرا محققا يحيط بنا، هنا يدق ناقوس الخطر وتبدأ جميع وسائل الإعلام بإعطائها أهمية في تغطيتها الإعلامية، لكن في بعض الأحيان قد تكون متأخرة بعد أن تمتد الكارثة البيئية لتصل إلى الإنسان وتهدد حياته، كما هو الحال بالنسبة لباقي مخلوقات على وجه الأرض، بالتالي فمن الضروري أن يقوم الإعلام بأداء دوره في توعية الناس بالكوارث البيئية من خلال إعداد برامج وخطط بعيدة المدى لتبيان مدى الأضرار والعواقب الوخيمة التي تخلفها هذه الكارثة من خراب للحياة البيئية والفطرية، وللتوعية لابد من تكاتف الجهود مع المؤسسات الإعلامية التي ستكون همزة وصل مع الجمهور في إيضاح خطورة إهمال القضايا البيئية.

وعليه فإن هذه الدراسة تسلط الضوء على برنامج (Greenmag) الذي يعرض على قناة الشروق tv والذي يث جملته من المواضيع والقضايا البيئية، ومن هذا المنطق تأتي هذه الدراسة لمعرفة دور الإعلام البيئي في ترسيخ الثقافة البيئية وهذا من خلال تحليل البرنامج من ناحيتي المضمون والشكل وبناء على المعلومات والمعطيات المتوفرة لدينا قمنا بإجراء هذه الدراسة حيث قسمت إلى جزئين:

الجزء الأول الإطار المنهجي للدراسة وفيه تم تحديد الإشكالية وما جاء فيها من تساؤلات، وكذا أسباب اختيار الموضوع، أهداف الدراسة، أهمية الدراسة، ثم نوع الدراسة ومنهجها، مجتمع وعينة الدراسة، تحديد أدوات جمع البيانات إضافة إلى الدراسات السابقة.

والجزء الثاني الإطار التطبيقي للدراسة أشتمل على بطاقة تقنية لقناة الشروق tv الجزائرية، بالإضافة لبطاقة تقنية لبرنامج (Greenmag) قمنا أيضا في هذا الجزء بتحليل حلقات عينة البرنامج من ناحيتي المضمون والشكل وبعدها عرض النتائج الجزئية الخاصة بكل من فئات المضمون والشكل وأخيرا النتائج العامة.

I. الإطار المنهجي للدراسة

1. تحديد المشكلة

2. أسباب اختيار موضوع الدراسة

3. أهمية الدراسة

4. أهداف الدراسة

5. تحديد مفاهيم الدراسة

6. نوع الدراسة ومنهجها

7. أدوات جمع البيانات

8. مجتمع البحث وعينة الدراسة

9. الدراسات السابقة

1 تحديد الإشكالية:

تواجه البشرية تحديات بيئية صعبة ومعقدة، والمشكلات البيئية التي يعاني منها كوكب الأرض تنذر بعواقب وخيمة بحاجة إلى جهود جبارة في التثقيف والتوعية بالمخاطر المحدقة بالبيئة وبطرق المحافظة عليها من التلوث. من هنا تلعب وسائل الإعلام دورا هائلا للتأثير وقدرة كبيرة على الوصول إلى القاصي والداني، حيث أصبح لها الأثر الأكبر في تشكيل وصناعة الرأي العام والدور المؤثر لوسائل الإعلام يظهر جليا في الكثير من القضايا وخاصة القضايا البيئية. حيث أن مضمون الإعلام البيئي يندرج ضمن العمل الإعلامي المتخصص يتمثل في نقل المعلومات والإخبار المتعلقة بالمحيط البيئي والتركيز على خصوصياته ومميزاته والمشاكل التي تعترضه وتأثيرها على حياة الفرد , فالإعلام البيئي أحد أهم الركائز الأساسية لتحقيق الثقافة البيئية في المجتمع , والتي تعتبر من أهم العناصر الفعالة في التعامل مع البيئات المختلفة التي تواجه أي مجتمع من المجتمعات، حيث تسعى الثقافة البيئية إلى تكوين القيم والاتجاهات والمهارات التي تنظم سلوك الأفراد وتمكنهم من المساهمة الحقيقية الفعالة في حماية البيئة وحل مشكلاتها، تجربة قناة الشروق tv في إنتاج وبث برامج البيئة إضافة لها لمسة خاصة في الإعلام المتخصص حيث أولت أهمية لمثل هذا النوع من البرامج ومدى قدرتها على نشر الثقافة البيئية، فبعدما كان نقلا للخبر البيئي والإثارة الصحفية. لمزيد من المبيعات أصبح له سياسات وخطط ووظف لتحقيق أهداف مختلفة وكما للإعلام بمفهومه الحديث الإعلام التنموي والذي يساعد الناس على تكوين رأي صائب في مضمون الواقع، أصبح الإعلام البيئي أداة تعمل على توضيح المفاهيم البيئية من خلال إحاطة الجمهور المتلقي والمستهدف للرسالة والمادة الإعلامية البيئية بكافة الحقائق والمعلومات الموضوعية بما يساهم في تأصيل التنمية البيئية المستدامة وتنوير المستهدفين لتكوين رأي صائب في الموضوعات والمشكلات البيئية المثارة والمطروحة.

هذا ما يدعو الباحثين إلى إخضاع مثل هذه البرامج للدراسة والتقييم بهدف المساهمة في إثرائها وشرحها أمام المهتمين لفت انتباههم إلى مواطن القوة ونقاط الضعف من خلال تحليل مضمون وشكل البرنامج.

I. الإطار المنهجي للدراسة:

وبناء على ما سبق فإن إشكالية الدراسة:

كيف تناول برنامج (Green mag) القضايا البيئية وما دورها في نشر الثقافة البيئية؟

ويندرج تحت هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من الأسئلة الفرعية وهي كالتالي:

1) ماهي المواضيع البيئية المعالجة في برنامج (Green mag)؟

2) ماهي القوالب الفنية المستخدمة لعرض القضايا البيئية في برنامج (Green mag)؟

3) ما هو نوع المشكلات البيئية المعروضة في برنامج (Green mag)؟

4) ما هي المعلومات البيئية المقدمة في برنامج (Green mag)؟

5) هل ساهم البرنامج في إكساب الفرد اتجاهات إيجابية نحو البيئة؟

2. أسباب اختيار موضوع الدراسة:

لكل دراسة أو موضوع بحث أسباب ذاتية وموضوعية تدفع الباحث إلى الولوج لإجراء الدراسة، ومن هذا

المنطق تتمثل أسباب اختيارنا لهذا الموضوع كالتالي:

• الأسباب ذاتية:

1- الاهتمام بالجانب البيئي هو ما دفعني لاختيار هذا الموضوع.

2- الرغبة الشديدة لدراسة موضوع يخص برنامج (Green mag) وهذا راجع لاهتمامي وحي لهذا الجانب.

3- الاهتمام بمواضيع الثقافة البيئية ومدى تجسدها في الواقع.

• الأسباب الموضوعية:

1- ندرة الدراسات حول الإعلام البيئي.

2- اختيار برنامج (Green mag) كونه البرنامج الوحيد على قناة الشروق tv الذي ينقل واقع البيئة ومشكلاتها.

3- صلة موضوع الدراسة بميدان التخصص.

3. أهمية الدراسة:

بات التلفزيون يلعب دورا لا يمكن أن يستهان به في التعريف بأي قضية وعرضها للرأي العام لتسليط الضوء عليها من بين أهم هذه القضايا نشر الثقافة البيئية وذلك من خلال إنتاج و بث البرامج البيئية فالإعلام البيئي أساسي لزيادة وعي المجتمع بضرورة المحافظة على البيئة كما أن مسؤولية نشر الثقافة البيئية داخل أوساط المجتمع لمواجهة الكوارث البيئية أصبح أمرا ضروريا.

4. أهداف الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على مضمون البرامج التلفزيونية التي تساهم في ترسيخ الثقافة البيئية لدى الفرد من خلال تحليل مضمون برنامج (Green mag) الذي تبثه وتنتجه قناة الشروق tv والوقوف على طبيعة ونوعية القضايا المطروحة وأهميتها ، حيث تتمثل أهداف الدراسة فيما يلي:

- 1-معرفة أهم المواضيع التي تمت معالجتها في برنامج (Green mag) الذي يبث على قناة الشروق tv.
- 2-معرفة أهم القوالب الفنية المستخدمة لعرض القضايا البيئية في برنامج (Green mag).
- 3- تحديد نوع المشكلات البيئية المعروضة في البرنامج.
- 4-الكشف عن أهم المعلومات البيئية المقدمة في البرنامج.
- 5-معرفة مدى مساهمة برنامج (Green mag) في إكساب الفرد اتجاهات إيجابية نحو البيئة.

5. تحديد مفاهيم الدراسة:

خلال هذه الدراسة تصادفنا مجموعة من المفاهيم والمصطلحات نحاول توضيحها وتحديدتها وهي:
- البيئة - الثقافة البيئية-الإعلام البيئي.

• مفهوم البيئة:

أدى استخدام المكنف لمصطلح البيئة على كافة المستويات وفي كل مجالات المعرفة إلى اكتسابه لمفاهيم متعددة بتعدد العلوم الإنسانية ومختلفة باختلاف مضامينها وغاياتها وكما ساهم من ناحية أخرى في جعل مفهوم البيئة من أكثر المفاهيم العلمية تعقدا وأقلها فهما لتداخله مع كافة العلوم الإنسانية.

أ. التعريف اللغوي للبيئة:

يرجع الأصل اللغوي لكلمة البيئة في اللغة العربية إلى الجذر "بؤأ" والذي أخذ منه الفعل الماضي "بؤأ" أي حل و نزل و أقام والاسم عن هذا الفعل هو البيئة، و قد ورد في لسان العرب (باء الشيء يبوء بواء و تبوءا فيقال بؤأ الرمح نحوه أي سدده من ناحيته و قابله به).¹

ب. التعريف الاصطلاحي للبيئة:

تباين الباحثون في وضع مفهوم متفق عليه لمصطلح البيئة، فكل باحث ينظر إليه من زاوية تخصصه لاعتبارات توغز إلى الاهتمام العلمي المتعدد والمتباين للبيئة والذي ينظر إليها من زاويتين:
الأولى يعني بها العلماء المتخصصون في تحديد مفهومها القانوني، وهي المحيط الذي نعيش فيه وتشمل الكائنات الحية بما فيها الإنسان وكذا العناصر الضرورية والكافية لقيام الحياة.²

التعريف الإجرائي:

يقصد بالبيئة في هذه الدراسة كل العناصر الطبيعية من هواء وماء وتربة وحيوانات ونباتات بما فيها الإنسان، ويتوقف مدي نجاح الإنسان في الحياة على مدى تأقلمه وتعايشه مع مكونات البيئة.

¹جمال الدين ابن منظور، لسان العرب، ط3، دار المعارف، القاهرة، مصر، ص328.

