

شكر و تقدير

بعد الشكر لله سبحانه على نعمته وفضله أتقدم بجزيل الشكر وفائق الإحترام لكل من

كان لي عوناً وسنداً في إنجاز عملي المتواضع هذا . وأخص بالذكر أستاذي

المشرف الدكتور طوالبية أحمد وإلى كل أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال

بجامعة غرداية وإلى كل زملائي في القسم وإلى كل الطاقم الإداري . فلهم منا فائق

الإحترام والتقدير .

إهداء

إلى مثلي وقدوتي في الحياة والذتي العزيزة وإلى كل العائلة
الكريمة وإلى كل من ساعدني في إتمام هذا العمل من قريب أو
من بعيد وإلى كل من شاركني بصغيرة أو كبيرة

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى
	شكر وتقدير.....
	إهداء.....
	فهرس المحتويات.....
	فهرس الجداول.....
	فهرس الأشكال.....
	فهرس الملاحق.....
	ملخص الدراسة بالعربية.....
	ملخص الدراسة بالفرنسية.....
	الإطار المنهجي للدراسة.....
	مقدمة.....
	إشكالية الدراسة.....
	تساؤلات الدراسة.....
	أهمية الدراسة.....
	أهداف الدراسة.....
	أسباب إختيار الموضوع.....

..... منهج الدراسة وأدواتها

..... أدوات الدراسة

..... مجتمع وعينة الدراسة

..... الإطار الزمني للدراسة

..... مصطلحات الدراسة

..... الدراسات السابقة

..... الإطار النظري للدراسة

..... الفصل الأول : الإعلام والمفاهيم المشابهة

..... المبحث الأول : ماهية الإعلام

..... المطلب الأول : تعريف الإعلام حسب الأبحاث العلمية والنظرية

..... المطلب الثاني : خصائص الإعلام

..... المطلب الثالث : وظائف الإعلام

..... المبحث الثاني : المفاهيم المشابهة للإعلام

..... المطلب الأول : الحرب النفسية

..... المطلب الثاني : الإشاعة

..... المطلب الثالث : الدعاية

..... المبحث الثالث : الإشهار

..... المطلب الأول : تعريف الإشهار

المطلب الثاني :مبادئ وخصائص الإشهار

المطلب الثالث : وسائل الإشهار

الفصل الثاني : وسائل الإعلام الجماهيرية أنواعها واللغة الإعلامية

المبحث الأول : وسائل الإعلام الجماهيرية

المطلب الأول : تعريف وسائل الإعلام

المطلب الثاني : تصنيف وسائل الإعلام

المطلب الثالث : وظائف وسائل الإعلام

المبحث الثاني : أنواع وسائل الإعلام

المطلب الأول : الصحافة المكتوبة

المطلب الثاني : الإذاعة

المطلب الثالث : التلفزيون

المبحث الثالث : اللغة الإعلامية

المطلب الأول : تعريف اللغة الإعلامية

المطلب الثاني : خصائص اللغة الإعلامية

المطلب الثالث : لغة الإعلام على الخريطة اللغوية

الفصل الثالث : التلفزيون في العالم والوطن العربي و الواقع الغوي في الجزائر ...

المبحث الأول :نشأة وتطور التلفزيون في العالم والوطن العربي

المطلب الأول : خطوات نشأة وتطور التلفزيون

- المطلب الثاني : التلفزيون في العالم
- المطلب الثالث : التلفزيون في الوطن العربي
- المبحث الثاني : التلفزيون في الجزائر
- المطلب الأول : إسترجاع السيادة على مؤسستي الإذاعة والتلفزيون
- المطلب الثاني : تنظيم وتأسيس الإذاعة والتلفزيون الجزائري
- المطلب الثالث : تطور البث الإذاعي والتلفزي في الجزائر
- المبحث الثالث : الواقع اللغوي في الجزائر
- المطلب الأول : اللغة العربية
- المطلب الثاني : اللغة العامية
- المطلب الثالث : اللغة الأمازيغية
- خلاصة الفصل الثالث :
- الإطار التطبيقي للدراسة :
- المبحث الأول : التعريف بمؤسسة التلفزيون الجزائري وبرنامج رؤى
- المطلب الأول : التعريف بالتلفزيون الجزائري
- المطلب الثاني : مديريات التلفزيون الجزائري
- المطلب الثالث : برامج التلفزيون الجزائري
- المطلب الرابع : التعريف ببرنامج " رؤى "
- المبحث الثاني : التحليل الكمي والكمي لفئات المضمون

المطلب الأول : التحليل الكمي والكيفي لفئة الموضوع

المطلب الثاني : التحليل الكمي والكيفي لفئة الأهداف

المطلب الثالث : التحليل الكمي والكيفي لفئة الجمهور المستهدف

المبحث الثالث : التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل

المطلب الأول : تحليل البيانات الكمي والكيفي لفئة الزمن

المطلب الثاني : تحليل البيانات الكمي والكيفي لفئة طبيعة المادة المستعملة

المطلب الثالث : تحليل البيانات الكمي والكيفي لفئة اللغة المستعملة

المطلب الرابع : تحليل البيانات الكمي والكيفي لفئة شكل التقديم

المبحث الرابع : تحليل الجداول المركبة بين متغير اللغة المستخدمة وباقي فئات التحليل

الأخرى

المطلب الأول: التحليل الكمي والكيفي لفئة اللغة المستخدمة و فئة الموضوعات..

المطلب الثاني : التحليل الكمي والكيفي للغة المستخدمة و فئة الأهداف

المطلب الثالث: التحليل الكمي والكيفي للغة المستخدمة وفئة الجمهور المستهدف

المطلب الرابع : التحليل الكمي والكيفي للغة المستخدمة وطبيعة المادة المستخدمة

المطلب الخامس : التحليل الكمي والكيفي للغة المستخدمة و شكل التقديم

النتائج العامة للدراسة :

خاتمة :

قائمة المصادر والمراجع :

فهرس الجداول :

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
	يوضح تكرارات المواضيع ونسبها المئوية	01
	يوضح تكرارات الأهداف ونسبها المئوية	02
	يوضح تكرارات فئة الجمهور المستهدف ونسبها المئوية	03
	يوضح تكرارات فئة الزمن ونسبها المئوية	04
	يوضح تكرارات طبيعة المادة المستعملة ونسبها المئوية	05
	يوضح تكرارات اللغة المستخدمة ونسبها المئوية	06
	يوضح تكرارات فئة شكل التقديم	07
	يوضح تكرارات فئة الموضوعات مع فئة اللغة المستخدمة	08
	يوضح تكرارات اللغة المستخدمة و فئة الأهداف	09
	يوضح تكرارات اللغة المستخدمة مع فئة الجمهور المستهدف	10
	يوضح تكرارات فئة طبيعة المادة المستعملة مع فئة اللغة المستخدمة	11
	يوضح تكرارات فئة اللغة المستخدمة مع فئة شكل التقديم	12

فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
	الدائرة النسبية لفئة الموضوعات	01
	الدائرة النسبية لفئة الأهداف	02
	الدائرة النسبية لفئة الجمهور المستهدف	03
	الدائرة النسبية لفئة الزمن	04
	الدائرة النسبية لفئة طبيعة المادة المستعملة	05
	الدائرة النسبية لفئة طبيعة اللغة المستخدمة	06
	الدائرة النسبية لفئة شكل التقديم	07

فهرس الملاحق

الصفحة	عنون الملحق	الرقم
	إستمارة تحليل المضمون	01
	دليل إستمارة تحليل المضمون	02
	دليل التعريفات الإجرائية للفئات	03
	الموقع الرسمي للتلفزيون الجزائري	04

فهرس الآيات

الصفحة	الآية	الرقم
	سورة يوسف: الآية {02}	01
	سورة الشعراء: الآية {192}-{195}	02
	سورة الزمر: الآية {27}-{28}	03

ملخص الدراسة باللغة العربية :

هدفت الدراسة إلى تشخيص واقع اللغة العربية الفصحى في وسائل الإعلام الجزائرية من خلال برنامج "رؤى" كونها تنافس مصادر المعرفة الأخرى كالأسرة والمدرسة وغيرها إلى الحد الذي أضحت فيه وسائل الإعلام من المصادر الأساسية للمعرفة لقطاع كبير من الأفراد في أي مجتمع ، وأصبح هذا القطاع يتعامل و يتفاعل مع ما تقدمه الأخيرة في ظل واقع إجتماعي و ثقافي و لغوي متعدد في المجتمع الجزائري ، كل هذه العوامل التي أضحت تهدد كيان اللغة العربية الفصحى بإعتبارها لغة الدولة ومن أهم مقوماتها ، والتي تمثل وسائل الإعلام وخصوصا التلفزيون إحدى أهم أدواتها وذلك لما لهذه الوسيلة من قدرة على الإستحواذ على قطاع واسع من الجمهور ، كما إعتد الباحث في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي وأداة تحليل المحتوى لجمع بيانات عينة الدراسة والتي بلغت 12 حلقة من برنامج رؤى ، وللتأكد من صدق التحليل وثباته تم عرض الإستمارة على أساتذة محكمين بعيد تمحيص وتدقيق وأخذ لملاحظاتهم بعين الإعتبار تم وضعها في الصورة العلمية السليمة.

وخلصت الدراسة إلى أن برنامج "رؤى" إعتد بشكل كبير على اللغة العربية الفصحى في تلقين رسالته الإعلامية إلى جمهوره ، بدورها حصلت المواضيع ذات الطابع الثقافي والإجتماعي حيز الإهتمام الأكبر بغية رفع المستوى الثقافي والإجتماعي للجمهور ، تليها بذلك المواضيع ذات الطابع الإقتصادي والسياسي فالتاريخي ، بهدف تحسين المستوى الاقتصادي و المعيشي ورفع الوعي السياسي والتاريخي للجمهور .

الكلمات المفتاحية : اللغة العربية الفصحى الإعلام ، وسائل الإعلام ، التلفزيون الجزائري.

Résumé :

L'étude visait à diagnostiquer la réalité de la langue arabe classique dans les médias algériens à travers le programme "Rua", qui fait concurrence à d'autres sources de connaissances telles que la famille, l'école, etc. Elle réagit à ce que cette dernière offre à la lumière de la réalité sociale, culturelle et linguistique de la société algérienne, qui menace l'existence de la langue arabe classique en tant que langue de l'État et l'un de ses éléments les plus importants, dont les médias, notamment la télévision. Dans le cadre de cette étude, le chercheur s'est appuyé sur la méthode descriptive analytique et l'outil d'analyse de contenu pour recueillir les échantillons de données de l'étude, qui représentaient 12 épisodes du programme Vision, et pour vérifier la validité de l'analyse et la cohérence. Le formulaire a été présenté aux répondants. Leurs observations ont été prises en compte dans l'image scientifique.

L'étude a révélé que le programme "Rua" s'appuyait beaucoup sur la langue arabe classique pour transmettre son message aux médias et que les sujets de nature culturelle et sociale recevaient la plus grande attention pour élever le niveau culturel et social du public. Niveau économique et sensibilisation politique et historique du public.

les mots clés : Langue arabe standard , Médias , Télévision algérienne .

الإطار المنهجي

للدراسة

مقدمة

إن مناقشة موضوع اللغة العربية في الجزائر اليوم ليس بالأمر الجديد ، شأنها شأن الدول العربية الأخرى التي بدورها تعاني من تراجع للغة العربية الفصحى لصالح اللغة العامية من جهة واللغات الأجنبية من جهة أخرى ، فاللغة العربية في الجزائر، تعيش صراعا مع اللغة العامية ، التي تنتشر بين أوساط المجتمع، وتستخدمها شريحة كبيرة من هذا الشعب، ضف إلى ذلك صراعها مع اللغة الفرنسية إذ مازال هذا الصراع المتأصل إلى يومنا هذا، رغم مرور ما يزيد عن خمسين سنة عن إستقلال الجزائر من الإستعمار الفرنسي حيث أن إستعمالها يقتصر على النخبة من الجزائريين بالإضافة لإستعمالها في معظم الإدارات وكذا التعليم خاصة العلمي منه والتقني وغيرهما ، هذا الصراع الذي تواجهه اللغة العربية سواء مع العامية أو الفرنسية مرده إلى الإستعمار الفرنسي الذي نتيجة إضطهاده اللغوي الذي مورس على الجزائريين آنذاك ، مانجم عنه تفاوت في إستعمال اللغات في الجزائر، فأصبحت اللغة العربية الفصحى والفرنسية تقتصر في إستعمالها على النخبة والطبقة المثقفة فقط ، فيما أغلبية الشعب تستعمل اللغة العامية ضف إلى ذلك الأمازيغية في بعض المناطق من الجزائر.

من هنا طفت على السطح بعض الظواهر اللغوية التي لم تكن معهودة من قبل كالثنائية والإزواجية اللغوية وفشو اللحن وغيرها ، ولعل ما يشهده العالم اليوم من تطورات في شتى المجالات والميادين ألقى بظلاله على اللغة التي تعد ظاهرة إجتماعية تتطور بتطور الأزمنة والعصور حيث شهدت اللغة العربية تطورا كبيرا ادا ما قورنت بما كانت عليه قديما ، هذا التطور راجع لعدة عوامل لعل من أبرزها الإعلام حيث يعد من أهم مصادر التكوين الثقافي وذلك للدور التعليمي الذي يلعبه في جميع المجالات نظرا إلى الكم الهائل من المعلومات والحقائق التي تقدمها مختلف وسائل الإعلام المختلفة ، المكتوبة منها والسمعية والسمعية البصرية وإذا كانت وظيفة الإعلام هي نقل المعلومات والحقائق الصادقة ، إلا أن أهم وظيفة له في يومنا هذا هي الوظيفة اللغوية ، فإننتشار اللغة وتطورها يرتبط إرتباطا وثيقا بوسائل الإعلام من خلال ما تقدمه مضامينها ، حيث أضحي هذا الدور الجانب الأخطر لكونه يمثل هوية الشعوب لذا فقد بات على وسائل الإعلام في البلدان العربية وخصوصا الجزائر مسؤولية الحفاظ على اللغة وتقويم اللسان العربي الفصيح هذه الأخيرة التي تغلغت في أوساط الجماهير وساهمت بشكل كبير في بلورة واقع اللغة ، ومن هنا سنتناول هذه اللغة المتداولة في وسائل الإعلام الجزائرية في ظل التعددية الإعلامية وظهور عديد من القنوات الخاصة وفي ظل الصراع اللغوي الذي تتجاذبه أطراف أربع

هي الفصحى ، العامية ، الأمازيغية والفرنسية دفعنا هذا للتحري عن واقع اللغة العربية الفصحى من اللغة الإعلامية في وسائل الإعلام الجزائرية ، وقد وقع اختيارنا على التلفزيون الجزائري بصفته المؤسسة الإعلامية الرسمية في الجزائر.

كثير الحديث في السنوات الأخيرة عن الواقع اللغوي الإعلامي في الجزائر، إذ صار يتميز بتعدد اللغات المتمثلة في اللغة العربية بشكليها (الفصحى والعامي)، إضافة للغة الأمازيغية ، واللغات الأجنبية ونخص بالذكر اللغة الفرنسية ، وهذا ما أدى إلى ظهور ما يُسمى بالإزدواجية اللغوية والثنائية اللغوية في الإعلام الجزائري ، ما أثر على لغة المجتمع وثقافته، كما أثر أيضا على مختلف المجالات الأخرى.

وفي هذا السياق شهدت هذه الدراسة إطارا منهجيا رافقه إطار نظري الذي قسم إلى أربع فصول حيث تناول الأول إشكالية وتساؤلات الدراسة بالإضافة إلى أهمية وأهداف الدراسة ، تلته بذلك أهم الأسباب التي دفعتنا لإختيار الموضوع وكذا المنهج المنتهج والأدوات التي جمعت بها المادة العلمية فالجمع وعينة الدراسة و تحديد مصطلحاتها ختاماً بالدراسات السابقة وصعوباتها .

جاء الفصل النظري الأول للدراسة بعنوان الإعلام والمفاهيم المشابهة يحوي ثلاث مباحث أولها بعنوان ماهية الإعلام أما ثانيهما فجاء بعنوان المفاهيم المشابهة للإعلام ، أما الثالث فجاء بعنوان الإشهار، أشتمل كل منها إلى ثلاث مطالب .

في حين جاء الفصل الثاني تحت مسمى وسائل الإعلام الجماهيرية وأنواعها واللغة الإعلامية قسم بدوره إلى ثلاث مباحث عُنون أولهما : بوسائل الإعلام الجماهيرية وجاء الثاني بعنوان :أنواع وسائل الإعلام أما الثالث فعنون باللغة الإعلامية إحتوى كل مبحث على ثلاث مطالب. وفيما يخص المبحث الثالث فجاء كالتالي : التلفزيون في العالم والوطن العربي والواقع اللغوي في الجزائر ، حيث قسم إلى ثلاث مباحث ، جاء الأول بعنوان ، نشأة وتطور التلفزيون في العالم والوطن العربي، وجاء المبحث الثاني تحت مسمى ، التلفزيون في الجزائر ، كما جاء الثالث بعنوان الواقع اللغوي في الجزائر مستعرضين في كل مبحث ثلاث مطالب .

أما الإطار التطبيقي للدراسة ، فقد تضمن في فصل رابع التحليل الكمي والكيفي لبرنامج " رؤى " بالإضافة إلى نتائج وخاتمة الدراسة .

ستتناول في هذا الفصل المحاور المنهجية للدراسة ، والتي من خلالها نتطرق إلى عرض الإشكالية وتساؤلاتها بشكل عام ، لتتطرق بعدها لأهم المفاهيم والمصطلحات التي تضمنتها الدراسة ، ثم نتبعها بأهم الدراسات السابقة ذات الصلة بموضوع دراستنا .

إشكالية الدراسة :

تعد وسائل وسائل الإعلام في الوقت الراهن من الأدوات المثلى لفرض ديمومة هيمنة الحضارات القوية ، ولغات أقوامها ، وكذا أسلوب حياتهم ، فهي بذلك تكتسي قدرة شديدة التنوع والتي تمكنها من إحلال للتأثيرات المنشودة.

ومن المعلوم أن داخل كل عملية إعلام تشكل اللغة المستخدمة ، وطريقة توظيفها هي الركيزة الأساسية لنجاح أو فشل السياق الاتصالي ، باعتبارها الوسيلة الأكثر تأهيلا لتبليغ الأفكار والإنفعالات والرغبات والتصورات والقيم .

وفي عصر العولمة الذي نلج ساحاته ، مجبرين لا مخيرين يتضح لنا جليا ذلك الصراع اللغوي المتبلور عن العولمة الثقافية ، التي تؤسس لفرض هيمنة ثقافة الأمم الأكثر تقدما والتي تسعى جاهدة لصنع بديل حضاري ذي قوة يبتز التعدد الثقافي واللغوي .

لذا فمسألة النهوض باللغة العربية الفصحى وتأكيد وجودها يكتسي أهمية قصوى ، ويمكن أن يتم ذلك عبر العديد من المؤسسات التعليمية و المجامع اللغوية ، بيد أن المؤسسات الإعلامية تتبوأ الريادة في هذا المجال لأنها ببساطة الأكثر إتصالا بالناس ، والأكثر ملازمة لهم والأكثر عتادا.

ففي ميدان الإعلام ، لغة الصحافة وفنونها تعد الأساس لكل إنشاء وفن إعلامي آخر ، والصورة شريكة الكلمة في أكثر الوسائل ، وإن تعددت وتنوعت بين ثابتة كالصحافة ومتحركة كالسنيما والتلفزيون وغيرها ، ومتلقي هذه الرسالة جمهور واسع .

إن ماتواجهه اللغة العربية الفصيحة في يومنا هذا من تحديات خطيرة ، توشك أن تعصف بها ، باتت اليوم أكثر من أي وقت مضى بحاجة ماسة إلى وسائل تحفظ لها من تبقى من كيان ، فأضحى الأمل معقودا على وسائل الإعلام باختلافها لتؤدي جزءا من هذا الدور أو معظمه ؛ فوسائل الإعلام من صحافة و إذاعة وتلفزيون وغيرها ، بإستطاعتها أن تضطلع بدور لا يماثله دور في خدمة اللغة العربية الفصحى .

إن واقع الكثير من الفضائيات العربية اليوم ، أصبح يروج للعاميات بشكل سافر ، يزيدا إسعلاء وجهارة ، فجل برامجها أصبح يقدم بالعامية ، وجاوز هذا الأمر ليتعدى لمختلف التمثيليات والمسلسلات والأفلام وغيرها ، ولم يقتصر على الحد فقط بل تجاوزه إلى بعض البرامج التربوية والساسية والثقافية

والإجتماعية ، بذلك فُرض على المتلقي العربي واقعا لغويا عاميا متخلفا بدل اللغة العربية الفصحى لغة الدين والحضارة والأصالة .

هذا الواقع اللغوي هو ما نلتمسه في وسائل الإعلام الجزائرية ، فاللغة العربية الفصحى لا يمكن لها الانتشار إذ لم تكن لها سياسة تدعمها كلغة وطنية مقابل اللغات الأجنبية واللهجات الزاحفة بقوة لما تمتلكه من مؤهلات في ظل العمولة التي لا تعترف بالحواجز ولا الحدود ولا تعير إهتماما لحضارات الشعوب ولا لخصوصياتها ، فاللغة العربية عموما والفصحى خصوصا في الجزائر، تكاد تكون لها وضعية خاصة ، نظرا لعدة عوامل منها تلك التاريخية والإجتماعية والثقافية وغيرها ، هذه الخصوصية أضفت وضعها خاصا على وسائل الإعلام في الجزائر بخلاف البلدان العربية الأخرى .

ونظراً لكل هذا ، كان لا بد لنا أن نتساءل عما إذا كانت اللغة المستعملة في القنوات التلفزيونية الجزائرية تؤثر بدورها على لغة المجتمع ، في خضم هذا نطرح التساؤل التالي :

كيف هو واقع اللغة العربية الفصحى في المضمون الإعلامي الجزائري ؟

تساؤلات الدراسة:

- ما هي اللغة الأكثر إستعمالا من قبل القائم بالاتصال في برنامج "رؤى" ؟
- ما المكانة التي تحتلها اللغة العربية الفصحى أمام التعدد اللغوي في وسائل الإعلام الجزائرية ؟
- ماهي أهم الموضوعات التي يعالجها القائم بالاتصال في برنامج رؤى على التلفزيون الجزائري ؟
- ما هي أهداف القائم بالاتصال من الموضوعات التي يعالجها في برنامج "رؤى" ؟
- ما طبيعة الجمهور المستهدف من خلال برنامج "رؤى" ؟
- كيف يمكن النهوض باللغة العربية الفصحى لريادة لغات الساحة الإعلامية في الجزائر ؟

أهمية الدراسة :

تكمن أهمية هذا العمل في إبراز اللغة التي من خلالها تخاطب وسائل الإعلام وبالأخص التلفزيون

جماهيرها

إن أهمية الدراسة تستند أساسا إلى مدى أهمية المصطلحات التي تتعامل وإياها ، والتي تتمثل في ثلاث مفاهيم أساسية وهي : اللغة العربية ، اللغة الإعلامية ووسائل الإعلام ، والتي يمكن أن نعتبرها محاور بحث مستقلة ، فهذه الأخيرة ترتبط ببعضها إرتباطا وثيقا كما تتفاعل و مشكلة موضوع دراستنا وهذا ما يكسيها هذه الأهمية البالغة .

كما تهدف الدراسة إلى :

إبراز ومعرفة فاعلية برنامج رؤى في ترقية اللغة العربية الفصحى من خلال المواضيع التي يعالجها .

أهداف الدراسة :

- ✓ معرفة اللغة التي من خلالها يخاطب ويتفاعل ويقنع بها التلفزيون الجزائري جمهوره بإعتباره الوسيلة الإعلامية الرسمية في الجزائر .
- ✓ الكشف عن الطريقة التي يعالج بها برنامج " رؤى " على التلفزيون الجزائري مختلف الأحداث الإجتماعية .
- ✓ الكشف عن الممارسات اللغوية الإعلامية في التلفزيون الجزائري من خلال برنامج " رؤى " ووقع ذلك على لغة المجتمع.
- ✓ التعرف على موضوعات القائم بالإتصال في برنامج رؤى على التلفزيون الجزائري.
- ✓ محاولة التعرف على الأهداف في المحتوى الذي يقدمه برنامج " رؤى " على التلفزيون الجزائري.
- ✓ كما تهدف الدراسة لمعرفة الجمهور المستهدف من خلال البرنامج.

أسباب إختيار الموضوع :

من بين أهم الأسباب التي دفعت بنا للقيام بهذا البحث ، هو الواقع المزري الذي تعيشه اللغة في أروقة وسائل الإعلام الجزائرية بشتى أنواعها من شيوع للغة العامية وخصوصا التلفزيون بصفته الوسيلة الأكثر صيرورة وانتشارا وقربا من الجماهير بمختلف طبقاتهم .

✓ الرغبة الكبيرة في معرفة أسباب ومسببات تذيي اللغة الإعلامية في ظل تعدد اللغات واللججات في المجتمع الجزائري وتسلط الضوء على اللغة العربية الفصحى و تبيان موقعها في ظل هذا

التعدد في وسائل الإعلام الجزائرية ونخص بالذكر التلفزيون ، ولما يلعبه من أدوار تعليمية وثقافية كونه الوسيلة الأكثر إنتشارا وقربا بين أوساط الجماهير .

منهج وأدوات الدراسة :

نوع الدراسة :

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية والتي يمكن إعتبارها وصف دقيق وشامل للظاهرة ، كما يستخدم للتعرف على وسائل الإعلام وما تبثه من مضامين .

تعريف المنهج :

❖ لغة: النهج والمناهج ، تدل على الطريق الواضح ¹.

❖ إصطلاحا : يمكن إعتباره مجموعة من الإجراءات والخطوات الدقية والمنتقاة من أجل

الوصول إلى نتيجة.

ويمكن تعريفه أيضا : على أنه الطريق الذي من خلاله يتم الكشف عن الحقيقة في العلوم من خلال طائفة من القواعد العامة ².

تعريف المنهج الوصفي التحليلي :

هو إستقصاء ينصب على دراسة الظاهرة كما هي قائمة في الحاضر بقصد تشخيصها ، جوانبها وتحديد العلاقات بين عناصرها. وهذا التعريف جاء مطابقا لتعريف منهج "المسح" ³.

ويعتمد المنهج الوصفي التحليلي على تفسير الوضع القائم (أي ما هو كائن) وتحديد الظروف والعلاقات الموجودة بين المتغيرات كما يتعدى من مجرد جمع بيانات وصفية حول الظاهرة إلى التحليل والربط والتفسير لهذه البيانات، وتصنيفها وقياسها وإستخلاص النتائج منها.

والبحوث الوصفية تقوم على أساس التعمق في دراسة نقطة معينة أو تناولها من زاوية معينة بغية الإحاطة بها وذلك من خلال الحصول على كل ما يتاح من بيانات عنها من أجل البحث والدراسة.

بما أن الإشكالية المطروحة تتطلب دراسة فعالة إرتأينا أن تكون أداة البحث المستخدمة هي: الملاحظة وأداة تحليل المحتوى ، و المتعلق بتحليل الرسالة الإعلامية لبرنامج " رؤى " .

¹ أحمد بن مرسلتي ، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والإتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية ، ط4 ، الجزائر ، ص 282 .

² عبد الرحمان بدوي ، مناهج البحث العلمي ، دار الشروق للنشر والتوزيع ، ط4 ، الجزائر ، 2009 ، ص 65.

³ أحمد بن مرسلتي ، المرجع السابق ، ص 286، 287 ..

أدوات جمع البيانات :

❖ الملاحظة :

لغة : هي كلمة مشتقة من الفعل الثلاثي " لحظ " ، والتي تعني في العربية النظر إلى الشيء¹ .
إصطلاحا : يمكن تعريف أداة الملاحظة في البحث العلمي على أنها : مشاهدة الظاهرة محل الدراسة عن كثب² .

حيث يستفيد منها الباحث في كونها تسمح له بتدوين بعض المعلومات المرتبطة بالموضوع مثلا أسبابه إنعكاساته ، فهي بذلك وسيلة علمية لجمع البيانات تتسم بانخفاض التكاليف ولا تحتاج إلى جهد وأدوات مسبقة تتطلب من الباحث الموضوعية و الدقة في جميع البيانات .

