



جامعة قاصدي مرباح - ورقلة-

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال

تخصص سمعي بصري

بعنوان :

التناول الاعلامي لصناع المحتوى على قناة النهار TV

دراسة تحليلية لعينة من اعداد برنامج اللقاء 360 درجة

مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال

تحت إشراف الاستاذ:

من اعداد طالبتين :

* أ.صانع رابح *

* جيهان الشاوش *

* نعيمة طواهري *

امام لجنة المناقشة المكونة من الأساتذة :

الاسم واللقب	الدرجة العلمية	جامعة	الصفة
كاوجة محمد الصغير		ورقلة	رئيسا
صانع رابح	استاذ مساعد (أ)	ورقلة	مشرفا ومقررا
تومي فضيلة		ورقلة	مناقشا

السنة الجامعية 2023/2022

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

"يَرْفَعُ اللَّهُ الَّذِينَ آمَنُوا

مِنْكُمْ

وَالَّذِينَ أُوتُوا الْعِلْمَ

دَرَجَاتٍ"

صَدَقَ اللَّهُ الْعَظِيمُ

الشكر

الحمد لله الذي وهب لنا نعمة العقل سبحانه والشكر له على نعمه وفضله وكرمه.

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

نعتر بكل خطواتنا رفيعين الجبين وعلى الأيادي المساعدة لنا وصلنا المسير فضلا من

الله العزيز القدير.

نتوجه بالشكر الى كل من قدم لنا يد العون والمساعدة في إنجاز هذه المذكرة، ونخص بالذكر الأستاذ المشرف " صانع رابح" الذي لم يبخلنا بالنصح والإرشاد من خلال إشرافه على عملنا خطوة بخطوة ، بكل جدية وتفاني.

كما نقدم جزيل الشكر والعرفان لكل أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة قاصدي مرباح ورقلة.

والى كل الأهل والأصدقاء القسم والى كل زملاء وزميلات في القسم كما نتوجه بجزيل الشكر إلى كل من ساهم في إنجاز هذه المذكرة وقدم لنا يد المساعدة من قريب أو بعيدبالقليل أو الكثير فالحمد لله الذي تتم بنعمته الصالحات

الاهداء

أهدي ثمرة نجاحي هذا للذين قال في حقهم الله عز وجل

في محكم تنزيله و وقضى ربك ألا تعبدوا إلا إياه وبالوالدين إحسانا إما يبلغا عندك الكبر أحدهما أو كلاهما فلا تقل لهما أف ولا تنهرهما وقل لهما قولا كريما
واخفض لهما جناح الذل من الرحمة وقل ربني ارحمهما كما ربياني صغيرا.

إلى من رفعت رأسي عاليا افتخارا به إلى من علمني الصبر والاجتهاد

إلى من وهب نفسه لسعادتنا " والدي الحبيب "

إلى من كانت أحن عليا من نفسي

إلى من بدعاتها تكسيني إلى من تعيش في روعي وكانت من الشهد روحها

ترويني "أمي الغالية"

إلى إخوتي وأخواتي الأعزاء كل باسمه

إلى كل الأهل والأقارب

إلى من سرنا سويا ونحن نشق الطريق معا نحو النجاح والإبداع

إلى من تكاتفنا يدا بيذا ونحن نقطف زهرة تعلمنا إلى صديقاتي رفيقات دربي

إلى من جمعني بهم دروب العلم والمعرفة طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال

شيماء * عائشة * سعيدة * كوثر * مروة .

إلى كل من ساعدني في هذا العمل من قريب أو من بعيد

إلى كل من كان لهم أثر على حياتي إلى كل من أحبهم قلبي ونسيهم قلبي.

ش. جيهان

إهداء

وقل اعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنين .
صدق الله العظيم.

إلى الوالدين الكريمين حفظهما الله ورعاهما
سندي في الحياة ومن أحمل اسمه بكل افتخار إلى
من كلفه الله بالهيبة والوقار والدي "الطاهر" وإلى
ملاكي في الحياة وكانت أحن عليا من نفسي إلى من
بدعائها تكسيني إلى من تعيش في روعي وكانت من
الشهد روحها ترويني أمي الغالية "الأبرش جدلة"
إلى جميع أحوالي وخالاتي وأعمامي وعماتي كل
باسمه.

إلى جميع إخوتي نصر الدين، عبد الجبار، عبد
العزیز، رانيا، أسماء

إلى صديقاتي شيماء وفاطمة وسلاف وزملائي
وزميلاتي في الدراسة.

طواهي نعيمة

ملخص الدراسة

تناولت هذه الدراسة موضوع "التناول الإعلامي لصناع المحتوى على قناة النهار TV دراسة تحليلية لعينة من اعداد برنامج "اللقاء 360 درجة" حيث تسعى إلى التعرف على كيفية معالجة برنامج اللقاء 360 درجة لصناع المحتوى معتمدين في ذلك على العينة القصدية لتحليل 4 أعداد تم اختيارهم بطريقة قصدية، وبهدف الإجابة على التساؤل الرئيسي اتبعنا المنهج الوصفي التحليلي الذي يقوم بوصف الظاهرة أو المشكلة المراد دراستها بحثها اعتماداً على أسلوب تحليل محتوى كأداة لجمع البيانات إلى جانب استمارة تحليل محتوى. وبناءاً على هذا قمنا بطرح التساؤل الرئيسي: كيف عالج برنامج اللقاء 360 درجة على قناة النهار TV الحلقات الخاصة لصناع المحتوى؟

ولقد خلصت الدراسة جملة من النتائج تتمثل في:

- أغلب الموضوعات التي تناولها برنامج اللقاء 360 درجة والتي جاءت ضمن صناع المحتوى تمثلت في التعرف على السير الذاتية لصناع المحتوى وكذا التعرف على اهم انجازاتهم والاهداف المستقبلية لكل صانع محتوى بالإضافة إلى أهم الصعوبات الذين تعرضوا إليها.
 - خصص برنامج اللقاء 360 درجة مدة زمنية لكل حلقة كما اعتمد هذا البرنامج على المزيج اللغوي بين العامية والعربية وذلك تماشياً مع خصائص الجمهور
- الكلمات المفتاحية:** تناول الإعلامي، صناع المحتوى، قناة النهار TV، برنامج اللقاء 360 درجة

Summary

This study dealt with the topic of "media coverage of content makers on Al-Nahar TV channel. An analytical study of a sample prepared by the "Meeting 360 Bike" program, as it seeks to identify how the 360 Bike program addresses content makers. Relying on the intentional sample to analyze 4 numbers that were chosen in an intentional way, and in order to answer the main question, we followed the descriptive analytical approach that describes the phenomenon or problem to be studied, depending on the method of content analysis as a tool for data collection, along with a content analysis form.

Based on this, we asked the main question: How did the Al-Liqa' 360 bike program on Al-Nahar TV deal with the content makers?

The study concluded a number of results, as follows:

- Most of the topics covered by the 360-cycle meeting program, which came within the content makers, consisted of getting to know the biographies of the content makers, as well as identifying their most important achievements and future goals for each content maker, in addition to the most important difficulties they faced.
- the 360 degree meeting program allocated a period of time for each episode. This program also relied on the linguistic mix between colloquial and Arabic, in line with the characteristics of the audience.

Keywords: media coverage, content makers, Al-Nahar TV channel

فهرس المحتويات

العنوان	الصفحة
الشكر	II.....
الاهداء	III.....
ملخص الدراسة	IV
Summary	V
فهرس المحتويات	VI
قائمة الجداول	VIII
قائمة الأشكال	IX

الإطار المنهجي

مقدمة	أ
1. إشكالية الدراسة وتساؤلاتها	4
2. أسباب اختيار الموضوع	5
3. اهداف الدراسة	6
4. أهمية الدراسة	6
5. تحديد مفاهيم الدراسة	7
6. منهج الدراسة	8
7. أدوات الدراسة	10.....

8. مجتمع البحث وعينة الدراسة.....13
9. مجالات الدراسة.....16
10. المقاربة النظرية للدراسة.....17
11. الدراسات السابقة و المشابهة20

الإطار التطبيقي

1. بطاقة فنية عن قناة النهار وبرنامج 360 درجة31
2. عرض وتحليل فئات الشكل والمضمون34
3. نتائج الجزئية لفئات الشكل و المضمون48
4. النتائج العامة للدراسة50
- الخاتمة52
- قائمة المراجع54
- قائمة الملاحق.....58

قائمة الجداول

- جدول 1 البيانات الأولية **Erreur ! Signet non défini.**
- جدول 2 فئة الزمن **Erreur ! Signet non défini.**
- جدول 3 فئة اللغة المستخدمة **Erreur ! Signet non défini.**
- جدول 4 فئة زوايا التصوير **Erreur ! Signet non défini.**
- جدول 5 فئة المؤثرات الصوتية **Erreur ! Signet non défini.**
- جدول 6 فئة طبيعة اللقطة **Erreur ! Signet non défini.**
- جدول 7 فئة الموضوع **Erreur ! Signet non défini.**
- جدول 8 فئة السلوكيات **Erreur ! Signet non défini.**
- جدول 9 فئة الشخصيات الفاعلة **Erreur ! Signet non défini.**
- جدول 10 فئة الاهداف **Erreur ! Signet non défini.**
- جدول 11 فئة الجمهور المستهدف **Erreur ! Signet non défini.**

قائمة الأشكال

- الشكل 1 دائرة نسبية توضح فئة الزمن..... **Erreur ! Signet non défini.**
- الشكل 2 دائرة نسبية توضح فئة اللغة المستخدمة..... **Erreur ! Signet non défini.**
- الشكل 3 دائرة نسبية توضح فئة زوايا التصوير..... **Erreur ! Signet non défini.**
- الشكل 4 دائرة نسبية توضح فئة المؤثرات الصوتية..... **Erreur ! Signet non défini.** 39
- الشكل 5 دائرة نسبية توضح فئة طبيعة اللقطة..... **Erreur ! Signet non défini.**
- الشكل 6 دائرة نسبية توضح فئة الموضوع..... **Erreur ! Signet non défini.**
- الشكل 7 دائرة نسبية توضح فئة السلوكيات..... **Erreur ! Signet non défini.**
- الشكل 8 دائرة نسبية توضح فئة الشخصيات الفاعلة... **Erreur ! Signet non défini.**
- الشكل 9 دائرة نسبية توضح فئة الأهداف..... **Erreur ! Signet non défini.**
- الشكل 10 دائرة نسبية توضح فئة الجمهور المستهدف. **Erreur ! Signet non défini.**

مقدمة

مقدمة

لقد تطورت وسائل الاعلام والاتصال ، وتعددت أنواعها ومجالاتها حتى أصبحت في عصرنا الحالي تتخطى الحواجز ، لتجعل من العالم قرية صغيرة يتعايش أفرادها بكل سهولة ، ذلك بفضل ما استحدثت من فتوحات علمية تكنولوجية في مجال الاتصالات السلكية واللاسلكية ، وتزايد حدة المنافسة بين الدول الصناعية الكبرى في مجال تطوير أجهزة الاتصال ارسالا واستقبالا ، وشعلت هذه المنافسة التلفزيون ، والتي هي ذات تأثير كبير في جماهير المتلقين ، المتباينين في اهتماماتهم وتوجهاتهم ومستوياتهم الفكرية والأكاديمية والاجتماعية .

تعد وسائل الاعلام المرئية والمسموعة مصدرا مهما من المصادر التوجيه والتثقيف والاعلام والتعليم في اي مجتمع ، خاصة في ظل العولمة الاتصالية ، وما تتميز به من رخم في البث الاذاعي والتلفزيوني ، وهو ماسهم في انهيار البعد الزماني والمكاني بين الثقافات والأمم ، اذ شكل الاعلام في واقعنا المعاصر ، وبين مدى الانتشار الواسع سواء الاذاعي أو الفضائي ، أو حتى المواقع الالكترونية على الشبكة العنكبوتية ، وتجاوزه لجميع الحدود وتغطية أقصى المسافات ، وأصبح أثره واضحا على كافة الأصعدة ، فهذا التطور عبر التاريخ لوسائل الاتصال وتكنولوجية الحديثة يظهر الحاجة الماسة لهذه الوسائل ، لإتصال الشعوب فيما بينها والتطلع الى الثقافات الأخرى.

ويلعب الاعلام دورا هاما ومزدوجا سواء على صعيد الدولي أو المحلي ، اذ يمكن على الهيمنة الكونية للغرب ، ويكون وسيلة لإحياء وانعاش الثقافات القومية والمساهمة في رقي وتطور المجتمعات النامية.

ويعد التلفزيون احدى وسائل الاعلام الجماهيري ، والتي حافظت على تأثيرها في المجتمعات رغم المنافسة الشديدة التي تفرضها عليها وسائل الاعلام الأخرى ، وقد تصدرت التلفزيون وسائل الاعلام الجماهيرية الأخرى ، باعتبارها وسيلة أكثر شعبية ، من خلال استهدافها لشرائح المجتمع المتعدد، وذلك باشتراك الباحثين والأدباء والكتاب والعلماء والأكاديميين والمستمعين في تقديم البرامج بأنواعها التي تعالج القضايا العامة والخاصة بالقضايا السياسية .

وبعد أن تعددت وسائل الاتصال بسبب تكنولوجيا المعلومات والعولمة ، لازلت التلفزيون ايجابية في جذب انتباه مشاهديها وجمهورها الخاص بها ، لاعتمادها على حاسة السمع البصر معا دون غيرها من الوسائل ، مما يجعلها الأكثر شيوعا بين الجمهور المستقبلين ، فالتلفزيون تخاطب جميع شرائح المجتمع دون النظر للمشاهد كونه متعلما أو مثقفا أو أميا.

فالتلفزيون كغيره من وسائل الاعلام الأخرى يسعى إلى تحقيق أهداف في جميع المجالات منها : (الاجتماعية والسياسية والاقتصادية والثقافية ...)، تعود الأثر على الفرد والمجتمع ، كالتربية والتوجيه والتوعية ، وتخص بالذكر في هذه الدراسة القضايا السياسية ، وهذا ما يجعل الدول النامية تهتم بهذا الجهاز وتسعى إلى تطويره .

من أجل معالجة هذا الموضوع تم تقسيم هذه الدراسة إلى فصلين الفصل الأول الإطار المنهجي والفصل الثاني التطبيقي

بالنسبة للإطار المنهجي الذي يتكون من إشكالية الدراسة تساؤلات الدراسة وبعدها اسباب اختيار الموضوع وأهداف الدراسة فأهمية الدراسة ويليها مفاهيم الدراسة ومنهج الدراسة و أدوات الدراسة ومجتمع البحث مع عينة الدراسة ومجالات الدراسة وفي الاخير نظرية التي تخدم الدراسة.

اما بالنسبة للجانب التطبيقي فقمنا بتحليل محتوى بعض فيديوهات لقناة النهار قمنا بتحليل وتفسير النتائج المتحصل عليها في شكل جداول دوائر ثم توصلنا لمجموعة من النتائج لدراسة.

الإطار المنهجي

- 1: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
- 2: أسباب اختيار الموضوع
- 3: أهداف الدراسة
- 4: أهمية الدراسة
- 5: تحديد مفاهيم الدراسة
- 6: منهج الدراسة
- 7: أدوات الدراسة
- 8 : مجتمع البحث وعينة الدراسة
- 9 : مجالات الدراسة
- 10: المقاربة النظرية للدراسة
- 11: الدراسات السابقة والمثابرة

1. إشكالية الدراسة

شهد العالم تطورا جذريا وسريع في تكنولوجيا الاعلام والاتصال منذ تسعينات القرن الماضي ، فقد انتشرت الأقمار الصناعية والتكنولوجيات الاعلامية ، مما ادى إلى تحول اجتماعي مترابط اتصاليا واعلاميا غير مسبوق بفعل الثورة الحاصلة في مجال تكنولوجيا وسائل الاعلام والاتصال والتي لم تترك مجالا من مجالات الحياة إلا واقتحمته وارغمتنا معها مواقع لا بد منه ، فلا مناص من ضرورة العمل السبل الازمة والطرق الملائمة التكيف مع هذا الواقع ومحاولة التمتع الجيدة في خصم التحولات السريعة .