²تركية سايح، حماية البيئة في ظل التشريع الجزائري، ط، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، 2014، ص22.

• مفهوم الثقافة البيئية:

هي عبارة عن مجموعة القيم والسلوكيات التي تتميز بها أمة من الأمم عن غيرها من أجل المحافظة على البيئة ومواردها ونظمها وعناصرها.¹

كما عرفت الثقافة البيئية كذلك على أنها التوعية البيئية والعلمية التربوية غير الرسمية التي تهدف إلى تحسيس الأفراد بالمسؤولية تجاه القضايا والمشكلات البيئية عن طريق إكسابهم المعارف والمهارات والمواقف المناسبة و المرغوب فيها.²

التعريف الإجرائي:

في هذه الدراسة يمكن القول إن الثقافة البيئية تؤسس لفكر وسلوكيات معاصرة وحضارية تستغل الموارد الطبيعية استغلال عقلائي.

• ماهية الإعلام البيئي:

يلعب الإعلام البيئي دورا هاما في التوعية بالمخاطر والأضرار المختلفة التي تصيب عناصر البيئة بكافة أشكال التلوث نتيجة تعاضم نشاطات الإنسان خاصة في المجالات الصناعية والتجارية. حيث يمارس الإعلام البيئي من خلال العديد من الوسائل سواء كانت مسموعة أو مرئية أو مقروءة، وتهدف في عمومها إلى تحقيق غايات معينة في مجال الحفاظ على البيئة وضمان الإطار المعيشي السليم للإنسان. الإعلام البيئي مفهوم مركب من كلمتين الإعلام والبيئة وكما يتحكم في الإعلام البيئي مجموعة من المحددات تشكل عوامل تؤثر على تناول الإعلامي لقضايا البيئة، وقبل التطرق لمفهومه لا بد من التطرق أولا لتعريف كل من مصطلحي الإعلام والبيئة:

أ. الإعلام لغة:

مصدر الفعل الرباعي أعلم ويقال: أعلم إعلاما وأعلمته بالأمر، أبلغته إياه وأطلعته عليه.

¹ محمد إبراهيم خاطر، الإعلام والتوعية البيئية، ط1، دار أسامة للنشر، عمان، الأردن، 2016، ص56.

² إبراهيم مذكور وآخرون، معجم العلوم الاجتماعية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1975، ص127.

جاء في لغة العرب: استعلم بي خبر فلان و أعلمني حتى أعلمه و أستعلمني الخبر فأعلمته إياه.¹

ب. الإعلام اصطلاحاً

يقصد به العلمية التي يتم من خلالها نشر الأخبار والمعلومات والأفكار والمواقف في نطاق ضيق أو واسع باتجاه جمهور محدد من خلال استعمال وسائل الاتصال المناسبة وذلك لتحقيق هدف معين يتعلق باتخاذ القرار أو ترشيد الرأي العام أو تصحيح مواقف معينة.²

ج. البيئة لغة :

كلمة مشتقة من فعل بواً يقال: باء إلى الشيء ييوء بواء بمعنى رجع إليه، وتعني المنزل وقيل منزل القوم.³

د. البيئة اصطلاحاً:

عرف المؤتمر الدولي للبيئة المنعقد بـ ستوكهولم عام 1972 البيئة على أنها 'مجموعة من النظم الطبيعية

والاجتماعية والثقافية التي يعيش فيها الإنسان والكائنات الأخرى والتي يستمدون منها زادهم و يؤدون فيها

نشاطهم أو هي المحيط الذي نعيش فيه و تشمل الكائنات الحية بما فيها الإنسان وكذا العناصر الضرورية و الكافية

لقيام الحياة من ماء و هواء و تربة و كل ما استحدثه الإنسان بما يؤدي بتطوير العناصر السابقة لمصلحته.⁴

إن الإعلام بصفة عامة ليس حديث العهد، إذ أصوله القديمة وأساليبه الحديثة، ولكنه اكتسب أهمية كبرى في مجال

البيئة في الآونة الأخيرة نتيجة لازدياد معرفتنا بالمشكلات البيئية الكبرى، مثل مشاكل الإسكان والطاقة، الغذاء، التلوث

واستنزاف الموارد وما يتبعها من ضرورة المشاركة الفعالة لكافة الطبقات في الجهود الرامية إلى التقليل من المخاطر.⁵

للإعلام البيئي عدة تعريفات فهو أداة تعمل على توضيح المفاهيم البيئية من خلال إحاطة الجمهور بالرسالة الإعلامية البيئية.¹

¹ العلامة ابن منظور، لسان العرب، الجزء التاسع، ط1، إحياء التراث العربي، بيروت، 1988، ص371.

² ناصر قاسمي، مصطلحات أساسية في علم اجتماع الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2017، ص42.

³ ابن منظور، معجم لسان العرب، المجلد الأول، دار المعارف، القاهرة، ص381 و382.

⁴ تركية سايح، حماية البيئة في ظل التشريع الجزائري، ط، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، 2014، ص22.

⁵ عبد الرحمان عبد الله العوضي، دور وسائل الإعلام في نشر الوعي البيئي، ملتقى وسائل الإعلام في نشر الوعي البيئي، جامعة الدول العربية، القاهرة، يومي 15 و16 ديسمبر 1993، ص10.

يمارس الإعلام البيئي من خلال العديد من الوسائل وسواء كانت مسموعة أو مرئية أو مقروءة و تهدف في عمومها إلى تحقيق غايات معينة في مجال الحفاظ على البيئة و ضمان الإطار المعيشي السليم للإنسان، حيث اكتسب الإعلام البيئي أهمية كبيرة في مجال البيئة في الآونة الأخيرة نتيجة لازدياد معرفتها بالمشكلات البيئية الكبرى.²

اصطلاحا:

هو أحد أهم أجنحة التوعية البيئية و هو أداة إذا حسنت استثمارها كان لها المردود الايجابي بالوعي البيئي، ونشر الإدراك السليم للقضايا البيئية، ويعمل الإعلام البيئي في تسيير فهم وإدراك المتلقين لقضايا البيئة المعاصرة وبناء قناعات معينة تجاه البيئة وقضاياها.³

وقد عرفه البنك العالمي بأنه 'نقل معلومات ذات طابع بيئي أو وكالات أو ومنظمات غير حكومية من أجل معارف الجمهور و التأثير في آرائه و أفكاره و معلوماته اتجاه البيئة'.⁴

التعريف الإجرائي:

يقصد بالإعلام البيئي في هذه الدراسة و الإحاطة بكل ما يتعلق بالبيئة ومختلف المشاكل التي تعاني منه و هو أداة يتم من خلالها إيصال وإبلاغ الرسالة البيئية للجمهور المتلقي وأحاطته بالمعلومات والحقائق الصحيحة.⁵

6. نوع الدراسة ومنهجها

• نوع الدراسة:

¹باديس مجاني، دور الإعلام في نشر الوعي البيئي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة، الجزائر، العدد: 30 سبتمبر، 2017، ص 78-93.

²عبد الرحمان عبد الله العوضي، دور وسائل الإعلام في نشر الوعي البيئي، ملتقى يومي 15 و15 ديسمبر 1993، ص10.

³علي عبد الفتاح كنعان، الإعلام البيئي، الطبعة العربية، دار اليازوري العلمية، عمان، 2014، ص106.

⁴Gillanmahers, Manuel de la communication environnementale pour région méditerrané, Suisse.

Editeur suisse, 1992, P01

⁵تركية سايح، حماية البيئة في ظل التشريع الجزائري، ط، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، 2014، ص22

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية التي تدرس حالة الأفراد والممارسات والاتجاهات والميول وتصفها وصفا دقيقا من أجل الوصول إلى تحسين الظروف والعمليات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية.¹ و عليه تستهدف هذه الدراسة وصف وتحليل المضامين الإعلامية في برنامج (Green mag) على قناة الشروق tv ومعرفة مضمون الرسالة الإعلامية التي يسعى البرنامج لإيصالها للمجتمع.

• منهج الدراسة:

يعرف المنهج على أنه علم طرق البحث كما تدل على ذلك تسميته الإنجليزية (Methodology).

التي هي كلمة مركبة ويدل المقطع الأول منها (Methodo) على الطريقة، ويدل المقطع الثاني (logy) على العلم وبذلك تعني كلمة المنهجية: الدراسة المنطقية لقواعد وطرق البحث العلمي، وصياغتها صياغة إجرائية تيسر استخدامها.²

وعرفه رونز "على أنه إجراء سيتقدم في بلوغ غاية محددة".³

بالنسبة لمنهج الدراسة فإن طبيعة هذه الدراسة التي سنتناولها تستوجب علينا إتباع المنهج الوصفي و الذي

يستخدم في دراسة الأوضاع الراهنة للظواهر من حيث خصائصها وأشكالها وعلاقتها والعوامل المؤثرة في ذلك، وهذا يعني أن المنهج الوصفي يهتم بدراسة حاضر الظواهر والأحداث بعكس المنهج التاريخي، مع ملاحظة أن المنهج الوصفي يشمل في كثير من الأحيان عمليات تنبؤ لمستقبل الظواهر والأحداث التي يدرسها، أما هدفه الأساسي فهو فهم الحاضر لتوجيه المستقبل وذلك من خلال وصف الحاضر بتوفير بيانات كافية لتوضيحه وفهم إجراءات المقارنة، وتحديد العوامل وتطوير الاستنتاجات من خلال ما تشير إليه البيانات .

يرتبط استخدام المنهج الوصفي غالبا بدراسات العلوم الاجتماعية والإنسانية التي استخدمته منذ نشأته وظهوره، ولكن

هذا لا يعني أن استخدامه وتطبيقه يقتصر على هذه العلوم فحسب، بل إنه يستخدم أحيانا في دراسات العلوم الطبيعية.¹

¹ وجيه محجوب، أصول البحث العلمي ومناهجه، ط2، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2005، ص249.

² عامر مصباح، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، جامعة الجزائر، 2010، ص11.

³RUNES. Dictionary of philosophies. Items method by Ben yanier by A.C LONDON. p196.

ولقد تم اختيارنا لهذا المنهج نظرا لنوع وطبيعة موضوع دراستنا الذي يمكن من خلاله وصف وتحليل مضامين

برنامج

(Green mag) على قناة الشروق tv.

7. أدوات جمع البيانات:

إن اختيار الباحث لأدوات جمع البيانات يتوقف على العديد من العوامل الطبيعية دراسة المشكلة وفروضها تتحكما في عملية اختيار أدوات البحث ، وتتطلب جميع الدراسات أداة لجمع البيانات فبعض أدوات البحث تصلح في مواقف وأبحاث معينة بينما لا تصلح في مواقف وأبحاث أخرى.² وعليه اعتمدنا في دراستنا هذه على أداة تحليل المضمون كونها الأنسب والأكثر ملائمة لهذا النوع من الدراسات.