تحليل المحتوى :

❖ **لغة :** تعني كلمة تحليل أي : تفكيك الشيء إلى مكوناته الأساسية³ .
❖ **إصطلاحا:** يعرفه موريس آنجلس (maurice angers) بأنه تقنية غير مباشرة تستعمل في منتجات مكتوبة أو سمعية أو سمعية بصرية ، تصدر من أفراد أو مجموعات أو من عنصر والتي يظهر محتواها في شكل مرقم⁴ .

تم في هذه الدراسة الإعتماد المركز على أداة تحليل المحتوى والذي يمكن إعتبره أسلوب وصفي موضوعي كمي وكيفي ، وكذا بإعتبره أحد الأدوات المستخدمة في دراسة مضمون وسائل الإعلام المسموعة والمرئية والمكتوبة وكذا بوضع خطة منسقة ومنظمة إبتداءا من تحديد عينة المادة المراد تحليلها وتحليلها كميًا وكيفيًا.

أما الخطوات المنهجية الواجب إتباعها في تحليل المضمون حسب الباحث:"سمير محمد حسين"

هي:

¹ أحمد بن مرسلتي ، المرجع السابق ، ص 203 .

² نفسه ، ص 20 .

³ نفسه ، ص 249. 250 .

⁴ يوسف تمار ، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين ، دار طاكسج نوم للدراسات والنشر والتوزيع ، ط1 ، دت ، ص 10 .

1. التحليل المبدئي.
2. وضع الفروض.
3. اختيار العينة.
4. ترميز بيانات التحليل.
5. تحديد وحدات التحليل.
6. تصميم استمارة التحليل.
7. تفسير النتائج¹.

التعريف الإجرائي لتحليل المحتوى :

يمكننا تعريف تحليل المحتوى بأنه تلك التقنية الوصفية التي تستخدم في دراسة الوثائق والدراسات والخطابات الإعلامية في سبيل فهمها وتفسيرها في ضوء المعالجة الإحصائية. أو بمعنى آخر: تحليل المضمون هو أسلوب كمي وكيفي ، له إستعمالات عديدة منها المكتوبة والمسموعة والمسموعة المرئية وتصنيفها وتجميعها وقياسها في قالب مميز ذو دلالات سمائية مرورا بفهمها وتفسيرها وصولا إلى نتائج تثبت الفرضيات أو تنفيها في سبيل إستخلاص إقتراحات وتوصيات يمكن العمل بها آنيا ومستقبليا.

أولا : فئات التحليل:

يراعي القائم بالاتصال ، وهو بصدد إعداد رسالته الإعلامية وحتى يتحقق للرسالة التأثير المطلوب فهو من جهة يهتم بالمعاني والأفكار التي تضمها الرسالة، ومن جهة ثانية بالشكل أو الإطار أو القالب الذي سوف تقدم فيه هذه الرسالة لتحقيق أهداف النشر. وعلى هذا فتحليل المضمون اهتم بالفرقة بين هذين الجانبين لتحديد أنواع الفئات الشائع استخدامها في بحوث تحليل المحتوى ، حيث يتم التفرقة بين المادة التي تحتويها الرسالة الشكل الذي تقدم به إذ تثار عادة تساؤلات قبل بداية التحليل واختيار الفئات.

¹ سمير محمد حسين ، دراسات في مناهج البحث العلمي ، عالم الكتب للنشر والتوزيع، ط2، 1995، ص13.

أولاً: (ماذا قيل؟) يهتم بمضمون المادة الإعلامية.

ثانياً: (كيف قيل؟) يهتم بالشكل الذي قدمت به المادة الإعلامية.¹

ففي مجال تحليل المضمون تعد عملية تحديد فئات ووحدات التحليل من أهم الخطوات ، وعليها يتوقف نجاح عملية التحليل من عدمها ، فكانت كالتالي :

أولاً: فئة (ماذا قيل؟) :

تصف المعاني والأفكار التي تظهر في المحتوى وتهتم بالإجابة على كل ما له العلاقة بالمضمون .
إستخدمنا في دراستنا تحليل مضمون حلقات برنامج " رؤى " .

فئة الموضوع :

وهي الفئة التي تختص بالإجابة عن السؤال ماذا قيل؟
وللإجابة عن هذه الفئة وجب ان نتطلع إلى أفكار ومعاني المحتوى ونعني بها المواضيع البارزة بكثرة في المضمون
تهدف هذه الفئة إلى التعرف عن "مراكز الاهتمام في المضمون" ولذلك ينبغي استخدامها كوسيلة لمعرفة مختلف الموضوعات التي تناولها برنامج " رؤى " من خلال عامل تكرار هذه الموضوعات ما يعكس إلى حد ما أهمية هذه المواضيع لدى القائم بالاتصال .

فئة الأهداف :

ونقصد بها ما هدف القائم بالاتصال من البرنامج :

تم لإختيار هذه الفئة لمعرفة الأهداف التي أراد القائم بالاتصال إبلاغها والوصول إليه وتمثلت في :

✚ إصلاح وتنمية ورفع المستوى الإجتماعي : ونقصد بهذه الفئة تبليغ الناس وإعلامهم بكل ما يتعلق بأمور دينهم ودنياهم من خلال رصد بعض المظاهر السيئة في المجتمع ومعالجتها .

✚ رفع المستوى الثقافي : الرقي بالمستوى العلمي والفكري للجمهور .

✚ رفع المستوى الإقتصادي : كل ما من شأنه دعم إقتصاد الدولة و زيادة نسبتها في تحقيق الإكتفاء الذاتي مع تحقيق معدلات مرتفعة من قيمة الدخل الفردي .

¹ علي الربيعي ، تحليل المضمون وتطبيقاته في الدراسات الإعلامية ، مجلة فصلية متخصصة محكمة تعنى بأبحاث ودراسات وسائل الاتصال الجماهيري، البحوث الإعلامية (د، ت) ، ص 1 .

رفع المستوى السياسي : أي مساهمة المواطنين ومحاولة تنمية حسهم السياسي و إشراكهم في القرارات السياسية .

نشر وترسيخ الثقافة الإسلامية وتصحيحها : ونقصد بها المفاهيم الخاطئة وأنماط السلوك وطرق التفكير للحفاظ على الهوية الإسلامية. ولتكوين رأي عام سليم تجاه الأمة الإسلامية

3- فئة الجمهور المستهدف : ونقصد بها تلك الشريحة من الجمهور التي يتوجه لها البرنامج ويخاطبها.

جمهور عام : وهو كل فئات الجمهور دون إستثناء.

جمهور خاص : ونقصد بها فئة معينة أو شريحة معينة من الجمهور .

ثانياً: فئة (كيف قيل)؟

وهي التي تصف المحتوى الشكلي للمضمون وعادة ما تحاول الإجابة عن السؤال كيف قيل؟ وهو أحد ركائز تحليل المضمون فالشكل الذي يقدم به المضمون إلى جمهور القراء أو المتفرجين أو المستمعين .

فئة طبيعة المادة المستعملة: و نقصد بها بنية الحصة وما تعتمد و تركز عليه.

حوار مباشر : نقصد به التناقش عن طريق الكلام المباشر بين شخصين أو مجموعة من الأشخاص بطريقة هادئة و منظمة حول موضوع أو فكرة معينة .

حوار مسجل : التناقش عن طريق الكلام بين شخصين أو مجموعة من الأشخاص بطريقة هادئة و منظمة حول موضوع أو فكرة معينة هذه المرة لا يأخذ صفة مباشرة وإنما في شكل إعادة أو الحصول عليه عبر مواقع التواصل الإجتماعي كاليوتيوب .

تقرير: ونقصد به عرض مختصر للمعلومات المتخصصة بقضية ما، فمن خلاله يتم سرد الحقائق ومعلومات تتضمن مقترحات حول موضوع ما فيسجل فيه كل ما يهم القارئ أو المستمع أو المتفرج حول ذلك العمل.

روبورتاج : ونقصد به ذلك النوع صحفي الذي تتمثل مهمته الأساسية في تصوير الحياة الإنسانية وإلقاء الضوء على العلاقات الإنسانية مع ربط ذلك كله ، بشكل غير مباشر

وبأسلوب يتمتع بقدر من الجمالية والاعتماد على الصور بمجمل الشروط الاجتماعية والثقافية والاقتصادية.

بورتريه: نقصد به فن رسم الشخصية من وجهة نظر الرسام في شخصية الإنسان الذي يرسمه. يعتبر فن البورتريه أحد أنواع الرسم التي ينظر إليها الفنانون على أنها معقدة ، لاعتمادها على تقديم الشخصية عبر ملامح الوجه.

وثائقي : نقصد بالوثائقي أنه ذلك الجنس السينمائي او التلفزيوني الذي يعتمد على توثيق وتسجيل وعرض الواقع دون تدخل أو تزييف .

فئة اللغة المستخدمة : هي اللغة الأكثر إستخداما في البرنامج (رؤى) من قبل المقدمة وضيوفها والمتدخلين و التي من خلالها تصل رسائل القائم بالإتصال للجمهور.

- ❖ اللغة الفصحى: تعد اللغة الرسمية للدولة وللتلفزيون الجزائري.
- ❖ اللغة العامية : أو ما يطلق عليه (الدارجة) و هي لغة غالبية الشعب الجزائري .
- ❖ اللغة الأجنبية : ممثلة في كل من اللغة الفرنسية واللغة الإنجليزية .
- ❖ اللغة الأمازيغية : تشغل حيز كبير من الإستعمال الشفوي تخص مناطق عديدة مثل القبائل ، الأوراس ، الهقار وميزاب وغيرها.

فئة شكل التقديم : ونقصد بها شكل تقديم الحصة أي مكوناتها وطبيعة حضورها ومن نشطها. على غرار مقدم وضيوف أو مقدم و ضيوف و إتصال مباشر أو مقدم وضيوف و إتصال عبر الأقمار الصناعية

وحدات التحليل


وتشمل الوحدات التي من خلالها يتم العد أو القياس مباشرة ، وهذه الوحدات تتبلور في نموذج بناء رموز المحتوى الذي يبدأ بالفكرة، ثم يختار الوحدات اللغوية للتعبير عن هذه الفكرة وصياغتها بعد ذلك يأخذ المحتوى الشكل الذي ينتشر فيه على الصفحة ¹.

وتوجد ضمن وحدات أساسية للتحليل النهائي للرموز اللفظية في أسلوب تحليل المحتوى، وهي وحدة الكلمة وحدة الموضوع، وحدة الشخصية وحدة المفردة وحدة الزمن. ولقد تم الاعتماد على وحدة

¹ محمد عبد الحميد ، بحوث الصحافة، دار علم الكتب ، القاهرة ، ط1 ، 1992، ص 149.

الموضوع لما يتميز به هذه الوحدة من مرونة تساهم في المساعدة على تحديد طبيعة ونوعية المواضيع وتصنيفها ضمن القلب الإعلامي الذي عولجت فيه .

ونقصد بها أن الباحث يقسم محتواه إلى وحدات قابلة للعد والقياس و ذلك تبعا للإشكالية والاهداف و تم في هذه الدراسة الإعتماد على :

 **وحدة الفكرة :** وهي عبارة عن أفكار تجمع بين ما هو :

- ✓ فكرة ثقافية : كل ما يتعلق بالثقافة وتنمية الفكر الإنساني .
- ✓ فكرة إجتماعية : كل الأفكار تتعلق بالجانب الإجتماعي وروح الجماعة .
- ✓ فكرة تاريخية : تضم الأفكار التي تعني بكل ماهو تاريخي .
- ✓ فكرة إقتصادية : كل ما يتعلق بسوق المال والأعمال .
- ✓ فكرة سياسة : الأفكار التي تنمي الحس السياسي لدى الأفراد .

عينة الدراسة وحدودها

تناولت هذه الدراسة البرامج الحوارية في التلفزيون الجزائري من خلال تحليل المضمون ، من خلال تسليط الضوء على لغة هذه البرامج و واقع العربية الفصحى بها ، فقد عمدنا إلى حصر العينة محل التحليل ، وقدر رصدنا برنامج ثقافي حوارى ممثلا في برنامج " رؤى " الذي بث على التلفزيون الجزائري في السادسي الأول من سنة 2019 ، في الفترة الممتدة ما بين 2019/01/02 إلى غاية 2019/04/03 .

حيث تمكنا من الحصول على مفردات العينة من خلال المتابعة الشخصية لبعض أعداد البرنامج عبر التلفزيون الجزائري والبعض الآخر عبر موقع التواصل الإجتماعي "يوتيوب" الرسمي للتلفزيون .

الرقم	عنوان الحلقة	تاريخ بثها
01	التنافسية	02 جانفي 2019
02	دلالات و رمزية " يناير "	09 جانفي 2019
03	المجتمع والمعرفة	16 جانفي 2019

23 جانفي 2019	الجامعة والبناء الحضاري	04
31 جانفي 2019	الثقافة الوطنية واللغة	05
06 فيفري 2019	إشكالية العقل العربي في نظر المفكرين العرب	06
20 فيفري 2019	المحروقات في الجزائر " واقع وآفاق "	07
27 فيفري 2019	هجرة الأدمغة الجزائرية	08
06 مارس 2019	العولمة	09
19 مارس 2019	إتفاقية إيفيان " المخاض العسير "	10
27 مارس 2019	حرية الإبداع عند المرأة	11
03 أفريل 2019	ثقافة السلم والتعايش	12

إختبارات الصدق والثبات

أولا : صدق التحليل

ونقصد به هنا دراسة أو اختبار مدى ملائمة أدوات وطرق القياس المستخدمة في التحليل الكمي للظاهرة محل البحث، ودرجة صلاحها لتوفير المعلومات المطلوبة والمحققة لغرض التوصل لأهداف الدراسة، لذا فإن صدق التحليل في الدراسات التحليلية الكمية لمواد الإعلام والاتصال باختلافها، يعني التأكد العلمي من أن إستمارة التحليل تقيس فعلا ما يراد قياسه.¹

بعيد الإنتهاء من تصميم إختبار الصدق يحرص الباحث ويعمل على عرض محاور الإختبار الرئيسية على الخبراء والمحكمين للإستفادة من آرائهم وإقتراحاتهم، بعيد ذلك يقوم الباحث بتصحيح بعض المحاور أو العبارات أو التعديل فيها ووضعها في الصورة العلمية السليمة والصحيحة.²

قمنا بدراسة وتحليل عينة البحث، وبعد الإنتهاء من هذه العملية تم تصميم إستمارة مرفوعة بدليها و كذا دليل التعريفات الإجرائية للفئات، تم تقديم هذه الإستمارة مرفوعة بدليها ودليل التعريفات الإجرائية للفئات للأساتذة المحكمين .

¹ أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، الجزائر، ص 113.
² محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، بت، ص 222. 223.

ثانيا : ثبات التحليل

نظريا ، يعني الثبات الوصول إلى اتفاق كامل أو شبه كامل في النتائج بين الباحثين الذين يستخدمون نفس الأسس و الأساليب على المادة الإعلامية عينها ، وإن كان أحيانا يصعب تحقيق الإتفاق بشكل كامل من الناحية العلمية ، فوجب على الباحث بداية أن يحاول تخفيض نسبة التباين قدر الإمكان وذلك من خلال السيطرة على العوامل التي تؤدي إلى ظهور هذا التباين ¹ .

في التالي نموذج " دانلسون " وهو نموذج يعنى بحساب معامل الثبات من خلال حساب النسبة المئوية للإتفاق بين محللين محكمين .

$$\text{معامل الثبات} = \frac{100 \times 1\text{ن}}{\text{ن}}$$

حيث تعني :

ن : هو عدد الوحدات المتفق على ترميزها من طرف المحللين أو المحكمين .

1ن: العدد الإجمالي للوحدات المرمة من طرف المحللين أو المحكمين ² .

ومما سبق ذكره ، إحتكنا إلى مجموعة من المحكمين الذين قاموا بدراسة إستمارة تحليل المحتوى مع دليل الإستمارة و كذا دليل التعريفات الإجرائية وبناء على معادلة دانلسون قمنا بحساب معامل الثبات

حيث :

قام المحلل (A) بترميز 62 فئة التحليل .

في حين قام المحلل (B) بترميز 62 فئة التحليل.

إتفق المحللان في ترميز 56 وحدة تحليل. ولم يتفقا على ترميز 6 وحدات.

وعليه :

$$\text{معامل الثبات} = \frac{100 \times 56}{62} = 90$$

¹ نفسه ، ص 211.

² محمد عبد الحميد ، المرجع السابق ، ص 21 .

ومنه فإن معامل الثبات = 90

وهي نسبة عالية من حيث درجة الثبات والتي تعتمد في التحليل، وهي نسبة تفوق نسبة الثبات المطلوبة والمقدرة بـ 80% .

مفاهيم الدراسة

اللغة

❖ لغة: من لغا في القول لغوا: أي أخطأ ، وقال باطلا ، ويقال : ألغى القانون. ويقال ألغى من العدد كذا أسقطه . والإلغاء في النحو: إبطال عمل العامل لفظا ومحلا في أفعال القلوب مثل ظن وأخواتها التي تتعدي الى مفعولين. واللغا : ما لا يعتد به . يقال تكلم باللغا ولغات ويقال سمعت لغاتهم : إختلاف كلامهم ، واللغو ما لا يعتد به من كلام وغيره ولا يصل منه فائدة ولا نفع والكلام يبدر اللسان ولا يراد معناه .¹

❖ إصطلاحا

حاول الكثير من علماء اللسانيات وفي عدة أن يجدو تعريفا جامعاً للغة فإجتهد كل منهم في إعمال فكره وحده وخبرته وقدم تعريفا حسب نظرتة لها ، أو من خلال تجربة مختلفة ، فإختلفت تعاريفهم ، وقد كان لعلماء اللغة العربية السبق والريادة في هذا الشأن حيث عرفها ابن خلدون في مقدمته : "اللغة في المتعارف هي عبارة المتكلم عن مقصوده ."²

ثم جاء علماء اللغة الغربيون في العصر الحديث ، ليضعوا تعاريفاً للغة لم تتجاوز حدها الذي جاء بها "إبن خلدون" ، حيث يعرفها رائد المدرسة الحديثة في علم اللسانيات دي سوسير بأنها : وسيلة إتصال إنسانية تتركز على محورين مهمين هما :

¹ إبراهيم مصطفى وآخرون ، المعجم الوسيط ، المكتبة الإسلامية للطباعة والنشر 1972 ، ص 138 .
² عبد المجيد الطيب عمر وآخرون ، منزلة اللغة العربية بين اللغات المعاصرة " دراسة تقديمية " دار إحياء البحث العلم والثرات ، السعودية، ط2 ، د س.ن.ص40 .

النظام اللغوي : وهو مجموعة من القواعد النحوية والصرفية والمعجمية الفطرية والمكتسبة المختزنة في العقل البشري .

إستعمال هذه القواعد والنظم وتسخيرها لإنتاج رسائل مسموعة ومفهومة ويرى الباحث أن اللغة خاصة إنسانية بحثة ، يستخدم فيها المتحدث عددا محدودا من البنى والتراكيب لإنتاج عدد غير محدود من الجمل المبتكرة .¹


ومما نستخلصه من التعاريف السابقة :

أن اللغة أداة إتصال .

أن اللغة أداة للتخاطب والتفاهم .

أن اللغة أجرة للتواصل بين الأفراد والجماعات والأمم .

أنها أداة للتعبير عن المشاعر والعواطف والأفكار .

اللغة العربية 

❖ لغة :

لا يمكن لأحد من إنكار أهمية اللغة العربية ، فهي اللغة الوحيدة في العالم التي كرمها الله وشرفها لأن تكون لغة القرآن الكريم فيما يلي سنتناول التعريف اللغوي للغة العربية:

مادة العربية: مشتقة من عرب يعرب عربا : أي فصح بعد لكنه ، وعرب عربوا ، وعروبة ، وعراة وعروبية : أي فصح ، ويقال : عرب لسانه ، وأعرب فلان : أي كان فصيحاً في العربية وإن لم يكن من العرب . والكلام بينة ، وأتى به وفق قواعد النحو ، وبمراده : أفصح به ولم يوارب : وعن حاجته أبن . والإسم الأعجمي : نطق به على كل منهاج العرب . وعن صاحبه : تكلم عنه واحتج . ويقال : عرب عن لسانه : أبان وأفصح ، والكلام : أوضحه وفلانا : علمه العربية : والإسم الأعجمي : أعربه ومنطقه وهذبه من اللحن : تعرب : أي تشبه بالعرب : وأقام بالبادية وصار أعرابيا ، وكان يقال : تعرب فلان بعد الهجرة : استعرب : أي صار دخيلا في العرب وجعل نفسه منهم .

والأعراب من العرب : أي سكان البادية خاصة يتبعون مساقط الغيث ومناثب الكالأ والإعراب: تغيير يلحق أواخر الكلمات العربية من رفع ونصب وجر وجزم.

¹ دي سوسير ، محاضرات في الألفية العامة ، تر (غازي ومجدي النصر) ، دار النعمان للثقافة ، بيروت ، 1987 .

والتعريب : أي صبغ الكلمة بصبغة عربية عند نقلها بلفظها الأجنبي إلى العربي¹ .

❖ اصطلاحاً :

تعتبر اللغة العربية إحدى أقدم اللغات في العالم والتي عرفت باسم مجموعة اللغات السامية ، وذلك نسبة إلى سام ابن نوح عليه السلام، الذي اتخذ غرب آسيا وجنوبها آنذاك مقراً له ،(شبه الجزيرة العربية) ومن بين أهم اللغات السامية نجد : الحبشية : البابلية ، الكنعانية وغيرها حيث لم يبق من هذه اللغات الا مجرد آثار منحوتة على صخور وأشياء أخرى ، حيث اللغة العربية الوحيدة من بينهم التي استطاعت البقاء ، حيث تحوي العربية من الأصوات ما ليس في غيرها من اللغات ، بالإضافة الى الإعراب ونظامه الكامل ... ويؤكد الدارسون أنها كانت سائدة في السامية الأولى التي إنحدرت منها كل اللغات السامية المعروفة في يومنا هذا² .

فاللغة العربية هي اللغة الأكثر تحدثاً من اللغات السامية الأخرى في العالم حيث يزيد متحدثوها عن 422 مليون نسمة في المناطق المعروفة من الوطن العربي والمناطق المجاورة الأخرى من تركيا و اندونيسيا و ماليزيا والبلدان الأفريقية الأخرى كمالى وتشاد ونيجيريا وغيرهم من الدول الإسلامية.³

❖ العربية الفصحى

❖ لغة :

" الفصاحة : البيان ؛ فَصَحَ الرجلُ فَصَاحَةً ، فهو فَصِيحٌ من قومِ فَصَحَاءٍ وَفِصَاحٍ وَفُصِّحَ ؛ قال سيبويه : كسروه تكسير الاسم نحو قضيب وقُضِبَ ؛ وامرأة فَصِيحَةٌ من نسوة فِصَاحٍ وَفِصَاحٍ . تقول رجل فَصِيحٌ وكلام فَصِيحٌ أي بليغ ، ولسانه فَصِيحٌ أي طَلَقٌ . وَأَفْصَحَ الرجلُ القولَ ، فلما كثر وعرف أضمروا القول واكتفوا بالفعل مثل أَحَسَّنَ وَأَسْرَعَ وَأَبْطَأَ ، وإنما هو أَحَسَّنَ الشَّيْءَ وَأَسْرَعَ العملَ ، قال وقد يجيء في الشعر في وصف العُجْمِ أَفْصَحَ يريد به بيان القول ، وإن كان بغير العربية ؛ كقول أبي النجم : أَعْجَمَ في آذانها فَصِيحاً يعني صوت الحمار انه أعجم ، وهو في آذان الأثْنِ فصيحٌ بَيِّنٌ . وَفُصِّحَ الأعجميُّ ، بالضم فَصَاحَةً : تكلم بالعربية وفهمَ عنه ، وقيل : جادت لغته حتى لا يَلْحَنُ ، وَأَفْصَحَ

¹ إبراهيم مصطفى وآخرون ، المعجم الوسيط ، المكتبة الإسلامية للطباعة والنشر ، باب العين ، ج2 ص 195.95 بتصرف .

² غنيم كارم السيد ، اللغة العربية والصحة العلمية الحديثة ، مكتبة ابن سينا للنشر والتوزيع ، مصر الجديدة ، ص 1 .

³ أنيس إبراهيم ، في اللهجة العربية ، المكتبة الأنجلو مصرية ، ط3 ، القاهرة ، 1975 ص 33.

كلامه إفصاحاً . وأفصح : تكلم بالفصاحة ؛ وكذلك الصبي يقال : أفصح الصبي في منطقه إفصاحاً إذا فهمت ما يقول في أول ما يتكلم . وأفصح الأعمى إذا فهمت كلامه بعد عتمته . وأفصح عن الشيء إفصاحاً إذا بيّنه وكشّفه . وفصح الرجل وتفصح إذا كان عربيّ اللسان فزاد فصاحة ؛ وقيل تفصح في كلامه . وتفصح : تكلف الفصاحة يقال ما كان فصيحاً ولقد فصّح فصاحة ، وهو البين في اللسان والبلاغة والتفصّح : استعمال الفصاحة ، وقيل : التّشبه بالفصحاء وهذا نحو قولهم : التّحلّم الذي هو إظهار الحلم وقيل : جميع الحيوان ضربان : أعجم وفصيح ، فالفصيح كلُّ ناطق ، والأعجم كلُّ ما لا ينطق . وفي الحديث : عُفِر له بعدد كل فصيح وأعجم ؛ أراد بالفصيح بني آدم ، وبالأعجم البهائم . والفصيح في اللغة : المنطلق اللسان في القول الذي يعرف جيّد الكلام من رديئه ، وقد أفصح الكلام وأفصح به وأفصح عن الأمر . ويقال : أفصح لي يا فلان ولا تُجمجم ؛ قال : والفصيح في كلام العامة المغرب . ويوم مُفصح : لا غيم فيه ولا قُرّ . الأزهري : قال ابن شميل هذا يوم فصّح كما ترى إذا لم يكن فيه قُرّ . والفصّح : الصّحو من القُرّ ، قال : وكذلك الفصيّة ، وهذا يوم فصية كما ترى ، وقد أفصينا من هذا القُرّ أي خرجنا منه . وقد أفصى يومنا وأفصى القُرّ إذا ذهب ¹ .

❖ اصطلاحاً :

تعرف اللغة الفصحى بأنها لغة الكتابة التي تدون بها المؤلفات والصحف والمجلات، وشؤون القضاء والتشريع والإدارة، ويؤلف بها الشعر والنثر الفني ، وتستخدم في الخطابة والتدريس والمحاضرات، وفي تفاهم العامة إذا كانوا بصدد موضوع يمت بصلة إلى الآداب والعلوم وغيرها و تتميز الفصحى بتنوع الأساليب والعبارات، والقدرة على التعبير عن معانٍ ثانوية لا تستطيع اللغات الغربية التعبير عنها. ²

اللغة العربية الفصحى: هي لغة القرآن الكريم ولغة أهل الجنة ولغة الدين الإسلامي الحنيف وهي جسر التواصل بين الناس وهي من اللغات الراقية والغنية بالفصاحة والبلاغة منذ القدم. إمتثالا لقوله تعالى: ﴿وَإِنَّهُ لَتَنْزِيلُ رَبِّ الْعَالَمِينَ {192} نَزَلَ بِهِ الرُّوحُ الْأَمِينُ {193} عَلَى قَلْبِكَ لِتَكُونَ مِنَ الْمُنذِرِينَ {194} بِلِسَانٍ عَرَبِيٍّ مُبِينٍ ﴾ {الشعراء: 192-195} ³ .

وقال أيضا : ﴿إِنَّا أَنْزَلْنَاهُ قُرْآنًا عَرَبِيًّا لَعَلَّكُمْ تَعْقِلُونَ ﴾ {يوسف:2} ⁴ .


¹ معجم المعاني الجامع الإلكتروني ، معجم عربي / عربي <https://www.almaany.com ar/dict/ar-ar> .

² مجد البرازي، مشكلات اللغة العربية المعاصرة، مكتبة الرسالة، ط1، عمان، 1989، ص 55 .

³ سورة الشعراء ، الآية ، 192-195 .

⁴ سورة يوسف ، الآية 2.