ان هذا التطور في مجال الاعلام والاتصال قد افاض الى اثاره العديد من الظواهر والمسائل الاجتماعية التي لم تطرح من قبل المجتمعات الحديثة ، اذا برزت مؤسسات اعلامية تقوم بأدوار حيوية وفعالة من بينها التلفزيون وقنواته الاعلامية والذي تعتبر اداة اتصال بالجمهور تتفاعل معه من خلال تقديم برامج متنوعة اجتماعية ثقافية وترفيهية وغيرها من برامج الذي يكون الجمهور جزءا من تكوين صناعة ذلك البرنامج وهذا يبرز اهمية الاعلام ومدى تناوله لعديد من الظواهر الاجتماعية التي انتشرت بكثرة من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وباتت محل اهتمام كثير من الاشخاص في عرض مواهبهم ومشاركة اراهم لجذب الاخرين تحت مسمى صناعات المحتوى وهم مجموعة من الافراد ينشطون عبر هذه المواقع وظيفتهم الاسمي تتمثل في تحقيق الارباح المالية والتأثير على سلوك الشباب كونهم يتأثرون بما هو جديد في الحياة ، وباعتبار البرامج التلفزيونية المجال الاعلامي المتناول لهذه الظواهر الاجتماعية كصناعة المحتوى.

تسلط دراستنا الضوء على تناول الاعلامي لصناعة المحتوى في برنامج اللقاء 360 درجة على قناة النهار TV ومن هذا نطرح التساؤل التالي:

إشكالية الدراسة :كيف عالج برنامج اللقاء 360 درجة على قناة النهار TV الحلقات الخاصة

لصناع المحتوى ؟

2. تساؤلات الدراسة

تدرج تحت التساؤل الرئيسي للدراسة مجموعة من التساؤلات الفرعية المتعلقة بكل من المضمون والشكل وفقا ما يلي:

✓ - تساؤلات خاصة بالشكل (فئات كيف قيل ؟)

(1 ماهي المدة الزمنية المخصصة لكل حلقة من برنامج اللقاء 360 درجة على قناة النهار TV؟

(2 ماهي اللغة المستخدمة في برنامج اللقاء 360 درجة على قناة النهار TV؟

(3 ماهي طبيعة المؤثرات الصوتية التي اعتمد عليها البرنامج اثناء تناوله لكل حلقة ؟

✓ - تساؤلات خاصة بالمضمون الإعلامي (فئات ماذا قيل)

(1 ماهي المواضيع المتناولة في برنامج اللقاء 360 درجة على قناة النهار TV ؟

(2 ماهي الأهداف التي يسعى برنامج اللقاء 360 درجة تحقيقها من خلال تناوله لصناع المحتوى ؟

(3 ماهي القيم التي يتضمنها برنامج اللقاء 360 درجة على قناة النهار TV؟

2. أسباب اختيار الموضوع

✓ أسباب ذاتية

(1 الرغبة الشخصية في دراسة الموضوع كونه موضوع حديث.

(2 الرغبة في التعرف على صناع المحتوى والقيم التي يبثونها.

✓ أسباب الموضوعية

- 1) صلة موضوع الدراسة بميدان التخصص.
- 2) الإنتشار الواضح لصناع المحتوى في السنوات الاخيرة وحصولهم على حيز زمني معتبر في الشبكة البرمجية التلفزيونية .
- 3) إهتمام وسائل الإعلام بمثل هذا النوع من البرامج الاستقطاب نسب مشاهدة كبيرة .

3. اهداف الدراسة

- 1) التعرف على المواضيع التي يتضمنها برنامج اللقاء 360 درجة .
- 2) معرفة الاهداف التي يسعى برنامج اللقاء 360 درجة تحقيقها من خلال تناوله لصناع المحتوى.
- 3) التعرف على القيم التي يتضمنها برنامج اللقاء 360 درجة.
- 4) معرفة اللغة المستخدمة في برنامج اللقاء 360 درجة على قناة النهار TV .
- 5) التعرف على طبيعة المؤثرات الصوتية ونوع اللقطات المستخدمة في البرنامج .
- 6) معرفة المدة الزمنية المخصصة لمعالجة كل حلقة في برنامج اللقاء 360 درجة.

4. أهمية الدراسة

تكمل أهمية درستا في ابراز أهمية التلفزيون وخصائصه باعتباره وسيلة اعلامية جماهيرية ذات انتشار واسع .و ابراز دور القنوات في تشجيع الشباب ذاوي الخبرات والمواهب . و مدى فاعلية برنامج اللقاء 360 درجة في ترقية ثقافة الحوار وكذلك لهذه الدراسة أهمية كبيرة من ما ستقدمه من قيمة علمية مضافة حيث يستفيد منها الطلبة لإنجاز بحوثهم حول التناول الاعلامي لصناع المحتوى.

5. تحديد مفاهيم الدراسة

مفهوم التناول : جاء تعريف التناول في المعجم الجامع من الناحية اللغوية على أنه من الفعل تناول أي اكله وتناول الشيء أي أخذه وتعاطاه وتناول القضية أي عالجه وتدارسها¹.

ومعالجة الشيء في اللغة هو : مشتقة من فعل عالج فعندما نقول عالج الامر اي اصلحه .

كما تأتي المعالجة بمعنى ممارسة امر ما ، والاشتغال به عن قرب وكثب ومزاولته بالطرق المباشرة .

ولا يختلف المفهوم الاصطلاحي: كثيرا على ما جاء به التعريف اللغوي المعنى المعالجة²

الإعلام لغة : جاء من مادة علم ، والتعلم نقيض الجهل ، ويتصل معنى الإعلام بالأخبار والأنباء والحوادث العارضة ولا يتضمن في المعنى اللغوي أكثر من الانباء والاظهار والأبرز ، فيكون أكثر اتصالا بالأحداث وأشد تعلقا بالصفة الأنبية والعبارة.

اصطلاحا : هو فن إستقصاء الأنباء الأتية ومعالجتها ونشرها على أوسع الجماهير بالسرعة التي تتيحها وسائل الاعلام الحديثة³.

ويعرف ايضا : هو الجوهر الذي يحويه الاتصال والذي يستخلصه الملقى بعد ان تمكن المرسل من تبليغه إلى الملقى⁴.

¹أنفال طبال خديجة حمادة: التناول الاعلامي للتظاهرات الثقافية في لجنوب الجزائري احتفالية يناير في بلدة عمر على القنوات التلفزيونية العمومية الجزائرية ،مذكرة مقدمة الاستكمال متطلبات شهادة ماستر أكاديمي ، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية ،قسم علوم الاعلام والاتصال ،تخصص تكنولوجيا الاتصال الجديدة ،ورقلة 2017/2018،ص6.

²أنفال طبال خديجة ، سبق ذكره، ص7.

³ليندة شالوم هاجر شليغوم: المعالجة الاعلامية للقضايا الاجتماعية في قناة الشروق tv ،دراسة تحليلية لعينة من أعداد برنامج "افتح قلبك" ،مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال ، تخصص سمعي بصري، جامعة مجد الصديق بن يحيى -جيجل- 2019/2020،ص23.

⁴د. بلقاسم سلاطينية واخرون : علم الاجتماع الإعلامي ، دار الفجر للنشر والتوزيع ، الجزائر ، 2012،ص47.

- **ويعرف الإعلام على أنه نشر الحقائق والأخبار والآراء والأفكار بين جماهير الهيئة أو المؤسسة سواء جماهيرها الداخلية والخارجية¹.**
- **التناول الإعلامي :** هو معالجة مجموعة من الحقائق والمعلومات المتحصل عليها من وسائل الإعلام بهدف معرفة ما تسعى الوصول اليه هذه الوسائل².
- **التناول الإعلامي :** المعالجة الإعلامية والتغطية الإعلامية ، وجاء تعريف الصحفية في المعجم الإعلامي ، على أنها عملية الحصول على البيانات أو المعلومات والتفاصيل الخاصة بحدث معين ، والمعلومات المتعلقة به والاحاطة بأسباب وقوع هذا الحدث ومتى وكيف حدث ، وأسماء المشتركين فيه وغير ذلك من المعلومات³ .
- **صناع المحتوى :** هم الأشخاص الذين لديهم حسابات في مواقع التواصل الاجتماعي يقوم كل منهما إلى تقديم مادة اعلامية اجتماعية تناسب وتحفز الجمهور إلى الوصول إليها والتفاعل والتأثير عليهم .
- **اجرائيا :** نقصد بصناع المحتوى في دراستنا هذه الاشخاص الناشطون في مواقع التواصل الاجتماعي ولديهم الكثير من المتابعين⁴ .

6. منهج الدراسة

المفهوم الاول: المنهج هو الطريقة التي يتبعها الباحث في دراسته للمشكلة الاكتشاف الحقيقة ، والاجابة على الاسئلة والاستفسارات التي يثيرها موضوع البحث وهو البرنامج الذي يحدد لنا السبيل للوصول إلى تلك الحقائق وطرق اكتشافها ، والعلم الذي يبحث في هذه الطرق هو علم

¹ د. عبد المنعم الميلادي : الاعلام مؤسسة شباب بالجامعة للنشر ، الاسكندرية 2008م، ص12.

² انفال طبال خديجة حمادة نفس المرجع سبق ذكره ، ص7.

³ قاضي جيهان نجود، التناول الاعلامي للفاحات المقترحة ضد فيروس كورونا ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر أكاديمي في ميدان العلوم الانسانية

شعبة علوم الاعلام والاتصال ، تخصص سمعي بصري ، ورقة ، 2021/2022، ص 15.

⁴ شيما بوهلال ، ونام حضري : تأثير صناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب دراسة ميدانية لعينة من شباب -ورقة -

مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال ، كلية العلوم الانسانية والاجتماعية ، قسم علوم الاعلام والاتصال ،

تخصص اتصال جماهيري ووسائط جديدة ورقة ، 2021/2022، ص25.

مناهج البحث ، ويعتبر "أوجست كونت" أول من استخدم Methodology كلمة وقد قصد به العلم الباحث في الطرق المستخدمة في العلوم للوصول الى الحقيقة¹ .

المفهوم الثاني: المنهج بوزن مذهب والمنهج هو الطريق الواضح وفي اللغة الانجليزية فإن كلمة المنهج تعني النظام والترتيب و طريقة عمل الشيء .

واصطلاحا : فإن المنهج هو مجموعة من القواعد التي يتم وضعها بقصد الوصول للحقيقة في العلم أو الطريقة التي يتبعها الباحث في الدراسة للمشكلة من أجل الكشف عن الحقيقة التي تجهلها أو من أجل البرهنة للأخرين حيث تكون عنها عارضتين والمنهج أو الطرق البحث عن حقيقة تختلف باختلاف المواضيع² .

وتندرج دراستنا في إطار الدراسات الوصفية التحليلية ، التي تهدف إلى تصوير وتحليل وتقديم خصائص ظاهرة أو مجموعة من الظواهر .

ويعرفها هويتني : "بأنها تلك الأبحاث التي تتضمن دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث و الأوضاع "

كما تتسم الدراسات الوصفية بأنها تقرب الباحث من الواقع حيث يدرس الظاهرة كما هي على ارض الواقع ويصفها بشكل دقيق اما بتغيير كمي حول خصائص وسمات الواقعة أو بأسلوب كفي وقد ارتبط هذا الأسلوب بالظواهر الإنسانية .

ويعرف كل من "باكستروول وسيزار " المنهج الوصفي التحليلي بأنه : أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد والمفردات والسلوكيات والادراكات والمشاعر والاتجاهات ،

¹ محمد شفيق ، البحث العلمي الاسس - الاعداد ، الاسكندرية ،ص85.

² شيماء بوهلال ، ونام حضري : نفس المرجع سبق ذكره ،ص10/9 .

الهدف منها هو تصوير الواقع المدروس بالحصول على معلومات كافية ودقيقة عن الموضوع محل الدراسة".

ومن أجل التوصل إلى نتائج صادقة من خلال إتباعنا للمنهج الوصفي التحليلي وجب علينا اعتماد بعض الأدوات المهمة والتي تتناسب دراستنا لهذا الموضوع ومن الأدوات التي تم إستخدامها أداة تحليل المحتوى¹.

7. أدوات الدراسة

✓ أدوات جمع البيانات

إن نجاح أي دراسة علمية يتوقف على مدى استعداد الباحث ، وقدرته على اختيار تقنيات وأدوات منهجية مناسبة تتماشى مع طبيعة الموضوع من أجل الحصول على مختلف البيانات التي تخدم البحث².

وبما أن المشكلة المطروحة في دراستنا تتطلب دراسة وصفية تحليلية للمادة الاعلامية والمضمون الاعلامي الذي تتمحور الدراسة حوله وذلك بتحليلها تحليلا منهجيا دقيقا ، نصل من خلاله إلى إستخلاص نتائج محكمة ومضبوطة وقد أرتائنا إلى استخدام أداة تحليل المحتوى في دراستنا .

الاداة : هي الوسيلة المستخدمة في جمع البيانات أو تصنيفها وجدولتها وهي ترجمة للكلمة الفرنسية (technique) وهناك كثير من الوسائل (الادوات) التي تستخدم للحصول على البيانات ويمكن استخدام عدد من هذه الوسائل معا في البحث الواحد

¹ بن عطية أمنة ، المعالجة الاعلامية للجريمة الالكترونية على قناة النهار الجزائرية ، دراسة وصفية تحليلية لعينة من أعداد برنامج "تحريات" ،مذكورة الاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في ميدان العلوم الانسانية شعبة علوم الاعلام والاتصال ، تخصص اذاعة وتلفزيون -ورقلة- 2017/2018، ص 9/10.

² ليندة شالوم ، هاجر شليغوم نفس المرجع سبق ذكره ،ص 16.

لتجنب عيوب إحداها للدراسة الظاهرة من كافة الجوانب¹.

1/ تحليل المحتوى

التحليل (Analyais) هو عملية ملازمة للفكر الإنساني ، يستهدف إدراك الأشياء والظواهر بوضوح من خلال عزل عناصر بعضها عن بعض ، ومعرفة خصائصها أو سمات هذه العناصر وطبيعة العلاقات القائمة بينها ، اما المحتوى في علوم الإعلام والاتصال فهو يشير إلى كل ما يقوله الفرد أو يكتبه ليحقق من خلال أهدافا إتصالية مع الآخرين ، كما قد يكون عبارة عن أنشطة أو اعمال عادية تتم على مستوى المؤسسات المختلفة (وثائق ،قرارات ،عقود) لذلك فقد تكون الصحف أو الوثائق الادارية أو بعض الظواهر الإجتماعية للتحليل والدراسة.

ومنه فإن تحليل المحتوى هو أسلوب أو أداة للبحث العلمي يمكن ان يستخدمه الباحثون في مجالات بحثية متنوعة وعلى الأخص في دراسات علم الاعلام لوصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الاعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل والمضمون² .

وتحليل المحتوى تعريفات كثيرة قدمها العديد من العلماء نورد أهمها فيما يلي :

- يرى بيرلسون (Burleson) إن تحليل المحتوى هو أحد أساليب البحث العلمي التي تهدف إلى الوصف الموضوعي والمنظم الكمي للمضمون الظاهر لمادة من مواد الاتصال³.

¹ محمد شفيق ، نفس المرجع السابق ذكره ،ص109.

² أنفال طبال خديجة حمادة:نفس المرجع سبق ذكره ،ص16.

³ ذوقان عبيدات ،كايد عبد الحق ،عبد الرحمن عدس : البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه ،الطبعة الحادي عشر، عمان ، دار الفكر ، 1430/2009، ص138.