1. تحليل المضمون:

اعتمدنا في هذه الدراسة على تحليل المضمون الذي عرفه "برنارد بيرلسون" على أنه تقنية بحث تستهدف الوصف الموضوعي، المنهجي والكمي للمحتوى الظاهري للاتصال.³ كما يعرف أيضا بأنه أسلوب منظم وصفي للكيفية التي يكون عليها الشيء موضوع الدراسة.⁴ يقوم على تحليل البيانات والرسائل والمواد الأدبية أو الصحفية للخروج بنتائج أو اتجاهات أو معلومات يستهدفها البحث، يستعان في ذلك بالأساليب الإحصائية والكيفية.⁵ ويتم استخدام هذه الأداة للوصول إلى استدلالات محددة من النص بطريقة موضوعية منظمة للكشف عن مقاصد ونوايا القائم بالاتصال.¹

¹ محمد عبيدات وآخرون، منهجية البحث العلمي، ط 2، دار وائل، عمان، 1999، ص 46-47.

² محمد منير حجاب، الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية، ط 3، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000، ص 28.

³ Grawiz Madeline. Methods des science social. 8eme edicition. France. 1990. p 96.

⁴ وائل عبد الله محمد وريم احمد عبد العظيم، تحليل محتوى المنهج في العلوم الإنسانية، ط 1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012، ص 20.

⁵ جودت عزت عطوي، أساليب البحث العلمي، ط 2، دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2015، ص 94.

كما يعتمد تحليل المضمون في خطواته الرئيسية على الإحساس بالمشكلة وتحديدتها وتحليل مبدئي للعينة من المادة موضع التحليل وصياغة الفروض العلمية أو طرح التساؤلات ومن ثم تحديد نظام العينات المتبعة.²

2. استمارة تحليل المضمون:

اخترنا استمارة تحليل المضمون كأداة أساسية في دراستنا هذه نظرا لما تتميز به عن الأدوات الأخرى كونه أسلوب منظم لتحليل ومعالجة مضمون الرسائل الإعلامية.³ وقد تم إعداد استمارة تحليل المضمون، كأداة لجمع البيانات من خلال مجموعة من الخطوات:

• فئات الشكل (كيف قيل؟):

1. فئة اللغة المستخدمة:

تعتبر اللغة من أهم الفئات في عملية التحليل نظرا لما يترتب عليها من نتائج مرتبطة بمدى فهم الرسالة الإعلامية واستيعابها من جانب جمهور القراء أو المستمعين أو المشاهدين،⁴ حيث يمكن تقديم المواد الإعلامية بثلاث لغات وهي اللغة العربية الفصحى، اللهجة العامية، اللغة الفرنسية....

2. فئة القوالب الفنية:

يقصد بها نوع القالب الصحفي الذي تناول مضمون المادة الإعلامية المنشورة في البرنامج وتختلف من برنامج لآخر، تمثلت في بحيث إن هذا البرنامج يعتمد على ريبورتاج تلفزيوني و بور تري تلفزيوني ومقابلة...

3. فئة أساليب الانتقال في البرنامج:

¹ إبراهيم امام، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة، 1976، ص 128.
² رشدي احمد طعيمة، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 2004، ص 70.
³ محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، ط 1، القاهرة، ص 262.
⁴ منال هلال المزاهرة، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 176.

I. الإطار المنهجي للدراسة:

يقصد بها نوع أساليب الانتقال في البرنامج، يعتمد البرنامج في الانتقال من ركن لركن أو من موضوع لآخر الموسيقى، جينغل، الحديث ...

4. فئة طبيعة تصوير البرنامج:

يقصد بها الطريقة التي اعتمدها البرنامج في التصوير بحيث انه اعتمد على التصوير في الفضاء المفتوح والتصوير داخل الاستوديو.

5. فئة طريقة الجلوس:

ويقصد بها نوع الجلسة التي اعتمدها البرنامج في تصوير الصحفي وضيوف البرنامج حيث اختلفت من جلسات معتدلة وجلسات عشوائية.

6. فئة الموسيقى:

ويقصد بها نوع الموسيقى المستخدمة في البرنامج بحيث تختلف وذلك حسب كل ركن وفقرة في البرنامج حيث تختلف من موسيقى هادئة وموسيقى صاحبة.

7. فئة المؤثرات الصوتية:

يقصد بها نوع وطبيعة الأصوات التي عرضت في البرنامج بحيث إن البرنامج اعتمد على الأصوات الخارجية والأصوات طبيعية وأصوات معدلة.

8. فئة الألوان:

يقصد بها طبيعة الألوان التي ظهرت في البرنامج بحيث إن البرنامج اعتمد على الألوان الداكنة والفاتحة فئات المضمون (ماذا قيل؟):

1. فئة النصائح المقدمة:

تعتمد هذه الفئة على النصائح والإرشادات التي عمل البرنامج على تقديمها للمشاهد حيث عمل البرنامج على ترسيخ الثقافة البيئية وذلك من خلال نقل الصورة الإيجابية لواقع البيئة في المجتمع ودعا للاهتمام بالبيئة، كما أن البرنامج عمل على حث الشباب لإنشاء مشاريع خاصة وذلك من خلال إبراز المشاريع الناجحة، كما انه دعا لتغيير السلوك السليبي تجاه البيئة وعمل على خلق صورة حسنة لواقع البيئة، وقدم البرنامج إرشادات صحية للحفاظ على جسم الإنسان.

2. فئة الموضوع:

هي الفئة الأكثر استخداما في دراسات تحليل المضمون التي تقوم بتصنيفه وفقا لموضوعاته وتجب عن التساؤل الأساسي الخاص بالمعلومات أو مجموعة الموضوعات التي تدور حول المادة الإعلامية،¹ من ابرز المواضيع الثقافة و الوعي البيئي في المجتمع، حيث إن البرنامج عمل على ترسيخ الثقافة البيئية، كما إن البرنامج عرفنا على سحر و جمال الطبيعة في الجزائر و ابرز المشاريع الناجحة صديقة البيئة، كما إن البرنامج عمل كذلك على توطيد علاقة صحة الإنسان بالبيئة السليمة الخالية من التلوث البيئي، و العديد من المعلومات البيئية المختلفة .

3. فئة الشخصيات الفاعلة:

هي الفئة التي تخص أصحاب الخطاب الذين يريدون الحديث أو يتدخلون فيه، وتفيد هذه الفئة في معرفة الشخصيات البارزة في المضمون.² تعددت الشخصيات التي برزت في البرنامج بين أصحاب مشاريع وشخصيات عامة لها بصمة إيجابية نحو البيئة في المجتمع، وشخصيات نموذجية تمثلت في مهندس ورياضي وباحثة وغيرها... كما أن للمستولين بصمة في البرنامج.

4. فئة الجمهور المستهدف:

¹ محمود حسن إسماعيل، منهج البحث الإعلامي، ط 1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2011، ص 184.

² يوسف تمار، أصول تحليل المضمون وتقنياته، ديوان المطبوعات الجامعية، 2017، ص 144.

I. الإطار المنهجي للدراسة:

الفئة التي تساعد في معرفة الجمهور الذي يريد القائم بالاتصال الوصول إليه وتمثلت في الجمهور بمختلف مستوياتهم وأجناسهم (مختصين/مواطنين/هيئات رسمية) وعمل البرنامج على إيصال رسالته لكافة أبناء الوطن.

5. فئة المفاهيم المستخدمة:

ويقصد بها المصطلحات والمفاهيم الأكثر تداول في البرنامج تتعدد المفاهيم بتعدد المواضيع، من أبرزها المفاهيم البيئية كونه برنامج بيئي ومفاهيم صحية وهذا راجع لعلاقة البيئة السليمة بصحة الإنسان، مفاهيم اقتصادية واجتماعية وغيرها.

6. فئة أهداف البرنامج:

تستعمل هذه الفئة للبحث عن مختلف الأهداف التي يريد المضمون محل الدراسة أن يبلغها والوصول إليها فالقائم بالاتصال يبني خطابه تبعا لأهداف على الباحث استكشافها وتحليلها.¹ يهدف البرنامج إلى ترسيخ الثقافة البيئية وتنوير الوعي البيئي في أوساط المجتمع وبعث الرسائل الإيجابية الداعمة للبيئة.

7. الإستimalات الإقناعية:

تعتمد هذه الفئة على الاستمالات التي عمل البرنامج لأجلها لجلب أكبر عدد من المتابعين والمشاهدين للبرنامج، حيث إن البرنامج ركز على لفت انتباه المشاهد، المصادر الموثوقة، العبارات الجذابة، الأمثلة الواقعية....

• وحدة القياس:

لقد اعتمدنا في دراستنا على التكرار كوحدة للعد والقياس.

8. مجتمع البحث وعينة الدراسة:

¹ يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط 1، طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، الجزائر، ص 70.

1. مجتمع البحث:

إن طبيعة البحث وطريقة بحثه والأداة المستخدمة في جمع البيانات جميعها يؤثر ويتأثر بالعينة المختارة، حيث يقوم الباحث بالتفكير في العينة المناسبة لبحثه منذ أن يبدأ في تحديد مشكلة بحثه، وقبل أن يحدد الباحث عينة الدراسة فإنه لابد أن يحدد مجتمع بحثه حسب الظاهرة أو المشكلة قيد الدراسة.

فمجتمع البحث يمثل جميع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث أو جميع الأفراد أو الأشخاص الذين يكونون موضوع مشكلة البحث أي أنه كل العناصر التي تنتمي لمجال الدراسة¹ ويتكون مجتمع الدراسة عادة من عناصر ومفردات.

وعليه فمجتمع البحث الخاص بهذه الدراسة هو برنامج (Green mag) الذي تنتجه وتبثه قناة الشروق tv في الفترة الممتدة من (2021-2022)، ونظرا لصعوبة دراسة مجتمع البحث ككل كونه يتطلب الكثير من الوقت تم اختيارنا لجزء من هذا المجتمع والذي يعرف بعينة الدراسة.

2. عينة الدراسة:

العينة في البحث العلمي هي الجزء الذي يختاره الباحث وفق طرق محددة لتمثل مجتمع البحث تمثيلا سليما، وتستخدم طريقة العينة في البحث في حالات المجتمعات الكبيرة التي تتعدد مفرداتها، حيث يتعذر إجراء الدراسة عن طريق الحصر الشامل.²

ونظرا لكون حجم مجتمع بحثنا فقد ارتأينا إلى العمل بالعينة العشوائية البسيطة، حيث تؤدي هذه الطريقة إلى احتمال اختيار أي فرد من أفراد المجتمع كعنصر من عناصر العينة ولكل فرد فرصة متساوية لاختياره ضمن العينة اعتمدنا في دراستنا على طريقة القرعة وفيها تكتب أسماء كل أفراد المجتمع الأصلي الذي ستختار منه العينة على

¹ دياب رزق، مناهج البحث العلمي، مطبعة منصور، غزة، فلسطين، 2003، ص 89.
² محمد طه بدوي، المنهج في علم السياسة، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2000، ص 115.