وقال أيضا : ﴿ وَلَقَدْ ضَرَبْنَا لِلنَّاسِ فِي هَذَا الْقُرْآنِ مِنْ كُلِّ مَثَلٍ لَعَلَّهُمْ يَتَذَكَّرُونَ ﴾ {26} قُرْآنًا عَرَبِيًّا غَيْرَ ذِي عِوَجٍ لَعَلَّهُمْ يَتَّقُونَ ﴿ {الزمر: 25- 27} .¹

الإعلام 

لغة : ❖

من التبليغ والإبلاغ أي الإيصال ، ويقال : بلغت القوم بلاغا أي أوصلتهم الشيء المطلوب ، والبلاغ ما بلغك أي وصلك ، وي الحديث : " بلغوا عني ولو آية " ، أي أوصلوها غيركم وأعلموا الآخرين ، ويقال أيضا : " فليبلغ الشاهد الغائب " ، ويقال أمر الله بلغ أي بالغ ، وذلك من قوله تعالى: " إن الله بالغ أمره " .²

إصطلاحا : ❖

كلمة الإعلام " Information " تعني أساسا الإخبار وتقديم معلومات ويتضح في هذه العملية (عملية الإخبار) وجود رسالة إعلامية (أخبار ، معلومات ، آراء) تنتقل في اتجاه واحد من مرسل إلى مستقبل ، أي حديث من طرف واحد ، وإذا كان المصطلح يعني نقل المعلومات والأفكار والآراء فهو أيضا يشمل إشارات أو أصوات أو كل ما يمكن تلقيه أو إختزانه لأجل إسترجاعه عند الحاجة وبالتالي

فإن الإعلام يعني تقديم الأفكار والآراء والتوجهات المختلفة إلى جانب المعلومات والبيانات بحيث تكون النتيجة المتوقعة والمخطط لها مسبقا أن تعلم جماهير مستقبلية الرسالة الإعلامية كافة الحقائق من مختلف جوانبها، بحيث يكون بإستطاعتهم تكوين آراء أو أفكار يفترض أن تكون صائبة حيث يتحركون ويتصرفون على أساسها في سبيل تحقيق التقدم والنمو .³

والإعلام خلاف للإتصال مرتبط أشد الإرتباط بالوسائل الحديثة وهو إن كان يتفق مع الإتصال في الشرطين الأساسين لوقوع العملية بمعنى الصيغة ونقل الخبر ، فإنه يختلف معه في شيوع الخبر إذ ليس

¹ سورة الزمر ، الآية 27 - 28 .

² عبد الرزاق محمد الدليمي ، المدخل إلى وسائل الإعلام والإتصال ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، 2011 ، ص 17 .

³ عبد الرزاق محمد الدليمي ، المرجع السابق ، ص 18 .

هو شرطا في وقوع عملية الإتصال زيادة على أن عملية الإتصال لها مدلول إجتماعي في حين أن الإعلام يقتصر على مفهوم إعلامي محض إن صح التعبير.¹

ويمكن الخلاصة إلى أن الإعلام هو تقديم الأخبار والمعلومات الدقيقة الصادقة للناس وكذا الحقائق التي تساعدهم على إدراك ما يجري حولهم وتكوين آراء صائبة في كل ما يهمهم من أمور.

والإعلام بشكل عام هو عملية تبليغ وقائع أو جعل المستعلم يحصل على علم بواقعة أو وقائع بوصول الخبر إليه ، كما يتضمن جملة وسائط ووسائل تفصح عن صيغ وأشكال للتعبير بفضلها يتم التبليغ ونشر الخبر.

وسائل الإعلام

يمكن تعريفها على أنها : ما تؤدي به الرسالة الإعلامية أو القناة التي تحمل الرموز التي تحتويها الرسالة من المرسل إلى المستقبل .

ففي أي عملية إتصال يختار المرسل وسيلة لنقل رسالته ، إما شفويا أو من خلال الإتصال المجاهيري (سمعية ، بصرية ، سمعية-بصرية) ، ولكن مع ملاحظة أن الوسيلة ليست الآلة أو الجهاز في حد ذاته فقط ولكنها تشمل ضمنا هيكل التواصل كله .²

¹ زهير إحدادن ، مدخل لعلوم الإعلام والإتصال ، ديوان المطبوعات الجامعية ، ط 4 ، الجزائر ص 15 .
² فضيل دليو ، تاريخ وسائل الإعلام والإتصال ، دار الخلدونية للنشر والتوزيع ، الجزائر ، ط 4 ، 2013 ص 22 .

الدراسات السابقة

تعد الدراسات السابقة منطلقاً رئيساً والذي يعتمد عليه الباحث في إنجاز بحثه من خلال عدد من الخطوات خاصة ما تعلق بالمنهجية منها ، وبالتالي إعمدت هذه الدراسة على عدد من الدراسات السابقة صنفت على الشكل التالي:

الدراسة الأولى :

عنونت الدراسة بـ " دور الإعلام المسموع في تعميم إستخدام الفصحى المعاصرة إذاعة الجزائر من الوادي " من إعداد فاطمة زين كلية الآداب واللغات قسم اللغة العربية وآدابها جامعة حمّة لخضر الوادي ، تمثلت إشكالية الدراسة في ماهي اللغة التي يستخدمها المذيع من أجل الوصول إلى الناس ، ما العلاقة بين اللغة المستخدمة في وسائل الإعلام والمسموعة واللغة العربية في شكلها المعياري ؟ بحث مقدم لنيل متطلبات شهادة الماستر في اللغة العربية وآدابها تخصص علوم اللسان . كما حوت الدراسة على تساؤلات فرعية منها :

- ✓ كيف يمتن المحافظة على اللغة العربية الفصحى في وسائل الإعلام ؟ .
- ✓ هل إستعمال العامية دليل على ضعف توصيل الفصحى ؟ .
- ✓ هل التعرض للإذاعة له دور في نشر اللغة العربية وجعلها تساير مستجدات العصر ؟ .

هدفت هذه الدراسة إلى :

إلقاء نظرة حول حضور اللغة العربية في وسائل الإعلام المسموعة والتعرف على الوضع الحالي لإستخدام اللغة العربية في الإذاعة من خلال القيام ب :

- تحليل وتقييم عينة من البرامج الإذاعية .
- ملاحظة الأداء العام لمقدمي هذه البرامج .
- ماهي المقترحات أو المعايير العلمية التي ترفع مستوى إستخدام اللغة العربية ونشرها بين شرائح المجتمع .

إعتمدت الباحثة في دراستها المنهج الوصفي التحليلي ، والذي يقوم بوصف الظاهرة وتحليلها ومناقشتها والخروج بمقترحات كون الدراسة إستطلاعية ميدانية .

إختارت الباحثة مجموعة من الحصص الإذاعية كعينة عشوائية بسيطة لدراستها وفقا لمعايير هي :
التوقيت نوع الحصة ، فئة الحصة ولغتها من سلسلة البرامج الإذاعية التي تبثها إذاعة الجزائر من الوادي .

تمت الدراسة في حدود يوم 2014/06/22 و الخميس 2014/06/27 و السبت 2014/12/06.

❖ أهم النتائج المتحصل عليها من الدراسة :

بلغ عدد أفراد مجتمع الدراسة (مذيعو ومقدمو البرامج الإذاعية 29 شخصا) حيث بلغت نسبة الذكور منهم 59 % (17 فردا) بينما بلغت نسبة الإناث 41 % (12 فردا) ومن هنا يتضح أن الذكور لهم النصيب الكبير في قطاع المذيعين و مقدمي البرامج في الإذاعة .
بلغت نسبة مقدمي البرامج الإذاعية حسب المستوى التعليمي مانسبته 83 % من باقي المستويات في حين 17 % منهم حائزون على دراسات عليا .
كانت البرامج الإخبارية والسياسية والأدبية والعلمية الثقافية من بين أهم البرامج التي تتطلب إيداعها بلغة عربية فصيحة تليها في ذلك البرامج الدينية والفنية والمنوعة والرياضية .

التعقيب على الدراسة :

نلاحظ أن الدراسة التي إعتمدناها والمعنونة بـ " دور الإعلام المسموع في تعميم إستخدام الفصحى المعاصرة إذاعة الجزائر من الوادي " أنها تقترب من دراستنا من حيث الشكل لا من حيث المضمون ، فهي تتشارك ودراستنا في أنها تتناول موضوع اللغة العربية الفصحى وتسليط الضوء على دور الإعلام في إستخدامها ، في الإعلام المسموع " الإذاعة " على النقيض من دراستنا التي تسلط الضوء بدورها على واقع اللغبية الفصحى في الإعلام المرئي " التلفزيون " فالباحث في هذه الدراسة إعتمد على المنهج الوصفي التحليلي وهو حال المنهج الذي إنتهجناه في دراستنا ، وتختلف هذه الدراسة ودراستنا من حيث إختيار العينة والإطار الزمني الذي كان في حدود الأسبوع ، بينما

تمت دراستنا في حدود سداسي كامل . ومن حيث العينة فالباحث إختار عينة عشوائية ، من مجتمع بحث مقدمي ومذيعي البرامج الإذاعية .

من بين أهم النتائج التي تحصل عليها الباحث ، أن اللغة العربية الفصحى كان لها الدور الكبير في طرح المواضيع خصوصا البرامج الإخبارية والسياسية والأدبية والعلمية الثقافية ، وهو ما يتقاطع مع نتائج دراستنا التي تصدرت البرامج الثقافية العلمية والإجتماعية كوكبة البرامج التي أولاها القائم بالإتصال الأهمية الكبرى والتي كانت العربية الفصحى اللغة الرئيسية في إذاعتها.

الدراسة الثانية :

جاءت هذه الدراسة بعنوان " واقع الصحافة الجزائرية المكتوبة في ظل التعددية اللغوية " " الخبر اليومي " و " الشروق اليومي " و " الجديد اليومي "نمادجا ، الدراسة من إعداد عبد الحميد بوترة أستاذ وباحث بجامعة الوادي .

إحتوت الدراسة على عدة تساؤلات جزئية هي:

ما مفهوم التعددية اللغوية وما تأثيرها على اللغة العربية الفصحى ؟

كيف تبرز صحافتنا المكتوبة من خلال جريدة " الخبر اليومي " و " الشروق اليومي " و " الجديد اليومي " ظاهرة التعددية ؟

ما سبل معالجة هذه الظاهرة حفظا للغة الفصحى وتفعيلا لدور الصحافة خدمة لها وترقية لإستعمالها ؟

إختار الباحث ثلاث عناوين كنماذج جاءت كالتالي :

- جريدة الخبر اليومي ، العدد ، 7345 ، يوم السبت 15 فيفري 2014 .
- جريدة الشروق ، العدد 4272 ، يوم الخميس 30 جانفي 2014.
- جريدة الجديد اليومي ، العدد ، 680 ، يوم الخميس 30 جانفي 2014.

وقع إختيار الباحث على هذه الصحف كونها تمثل المراتب الأولى على الصعيد الوطني من حيث نسبة المقروئية على نحو الترتيب أعلاه .

توصل الباحث من خلال دراسته لهذه الأعداد إلى :

- 1- جريدة الخبر اليومي : تنوعت أشكال ظاهرة التداخل اللغوي في مواضيع الجريدة بين تداخل معجمي من كلمات عامية وفرنسية على غرار (صوناكوم ، ديمو ، فيراطي ، المير وغيرها) وتداخل تراكيبي كما في (الأرندي ، ياغورت فاسد ، يكاد السيناريو وغيرها) .
- 2- جريدة الشروق اليومي : حي توصل إلى أن هناك خليط من اللغات التي كانت بين تداخل معجمي مثل (الأنترنت ، الفايسبوك ، الفيزا) وتداخل تركيبي (ماكياج لبناني) و (إدانة مير ..) وهذا عائد إلى عمل الصحفي على الهبوط إلى لغة العامة من الناس ، واللجوء إلى المستوى العامي ، كما كانت الكلمات الفرنسية لها أيضا النصيب الكبير .
- 3- جريدة الجديد اليومي : مثل ما هو الحال على الصحيفتين السابقتين الخبر والشروق اليوميتين ، نجد الأمر نفسه في جريدة الجديد اليومية ، فقد تنوعت أشكال ظاهرة التداخل اللغوي في هذه المواضيع بين معجمي من كلمات عامية مثل (المونديال ، براوط ، الفوتوغرافية ، مونبري ...) وتداخل تركيبي كما في التركيب الإسنادي مثل (أكتاف صحاح).

أهم النتائج المتحصل عليها من الدراسة :

أسباب التداخل اللغوي في الصحافة الجزائرية :

- أ- الأسباب اللغوية : منها الحاجة أو الضرورة الى اللجوء الى الألفاظ الأجنبية ، فيستعار منها كما تدعو الحاجة إليه بالإضافة إلى التسامح اللغوي وذلك واضح في غفران الهفوات في تقعيد القواعد وإعطاء مطلق الحرية في توظيف الكلمات وربطها بالمضمون.
- ب- الأسباب الاجتماعية : من إحتكاك اللغات نتيجة الهجرة أو الغزو وهجرة الألفاظ واللغة شأنها شأن المعرفة الأخرى تنتقل بين الناس فليست ملك لأحد دون غيره .
- ت- الأسباب النفسية : أن استعمال التداخل اللغوي يدل على رغبة المتكلم في التمييز بالنسبة لأغلبية المستمعين الذين لا يحسنون اللغة التي يتكلمون بها .
- ث- الأسباب التربوية والإدارية : منها المناهج الدراسية وإقبال الصحفيين على الترجمة من مصادر المعلومات الغربية والإستعانة بغير المتخصصين في مجال المراجعة اللغوية وغيرها .

التعقيب على الدراسة :

نلاحظ أن الدراسة التي إعتمدناها والمعنونة بـ "واقع الصحافة الجزائرية المكتوبة في ظل التعددية اللغوية" حيث إختار الباحث في هذه الدراسة جريدتي "الخبر اليومي" و "الشروق اليومي" و "الجديد اليومي" كمنادج لدراسته ، كما إختار الباحث المنهج المسحي لجمع المعلومات والعمل على تحليلها وتفسيرها ، وهو ما يختلف مع المنهج الذي إنتهجناه في دراستنا وهو المنهج الوصفي التحليلي ، بدوره إختار الباحث عينته المتمثلة في أعداد من الجرائد من مجتمع بحث الصحافة المكتوبة الخاصة ، على العكس من دراستنا التي إختارت أروقة الإعلام السمعي البصري و "التلفزيون" (العمومي) أنموذجا .

عمل الباحث على رصد أنواع وأشكال التداخل اللغوي في الصحافة الجزائرية ، في حين توصل إلى جملة من أسباب ومسببات هذا التداخل والتي كانت أهمها الأسباب الإجتماعية والنفسية والإدارية وكذا التربوية ، وهي تقريبا نفس الأسباب التي توصلنا إليها من خلال دراستنا والتي تلقي بظلالها على الإعلام الذي لا مفر له من أخذها بعين الإعتبار في سبيل آداء وظيفته على أكمل وجه .

الدراسة الثالثة :

دراسة تحت عنوان "واقع اللغة العربية في وسائل الإعلام جريدة النهار الجزائرية أنموذجا" من إعداد محمد دهوزي ، كلية الآداب واللغات قسم اللغة والأدب العربي ، جامعة الجيلالي بونعامة - خميس مليانة - تمثلت إشكالية الدراسة في ماهو أثر وسائل الإعلام على اللغة العربية ؟ وهل كان تأثيرها سلبيا أم إيجابيا ؟ ما مصير اللغة العربية في ظل وسائل الإعلام ؟ وماهي السبل والحلول الناجعة للنهوض بها ؟

بحث مقدم لنيل متطلبات شهادة الماستر في اللغة والأدب العربي تخصص علوم اللغة .

تبنى البحث على عدة فرضيات هي :

- يمكن القول بأن وسائل الإعلام شوهت اللغة العربية وقوصت قاعدها .
- نفترض بأن تأثيرها كان سلبيا ، فهذا يرجع إلى عدم تكوين الصحفيين على قواعد وأسس اللغة العربية السليمة .

- نفترض أن شيوع العامية في وسائل الإعلام راجع إلى إقتناع الإعلاميين بأنها وحدها الكفيلة بالوصول إلى أكبر عدد من الجمهور .
- نفترض أن المؤسسات اللغوية لم تقم بدورها في الإيفاء بجميع متطلبات اللغة من تعريب وإستحداث الكلمات والمفاهيم الواردة إلينا .

أما بخصوص النماذج التي طبقت عليها الدراسة فكانت مستمدة من جريدة النهار اليومية الجزائرية ، حيث إنتهجت المنهج الوصفي الإحصائي يقوم على إستخراج الشواهد من المدونة و تصويبها وتقويمها وتفسيرها .

إختار الباحث العدد 2640 الصادر بتاريخ 20 ماي 2017.

من بين أهم الأسباب التي دفعته لإختيار جريدة النهار مايلي :

- ✓ اللغة المستخدمة .
- ✓ إعتبار الجريدة واسعة الإنتشار كونها أكثر الجرائد شيوعا في الجزائر.
- ✓ كونها موجهة لكافة الناس وخاصتهم متعلمين ومثقفين ومحدودي المستوى .
- ✓ نسبة مقروئية الجريدة محترمة في الساحة الإعلامية .

قام الباحث بتحليل المدونة و إستخراج الكلمات العامية ، الهجينة والكلمات الواردة باللغة الأجنبية كما عمد إلى إستخراج الأخطاء اللغوية الواردة بها و تصنيفها و تقويمها عن طريق جداول .

أهم النتائج المتحصل عليها من الدراسة :

لاحظ الباحث العديد من الأمور وهو بصدد تحليل المدونة حيث وصل إلى أن الصحفيين يستعملونها كطعم لإصطياد القراء ولفت إنتباههم نظرا لشيوعها وسهولتها وكثرة تداولها كما توصل إلى أن لغة الإشهار بدورها لا تختلف عن غيرها بتفشي ظاهرة الألفاظ العامية بكثرة ، والسبب في ذلك راجع إلى عملية الترويج التي تقوم بها الجريدة سواء الشركة المنتجة أو الترويج لرحلات سياحية أو غيرها .

توصل الباحث إلى أن الجريدة توظف مفردات ثنائية اللغة خذ على سبيل المثال :

(algerie air) رغم أن لها معنى كذلك بالعربية أي (الخطوط الجوية الجزائرية) .

لاحظ الباحث أيضا ، إستعمال الصحفيين لكلمات هجينة رغم وجود ما يناظرها بالعربية مثل : الشامبيونا أي (يطولة) و الطاكسيور (أي سائق سيارة الأجرة) وغيرها .

التعقيب على الدراسة :

نلاحظ أن الدراسة التي إعتدناها والمعنونة بـ " واقع اللغة العربية في وسائل الإعلام " حيث إختار الباحث في هذه الدراسة جريدة " النهار الجزائرية أنموذجا " كنموذج لدراسته ، إختار ميدان الصحافة المكتوبة كمجتمع بحث لدراسته ، إعتد الباحث المنهج الوصفي التحليلي وأداة الملاحظة كأداة لجمع البيانات ، وهو نفسه منهج وأداة دراستنا ، والتي كانت بإضافة تقنية تحليل المضمون ، نظرا لطبيعة المادة الإعلامية ألا وهي الإعلام التي تعتمد على هذه التقنية بالدرجة الأولى من خلال تصميم إستمارة تحليل المحتوى .

إعتد الباحث أربع فرضيات تتقاطع نوعا ما مع الفرضيتين التي إختارناها ، ذكر الباحث أسباب إختياره لجريدة الشروق كنموذج لدراسته لعدة إعتبارات أهمها أنها واسعة الإنتشار وموجهة لكافة الناس ، وهي نفسها الأسباب التي دفعتنا لإختيار أروقة الإعلام وبالتحديد التلفزيون الجزائري العمومي وبرنامج "رؤى" كعينة .

إختلف مجتمع بحث الذي إختاره الباحث ومجتمع بحثنا تماما ، و هو المؤسسات الإعلامية فإختار ميدان الصحافة المكتوبة بينما وقع إختيارنا على ميدان الإعلام و المتمثل في السمعي البصري .
توصل الباحث إلى أن توظيف الكلمات العامية والفرنسية راجع إلى لفت إنتباه الجمهور ، كما توصل إلى أن الإشهار بدوره يعاني من تفشي ظاهرة الألفاظ العامية .

الفصل الأول:

الإعلام والمفاهيم المشابهة

الفصل الأول: الإعلام والمفاهيم المشابهة

المبحث الأول : ماهية الإعلام

المطلب الأول : تعريف الإعلام حسب الأبعاد العلمية والنظرية

المطلب الثاني : خصائص الإعلام

المطلب الثالث :وظائف الإعلام

المبحث الثاني: المفاهيم المشابهة للإعلام

المطلب الأول : الحرب النفسية

المطلب الثاني :الإشاعة

المطلب الثالث :الدعاية

المبحث الثالث : الإشهار

المطلب الأول: تعريف الإشهار

المطلب الثاني :مبادئ خصائص الإشهار.

المطلب الثالث: وسائل الإشهار .

المبحث الأول: ماهية الإعلام

المطلب الأول: تعريف الإعلام حسب الأبجديات العلمية والنظرية

تعني كلمة الإعلام نشر الأخبار والحقائق والمعلومات لكافة أفراد المجتمع.

يرى عبد اللطيف حمزة أن الإعلام هو "تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة" بينما يرى الباحث الألماني "أتوجروت" بأنه التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها وإتجاهاتها في نفس الوقت.

ويقول "فرنان تيرو" أن الإعلام هو "نشر الوقائع والآراء في صيغة مناسبة بواسطة ألفاظ وأصوات وصور وبصفة عامة بواسطة جميع العلامات التي يفهمها الجمهور"

إن هذا التعريف ينص على عنصرين هامين في وجود عملية الإعلام وهما :

- **الصيغة** : وهي تنطلق بنوع الرسالة أو الأداة المستعملة حسب الحاسة الموجهة إليها من سمع وبصر ولسان... أي أن الصيغة في عملية الإعلام تختلف وتتنوع حسب الحاسة الموجهة إليها مثل : قديما كانت تستعمل النار كوسيلة إعلامية للإشعار بالخطر.

- **شيوخ الخبر** : يعني جعل الوقائع معروفة لدى الجمهور . ونضر ضمن هذا الصدد هناك أحداث ووقائع سرية لا يمكن نشرها ، كالأستعدادات العسكرية¹.

إن المتأمل في تعريف " أتوجروت" يجد أنه يتجه إتجاهها آخر غير إتجاه إبراهيم إمام أو غيره فتعريف أتوجروت يريد من خلال تعريفه للإعلام أن يكون معبرا عن الجمهور ، عن ميولهم ورغباتهم ، لا أن يكون أداة لتزويدهم بالمعلومات والحقائق.

وإلى جانب هاته التعاريف السالفة الذكر ، نعرض تعريفا شاملا ومتكاملا لمفهوم الإعلام : " أنه كافة أوجه النشاطات الإتصالية التي تستهدف تزويد الجمهور بكافة الحقائق والأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة عن القضايا إلى خلق أكبر درجة ممكنة من المعرفة والوعي والإدراك والإحاطة الشاملة لدى فئات جمهور المتلقين للمادة الإعلامية بكافة الحقائق والمعلومات الموضوعية الصحيحة بما يسهم في تنوير الرأي العام وتكوين الرأي الصائب لدى الجمهور في الوقائع والموضوعات والمشكلات المثارة والمطروحة"².

المطلب الثاني : خصائص الإعلام

¹ نعيمة واكد ، مقدمة في علم الإعلام ، taksidj.com للدراسات والنشر والتوزيع ، 2011 ص 08.

² نعيمة واكد ، المرجع السابق، ص 9.

من بين أهم الخصائص للإعلام أنه لا بد من وجود وسيلة إعلامية لنقل الرسالة إلى الجمهور المستهدف ، و تتعرض الرسائل الإعلامية إلى تشويش مادي و إلكتروني و تكون الإستجابة أو التغذية الراجعة في الإعلام ضعيفة و متأخرة ، حيث تأتي بعد استقبال الرسالة بيوم أو يومين أو أكثر من قراءة أو سماع أو مشاهدة الرسالة الإعلامية أو قد لا تأتي.

- يحتاج الإعلام إلى مؤسسة إعلامية معقدة الإعداد لإنتاج الرسائل الاتصالية المنظمة والمدروسة و المؤثرة و لهذا فالتنظيم هو أساس الإعلام و خاصة استقصاء المعلومات والتأكد من صحتها.

- يأخذ الإعلام اتجاهها واحدا بحيث يقوم مرسل واحد بإرسال رسالة إتصالية علنية إلى جمهور عريض من المستقبلين قد يصل لحد الملايين.

- المشتركون في العملية الإعلامية لا يعرفون بعضهم لأن الرسالة الإعلامية عامة للجميع و هناك إنفصال بين المرسل و المستقبل في المكان .

- تستهلك الرسائل الإعلامية للجماهير بسرعة و تستبدل برسائل أخرى ، فالأخبار والمعلومات متجددة باستمرار، كما أن الرسالة الإعلامية تتسم بالفورية وهي من أهم خصائص الإعلام.

- الرسالة الإعلامية مرتفعة التكلفة مما يؤثر على محتواها بعض الأحيان.

- الرسالة الإعلامية عرضة للرقابة من قبل الرقيب ، هذا الأخير الذي يقوم بتحديد كمية المعلومات الواصلة للجمهور المستهدف و زيادة كميتها التي تصلنا عن طريق تزويدنا بالحقائق و الاتجاهات ، كما يقوم بإعادة ترتيب المعلومات أو تفسيرها.

- جمهور الإعلام جمهور غير متجانس ، فهو بذلك متنوع الفئات و مختلف الثقافات و الميول و الاتجاهات والانتماءات و الظروف الحياتية .

- إن صفة الشمول في الإعلام الحديث ليست فقط في الموضوعات ، و إنما أصبحت في التوجه للمرسل إليه سواء كان قارئاً أم مستمعاً أم مشاهداً ، فالإعلام يتوجه لكافة قطاعات الجماهير .

- كما أن الإعلام شامل و مشترك أي يتناول جوانب عديدة في حياة الشعوب والمجتمعات . فلم يعد الإعلام فقط تلك السلطة الرابعة أي مجرد ثقل سياسي ، بل بدأ يشمل جوانب الحياة كلها من سياسة ، إجتماع ، ثقافة ، اقتصاد ، حوادث . كما أصبح هناك إعلام خاص أو

متخصص في قطاعات محددة في المجتمع ، فهناك صحف و مجلات مختصة في السياسة و أخرى بالاقتصاد و البيئة و غيرها.

المطلب الثالث : وظائف الإعلام

قدم " هارلود لاسويل " تصنيفا لوظائف الإعلام من بينها :

- المراقبة : " la surveillance " : يعتمد المجتمع لإلتخاذ إجراءات وأساليب سريعة بغية معرفة مختلف المستجدات على الصعيدين الداخلي والخارجي ، وبالتالي فإن محاولة إيجاد أطر مناسبة مع المتغيرات الجديدة (الظروف الطارئة) . إذ تتحول المراقبة إلى أداة فعالة وضرورية لإلتخاذ القرارات والمواقف بشأن مجمل الأنشطة الإجتماعية . فعنصر المراقبة ، يثبت في الفرد اليقظة تجاه كل الظروف والأحداث داخل وخارج الوطن ، فيتمكن من توظيف كافة المعلومات التي قام بجمعها ، وبالتالي استحضار جهوده واهتمامه لمواجهة المتغيرات¹ .

- الترابط " La corrélation " : ويهدف الترابط إلى تحقيق الصلة بين استجابة المجتمع ككل قصد تحقيق الرأي العام أو التوصل إلى حد من الإجماع Consensus حول القضايا الأساسية التي تمثل إهتماما مركزيا لأفراد المجتمع . ولن يتأتى هذا الإجماع إلا بوجوب ، تغطية شاملة ، وإحاطة عامة للمجالات المختلفة والمتباينة ، والتي تمم المجتمع ، وتعد إحدى إنشغالاته وهذا من خلال توفير المعلومات عنها² .

- نقل التراث الاجتماعي : " Transmission de l'héritage social " : بحيث تؤدي وسائل الإعلام المختلفة ضمن هذه الوظيفة الإطار المرجعي العام في المجتمع الواحد ومن جيل إلى آخر. إذ تسهم وسائل الإعلام في عملية نقل المعارف والقيم الفكرية والثقافية المتوارثة عبر الأجيال حتى يسهل تداولها ، والحفاظ عليها ، ومن ثمة تلقينها للأجيال الصاعدة و حمايتها من الإندثار³ .

وبهذا ندرك أن وظائف الإعلام تتعدد وتحدد وفقا لهوية المرسل والمتلقي ووفقا لمضمون الرسالة الإعلامية والأهداف المتوخاة منها .