ولدى مراجعته للتعريفات المختلفة التي أعطيت لتحليل المحتوى يرى سمير حسين ، كما أورد رشدي طعيمة (طعيمة 1987ص 24) أن تحليل المحتوى في مجال الدراسات الإعلامية يمكن تعريفه على النحو الآتي:

تحليل المحتوى (المضمون): هو أسلوب أو أداة للبحث العلمي يمكن أن يستخدمه الباحثون في مجالات بحثية متنوعة ، وعلى الأخص في علم الاعلام لوصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الاعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل والمضمون تلبية الاحتياجات البحثية المصاغة في تساؤلات البحث ، أو فروضه الأساسية ، طبقا للتصنيفات الموضوعية التي يحددها الباحث وذلك بهدف استخدام هذه البيانات بعد ذلك

اما في وصف هذه المواد الإعلامية التي تعكس السلوك الاتصالي العلني للقائمين بالاتصال أو الاكتشاف الخلفية الفكرية أو السياسية أو العقائدية التي تتبع منها الرسالة الاعلامية وللتعرف إلى مقاصد القائمين بالاتصال من خلال الكلمات والجمل والرموز والصور والأساليب التعبيرية كافة شكلا ومضمونا ، ويعبر بها القائمون بالاتصال على أفكارهم ومفاهيمهم وذلك بشرط أن تتم عملية التحليل بصورة منتظمة ووفق أسس منهجية ومعايير موضوعية ، وأن يستند الباحث في عملية جمع البيانات وتبويبها وتحليلها إلى الأسلوب الكمي بصفة أساسية .¹

يسعى تحليل المحتوى إلى وصف عناصر الشكل والمضمون وصفا كاملا، فمن الضروري تقسيم هذا المضمون إلى وحدات وفئات أو عناصر معينة حتى يمكن القيام بدراسة كل عنصر أو فئة منها ، وحساب التكرار الخاص بها ، وعليه قمنا بتصميم استمارة تحليل المحتوى وصياغتها في ضوء المعطيات النظرية ومشاهدتنا لحلقات البرنامج التي شكلت عينة الدراسة ، لتتبعها في الأخير عملية تفرغ بيانات الاستمارة في جداول خاصة بتفريغ البيانات.²

¹ ذوقان عبيدات، كايد عبد الحق ، عبد الرحمن عدس :نفس المرجع سبق ذكره،ص 138.

² ليندة شالوم ، هاجر شليغوم: نفس المرجع سبق ذكره ، ص 17.

8. مجتمع البحث وعينة الدراسة

أولاً: مجتمع البحث

يعد تحديد مجتمع البحث من الخطوات المنهجية المهمة التي يجب على الباحث ضبطها قبل الشروع في عمل دراسته، ويقصد بمجتمع البحث بأنه يشمل جميع عناصر ومفردات المشكلة أو الظاهرة قيد الدراسة.

ويقصد بمجتمع البحث أيضا: المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر الذي يهدف الباحث إلى دراسته، وعادة ما يعتبر مجتمع البحث هو الجزء الذي يكون ممثلاً للمجتمع المستهدف ويلبي حاجات الدراسة وأهدافها ونختار منه العينة.

إن مجتمع البحث في دراستنا يتمثل في كل أعداد حلقات البرنامج 360 درجة التي تم بثه على قناة النهار TV والذي تناول أو عالج أهم صناعات المحتوى الجزائريين .

ثانياً: عينة الدراسة

إن إجراء البحث على كامل مجتمع الدراسة الأصلي يكون مفصلاً في معظم الحالات على اختيار عينة أو إجراء الدراسة عليها، نظراً لما تعطيه دراسة كامل المجتمع من نتائج أقرب للواقع وأكثر، إلا أن هناك أسباباً عدة قد تدفع الباحث إلى الاعتماد على العينة بدلاً من إجراء دراسته على كامل مجتمع الدراسة الأصلي.

العينة: هي جزء من المجتمع الذي تجرى عليه الدراسة، الذي يختارها الباحث لإجراء دراسته عليه وفق قواعد خاصة لكي تمثل المجتمع تمثيلاً صحيحاً.

وهي عبارة عن شريحة من المجتمع الأصلي يقوم الباحث بجمع البيانات والمعلومات عنها و تحليلها ،ويراعي أن تحمل العينة خصائص وصفات هذا المجتمع وتمثله بشكل كامل حيث يستوقف على هذا الاختيار كل النتائج التي يتوصل إليها الباحث .

وكان الاختيار في دراستنا هذه على أحد أنواع العينات غير الاحتمالية والمتمثلة في العينة القصدية التي يتم انتقاء أفرادها بشكل عمدي أو مقصود من قبل الباحث ويكون الاختيار في هذا النوع من العينات على أساس حر ، من قبل الباحث وحسب طبيعة بحثه بحيث يحقق هذا الاختيار هدف الدراسة أو أهداف الدراسة المطلوبة .

ويقوم الباحث هنا باختيار أفراد هذه العينة القصدية اذا أدرك أنهم يحققون أغراض دراسته¹.

وحدات التحليل: المقصود لوحدات جوانب الاتصال التي سيتم إخضاعها للتحليل ، وسيتم بموجبها القياس أو العد مباشرة وقد اعتمدت هذه الدراسة على وحدة الموضوع لكونها الأكثر ملاءمة لطبيعة الموضوع وأهدافه ، كما أنها الأكثر استخداما في البحوث الاعلامية ذات طابع الوصفي التحليلي ، لأن تناول الموضوع كوحدة تحليل يعطي أكثر دلالة لاتجاه المضمون ، فعن طريقه يمكن فهم سياق وأطر التغطية الاعلامية للبرنامج المشار إليها في فئات التحليل .

فئات التحليل

تم تقسيمها إلى **فئتين** : فئات الشكل أو العرض (كيف قيل ،أي كيف نشر؟) وتعني الشكل الذي قدم فيه المضمون الخاص بالبرنامج وفئات المضمون (ماذا قيل ، أو ماذا نشر ؟) وتهتم لكشف عن محتوى الموضوعات الخاصة بالبرنامج

❖ فئات الشكل (كيف نشر ؟)

- **فئة الزمن** : يقصد بها المدة الزمنية التي يبث فيها البرنامج

¹ ليندة شالوم ، هاجر شليغوم: نفس المرجع سبق ذكره ، ص13.

- فئة اللغة المستخدمة : وهي من الفئات المهمة في تحليل المحتوى ويقصد بها التعرف على النمط اللغوي السائد في تقديم معلومات معينة وإيصال الرسالة للجمهور المستهدف
- فئة زوايا التصوير: هي تلك الزوايا التي استخدمها المصور في تسجيل البرنامج
- فئة المؤثرات الصوتية : هي تلك المؤثرات الصوتية التي تتمثل في الموسيقى العالية والمتوسطة والمنخفضة
- فئة طبيعة اللقطة : هي تلك اللقطات التي عرضها البرنامج (بعيدة جداً، بعيدة، قريبة جداً، قريبة)

❖ فئات المضمون (ماذا قيل أو ماذا نشر؟)

- فئة الموضوع : يقصد بها التعرف الشخصيات المستضافة من طرف البرنامج.
- فئة القيم : يقصد بها القيم التي تظهر في البرنامج القيم الايجابية والسلبية.
- فئة الشخصيات الفاعلة : مجموعة الأشخاص الذين صنعوا الحدث في البرنامج حيث. نجد كل من مقدم البرنامج، وضيف البرنامج.
- فئة الأهداف: يقصد بها الأهداف التي يسعى البرنامج التي تحقيقها
- فئة الجمهور المستهدف: تفيد هذه الفئة في الكشف عن الجماعات التي توجه اليها المحتوى أو المادة الاعلامية.

صدق وثبات الأداة:

- صدق التحليل: وهي العملية التي تبين صلاحية الأسلوب أو الأداة لقياس ما هو مراد قياسه ، أو بمعنى اخر مدى صلاحية أداة البحث في تحقيق أهداف الدراسة ، فهي تحد بين الموضوعية والذاتية ، أي أن مجرد حصر الظواهر ورصد معدلات تكرارها ودقة تحليلها قد لا يكفي لإعطاء مصداقية للنتائج التي يمكن الوصول اليها اذا لم يخضعها الباحث الى مقاييس الصدق والثبات .

- ويقصد به قياس درجة صلاحية إستمارة تحليل المضمون ودليلها لدراسة المضمون المراد تحليله (تمار، 96-97: 2007). ولتحقيق هذا الهدف قمنا بقراءات متكررة لعينة الدراسة كما قمنا بتصميم إستمارة تحليل المضمون مع دليل التعريفات الاجرائية للفئات وعناصرها ، وتم تقديمها هذه الاستمارة مع الدليل لأساتذة مختصين وذلك من أجل تعديلها وتنقيحها .

وبعد تحكيم الاستمارة من طرف الأساتذة ، تم ادخال بعض التعديلات عليها حسب ما قدمه الأساتذة المحكمون من ملاحظات ، حيث تمحورت عموما حول حذف أو اضافة بعض الفئات التي تخدم الموضوع ، وكذا حذف أو اضافة بعض العبارات لتكون الفئات متنسقة مع سياق الموضوع .

- **صدق الثبات** : يقصد بالثبات اعادة تطبيق الإستمارة للحصول على نتائج ثابتة ويهدف إلى وجود درجة من الاتفاق في النتائج بين الباحثين الذين يستخدمون نفس الاساليب على نفس المادة الاعلامية .

9. مجالات الدراسة

اولا: المجال المكاني : لقد وقع الاختيار على النهار TV لتخصصها في عرض مثل هذه البرامج الخاصة (360 درجة) الذين تناولوا أهم صناعات المحتوى الذين نشطوا في الوسط الاجتماعي.

ثانيا :المجال الزمني: حصص البرنامج خلال الفترة الزمنية من شهر فيفري الى شهر أوت 2022 م.

10. المقاربة النظرية للدراسة

يعد تحديد الخلفية النظرية للدراسة من أهم الخطوات في أي بحث علمي، ونظرا لطبيعة موضوع دراستنا المتمثل في تناول الإعلام لصناع المحتوى على قناة النهار TV ارتأينا الاعتماد على نظرية تحليل الأطر الإعلامية التي تعد واحدة من الروافد الحديثة في دراسات الاتصال، حيث تسمح للباحث بقياس المحتوى الضمني للرسائل الإعلامية التي تعكسها وسائل الإعلام، وتقدم هذه النظرية تفسيراً منتظماً لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات والآراء وردود الأفعال وكذا التساؤلات حيال قضية من القضايا أو ظاهرة من الظواهر البارزة وعلاقة ذلك باستجابات الجمهور المعرفية والوجدانية لتلك الظواهر.

1/ نشأة نظرية تحليل الإطار الإعلامي

تجد فكرة تشكيل الأطر للإعلامية وأصولها في كل من علم النفس وعلم الاجتماع التي ترى أن التعديلات التي تدخل على تعريفات الأحكام تؤدي إلى تغيير فيها .

لقد تبلورت نظرية الأطر الإعلامية على يد عالم الاجتماع Goffman Erving عام 1974 الذي طوّر مفهوم البناء الاجتماعي والتفاعل الرمزي من خلال مناقشته لقدرة الأفراد على تكوين مخزون من الخبرات يحرك مدركاتهم وبحثهم على حسن استخدام خبراتهم الشخصية وذلك عن طريق أطر إعلامية مناسبة تضيف على المضمون معنى ومغزى، وذلك في كتابه "تحليل الأطر (Framing Analysis)" وقد أشار Goffman 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".

" وقد مثلت فترة الثمانينات من القرن العشرين بداية التشكيل الحقيقي لملاح هذا المدخل النظري الجديد، الذي له علاقة قوية بمفاهيم التفاعل الرمزي والواقع الاجتماعي.

2/ فروض نظرية التّأثير الإعلامي: إنّ الأحداث لا تتطوي في حدّ ذاتها على مغزى معين ، وإنّما تكتسب مغزاها من خلال وضعها في إطار محدّد يحدّدها وينظّمها ويضفي عليها قدرا من الاتساق، من خلال التّركيز على بعض جوانب الموضوع و إغفال جوانب أخرى.

تفترض نظرية الأطر أنّ الإعلام يفعل أكثر من مجرد (الإبراز) بواسطة ما يستبعد وما يوضع أو يتمّ تضمينه في القصة، فالإعلام يؤطر القضية والقصة ويحدّد معناها، وبالتالي يشكّل تفسير الجمهور لهذه القضية، وبذلك يتمثّل التأثير الأساسي في تحديد طريقة التفسير الضمني للقضايا المقدّمة .

ومن الممكن أن تختلف وجهات النّظر حول القضية المعروضة باختلاف ترتيبها وبنائها وفقا لاعتبارات وقيم متعدّدة، وبالتالي فإنّ طريقة تقديم القضية في تقارير الأخبار يكون لها تأثير في كيفية فهمها بواسطة الجمهور، فاستدلالات النّاس وإدراكهم الأحداث يعتمد على المعلومات والسّمات البارزة في البيئة .

3/خطوات تكوين الإطار :تتم عملية التّأثير الإعلامي للمضمون من خلال أربع خطوات رئيسية :

- يصدر القائمون بالاتصال أحكاما واعية أو غير واعية وبطريقة معتمدة أو غير معتمدة على الرّسالة من خلال البناءات المعرفية والإدراكية للإعلاميين .
- تتشكل الرّسالة في أطر مهنية من ناحية الشّكل أو المضمون في عبارات ومفاهيم واقتباسات المصدر هناك أطره المتحكّمة ليس في ذاته بل في الرّسالة فوجود أو عدم وجود صور للحدث.
- مساحة النّشر والإذاعة، يسر أو عدم يسر الحصول على المعلومة والجزاء الناتج عن العمل كلّ هذا وغيره يؤثّر في خطوات بناء الإطار.
- يتوقّع المرسل أطرا خاصة للمتلقّي فترشده وتؤثّر في عملية التّأثير الحالية والمتوقعة .

- الرسالة المؤطرة تمثل المخزون المشترك لكل خطوات وضع الإطار هي في الغالب التمثيل المشترك للإطار الاجتماعي العام .
- إذن فالإطار الإعلامي ليس الوسيلة الإعلامية (التلفزيون مثلا) بل هو وليد السياسات والممارسات الإعلامية الموجودة وثقافة القائم بالإتصال ونوع ومصادر الأخبار والاتجاهات الإيديولوجية والثقافية الشائعة ودرجة الحرية السياسية الحاكمة وطبيعة الأحداث وحجمها وارتباطها بال جماهير.

4/ وظائف تحليل الإطار الإعلامي :يحدّد إنتمان (Entman) أربع وظائف لتحليل الإطار الإعلامي وهي:

1. تحديد المشكلة أو القضية بدقة (Problem Define)
2. تشخيص أسباب المشكلة (Causes Diagnose)
3. وضع أحكام أخلاقية (Judgements Moral)
4. إقتراح سبل العلاج (Remedies Suggest)

ويشير "إنتمان" إلى إمكانية تناول الأطر الإعلامية وفق مستويين أساسيين:

المستوى الأول: يتعلق بتحديد مرجعية تساعد في عملية تمثيل المعلومات وإسترجاعها من الذاكرة.

المستوى الثاني: يتعلق بوصف السمات التي تمثل محور الاهتمام في النصّ الإعلامي، ومن خلال التكرار والتدعيم يتم إبراز إطار بعينه ينطوي على تفسيرات محدّدة تصبح بدورها أكثر قابلية للإدراك والتذكر من جانب الجمهور الذي يتعرّض بإستمرار لتلك الوسيلة الإعلامية.¹

¹ليندة شالوم هاجر شليغوم، نفس المرجع سبق ذكره، ص 43 إلى 46.

تطبيق نظرية التأطير الاعلامي على موضوع الدراسة

تقوم نظرية التأطير الإعلامي بوضع الظاهرة محل النقاش والإهتمام داخل إطار او أطر من أجل تحديدها وإبراز المعايير المختلفة التي يستخدمها القائم بالاتصال أو الجمهور ،عندما يفكر ويشكل آراء وردود أفعال حول الظاهرة التي أسقطت عليها ألا وهي صناع المحتوى و كيفية معالجة الاعلام لهم لهذا جاءت ضرورة توظيف هذه النظرية في دراسة صناع المحتوى لتحديد مدى قدرة البرنامج على معالجة المشكلة أو هاته في قوالب مختلفة الإبراز واقتراح حلول مناسبة لها . كما إن دراسة الأطر الخاصة بتناول الاعلام لصناع المحتوى تساهم في التعرف على دور وسائل الاعلام في إعطاء صورة عن صانعي المحتوى والبحث في أهم المواضيع والاسئلة والأجوبة التي يتم طرحها باعتبار البرنامج برنامج حوارى.