I. الإطار المنهجي للدراسة:

بطاقات صغيرة متساوية في الحجم واللون وتطوى هذه البطاقات بحيث لا يظهر الاسم ثم توضع في القبة أو الإناء وتخلط جيدا ، ويختار الباحث من بينها عشوائيا .¹

حيث تتمثل عينة دراستنا في 6 حلقات من البرنامج في الفترة الممتدة من 2021/11/27 الى 2022/02/12

الجدول رقم (1) يوضح: عناوين الحلقات²:

الرقم	عنوان الحلقة	تاريخ البث	مدة البث
1	قرية كريشنتل وتعرفون على قصة مستثمر في إنتاج الحمضيات	2021/11/27	28:33د
2	عملية تسيير النفايات وفوائد مياه الأمطار	2021/12/04	24:26د
3	كيفية إعادة تدوير العجلات البلاستيكية وعدة معلومات بيئية أخرى	2021/01/08	25:01د
4	توجه المستهلك نحو المنتجات الطبيعية وبدائل طبيعية عن القهوة	2022/02/12	27:12د
5	إنتاج زيت الزيتون و فوائده	2022/01/22	27:00د
6	فتاة جزائرية تنشر مؤسسة لتساعد الطلبة	2022/01/01	25:06د

9. الدراسات السابقة:

• الدراسة الأولى:

أعدّها الباحث كريم دواحي بعنوان: الإعلام البيئي التلفزيوني ونشر الثقافة البيئية، أطروحة مقدمة لنيل

شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر ثلاثة بالجزائر العاصمة سنة 2018 / 2019.

انطلق الباحث في اشكاليته، البحث في طبيعة الإعلام البيئي في القنوات التلفزيونية الجزائرية والأساليب

الاقناعية المعتمدة فضلا عن مدى تطابق الأهداف الإعلامية مع الأهداف العلمية للبرامج البيئية.

¹موريس انجرس، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية، ط 1، دار جسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2003، ص 24.

²tv. echorouk online.com

I. الإطار المنهجي للدراسة:

اندرج تحت هذه الإشكالية تساؤلات فرعية التالية:

- 1_ ما هي المواضيع البيئية المعالجة في التلفزيون الجزائري والشروق tv؟
- 2_ ما هي طبيعة وأنماط المفاهيم المستخدمة في البرامج البيئية والتي تدعم الثقافة البيئية؟
- 3_ هل تستجيب مضامين البرامج البيئية لأهداف الثقافة البيئية المراد تحقيقها في كل من التلفزيون الجزائري والشروق tv؟
- 4_ ما هي الأساليب الإقناعية التي تعتمد عليها البرامج البيئية للتلفزيون الجزائري والشروق tv؟
- 5_ من هي الشخصيات الفاعلة التي برزت في البرامج البيئية للتلفزيون الجزائري والشروق tv؟
- 6_ ما هي الخصائص الشكلية وأساليب الإبراز التي تستخدمها البرامج البيئية في تحريرها وعرضها لمواضيع الثقافة البيئية بالتلفزيون الجزائري والشروق tv؟

ولقد أُنجزت هذه الدراسة وفق خطة البحث المتضمنة لمقدمة والجانب المنهجي والنظري والتطبيقي،

اعتمدت هذه الدراسة على مجتمع بحث متكون من مجموعة البرامج البيئية التلفزيونية التي تناولت المواضيع والقضايا البيئية للشبكة البرمجية (2016/2017) والتي ينتجها ويثتها كل من التلفزيون الجزائري وقناة الشروق tv، خلال الفترة الزمنية الممتدة من 20/09/2016 إلى غاية 12/06/2017، بالنسبة للتلفزيون الجزائري متمثلة في برنامج -بيئتنا- وبالنسبة لقناة الشروق tv متمثلة في برنامج (Green mag) وتم الاعتماد على العينة القصدية ب 12 حلقة من كل برنامج.

أما فيما يخص التطبيقي فاعتمدت هذه الدراسة على تحليل مضمون توصلت هذه الدراسة إلى نتائج أهمها:

1_ركز برنامج (Green mag) في معالجته لمختلف المواضيع على موضوع الثقافة البيئية في المجتمع وموضوع الوعي البيئي وترسيخ المواطنة البيئية.

2_معظم أركان برنامج (Green mag) قد بثت بنسب متساوية في جميع أعداد البرنامج.

3_ اغلب إعداد برنامج -بيئتنا- تراوحت مدة بثها بين 21 و26 دقيقة ويرجع التفاوت في مدة البث إلى طبيعة

الموضوعات والقضايا التي يطرحها البرنامج.

4_ مدة بث ركن بيئة كانت عالية مقارنة مع بقية الأركان الأخرى.

الاستفادة:

ساعدتنا في بناء الشق المنهجي.

ساعدتنا في بناء الاستمارة.

● الدراسة الثانية:

أعدتها الباحثة فتيحة كيجل بعنوان: الإعلام الجديد ونشر الوعي البيئي دراسة في استخدامات مواقع التواصل الاجتماعي، مذكرة

مكملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال، جامعة الحاج لخضر، باتنة، سنة 2012/2011، انطلقت الباحثة في إشكالياتها من

التساؤل:

كيف يؤدي استخدام موقع الفاسبوك كإحدى تطبيقات الإعلام الجديد إلى نشر الوعي البيئي لدى جمهور المستخدمين الجزائريين؟

اندرج تحت هذا التساؤل أسئلة فرعية:

1_ ما هي أنماط وطرق استخدام موقع الفاييسبوك بما يؤدي إلى خلق الوعي البيئي لدى جمهور المستخدمين الجزائريين؟

2_ ما هي عادات تعرض المستخدمين الجزائريين لموقع الفاييسبوك؟

3_ ما هي دوافع استخدام هذا الموقع بالذات فيما يتعلق بموضوع حماية البيئة ونشر الوعي البيئي؟

4_ ما هي طبيعة الاشباع المحققة لجمهور المستخدمين الجزائريين من خلال موقع الفاييسبوك؟

5_ ما هو الدور الذي يلعبه هذا الموقع لترقية وترسيخ الوعي البيئي لدى جمهور المستخدمين الجزائريين؟

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج المسحي وتحليل هذه الدراسة استخدمه الملاحظة والاستبيان لعينة العرضية من

المجتمع الأصلي أين تم اختيار أفراد العينة عن طريق الصدفة.

نتائج الدراسة:

- _ تعد مواقع التواصل الاجتماعي أكثر المواقع استخداما لدى المبحوثين حيث يأتي موقع الفايسبوك في المقدمة.
- _ الإشباعات المعرفية هي أكثر الأنواع المحققة لأفراد العينة.
- _ غالبية الإشباعات الإعلامية المحققة للمبحوثين في المجال البيئي هي الإطلاع على الأحداث البيئية.

الاستفادة:

- _ ساعدتنا في بناء الجانب المنهجي.
- _ استفدنا أيضا من المراجع المعتمدة في هذه الدراسة.

● الدراسة الثالثة:

أعدّها الباحث مخلوف بومدين بعنوان: أثر الانترنت على القيم الاجتماعية في الوسط الحضري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، جامعة "محمد بوضياف" المسيلة، كلية الآداب والعلوم الاجتماعية سنة 2009-2010. تمحورت إشكالية الباحث حول: معرفة تأثير الانترنت على مجموع القيم الاجتماعية التي تتمثل في: السلطة الوالدية والعلاقات القرابية، الشعور بالانتماء والاندماج الاجتماعي لدى شرائح المجتمع في الوسط الحضري، وعليه جاء التساؤل الرئيسي التالي:

_ ما هي أهم آثار الانترنت على مجموع القيم الاجتماعية في الوسط الحضري؟

ويتمحور هذا الإشكال حول التساؤلات التالية:

1/ إلى أي مدى تستخدم الانترنت في الوسط الحضري؟

2/ ما نوع الآثار التي تتركها الانترنت على مجموع القيم الاجتماعية في الوسط الحضري؟

وضع الباحث ثالث فرضيات للإجابة على الإشكالية هي:

- هناك مجموعة من الآثار المتنوعة التي تتركها الانترنت على مجموع القيم الاجتماعية في الوسط الحضري.

- تستخدم الإنترنت في الوسط الحضري في اكتساب المعرفة وترقية الاتصال.
- هناك آثار سلبية للإنترنت على مجموع القيم الاجتماعية في الوسط الحضري.
وهيكل الباحث الدراسة في مقدمة وقسمين، اشتمل القسم النظري فيه على أربعة فصول، حيث تناول في الفصل الأول موضوع الدراسة، أما الفصل الثاني فتضمن شبكة الإنترنت (نشأتها، مكوناتها، خصائصها وأهم خدماتها)، أما الفصل الثالث خصصه للقيم الاجتماعية والفصل الرابع للوسط الحضري، أما القسم الميداني اشتمل فصلين تناول فيهما منهجية البحث والتعريف بميدان الدراسة (عرض وتحليل البيانات الميدانية، ونتائج البحث والاقتراحات)، وقد توصل الباحث من خلال دراسته إلى عدة نتائج أهمها:

1- تكوين علاقات مع أشخاص جدد عبر الإنترنت يؤدي إلى تراجع نسبي في العلاقات الأسرية، والارتباط

الدائم مع الأشخاص المتعرف عليهم عبر الإنترنت يقلل من تبادل الزيارة بين الأقارب.

2- الانشغال بالأفكار التي تنشر عبر الإنترنت على مواقع التواصل المختلفة وقنوات المشاهدة العالمية يؤدي في

كثير من الأحيان إلى الانحراف الفكري وتراجع قيمة الانتماء.

3- يتفاعل أفراد المجتمع مع موقع معين تبعاً لغرابته، جدته ويتفاعل مع أشخاص متعرف عليهم عبر الإنترنت تبعاً لأفكارهم

واهتماماتهم.

أوجه الاختلاف:

- منهج هذه الدراسة منهج مسحي على عكس الدراسة الحالية منهج وصفي.

- يكمن الاختلاف أيضاً من حيث العينة؛ ففي هذه الدراسة تم الاعتماد على العينة القصدية، في حين الدراسة

الحالية تم استخدام العينة العشوائية.

الاستفادة:

- استفدنا من هذه الدراسة في وضع خطة البحث.

I. الإطار المنهجي للدراسة:

- استفدنا أيضا من المراجع المعتمدة في هذه الدراسة.

II. الإطار التطبيقي للدراسة

تمهيد

1. بطاقة تقنية لقناة

2. بطاقة تقنية بالبرنامج

3. عرض وتحليل النتائج الخاصة بفئات المضمون

4. النتائج الجزئية الخاصة بفئات المضمون

5. عرض وتحليل النتائج الخاصة بفئات الشكل

6. النتائج الجزئية الخاصة بفئات الشكل

7. النتائج العامة

تمهيد

تعتبر الدراسات التحليلية مكتملة للدراسة في إجراء أي بحث علمي كونها تساعد على الوصول إلى أهم

النتائج والكشف عن تساؤلات البحث، وبناء على ما تقدمنا به سابقا سنتطرق في هذا الإطار إلى:

تحليل فئات الشكل وفئات المضمون بالإضافة إلى النتائج الجزئية الخاصة بكل فئة وتوصلنا في الأخير إلى النتائج العامة.