¹ نعيمة واكد المرجع السابق ، ص 21.

² نفسه ، ص 22 .

³ موسى جواد الموسى وإنتصار أبراهيم عبد الرزاق و صفد حسام الساموك ، الإعلام الجديد ، سلسلة مكتبة الإعلام، ط1 ، بغداد ، 2011 ، ص 47

المبحث الثالث : المفاهيم المشابهة للإعلام :

المطلب الأول :الحرب النفسية

عرفت الحرب النفسية بعدة تسميات كالحرب العلمية ، الحرب العقلانية وحرب الأذكياء وهي في مجملها تعني مضمونا واحدا بأساليب متنوعة .

والحرب النفسية : حرب شاملة متميزة تستخدم فيها كل الأجهزة والأدوات المتاحة للتأثير على عقول وأفئدة جماعة محددة ، قصد تدمير مواقف معينة وإحلال مواقف أخرى تؤدي إلى سلوك يتفق مع مصالح الطرف الذي يشن الحرب.

وكان أول من استخدم هذا المصطلح المنظر الأمريكي " لاينباركر " ثم تبعه " دانيال ليرنر " في كتابه " الحرب النفسية " ضد ألمانيا . ويرجع استخدام المصطلح إلى بداية الحرب العالمية الثانية حيث كانت النشاطات غير العسكرية أثناء الحرب العالمية الأولى تسمى بالدعاية ، وهذه النشاطات نفسها سميت الحرب النفسية عندما أدرك القادة العسكريون ضرورة استخدام علم النفس في ظروف الحرب¹.

ويعرفها قاموس الجيب الأمريكي بأنها : " الفعالية التي تقوم في أيام الحرب مثلما في أيام السلم وهي غير محدودة إذ تبدأ بفترة طويلة قبل إعلان الحرب وتستمر حتى إنتهاء الحرب العسكرية ".

ووضع " ريتشارد كروسمان " أهداف الحرب النفسية وهي :

✚ تحطيم الروح المعنوية للخصم .

✚ إرباك نظريته السياسية وقبر كافة معتقداته ومثله التي يعتنقها.

✚ البدء بإعطائه الدروس الجديدة التي نرغبها حتى يعتقد بما نعتقد به .

فالْحَرْبُ النفسية استخدام مخطط ومدروس يهدف التأثير على آراء وسلوك وعواطف واتجاهات الجماعات المعادية أو المؤيدة بأي وسيلة للتأثير على الروح المعنوية وعلى سلوك أي جماعة لغرض عسكري معين . والأساليب التي يلجأ إليها القائمون على الحرب النفسية عديدة منها: إفتعال الأزمات وإثارة الحرب وغسيل الدماغ بالإضافة للإشاعة.

¹ نعيمة واكد ، مقدمة في علم الإعلام ، taksidj.com للدراسات والنشر والتوزيع ، 2011 ص 25.

المطلب الثاني : الإشاعة

الإشاعة : " La rumeur "

لغة : في لسان العرب لأبن منظور عرض مادة " شيع " على النحو التالي :

شيعت فلانا : اتبعه وشايعه : تابعه وقواه . ويقال أشاعك الخبر : أي لا فارقك . وشيعه : خرج معه ليودعه.

إصطلاحا : هي صورة من صور الحرب النفسية ، تبلورت ملاحظها بوضوح خلال الحرب العالمية الثانية . وهي في رأي " كساب " : " نصريح أعد ليصدق ذو علاقة بالأحداث الراهنة ، وبتنشر دون التحقق من صحته رسميا " ¹.

يعرفها " دريفر " في قاموسه لعلم النفس بأنها : " قصة غير متحقق من صحتها تنتشر في المجتمع ويزعم فيها حدوث واقعة معينة " ².

فالإشاعة تعد بمثابة صورة من صور التواصل تستخدم القناة غير النظامية من الفم إلى الأذن ، فهي تقدم مضمونا إعلاميا عن فرد أو حدث . فأهداف الإشاعة تتعلق بنفسية أفراد المجتمع وظروفه الخاصة ، فنجد الإشاعة بعيدا عن إستخدام وسائل الإعلام بتركيزها على أساليب الإتصال الشفهي فرصة للإنتشار والإستفحال مالم توقفها الأدلة والبراهين .

المطلب الثالث الدعاية : " La propagande "

جاءت كلمة الدعاية من الكلمة اللاتينية "propagandus" أي مخصص للنشر . و" propagandre " أي نشر ينشر . وأصل فعلها " propagate " .

إصطلاحا :

تعرف على أنها : " فن التأثير والممارسة والسيطرة والإلحاح والترغيب أو الضمان لقبول وجهات النظر أو السلوك ، الآراء أو الأعمال " ³.

¹ معتز سيد عبد الله ، عبد اللطيف محمد خليفة ، علم النفس الإجتماعي ، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع . القاهرة ، 2001 ، ص 591 .

² نفسه ، ص 215 .

³ نفسه ، ص 630.632 .

فالدعاية تعد نشاطا إعلاميا تقوم بهالدولة أو أي جهة أو منظمة إجتماعية أو سياسية بهدف التحكم في عقول الناس وسلوكهم ومشاعرهم وحملهم على تبني الأفكار ودعم سياسة الجهة التي تقوم بالعمل الدعائي .

وتقوم الدعاية على نشر الآراء و وجهات النظر التي تؤثر على الأفكار أو السلوك أو كلاهما معا. يعرف عبد اللطيف حمزة الدعاية على أنها : " محاولة التأثير في الأفراد أو الجماهير والسيطرة على سلوكهم لأغراض مشكوك فيها في مجتمع معين وزمان وهدف معين "1.

المطلب الثالث : الإشهار :

أولا تعريف الإشهار :

الإشهار لغة :

أعلن ، يعلن ، ومصدرها علانية والإعلان بمعنى الإظهار والإشهار والجهر بالشيء .

الإشهار اصطلاحا :

هو وسيلة مدفوعة الأجر لإيجاد الرضى والقبول النفسي في الوسط الجماهيري لغرض المساعدة على بيع سلعة ، خدمة أو بموافقة الجمهور على قبول فكرة أو توجيه جهة بذاتها . أو كما يعرفه " كراو ولتر " " crow walter " على أنه :

فن إغراء للأفراد بطريقة معينة .

كما تعرفه دائرة الفرنسية بأنه : "مجموعة الوسائل المستخدمة لتعريف الجمهور بمنشأة تجارية أو صناعية إقناعية بإمتياز منتجاتها " .

وترى جمعية التسويق الأمريكية أنه : " شكل من أشكال تقديم الأفكار ، السلع ، الخدمات أو المنشآت بوسائل غير شخصية عن طريق مؤسسات معينة نظير مبالغ مالية متفق عليها " .²

ثانيا : الإشهار في اللغة الإعلامية

هو مجموع الطرق والوسائل للإتصال الجماهيري يهدف من خلالها التعريف بمنتوج أو خدمة ما فهدف الإشهار يمتثل في جلب إهتمام الجمهور المستهدف وتحديد رغباته³ .

المطلب الثاني : مبادئ وخصائص الإشهار

¹ هاني الرضا و رامز عمار ، المرجع السابق ، ص 199 .
² معتز سيد عبد الله ، عبد اللطيف محمد خليفة ، المرجع السابق ، ص 49 .
³ نفسه ، ص 50 .

أولاً : المبادئ :

- الإبتعاد عن كل ما يسيئ إلى مشاعر الجمهور في كل النواحي .
- أن يحقق الإشهار مصلحة المعلن.
- يمثل الصدق ¹.

ثانياً : خصائص الإشهار

- التكرار للوصول إلى الجمهور وترسيخ الفكرة
- الأولوية : فالخبرات التي يمر بها الفرد لأول مرة تترك في الذاكرة أثراً بليغاً.
- الحداثة : الصور والمعاني الحديثة يكون إستدعائها أيسر.
- الشدة : كلما قويت المثبرات كلما كان تأثيرها أقوى.
- ثبات الملابسات : تصميم الإشهار دون المساس بعادات ودين المجتمع أو مجتمع آخر وبالتالي فالإشهار نشاط إقتصادي إقناعي عرض الصورة الحقيقية عن السلعة والمؤسسة ، الإبتكار والإيجاز ، ويمثل أهدافاً تجارية واتصالية ووظائف سيكولوجية وتجارية.²

المطلب الثالث: وسائل الإشهار :

يعرف العالم تطورات هائلة في العديد من المجالات سيما ما تعلق بالإقتصاد وحركة السوق ، إذ أصبح هدف وإنشغال معظم الدول وهو تسويق وترويج منتجاتها المصنعة إلى أبعد الحدود الممكنة وفي هذا تركز على العديد من الوسائل ومن أهمها الإشهار الذي يرتبط أساساً بوسائل الإعلام على اختلافها وتضم :

- وسائل المسموعة والتي تتمثل في الإذاعة.
- الوسائل المكتوبة والتي تتمثل في الصحف والمجلات .
- الوسائل السمعية البصرية والتي تتمثل في التلفزيون والسينما³.

¹ نعيمة واكد ، مقدمة في علم الإعلام ، taksidj.com للدراسات والنشر والتوزيع ، 2011 ص 52.

² نعيمة واكد ، المرجع السابق ، ص 52.

³ نفسه ص 50.

- الوسائل البصرية : والتي يعتمد الإشهار حاليا على إدارة الإتصال البصري لما يلعبه عنصر الصورة من رواج في عملية الإتصال وتتواجد هذه الصورة في نوعين :
- الصورة الثابتة : الصورة الفوتوغرافية ، الملصقات ، الرسوم ، الكاريكاتير ، البطاقات البريدية.
- الصورة المتحركة : ونقصد بها الأفلام ، الأشرطة الفيلمية ، الومضات الإشهارية¹.
- التكنولوجيات المتطورة : والتي تتمثل في الإنترنت والهواتف النقالة

أما من حيث إرتباط الإعلام بالإشهار ، فنجد أن الإشهار يعتمد إعتقادا جذريا على وسائل الإعلام الجماهيرية لبث وعرض رسالته الإعلانية بهدف التأثير على سلوك الأفراد داخل المجتمع وهذا عن طريق توجيههم ، إرشادهم ، تعليمهم أو تذكيرهم بمنتوج ما أو سلعة معينة قصد إقتنائها . فالإعلام يعرف الجمهور العريض بالخدمة أو السلعة المطروحة في السوق لاسيما إذا كانت جديدة ، فيستطرد في تعداد مزاياها وعيوبها ، بالإضافة إلى الإلتزام بغرض الحملات الإعلامية لسلعة معينة . فالإعلام يخدم الإشهار الذي يحقق بدوره منفعة مادية .²

¹ معتز سيد عبد الله ، عبد اللطيف محمد خليفة ، علم النفس الاجتماعي ، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع . القاهرة ، 2001 ، ص51.

² نفسه ، ص 51.

الفصل الثاني:

وسائل الاعلام الجماهيرية

وأنواعها واللغة الاعلامية

الفصل الثاني : وسائل الإعلام الجماهيرية أنواعها واللغة الإعلامية

المبحث الأول : وسائل الإعلام الجماهيرية

المطلب الأول: تعريف وسائل الإعلام

المطلب الثاني: تصنيف وسائل الإعلام

المطلب الثالث: وظائف وسائل الإعلام

المبحث الثاني: أنواع وسائل الإعلام

المطلب الأول: الصحافة المكتوبة

المطلب الثاني : الإذاعة

المطلب الثالث: التلفزيون

المبحث الثالث : اللغة الإعلامية

المطلب الأول : تعريف اللغة الإعلامية

المطلب الثاني : خصائص اللغة الإعلامية

المطلب الثالث : لغة الإعلام على الخريطة اللغوية

المطلب الأول : تعريف وسائل الإعلام

يمكن تعريفها على أنها : ما تؤدي به الرسالة الإعلامية أو القناة التي تحمل الرموز التي تحتويها الرسالة من المرسل إلى المستقبل .

ففي أي عملية إتصال يختار المرسل وسيلة لنقل رسالته ، إما شفويا أو من خلال الإتصال الجماهيري (سمعية ، بصرية ، سمعية-بصرية) ، ولكن مع ملاحظة أن الوسيلة ليست الآلة أو الجهاز في حد ذاته فقط ولكنها تشمل ضمنا هيكل التواصل كله .¹

وهناك من يستعمل مفهوم وسيلة الإتصال بمعنى مزدوج يشمل في آن واحد نظام المعاني أو الرمز الذي يسمح بفهم الرسائل ، والأجهزة التقنية التي تسمح ببث الرسائل (إرسالها وإستقبالها) ، وكما هو معروف ، فإن الفهم والبث شيئان مختلفان لإشارتهما إلى مستويين من الإتصال يحمل ثانيهما (الراديو مثلا) أولهما (اللغة مثلا) أي يكون وسيلة له ، لكن العكس غير صحيح : فاللغة لا ترسل الراديو مثلا ، وهناك من يشير إلى نوع آخر من الوسائل أي مستوى إتصالي ثالث ليخص به وسائل إتصالية مكانية مثل : المسجد ، المكتبة ، المسرح ، البرلمان ... هذه الوسائل ، التي تشير أساسا إلى أماكن للإتصال ، ليست رمزية مثل اللغة ولا تقنية إتصالية مثل الراديو بل سوسيوولوجية أي تفاعلية أساسا .

إن وسائل الإتصال بإعتبارها وسائط ينطبق عليها وصف مارشال ماكلوهان لوسائل الإتصال بأنها : إمتدادات لطبيعة الإنسان بتفعيله لأداءات حواسه وجوارحه الإتصالية ، ولكنها بإعتبارها وسطا ، فإنها تتفق أكثر مع عباراته الشهيرة : الوسيلة هي الرسالة ، أي أن الوسيلة أهم من الرسالة فالتلفزة قد تشاهد لذاتها لا لطبيعة برامجها .²

يمكن الجمع بين المدلولين إذا إعتبرنا أن طبيعة الوسيلة هي جزء هام من الرسالة ولكنها ليست هي كل الرسالة ، بمعنى أنه إذا كان للرسالة ولخصائصها الذاتية أهمية كبرى في التأثير على المستقبل ، فإنه قد يكون لوسيلة الرسالة دور حاسم في ذلك .

المطلب الثاني : تصنيف وسائل الإعلام

إن أبسط تقسيم لوسائل الإعلام والإتصال يعتمد على البعد التاريخي ويصنفها إلى :

¹ فضيل دليو ، تاريخ وسائل الإعلام والإتصال ، دار الخلدونية للنشر والتوزيع ، الجزائر ط4 2013 ص 22.
² نفسه ، ص 23.

وسائل قديمة وحديثة :

أولاً: الوسائل القديمة أو التقليدية : مثل المنادي ، القصيدة الشعرية ، الكتاب ، المسرح... وهي إما مهجورة أو متجددة.¹

ثانياً: الوسائل الحديثة: مثل وسائل الإتصال الحديثة من صحف ، راديو ، تلفزيون أنترنت وغيرها.

حسب درجة الأداء :

أولاً : وسائل إتصال سريعة الأداء : وهي الوسائل التي لا تتيح فرصة طويلة لإمعان التفكير في الرسالة مثل : الجرائد اليومية ، الملصقات والنشرات في السينما والراديو والتلفزيون والتي تتميز عادة ببرامجها الإخبارية بكثرة المواضيع وقلة التحليل .

ثانياً : وسائل إتصال بطيئة الأداء : وهي التي تتيح للجمهور فرصة طويلة نسبياً لإحتكاك الأفكار وتصارعها وممارسة التحليل الكافي مثل : المجلات الشهرية المسلسلات السمعية والتلفزيونية والأحداث المتتابعة في موضوع واحد ذات تأثير بطيء الأداء.²

تصنيف مارشال ماكلوهان لوسائل الإعلام والإتصال :

وسائل باردة : مثل السينما ، التلفزيون وغيرها... وهي الوسائل التي تحافظ على التوازن بين الحواس وتحتاج إلى قدر كبير من الخيال وهي متدرجة وظيفياً ، فالمحاضرة مثلاً تسمح بمساهمة أقل من الندوة أو الملتقى أو الحوار أو الحديث وسائل ساخنة : هي الوسائل التي لا تحافظ على التوازن في إستخدام الحواس بل تركز على حاسة واحدة (السمع أو البصر)، كما أنها تقدم المضمون الإعلامي جاهزاً إلى حد ما مما يقلل إحتياج الفرد إلى الخيال ، مثل الصحافة والراديو والكتب.³

المطلب الثالث : وظائف وسائل الإعلام

للإعلام وظائف رئيسية أهمها:

أولاً : الوظيفة الإخبارية :

تعد الوظيفة الإخبارية من جمع لمختلف المعلومات (أنباء ، أخبار ، تعليقات ، صور...) وتخزينها ومعالجتها ونشرها من أهم وظائف الإعلام ، ويلاحظ ذكر الآراء والتعليقات ضمن الدور

¹ فضيل دليو ، المرجع السابق ، ص 23 .

² فضيل دليو ، تاريخ وسائل الإعلام والإتصال ، دار الخلدونية للنشر والتوزيع ، الجزائر ط 4 2013 ص 24.

³ نفسه ، ص 24 . 25 (بتصرف) .

الإخباري لأننا نرى بأن الخبر يتضمن في حد ذاته تعبيراً عن رأي ونقلاً لرأي للتأثير على آراء... فقد توزع وسائل الإعلام آراء خاطئة للتأثير على الرأي العام، كما أن الأساليب العلمية التي تستعملها هذه الوسائل في التعامل مع الأخبار (تكرار، تجاهل، ترتيب، تنوع، تشويق، إثارة وتحويل للإنتباه) تعتبر من أنجع السبل لتغيير الآرا الفردية وتوجيه الرأي العام.¹

ثانيا :الوظيفة التنموية :

إذا كانت الوظيفة الإخبارية هي الوظيفة الأساسية لوسائل الإعلام ، إذ بواسطتها تتمكن من تحديد معلوماتنا تباعا ، فإن هذه الحاجة للإستعلام ليست بالضرورة نفعية فقط ، بل أيضا تلبية لرغبة المشاركة وإهتمام الجمهور بها ، فهذه الأخيرة تعمل بحكم إنتشارها الواسع ، على توفير رصيد مشترك من المعلومات ، ما يزيد من فاعلية نشاط جمهورها ومشاركتها الاجتماعية² ، ومن ثمة يمكن القول بأن لوسائل الإعلام دورا كبيرا في مجال التنمية الثقافية الاجتماعية من محو للأمية ، تعليم اللغة ، التعليم الموازي والدائم ... ونظرا لطبيعة هذا المجال الحساس الذي يرتبط أساسا بطبيعة الأنظمة الاجتماعية لكل حضارة³ ، فإن طبيعة دور وسائل الإعلام فيه تخضع للنظام الاجتماعي السائد والذي يعمل في جميع الحالات على إستعمالها في دعم الإتجاهات ، تكييفها أو تغييرها عن طريق صناعة الرأي العام.⁴

وتكتملة لهذا الدور الثقافي- الاجتماعي ، تنبع وظيفة الإعلام في التنمية في المجال الاقتصادي خاصة ، ويتم ذلك أساسا من خلال الإعلانات والبرامج الإرشادية والتوعية وكذا الوظيفة التسويقية ، وعليه يفترض على جميع الدول خصوصا تلك المتخلفة إقتصاديا أن تلجأ إلى تطوير نظمها الخاصة بالإعلام ووضع إستراتيجيات محددة لها للتحكم في إقتصادها وتنميته ، بإعتبار الإعلام العنصر الأساسي في التنمية ، بل وأصبح هو القوة الاقتصادية بحد ذاتها بصفته قطاعا منتجا تتوقف عليه قطاعات تنموية أخرى.⁵

ثالثا : وظيفة : التوجيه وتكوين المواقف والإتجاهات

من المعروف أن الأسرة و المدرسة بإعتبارها مؤسستان للتنشأة الاجتماعية يتوليان مهمة التوجيه بإعتبار الإنسان يقضي جزءا مهما من حياته فيهما ، لكن المجتمع بجميع مؤسساته الاجتماعية والإقتصادية والدينية لها دور كبير في مجال التوجيه وتكوين المواقف والإتجاهات الخاصة بكل فرد من هنا

¹ فضيل دليو ، تاريخ وسائل الإعلام والإتصال ، دار الخلدونية للنشر والتوزيع ، الجزائر ط4 2013 ص 29 .
² بلقاسم بن روان ، وسائل الإعلام والمجتمع ، دراسة في الأبعاد الاجتماعية والمؤسسية ، ط 1 ، دار الخلدونية، 2007 ، ص 125.
³ نفسه ، ص 125 .
⁴ فضيل دليو ، المرجع السابق ، ص 32 .
⁵ نفسه ص 33 .

تتلاقى تلك المؤسسات مع المدرسة للعرض ذاته ، وباعتبار التفاوت في المجتمع فإنه لا تنحاح للجميع فرصة التعلم ، وإذا كانت المدرسة تستعين في مهمتها عن طريق الهيئات التعليمية والكتب وغيرها ، فإن تةجيه المجتمع يمارس بشكل مباشر و غير مباشر عن طريق وسائل الإعلام ، فكلما كانت المادة الإعلامية ملائمة للجمهور لغة ومحتوى ، كان تأثيرها أعمق .¹

رابعا : وظيفة : الإتصال الإجتماعي والعلاقات البينية :

ويعرف الإتصال الإجتماعي عادة على أنه : الإحتكاك المتبادل بين الأفراد بعضهم ببعض ، هذا الإحتكاك يعد نوعا من التعارف الاجتماعي والذي يتم عن طريق وسائل الإعلام التي تتولى تعميق الصلات الاجتماعية وتنميتها.

فمثال ذلك أن الصحف تقوم كل يوم بنقل أخبار إجتماعية عن الأفراد أو الجماعات أو المؤسسات الاجتماعية والثقافية ، فبذلك تكون همزة وصل وأساس للإتصال الاجتماعي بين أوساط مختلف فئات الجماهير، من خلال نقل للأفراح والأقراح ، بالإضافة للتهنئات والشكر وغيرها .²

خامسا : وظيفة الترفيه عن الجمهور وتسليته:

تقوم وسائل الإعلام على إختلافها بمهمة ملئ أوقات فراغ الجماهير بما هو مسل ومرفه ؛ ويتأتى هذا بواسطة الأبواب المسلية في الصحف أو البرامج الكوميديية في التلفزيون ففي كلتا الحالتين تأخذ وسائل الإعلام في إعتبارها مبدأ واضحا وهو أن برامج التسلية والترفيه ضرورية لراحة الجمهور ولجذبه لها ، فيمكن من خلال بعض البرامج الترفيه دعوة الجمهور لبعض المواقف أو دعم بعض الإتجاهات أو تحويلها أو حتى تغييرها ، وهذا يتطلب بطبيعة الحال أساليب مناسبة من قبل وسائل الإعلام .³

سادسا : وظيفة : الإعلان والدعاية :

تقوم وسائل الإعلام بوظيفة الإعلان عن السلع والخدمات الجديدة التي تم المواطنين ، كما تقوم بدور مهم في حقول التجارة و العمل عندما تتولى مهمة الإعلان عن وجود وظائف شاغرة أو وجود موظفين مستعدين للعمل ، أو عندما تتولى الإعلان عن إجراء مناقصة أو وضع إلتزام موضع التنفيذ.

لهذا إستطاعت وسائل الإعلام على تنوعها من صحافة وإذاعة وتلفزيون وسينما أن تقوم بمهمة التعريف بكل ماهو جديد وعرض مزاياه وعيوبه وتقديمه للجمهور بشكل عام⁴ .

1 عبد الرزاق محمد الدليمي ، المدخل إلى وسائل الإعلام والإتصال ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، 2011 ، ص 23 .

2 نفسه ، ص 24 .

3 عبد الرزاق محمد الدليمي ، المرجع السابق ، ص 25 .

4 نفسه ، ص 26 .

وبشكل عام يمكن الخلاصة إلى أن هذه الوظائف الاجتماعية للإعلام وإن حصرناها في أربع ، إلا أن هناك مهمات تفصيلية لوسائل الإعلام ، تتدرج تحت هذه الوظائف ، فوسائل الإعلام أصبحت في الواقع تقوم مقام المعلم والمرابي وحتى الأسرة في حالات كثيرة ، فالبرامج التربوية والتعليمية وبرامج الأطفال وغيرها من البرامج وإن صبت في خانة التثقيف ، إلا أنها تتعدى ذلك إلى ما هو أعمق وأشمل لدرجة أنه يمكننا القول أن الفرد ما إن يولد وينمو قليلا تتبناه وسائل الإعلام وترعاه من توجيهه وتعليمه وتربيته .

المبحث الثاني : أنواع وسائل الإعلام :

المطلب الأول : الصحافة المكتوبة

أولا : تعريف الصحافة المكتوبة

الصحافة في اللغة اللاتينية تدعى "Jurnalism" من أصل "Journal" في الفرنسية أي يوم ، وكلمة "Journal" في الفرنسية تعني في الأساس يومي من يوم ، إذن فهي لا علاقة لها بالصفحة أو الصحيفة ، إذ أن الصفحة "Page" تسمى "paper" أما الجريدة فتسمى بالفرنسية "Journal" أي يومية ، واللغة الإنجليزية "Newspaper" وهي كلمة من الكلمات الإنجليزية المركبة وتعني الأولى "News" أي أخبار والثانية "paper" وتعني ورق ومعناها مجرد ورق الأخبار¹.

يعرف المعجم الوسيط الصحافة بكسر الصاد بأنها مهنة من يجمع الأخبار والآراء وينشرها في صحيفة أو مجلة ، أما في القاموس المحيط ، فالصحيفة هي الكتاب وجمعها صحائف والصحفي من يطئ في قراءة الصحيفة والتصحيح الخطأ في الصحيفة (تغيير اللفظ حتى يتغير المعنى).

ويستخدم قاموس أوكسفورد كلمة "press" بمعنى صحافة وتعني شيئا مرتبطا بالطبع والنشر والأخبار والمعلومات و "Jurnalism" بمعنى صحافة أيضا و "Jurnalist" بمعنى صحفي² .

والصحافة لغة مشتقة من الصحف والصحيفة هي ما يكتب فيها ، وفي الصحاح للجوهري الصحيفة وجمعها صحف وصحائف هي الكتاب ، بمعنى الرسالة ، وفي القرآن الكريم ورد : " أن هذا لفي الصحف الأولى ، صحف غبراهيم وموسى " . والصحف هنا بمعنى المنزلة³.

¹ الدين محمود ، علم الصحافة في عصر المعلومات ، الأساسيات والمستجدات ، العربي للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2000 ، ص 2 ،

² نفسه ص 2 .

³ نفسه .

ثانيا : المعنى الإصطلاحي للصحافة المكتوبة :

الصحافة هي صناعة إصدار الصحف وذلك بإستقاء الأنباء ونشر المقالات بهدف الإعلام ونشر الرأي والتعليم والتسلية ، كما أنها واسطة تبادل الآراء والأفكار بين أفراد المجتمع ، وبين الهيئة الحاكمة والمحكومة ، فضلا عن أنها من أهم وسائل توجيه الرأي العام ¹.

والصحافة بمعنى "Jurnalism" هي المؤسسة التي يعمل بها المتخصصون في صناعة الأخبار ، وأطلق عليها صحافة "Jurnalism" بسبب أن الصحف "Journals" التي تضمنت الجرائد ، الوريقات الإخبارية ، المجلات ... وهناك من يعرف الصحافة بأنها مهنة تغطية الأخبار وكتابتها وتحريرها ، وتصويرها فوتوغرافيا وإذاعتها ، أو إدارة أي مؤسسة إخبارية (إعلامية) كعمل تجاري ، وهناك من يرى أن الصحافة هي الطباعة "Press" والبعض يصف الصحافة بأنها مقرر دراسي يستهدف تأهيل الطلاب للعمل في المهن المتعلقة بعمليات التغطية ، الكتابة والتحرير يستهدف تأهيل الطلاب للعمل في المهن المتعلقة بعمليات التغطية ، الكتابة والتحرير للجرائد والمجلات . ولكن الصحافة " Jurnalism " مرتبطة بالكلمة المكتوبة منذ إختراع الكتابة وبالخطاب المكتوب منذ إختراع آلة الطباعة ، لاسيما وأن الأخبار الإذاعية تعتمد أساسا على النصوص المكتوبة وصحافة شبكات المعلومات وقواعد البيانات الفورية "Online Jurnalism" التي هي عبارة عن صحافة تعتمد على لغة مكتوبة تجهز فنيا ويتم قراءتها واستعراضها على شاشات الحاسبات الإلكترونية ².