11. الدراسات السابقة و المشابهة

تعتبر الدراسات السابقة تمهيدا للبحوث التي يجريها الباحث، وتكمن أهميته في أن الباحث يلجأ إليها لإستخلاص النتائج التي تمثل له الدعائم والقاعدة الأساسية في الإنطلاق نحو التعمق أكثر في مجال دراسته , كما ترسم له الحدود تمنعه من أن يحيد عن الطريق الصائب في بحثه من خلال بحثنا عن الدارسات السابقة أو مشابهة لموضوعنا فإننا لدينا نماذج مشابهة لدراستنا :

✓ الدراسة الأولى

وهي دراسة لهاجر شليغوم, ليندة شالوم بعنوان المعالجة الاعلامية للقضايا الاجتماعية في قناة الشروق TV دراسة تحليلية لعينة من إعداد برنامج "افتح قلبك" ، وهي مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل - السنة الجامعية 2020/2019

تمحورت إشكالية الدراسة حول التساؤل لرئيسي : كيف عالجت قناة الشروق TV القضايا الاجتماعية من خلال برنامج "افتح قلبك " وانبتق عن التساؤل جملة من التساؤلات الفرعية تمثلت فيما يلي :

1/ تساؤلات خاصة بالمحتوى الإعلامي (فئات ماذا قيل ؟)

- ماهي المواضيع الاجتماعية التي عالجها برنامج "افتح قلبك " على قناة الشروق TV ؟
- ماهي الأهداف التي يسعى "افتح قلبك " تحقيقها خلال معالجته للقضايا الاجتماعية على قناة الشروق TV؟
- ماهي القيم التي يتضمنها برنامج "افتح قلبك " من خلال القضايا الاجتماعية على قناة الشروق TV ؟

2/ تساؤلات خاصة بالشكل (فئات ماذا قيل)

- ماهي المدة الزمنية المخصصة لمعالجة القضايا الاجتماعية في برنامج "افتح قلبك " في قناة الشروق TV؟
- ماهي اللغة المستخدمة في برنامج "افتح قلبك " على قناة الشروق TV؟
- ماهي طبيعة المؤثرات الصوتية التي اعتمد عليها البرنامج أثناء معالجة القضايا الاجتماعية ؟

3/ أهداف الدراسة

- التعرف على المواضيع الاجتماعية في برنامج "افتح قلبك " على قناة الشروق TV
- معرفة الاهداف التي يسعى برنامج "افتح قلبك " لتحقيقها خلال معالجته للقضايا الاجتماعية

- معرفة اللغة المستخدمة في برنامج "افتح قلبك" على قناة الشروق TV
- التعرف على طبيعة المؤثرات الصوتية ونوع الديكور المستخدم في البرنامج
- معرفة المدة الزمنية المخصصة لمعالجة القضايا الاجتماعية في برنامج "افتح قلبك"
- معتمدين في ذلك على العينة القصدية لتحليل 12 عدد تم اختيارهم بطريقة قصدية ،
- وبهدف الإجابة على التساؤل الرئيسي فقد أتبعوا المنهج الوصفي ، الذي يقوم بوصف الظاهرة أو المشكلة المراد بحثها اعتماد على أسلوب تحليل محتوى كأداة لجمع البيانات إلى جانب استمارة تحليل محتوى ، مجتمع البحث لديهم يتمثل في إعداد البرامج الاجتماعية التي تم بثها على قناة الشروق TV والتي عالجت مختلف المسائل والمشاكل الاجتماعية في المجتمع الجزائري .

ولقد لخصت الدراسة إلى جملة من النتائج تتمثل في ما يلي:

- أغلب الموضوعات التي تناولها برنامج "افتح قلبك" والتي جاءت ضمن القضايا الاجتماعية تمثلت في : العلاقات الأسرية ، الصحة ، التبني ، مشاكل المجتمع وظروف الحياة الصعبة .
- كشفت الدراسة أن أكثر المواضيع تناولها في برنامج افتح قلبك والتي لها علاقة بالعلاقات الأسرية هي : تكريم الزوج لزوجته ، تكريم البنت لزوج أمها ، المطالبة بحق الأبوة.
- أظهرت الدراسة التحليلية أن اغلب المواضيع التي تناولها برنامج افتح قلبك والمتعلقة بالمشاكل الأسرية هي : المشاكل بين الزوجين ، فك الخصام بين الأب وأبنائه ، الغيرة بين الزوجين.
- يتضح من خلال المعالجة الاعلامية للقضايا الاجتماعية أن اغلب المواضيع التي تناولها برنامج افتح قلبك والمتعلقة بالصحة هي : ذوي الاحتياجات الخاصة ، كفاح امرأة لمرض السلطان الشدي مرض القصور الكلوي .

- أوضحت الدراسة أن برنامج افتح قلبك اعتمد على الحديث المباشر أثناء معالجته للقضايا الاجتماعية باعتباره المصدر الأساسي الذي يكشف الحقائق ، ويقدم مختلف المعلومات والتفصيل حول الموضوع أو القضية دون اللجوء الى التحقيقات .
- أظهرت الدراسة أن أهداف معالجة برنامج افتح قلبك للقضايا الاجتماعية هي : الكشف عن الحقيقة بنسبة أكبر ثم تليها نشر قيم المحبة .

• أوجه الإستفادة

تمت الاستفادة من دراسة هاجر شليغوم ،ليندة شالوم من بناء اشكالية الدراسة وتساؤلاتها الفرعية ، كذلك اتباع العينة والمقاربة النظرية المتبناة في الدراسة

✓ الدراسة الثانية

وهي دراسة لحمادة خديجة ، طبال أنفال بعنوان التناول الاعلامي التظاهرات الثقافية في الجنوب الجزائري إحتفالية يناير في بلدة عمر على القنوات التلفزيونية العمومية الجزائرية مذكرة مقدمة الإستكمال متطلبات شهادة ماستر اكايمي في علوم الاعلام والاتصال جامعة قاصدي مرباح "ورقلة"- السنة الجامعية 2018/2017

تمحورت إشكالية الدراسة حول التساؤل الرئيسي : كيف جاء التناول الاعلامي لتظاهرة يناير في بلدة عمر على القنوات التلفزيونية العمومية الجزائرية .

1/ اما التساؤلات الفرعية فكانت على النحو الاتي :

- كيف تناولت القنوات التلفزيونية العمومية الجزائرية تظاهرة يناير من حيث الشكل ؟
- كيف تناولت القنوات التلفزيونية العمومية الجزائرية تظاهرة يناير من حيث المضمون ؟

2/أهداف الدراسة

- التعرف على كيفية تغطية تظاهرة يناير من قبل التلفزة الجزائرية من خلال الصبغة الشكلية التي جاءت بها

- التعرف على المضامين التي احتوتها التلفزة الجزائرية في تغطيتها الاعلامية لتظاهرة يناير بلدة عمر
- قد تم الاعتماد على المنهج المسحي وأداة جمع البيانات متمثلة في إستمارة تحليل محتوى ، وتم اختيار مجتمع البحث الكلي والمتمثل في 8 المفردات (فيديوهات) بأسلوب المسح الشامل وهي العينة المتاحة.
- ولقد توصلنا من خلال هذه الدراسة إلى مجموعة من **النتائج** التي تعطي اجابات وتفسيرات لتساؤلات الدراسة ومن بين أهم وأبرز هذه النتائج المتواصل اليها ما يلي:
- أن القوالب الفنية الاعلامية التي تناولتها التلفزة الجزائرية العمومية تنوعت بين الخير والمقابلة والتقرير ، حيث كانت مجمل التغطية والتناول للحدث طيلة الثلاث أيام في المنطقة - بلدة عمر- ما يقارب الساعة (7د و58ثا) من الزمن وثمة مواضيع مختلفة من حيث التوقيت والمدة .
- يعتبر اختلاف البرامج التلفزيونية بين الاخبارية والثقافية والبرامج منوعات دليل على اهتمام التلفزة العمومية الجزائرية باحتفالية يناير في بلدة عمر والاسهام في تعريف بالمنطقة والاشهار لها .
- التنوع في اللقطات المستخدمة وزوايا التصوير وهذا لإبراز جوانب وتفاصيل الحدث وذلك حسب موضوع كل مفردة بغرض إضافة اللمسة الصحراوية في تغطية التظاهرة في الجنوب الجزائري وتحديدًا ببلدة عمر .
- اعتمدت التلفزة العمومية الجزائرية على المصادر غير الرسمية وذلك لإضفاء الطابع الثقافي والإجتماعي للمنطقة .
- أعتمدت القناة في تناول الحدث على الأطراف الفاعلة المحلية وذلك التنوع الثقافي والخصوصية الإجتماعية للمنطقة دون اغفالها للوحدة الوطنية .

• أوجه الاستفادة

تمت الاستفادة من دراسة حمادة خديجة ،طبال أنفال أيضا في بناء التساؤل الرئيسي لدراسة وكذا التعرف على كيفية تغطية او معالجة القنوات التلفزيونية العمومية الجزائرية لاحتفالية يناير في بلدة عمر معتمدين في ذلك على اداة تحليل محتوى وكذا تعريف لمصطلح التداول الاعلامي

الدراسة الثالثة

وهي دراسة **حضري وئام ، بوهلال شيماء** بعنوان تأثير صناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب دراسة ميدانية على عينية من شباب "ورقلة" مذكرة تخرج تدخل ضمن متطلبات نيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال جامعة قاصدي مرباح "ورقلة" السنة الجامعية 2022/2021

تمحورت اشكالية الدراسة حول التساؤل الرئيسي : ما مدى تأثير صناع المحتوى في مواقع التواصل الإجتماعي على سلوك الشباب

1/ أما التساؤلات الفرعية فكانت كمايلي:

- ماهي عادات وأنماط متابعة الشباب لصناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي؟
- كيف تعرض الشباب المحتويات صناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي ؟
- هل محتويات صناع المحتوى أدت إلى خلق سلوكيات جديدة لدى الشباب ؟
- ما لأثار التي يتركها صناع المحتوى على سلوكيات الشباب؟

2/ أهداف الدراسة

- التعرف على صناع المحتوى الاكثر تأثير على سلوك الشباب .
- معرفة الأسباب التي تدفع الشباب للتأثر بصناع المحتوى .
- الكشف عن مدى متابعة الشباب لصناع المحتوى في مواقع التواصل الإجتماعي .
- تحديد الأثار السلبية والإيجابية التي تخالفونها صناع المحتوى على سلوك الشباب.

• معرفة اذا ما كان تكرار متابعة الشباب لصناع المحتوى يؤدي إلى خلق سلوكيات جديدة.

• اعتمدت هذه الدراسة على عينة القصدية من شباب ولاية ورقلة المتأثرين بصناع المحتوى والمقدر عددهم 70 شاب ، أما المنهج المستخدم فهو المنهج الوصفي بغرض وصف الظاهرة المدروسة والوصول الى نتائج والاعتماد على الاستبيان والملاحظة كأداة بحثية لإنجاز هذه الدراسة.

ولقد لخصت الدراسة الي جملة من النتائج أهمها :

بعد الدراسة الميدانية التي أجريت على شباب ولاية ورقلة ، وتم التوصيل إلى جملة من النتائج يكمن تقسيمها حسب تساؤلات الدراسة :

فيما يخص التساؤل المتعلق بعبادات وأنماط متابعة الشباب لصناع المحتوى في مواقع التواصل الإجتماعي :

• أغلب الشباب تنشط في الفيسبوك وهذا راجع إلى مكان الفيسبوك هو الوسيلة القديمة والسهلة في الاطلاع ومتابعة آخر الاخبار .

• عند الحسابات الشخصية لدى الشباب كان حساب واحد ويرجع ذلك التي تعدد مواقع التواصل الاجتماعي لا يحتاج الى أكثر من حساب في موقع واحد انما لكل موقع حساب .

• مدى انتشار الحسابات الوهمية كان بنسبة اقل مما يدل على ان أغلبية الشباب لا يستخدمون حسابات وهمية انما يستخدمون حسابات شخصية معرفة .

• كمية التعرض إلى محتويات صناع المحتوى تكون أقل من ساعتين فقط هذا ما يلبي رغبات الفئة الكبيرة من الشباب .

• كمية التعرض إلى محتويات صناع المحتوى تكون أقل من ساعتين فقط هذا ما يلبي رغبات الفئة الكبيرة من الشباب.

نستنج فيما يخص التساؤل المتعلق بالتعرض لمحتويات صناع المحتوى على مواقع التواصل الاجتماعي:

- الشباب المقسمين بالتساوي بين أن محتويات صناع المحتوى تغير الأفكار ولا تغير.
- الأمور الأكثر جذبا عند متابعة صناع المحتوى هو المحتوى بحد ذاته اي كل شاب يجذبه ما يحبه في المحتوى بصفة عامة.
- سبب متابعة صناع المحتوى كان في التعرف على ثقافة جديدة بنسبة 43
- اكثر المحتويات متابعه هي الجمال والموضة كذلك كوميدي بنسبة 51.
- بفضل أغلبية من الشباب الفيديو لنشر المحتويات يرجع هذا الى أن الفيديو الأسهل والأنسب في الاستخدام . نستنج فيما يخص التساؤل المتعلق بمحتويات صناع المحتوى أدت الى خلق سلوكيات جديدة لدى الشباب:
- أحيانا ما تعدل محتويات صناع المحتوى للسلوكيات
- السلوكيات المعدلة أخلاقية بنسبة كبيرة جدا التي تؤدي التي التعديل
- أثر صناع المحتوى على القيم الإجتماعية كان يتمركز على ناحيتين زيادة التعاون الإجتماعي وخلق أسلوب الحوار .
- السلوكيات الناتجة عن صناع المحتوى نجد الترابط الإجتماعي مما يدل على كثرة المحتويات التي تهدف لتعزيز الرابط بين المجتمع كافة .
- تأثيرات صناع المحتوى على السلوكيات المكتسبة كانت كبيرة ومنتشرة بكثرة لدى الشباب .
- نستنج فيما يخص التساؤل المتعلق بالآثار والسلوكيات التي يتركها صناع المحتوى على الشباب :
- العادات الجديدة المكتسبة من صناع المحتوى تمثلت في اتباع أسلوب حياة منظم

• الايجابيات المكتسبة من متابعة صناع المحتوى كانت الاستماع الى الآراء المختلفة ، أما السلبيات كانت عدم الرضا على الواقع والرغبة في تقليد حياة بعض صناع المحتوى.

• الشباب نادرا ما يقومون بالنقاط الصور ومشاركتهم على المواقع التواصل.

• ان الشباب نادرا ما يرغبون في السفر بمفردهم بنسبة 57 كذلك تقليدهم في طريقة لبسهم.

وبالتالي نلاحظ أن محتويات صناع المحتوى دورا مهم في حياة الشباب في وقتنا هذا ايجابية كانت او سلبية .

• أوجه الاستفادة

تمت الاستفادة من دراسة بوهلال شيماء ،حضري وئام من ناحية مصطلحات الدراسة وكذلك معرفة اهم صناع المحتوى في الشبكات الاجتماعية وتأثيرهم الايجابي والسلبي

الدراسة الرابعة

وهي دراسة **لقاضي جيهان،نجد،** بعنوان التناول الاعلامي للقاحات المقترحة ضد فيروس كورونا مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر أكاديمي في ميدان العلوم الانسانية شعبة علوم الاعلام والاتصال تخصص سمعي بصري جامعة قاصدي مرباح "ورقلة"- السنة الجامعية 2021/2020.

تمحورت إشكالية الدراسة حول التساؤل الرئيسي : كيف تناولت قناة بي بي سي نيوز بالعربية موضوع اللقاحات ضد فيروس كورونا؟

1/ التساؤلات الفرعية

• كيف تناولت قناة بي بي سي نيوز بالعربية موضوع اللقاحات ضد فيروس كورونا من حيث الشكل؟

- كيف تناولت قناة بي بي سي نيوز بالعربية موضوع اللقاحات ضد فيروس كورونا من حيث المضمون ؟

2/ أهداف الدراسة

- التعرف على مصدر اللقاحات المقترحة للحد من إنتشار الوباء من خلال قناة بي بي سي نيوز بالعربية .
- معرفة أي من اللقاحات المقترحة هو الأكثر فعالية من خلال قناة بي بي سي نيوز بالعربية.
- معرفة واقع فيروس كورونا والمزيد من التفاصيل عن طريقة إنتشار من خلال قناة بي بي سي نيوز بالعربية .
- تهدف لتعميق الوعي في المجتمع .