1. بطاقة تقنية للتعريف بالقناة¹

الاسم:	الشروق tv
النوع:	قناة متنوعة
القطاع:	قناة خاصة
الشعار التجاري:	قناة كل العائلة
المالك:	مجمع الشروق للإعلام والنشر
المدير:	رشيد فضيل
تاريخ التأسيس:	2012
البلد:	الجزائر
المقر الرسمي:	القبة، الجزائر العاصمة
المقر الاجتماعي:	عمان، الأردن
مناطق البث:	شمال إفريقيا
الترددات:	نايل سات, SD التردد: 11033 / نايل سات, HD التردد
	10921:
تاريخ أول بث :	6مارس 2012

تاريخ آخر بث:	حتى الآن
ساعات البث:	24 / 24 ساعة
باقية الشروق(القنوات الأخرى):	الشروق نيوز

الشروق tv هي قناة عامة حيث تبث برامج في شتى المجالات مثل الأخبار والرياضة والبيئة وغيرها...، وهي إحدى أهم القنوات الجزائرية التي اكتسبت شعبية كبيرة منذ انطلاقتها الرسمي يوم 15 مارس 2012.

2. بطاقة تقنية للتعريف بالبرنامج

الاسم:	Green mag
القناة التي يبث فيها البرنامج:	قناة الشروق tv
مقدمة البرنامج:	حسيبة البعيدان
طبيعة البرنامج:	مسجل
يوم البث:	يوم السبت

برنامج(Greenmag)مجلة بيئية تبث على قناة الشروق العامة، هدفها تحسيس الجمهور العام حول أهم القضايا البيئية وتوجيه سلوكهم البيئي وخلق وعي بيئي لديهم، بالإضافة إلى لفت انتباه السلطات إلى أهم المشاكل التي تهدد البيئة بمكوناتها في الجزائر.

3. عرض وتحليل النتائج الخاصة بفئات المضمون

الجدول رقم 2: يمثل فئة المواضيع

الرقم	طبيعة البرنامج	التكرارات	نسبتها
1	شفافية والتوعية البيئي في المجتمع	17	17.34 %
2	النظافة و جمال الطبيعة	12	12.24 %
3	علاقة البيئة السليمة بصحة الإنسان	18	18.36 %
4	معلومات بيئية مختلفة	25	25.51 %
5	التلوث البيئي بأنواعه	12	12.24 %
6	مشاريع خاصة صديقة للبيئة	14	14.28 %
	المجموع	100	100 %

الجدول أعلاه يبرز المواضيع التي تم انتقائها وفقا عينه الدراسة إذ جاء في المرتبة الأولى موضوع معلومات

بيئية مختلفة بنسبة 25.51%، وتليها في المرتبة الثانية موضوع علاقة البيئة السليمة بصحة الإنسان بنسبة

18.36%، أما المرتبة الثالثة فكانت لموضوع الثقافة والوعي البيئي في المجتمع بنسبة 17.34%، ويليه في المرتبة

الرابعة موضوع مشاريع خاصة صديقة للبيئة بنسبة 14.28%، وأخيرا تتعادل النسبة في موضوع النظافة وجمال

الطبيعة وموضوع التلوث البيئي بأنواعه بنسبة 12.24%.

من خلال نتائج التحليل لفئة المواضيع يمكن ملاحظة أن طبيعة المواضيع المعالجة في برنامج (Green

mag) ركزت على البيئة بمختلف مجالاتها، حيث إن موضوع الثقافة البيئية في المجتمع يسعى إلى تكوين القيم

II. الإطار التطبيقي للدراسة:

والاتجاهات والمهارات التي تنظم سلوك الأفراد وتمكنهم من المساهمة الحقيقية و الفعالة في حماية البيئة و حل مشكلاتها، أما بالنسبة لموضوع النظافة و جمال الطبيعة و موضوع علاقة البيئة السليمة بصحة الإنسان، فهذا يتطلب زيادة الوعي البيئي عند أفراد المجتمع بمختلف أجناسهم للحصول على محيط نظيف و مخضر و سليم ، أما موضوع التلوث البيئي و تقديم المعلومات البيئية ماهي إلا أسلوب للتحذير من مخاطر انتشار التلوث و أضراره على صحة الإنسان و الحيوان و النبات ، كما تم تقديم المعلومات البيئية لزيادة الثقافة البيئية عند المشاهد ، كما ركز البرنامج على إبراز المشاريع الخاصة الناجحة لرسم الفكرة عند الشباب و الاقتداء بها مستقبلا.

الجدول رقم 3: يمثل فئة الشخصيات الفاعلة:

الرقم	الشخصيات الفاعلة	التكرارات	نسبتها
1	الشخصيات المسؤولة لهيئات رسمية	7	7 %
2	الشخصيات النموذجية	20	20 %
3	أصحاب المشاريع الخاصة	30	30 %
4	الشخصيات العامة	43	43 %
	المجموع	100	100 %

الجدول أعلاه يبرز لنا الأشخاص الفاعلين في برنامج حيث نجد في المرتبة الأولى الشخصيات العامة بنسبة 43% وفي المرتبة الثانية نجد أصحاب المشاريع الخاصة بنسبة 30% ثم تليها الشخصيات النموذجية بنسبة 20% وفي المرتبة الأخيرة الشخصيات المسؤولة لهيئات رسمية بنسبة 7% وهنا نلاحظ تفاوت النسب. من خلال نتائج التحليل لفئة الشخصيات الفاعلة نلاحظ أن البرنامج يسلط الضوء على الشخصيات الفعالة في المجتمع وبالتالي كانت الشخصيات العامة من ركز عليها البرنامج، خاصة أصحاب المشاريع الخاصة التي تدعم

البيئة بشكل ايجابي، إما بالنسبة للشخصيات النموذجية والتي تمثلت في الرياضيين والمهندسين والخبراء... وغيرها شخصيات لها بصمة ايجابية داعمة للبيئة في، وكان للهيئات الرسمية دورا في المشاركة ولو أنها بنسبة ضعيفة حيث، يتضح لنا عبر هذا الجدول أن الشخصيات باختلافها سعت إلى تطبيق وتجسيد أهداف البرنامج.

الجدول رقم4: فئة الجمهور المستهدف

الرقم	الجمهور المستهدف	التكرارات	نسبتها
1	الهيئات الرسمية	24	24.24 %
2	المواطنين بصفة عامة	40	40.40 %
3	المختصين والباحثين	35	35.35 %
	المجموع	99	99.99 %

الجدول أعلاه يبرز الجمهور الذي وجه له البرنامج (Green mag) حيث أن المرتبة الأولى كانت

للمواطنين بصفة عامة بنسبة 40.40%، يليها في المرتبة الثانية المختصين والباحثين بنسبة 35.35%، إما المرتبة الأخيرة فكانت للهيئات الرسمية بنسبة 24.24%.

من خلال نتائج التحليل لفئة الجمهور المستهدف نلاحظ أن البرنامج ركز على المواطنين بصفة عامة

باختلاف أجناسهم ومستوياتهم لترسيخ الثقافة البيئية داخل أوساط المجتمع أما بالنسبة للمختصين والباحثين فهناك

دراسات وأبحاث تم عرضها في البرنامج تستهدف الباحثين في المجال البيئي كما إن الشخصيات الفاعلة في

البرنامج كان لها مطالب بتوفير التسهيلات اللازمة لنجاح لمشاريعهم واستهدفوا بذلك الهيئات الرسمية في البلاد.

الجدول رقم 5: فئة المفاهيم المستخدمة

الرقم	المفاهيم المستخدمة	التكرارات	نسبتها
1	المفاهيم البيئية	27	27.27 %
2	المفاهيم الصحية	18	18.18 %
3	المفاهيم الاقتصادية	14	14.14 %
4	المفاهيم الاجتماعية	10	10.10 %
5	المفاهيم الأخرى	30	30.30 %
	المجموع	99	99.99 %

الجدول أعلاه يبرز لنا المفاهيم المستخدمة في برنامج (Green mag) حيث أن المرتبة الأولى كانت

للمفاهيم العامة التي تم استخدامها بنسبة 30.30%، تليها في المرتبة الثانية المفاهيم البيئية بنسبة 27.27% وفي

المرتبة الرابعة المفاهيم الصحية بنسبة 18.18%، تليها في المرتبة الخامسة المفاهيم الاقتصادية بنسبة 14.14%،

أما المرتبة السادسة والأخيرة كانت للمفاهيم الاجتماعية بنسبة 10.10%

من خلال نتائج التحليل لفئة المفاهيم المستخدمة نلاحظ أن تعدد المواضيع المعالجة في البرنامج أضفى بهذا

الكم الهائل من المصطلحات، حيث انه ركز على المفاهيم والمصطلحات البيئية أكثر، كما قدم البرنامج العديد من

الإرشادات والنصائح الصحية وهذا يشير إلى استخدام المفاهيم الصحية كما أن البرنامج عالج وألقى نظرة على

المشاريع باختلافها حيث تم استخدام المفاهيم الاقتصادية في طرحه لهذه المشاريع، أما بالنسبة للمفاهيم الاجتماعية

فالبرنامج يقدم إرشادات ونصائح لترسيخ الثقافة البيئية داخل المجتمع.

الجدول رقم 6: فئة أهداف البرنامج

الرقم	أهداف البرنامج	التكرارات	نسبتها
1	ترسيخ الثقافة البيئية	22	22.22 %
2	تنوير التوعية البيئية	20	20.20 %
3	الرسائل الإيجابية الداعمة للبيئة	26	26.26 %
4	أهداف أخرى	30	30.30 %
	المجموع	98	99.99 %

الجدول أعلاه يبرز لنا فئة أهداف برنامج (Green mag) حيث نجد في المرتبة الأولى الأهداف العامة

والمتمثلة في إحاطة بالمعلومات بيئية جديدة، ترشيد المواطنين لاقتناء منتوجات طبيعية.... وغيرها من الأهداف

بنسبة 30.3%، تليها في المرتبة الثانية الرسائل الإيجابية الداعمة للبيئة بنسبة 26.26% وفي المرتبة الثالثة هدف

ترسيخ الثقافة البيئية بنسبة 22.22%، تليها في المرتبة الأخيرة هدف تنوير التوعية البيئية بنسبة 20.2%.

من خلال نتائج التحليل لفئة أهداف البرنامج نلاحظ أن البرنامج سعى لتحقيق الأهداف المنشودة والمتمثلة

في ترسيخ الثقافة البيئية داخل المجتمع باختلاف أجناسه ومستوياته، كما ركز على تنوير التوعية البيئية وذلك من

خلال توعية المجتمع بمخاطر التلوث البيئي ما ينجم عنه من أضرار لمحيط وصحة الإنسان كما عمل البرنامج على

تزويد المشاهد بالرسائل الإيجابية الداعمة للبيئة لإعطاء نفس جديدة وإدخال الثقافة البيئية في أوساط المجتمع،

عمل البرنامج كذلك على العديد من الأهداف كترشيد المواطنين لاقتناء منتوجات طبيعية وإحاطته بمعلومات بيئية

جديدة وغيرها من الأهداف.