وتعني الصحافة أيضا فن تسجيل الوقائع اليومية بمعرفة وانتظام وذوق سليم ، مع الإستجابة لرغبات الرأي العام وتوجيهه ، وكذا الاهتمام بالجماعات البشرية وتناقل أخبارها.

فالصحافة تعني جمع الأخبار ونشرها ، والمواد المتصلة بها في مطبوعات مثل الجرائد ، المجلات ، الرسائل الإخبارية ، الطويات ، الكتب وقواعد البيانات المستعينة بالحاسبات الإلكترونية والإستعمال الشائع للصحافة يضيق على عمل الجرائد وبعض المجلات ، ولكنه قابل للتطبيق على الأشكال الأخرى ³.

¹ نعيمة واكد ، مقدمة في علم الإعلام ، taksidj.com للدراسات والنشر والتوزيع ، 2011 ص 65 .

² الدين محمود ، المرجع السابق ، ص 2 .

³ نعيمة واكد ، المرجع السابق ، ص ، 81 .

المطلب الثاني : الإذاعة

الإذاعة كلمة تطلق على الإتصال بالراديو ، أي إرسال وإستقبال الكلمات والإشارات الصوتية على الهواء لاسلكيا ويرتبط هذا الإكتشاف بالعالم الإيطالي "ماركوني" الذي نجح في تمام إرسال لاسلكي

سنة 1901 .¹

ويعد الراديو وسيلة من وسائل الإتصال بالجماهير وكتقنية من تقنيات الإستماع كونه يعتمد على أساسا على الكلمة المنطوقة (الصوت) ، فهو يخاطب كافة الفئات من المتعلمين وغير المتعلمين فاجتاز بذلك حاج الأمية الذي لا تستطيع وسائل الإعلام المكتوبة أن تتجاوزه . ففي الإتصال بالراديو تحل الأذن محل العين ويرد الأمر للتعبير الشفهي " فالراديو بإعتماده على الصوت كوسيلة اتصال شخصية على نقيض الكلام المطبوع البارد .. فالصوت والحن المميز والأنغام والوقفات وسرعة الإرسال والأصوات التكميلية هذه تؤثر على الرسالة التي يراد تأديتها² .
وكلمة رايدو في كإصطلاح هندسي تعني الإرسال والإستقبال اللاسلكي للنبضات أو الإشارات الكهربائية بواسطة موجات كهربائية .

خصائص الإذاعة

- ينفرد الراديو من بين وسائل الإتصال الجمعي بالقدرة على التجسيد في شكل شخص ، وهذا الشخص يقوم بثقيف وترفيه صاحب الراديو ، فهو بهذه المعلومات بوصفه وسيلة إعلامية
- يلعب الراديو في حياة صاحبه دورا يتصف بالوجود الهام والمتعددة الجوانب فهو يمكن أن ينبئ صاحبه بحالة الطقس ز بكل ما يحدث في العالم³ .
- يلعب الراديو دورا كبيرا وله أهمية بالغة في تركيز التفاعل الإجتماعي ، فهو يحقق وظيفة إجتماعية بالإضافة إلى وظائف إخبارية.
- يساعد الراديو الفرد المستمع على زيادة مقدرته على التذكر سيما المعلومات البسيطة غير المعقدة وبما أن الراديو أسرع الوسائل الإخبارية إنتشارا فإنه بما يثبه يخلق أثرا لا يحصى ويسمى هذا بالأثر الأول لأنه يستقر في الذهن ويصعب معارضته كما يقرر العالم .

¹ حسين عبد الحميد رضوان ، العلاقات العامة والإعلام ، الإسكندرية ، المكتب الجامعي الحديث ، 1993 ص 299.

² ماجي الطواني حسين و محمد مني ، مقدمة في الفنون الإذاعية والسمعية بصرية ، مركز جامعة القاهرة للتعليم ، 1999 ، ص 117

³ نعيمة واكد ، مقدمة في علم الإعلام ، taksidj.com للدراسات والنشر والتوزيع ، 2011 ص 81.

- إن الحصول على الخدمة الإذاعية أصبح سهلا وميسورا لدى جميع الفئات في كل الأوقات والأمكنة نظرا لإنخفاض سعر المذياع من جهة ومن جهة أخرى سهولة نقله وتشغيله
- فندرك أثر الراديو على الرأي العام ، إذ أن قادة الرأي يستطيعون إبلاغ من حولهم بأرائهم ومواقفهم وهذا ما يسميه علماء الإعلام بالإتصال عبر مرحلتين¹.
- للراديو دور من الناحية النفسية للإنسان حيث يتميز الإستماع الإذاعي بالقابلية في التعديل .
- يتميز الراديو بسعة الإنتشار ، وأهمية في إعادة تشكيل أنساق القيم الاجتماعية والإتجاهات المشتركة بين الناس في المجتمع.
- بما أن الراديو يشغل حاسة واحدة فقط هي الأذن فإنه يساعد المستمع على التخيل إذ يستغرق الفرد في التفكير والتأمل .

المطلب الثالث: التلفزيون

يطلق البعض على العصر الذي نعيشه " عصر التلفزيون "

أولا التلفزيون في اللغة:

التلفزيون "Télévision" هو كلمة مركبة من مقطعين "TELE" وتعني "عن بعد" و "VISION" وتعني "الرؤية" ، وبهذا يكون معنى كلمة التلفزيون " الرؤية عن بعد"²

ثانيا : التلفزيون في الإصطلاح:

فقد جاء في معجم المصطلحات الإعلامية أن التلفزيون " وسيلة من وسائل الإتصال تعتمد على الصوت والصورة في آن واحد ، ومن ثمة فقد جمعت بين خواص الإذاعة المسموعة وخواص الرسائل المرئية ، وكلمة التلفزيون تعني نقل الصور والمرئيات من بعيد ، ويعمل التلفزيون على أساس تحويل الصورة والأشكال إلى أشعة ، تختلف قوتها حسب كميات الضوء الموزعة على الأشياء المصورة لتتحول بواسطة

¹ نفسه ، ص 82.

² عزيز لعبان ، الفيلم والأسرة ، تفاعل أفراد الأسرة الجزائرية مع الصور الفيلمية الدرامية بخلفية منظور التفاعلات الرمزية ، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والإتصال ، الجزائر ، 1997. (غير منشورة) ص 425.423.

الأشعة إلى موجات أثرية تنتشر في الجو ، بحيث يصبح بالإمكان إتقاطها بواسطة أجهزة خاصة من أجهزة الإستقبال التي تحول الموجات الأثرية إلى أشعة من جديد ثم تحول الأشعة إلى صورة.

وفي الحقيقة فإن هذه الوسيلة عرفت تطورات سريعة في الشكل وفي المضمون وهذه التطورات متواصلة بفعل التطور الحاصل في تكنولوجيات الإعلام والاتصال.¹

يعد التلفزيون وسيلة إتصال جماهيرية سمعية بصرية ، وقد أسهم جون بيرد John. Baird الأسكتلندي وغيره من المخترعين في صناعة أول كاميرا تلفزيونية سنة 1926 ، وبعدها بعامين أرسل أول رسالة (صورة تلفزيونية) من بريطانيا إلى أمريكا .

وقد كان التلفزيون في بدايته بالأبيض والأسود ، لكنه أصبح ملونا في منتصف السبعينات من القرن العشرين .

ويعد التلفزيون من أقوى وسائل الإعلام من خلال المزايا العديدة التي يتميز وينفرد بها عن باقي وسائل الإعلام الأخرى ، حيث يقدم للمشاهدين المعارف والأفكار والخبرات في مشاهد متكاملة تعتمد على الصورة الحية المعبرة المقترنة بالصوت الدال على عمق المشاعر ومغزى الأحداث والواقع.² وبالمقابل فهو وسيلة معقدة تستخدم لغة الكلمات والصور المرئية والوت لتوليد الإنطباعات وإثارة الأفكار عند الناس .

ثالثا: خصائص التلفزيون :

للتلفزيون عدة خصائص ومن أهمها ما جاءأورده الباحث جمال العيفة في كتابه مؤسسات الإعلام والاتصال وهي كالتالي :

التلفزيون وسيلة اتصال إلكترونية جماهيرية تزودنا بالصوت والصورة والحركة والألوان.

✚ يتميز التلفزيون بميازته على أوسع جمهور ، يليه في ذلك الراديو.

✚ المشاهدة التلفزيونية عادة ما تكون جماعية و بدون تكلفة عالية .

✚ يمكن مخاطبة المشاهد بلغته عن طريق ترجمة البرامج إلى أكثر من لغة .

✚ جمهور هذه الوسيلة متنوع الثقافات والتعليم والأديان والأجناس وحتى اللغات .

✚ تعتبر وسائل الإعلام السمعية البصرية مجالا مفضلا للشعور والعاطفة .

¹ محمد شطاح ، الإعلام التلفزيوني - نشرات الأخبار - المحتوى والجمهور، دار الكتاب الحديث ، الجزائر 2007.ص 12.

² محمد علي فوزي ، نشأة وسائل الاتصال وتطورها ، دار النهضة العربية لنشر والتوزيع ط 1 ، لبنان 2007 .ص 185 .

- ✚ ينفرد التلفزيون بعملية التأثير السريع ، ولكنه يتلاشى بسهولة أكبر مع مرور الوقت .
- ✚ كما ينفرد أيضا بالجمع بين الصوت والصورة ، وخاصة مع ميل الإنسان لتصديق كل ما رآه أكثر مما سمعه.
- ✚ يمكن مشاهدة التلفزيون والإستماع له أثناء القيام بأعمال أخرى ، كما أنه يتيح حرية اختيار أكثر من قناة .
- ✚ يمكن للتلفزيون تخطي حاجزي الزمان والمكان ، وإجتياز حاجز الأمية خاصة في بلدان العالم الثالث التي يقل فيها عدد المتعلمين.
- ✚ مجال التغطية التلفزيونية محلي وإقليمي وعالمي عبر الأقمار الصناعية.¹

المبحث الثالث : اللغة الإعلامية

المطلب الأول: تعريف اللغة الإعلامية

بالرغم من شيوع مصطلح اللغة الإعلامية وتداوله في الكثير من الكتب والدراسات الا أنه لم يحدد لهذا المصطلح تعريف محدد حيث يعرفها البعض على انها : اللغة التي تشيع على أوسع نطاق ، في محيط الجمهور العام، وهي قاسم مشترك أعظم في كل فروع المعرفة والثقافة والصناعة والتجارة والعلوم الاجتماعية والإنسانية بالإضافة للفنون والآداب... ذلك لأن مادة الإعلام تستمد عناصرها من كل فن وعلم ومعرفة.²

ويذهب البعض في تعريفهم للغة الإعلامية ، إلى أن لغة الإعلام هي لغة الحضارة... وقد كان طبيعيا أن يسعى الإعلام للإفادة من مزايا اللغة العربية حضاريا ، ويحقق التحول العظيم بتضييق المسافة بين لغة الخطاب ولغة الكتابة ، ويفتح الطريق أمام اللغة الفصحى لتتسرب في كل مكان ، ويكون لها في التعبير الإعلامي سلطان ، واللغة هي وسيلة الإعلام أو المنهج الذي تنقل به الرسالة من المرسل إلى المستقبل ، فاللغة اللسانية والصور وكذا السينما كلها وسائل لنقل الرسالة.³

وخلاصة القول أن الحقل المشترك بين اللغة والإعلام يكمن في العلاقة بين اللفظ والمعنى هو حقل الدلالة فعلماء اللغة يهتمون بعلم "الدلالات" وعلماء الإعلام يهتمون بالإطار المشترك بين مرسل الرسالة

¹ جمال العيفة ، مؤسسات الإعلام والاتصال (الوظائف ، الهياكل ، الأدوار) ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر 2010 ، ص 116.

² محمد أبو الوفا عطيطو أحمد ، اللغة العربية في الإعلام بين الواقع والمأمول، شبكة الألوكة للنشر والتوزيع ، الأردن ، د.س.ن ، ص 12 .

³ نفسه ، ص 18.

ومستقبلها حتى تتم العملية الإعلامية في هذا الإطار المشترك ولا تخرج الرسالة خارجه ويمثل اللفظ القاسم المشترك في هذا الحقل (حقل الدلالة) ، بين اللغة والإعلام.

المطلب الثاني : خصائص اللغة الإعلامية:

بالرغم من تعدد وسائل الإعلام واختلاف طبيعتها وخصائصها وحاجتها إلى لغة تناسبها الا أن هناك خصائص عامة ينبغي توفرها في اللغة الإعلامية أهمها:

✚ **الوضوح** : بحيث تعتبر أهم خاصية للغة الإعلام وأكثرها بروزا ، نظرا لطبيعة وسائل الإعلام من جهة و من جهة أخرى خصائص جمهورها ، حيث أن جماهير وسائل الإعلام ينقسمون إلى فئات متنوعة ، وكثيرا ما يميلون إلى العجلة في تعرضهم لهذه الوسائل ،وتنعدم لديهم الرغبة غالبا أو لن يكون لديهم الوقت للتركيز على المضامين المقدمة لهم ، لذا وجب على هذه الوسائل أن تطون كلماتها وجملها ومعانيها واضحة كل الوضوح حتى تحقق أهدافها.¹

✚ **الملائمة** : أي إن اللغة متلائمة مع الوسيلة من ناحية ومع الجمهور المستهدف من ناحية أخرى فعلى سبيل المثال : لغة الإذاعة هي لغة ذات طابع وصفي تتوجه إلى حاسة السمع ، لذا وجب أن تكون مفردات هذه اللغة ملائمة لهذه الحاسة ، في حين تستهدف لغة الصحافة مختلف الفئات الاجتماعية وتتوجه إلى حاسة البصر فيجب أن تكون ملائمة أيضا وهكذا.²

✚ **المعاصرة** : وهي أن تكون مجمل الكلمات والتراكيب والتعبيرات اللغوية متماشية مع متطلبات العصر فالجمل الطويلة ، والكلمات المعجمية ، والجمل المركبة قد لا تكون هي الأنسب للغة الإعلامية إلا في موضوعات معينة وحالات محددة.

✚ **الجاذبية** : وهي أن تكون قادرة على الشرح والوصف بطريقة حيوية ومسلية ومشوقة في آن واحد ، لأن الجمهور لا ينجذب للمضامين الجافة.³

✚ **الإختصار** : هذا ما تفرضه طبيعة الوسيلة المحدودة وطبيعة الجمهور الذي لا يقدر على المتابعة لمدة أطول فكلما كان حجم الصحيفة أو المجلة كبيرا أو كان وقت البرنامج طويلا ، كلما نفر المتلقي منه والعكس .

✚ **المرونة** : ويقصد بها أن تكون اللغة قادرة على التعبير بكل سلاسة عن مختلف الموضوعات وان كون قادرة على مخاطبة أكبر قدر من الجماهير.

1 سامي الشريف وآخرون ، اللغة الإعلامية المفاهيم – الأسس – التطبيقات ، د ، د ، ن ، 2004 ص 83

2 نفسه ، ص 83 .

3 نفسه ، 84 .

القابلية للتطور : فهي خاصية ملازمة للغة الإعلامية فلغة التلفزيون في الثمانينات ليست

هي لغة التلفزيون اليوم ، فقد أصبحت في يومنا هذا أكثر قدرة على الجذب.¹

المطلب الثالث : لغة الإعلام على الخريطة اللغوية

عرف معظم النقاد العرب النثر على أنه : الكلام المرسل من قيود الوزن والقافية ، وهو بذلك تعريف مباشر ومبسط حيث قسموا هذا النثر إلى ثلاثة أنواع هي :

النثر العادي

النثر العلمي

النثر الفني

ولكن مع ظهور الصحافة العربية في القرن 19 م ، دفع بعض أساتذة الصحافة والأدب إلى إضافة نوع رابع من أنواع النثر ، إصطلحوا عليه بالنثر العملي أي النثر الصحفي ، ويعتبرون أن هذا النثر يقف في منتصف الطريق بين النثر الفني أي لغة الأدب ، والنثر العادي ، أي لغة التخاطب هذا هو البعد التاريخي لنشأة لغة الصحافة في العالم العربي المعاصر ، ولكن هل لغة الإذاعة والتلفزيون هي لغة الصحافة أم أنها النثر العادي أي لغة التخاطب العادية ؟

يرى الدكتور محمد السيد محمد أن الإجابة عن هذا السؤال غير دقيقة ، فبرامج الإذاعة متفاوتة لغويا ومحطات الإذاعة والتلفزيون متفاوتة في المستوى الثقافي تفاوتاً كبيراً ، ومما لا شك فيه أن هذه اللغة هي لغة منطوقة بينما تنتمي لغة الصحافة إلى اللغة المكتوبة.²

ويرى أيضاً بأن لغة الإعلام ليست باللغة الخاصة ، واللغة الخاصة عند علماء اللغة ، هي تلك اللغة التي لا تستعملها إلا جماعات من الأفراد وجدوا في ظروف خاصة مثل اللغة القانونية في حيثيات أحكام القضاة ، وإستخدام الكاثوليك في الطقوس الدينية للغة اللاتينية ، ثم اللغات العامية الخاصة . وعندما نؤكد بأن لغة الإعلام ليست باللغة الخاصة نستند إلى أن الإعلام يعالج كافة الزوايا القانونية منها والدينية والاجتماعية ، ولكن بلغته أي لغة الإعلام.³

¹ سامي الشريف وآخرون ، اللغة الإعلامية المفاهيم – الأسس – التطبيقات ، المرجع السابق ، ص 84 .

² سامي الشريف وآخرون ، المرجع السابق ، ص 63 .

³ نفسه ، ص 64 .

الفصل الثالث:
التلفزيون في العالم والوطن
العربي والواقع اللغوي في
الجزائر

الفصل الثالث : التلفزيون في العالم والوطن العربي و الواقع الغوي في الجزائر

المبحث الأول : التلفزيون في العالم والوطن العربي

المطلب الأول : خطوات نشأة وتطور التلفزيون

المطلب الثاني : التلفزيون في العالم

المطلب الثالث : التلفزيون في الوطن العربي

المبحث الثاني :التلفزيون في الجزائر

المطلب الأول : إسترجاع السيادة على مؤسستي الإذاعة والتلفزيون

المطلب الثاني : تنظيم وتأسيس الإذاعة والتلفزيون الجزائري

المطلب الثالث : تطور البث الإذاعي والتلفزي في الجزائر

المبحث الثالث : الواقع اللغوي في الجزائر

المطلب الأول : اللغة العربية

المطلب الثاني :اللغة العامية (الدارجة)

المطلب الثالث : اللغة الأمازيغية

المطلب الأول :خطوات نشأة وتطور التلفزيون

- 1- تعود فكرة إختراع التلفزيون للعالم الألماني (بول نبكو) عندما إخترع قرصا ميكانيكيا .
 - 2- إستفاد إختراع التلفاز من فكرة جهاز الرايدو من ناحية تنظيم الموجات والتمويل والتخطيط البراجمي .
 - 3- في بداية العشرينيات دخلت الشركات المتخصصة بالإلكترونيات مجال البحث بإختراع التلفزيون.
 - 4- إختراع العالم فيلو رسما هندسيا لدائرة إلكترونية تجعل بالإمكان نقل الصور المتحركة عام 1922¹.
 - 5- في العام 1923 طور العالم فلاديمير أول جهاز إلكتروني للكاميرا.
 - 6- قدم العالم فيلو شكلا جديدا لنظام التلفزيون الإلكتروني عام 1927.
 - 7- أقامت شركة جنرال إلكترونيك نظاما للبث التلفزيوني عام 1928.
 - 8- في العام 1936 قامت شبكة BBC ببث حي ومنتظم للتلفزيون في لندن .
- عرف الناس التلفزيون كسلعة تباع لأول مرة سنة 1939 في مدينة نيويورك².

المطلب الثاني : التلفزيون في العالم

قبل التطرق إلى التلفزيون في الوطن العربي لابد من التعرض إلى تطوره عبر العالم ، حيث بدأت فترة الإنعاش الذهبية للتلفزيون بين عامي 1952 و 1953 وأخذت شبكات الإذاعة أمثال Natioal Company Brodcasting وإختصارها (NBC) و Columbia Brodvasting System وإختصارها (CBS) تركز على البث التلفزيوني .

وفي عام 1955 كان هناك 439 محطة تلفزيونية و 33 مليون جهاز إستقبال تلفزيوني ، وفي عام 1960 بلغ عدد المحطات 533 وعدد أجهزة الإستقبال 55 مليونا .

وفي منتصف 1984 بلغ عدد محطات التلفزيون التجارية ، أي الخاصة التي تعتمد على الإعلانات في التمويل وتحقيق الأرباح 896 محطة بالإضافة إلى 285 محطة تلفزيونية تعليمية .

¹ جمال عبد الحي ، مدخل تاريخي لنشأة وتطور التلفاز ، مجلة أماراباك ، الأكاديمية الأمريكية العربية للعلوم والتكنولوجيا ، العدد السابع ، 2012 .
² عبد الرزاق محمد الدليمي ، المدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال ، دار الثقافة للنشر والتوزيع ، عمان ، 2011 ، ص 146 .

المطلب الثالث: التلفزيون في الوطن العربي

أما الدول العربية فإن أغلبها عرف التلفزيون خلال الستينات من القرن العشرين وباستثناء لبنان فإن محطات التلفزيون في الدول العربية أشأتها حكوماتها ولازالت تملكها وتشرف عليها إشرافا كاملا ، شكلا ومضمونا وتمويلا خاصة تلك التي تبث من داخل الدول المالكة لها.¹ وقد بدأ الإرسال التلفزيوني في مصر وسوريا سنة 1960 والعراق سنة 1956 وتونس والجزائر سنة 1956 والمغرب سنة 1954.²

المبحث الثاني : التلفزيون في الجزائر :

المطلب الأول : إسترجاع السيادة على مؤسستي الإذاعة التلفزيون :

بعد الإستقلال سنة 1962 ، كان لزاما على السلطة في الجزائر الإهتمام بهذه الوسيلة الإعلامية الجماهيرية والإعتماد على نفسها وعلى أبنائها ، داعية كل الإطارات الوطنية التي سبق لها العمل في مجال الإتصال في صفوف جيش التحرير الوطني ، إلى تسلم الإذاعة والتلفزة الجزائرية (RTA) والإشراف عليها ، وبهذا القرار التاريخي الشجاع والذي كان بتاريخ 28 أكتوبر 1962 ، رفعت التلفزة الجزائرية شعار التحدي وهي غير مهياة بعد ، وشكلت خلية للتفكير في خطة عمل للنهوض بالمؤسسة الإعلامية الحديثة وتسخيرها لمرحلة البناء والتشييد الوطني .

أما فيما يخص العلاقات بين الجزائر وفرنسا في مجال السمعي البصري والراديو التلفزيون ، إنتهى الأمر بتوقيع إتفاقية بين الحكومتين في 23 جانفي 1963 ، تنص على التعاون في مجالي الرايدو والتلفزيون ، وتعهدت فرنسا بمواصلة تقديم مساعداتها الفنية والثقافية للجزائر ، مع وضع نخبة من الأخصائيين الفرنسيين في هذا المجال تحت تصرف الجزائر مع ضمان وجود مكتب للإذاعة والتلفزة الفرنسية في الجزائر ، كما تتولى الإذاعة والتلفزة الجزائرية جميع الشروط اللازمة لتسهيل مهامه كما تلتزم بث حصص باللغة الفرنسية.³

المطلب الثاني : تنظيم وتأسيس الإذاعة والتلفزيون الجزائري :

¹ جمال العيفة ، مؤسسات الإعلام والإتصال (الوظائف ، الهياكل ، الأدوار) ، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر 2010 ، ص 117 .

² نفسه ، ص 118 .

³ نور الدين تواتي ، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر ، دار الخلدونية للنشر والتوزيع ، الجزائر ، 2009 ، ص 104.103 .

تم وضع مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الجزائريين تحت سلطة وزارة الإعلام ، فأول مرسوم إعلامي إذاعي أصدر في أول آب /أغسطس 1963 والذي ينص على تأسيس وتنظيم الإذاعة والتلفزة الجزائرية ، حيث يعتبرها هذا المرسوم مؤسسة عمومية تابعة للدولة ، لها طابع تجاري وصناعي تتمتع بصلاحيحة النشر الراديوغرافي و المتلفز أما فيما يخص قطاع السمعي البصري ، فإلى غاية سنة 1966 كان التلفزيون تنحصر تغطيته على الوسط بالعاصمة وضواحيها ، على مدى 100 كلم تقريبا ، والبغرب والشرق ، في مدينتي وهران وقسنطينة وضواحيها على التوالي ، بحيث يتوفر على جهازي إرسال صغيرين ، وكذلك بالنسبة للإذاعة (القناة الأولى والناطقة باللغة العربية) كانت إلى غاية 1968 تنحصر تغطيتها على شمال البلاد فقط¹.

إن تأسيس الإذاعة والتلفزيون الجزائري (RTA) هي بداية الإنطلاق لمشروع واسع النطاق في مجال الإتصال².

بداية من سنة 1966 بدأت السلطات الجزائرية جهودها لتقوية وتطوير الإذاعة والتلفزيون تمركزت هذه الجهود على ثلاثة ميادين أساسية هي الزيادة في ميزانية الدولة المخصصة للمؤسستين ، والتركيز على توسيع شبكات الإرسال وتمكين كل مواطن جزائري من حق إستقبال البرامج الوطنية من أي مكان بالجمهورية ، كما سعت لتوفير أجهزة الإستقبال في كل البيوت الجزائرية³.

المطلب الثالث : تطور البث الإذاعي و التلفزي في الجزائر :

كان مرسوم 1970 بمثابة نقطة التحول في قطاعي الإذاعة والتلفزة بوضعهما آنذاك تحت وصاية وزارة الإعلام والإنطلاق وفق القانون الأساسي الجديد في عملية النشر الإذاعي والتلفزي عبر جميع أنحاء الوطن ، واضعا نصب أعينه الإستغلال الأمثل لشبكة التجهيزات الخاصة وإنجاز البرامج وتسويقها والإشتراك في تصميمها ونشرها مع الهيئات الوطنية والأجنبية .

في حين بدأت برامج الإذاعة ممثلة في القناة الأولى ، تغطي كامل التراب الوطني وحتى جزء من البلدان الإفريقية والأوروبية والشرق الأوسط وحتى أمريكا ، في أبريل 1968 ، وذلك إثر وضع محطة إرسال عين البيضاء بولاية سطيف ، وقد إنتقلت قوة إرسال الإذاعة مابين 1970 و 1973 من 2000 إلى 5000 كلواط⁴.

¹ غسان عبد الوهاب حسن ، الصحافة التلفزيونية ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، ط1 ، عمان ، 2013 ، ص 40 .

² نور الدين تواتي ، المرجع السابق ، ص 105.

³ نفسه ، ص 106 .

⁴ نفسه ، ص 107 .

شهدت سنة 1970 تخرج أول دفعة من التقنيين والفنيين والمصورين ، وسرعان ما تلتها دفعات أخرى في مختلف التخصصات تلقت تكويننا ببلدان مختلفة خارج الوطن.¹

فالتلفزيون كجهاز إديولوجي من أجهزة الدولة ، مطالب بأن يعمل على إبراز الوجه الحقيقي للسلطة الثورية وعليه أن يكون الناطق الرسمي باسم الثورة ... و يعد أداة للتعريف و أداة من أدوات التنمية والرقي الثقافي والإجتماعي نحو العصرية والتقدم .

ورغم هذا الإنجاز فقد ظل عدد الإطارات المختصة ضئيلا بالمقابل المهام والتحديات الموكلة إليه آنذاك .

وفي مجال التجهيز كان لزاما على الإذاعة والتلفزيون مواكبة العصرية والتكنولوجيات الحديثة وتوفير الإستثمارات لتقليص الفوارق الجهوية في مجال السمعي البصري وتجلى هذا في الميزانية الضخمة التي خصصتها الدولة الجزائرية لهذا القطاع ، من خلالين المخططين الرباعين الأول والثاني.²

قبيل تطبيق المخطط الثلاثي الأول 67-69 : كانت البرامج التلفزيونية الجزائرية خاضعة في مجملها للإنتاج الأجنبي المستورد ، ولم يتعدى الإنتاج الوطني ما نسبته 15.5 بالمئة.