تم الاعتماد على المنهج الوصفي مع تطبيق تحليل المحتوى كأداة، على عينة من الفيديوهات من أرشيف قناة بي بي سي نيوز بالعربية أسفرت هذه الدراسة عن عدة نتائج منها :

- تناولت قناة بي بي سي نيوز بالعربية الموضوع اللقاحات المقترحة ضد فيروس كورونا كوفيد 19 من عدة جوانب .
- رفع مستوى التوعية الصحية لدى المواطنين وهذا باستضافة أطباء ومختصين لمساعدة الناس على اكتساب عادات صحية تقيهم من خطر الإصابة بفيروس كورونا مقابلات مع باحثين وخبراء
- أوجه الاستفادة

- تمت الاستفادة من دراسة **لقاضي جيهان،**نجد من ناحية تحديد مفاهيم الدراسة وكذلك

من ناحية مراجعها العلمية

الإطار التطبيقي

1. بطاقة فنية عن قناة النهار وبرنامج 360 درجة

2. عرض وتحليل فئات الشكل والمضمون

3. نتائج الجزئية لفئات الشكل والمضمون

4. النتائج العامة للدراسة

1. بطاقة فنية عن قناة النهار وبرنامج 360 درجة

قبل الشروع في تحليل إستمارة تحليل المضمون الخاصة ببرنامج اللقاء 360 درجة
وجب علينا عرض تشخيص القناة المعنية بالدراسة والبرنامج.

اولا: بطاقة فنية لقناة النهار²⁰

تعد أولى القنوات الجزائرية الخاصة، حيث انتقلت إلى البث الفضائي بعد أن ظلت تعمل كصحيفة مطبوعة لسنوات لينطلق بثها التجريبي، يوم 6 مارس 2012 بأول نشرة إخبارية مدشنة بذل مسيرة القنوات الجزائرية الخاصة المؤسسة وفقا لقوانين المدينة الإعلامية الأردنية، التي تعد أول منطقة إعلامية حرة، في الشرق الأوسط والتي تأسست في العام 2011 كشركة خاصة تم إقامتها بالتعاون بين حكومة المملكة الأردنية وشركة دلتا للإنتاج ، لتشكل محورا رئيسي لشبكات البث الفضائي. حيث أن معظم القنوات التي تبث من المدينة الإعلامية غير أردنية، والتي تتكون من 121 قناة فضائية. و وفقا لهذا التكييف فإن النهار تعمل كقناة أجنبية تتخذ مقرها الرئيسي بالعاصمة الأردنية عمان وتبث برامجها على قمر نايلسات .و تهتم بالشأن الإخباري والسياسي في الجزائر حيث أن برامجها تبدو مزيجا بين نشرات الأخبار والرياضة وأخبار الاقتصاد في الجزائر وكذا أخبار الصحف الوطنية، انطلق البث التجريبي يوم 06 مارس 2012 بأول نشرة إخبارية قدمت من طرف الثنائي الإعلامي رياض بن عمر ونور اليقين مغريش.

²⁰بن عطية أمّنة ، المعالجة الإعلامية للجريمة الإلكترونية على قناة النهارالجزائرية ،دراسة وصفية تحليلية لعينة من أعداد برنامج "تحريات "،مذكّرة الاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في ميدان العلوم الإنسانية شعبة علوم الإعلام والاتصال ،تخصص اذاعة وتلفزيون-ورقلة - 2018/2017،ص34/33.

ويتهم منتقدو القناة" بأنها غير حيادية في الطرح والتغطية، خاصة أثناء الحملة الانتخابية في رئاسيات 2014 و قد شن بعض الناشطين السياسيين والإلكترونيين حملة مقاطعة ضد القناة و الجريدة التابعة لها . ومقر القناة حاليا بالجزائر العاصمة بسعيد حمدان.

✓ اتجاه القناة المتبعة وأهم برامجها

اتجاه القناة :

- تعتمد قناة النهار كغيرها من القنوات على سياسات خاصة بها
- عدم تجريح الدول والأشخاص والهيئات والمنظمات والأحزاب .
- عدم طغيان جنسية معينة على قناة.
- السماح بالحوار وخاصة الحوار البناء.

✓ الشبكة البرمجية في قناة النهار :

تعددت وتنوعت البرامج التي تبث على قناة النهار من اجتماعية، اقتصادية، إخبارية ودينية، حيث ركزت كثيرا على الجانب الثقافي والإخباري عن طريق ذكر مشاكل وهموم الشعب الجزائري واحتكاكها به ونقل صوته إلى السلطة، وتمثلت بعض البرامج في:

قهوة القوسطو: برنامج أسبوعي يتنافس فيه مجموعة من الشباب على عرض أعمال كوميدية تقيم من طرف لجنة مكونة من ثلاثة أفراد.

ما وراء الجدران: برنامج أسبوعي إجتماعي يتطرق إلى أهم المواضيع التي تهم المجتمع ويعالج القضايا مهمة ويستضيف شيخ ومحامي

هذا بالإضافة إلى برنامج زوجوني الذي يستضيف في كل مرة عرسان من مختلف المناطق الجزائرية.

ومن الجانب الديني ركزت أيضا قناة النهار على برامج هادفة نوعا ما كبرنامج "

انصحوني "للشيخ شمس الدين بوروبي، وبرنامج " تفسير الأحلام "ومختلف البرامج الدينية الأخرى.



ثانيا: بطاقة فنية لبرنامج 360 درجة

هو برنامج تلفزيوني جزائري يعرض على قناة النهار كل يوم أحد على الساعة السادسة وعشر دقائق. يعتبر هذا البرنامج نوعا من البرامج الحوارية والتحقيقية التي تستكشف مواضيع وظواهر متنوعة مثيرة الاهتمام والفضول .

يتميز برنامج 360 درجة بعرض وكشف السير الذاتية والتعرف على اهم الانجازات والافاق المستقبلية لمدونين وفنانين صنعوا ضجة اعلامية اذ يعد هذا الاخير المشروع التلفزيوني الناجح الاعلامي ياسين كنتاجش ويظهر من خلاله بفورمات مختلفة ومتطورة حيث يعتمد في البرنامج على الايقاع السريع وتقديم كم من المعلومات بشكل بسيط وجذاب خصوصا أن ياسين يتمتع بقدر كبير من الموضوعية والتنقيف والوعي ومن هذا الأخير يمكننا التعرف على من هو ياسين كنتاجش ؟

- ياسين كنتاجش هو شخصية بارزة في عالم الاعلام ومقدم برامج تلفزيونية داخل الجزائر والوطن العربي ،يحمل جنسية جزائرية ويبلغ عمره في الثلاثينات تخرج من كلية الإعلام والعلاقات العامة في أبرز الجامعات الموجودة في الجزائر بدأ في تقديم البرامج

التلفزيونية في مختلف القنوات التلفزيونية مثل قناة النهار، يتمتع ياسين بأداء وأسلوب مميز من خلاله تقديمه لمثل هذه البرامج في مختلف القنوات العربية ويجذب الكثير من الجماهير في مختلف البلاد العربية.



2. عرض وتحليل فئات الشكل والمضمون

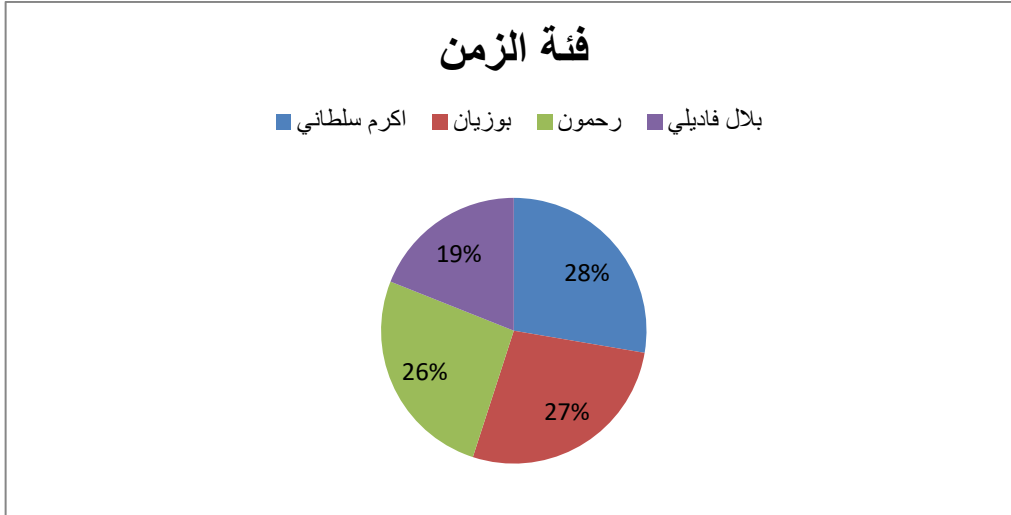
اولا :عرض وتحليل فئات الشكل (كيف قيل؟)

1/ البيانات الأولية

رقم الحلقة	عنوان الحلقة	تاريخ الحلقة	المدة الزمنية
1	أكرم سلطاني	2022/02/04	17.56د
2	بلال فاديلي	2022/03/11	12.04د
3	عمر رحمون	2022/07/29	16.53د
4	مؤمن بوزيان	2022/08/12	17.34د

1/ فئة الزمن

فئة الزمن	التكرار	النسبة المئوية
أكرم سلطاني	17.56د	27.66%
مؤمن بوزيان	17.34د	27.31%
عمر رحمون	16.53د	26.04%
بلال فاديلي	12.04د	18.96%
المجموع	63.47	99.97%

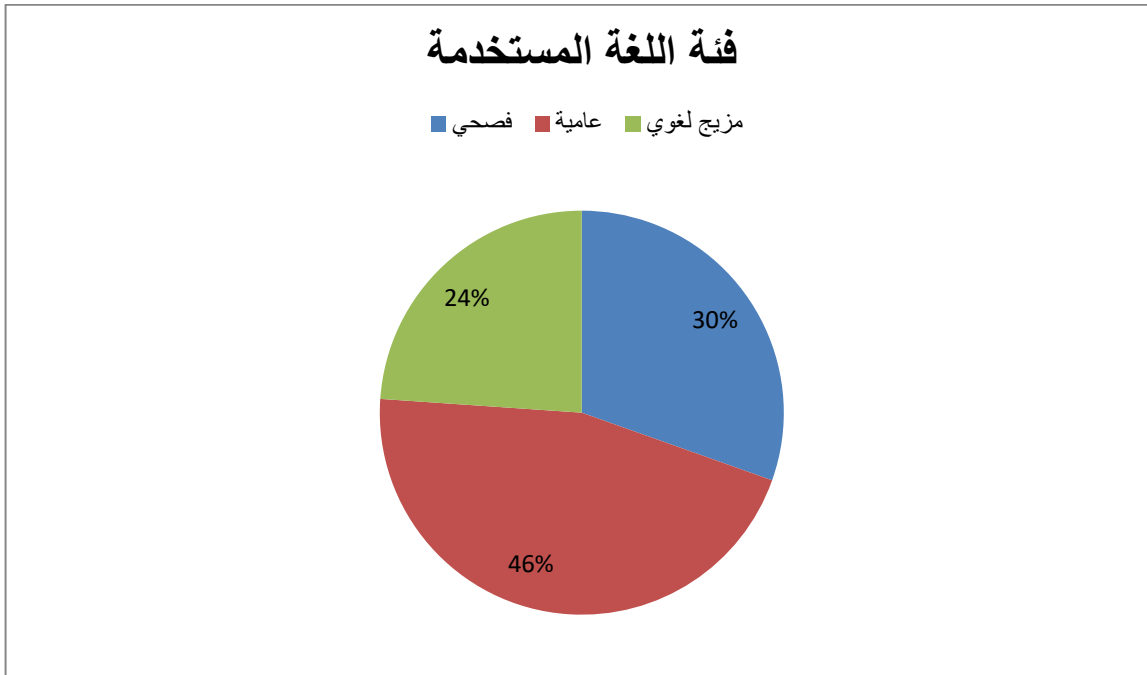


نلاحظ من خلال الجدول والشكل أعلاه المدة الزمنية التي استغرقتها كل حلقة حيث استغرقت الحلقة الأولى 17:56د بينما الحلقة الثانية 17:34د، في حين الحلقة الثالثة 16:53د والرابعة 12:04د.

تبين من خلال التحليل الكمي أن هناك تفاوت في المدة الزمنية لكل حلقة وهذا راجع لطبيعة الموضوع المتناول فتختلف الحلقة في المدة الزمنية عن الحلقة الأخرى وما يتطلبه موضوع كل حلقة وكل صانع محتوى من نقاش وكذا ما يستغرقه النوع الصحفي وهذا لتوضيح المحتوى للمتابعين.

3/ فئة اللغة المستخدمة

اللغة المستخدمة	التكرار	النسبة المئوية
عامية	21	45.65%
فصحى	14	30.43%
مزيج لغوي	11	23.91%
المجموع	46	99.99%



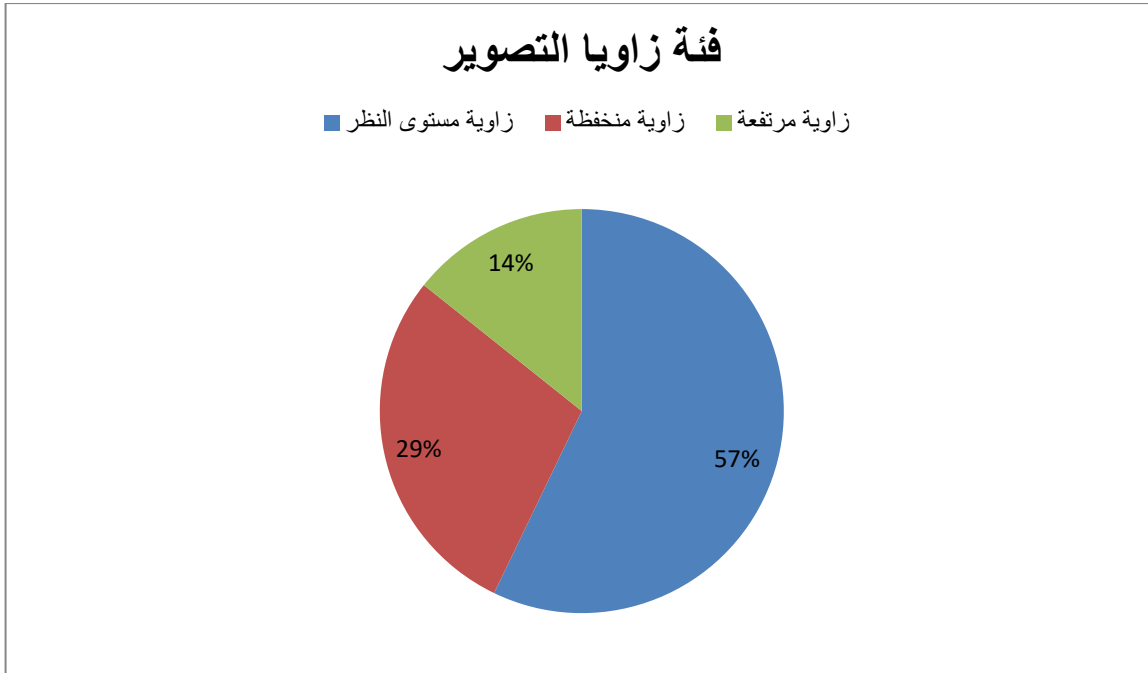
نلاحظ من خلال الجدول والشكل أعلاه أن اللغة العامية أحتلت المرتبة الأولى بالنسبة 45.65% ثم تليها في المرتبة الثانية الفصحى بالنسبة 30.43% واخير في المرتبة الثالثة مزيج لغوي بين العامية والفصحى بالنسبة 23.91% .

من خلال النتائج الكمية تبين أن اللغة العالية في البرنامج هي اللغة العامية وهذا راجع الى طبيعة توجيه البرنامج ولكي يعطى مقدم البرنامج الراحة الكاملة للضيوف

في حوارهم في حين اعتمدت على انها لغة بسيطة ومفهومة للمشاهدين ، تليها اللغة العربية الفصحى وهذه من طرف المقدم والضيف وفي الأخير مزيج لغوي بين الفئتين الإيصال الرسالة للجمهور والمشاهد وحتى الذين يجدون صعوبة في فهم اللغة العربية الفصحى وحتى ضيف البرنامج لا يشعر بالأحراج وعدم قدرته عن الإجابة عن أسئلة مقدم الحصة .