الجدول رقم 7: الإستمالات الإقناعية

الرقم	الإستمالات الإقناعية	التكرارات	نسبتها
1	لفت انتباه المشاهد	21	21.21 %
2	الأمثلة الواقعية	24	24.24 %
3	العبارات الجذابة	19	19.19 %
4	المصادر الموثوقة	19	19.19 %
5	التحذير والتهديد	15	15.15 %
	المجموع	98	99.99 %

الجدول أعلاه يبرز لنا فئة الإستمالات الإقناعية في البرنامج حيث نجد في المرتبة الأولى استمالة الأمثلة الواقعية بنسبة 24.48%، ليها في المرتبة الثانية استمالة لفت انتباه المشاهد بنسبة 21.42% وفي المرتبة الثالثة كل من استمالة العبارات الجذابة والمصادر الموثوقة بنفس النسبة والتي تقدر ب 19.38%، وفي المرتبة الأخيرة استمالة التحذير والتهديد بنسبة 15.30%.

من خلال نتائج التحليل لفئة الإستمالات الإقناعية نلاحظ أن البرنامج عمل على إبراز الأمثلة الواقعية والمتمثلة في أصحاب المشاريع والعمال وغيرهم كما تم استخدام العبارات الجذابة لإعطاء لمسة سحرية في التقديم وطرح أفكار البرنامج بطريقة سلسلة وللفت انتباه المشاهد وتحقيق رسالة البرنامج ألا وهي ترسيخ الثقافة البيئية داخل المجتمع كما تم استخدام أسلوب التحذير والتهديد من المخاطر التي قد تؤثر بشكل سلبي على البيئة والإنسان والحيوان والنبات.

4. النتائج الجزئية الخاصة بفئات المضمون

- تعددت المواضيع المطروحة ضمن برنامج (Green mag) ففي عينة الدراسة تم التطرق إلى موضوع الثقافة والوعي البيئي في المجتمع، النظافة وجمال الطبيعة، المشاريع الخاصة صديقة البيئة... وغيرها من المواضيع.
- تعددت الشخصيات الفاعلة في البرنامج بين أصحاب مشاريع خاصة ناجحة وذات بصمة إيجابية في المجتمع وشخصيات عامه متمثلة في المواطنين بمختلف أجناسهم، الشخصيات النموذجية هم أشخاص ذو مستوى راقي تمثلت في مهندس، مدير شركة، خبير، وغيرها أما الشخصيات المسئولة فتمثلت في مديرة الوكالة الوطنية للنفايات... وغيرها.
- يستهدف البرنامج المجتمع بمختلف أجناسه ومستوياته بداية من المواطنين بصفة عامة ثم المختصين والباحثين وصولاً للهيئات الرسمية.
- تعددت المفاهيم والمصطلحات في البرنامج كونه برنامج بيئي فقد اعتمد في الغالب على المفاهيم البيئية والصحية وتم الإشارة إلى المفاهيم الاقتصادية والاجتماعية في بعض الحلقات.
- يهدف البرنامج لتحقيق العديد من الأهداف منها ترسيخ الثقافة البيئية وتنوير التوعية البيئية وبعث الرسائل الإيجابية للمحافظة على البيئة السليمة.
- اعتمد البرنامج على أسلوب جديد للفت انتباه المشاهد وذلك باستخدام الأمثلة الواقعية والعبارات الجذابة والاعتماد على المصادر الموثوقة في المعلومات المقدمة.
- كما أنه اعتمد على أسلوب التحذير من بعض المخاطر التي تهدد سلامة البيئة.

5. عرض وتحليل النتائج الخاصة بفئات الشكل:

الجدول رقم 8: فئة النصائح المقدمة

الرقم	النصائح المقدمة	التكرارات	نسبتها
1	الاهتمام بالبيئة و ترسيخ الثقافة البيئية	42	42 %
2	حث الشباب لإنشاء مشاريع خاصة	10	10 %
3	إرشادات صحية	43	43 %
4	الحث على تغيير السلوك	5	5 %
	المجموع	100	100 %

الجدول أعلاه يبرز النصائح المقدمة في برنامج (Green mag) وفق عينة الدراسة، إذ جاء في المرتبة الأولى

إرشادات صحية بنسبة 43%، تليها في المرتبة الثانية نصيحة الاهتمام بالبيئة و ترسيخ الثقافة البيئية بنسبة

42% وفي المرتبة الثالثة حث الشباب لإنشاء مشاريع خاصة بنسبة 10% وفي المرتبة الرابعة والأخيرة الحث على

تغيير السلوك بنسبة 5%.

من خلال نتائج التحليل لفئة النصائح المقدمة يمكن ملاحظة أن البرنامج ركّز على الإرشادات الصحية وذلك من

خلال تقديم النصائح والتوجيهات للحفاظ على سلامة جسم الإنسان، أما فيما يخص البيئة فإن البرنامج عمل على

إرشاد المجتمع للاهتمام بالبيئة وذلك من خلال ترسيخ الثقافة والتوعية البيئية داخل المجتمع، كما تم عرض مشاريع

خاصة ناجحة صديقة للبيئة وذلك من اجل حث الشباب لإنشاء مشاريع خاصة و تغيير العادات والسلوكيات السيئة.

الجدول رقم 9: فئة اللغة المستخدمة

الرقم	اللغة المستخدمة	التكرارات	نسبتها
1	اللغة العربية الفصحى	62	62 %
2	اللهجة العامية	30	30 %
3	لغات أخرى	8	8 %
	المجموع	100	100 %

الجدول أعلاه يبرز فئة اللغة المستخدمة في برنامج (Green mag) حيث نجد في المرتبة الأولى اللغة العربية

الفصحى بنسبة 62%، تليها في المرتبة الثانية اللهجة العامية بنسبة 30% وفي المرتبة الأخيرة اللغات الأخرى المستخدمة بنسبة 8%.

من خلال نتائج التحليل لفئة اللغة المستخدمة نلاحظ أن مقدمة البرنامج وبعض الضيوف تكلموا باللغة

العربية الفصحى وهذا راجع إلى الاهتمام باللغة العربية الفصحى في المجتمع الجزائري، و بهدف استقطاب فئة

كبيرة من المشاهدين بالإضافة إلى ارتباط هذه المفاهيم بقضايا وموضوعات ذات علاقة بالمجال العلمي أما اللهجة

العامية نجدها بكثرة في المقابلات التي أجرتها مقدمة البرنامج مع الضيوف كما تم استخدام بعض المصطلحات

باللغات الأخرى حيث تختلف من مصطلحات علمية وعامية.

الجدول رقم 10: فئة القوالب الفنية

الرقم	القوالب الفنية	التكرارات	نسبتها
1	بورترى تلفزيوني	15	15 %
2	ريبورتاج تلفزيوني	10	10 %
3	مقابلة تلفزيونية	75	75 %
	المجموع	100	100 %

الجدول أعلاه يبرز القوالب الفنية المستخدمة في برنامج (Green mag) حيث أن القالب الفني الأكثر استخداما هو المقابلة التلفزيونية بنسبة 75%، تليها في المرتبة الثانية البورترى التلفزيوني بنسبة 15% وفي المرتبة الثالثة والأخيرة الريبورتاج التلفزيوني بنسبة 10%.

من خلال نتائج التحليل لفئة القوالب الفنية نلاحظ أن برنامج (Green mag) وفق لعينة الدراسة قد اعتمد على المقابلات التلفزيونية بشكل كبير وهذا لأهميتها في إيصال الفكرة الصحيحة ولفت انتباه المشاهد حيث اختلف الضيوف بين مواطنين وأصحاب مشاريع وخبراء وغيرهم، كما تم استخدام البورترى التلفزيوني في ركن بيئون وذلك من اجل نقل الواقع وجمال الطبيعة في الجزائر، وتم كذلك استخدام الريبورتاج التلفزيوني لما له من دور كبير في نقل الأحداث والصور الواقع للمشاهدين.

الجدول رقم 11: فئة أساليب الانتقال في البرنامج

الرقم	أساليب الانتقال في البرنامج	التكرارات	نسبتها
1	جينغل	85	85 %
2	موسيقى	13	13 %
3	حديث	2	2 %
	المجموع	100	100 %

الجدول أعلاه يبرز لنا فئة أساليب الانتقال في البرنامج حيث نجد في المرتبة الأولى جينغل بنسبة 85%، تليه في المرتبة الثانية الموسيقى بنسبة 13% وفي المرتبة الثالثة الحديث بنسبة 2%.

من خلال نتائج التحليل لفئة أساليب الانتقال في برنامج (Green mag) يتضح لنا انه في الغالب كان الانتقال بالجينغل الذي يتمثل في -Logo- القناة حيث يحتوي على اسم البرنامج ومصمم باللون الأبيض والأخضر للدلالة على نظافة المحيط وسلامة البيئة، يتم استخدام هذا الأسلوب في الانتقال من ركن إلى ركن آخر كما تم استخدام الموسيقى في بعض الانتقالات، أما الحديث فكان الانتقال به في مرات معدودة فقط.

الجدول رقم 12: فئة طبيعة تصوير البرنامج

الرقم	طبيعة تصوير البرنامج	التكرارات	نسبتها
1	الاستوديو	30	30 %
2	الفضاء المفتوح	70	70 %
	المجموع	100	100 %

II. الإطار التطبيقي للدراسة:

الجدول أعلاه يبرز لنا فئة طبيعة تصوير البرنامج وفق عينة الدراسة، حيث نجد في المرتبة الأولى الفضاء المفتوح بنسبة 70% تليها في المرتبة الثانية الأستوديو بنسبة 30%.

من خلال نتائج التحليل لفئة تصوير البرنامج يتضح لنا انه اعتمد البرنامج في الغالب على التصوير في الفضاء المفتوح وهذا راجع لطبيعة البرنامج وأركانه التي تعتمد على نقل الواقع للمشاهد، أما الأستوديو فكان لتقدم الصحفية للبرنامج وعند الانتقال من ركن إلى ركن كذلك في نهاية البرنامج.

الجدول رقم 13: فئة طريقة الجلوس

الرقم	طريقة الجلوس	التكرارات	نسبتها
1	الجلوس بطريقة معتدلة	40	40%
2	الجلوس بطريقة عشوائية	60	60%
	المجموع	100	100%

الجدول أعلاه يبرز لنا فئة طريقة الجلوس في البرنامج وفق عينة الدراسة ، حيث نجد في المرتبة الأولى الجلوس بطريقة عشوائية بنسبة 60%، وفي المرتبة الثانية نجد الجلوس بطريقة معتدلة بنسبة 40%.