في سنة 1970 تم توحيد البث لعامة سكان الشمال عبر سبع مراكز إرسال V.H.F طبقا للمخطط الرباعي الأول ، بعد أن كان سكان المناطق الشرقية والغربية يلتقطون برامج منتجة محليا في وحدتي الإنتاج التابعتين لكل من قسنطينة وهران .

بعدها جاء المخطط الرباعي الثاني 1974-1977 : حرص الأخير على تعزيز الوسائل المتعلقة بدعم عملية الإنتاج وحرصا من الدولة على جعل التلفزيون في متناول الجميع ، فقد أثمرت مجهوداتها سنة 1973 بإنجاز محطة جديدة بوهران ، وتوسيع محطة قسنطينة سنة 1974 لدعم المحطة المركزية بالعاصمة وتخفيف الضغط عليها.³

أما تعريب البرامج فقد بدأ سنة 1972 ، لتبث بعد ذلك نشرة الثامنة باللغة العربية بالإضافة للحصص الثقافية والرياضية⁴ ، ليأتي الدور هذه المرة على المورد البشري من تأهيل وتكوين وإعداد فني وتقني لشغل مثل هكذا مناصب ، وجعل التلفزة الجزائرية مؤسسة معاصرة مواكبة لتطورات الساحة العلمية و التكنولوجية

1 نصير بو علي ، التلفزيون الفضائي وأثره على الشباب الجزائري ، دراسة ميدانية ، دار الهدى للطباعة والنشر ، عين مليلة ، ص 81.

2 نور الدين تواتي ، المرجع السابق ، ص 108 .

3 نور الدين تواتي ، المرجع السابق ، ص 108 .

4 فاروق ناجي محمود ، البرنامج التلفزيوني . كتابته ومقومات نجاحه ، دار النقبانس للنشر والتوزيع ، ط1، الأردن، 2007، ص 21.22.

شهد عام 1973 ميلاد أول محطة بث بالجنوب الجزائري الكبير بإنشاء محطة بشار ليث النشرات الإخبارية المحلية وبتدشين المحطة 14 للإرسال بمدينة بني عباس / بشار ، تمكن المواطنون في أقصى الجنوب من تتبع الأحداث الوطنية وكذا الدولية عبر الشاشة الصغيرة ، وبإقتحام عالم الإتصال بواسطة القمر الصناعي ، سعت الجزائر إلى توسيع الإستفادة من المجال العلمي ، حيث جاء مشروع توسيع الشبكة¹ ليشهد ما يلي :

توحيد شبكة التلفزيون بالمنطقة الشمالية سنة 1973.

تنصيب أجهزة الإرسال بالمضاب العليا سنة 1975 - تلمسان سنة 1975 - الأغواط سنة 1979 - سعيدة سنة 1976.

إستخدام الأقمار الصناعية بالتعاون مع مؤسسة البريد والمواصلات.

إنجاز محطة الأخرزية - حاسي مسعود - ورقلة وغرداية سنة 1976

تنصيب محطات لكل من عين آمناس - عين صالح - جانت - تميمون - بني عباس والوادي² وإبتداء من سنة 1976 ، أصبحت برامج التلفزيون الجزائري تلتقط في كافة التراب الوطني الجزائري وذلك بفضل دخول محطة الأخرزية حيز الخدمة في 25 جويلية 1975 .³

المبحث الثالث : الواقع اللغوي في المجتمع الجزائري :

المطلب الأول : اللغة العربية:

تعتبر اللغة العربية اللغة الرسمية في الجزائر وتعد دعامة من دعائمه الشخصية ، إذ ترتبط إرتباطا وثيقا بالدين الإسلامي الذي يعتبر من مقومات الدولة الجزائرية ، واللغة العربية في الجزائر تلعب دورا هاما وأساسيا في تجسيد الأمة ، فاللغة العربية هي الضامن الأساسي للهوية ، وهي الوحيدة القادرة على الحيلولة دون الإندماج والتلاشي في الثقافة الأجنبية التي أدخلها الإستعمار الفرنسي للجزائر ، والذي لا زال حاضرا ومتغلغلا بلغته وثقافته في المجتمع الجزائري.

إن موضوع الإهتمام باللغة العربية لدى المتخصصين في مجال اللغويات وهو ما يكسيها طابعا ومكانة مرموقة لدى الجزائريين خاصة وأنه لها صلة وطيدة بالإسلام ، والتي بدورها تبحث على إدراك

¹ قانون الإعلام، 1990، المجلة الجزائرية للاتصال، معهد علوم الإعلام و الاتصال، العدد 4 خريف، 1990 ص 135 .

² نور الدين تواتي، المرجع السابق، ص 109 .

³ محمد صالح سلطان، وسائل الإعلام والاتصال (دراسة في النشأة والتطور، دار المسيرة للنشر والتوزيع، ط 1، عمان 2012، ص 517.

عمق الإيديولوجية السمحة ونقاء التصور الروحي للمجتمع الجزائري عامة ، وكان دخول اللغة العربية للجزائر عبر الجيوش الفاتحة المتعاقبة والتي كان لها اليد الطويلة في تعريب المغرب وأسلمته على مد التاريخ ، فالعربية متأصلة في المجتمع الجزائري فهي تلقن في المساجد والزوايا ، وبعض المعاهد الدينية ... ولعل المرجعية الدينية هي التي ساهمت في إستمراريتها وديمومتها.¹

كما تمتاز اللغة العربية بشكلها وطبيعته ممارستها اللسانية في المجتمع الجزائري ، حيث نلاحظ تواجدها كلغة شفوية ومكتوبة ، لنصل إلى خصوصية اللسان الجزائري ، فيو بقدر ما يتباين في آداءات اللغوية، بقدر ما تختلف لسانيته في فلك اللغة العربية ذاتها ، من متكلم ينطق ويكتب بلغة عربية فصيحة ومن متحدث يستعمل لغة شفوية عامية و المعروفة "بالدارجة".

تعد اللغة العربية الكلاسيكية "اللغة العربية المكتوبة التي تدعى (أدبية أو فصحي أو كلاسيكية) ليست لغة لمخاطب الشائع وذلك أن إستعمالها يقتصر على المثقفين ، حيث يمكن إعتبارها لغة دولية محظية²، ولذا فهي أداة أساسية للتواصل والتماسك بين العرب" ، هذه اللغة الكلاسيكية لها تاريخها ، حيث تتميز بأصالة فريدة فهي التي: " دَوَّحَها اللغويون والبلاغيون والنحاة ، ما بين القرن الأول والرابع الهجريين وستشهد هذه اللغة إستمرارية منقطعة النظير عبر التاريخ والعالم بوصفها لغة القرآن الكريم.³

المطلب الثاني : اللغة العامية " الدارجة"

إن الجانب الإزدواجي طبيعي في كل اللغات ففي كثير منها تقريبا هناك لغة كتابة ولغة حديث، وهذا ما ينطبق على اللغة العربية التي تتفرع عنها الدارجات ولكنها في تكامل وظيفي" ، حيث تتفرع اللغة الدارجة أي العامية عن لغتها الأم الفصحى ومن ثم فإن وظيفتها لا تكاد تكون سوى وظيفة تكامل، ما يوحي لنا أن العربية الدارجة لا تنافس الفصحى في حال من الأحوال هذا ما وصفته خولة طالب الإبراهيمي بقولها أنها: "... ظلت متباينة للمعيار الرفيع والمكتوب، وذلك من خلال الإختلافات الصوتية والصوتية الوظيفية "phonologiques" الواضحة. وقد انشغلت الباحثة بالمواطن الجغرافية لهذه اللغة العربية الدارجة في الجزائر فبينت أن الجزائريين في أربع مناطق من الوطن يختلفون في النطق ولهم لمغتهم الشفوية هذه في أربع رقع لهجية ذات خصائص مميزة وهي :

الرقعة الوسطى : والتي تشمل : منطقة الجزائر العاصمة وضواحيها .⁴

1 خولة طالب الإبراهيمي ، مبادئ في اللسانيات ، دار القصة للنشر ط 2، 2000 ،ص16.
2 المصطفى عبد الله بوشوك، تعليم وتعلم اللغة العربية وثقافتها، دار الهلال العربية، ط3، المغرب، 1994 ، ص 45 .
3 خولة طالب الإبراهيمي ، مبادئ في اللسانيات ، دار القصة للنشر ط 2، 2000 ،ص 18.
4 نفسه ، ص 19.

الرقعة الشرقية : وتشمل منطقة قسنطينة وضواحيها .

الرقعة الغربية : ممثلة في وهران وما جاورها.

الرقعة الصحراوية : والتي تشمل كل المناطق الصحراوية والتي تشمل المجموعة اللهجية من الجزيرة العربية إلى سواحل المحيط الأطلسي .

واللهجة العامية تسمى أيضا باللهجة الإجتماعية ، تتشعب عن اللغة الأصلية ، بحيث تستمد منها مفرداتها وقواعدها وأساليبها ومختلف تراكيبيها حيث أن كلاهما تلقائي النشأة ينبعث عن مقتضيات الحياة الاجتماعية وضرورتها.

وتتنوع بتنوع مختلف الدول والمناطق داخل الوطن العربي الواحد ، ففي الجزائر توجد العديد من اللهجات العامية كالعامية العاصمية نسبة الى سكان الجزائر (العاصمة) ، والعامية الوهرانية (بالغرب) الجزائري والعامية السطايفية والقسنطينية (بالوسط) الجزائري ، والعامية العانية في (الشرق) الجزائري وغيرها ، بحيث تستعمل هذه اللهجات المختلفة كثيرا في الخطاب الشفوي ، وما يسهم في تكوين العامية والعربية عاملين هما : اللغة المحلية واللغة الجهوية.¹

ويمكن أن نميزين 3 لغات جهوية في الجزائر هي (الشرق والغرب والوسط) على عكس بعض من دول المنطقة العربية التي غالبا ما تغطي عليها لغة العاصمة (العامية العاصمية) على غرار ما هو كائن في مصر وسوريا ولبنان وغيرها.²

المطلب الثالث : اللغة الأمازيغية

وتشغل حيزا كبيرا في الإستعمال الشفوي وتتواجد في مناطق عديدة من الجزائر أبرزها : الأوراس ، الهقار ، ميزاب ومناطق أخرى ... والأمازيغ شعب نرح إلى شمال إفريقيا وانتشر في ربوع الغرب ، وجهات من الصحراء الكبرى وأطراف مصر ، واستقر ببعض جزر البحر الأبيض المتوسط وكان ذلك في العصور القديمة التي لا تقل عن الثلاثين قرنا قبل الميلاد .

الأمازيغية لغة تفككت إلى عدة لهجات، كل لهجة تعكس نمط العيش المميز لكل منطقة، وغالبا ما تكون معبرة عن الحياة اليومية، وبشكل عام يمكننا القول أن اللغة الأمازيغية من خلال لهجاتها المختلفة هي لغة مشافهة أي شفوية تستعمل في مجالات الحياة اليومية، وليست لغة مشتركة بين جميع

¹ Malika Koudache ,La LAngedes nè- alphabètise :La langue arabe standard en Algèrie ; Thèse de doctorat universitè de Stendhall-Grenoble 3, France en 2003 p.p 8.9

² J.Dichy, Langues et cultures Populaire dans l'aire arbo-musilmane, suppléments dans a l'arbisant, Bulletin de l'association française n21 et 25 France p.p 52، 64.

أفراد المجتمع الجزائري، وقد عانت اللغة الأمازيغية مطولا من التهميش واللاإهتمام لعديد الأسباب منها الإيديولوجية و السياسية.¹

حيث قدرت نسبة المتحدثين باللغة الأمازيغية في الجزائر حوالي (30%) وينقسمون إلى عدة مجموعات متفاوتة الكثافة والتي نوردتها في ما يلي :

القبائل : أو ما يلفظ على تسميتهم (الزواوة) ويبلغ تعدادها ما لا يقل عن سبعة ملايين نسمة، يتحدثون اللهجة القبائلية في منطقة تغطي عدة ولايات هي : تيزي وزو، بجاية، وغالبية سكان مدينة البويرة و برج بوعرريج وأجزاء من ميلة و جيجل وصولا لبومرداس، ولهم حضور كبير في العاصمة ، إذ كانوا يشكلون % 60 من سكانها في عهد الاحتلال.

الشاوية : حيث يتمركزون بمنطقة الأوراس ويبلغ تعدادهم حوالي المليون نسمة، وتنتشر هذه اللهجة في كل من مدينة باتنة ، خنشلة وأم البواقي، وجزء من بسكرة وتبسة وسوق أهراس و قلمة ، سطيف وكذلك قسنطينة و برج بوعرريج .

الطوارق: اللهجة التارقية، هي لهجة طوارق الجزائر والذين ويتمركزون في ولايات أقصى الجنوب الجزائري في كل من: إليزي ، تمنراست ، التاسلي و جانت، بالإضافة إلى الشلحية والميزابية التي تضمها ولاية غرداية.²

¹ بوهناف عبد الكريم ، النشأة اللغوية الأسرية في منطقة الأوراس (دراسة ميدانية مقارنة ، ريف مدينة أجريت بولاية باتنة ، بلدية الحاسي)، جامعة الجزائر ، 2002، ص 1 .

² موسى معوش ، المنثورات الذهبية في كنز كل المعلومات الأمازيغية ، ط 1 ، دار الأمل ، 2014، ص 160 .

الإطار التطبيقي

للدراسة

المبحث الأول: التعريف بالتلفزيون الجزائري وبرنامج رؤى :

المطلب الأول : التعريف بمؤسسة التلفزيون الجزائري :

تمثل المؤسسة العمومية للتلفزيون أهم جهاز إعلامي في الجزائر، وهي مؤسسة عمومية للإعلام والاتصال تضطلع بمهام رئيسية يحددها دفتر شروط بموجبه تابع للوسائط الاتصالية الرسمية للدولة والتي بدورها محولة بالتبليغ والبت وفق ما يقتضيه الصالح العام للدولة كما تضطلع بمهمة التوجيه والإعلام بالإضافة إلى الترفيه والتثقيف .

تم إسترجاع السيادة على المؤسسة الوطنية للتلفزيون الجزائري من الاستعمار الفرنسي في 28 أكتوبر 1962. بعد أن كانت بنود اتفاقية " ايفيان " تقضي ببقاء مؤسسة التلفزيون تحت السيطرة الاستعمارية بعد الاستقلال لكنها ظلت تحمل اسم مؤسسة الإذاعة والتلفزة الفرنسية ، إلى أن صدر المرسوم المؤرخ في الفاتح من أكتوبر 1962 تحت رقم 67-234 و بموجبه تحولت المؤسسة إلى مؤسسة البث الإذاعي و التلفزيوني ثم إلى مؤسسة الإذاعة والتلفزيون إلى غاية صدور المرسوم رقم 86-147 المؤرخ ب01 جويلية 1986، والذي بموجبه أنشأت المؤسسة العمومية للتلفزيون، حيث يتواجد مقرها ب شارع الشهداء الجزائر العاصمة. و المؤسسة العمومية للتلفزيون مؤسسة تتمتع بالشخصية المعنوية و الإستقلال المالي حيث تأخذ وزارة الإتصال على عاتقها مسؤولية تسييرها، ويضمن التلفزيون الجزائري التغطية عبر كامل التراب الوطني و هذا من أجل الوصول بأهدافه الإجتماعية و الثقافية إلى جل شرائح المجتمع في الداخل والخارج ، إذ تتركز إهتمامات التلفزيون الجزائري كقناة عمومية على البرامج المتنوعة ذات البعد الوطني بالدرجة الأولى، و كذا المجتمع الدولي و مختلف قضاياها الراهنة، التي تحرص المؤسسة على تقديمها إلى الجمهور الجزائري بشفافية كاملة . كما يعمل التلفزيون الجزائري على مواكبة التقنيات الجديدة و تكنولوجيات الإعلام والاتصال ، من خلال توسيع حركية الرقمنة داخل المؤسسة والتركيز على العمل بأجهزة متطورة. يسهر على سير المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري اليوم ما يقارب الـ 16 مديرية¹.

¹ الموقع الرسمي للتلفزيون الجزائري : <https://www.entv.dz/tvar/dossiers/index.php?id=4&voir=2>.

المطلب الثاني: مديريات التلفزيون الجزائري :

تسير المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري من طرف المدير العام بمساعدة المدير العام المساعد

وتتكون المديريات من :

1. مديرية الأخبار.
2. مديرية البرمجة.
3. مديرية إنتاج البرامج.
4. مديرية المصالح التقنية.
5. مديرية الدراسات والتجهيز.
6. مديرية الموارد البشرية.
7. مديرية الإدارة والمالية.
8. مديرية العلاقات الخارجية.
9. المديرية التجارية.
10. مديرية الأرشيف والتوثيق.
11. مديرية الأمن والوقاية.
12. مديرية قناة " قناة الجزائر ".
13. مديرية قناة " الجزائرية الثالثة ".
14. مديرية القناة الرابعة الناطقة بالأمازيغية.
15. مديرية القناة الخامسة القرآن الكريم.
16. مديرية المحطة الجهوية لبار.
17. مديرية المحطة الجهوية لوهران.
18. مديرية المحطة الجهوية لقسنطينة .
19. مديرية المحطة الجهوية لورقلة .¹

¹ <https://www.entv.dz/tvar/dossiers/index.php?id=4&voir=14>

المطلب الثالث : برامج التلفزيون الجزائري لسنة 2019
أهم البرامج ومواقبتها (بتوقيت الجزائر +1GNT) ¹

البرنامج	الوقت
حصة فن زمان	00:00
نشرة الإخبار	08:00
حصة صباح الخير	08:20
رسوم متحركة (قصة آية)	10:10
رسوم متحركة (فن من ورق)	10:40
حصة صغير وشاف	11:10
برنامج المعجزة الخالدة	11:30
برنامج ديني دين ودينيا	11:45
حصة شباب IN	12:00
ندرومة بين التاريخ والتراث	12:30
مسلسل رجال الفرقان	13:35
برنامج ديني (مجالس الصالحين)	14:30
حصة محطات	15:00
طياب حساب	16:00
حصة في صميم القانون	16:30
نشرة الأخبار بالأمازيغية	17:00
حصة راجلي شاف	17:20
مسلسل صقر قريش	18:00
نشرة الأخبار الثالثة	19:00
سلسلة Hob la star	20:10
مسلسل مقامات العشق	20:30
كاميرا خفية رمضان زمان	21:20
سلسلة عنتر نسيب شداد	21:30
"رؤى"	22:00
من واقعنا	23:00
برنامج فكاهي كوميدي تور	23:30

¹ <https://www.entv.dz/tvar/programmes/index.php>

المطلب الرابع: التعريف ببرنامح رؤى

أولا : (تعريف إجرائي)

تعتبر حصة "رؤى" من تقديم الإعلامية غنية سيد عثمان وهي حصة إعلامية تلفزيونية ذات طابع ثقافي إجتماعي ، تفتح فضاء للنقاش والتحاوور على المباشر بين مقدمة البرنامج والضيوف المحللين ، وهي حصة تبتث أسبوعيا يوم الأربعاء لمدة ساعة أو ما يقاربها أحيانا وذلك على الساعة العاشرة مساءا ، تعالج الحصة عدة قضايا تهم الشارع الجزائري بمختلف مكوناته ومختلف شرائحة ، يساهم في هذا الحوار كوكبة من الأساتذة و الدكاترة الجامعيين و تلة من الباحثين والأكاديميين والأدباء .

ثانيا: بطاقة تقنية للبرنامج

بطاقة تقنية للبرنامج / fiche Tichnique

العنوان : " رؤى "	
النوع : اجتماعي ثقافي	
المدة : ما يقارب الساعة أو يزيد	
التوقيت : 10.00 مساءً أسبوعيا	
إنتاج : المؤسسة الوطنية للتلفزيون الجزائري	
نوع البث : مباشر	
الملخص : برنامج ذو طابع إجتماعي ثقافي حوارى يفتح فضاء للنقاش والحوار لمواضيع تهم الشارع الجزائري مع مقدم البرنامج وكوكبة من الضيوف الدكاترة والباحثين والأدباء ، تقارير الحصبة تكون موجهة لأجل جس نبض الشارع ومعرفة مدى إضطراره بالمواضيع التي يعالجها البرنامج.	
طاقم برنامج رؤى :	
المخرج : محفوظ ماحي	
إعداد وتقديم البرنامج : غنية سيد عثمان	
معد التقارير : أحمد معاش	
مسؤول الإرسال : محمد رابية	
الصوت : سفيان نازف	
مهندس الصيانة والإستغلال : خير الدين سالمي	
الأستوديو : الفرقة التقنية المتنقلة HD3	
مسؤول التصوير : عبد القادر حربي	
التصوير : رضا بلفضيل / عادل آكلي / عصام بوطالبي / وليد مقعاش / حسام بوطالبي	
مدير الإنتاج : فريد بن حمادة	
مسير الإنتاج : وحيد زقا	
سكريبنت : محمود حاج علي	

مدخل :

يُعد تحليل المضمون أحد الأساليب البحثية الشائعة الإستخدام خصوصا ما تعلق بالدراسات الإعلامية التي تندرج ضمن إطار منهج المسح ، وتنبع هذه الأهمية لدراسات تحليل المضمون من أهمية الرسالة الإعلامية في حد ذاتها ، بإعتبارها المنتج الإعلامي الأساسي في العملية الاتصالية ، و التي يهدف القائم بالإتصال من خلالها إلى إحداث التأثيرات المرجوة.

كما إزدادت في الآونة الأخيرة الدراسات الإعلامية في مجال تحليل مضمون رسائل وسائل الإتصال والإعلام المتنوعة على غرار الصحف ، المجلات ، الكتب، والنشرات، أو برامج الإذاعة ، التلفزيون والسينما، لقياس دور القائم بالاتصال إلى جانب الرسالة الإعلامية في إحداث التغيير، ومعرفة مدى فاعليتها نظرا لما يشكله تحليل المضمون كإحدى طرق قياس الرأي العام ، إذ يستخدم تحليل المضمون في معرفة مضمون رسائل وسائل الإعلام لتحديد الأهمية التي تحظى بها القضايا والموضوعات المختلفة من خلال معرفة كم ونوع التغطية الإعلامية.

من أجل إنجاح هذه الخطوة وجب القيام بتحديد دقيق لفئات ووحدات التحليل ، وفي إطار الموضوع الذي نحن بصدد دراسته وتحليله إختارنا الإعتماد على التحليل الكمي والكمي " لبرنامج رؤى

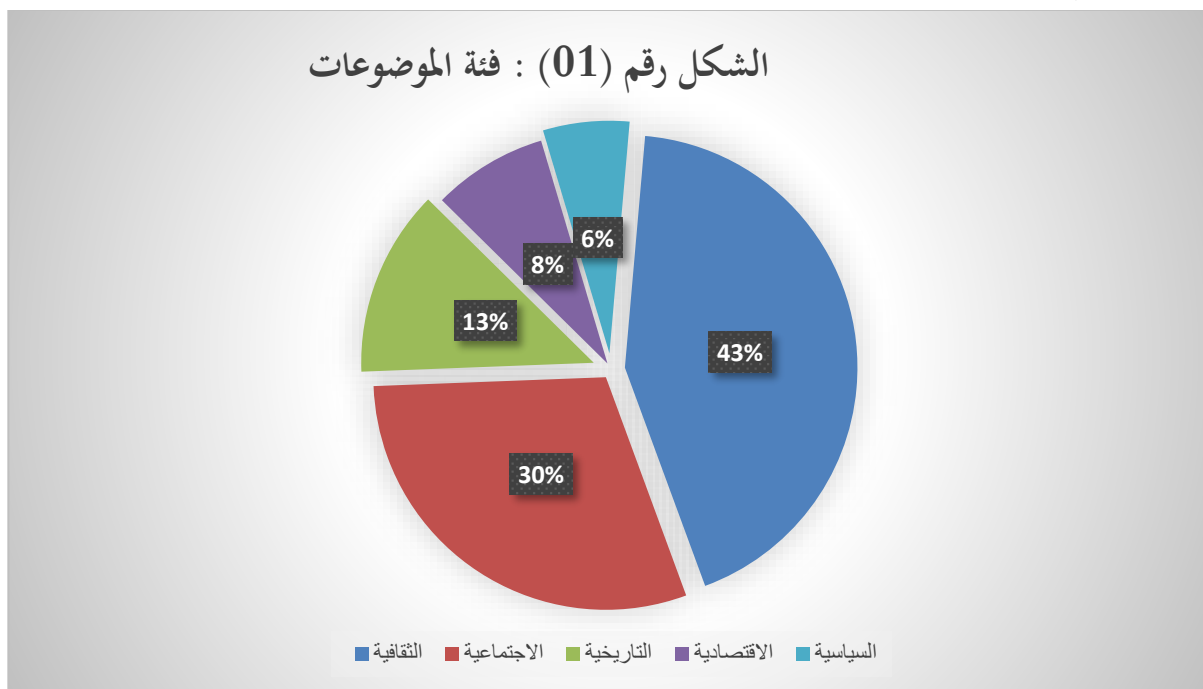
" .

المبحث الأول : التحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون (ماذا قيل ؟)
المطلب الأول : التحليل الكمي والكيفي لفئة الموضوع

الجدول رقم (01) : يوضح تكرارات المواضيع ونسبها المئوية

الموضوعات	التكرار	النسبة %
الثقافية	23	43%
الإجتماعية	16	30%
التاريخية	07	13%
الاقتصادية	05	08%
السياسية	03	06%
المجموع	54	100%

الشكل رقم (01) : يمثل الدائرة النسبية لفئة الموضوعات



التعليق على الجدول (التحليل الكمي) :

من خلال الجدول رقم (01) يتبين لنا النسبة الكلية لتكرارات عناصر فئة الموضوعات بتكرار بلغ 54 مرة تقابلها نسبة مقدرة بـ 100% ، حيث حضيت المواضيع ذات الطابع الثقافي بأكبر حصة

من التكرارات قدرت بـ 23 مرة ونسبة 43% ، تلتها بذلك المواضيع ذات الطابع الاجتماعي بتكرارات بلغت 16 مرة ونسبة 30% ، في حين حازت المواضيع ذات الطابع التاريخي حصتها من التكرارات حيث بلغت 07 مرات ونسبة مقدرة بـ 13% ، كما نالت المواضيع الاقتصادية الطابع نصيبا من التكرارات وصل 05 مرات ونسبة 08% ، فيما تذيلت القائمة المواضيع ذات الطابع السياسي بتكرار 03 مرات ونسبة ما يعادل 06% .