4/ فئة زوايا التصوير

النسبة المئوية	التكرار	فئة زوايا التصوير
57.14%	16	زاوية مستوى النظر
28.57%	8	زاوية منخفضة
14.28%	4	زاوية مرتفعة
100%	28	المجموع



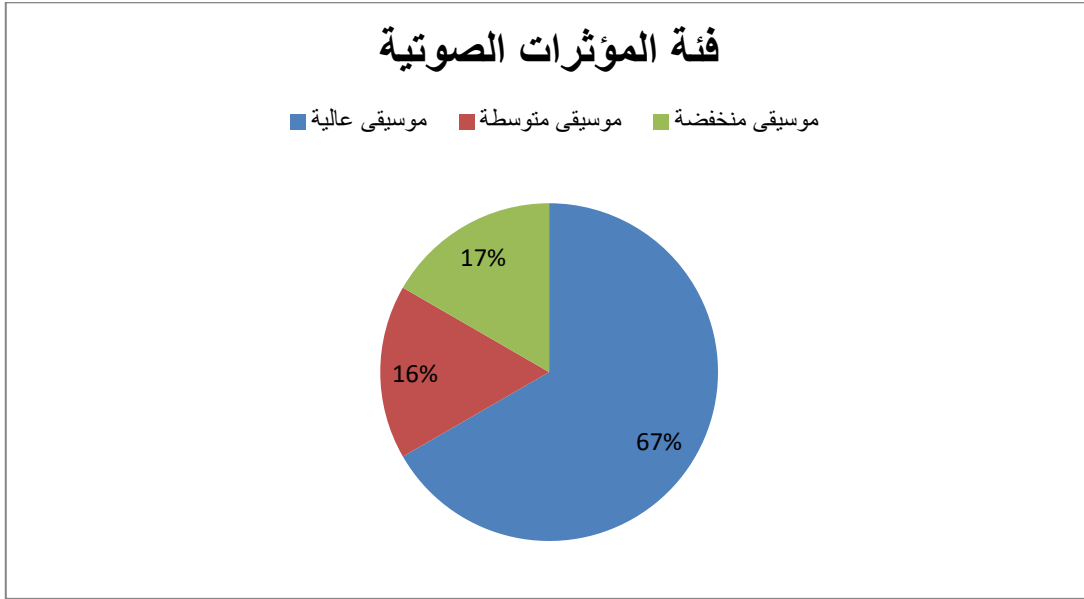
نلاحظ من خلال الجدول والشكل أعلاه أن زاوية مستوى النظر تحتل المرتبة الأولى بنسبة 57.14% تليها في المرتبة الثانية المنخفضة بنسبة 28,57% والمرتفعة بأقل نسبة 14,28%.

تبين لنا من خلال التحليل الكمي أن زاوية مستوى النظر احتلت أعلى نسبة لكونها زاوية شائعة الاستخدام في التصوير التلفزيوني وفيها تكون زاوية الكاميرا في نفس مستوى نظر الشخص تليها الزاوية المنخفضة بنسبة متوسطة كون الكاميرا توضع في زاوية منخفضة وبذلك يتجه نظر المشاهد إلى أعلى، فتعطي إحياء بأهمية ومكانة الشخص الذي يمكن وضعه في موقف مسيطر، وفي الأخير تكون زاوية المرتفعة بأقل نسبة كون الكاميرا توضع في زاوية مرتفعة إرتقاعا طبيعيا لا يشوه منظر المكان، وقد توضع على رافعة أو مرتفع طبيعي من الأرض تستخدم هذه الزاوية الإعطاء المشاهد إحساسا بضعف الشخص الذي يتم تصويره وعدم أهميته. كما توحى هذه الزاوية بالرتابة حيث أنها تقلل إرتفاع الأشياء وتبطل الحركة .

5/ فئة المؤثرات الصوتية

النسبة المئوية	التكرار	فئة المؤثرات الصوتية
66%	12	موسيقى عالية
16%	3	موسيقى متوسطة
16%	3	موسيقى منخفضة
98%	18	المجموع

الشكل 1 دائرة نسبية توضح فئة المؤثرات الصوتية

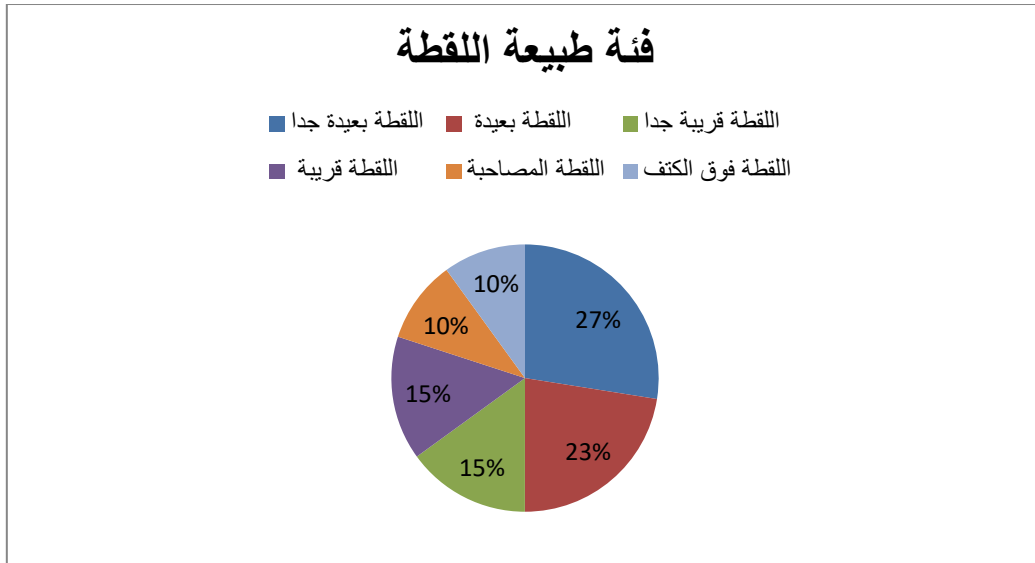


نلاحظ من خلال الجدول والشكل أعلاه يتضح لنا أن الموسيقى العالية أحتلت المرتبة الأولى بالنسبة 66% وفي المرتبة الثانية الموسيقى المتوسطة وكذلك المنخفضة بنفس النسبة 16%.

تبين لنا من خلال نتائج التحليل الكمي أن البرنامج اعتمد على ثلاثة مؤثرات صوتية كالموسيقى العالية التي جاءت في المرتبة الأولى كونها تستخدم إلي لفت انتباه المشاهدين أن الموضوع أو الضيف أو المقدم مهم وتليها الموسيقى المتوسطة التي تأتي مع الحوار المقدم والضيف و تليها المنخفضة يمكن ان نقول عنها إنتقالية من لقطة الى لقطة اثناء طرح المقدم أسئلة لضيف.

7 / فئة طبيعة اللقطة

النسبة المئوية	التكرار	فئة طبيعة اللقطة
24.44%	11	بعيدة جدا
20%	9	بعيدة
13.33%	6	قريبة جدا
13.33%	6	قريبة
8.88%	4	المصاحبة
8.88%	4	فوق الكتف
100%	45	المجموع



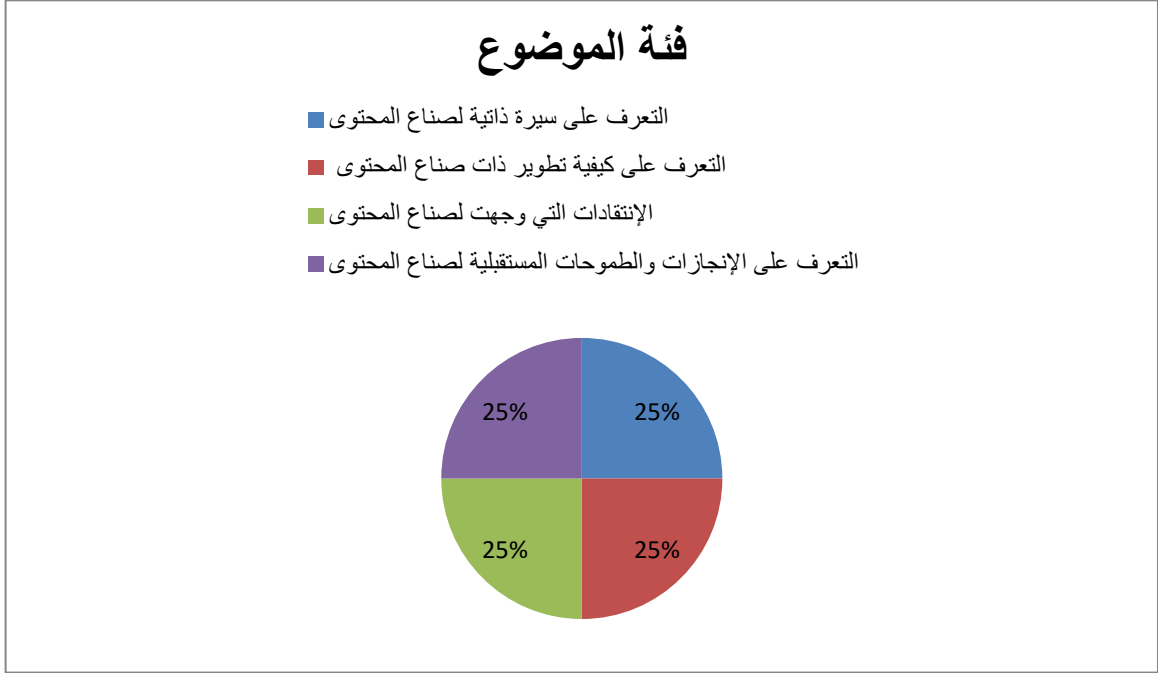
نلاحظ من خلال الجدول والشكل أعلاه أن هناك تعدد في فئة لقطات فأحتلت في المرتبة الأولى اللقطة البعيدة جدا بالنسبة 24,44% تليها البعيدة في المرتبة الثانية بنسبة 20% واللقطة القريبة جدا والقريبة في المرتبة الثالثة بنفس التكرار والنسبة واللقطة المصاحبة وفوق الكتف بنفس التكرار والنسبة فيكون مجموع هاته اللقطات 100%.

يبين لنا من خلال التحليل الكمي أن اللقطة البعيدة جدا أحتلت المرتبة الأولى كأعلى نسبة بإعتبارها تظهر الشخص أو الأشخاص والبيئة المحيطة بهم تليها اللقطة البعيدة التي تظهر الشخص من الأعلى إلى الأسفل وفي اللقطة القريبة جدا والقريبة بنفس النسبة إذ أن القريبة جدا تهدف إلى تصور تفاصيل معينة من حجم الشخص (العين، الشفاه، اليد) في حين اللقطة القريبة يتم فيها التركيز على وجه الشخص بغية الكشف عن بعض الملامح الغامضة لفك عقدة معينة تم لقطة التفاعل حسب الترتيب تأتي الخامسة بنسبة لا بأس بيها لأنها تركز أيضا على ملامح الشخص (تفاصيل الوجه) وأخيرا المصاحبة وفوق الكتف.

ثانيا: عرض وتحليل فئات المضمون لبرنامج 360 درجة

1/ فئة الموضوع

الموضوعات	التكرار	نسبة
التعرف علي السير ذاتية لصناع المحتوى	4	25%
التعرف على كيفية تطوير ذات صناع المحتوى	4	25%
الإنقادات التي وجهت لصناع المحتوى	4	25%
التعرف على الإنجازات والطموحات المستقبلية لصناع المحتوى	4	25%
المجموع	16	100%

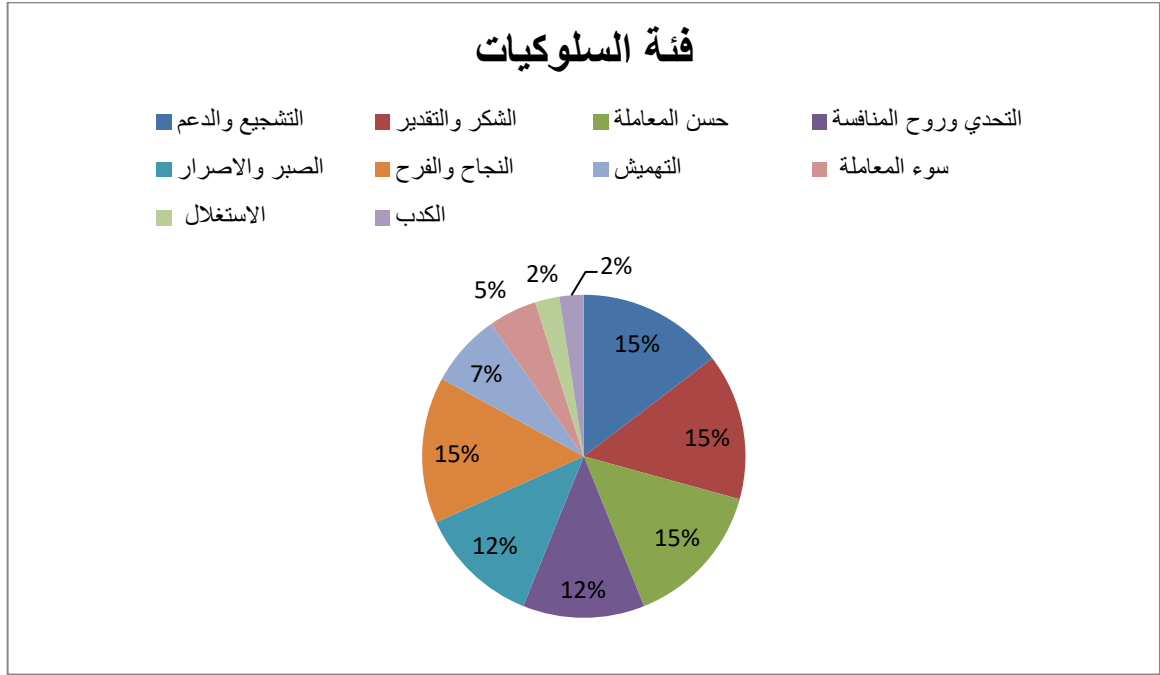


نلاحظ من خلال الجدول والشكل أعلاه أن كل الموضوعات المطروحة في البرنامج كانت بنفس التكرار (4) ونفس 25% نسبة

تبين لنا من خلال التحليل أن البرنامج برنامج حوارى عبارة عن سؤال وجواب وهذا الذى جعل الموضوعات التي تطرق إليها البرنامج في كل حلقات تأخذ نفس النسبة نظرا لسيرورة البرنامج من قبل طاقم العمل.