من خلال نتائج التحليل لفئة طريقة الجلوس نلاحظ أن الصحفية في أغلب إطلالتها كانت طريقة جلوسها معتدلة فالتصوير داخل الأستوديو يعتمد على ضوابط يجب مراعاتها، ولطبيعة البرنامج التي تعتمد على التصوير الخارجي كان ضيوف البرنامج يجلسون بطريقة عشوائية بدون بروتوكولات لأن البرنامج يعمل على نقل الواقع للمشاهدين.

الجدول رقم 14: فئة الموسيقى

الرقم	الموسيقى	التكرارات	نسبتها
1	موسيقى هادئة	70	70 %
2	موسيقى صاحبة	30	30 %
	المجموع	100	100 %

الجدول أعلاه يبرز لنا فئة الموسيقى في البرنامج وفق عينة الدراسة، حيث نجد في المرتبة الأولى الموسيقى

الهادئة بنسبة 70% وفي المرتبة الثانية الموسيقى الصاخبة بنسبة 30%.

من خلال نتائج التحليل لفئة الموسيقى المستخدمة في البرنامج نلاحظ أنه تم الاعتماد على الموسيقى الهادئة

وذلك عند تقديم الصحفية، أما بالنسبة للموسيقى الصاخبة فكانت تسمع في الجينغل.

الجدول رقم 15: المؤثرات الصوتية

الرقم	المؤثرات الصوتية	التكرارات	نسبتها
1	الأصوات الخارجية	31	31.31 %
2	الأصوات الطبيعية	14	14.14 %
3	الأصوات المعدلة	54	54.54 %
	المجموع	100	100 %

II. الإطار التطبيقي للدراسة:

الجدول أعلاه يبرز لنا فئة المؤثرات الصوتية في برنامج Greenmag- وفق عينة الدراسة حيث نجد في المرتبة الأولى أصوات معدلة بنسبة 54.54% وفي المرتبة الثانية الأصوات الخارجية بنسبة 31.31% تليها في المرتبة الثالثة الأصوات الطبيعية بنسبة 14.14%

من خلال نتائج التحليل لفئة المؤثرات الصوتية نلاحظ أن الأصوات من داخل الاستوديو كانت معدلة نظرا لطبيعة الاستوديو، أما الأصوات الخارجية والمتمثلة في أصوات السيارات والدرجات النارية وغيرها من الأصوات يرجع هذا لطبيعة التصوير خارج الاستوديو، الأصوات الطبيعية والمتمثلة في صوت تحرير المياه وزفرقة العصافير هي أصوات توشي بجمال الطبيعة وسحرها.

الجدول رقم 16: فئة الألوان

الرقم	الألوان	التكرارات	نسبتها
1	الفاتحة	13	12.26%
2	الداكنة	36	33.96%
3	المزوجة	57	53.77%
	المجموع	106	99.99%

الجدول أعلاه يبرز لنا فئة الألوان المستخدمة في برنامج (Green mag) وفق عينة الدراسة، في المرتبة الأولى نجد الألوان المزوجة بين الداكن والفاتح بنسبة 53.77% تليها في المرتبة الثانية الألوان الداكنة بنسبة 33.96% وفي المرتبة الأخيرة الألوان الفاتحة بنسبة 12.26%

من خلال نتائج التحليل لفئة الألوان المستخدمة في البرنامج نلاحظ أن طريقة عرض البرنامج تعتمد على الصور والفيديوهات تختلف حسب طبيعة الموضوع، في الغالب تكون الألوان مزوجة بين الداكن والفاتح وفي

بعض الحلقات كالتالي تم عرض فيها إعادة ورسكلة النفايات والعجلات المستخدمة كانت الألوان الداكنة تغلب على عرض الصور والفيديوهات، أما في تصوير المناظر الطبيعية الخلابه فكانت بعض الصور تحتوي على الألوان الفاتحة.

6. النتائج الجزئية الخاصة بفئات الشكل:

تعددت النصائح المقدمة في البرنامج كونه يعتمد على ترسيخ الثقافة البيئية داخل المجتمع، عمل البرنامج على حث الشباب لإنشاء مشاريع خاصة والاهتمام والحفاظ على البيئة كما قدم البرنامج إرشادات صحية والحث على تغيير السلوك السليبي. اعتمد البرنامج على اللغة العربية الفصحى وهذا راجع للاهتمام باللغة العربية في المجتمع، كما اعتمد على اللهجة العامية كونه برنامج اجتماعي موجه لعمامة الناس.

- تعددت القوالب الفنية في البرنامج من بورترى تلفزيوني وريپورتاج تلفزيوني و مقابلات تلفزيونية، لكن تم الاعتماد على المقابلات التلفزيونية بكثرة من اجل إيصال رسالة البرنامج للمشاهد.

- اعتمد البرنامج في الغالب على جينغل في الانتقال من ركن إلى ركن في كل حلقة كما تم استخدام الموسيقى والحديث في بعض الأحيان.

- تم الاعتماد على تقديم بداية كل ركن في البرنامج داخل الأستوديو، ونهاية الحلقة في الأستوديو وتم تصوير اغلب أركان البرنامج في الفضاء المفتوح.

- طريقة جلوس المنشطة البرنامج كانت في أغلب الحلقات تجلس بطريقة معتدلة أما الضيوف فكانت طريقة جلوسهم عشوائية.

- اعتمد البرنامج على الموسيقى بشكل كبير حيث ترافق الموسيقى الهادئة صوت الصحفية بينما في الفواصل تأتي الموسيقى الصاخبة.

- تعددت المؤثرات الصوتية في البرنامج من أصوات خارجية تتمثل في صوت السيارات وغيرها وأصوات طبيعية تتمثل في خرير المياه وزقزقة العصفير، أما الأصوات المعدلة فكانت تتمثل في صوت الصحفية.
- اعتمد البرنامج على مزيج متنوع من الألوان يختلط بين الفاتح والداكن.

7. النتائج العامة:

استنادا إلى تحليل البيانات وتفسيرها، يمكننا صياغة النتائج العامة للدراسة فيما يلي:

- عالج البرنامج مجموعة من المواضيع تمثلت في: علاقة البيئة السليمة بصحة الإنسان، الثقافة والوعي البيئي في المجتمع، النظافة وجمال الطبيعة، مشاريع خاصة صديقة للبيئة، كلها مواضيع تخدم المجتمع، إذ أن البرنامج من خلال حلقاته عمل على إظهار الصورة التي تعكس ثقافة ووعي المجتمع تجاه البيئة.
- عرض البرنامج مجموعة من الشخصيات الفاعلة تمثلت في: الشخصيات العامة، أصحاب المشاريع الخاصة، الشخصيات النموذجية، شخصيات مسؤولة لهيئات رسمية، كل هذه الشخصيات لعبت دورا فعالا في نجاح البرنامج وكانت همزة وصل بين البرنامج ومنتبعي البرنامج كما سعت هذه الشخصيات في تحقيق هدف البرنامج.
- استخدم البرنامج مجموعة من المؤثرات الصوتية تمثلت في الأصوات الخارجية، الأصوات الطبيعية والأصوات المعدلة وذلك للتأثير في المتلقي ولإيصال الفكرة كما هي لعامة الجمهور ولتحسيد الواقع المعاش.
- اعتمد البرنامج على اللغة العربية لأهميتها ومكانتها في المجتمع كما انه اعتمد كذلك على اللهجة العامية بكثرة وذلك لإيصال فكرة المواضيع المطروحة لعامة المتابعين.
- استخدم البرنامج العديد من المفاهيم التي تختلف باختلاف الموضوع المعالج ما يفسر أن معانيها ومضامينها مرتبطة بما يتلاءم وطبيعة الموضوع.
- يهدف البرنامج إلى ترسيخ الثقافة البيئية في أوساط المجتمع وذلك من خلال التوعية بالمخاطر التي تحيط بالبيئة وكيفية الحفاظ عليها.

II. الإطار التطبيقي للدراسة:

- ركز البرنامج على القوالب الصحفية لعرض القضايا البيئية، تمثلت في بورتري تلفزيوني ومقابلات تلفزيونية متعددة وذلك من أجل ترسيخ الثقافة البيئية للمتابعين.
- ساهم برنامج -Green mag- في إكساب الفرد نظرة ايجابية للبيئة، وذلك من خلال نقل الواقع البيئي بصورة جميلة تلفت نظر المشاهد في نفس الوقت تجسد له روح الحفاظ على البيئة من مخاطر المحيطة بها.
- عمل البرنامج على إعطاء حلول للمشكلات البيئية المختلفة وذلك من خلال تسليط الضوء على المشاريع الخاصة التي تدعم البيئة وتحافظ عليها.

الختامة

من خلال دراستنا هذه نرى أن الإعلام الجزائري سلط الضوء على الإعلام البيئي وذلك من خلال إنتاجه وبثه للبرامج البيئية التي تعكس واقع البيئة بالجزائر ,حيث أحدثت هذه البرامج تغيير فارق من خلال مصداقيتها لدى المشاهد.

فالإعلام البيئي مهم بل وأساسي لإيجاد وعي بيئي من خلال استغلال وسائل الإعلام في زيادة وعي المجتمع بالمشكلات البيئية والوصول إلى ترشيد السلوك البيئي في تعامل الإنسان مع محيطه , وهو ما يجب إن يستند إلى المعرفة التي لن تأتي إلا من خلال المعلومات الصحيحة التي يجب تزويد الإعلاميين بها حتى يتم نشر المعلومة الصحيحة بدل نشر الإشاعات التي قد تثير الهلع، على المسؤولين عن البيئة تعزيز التعاون بشكل كبير مع وسائل الإعلام من خلال التنسيق المشترك للإبراز مسيرة العمل في مجال البيئة ، و تنظيم دورات تدريبية هدفها تأهيل الإعلاميين و نشر الثقافة البيئية بين أوساط الصحفيين و تعريفهم بدور الإعلام في نشر الثقافة البيئية و الوعي البيئي بين أفراد المجتمع من خلال دراسات توعوية في مجال الإعلام البيئي .

قائمة المصادر والمراجع

أولاً: المعاجم:

1. جمال الدين ابن منظور: لسان العرب، ط1، دار المعارف، القاهرة، مصر.
2. ابن منظور: لسان العرب، الجزء التاسع، ط1، إحياء التراث العربي، بيروت، 1988.
3. ابن منظور: معجم لسان العرب، المجلد الأول، دار المعارف، القاهرة.
4. إبراهيم مذكور وآخرون: معجم العلوم الاجتماعية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1975.