التحليل الكيفي :

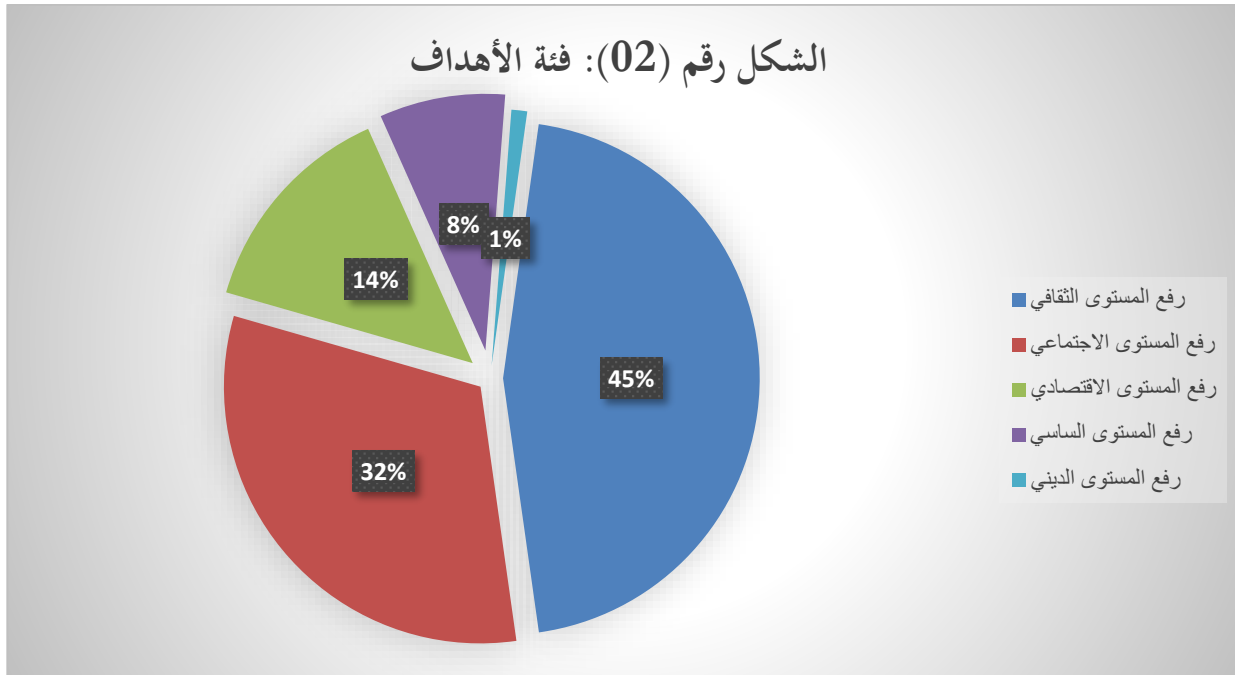
نجد أن برنامج رؤى أولى إهتماما بالغا بالمواضيع الثقافية والاجتماعية على التوالي بشكل كبير ، لما تلعبه من دور كبير باعتبارها تحضى بتنظيم وتنوع للمرجعيات العلمية والثقافية والرعاية الاجتماعية وهي من متطلبات حياة البشرية ، ومن بين المواضيع التي تطرق إليها البرنامج المجتمع والمعرفة ، التنافسية ، وهجرة الأدمغة الجزائرية ، حرية الإبداع عند المرأة بالإضافة لموضوع إشكاليات العقل العربي عند المفكرين العرب ، كما نلاحظ أن المواضيع ذات الطابع التاريخي كان لها أيضا نصيب الأسد من البرنامج بإحتلالها المرتبة الثالثة ، وهذا راجع للعراقة التاريخية للمجتمع الجزائري وعمقه التاريخي المليء بالمطبات الإستعمارية على غرار موضوع الثقافة واللهجات في الجزائر ، إتفاقية إيفيان المخاض العسير ، في حين إحتلت البرامج ذات الطابع الإقتصادي المرتبة الرابعة ، كون الدول لا تصبح ذات قوة محلية ، إقليمية أو دولية ، إلا إذا إمتلك إقتصادا قويا والإقتصاد يعد بمثابة حجر الأساس لأي دولة لتحقيق التنمية المستدامة ، فنلاحظ البرنامج يعالج مواضيع على غرار موضوع الذكرى السنوية لتأميم المحروقات التي تصادف 24 فيفري 1971، في عهد الرئيس هواري بومدين آنذاك ، والتي تزامنت و ذكرى تأسيس الحزب العام للعمال الجزائريين فيما تمثلت البرامج ذات الطابع السياسي في موضوع إتفاقية إيفيان المخاض العسير .

المطلب الثاني : التحليل الكمي والكيفي لفئة الأهداف

الجدول رقم (02) : يوضح تكرارات الأهداف ونسبها المئوية :

الأهداف	التكرار	النسبة %
رفع المستوى الثقافي	13	46%
رفع المستوى الإجتماعي	09	32%
رفع المستوى الاقتصادي	04	14%
رفع المستوى السياسي	02	08%
رفع المستوى الديني	00	00%
المجموع	28	100%

الشكل رقم (02) : يوضح الدائرة النسبية لفئة الأهداف:



التعليق على الجدول: (التحليل الكمي)

من خلال الجدول رقم (02) و الخاص بفئة الأهداف يتضح لنا أن رفع المستوى الثقافي و المستوى الإجتماعي حصلا على القدر الأكبر من التكرارات 13 و 09 بنسبة قدرة ب 46% و

32% على التوالي ، في حين جاءت المواضيع الهادفة لرفع المستوى المعيشي والإقتصادي بتكرار أربع مرات 04 أي ما نسبته 14% في حين حصلت المواضيع الهادفة إلى رفع المستوى السياسي على 02 من التكرارات بنسبة 08% ، كما لم تحصل المواضيع ذات الطابع الديني على أي تكرار يذكر .

التحليل الكيفي :

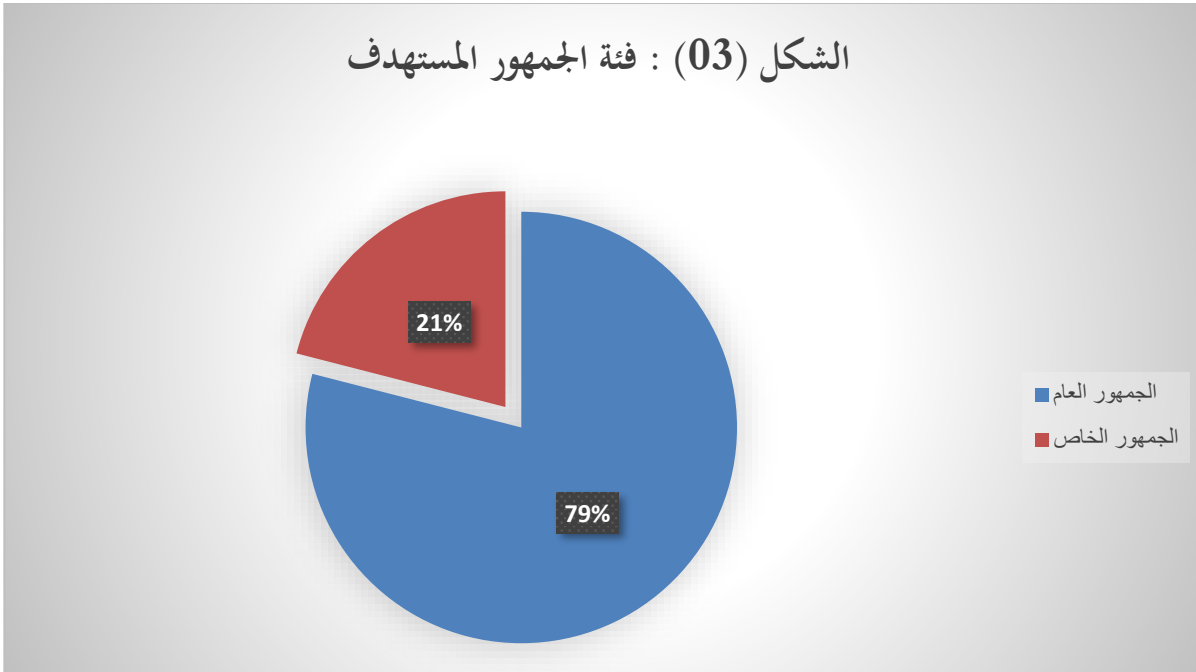
يمكننا تفسير الأهداف المسطرة من خلال برنامج رؤى ، والتي كانت ثقافية إجتماعية بالدرجة الأولى من خلال رفع وتنمية المستوى الإجتماعي والثقافي للأفراد في المرتبة الأولى والثانية تواليًا ، ويتضح ذلك جليا من خلال المواضيع كموضوع التنافسية في المجالين الثقافي والإجتماعي وموضوع المجتمع والمعرفة ، في حين جاءت المواضيع ذات الطابع الاقتصادي في المرتبة الثالثة من ناحية الأهمية لإهتمام البرنامج بالجانب الاقتصادي لجمهوره من خلال طرح ومناقشة مواضيع إقتصادية بحثة على غرار موضوع المحروقات في الجزائر واقع وآفاق ، التنافسية و دورها في البناء الإقتصادي وبعث روح المنافسة والإنتاج في أفرادهم ، الكفاءات الوطنية الثروة الضائعة ، فيما تلته بعد ذلك من حيث الهدف المواضيع الهادفة لرفع المستوى السياسي وخلق الواطن السياسي ورجل السياسة و القانون من خلال معالجتها لواضيع كموضوع إتفاقية إيفيان والمخاض العسير الذي يوافق 19 مارس من كل سنة ، بالإضافة إلى موضوع ثقافة السلم والتعايش مع ما تشهده البلاد من حراك 20 فيفري 2019 الرامي للتغيير . فيما لم يعالج البرنامج المواضيع ذات الطابع الديني .

المطلب الثالث : التحليل الكمي والكيفي لفئة الجمهور المستهدف

الجدول رقم (03) : يوضح تكرارات فئة الجمهور المستهدف ونسبها المئوية:

النسبة %	التكرار	الجمهور المستهدف
79%	19	جمهور عام
21%	05	جمهور خاص
100%	24	المجموع

الشكل رقم (03) : يوضح الدائرة النسبية لفئة الجمهور المستهدف:



التعليق على الجدول (التحليل الكمي) :

يمثل الجدول رقم (03) التكرارات لفئة الجمهور المستهدف بحيث تقابل 24 تكرار نسبة 100% ، حيث حصل الجمهور العام على النصيب الأكبر من إجمالي التكرارات بـ 19 تكرار أي ما يعادل نسبة 79% ، في حين حصل الجمهور الخاص على المتبقي من 24 تكرار المقدر بـ 05 تكرارات أي ما نسبته 21% .

التحليل الكيفي :

يتضح لنا من خلال الجدول أن برنامج رؤى هو برنامج موجه لعامة الناس (أي الجمهور العام) كونه يعالج كافة القضايا الراهنة والتي تطفوا على السطح فهو لا يقتصر على فئة معينة (جمهور معين أي خاص) فالجمهور العام هو أكثر حجما من التجمعات الأخرى أعضاؤه أكثر تبعثرا ، متباعدين في المكان و أحيانا في الزمان و لكنه ذو ديمومة أكثر يتشكل حول قضية مشتركة من الحياة العامة هدفه الرئيسي تكوين إهتمام أو رأي عام حول قضية ، فهو جماعة نشطة متفاعلة مع الوسيلة الإعلامية ، وخير دليل على ذلك المواضيع التي يعالجها والتي جمعت بين ما هو إجتماعي وثقافي وتاريخي وسياسي أي كل المواضيع التي تصب في خانة إهتمام الجمهور العام (عامة الناس) ، فيما كانت المرتبة الثانية من صالح الجمهور الخاص بنسبة قليلة وهو ما يدل على أن البرنامج لا يخص شريحة معينة دون غيرها .

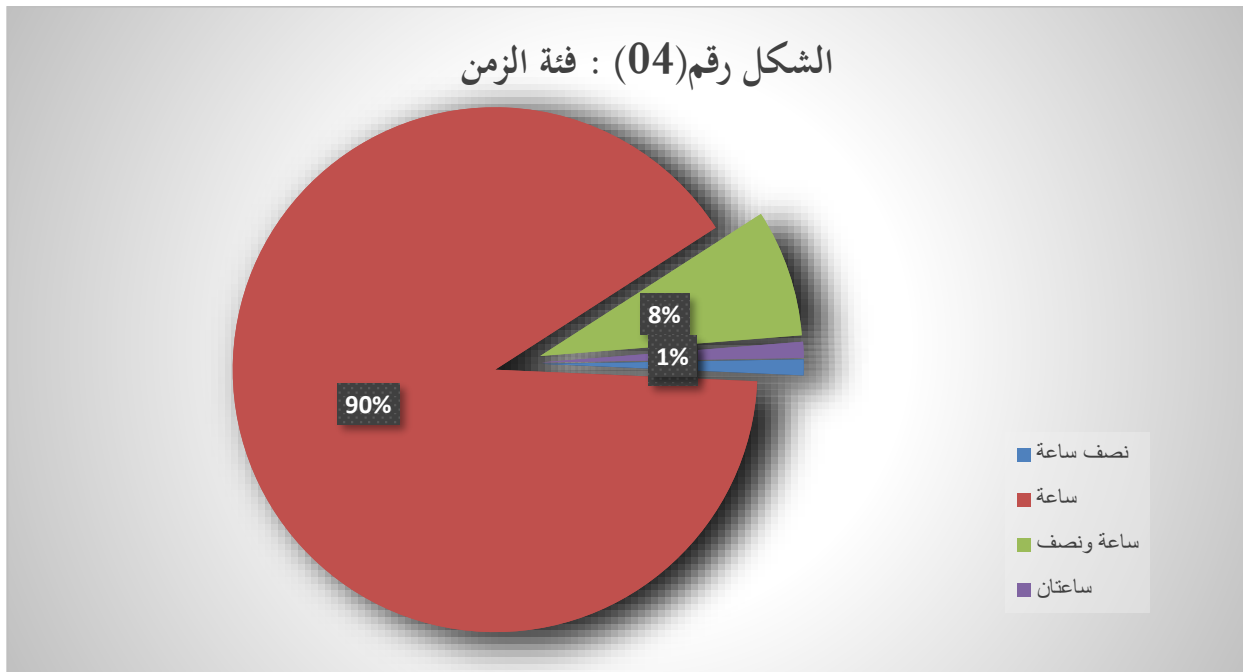
المبحث الثاني : التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل (كيف قيل؟)

المطلب الأول : تحليل البيانات الكمي والكيفي لفئة الزمن .

الجدول رقم (04) : يوضح تكرارات فئة الزمن ونسبها المئوية

النسبة %	التكرار	الزمن
00%	00	نصف ساعة
92%	11	ساعة
08%	01	ساعة ونصف
00%	00	ساعتان
100%	12	المجموع

الشكل (04) : يوضح الدائرة النسبية لفئة الزمن



التعليق على الجدول : (التحليل الكمي)

يمثل الجدول (04) فئة الزمن حيث جاءت المدة الزمنية المخصصة للحصة الواحدة ب ساعة بتكرار 11 مرة بنسبة (92 %) كأعلى نسبة زمن من باقي النسب ، في حين تليها ساعة ونصف

بتكرار وحيد أي ما نسبته 08% ، في حين لم يمتد البرنامج لأكثر من ساعة حيث لم يحصل الخيار ساعتان على أي تكرار أي 00% ، فيما لم يقل البرنامج عن الساعة وبالتالي لم تحصل نصف ساعة هي الأخرى على تكرارات أي نسبة 00% .

التحليل الكيفي :

نلاحظ مما سبق أن المواضيع المثارة في برنامج " رؤى " تأخذ طابع الحوار المتبادل وهو ما يستدعي وقت أطول للمناقشة المثمرة ، فكان مجمل الزمن ساعة كاملة للحصة الواحدة ، وهو الزمن الذي حصل على النسبة الأعلى فلم يتعدى الحوار الساعة ففي مرة واحدة فقط تعدى البرنامج حاجز الساعة ليصل إلى زمن ساعة ونصف الساعة ، ولم يزد على ذلك ليكون بذلك خيار الساعتان قد إستبعد ، فيما لم يقل البرنامج عن الساعة وبالتالي ألغي خيار النصف ساعة هو الأخير .

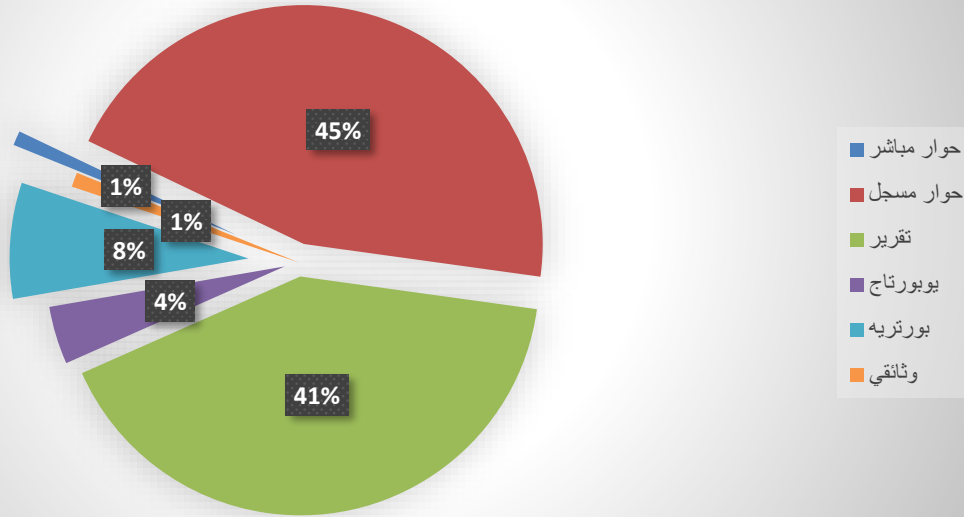
المطلب الثاني : تحليل البيانات الكمي والكيفي لفئة طبيعة المادة المستعملة .

الجدول رقم (05) : يوضح تكرارات طبيعة المادة المستعملة ونسبها المئوية .

النسبة %	التكرار	طبيعة المادة المستعملة
00%	00	حوار مباشر
46%	12	حوار مسجل
42%	11	تقرير
04%	01	روبورتاج
08%	02	بورتريه
00%	00	وثائقي
100%	26	المجموع

الشكل (05) : يوضح الدائرة النسبية لفئة طبيعة المادة المستعملة

الشكل رقم (05) : فئة طبيعة المادة المستعملة



التعليق على الجدول : (التحليل الكمي)

يمثل الجدول رقم 05 تكرارات فئة طبيعة المادة الإعلامية المستعملة ونسبها المئوية ، حيث نلاحظ أن الحوار المسجل حاز على أعلى قدر من التكرارات ب 12 مرة ونسبة بلغت 46% ، يليه بذلك التقرير الذي حصل على 11 تكرار من إجمالي تكرارات بلغ 26 تكرار ونسبة مئوية بلغت 42% ، فيما تلاه البورترية بحصوله على تكرارين من إجمالي التكرارات ال 26 ونسبة قدرت ب 08% ، فيما حصل الريبورتاج على تكرار وحيد بنسبة بلغت 04% ، فيما لم يحصل كلا من الحوار المباشر و الوثائقي على أي تكرار يذكر أي ما نسبتهما 00% .

التحليل الكيفي :

يتضح لنا مما سبق أن طبيعة المادة الإعلامية لبرنامج "رؤى" وبنيتها كانت على شاكلة حوار مسجل ، إحتوت كل حلقة من حلقاته ال 12 على 11 تقرير ، وإن لم يكن فيعوضه بذلك البورترية لشخصية أو ريبورتاج يحكي لنا واقعة ما ، كون البرنامج ثقافي حوارى فكري و إجتماعي ، وهذا لتسليط الضوء على الموضوعات وإبراز جوانبها المختلفة وتغطيتها ، ومحاولة معالجتها من عدة زوايا .

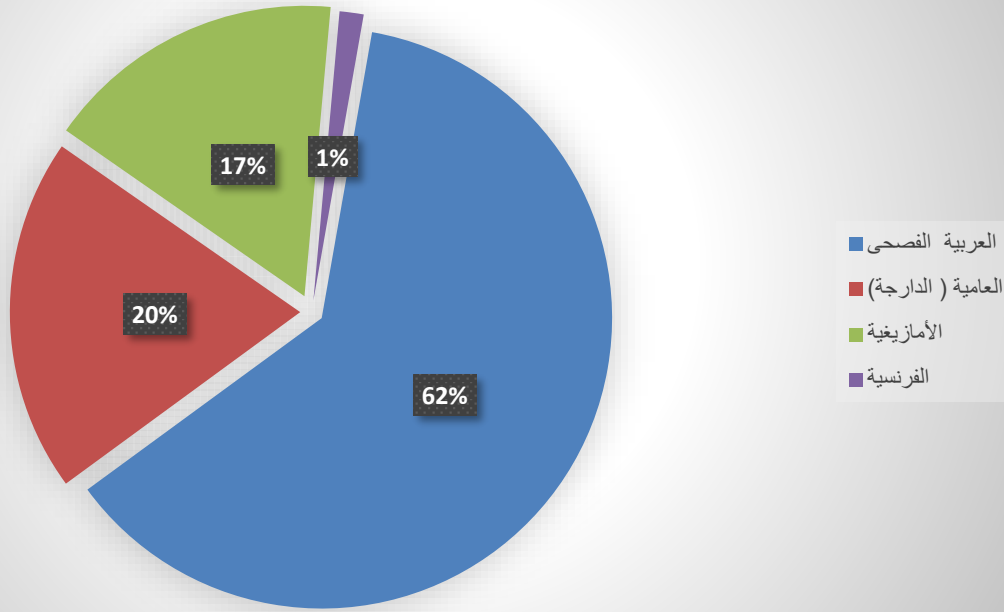
المطلب الثالث : تحليل البيانات الكمي والكيفي لفئة اللغة المستعملة

الجدول رقم (06) : يوضح تكرارات اللغة المستخدمة ونسبها المئوية

النسبة %	التكرار	اللغة
49%	88	اللغة العربية الفصحى
25%	45	اللغة العربية الدارجة(العامية)
19%	33	اللغة الأمازيغية
07%	12	اللغة الفرنسية
% 100	178	المجموع

الشكل رقم (06) : يوضح الدائرة النسبية لفئة طبيعة اللغة المستخدمة

الشكل رقم(06) : فئة اللغة المستعملة



التعليق على الجدول : (التحليل الكمي)

يتضح لنا من خلال الجدول رقم 06 أن اللغة العربية الفصحى حازت على أكبر قدر من التكرارات بـ 88 مرة ، أي ما نسبته 49% ، تليها بذلك اللغة الدارجة أي العامية بـ 45 تكرار

ونسبة 25% ، أعقبتها بذلك اللغة الأمازيغية التي حصلت على 33 تكرارات حيث بلغت نسبة 19% متقدمة على اللغة الفرنسية التي جاءت ب 12 تكرارا أي ما نسبته ال 07% .

التحليل الكيفي

يتضح لنا من خلال التحليل الكمي أن اللغة العربية الفصحى كانت لها الأولوية في نقل الرسالة الإعلامية للمتلقي ويعتبر إنتقاءها من باقي الإختيارات كونها تعطي تأثيرات ايجابية على سمع المتلقي كما أن طبيعية البرنامج تحتاج إلى توجيه مواضيع الحلقات إلى عامة الجماهير لأن لغة القائم بالاتصال يجب أن تكون لغة بسيطة ومفهومة لدى غالبية الجماهير أما توظيف اللغة العربية الفصحى الممزوجة بالعامية

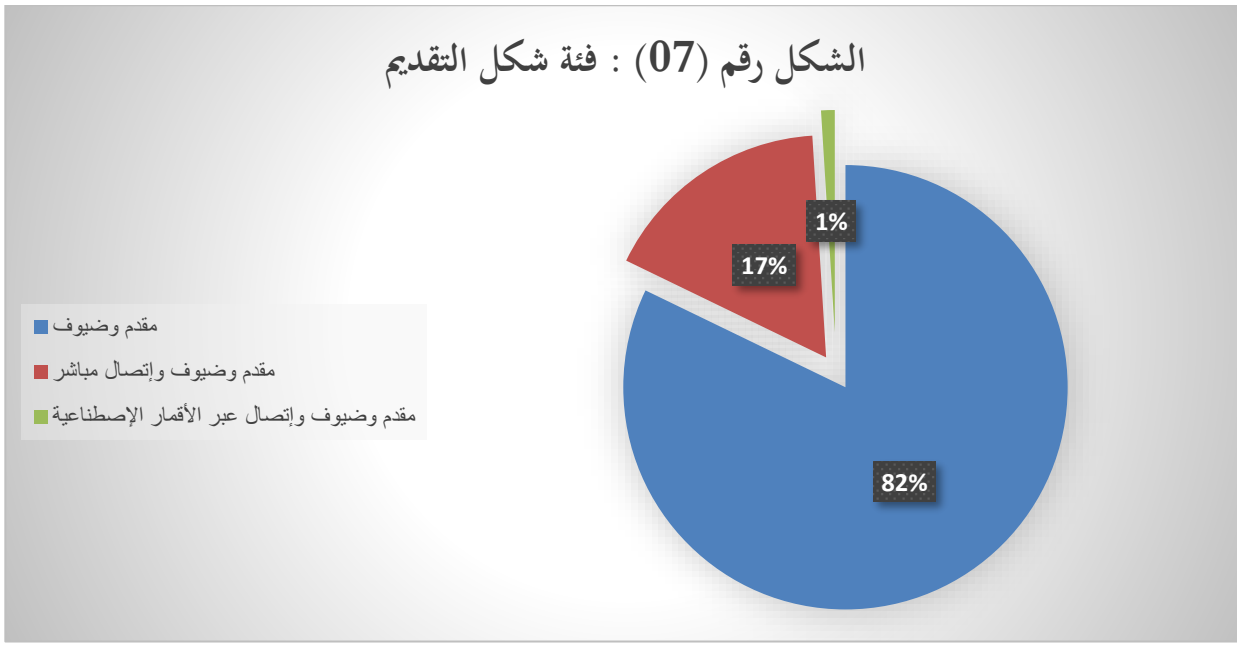
المطلب الرابع : تحليل البيانات الكمي والكيفي لفئة شكل التقديم

الجدول رقم (07) : تحليل البيانات الكمي والكيفي لفئة شكل التقديم

النسبة %	التكرار	شكل التقديم
83%	10	مقدم وضيوف
17%	02	مقدم وضيوف وإتصال مباشر
00%	00	مقدم وضيوف وإتصال عبر الأقمار الصناعية
100%	12	المجموع

الشكل رقم (07) : يوضح الدائرة النسبية لفئة طبيعة اللغة المستخدمة

الشكل رقم (07) : فئة شكل التقديم



التعليق على الجدول (التحليل الكمي) :

يمثل الجدول رقم 07 تكرارات فئة شكل التقديم ونسبها ، حيث تصدر الجدول شكل التقديم ، بتكرارين ونسبة 17%، فيما لم يحصل الخيار الثالث مقدم و ضيوف و إتصال عبر الأقمار الصناعية على أي تكرارات .

التحليل الكيفي :

نلاحظ مما سبق أن شكل تقديم برنامج " رؤى " أخذ شكل تقديم متمثل في مقدم البرنامج وضيوف ، حيث تنشط البرنامج السيدة غنية سيد عثمان برفقة ثلة من الأساتذة الباحثين والأكاديميين والأدباء وفي بعض الأحيان خبراء في مختلف المجالات ، يضاف إليه في بعض الأحيان إتصال مباشر لإثراء الحوار.

المبحث الثالث : تحليل الجداول المركبة بين متغير اللغة المستخدمة وباقي فئات التحليل الأخرى

المطلب الأول : التحليل الكمي والكيفي لفئة اللغة المستخدمة و فئة الموضوعات

الجدول رقم (08) : يوضح تكرارات متغير فئة الموضوعات مع متغير فئة اللغة المستخدمة :

المجموع العام	الفرنسية		الأمازيغية		الدارجة (العامية)		العربية		اللغة الموضوع
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
المجموع %									
43.5%	40%	02	50%	03	42%	05	41%	13	ثقافي
28%	20%	01	33%	02	33%	04	28%	09	إجتماعي
14.5%	20%	01	17%	01	00%	00	19%	06	تاريخي
6.5%	00%	00	00%	00	17%	02	09%	03	إقتصادي
7.5%	20%	01	00%	00	08%	01	03%	01	سياسي
1	1	0	1	0	1	1	1	3	المجموع
00%	00%	5	00%	6	00%	2	00%	2	

التعليق على الجدول (التحليل الكمي) :

يوضح الجدول رقم 08 تكرارات الموضوعات واللغة المستخدمة لكل منها حيث حصلت المواضيع الثقافية على ما مجموعه 23 تكرار ما يعادل 43% كنسبة إجمالية ، موزعة على اللغات :

العربية الفصحى ، الدارجة ، الأمازيغية والفرنسية ، حيث حصلت اللغة العربية الفصحى على نصيب الأسد منها ب 13 تكرار ما نسبته 41% فيما حصلت اللغة الدارجة (العامي) على 05 تكرارات بنسبة قدرت ب 42% فيما حصلت اللغة الأمازيغية على 03 تكرارات أي ما نسبته 50% ، تلتها بذلك اللغة الفرنسية بتكرارين 02 ونسبة 40% .

وجاءت الموضوعات الإجتماعية على ما مجموعه 16 تكرار ما يعادل 28% ، موزعة على اللغات : العربية الفصحى ، الدارجة(العامية) ، الأمازيغية والفرنسية ، بحيث حصلت الفصحى على 06 تكرارات أي ما نسبته 28% ، فيما تلتها الدارجة ب 04 تكرارات بنسبة 33% ، وجاءت اللغة الأمازيغية ب تكرارين أي ما نسبته 33% ، في حين حصلت اللغة الفرنسية على تكرار وحيد 01 ونسبة بلغت 20% .

وجاءت المواضيع ذات الطابع التاريخي على ما مجموعه 08 تكرارات بنسبة إجمالية مقدرة ب 14.5% موزعة على اللغات التالية :

حيث حصلت اللغة العربية الفصحى كعادتها على النصيب الأكبر بتكرار 06 مرات ونسبة 19% ، تبعثها اللغة الأمازيغية بتكرار وحيد فالفرنسية كذلك بنسبة 17% و 20% على التوالي . فيما لم تحصل اللغة الدارجة على أي تكرار يذكر 00% .