2/ فئة السلوكيات

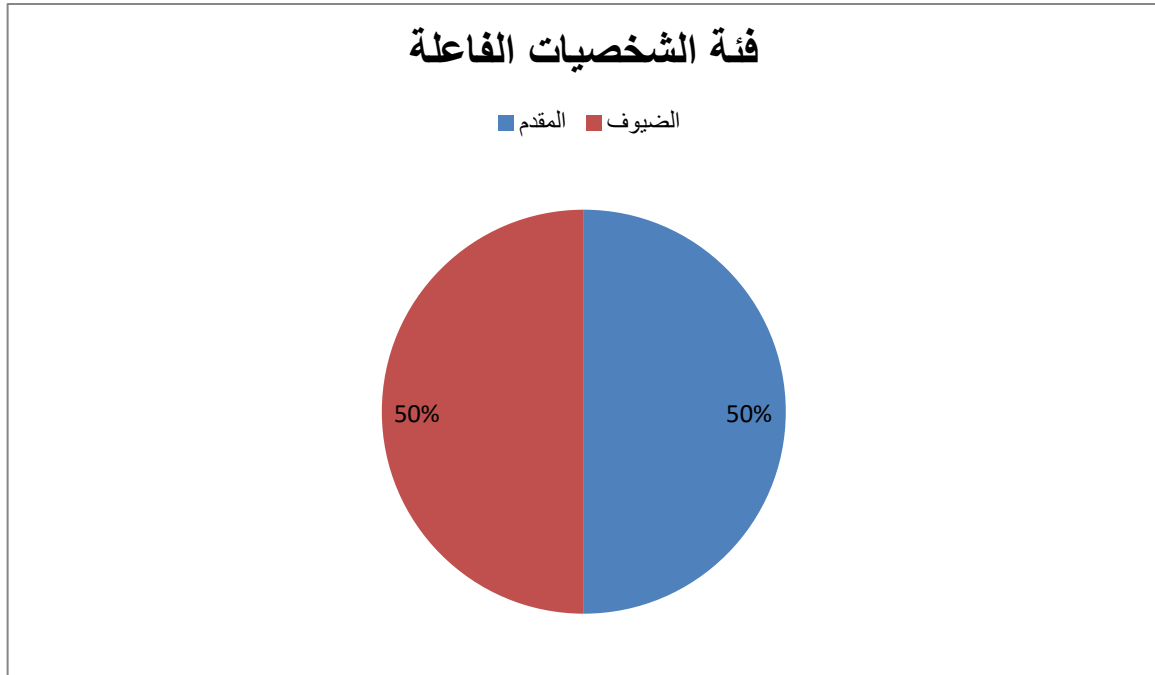
القيم	التكرار	النسبة
السلوكيات الايجابية		
التشجيع والدعم	6	14.63%
الشكر والتقدير	6	%14.63
حسن المعاملة	6	%14.63
النجاح و الفرح	6	%14.63
الصبر والاصرار	5	%12.19
التحدي وروح المنافسة	5	%12.19
السلوكيات السلبية		
التهميش	3	%7.31
سوء المعاملة	2	%4.87
الاستغلال	1	%2.43
الكذب	1	%2.43
المجموع	41	%100



من خلال هذا الجدول والشكل أعلاه يتضح لنا ان السلوكيات التي تمت معالجتها من خلال الحلقات البرنامج حيث احتلت في المرتبة الأولى في السلوكيات الايجابية التشجيع والدعم بنسبة كبيرة 15% ثم المرتبة الثانية الشكر والتقدير بنسبة 15% ثم الثالثة حسن المعاملة بنسبة 15% ثم المرتبة الرابعة النجاح ،الفرح بنسبة 15% ثم المرتبة الخامسة والسادسة التحدي وروح المنافسة والصبر والاصرار بنفس النسبة السابقة 12%، ثم تأتي السلوكيات السلبية حيث احتلت فيها المرتبة الاولى التهميش بنسبة 7% تأتي المرتبة الثانية سوء المعاملة 4% ثم المرتبة الثالثة الاستغلال 2% ثم المرتبة الرابعة الكذب بنسبة 2% لقد احتوت السلوكيات الايجابية على النسبة الاكثر أهمية من السلوكيات السلبية في حلقات البرنامج.

3/ فئة الشخصيات الفاعلة :

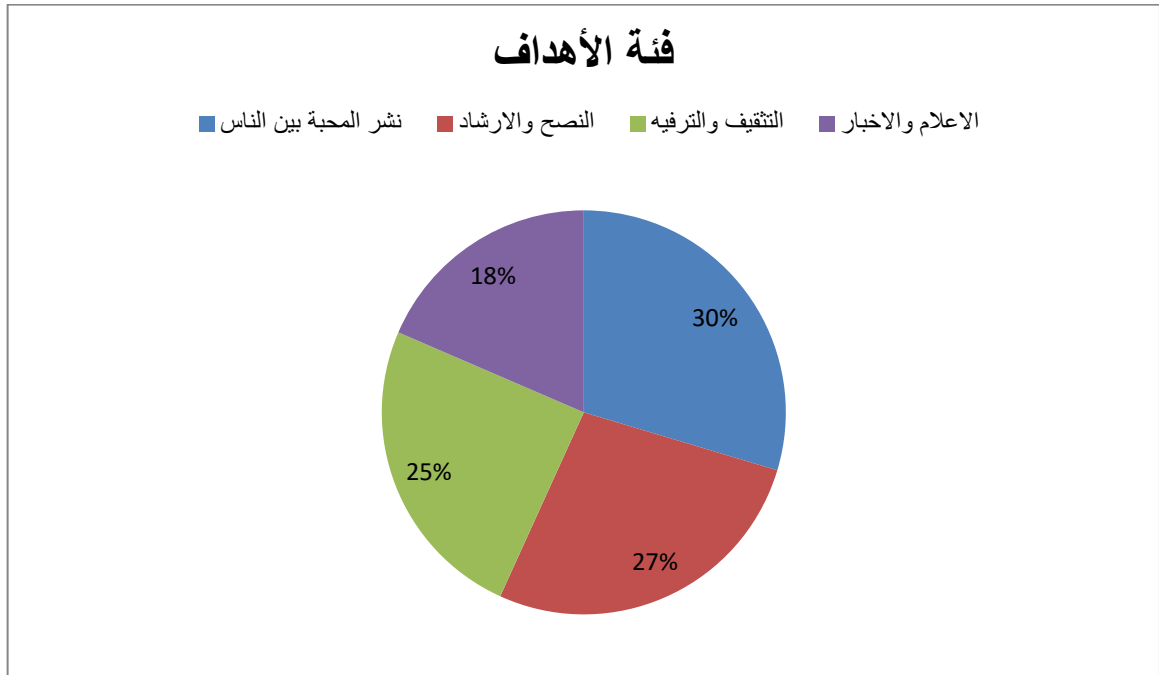
الجمهور	التكرار	النسبة
المقدم	06	%50
الضيوف	06	%50
المجموع	06	% 100



من خلال هذا الجدول وشكل اعلاه يبرز لنا الشخصيات الفاعلة في البرنامج حيث تساوت النسب لكل من فئة المقدم 50% وفئة الضيوف 50% وهذا راجع الى طبيعة البرنامج وعدد حلقات البرنامج وهذه النسب المتساوية راجعة الى نوع البرنامج المتمثل في مقابلة صحفية بين المقدم والضيف وعلاء من اوجد شخصيات فاعلة اخرى وهذا يعود لطبيعة البرنامج اعداده .

4/ فئة الأهداف

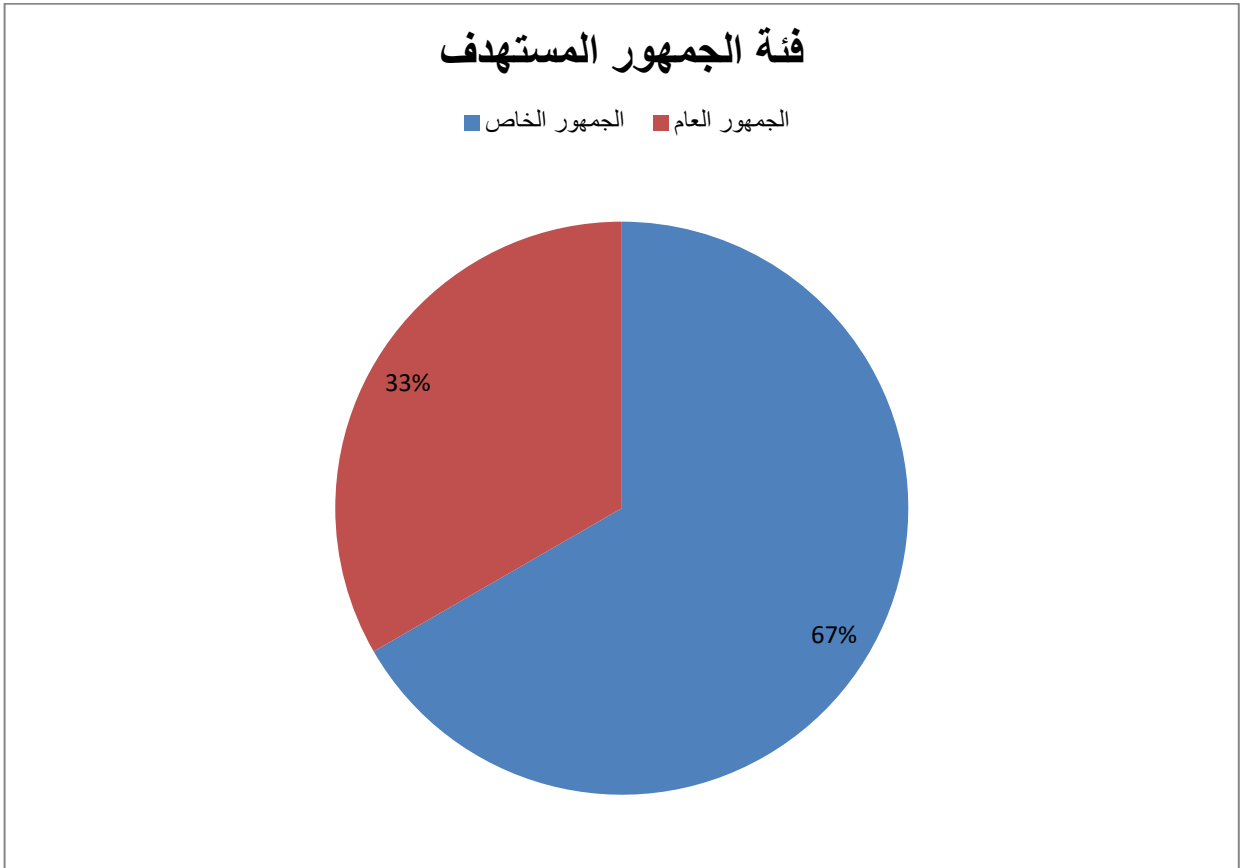
الأهداف	التكرار	النسبة
الترفيه	24	%29.62
تحفيز وتشهير	22	%27.16
تشجيع ودعم	20	%24.69
نصح وارشاد	15	%18.52
المجموع	81	%100



نلاحظ من خلال الجدول وشكل اعلاه انه يبرز لنا أهم الأهداف التي سعى البرنامج لإيصالها فاحتل هدف الترفيه المرتبة الاولى بنسبة %29.62 ثم المرتبة الثانية تحفيز وتشهير بنسبة %27.16 ثم المرتبة الثالثة تشجيع ودعم بنسبة %24.69 ثم المرتبة الرابعة والاخيرة نصح وارشاد بنسبة %18.52 والهدف الذي سعي تحقيقه البرنامج كان تنمية الفكر المجتمع وتشجيع على تشهير ومشاهدة صناعات المحتوى .

5/ فئة الجمهور المستهدف

الجمهور	التكرار	النسبة
الخاص	12	%66
العام	6	%33
المجموع	18	%99



نلاحظ من خلال الجدول والشكل أعلاه أن الجمهور الخاص هم صناع المحتوى المتواجدين في البرنامج أحتلوا المرتبة الاولى بالنسبة 66% فيما ياليه المرتبة الثانية الجمهور العام بالنسبة 33%.

تبين لنا من خلال التحليل الكمي أن البرنامج لا يحتاج إلى تفاعل مباشر مع جمهور خارجي ما وراء الشاشة عبر الهاتف مثلا... الخ فهو برنامج حوارى يتناول مختلف صناعات المحتوى الذين يشركون في نفس السمات وغيرها أكثرهم انتشارا في الشبكات الاجتماعية بحيث يعتمد على الحوار بين المقدم والضيوف إضافة الى انه لا يبيث على المباشر .

3. نتائج الجزئية لفئات الشكل و المضمون

أولا:النتائج الجزئية لفئات الشكل

- لاحظنا من خلال نتائج الجداول أن المدة الزمنية خصصت حسب كل ضيف كل حلقة ، وما يستغرقه ذلك الضيف من إجابته عن الاسئلة والتعريف بنفس وغير ذلك فالمدة الزمنية تختلف بسبب إختلاف ضيوف البرنامج
- اعتمد البرنامج على اللهجة العامية بكثرة كونه برنامج اجتماعي موجه لعامة الناس ، كما تم أيضا استخدام اللغة الفصحى والمزيج اللغوي بين الفصحى والعامية الإيصال الرسالة للجمهور المشاهد .
- تعددت فئة المؤثرات الصوتية في البرنامج من موسيقى قوية ، متوسطة ومنخفضة حيث أحتلت الموسيقى العالية المرتبة الأولى على نسبة من أجل لفت إنتباه المشاهد أما بالنسبة للموسيقى المتوسطة التي أحتلت المرتبة الثانية كونها تأتي مع حوار المقدم والضيوف واخيرا المنخفضة كونها تعتبر انتقالية من لقطة الى لقطة
- تشير النتائج ايضا الى أن البرنامج استخدم مجموعة من زوايا التصوير حيث تمثلت في زاوية مستوى النظر ، زاوية منخفضة ، زاوية مرتفعة لكن تم الاعتماد على زاوية مستوى النظر بكثرة كونها تركز على المقدم والضيوف .
- ركزت أيضا على طبيعة اللقطة فكانت بعيدة جدا ، بعيدة ، قريبة جدا ، قريبة ، اللقطة التفاعل ، اللقطة المصاحبة فكان التركيز أكثر على اللقطة بعيدة كونها الأكثر

إستخداما من اللقطات الأخرى فاهي تبرز ملامح الوجه وتركز على المشاعر لكلا من الضيوف والمقدم أيضا

ثانيا: النتائج الجزئية لفئات المضمون :

1. تعددت المواضيع المستضافة في حلقات البرنامج حسب محتوى كل هذه الشخصيات وما تقدمه عبر الوسائل الاجتماعية.
2. لاحظنا من خلال الجداول أن السلوكيات انقسمت إلى نوعين فكانت السلوكيات الايجابية أكثر تعدد(التقدير الشكر ، حسن المعاملة)وأكبر نسبة من السلوكيات السلبية (التهميش ،الكذب).
3. اعتمد البرنامج على شخصين لتفعيل البرنامج وهم مقدم البرنامج وصناع المحتوى، وذلك للعمل على تبليغ الرسالة والهدف المراد تحقيقه.
4. فيما يتعلق بأهداف البرنامج والتي سعى عبر كل حلقاته إلى تجسيدها فتراوحت بين الترفيه ،تحفيز وتشهير،تشجيع ودعم،النصح وارشاد.
5. يتجلى لنا أيضا أن البرنامج موجه لصناع المحتوى بصفة خاصة وبنسبة كبيرة كذلك بعض الشيء وبصفة عامة لفئة المجتمع كونه برنامج إجتماعية.