ثانياً: الكتب

باللغة العربية:

1. عامر مصباح: منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، ط2، ديوان المطبوعات الجامعية، جامعة الجزائر، 2010.
2. إبراهيم إمام: الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، دار الفكر العربي، القاهرة، 1976.
3. تركية سايح: حماية البيئة في ظل التشريع الجزائري، ط1، مكتبة الوفاء القانونية، الإسكندرية، 2014.
4. جودت عزت عطوي: أساليب البحث العلمي، ط2 دار الثقافة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، 2015.
5. دياب رزق: مناهج البحث العلمي، مطبعة منصور، غزة، فلسطين، 2003.
6. رجي مصطفى عليان: طرق جمع البيانات والمعلومات لأغراض البحث العلمي، ط1، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2009.
7. رشدى أحمد طعيمة: تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، دار الفكر العربي، القاهرة، مصر، 2004.
8. علي عبد الفتاح كنعان: الإعلام البيئي، الطبعة العربية، دار اليازوري العلمية، عمان، 2014.
9. فيصل بوخالفة: الجريمة البيئية وسبل مكافحتها في التشريع الجزائري، ط1، دار ألفا للوثائق، عمان، الأردن، 2021.
10. محمد إبراهيم خاطر: الإعلام والتوعية البيئية، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2016.
11. حمد طه بدوي: المنهج في علم السياسة، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، 2009.

12. محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، ط1، القاهرة، 2000.
13. محمد عبيدات وآخرون: منهجية البحث العلمي، ط2، دار وائل، عمان، 1999.
14. محمد منير حجاب: الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية، ط3، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2000.
15. محمود حسن إسماعيل: منهج البحث الإعلامي، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 2011.
16. منال هلال الماهرة: بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، دار كنوز المعرفة للنشر والتوزيع، عمان، 2010.
17. موريس أنجرس: منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية، ط1، دار الجسور للنشر والتوزيع، الجزائر، 2003.
18. ناصر قاسمي: مصطلحات أساسية في علم اجتماع الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2017.
19. وائل عبد الله محمد وريم أحمد عبد العظيم: تحليل محتوى المنهج في العلوم الإنسانية، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان، 2012.
20. وجيه محبوب: أصول البحث العلمي ومناهجه، ط2، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2005.
21. وسف تمار: أصول تحليل المضمون وتقنياته، ديوان المطبوعات الجامعية، 2017.
22. يوسف تمار: تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، ط1، طاكسيج كوم للدراسات والنشر، الجزائر.
23. يوسف تمار: وحدات التحليل، جامعة الجزائر، 2019.

باللغة الفرنسية:

1. Grawiz Madeline: Méthodes des sciences Sociales, 8'eme édition, France, 1990.

باللغة الإنجليزية:

1. Runes: Dictionary of philosophies, Itemenethed by Ben yanier By A, C LONDON.

ثالثا: المجالات

1. باديس مجاني: دور الإعلام في نشر الوعي البيئي، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة باتنة، الجزائر، العدد 30 سبتمبر 2017.

رابعا: الملتقيات

1. عبد الرحمان عبد الله العوضي: دور وسائل الإعلام في نشر الوعي البيئي، سبل إنجاح سياسة إعلامية بيئية، ملتقى دور وسائل الإعلام في نشر الوعي البيئي، جامعة الدول العربية، القاهرة، 1993.

خامسا: المواقع الإلكترونية

- 1) tv.Echorouk onlin.com

الملاحق

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



تخصص: سمعي بصري - ماستر 02

استمارة تحليل المضمون حول موضوع

الإعلام البيئي ودوره في نشر الثقافة البيئية
دراسة تحليلية لبرنامج Green mag عبر قناة الشروق TV

إشراف الأستاذ:

أ. رابح صانع

إعداد الطالبة:

دباش عبير

السنة الجامعية

2023/2022

المحور الأول: البيانات العامة.

- | | |
|----|----------------------------|
| 01 | • اسم البرنامج |
| 02 | • تاريخ الحلقة |
| 03 | • المدة الزمنية |
| 04 | • وقت البث |
| 05 | • رابط الحلقة على اليوتيوب |

المحور الثاني: فئات المضمون.

(1) فئة النصائح المقدمة:

- | |
|----|
| 06 |
| 07 |
| 08 |
| 09 |

(2) فئة المواضيع :

- | |
|----|
| 10 |
| 11 |
| 12 |
| 13 |
| 14 |

15

(3) فئة الشخصيات الفاعلة:

16

17

18

19

(4) فئة الجمهور المستهدف:

20

21

22

(5) فئة المفاهيم المستخدمة:

23

24

25

26

27

(6) فئة أهداف البرنامج:

28

29

30

31

(7) فئة الاستمالات الاقناعية:

32

33

34

35

36

المحور الثالث: فئات الشكل

(1) فئة اللغة المستخدمة:

37

38

39

(2) فئة القوالب الفنية:

40

41

42

(3) فئة الموسيقى

43

44

(4) فئة المؤثرات الصوتية:

45

46

47

(5) فئة أساليب الانتقال في البرنامج:

48

49

50

(6) فئة طبيعة تصوير البرنامج:

51

52

(7) فئة الألوان:

53

54

55

(8) فئة طريقة الجلوس

56

57

دليل الاستمارة:

1. فئة النصائح المقدمة:

تشير المربعات (09/08/07/06) إلى فئة النصائح المقدمة في برنامج Green mag حيث إن المربع رقم 06 يشير إلى نصيحة الاهتمام بالبيئة وترسيخ الثقافة البيئية، أما المربع رقم 07 فيشير إلى حث الشباب لإنشاء مشاريع خاصة، أما المربع رقم 08 فيشير إلى الإرشادات الصحية، أما المربع رقم 09 فيشير إلى الحث على تغيير السلوك.

2. فئة المواضيع:

تشير المربعات (15/14/13/12/11/10) إلى فئة المواضيع المتناولة في برنامج Green mag، حيث أن المربع رقم 10 يشير إلى الثقافة والوعي البيئي في المجتمع، أما المربع رقم 11 فيشير إلى موضوع النظافة وجمال الطبيعة، أما المربع رقم 12 فيشير إلى موضوع علاقة البيئة السليمة بصحة الإنسان، أما المربع رقم 13 فيشير إلى معلومات بيئية مختلفة في حين أن المربع رقم 14 يشير إلى التلوث البيئي بأنواعه، أما المربع رقم 15 فيشير إلى موضوع مشاريع خاصة صديقة للبيئة.

3. فئة الشخصيات الفاعلة:

تشير المربعات (19/18/17/16) إلى فئة الشخصيات الفاعلة في البرنامج حيث أن المربع رقم 16 يمثل الشخصيات مسؤولة الهيئات الرسمية، والمربع رقم 17 يمثل الشخصيات النموذجية (خبراء، مؤطرين..)، ويشير المربع رقم 18 إلى أصحاب المشاريع الخاصة، في حين أن المربع رقم 19 يشير إلى الشخصيات العامة.

4. فئة الجمهور المستهدف:

تشير المربعات (22/21/20) إلى الجمهور الذي يستهدفه برنامج Green mag حيث أن المربع رقم 20 يشير إلى الهيئات الرسمية، والمربع رقم 21 يشير إلى المواطنين بصفة عامة، والمربع رقم 22 يشير إلى المختصين والباحثين البيئيين.

5. فئة المفاهيم المستخدمة:

تشير المربعات (27/26/25/24/23) إلى المفاهيم المستخدمة في برنامج Green mag حيث أن المربع رقم 23 يشير إلى المفاهيم البيئية، ويشير المربع رقم 24 إلى المفاهيم الصحية وأما المربع رقم 25 فيشير إلى المفاهيم الاقتصادية، ويشير المربع رقم 26 إلى المفاهيم الاجتماعية، ويشير المربع رقم 27 إلى المفاهيم الأخرى التي تم استخدامها.

6. فئة أهداف البرنامج:

تشير المربعات (31/30/29/28) إلى الأهداف التي يسعى برنامج (Green mag) إلى تحقيقها، فيشير المربع رقم 28 إلى ترسيخ الثقافة البيئية، ويشير المربع رقم 29 إلى تنوير التوعية البيئية، وأما المربع رقم 30 فيشير إلى الرسائل الإيجابية الداعمة للبيئة، في حين أن المربع رقم 31 فيشير إلى الأهداف الأخرى المراد تحقيقها.

7. الاستمالات الاقناعية:

تشير المربعات (36/35/34/33/32) إلى فئة الاستمالات الاقناعية المستخدمة، فيشير المربع رقم 32 إلى استمالة لفت انتباه المشاهد، ويشير المربع رقم 33 إلى استمالة الأمثلة الواقعية، ويشير المربع رقم 34 إلى استمالة العبارات الجذابة، أما المربع رقم 35 فيشير إلى استمالة المصادر الموثوقة، في حين أن المربع رقم 36 يشير التحذير والتهديد.

فئات الشكل:

1. فئة اللغة المستخدمة:

تشير المربعات (39/38/37) إلى اللغات المستخدمة في برنامج (Green mag) حيث يشير المربع رقم 37 إلى اللغة العربية الفصحى، ويشير المربع رقم 38 إلى اللهجة العامية، في حين يشير المربع 39 إلى اللغات الأخرى.

2. فئة القوالب الفنية:

تشير المربعات (42/41/40) إلى القوالب الفنية المستخدمة في برنامج (Green mag)، حيث يشير المربع رقم 40 إلى بورترى تلفزيوني، ويشير المربع رقم 41 إلى الريبورتاج التلفزيوني وأما المربع رقم 42 فيشير إلى المقابلة التلفزيونية.

3. فئة الموسيقى:

تشير المربعات (44/43) إلى فئة الموسيقى المستخدمة في برنامج (Green mag)، وحيث يشير المربع رقم 43 إلى الموسيقى الصاخبة، ويشير المربع رقم 44 إلى الموسيقى الهادئة.

4. فئة المؤثرات الصوتية:

تشير المربعات (47/46/45) إلى فئة المؤثرات الصوتية التي استخدمها البرنامج حيث أن المربع رقم 45 يشير إلى الأصوات الخارجية، والمربع رقم 46 يشير إلى الأصوات الطبيعية، أما المربع رقم 47 فيشير إلى الأصوات المعدلة.

5. فئة أساليب الانتقال في البرنامج

تشير المربعات (50/49/48) إلى أساليب الانتقال في برنامج (Green mag) حيث يشير المربع رقم 48 إلى استخدام جينغل، ويشير المربع رقم 49 إلى الموسيقى، ويشير المربع رقم 50 إلى الحديث.

6. فئة طبيعة التصوير:

تشير المربعات (52/51) إلى فئة طبيعة تصوير البرنامج حيث إن المربع رقم 51 يشير إلى التصوير في الاستوديو، أما المربع رقم 52 فيشير إلى التصوير في الفضاء المفتوح.

7. فئة الألوان:

تشير المربعات (55/54/53) إلى فئة الألوان في البرنامج حيث أن المربع رقم 53 يشير إلى الألوان الفاتحة، ويشير المربع رقم 54 إلى الألوان الداكنة، أما المربع رقم 55 فيشير إلى الألوان الممزوجة.

8. فئة طريقة الجلوس:

تشير المربعات (57/56) إلى فئة طريقة الجلوس في البرنامج حيث أن المربع رقم 56 يشير إلى الجلوس بطريقة عشوائية، ويشير المربع 57 إلى الجلوس بطريقة.