4. النتائج العامة للدراسة

من خلال الدراسة التحليلية لبرنامج اللقاء 360 درجة بقناة النهار TV نخلص النتائج الآتية

1. خصص برنامج "اللقاء 360 درجة" مدة زمنية لكل حلقة وهذا دليل على إهتمام البرنامج بدراسة هاته الظاهرة.
2. أعتد البرنامج على المزيج اللغوي بنسبة كبيرة وذلك تماشياً مع خصائص الجمهور ،حيث نوقشت المواضيع بلغة عامية بسيطة وعربية باستخدام المصطلحات المفهومة والمتداول .
3. أعتد البرنامج على عدة لقطات من بينها اللقطات البعيدة والبعيدة جداً ،قريبة والقريبة جداً ،المصاحبة ،فوق الكتف.
4. أغلب الموضوعات التي تناولها برنامج "اللقاء 360 درجة والتي جاءت ضمن صناعات المحتوى تمثلت في التعرف على السير الذاتية لصناعات المحتوى ،التعرف على كيفية تطوير ذات صناعات المحتوى ، انتقادات التي وجهت لصناعات المحتوى ،انجازات وطموحات المستقبلية لصناعات المحتوى.
5. طرح برنامج "اللقاء 360 درجة" مجموعة من السلوكيات الإيجابية المتمثلة في حسن المعاملة ،الشكر والتقدير ،الصبر والإصرار ،النجاح والسلوكيات السلبية من تهمة ،سوء المعاملة ،الاستغلال والكذب في معالجة صناعات المحتوى .
6. أظهرت الدراسة أيضاً أن الجمهور المستهدف بنسبة كبيرة هم الجمهور الخاص لشركاهم في نفس المجال
7. أظهرت الدراسة أن أهداف معالجة برنامج "اللقاء 360 درجة" هي الترفيه ، تحفيز وتشهير ، تشجيع ودعم ، النصح وارشاد

الخاتمة

الخاتمة

ارتأينا خلال دراستنا هذه ،أن لظواهر الاجتماعية أهمية كبيرة في القنوات الإعلامية ،حيث تمكن الإعلام الجزائري من مواكبة ما يحدث في المجتمع الجزائري ، عبر البرامج الخاصة ، التي باتت محل اهتمام العديد من الفئات الخاصة والعامّة للجمهور ، إذ أحدثت هذه البرامج تغيير فارق من خلال مصداقيتها لدى المشاهد .ومن بين هذه برامج برنامج اللقاء 360 درجة الذي يسلط الضوء على واقع المجتمع الجزائري وما يحدث عبر المواقع الاجتماعية من إنتشار شاسع أظهر الكثير من المواهب والمؤثرين وصناع المحتوى خاصة خلال السنوات الأخيرة ،مما شكل جذبا لدى الجمهور الباحث عن مصداقية الذي يعكسها البرنامج . كما استنتجنا أن بعض صناع المحتوى الناشطون عبر كافة مواقع التواصل الاجتماعي يقومون بصناعة محتويات إذ تعتبر بالنسبة لهم الملجئ الذي يعبر عن آرائهم ومعتقداتهم ،من خلال الواقع الذي يعانيه المجتمع من مشاكل يعيشها وي طرحها للمشاهد بهدف التوعية والتثقيف والنصح والإرشاد لمعالجة هذه الظواهر والقضايا الاجتماعية التي نراها في واقعنا الحالي عبر القنوات الخاصة كقناة النهار وبعض القنوات الأخرى.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

الكتب:

- المشهداني سعد سلمان ، مناهج البحث الإعلامي ،جامعة تكريت كلية الأدب ،دار الجامعي دولة الامارات العربية المتحدة ،2017
- سلطانية بلقاسم وآخرون :علم الاجتماع الإعلامي ،دار الفجر للنشر والتوزيع ،الجزائر ،2012م
- الميلادي عبد المنعم ،الإعلام مؤسسة الشباب بالجامعة للنشر ،الإسكندري
- ذوقان عبيدات ،كايد عبد الحق ،عبد الرحمان عدس :البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه ،الطبعة الحادية عشر ،عمان ،دار الفكر 2009/1430.
- رحيم يونس كارو العزاوي، مقدمة في المنهج العلمي ، طبعة 1، دار الدجلة ، عمان، 2008 ص 161.
- قنديلجي عامر، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والالكترونية : أسسه وأساليبه، مفاهيمه ، أدواته ، طبعة 2 . (عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2010) ص 153.
- كامل محمد المغربي ،أساليب البحث العلمي في العلوم الإنسانية والاجتماعية ،دار الثقافة للنشر والتوزيع -1430هـ-2009م.
- حمدي محمد الفاتح ، منهجية البحث لعلوم الإعلام والاتصال (عمان ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، 2017) ص 64.
- شفيق محمد ، البحث العلمي الأسس_ الإعداد_ المكتب الجامعي الحديث ،الإسكندرية ،2008

المجلات:

- دواد هارون أحمد محمد أرباب ،واقع التوظيف تقنيات التحول الرقمي في صناعات المحتوى بالمؤسسة الصحفية السودانية ، دراسة ميدانية : (التحديات وأفاق المستقبل).
- رمزي جاب الله، الصحافة الموبايل وصناعة المحتوى الاعلامي من الهواية الى الاحتراف ،مجلة العلوم الاجتماعية والانسانية ،جامعة باتنة (1)المجلد 23والعدد 2ديسمبر .

- عطية عيساوي ،زيزاح سعيدة ،عطاء الله النوعي ، تأثير صناع المحتوى على الطلبة عبر وسائط التواصل الاجتماعي ، مجلة التكامل في بحوث العلوم الاجتماعية والانسانية ،جامعة الجلفة زيان عاشور،المجلد (5)،العدد (2)،ديسمبر 2021.
- مياسر وليد سمباوه ،تأثير تكنولوجيا الاعلام الرقمي على صناع المحتوى الصحفي _دراسة ميدانية على القائم الاتصال ،مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية ،جامعة أم القرى ا، المملكة العربية السعودية ،المجلد 06،العدد05،30،ماي 2022

المقالات:

- شرفة إلياس تحليل معطيات وقراءتها كيفيا ،منهج تحليل المضمون ،جامعة سكيكدة .

المذكرات:

- طبال أنفال، حمادة خديجة ، التناول لتظاهرات الثقافية في الجنوب الجزائرية احتفالية يناير في بلدة عمر على القنوات التلفزيونية العمومية الجزائرية ،مذكرة مقدمة لاستكمال متطلبات شهادة أكاديمي، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية ، قسم علوم الإعلام والاتصال الجديدة ،ورقلة 2017_2018
- مسعي بشرى ، دحدوح رشيدة ،القيم الاجتماعية في برامج القنوات الجزائرية الخاصة ، دراسة تحليلية لبرنامج وأفعلو الخير عبر قناة الشروق الجزائرية ،مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص سمعي بصري .
- بن عطية أمينة ،المعالجة الإعلامية للجريمة الالكترونية على قناة النهار الجزائرية، دراسة تحليلية لعينة من أعداد برنامج *تحريات *،مذكرة الاستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر ،أكاديمي في ميدان العلوم الإنسانية شعبة علوم الإعلام والاتصال ،تخصص إذاعة وتلفزيون ،ورقلة _2017_2018 .
- بوناب إيمان ،عولي رونق ،الصورة الذهنية لقناة النهار لدى جمهورها خلال حراك 22فيفري ،مذكرة لنيل شهادة ماستر في علوم الاعلام والاتصال
- الداوي كريمة الهوية العربية من خلال البرامج الواقع _دراسة تحليلية لعينة من حلقات برنامج بسنواته الخمسة .

- بوهلال شيماء ، حضري وئام ،تأثير صناع المحتوى في مواقع التواصل الاجتماعي على سلوك الشباب الجامعي ،دراسة ميدانية لعينة من شباب ورقلة ،مذكرة تخرج
- لحر شيماء ،بوكروك ،التناول الإعلامي للأخبار في مواقع التواصل الاجتماعي _دراسة تحليلية لصفحة جيجل نيوز ،مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال .
- شاشة غنية ، محجر إسراء ،التناول الإعلامية المشاكل الأسرية في البرامج الاجتماعية دراسة تحليلية لبرنامج أحكي حكايتك ، على قناة الشروق ،مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر .
- قاضي جيهان نجود ،التناول الإعلامي للقاحات المقترحة ضد فيروس كورونا ، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر أكاديمي في ميدان العلوم الإنسانية شعبة علوم الإعلام والاتصال ، تخصص سمعي بصري ورقلة 2021-2022
- كرابي سلسبيل، المعالجة الإعلامية للقضايا السياسية الجزائرية في البرامج التلفزيونية الساخرة على القنوات الخاصة، دراسة تحليلية لعينة من برنامج، عمر راسك على قناة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال.
- شالوم ليندة ، شليغوم هاجر، المعالجة الإعلامية في قناة الشروق، دراسة تحليلية لعينة من إعداد برنامج *افتح قلبك*، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص سمعي بصري
- جيتي نادية ،المعالجة لقضايا الأسرة في الصحافة المكتوبة دراسة تحليلية مقارنة لعينة من الصحف العمومية والخاصة ،خلال الفترة من 2016الى 2018 ، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال

قائمة الملاحق

قائمة الملاحق







جامعة قاصدي مرباح ورقلة

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم: العلوم الاعلام والاتصال

تخصص : السمي البصري

استمارة تحليل مضمون موجهة للتحكيم

التناول الاعلامي لصناع المحتوى على قناة النهار TV

دراسة تحليلية لعينة من برنامج اللقاء 360° درجة

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر السمي والبصري

الأستاذ(ة) المحترم(ة) نقدم لكم هذه الاستمارة في اطار انجاز مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال تخصص : سمي بصري تحت عنوان (التناول الاعلامي لصناع المحتوى على قناة النهار) دراسة تحليلية لعينة من اعداد برنامج اللقاء 360 درجة من 2022/02/04 الى 2022/8/09.

وقد استخدمنا في هذه الدراسة منهج تحليل مضمون معتمدين على أدواته وهي استمارة تحليل المضمون مع الإعتماد على وحدة الفكرة والزمن .

لذا أطلب من معاليكم المحترمة : التمعن بشكل دقيق في الإستمارة والإطلاع على دليلها وكتابة الملاحظات التي ترونها مناسبة في المكان المخصص.

اعداد الطالبتين:

تحت اشراف الأستاذ : صانع رابح

• جيهان الشاوش

• نعيمة طواهري

السنة الجامعية 2023/2022

المحور الاول : البيانات الأولية

1

1. تاريخ الحلقة

2

2. المدة الزمنية

3

3. وقت البث

4

4. عدد الحلقات

المحور الثاني : فئات الشكل (كيف قيل)

1 فئة الزمن :

5

6

7

8

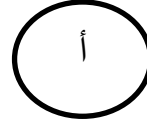
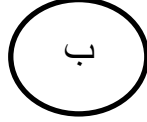
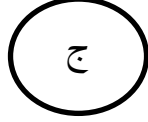
2 فئة اللغة المستخدمة:

10

9

11

3 فئة زوايا التصوير



12

4 فئة المؤثرات الصوتية

13

14

15

5 فئة طبيعة اللقطة

16

17

18

19

20

22

المحور الثالث : فئات المحتوى (ماذا قيل)

(1) فئة الموضوع

23

24

25

26

(2) فئة القيم

أ ب ج د ذ ر 27

أ ب ج د 28

(3) فئة الشخصيات الفاعلة

29

30

(4) فئة الأهداف

31

32

33

34

5) فئة الجمهور المستهدف

35

الجمهور العام

36

الجمهور الخاص

فك الترميز

اولا/ فئات الشكل :

● فئة الزمن :

تشير 5،6،7، 8 الى المدة الزمنية لكل حلقة من برنامج اللقاء 360 درجة حيث ان المربع 5 يشير الى زمن الحلقة الاولى 17.56 دقيقة أما المربع 6 يشير الى زمن الحلقة الثانية 17.34 دقيقة أما المربع 7 يشير الى زمن الحلقة الثالثة 16.53 دقيقة أما المربع 8 يشير الى زمن الحلقة الرابعة 12.04 دقيقة.

● فئة اللغة المستخدمة :

تشير كل من مربعات 9،10،11 الى اللغة المستخدمة في حلقات البرنامج حيث يشير المربع 9 الى اللغة العربية العامية والمربع 10 الى اللغة الفصحى والمربع 11 الى اللغة مزيج لغوي.

● فئة زاويا التصوير :

يشير المربع 12 الى زاويا التصوير حيث تشير الدائرة "أ" الى زاوية مستوى النظر في البرنامج أما الدائرة "ب" تشير الى زاوية منخفضة في البرنامج حيث تشير الدائرة "ج" الى زاوية مرتفعة.

● فئة المؤثرات الصوتية

تشير كل من المربعات 13،14،15 الى المؤثرات البصرية حيث يشير المربع 13 الى الموسيقي العالية في البرنامج كما يشير المربع 14 الى الموسيقي المتوسطة من البرنامج كما يشير المربع 15 الى الموسيقي المنخفضة في البرنامج.

● فئة طبيعة اللقطة

تشير كل من المربعات 16، 17، 18، 19، 20، 21، الى طبيعة اللقطات حيث ان المربع 16 يشير الى بعيدة جدا اما المربع 17 يشير الى بعيدة والمربع 18 الى قريبة جدا والمربع 19 يشير الى اللقطة قريبة اما المربع 20 يشير الى اللقطة المصاحبة اما المربع 21 يشير الى اللقطة فوق الكتف .

ثانيا/ فئات المحتوى :

• فئة الموضوع

تشير المربعات 23،24،25،26 الى فئة الموضوع لصناع المحتوى في البرنامج اللقاء 360 درجة على قناة النهار حيث أن المربع 23 يشير الى التعرف على السيرة ذاتية لصناع المحتوى والمربع 24 يشير كيفية تطوير ذات صناع المحتوى والمربع 25 يشير الى الإنتقادات التي وجهت لصناع المحتوى والمربع 26 يشير الى التعرف على أهم الإنجازات والطموحات المستقبلية لدى صناع المحتوى .

• فئة القيم

يشير كل من المربعات 27،28 الى فئة القيم حيث يدل المربع 27 على السلوكيات الايجابية المتمثلة في حيث الدائرة " أ" تشير الى التشجيع ، والدائرة " ب" تشير الى الشكر ،بينما الدائرة " ج" تشير الى وحسن معاملة ،وتشير الدائرة " د" الى النجاح ،تشير الدائرة " ذ" الى الصبر والاصرار، اما الدائرة " ر" تشير الى التحدي وروح المنافسة ،اما المربع 28 يدل على السلوكيات السلبية حيث الدائرة " أ" تشير الى التهميش بينما الدائرة " ب" تشير الى سوء المعاملة حيث الدائرة " د" تشير الى الاستغلال و الدائرة " ج" تشير الى الكذب.

• فئة الشخصيات الفاعلة

يشير كل من المربعين 29، 30 الى الشخصيات الفاعلة في برنامج اللقاء 360 درجة حيث ان المربع 29 الى مقدم البرنامج والمربع 30 يشير الى ضيف البرنامج.

• فئة الأهداف :

تشير كل من المربعات 31،32،33،34،الى الأهداف التي يرمي اليها البرنامج حيث ان المربع 31 يدل على اما المربع الترفيهي 32 يدل على تحفيز وتشهير اما مربع 33 يدل على تشجيع ودعم اما المربع 34 يدل على النصح وارشاد .

• فئة الجمهور المستهدف

يشير المربع 35 الى الجمهور المستهدف من البرنامج الا وهو الجمهور الخاص.

يشير المربع 36 الى الجمهور المستهدف من البرنامج الا وهو الجمهور العام.

دليل التعريفات

هو دليل موضوعي، أنجز في اطار اعداد مذكرة ماستر في علوم الاعلام والاتصال تخصص سمعي بصري ، عنوان تناول الاعلامي لصناع المحتوى على قناة النهار دراسة تحليلية لبرنامج 360 درجة، من خلال استخدام أداة تحليل المضمون لعينة من حلقات البرنامج محل الدراسة ، حيث استخدمت أداة تحليل المضمون لعينة من حلقات البرنامج محل الدراسة ، حيث استخدمت مجموعة من الفئات تتناسب ومشكلة الدراسة وتساؤلاتها ويضم دليل التعريفات الاجرائية وعناصرها كالاتي :

أولا / فئات الشكل : هي تلك الفئات التي تصف المحتوى الشكلي للمضمون المراد دراسته واعادة ما تحاول الاجابة عن التساؤل "كيف قيل؟" وهذه الفئات هي :

- **فئة الزمن :** يقصد بها المدة الزمنية التي يبث فيها البرنامج .
- **فئة اللغة المستخدمة :** وهي من الفئات المهمة في تحليل المحتوى ويقصد بها التعرف على النمط اللغوي السائد في تقديم معلومات معينة وايصال الرسالة للجمهور المستهدف البرنامج.
- **فئة زوايا التصوير :** هي تلك الزوايا التي استخدمها المصور في تسجيل البرنامج
- **فئة المؤثرات الصوتية:** هي تلك المؤثرات الصوتية التي تتمثل في الموسيقى العالية والمتوسطة والمنخفضة
- **فئة طبيعة اللقطة:** هي تلك اللقطات التي عرضها البرنامج (بعيدة جدا، بعيدة، قريبة جدا، قريبة..)

ثانيا / فئات المضمون: ويتمثل في تقسيم اجزاء المضمون المراد تحليله الى أجزاء ذات سمات وصفات مشتركة ، ويعتمد تحليل المحتوى على فئات المضمون لأنه يعد من الأدوات الملزمة التي يمكن تكييفها مع مختلف الاشكاليات وهذه الفئات هي :

- **فئة الموضوع :** يقصد بها التعرف الشخصيات المستضافة من طرف البرنامج
- **فئة السلوكيات:** يقصد بها السلوكيات الايجابية او سلبية التي تظهر في البرنامج.
- **فئة الشخصيات الفاعلة :** مجموعة الأشخاص الذين صنعوا الحدث في البرنامج حيث نجد كل من مقدم البرنامج، وضيف البرنامج.
- **فئة الأهداف :** يقصد بها الأهداف التي يسعى البرنامج التي تحقيقها .

- فئة الجمهور المستهدف : تفيد هذه الفئة في الكشف عن الجماعات التي توجه اليها المحتوى أو المادة الاعلامية .