جاءت المواضيع الإقتصادية في المرتبة الرابعة بإجمالي 05 تكرارات أي ما نسبته 6.5% موزعة على اللغات التالية :

تديلت المواضيع ذات الطابع السياسي الجدول بمجموع 03 تكرارات ونسبة إجمالية مقدرة ب 7.5% موزعة تكرار على العربية الفصحى ونسبة 03% ، بدورها حصلت الدارجة على تكرار وحيد ونسبة 08% ، كما حصلت الفرنسية على تكرار أيضا ونسبة 20% ، و أخيرا تحصل الأمازيغية على أي تكرار يذكر بنسبة 00% .

التحليل الكيفي :

نلاحظ من خلال ما سبق أن اللغة الإعلامية التي عولجت بها المواضيع في برنامج " رؤى " هي مزيج لغوي بين اللغة العربية الفصحى لغة الدين والحضارة واللغة العامية واللغة الأمازيغية واللغة الأجنبية ممثلة في اللغة الفرنسية ، حيث أن اللغة العربية الفصحى كان لها الدور الكبير في توصيل رسالة القائم بالإتصال لجمهوره ، حتى وإن اختلف في كل مرة موضوع القائم بالإتصال فإن الريادة بقيت للعربية الفصحى لغة الكتابة والتدوين لغة التعليم والتدريس ، لغة القرآن الكريم لغة الدين الإسلامي دين الدولة

و كونها اللغة الرسمية للجزائريين ، تليها بذلك مباشرة وبنسبة ليست متباعدة اللغة الدارجة (العامية) لغة الشارع ولغة غالبية الشعب الجزائري كون توظيف هذه اللغة من قبل القائم بالإتصال جاء محاكاتا للواقع اللغوي في المجتمع ، ثم نجد أن اللغة الأمازيغية كان لها دور أيضا لعبت دورا هاما في إيصال الرسالة الإعلامية ، والتي أصبحت مؤخرا اللغة الرسمية الثانية في الجزائر ومهما اختلفت المواضيع أيضا ، ثم أخيرا نجد أن اللغة الأجنبية دوما ما تكون حاضرة في النقاشات والحوارات الإعلامية خصوصا من قبل الضيوف الأكاديميين والباحثين وتلة الأساتذة الجامعيين من خلال توظيف بعض الكلمات والمصطلحات الفرنسية وذكر ما يقابلها بالعربية أو بالدارجة أحيانا .

المطلب الثاني : التحليل الكمي والكيفي للغة المستخدمة و فئة الأهداف

الجدول رقم (09) : جدول يوضح تكرارات اللغة المستخدمة و فئة الأهداف

اللغة	العربية		الدارجة		الأمازيغية		الفرنسية		المجموع العام
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
رفع المستوى الثقافي	07	47%	04	50%	01	33%	01	50%	45%
رفع المستوى الإجتماعي	04	27%	02	25%	02	67%	01	50%	42%
رفع المستوى الاقتصادي	03	20%	01	12.5%	00	00%	00	00%	08%
رفع المستوى السياسي	01	06%	01	12.5%	00	00%	00	00%	05%
رفع المستوى الديني	00	00%	00	00%	00	00%	00	00%	00%
المجموع	15	100%	08	100%	03	100%	02	100%	100%

التعليق على الجدول (التحليل الكمي) :

يوضح الجدول رقم 09 تكرارات فئة الأهداف و فئة اللغة المستخدمة لكل منها حيث جاءت الأهداف التي ترمي إلى رفع المستوى الثقافي في الصدارة وحصلت على ما مجموعه 13 تكرار ما يعادل 45% كنسبة إجمالية ، موزعة على اللغات : العربية الفصحى ، الدارجة ، الأمازيغية والفرنسية ، بحيث حصلت اللغة العربية الفصحى على أكبر نسبة في تلقين الأهداف ب 07 تكرارات ونسبة 47% تليها بذلك مباشرة اللغة الدارجة ب أربع 04 تكرارات أي ما نسبته 50% ، فيما حصلت اللغة الأمازيغية والفرنسية على تكرار واحد لكليهما ونسبة 33% و 50% على التوالي ، وجاءت الأهداف الرامية لرفع المستوى الإجتماعي بتكرارات 09 ونسبة إجمالية مقدرة ب 42% موزعة ، حيث حازت العربية الفصحى على 04 تكرارات بنسبة 27%، تليها الدارجة والأمازيغية بتكرارين 02 ونسبة 25% و67% على التوالي . تلتهم الفرنسية بتكرار وحيد ونسبة 50% . وجاءت في المركز الثالث الأهداف ذات الطابع الاقتصادي بتكرار ونسبة إجماليين 04 و 08%.

حصلت العربية الفصحى منها على 03 تكرارات ونسبة 20%، والدارجة بتكرار وحيد ونسبة 12.5% . فيما لم تحصل اللغتين الأمازيغية والفرنسية على أي تكرار بنسبة 00% على التوالي. وجاءت الأهداف ذات الطابع الساسي في المركز الرابع بإجمالي تكرارات 02 ونسبة 05% حصلت اللغة العربية الفصحى منها على تكرار 01 ونسبة 06%، و الدارجة كذلك بتكرار 01 ونسبة 12.5% . فيما لم تحصل اللغتين المتبقيتين الأمازيغية والفرنسية على أي تكرار ونسبة 00% لكليهما ، وأخيرا الأهداف الرامية لرفع المستوى الديني ب00 تكرار و00% .

التحليل الكيفي :

يتضح لنا من خلال ما سبق ، أن اللغة العربية الفصحى كانت اللغة الأولى في تلقين أهداف القوائم بالإنصال إلى جمهوره ، حيث كانت الأهداف المتمثلة في رفع المستوى الثقافي والإجتماعي هي الأهداف الرئيسة للقوائم بالإنصال ، كان ذلك مناصفة واللغة الدارجة التي كان لها أيضا النصيب الأوفر هي الأخرى في المساهمة في رفع المستوى الإقتصادي والسياسي وتحسين الظروف المعيشية للأفراد ، وتكملت ما نقص من لغتها الأم الفصحى، فيما إفتكت اللغة الأمازيغية دورها الهادف إلى ترقية المستوى الثقافي والإجتماعي كذلك ، في حين إقتصر دور اللغة الفرنسية على الهدفين الأوليين ألا وهما رفع المستويين الثقافي و الإجتماعي .

المطلب الثالث : التحليل الكمي والكيفي للغة المستخدمة وفئة الجمهور المستهدف

الجدول رقم (10) : جدول يوضح تكرارات اللغة المستخدمة مع فئة الجمهور المستهدف

الجمهور المستهدف	العربية		الدارجة		الأمازيغية		الفرنسية		المجموع العام
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
جمهور عام	92%	11	73%	08	00%	00	00%	00	59%
جمهور خاص	08%	01	27%	03	100%	01	00%	00	41%
المجموع	100%	12	100%	11	100%	01	00%	00	100%

التعليق على الجدول : (التحليل الكمي)

ييمثل الجدول رقم 10 تكرارات فئة الجمهور المستهدف وكذا اللغة المستخدمة حيث حاز الجمهور العام على 11 تكرار أي ما إجماليه 59% ، حصلت بموجبها اللغة العربية الفصحى على 11 تكرار بنسبة بلغت 92% ، و08 تكرارات للغة الدارجة بنسبة 73% ، فيما لم تحصل النسبتين الأخيرين على أي تكرار 00% .

أعقبه بذلك الجمهور الخاص ب 05 تكرارات ونسبة إجمالية ب 41% ، موزعة على اللغة العربية الفصحى بتكرار واحد ونسبة 08% والدارجة ب03 تكرارات ونسبة 27% واللغة الأمازيغية 100% ، ولم تحصل اللغتين الأخيرين على تكرار يذكر ونسبة 00% على التوالي .

التحليل الكيفي :

نلاحظ مما سبق أن الجمهور العام المستهدف من قبل القائم بالإتصال في برنامج "رؤى" أن اللغة العربية الفصحى كان لها الفضل الكبير في إيصال رسالته الإعلامية إليه بنسبة كبيرة ، تليها مباشرة بذلك اللغة الدارجة سلبية اللغة الفصحى ، فيما لم نجد أثرا للفتين الأمازيغية والفرنسية هنا.

في حين أن النسب بين اللغات المؤدية للرسالة الإعلامية للجمهور الخاص كانت متقاربة وعلى العكس منه تماما نجد أن اللغة الدارجة (العامة) كان لها الدور الأكبر في نقل الرسالة إلى الجمهور الخاص

، تليه ذلك كل من اللغة العربية الفصحى والأمازيغية بنسب متساوية ، وهو ما يعكس أن طبيعة الجمهور المستهدف هو ما يحدد اللغة التي ينبغي أن تؤدي بها هاته الرسالة.

المطلب الرابع : التحليل الكمي والكيفي للغة المستخدمة وطبيعة المادة المستخدمة

الجدول رقم (11) : جدول يوضح تكرارات فئة طبيعة المادة المستعملة مع فئة اللغة المستخدمة

اللغة	العربية		الدارجة		الأمازيغية		الفرنسية		المجموع العام
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
طبيعة المادة									المجموع %
حوار مباشر	00	00%	00	00%	00	00%	00	00%	00%
حوار مسجل	60	36%	02	100%	01	50%	00	00%	49.5%
تقرير	08	57%	01	75%	00	00%	00	00%	33%
روبورتاج	01	07%	00	00%	00	00%	00	00%	02%
بورترية	00	00%	00	00%	01	50%	00	00%	15.5%
وثائقي	00	00%	00	00%	00	00%	00	00%	00%
المجموع	14	100%	02	100%	02	100%	00	00%	100%

التعليق على الجدول (التحليل الكمي) :

يمثل الجدول رقم 11 فئة طبيعة المادة الإعلامية المستعملة مع فئة اللغة المستعملة حيث ، حصل الحوار المسجل على النصيب الأكبر بمجموع تكرارات بلغ 09 تكرارات ونسبة بلغت 49.5% حصلت منها اللغة العربية على 06 تكرارات ونسبة 36% ، والدارجة على 02 تكرار ونسبة 100% ، فالأمازيغية بتكرار وحيد ونسبة 50% ، فيما لم تحصل اللغة الفرنسية على أي تكرار. يليه التقرير الذي حصل على إجمالي تكرارات 09 ونسبة 33% ، حصلت منها العربية الفصحى على 08 تكرارات والدارجة على تكرار واحد ، أي ما نسبته 57% و75% على التوالي فيما لم تحصل اللغتين الأمازيغية والفرنسية على أي تكرار 00% لكلاهما.

أعقبهما البورتريه الذي حصل على تكرار 01 و إجمالي نسبة مقدرة ب % 15.5 جاء باللغة الأمازيغية . عقبه الروبورتاج بتكرار وحيد هو الآخر ونسبة إجمالية ب%02 ، كانت كلها باللغة العربية الفصحى بنسبة %07 .

فيما لم يحصل كلا من الحوار المباشر والوثائقي على أي تكرار %00 .

التحليل الكيفي :

يتضح لنا من خلال ما سبق أن اللغة الإعلامية للمادة الإعلامية المقدمة في برنامج رؤى كانت مزيجاً من اللغات الثلاث ، العربية الفصحى ، الدارجة و الأمازيغية ، حيث كان النصيب الأعلى للغة العربية الفصحى ، وأن جل الحصص المسجلة أي (الحوار المسجل) كانت باللغة الفصحى يتخللها تقارير أخذت طابع اللغة الفصحى أيضاً وفي البعض القلة منها ، الدارجة أو باللغة الأمازيغية ، تلتها البورتريات التي جاءت كلها بالأمازيغية فالروبورتاجات باللغة العربية الفصحى في حين لم يأخذ طابع البرنامج لا الحوار المباشر ولا الوثائقي .

المطلب الخامس : التحليل الكمي والكيفي للغة المستخدمة و شكل التقديم

الجدول رقم (12) : جدول يوضح تكرارات فئة اللغة المستخدمة مع فئة شكل التقديم

اللغة	العربية		الدارجة		الأمازيغية		الفرنسية		الجموع العام
	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	
مقدم وضيوف	05	71%	02	100%	02	100%	01	100%	93%
مقدم وضيوف وإتصال مباشر	02	29%	00	00%	00	00%	00	00%	07%
مقدم وضيوف و إتصال عبر الأقمار الصناعية	00	00%	00	00%	00	00%	00	00%	00%
الجموع	07	100%	02	100%	02	100%	01	100%	100%

التعليق على الجدول :

يوضح الجدول رقم 12 تكرارات تكرارات اللغة المستخدمة وشكل التقديم ، حيث حصل شكل التقديم مقدم وضيوف على القدر الأكبر من التكرارات ب10 تكرارات أي ما إجمالي نسبته %93 ، موزعة على اللغات حيث حصلت اللغة العربية الفصحى على 05 تكرارات ما نسبته %71 ، واللغة الدارجة 02 تكرار ونسبة %100 ، والأمازيغية بتكرارين %100 والفرنسية بتكرار 01 ونسبة %100 .

جاء بعد ذلك شكل التقديم مقدم وضيوف وإتصال مباشر ب02 تكرار أي ما إجمالي نسبته %07 . جاءت كلها باللغة العربية الفصحى بنسبة %29 .

التحليل الكيفي :

يتضح لنا من خلال ما سبق أن شكل تقديم البرنامج كان في مجمله مقدم وضيوف وتجلي ذلك من خلال الشخصيات التي تستضيفها مقدمة البرنامج السيدة عنية سيد عثمان وهم عبارة عن أساتذة وأكاديميين وباحثين وأدباء وحتى خبراء في شتى المجالات الإقتصادية والإجتماعية وغيرها فيما جاء شكل التقديم مقدم وضيوف وإتصال مباشر في المرتبة الثانية فيما لم يأخذ البرنامج شكل التقديم مقدم وضيوف وإتصال عبر الأقمار الصناعية ، حيث طغت اللغة العربية الفصحى على جل مجريات الحلقات بنسبة كبيرة بالإضافة إلى الدارجة واللغة الأمازيغية في كثير من الأحيان تتخللها الفرنسية من حين لآخر بجمل وإما كلمات أو مصطلحات من قبل الضيوف أو المتدخلين.

النتائج العامة للدراسة :

خلصت الدراسة و إنطلاقا من فرضيات الدراسة و تساؤلاتها و المتعلقة بـ " اللغة العربية الفصحى في وسائل الإعلام الجزائرية " والتي إنطلقت من التساؤل الرئيسي التالي :

كيف هو واقع اللغة العربية الفصحى في المضمون الإعلامي الجزائري ؟

والذي إندرج تحته فرضيتين و عدة تساؤلات والتي كانت تصب في مجرى واحد ، وبناءا عليه تم التوصل إلى جملة من النتائج منها :

من خلال دراسة وتحليل وتعمق في جل مضامينه وإختيار برنامج " رؤى " كسبيل للوصول إلى نتائج من خلالها نستطيع القول بأن اللغة الإعلامية في وسائل الإعلام الجزائرية وبالأخص التلفزيون الجزائري هي مزيج بين لغة جماهيرية ولغة راقية وذلك لغرض الوصول و مخاطبة أكبر قدر من الجماهير الجزائرية ، وذلك للظروف الإجتماعية والخصوصية والتنوع الثقافي الذي يتمتع به المجتمع الجزائري .

اللغة العربية الفصحى هي اللغة الأكثر إستخداما من قبل القائم بالاتصال في برنامج رؤى بنسبة بلغت 49% ، بإعتبارها اللغة الرسمية الأولى في الجزائر ولغة الدين الإسلامي دين الدولة ، تلتها اللغة الدارجة (العامية) بنسبة 25% وهو أمر طبيعي بإعتبارها لغة غالبية الشعب الجزائري ، تليهما اللغة الأمازيغية بنسبة 19% كونها أصبحت مؤخرا اللغة الرسمية الثانية في الجزائر ، فالفرنسية بنسبة 07% نظرا للخلفيات التاريخية وجراء حقبة إستعمارية دامت قرابة القرن ونصف القرن من قبل فرنسا.

سلط برنامج " رؤى " بطابعه الثقافي الإجتماعي الضوء على جملة من المواضيع ، فتصدرت المواضيع الثقافية لائحة إهتمامه بنسبة بلغت 43% ، تليها مباشرة المواضيع الإجتماعية بـ 30% ، فالمواضيع التاريخية بنسبة 13% ، فالإقتصادية بنسبة 08% كما نلاحظ تذييل المواضيع ذات الطابع السياسي القائمة بـ 06% .

توجه برنامج " رؤى " بنسبة كبيرة إلى الجمهور العام بنسبة بلغت 79% من خلال توسيع إهتماماته وإختلافها وتقاطعها وتطلعات الجمهور ، في حين حصل الجمهور الخاص على نسبة 21% ، كون البرنامج موجه لعامة الناس وليس لفئة معينة .

الخاتمة

خاتمة

يلعب الإعلام الدور الكبير في الإرتقاء باللغة شأنه في ذلك شأن المؤسسات التربوية الأخرى التي يشاطرها في ذلك ، لأن وسائل الإعلام تبرز جانب المحاكاة لدى الجماهير ، كما تعتبر وسائل الإعلام من بين أهم الوسائل التي لها المقدرة على تمكين المتلقي من اللغة العربية الفصحى لما يلعبه الخطاب اليومي من دور كبير في تيسير اللغة حتى تتمكن العقول من إستيعابها وفهمها وحتى تتمكن الألسنة من نطقها على النحو الصحيح .

من هنا يبرز جليا أن وسائل الإعلام قادرة على تنمية الملكة اللغوية عند المتلقي ، والذي بدوره يؤدي إلى الإرتقاء بالإعلام في حد ذاته والرقي باللغة العامية لغة الجهل والتخلف إلى اللغة الفصحى لغة العلم والحضارة ، وبذلك يكون الإعلام متمما للعملية التعليمية والتربوية ثم إن وسائل الإعلام في الجزائر بإختلافها وتعددتها فلا يمكن لها أن تؤدي بمفردها رسالة تعليم ونشر والحفاظ على اللغة العربية إن لم ترافقها في ذلك مؤسسات مضطلعة بلك الأسرة و التعليم وغيرها .

إن الوضع اللغوي الحالي في الجزائر لم يكن بسبب وسائل الإعلام وحدها وإنما هو نتاج لعدة عوامل منها الخصوصية التاريخية والثقافية والإجتماعية والإقتصادية ، لكنه أصبح من الجذير بوسائل الإعلام أن تأخذ على عاتقها مهمة نشر اللغة السليمة وتصحيح المحرفة والدخيلة منها ، لأن لغة الإعلام لا تثرى زادنا اللغوي وحسب بل بإمكانها أن تمنحنا تصورا عن طبيعة الأشياء ، عن محيطنا ، تدلنا على أصوب السلوكات وأكثرها تطابقا وقيما وأخلاقا .

و نظرا للمستوى اللغوي في وسائل الإعلام الجزائرية ، فمن غير المنطقي مطالبة الأخير بمحاكاة الواقع اللغوي ومن مخاطبة المتلقي بالشكل المثالي كونه يعاني هو الآخر ضعفا فاذحا منها هذا من جهة ، وعلى النقيض من ذلك لا يمكن إباحة إستعمال اللغة العامية والدارجة بالشكل الفاضح . وذلك من خلال :

- التنسيق بين مختلف الهيئات الإعلامية منها والتربوية ودور النشر وغيرها للمساهمة في الحفاظ على اللغة العربية الفصيحة .

- العمل على توجيه كافة البرامج في مختلف وسائل الإعلام منها التلفزيونية والإذاعية وكذا الصحافة المكتوبة كالجرائد والمجلات وغيرها نحو استخدام اللغة العربية الفصحى والإبتعاد أو التقليل التدريجي عن كل ما هو عامي .
- تشكيل لجنة لغوية أو تفعيل المجلس الأعلى للغة العربية في الجزائر وإطاعه بمهام متابعة اللغة في الميدان الإعلامي .
- إدراج مادة قواعد اللغة العربية وعلم الدلالات في المقرر الدراسي لمدارس ومعاهد الإعلام والعمل على تكوين الصحفيين وتحسين مستواهم العلمي و العمل على تحسين ملكتهم اللغوية .
- فرض إجبارية إستعمال اللغة العربية الفصحى على العملية الإخبارية والإعلانية وسن قوانين ردعية على مخالفيها .
- ضرورة تنصيب لجان متكونة من مراجعين ومصححين ومدققين لغويين على مستوى المؤسسات الإعلامية .
- إصدار جوائز وطنية سنوية لأحسن الأساليب والألوان الصحفية المنتجة باللغة العربية .
- إصدار جائزة وطنية لأحسن مؤسسة إعلامية تحترم سلامة اللغة وقواعدها وتعمل على الرقي بها .
- إيجاد الصيغ المناسبة لتصحيح الإستخدامات اللغوية المحرفة للألفاظ العامية والأجنبية ذات الأصول العربية .

قائمة المصادر والمراجع

• القرآن الكريم

• الكتب

1. أحمد بن مرسللي ، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال ، ط2 ، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر، 2003-2005 .
2. عبد المجيد الطيب عمر وعبد الرحمان بن العزيز السديس ومحمد أبو موسى ، منزلة اللغة العربية بين اللغات المعاصرة (دراسة تقديمية) ط2 ، دار إحياء البحث العلم والثرات ، السعودية ، 2016.
3. أنيس إبراهيم ، في اللهجة العربية ، ط3، المكتبة الأنجلو مصرية، القاهرة، ، 1975 .
4. الدين محمود، علم الصحافة في عصر المعلومات (الأساسيات والمستجدات) ، العربي للنشر والتوزيع ، القاهرة ، 2000.
5. المصطفى عبد الله بوشوك، تعليم وتعلم اللغة العربية وثقافتها، ط 3، الهلال العربية ، المغرب، 1994.
6. جمال العيفة ، مؤسسات الإعلام والاتصال (الوظائف ، الهياكل ، الأدوار) ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر 2010 .
7. حسين عبد الحميد رضوان ، العلاقات العامة و الإعلام، المكتب الجامعي الحديث ، الإسكندرية ، 1993
8. خولة طالب الإبراهيمي ، مبادئ في اللسانيات ، ط2 ، دار القصبه للنشر ، 2000.
9. دي سوسير ، محاضرات في الألفية العامة، (ترجمة غازي ومجدي النصر) دار النعمان للثقافة، بيروت ، 1987.
10. زهير إحدادن ، مدخل لعلوم الإعلام والاتصال ، ط 4 ، ديوان المطبوعات الجامعية ، الجزائر (ب ت)
11. سامي الشريف وأيمن منصور ندا ، اللغة الإعلامية المفاهيم - الأسس - التطبيقات ، (ب ت) 2004 .
12. عبد الرزاق محمد الدليمي ، المدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال ، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع عمان ، 2011 .

- 13 . عبد الرحمان بدوي ، مناهج البحث العلمي ، ط4 ، دار الشروق للنشر والتوزيع ، 2009 .
- 14 . غنيم كارم السيد ، اللغة العربية والصحة العلمية الحديثة ، مكتبة ابن سينا للنشر والتوزيع ، مصر الجديدة (ب ت) .
- 15 . غسان عبد الوهاب حسن ، الصحافة التلفزيونية ، ط1 ، دار أسامة للنشر والتوزيع ، عمان ، 2013 .
- 16 . محمد عبد الحميد ، بحوث الصحافة ، ط1 ، دارعلم الكتب، القاهرة، 1992 .
- 17 . مجد البرازي ، مشكلات اللغة العربية المعاصرة ، ط1 ، مكتبة الرسالة، عمان ، 1989 .
- 18 . معتز سيد عبد الله و عبد اللطيف محمد خليفة ، علم النفس الإجتماعي ، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع . القاهرة، 2001 .
- 19 . ماجي الحلواني حسين و محمد مني ، مقدمة في الفنون الإذاعية والسمعية بصرية ، مركز جامعة القاهرة للتعليم ، 1999 .
- 20 . محمد شطاح ، الإعلام التلفزيوني - نشرات الأخبار- المحتوى والجمهور، دار الكتاب الحديث ، الجزائر 2007.
- 21 . محمد أبو الوفا عطيطو أحمد ، اللغة العربية في الإعلام بين الواقع والمأمول ، شبكة الألوالة للنشر والتوزيع ، الأردن ، (ب ت) .
- 22 . محمد صالح سلطان ، وسائل الإعلام والاتصال (دراسة في النشأة والتطور) ، ط1 ، دار المسيرة للنشر والتوزيع ، عمان 2012.
- 23 . موسى معوش ، المنشورات الذهبية في كنز كل المعلومات الأمازيغية ، ط1 ، دار الأمل، 2014 .
- 24 . موريس أنجرس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية (تدريبات عملية) ، ترجمة: بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبه للنشر، الجزائر 2004 .
- 25 . موسى جواد الموسى وانتصار إبراهيم عبد الرزاق و صفد حسام الساموك ، الإعلام الجديد ، ط1 ، سلسلة مكتبة الإعلام ، بغداد، 2011 .

- 26 . فضيل دليو ، تاريخ وسائل الإعلام والاتصال ، ط4 ، دار الخلدونية للنشر والتوزيع ، الجزائر، 2013 .
- 27 . نعيمة واكد ، مقدمة في علم الإعلام ، taksidj.com للدراسات والنشر والتوزيع ، 2011
- 28 . نور الدين تواتي ، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر ، دار الخلدونية للنشر والتوزيع ، الجزائر، 2009 .
- 29 . هاني الرضا و رامز عمار ، الرأي العام والإعلام والدعاية ، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع القاهرة ، 2001 .
- 30 . يوسف تمار ، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، دار طاكسج توم للدراسات والنشر والتوزيع ، (ب ت) .

● قوانين ومراسيم :

- قانون الإعلام 1990 ، المجلة الجزائرية للاتصال ، معهد علوم الإعلام و الاتصال ، العدد 4 خريف ، 1990 .

● الرسائل الجامعية

- 31 . بوهناف عبد الكريم، النشأة اللغوية الأسرية في منطقة الأوراس، دراسة ميدانية مقارنة، ريف ، مدينة (أجريت بولاية باتنة ،ولاية الحاسي) ، جامعة الجزائر ، 2002.
- 32 . عزيز لعبان ، الفيلم والأسرة (تفاعل أفراد الأسرة الجزائرية مع الصور الفيلمية الدرامية بخلفية منظور التفاعلات الرمزية) ، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال ، الجزائر، 1997. (غير منشورة) .

• الرسائل الجامعية الأجنبية

33. **Malika Koudache** ,La Langue des nè- alphabète :La langue arabe . standard en Algérie ; Thèse de doctorat université de Stendhall Grenoble 3, France en 2003 .

34. **J.Dichy** ,Langues et cultures Populaire dans l'aire arbo-musulmane ,suppléments dans a l'arbisant, Bulletin de l'association ، française n21 et 25 France، 2010.

• المجلات

35 . إبراهيم كايد محمود ، الفصحى بين الإزدواجية اللغوية والثنائية اللغوية، مجلة جامعة الملك فيصل المجلد الثالث ،العدد الأول ، المملكة العربية السعودية ، (2002) .

36 . علي الربيعي ، تحليل المضمون وتطبيقاته في الدراسات الإعلامية ، مجلة فصلية متخصصة محكمة تعنى بأبحاث ودراسات وسائل الاتصال الجماهيري، البحوث الإعلامية (د، ت)

37 . جمال عبد الحفي ، مدخل تاريخي لنشأة وتطور التلفاز ، مجلة آماراباك ، الأكاديمية الأمريكية العربية للعلوم والتكنولوجيا ، العدد السابع ، 2012 .

38 . عباس المصري و عماد أبو حسن ، الازدواجية اللغوية في اللغة الأم ، المجمع، العدد الثامن، 2014.

• الملتقيات

39 . أسعد كاظم المياحي ، التعدد و الإزدواج في ضوء السياسة اللغوية و التخطيط اللغوي ، أعمال الملتقى الوطني حول: التخطيط اللغوي، مخبر الممارسات اللغوية في الجزائر، الجزء الأول، جامعة تيزي وزو 2012 .

40 . إبراهيم عبد النور، خمسون عاما نبحت عن لغتنا ، من أعمال الملتقى حول: التخطيط اللغوي

مخبر الممارسات اللغوية في الجزائر، الجزء الأول، جامعة تيزي وزو ، 2012 .

● المعاجم

41 . إبراهيم مصطفى و أحمد الزييات و حامد عبد القادر و محمد النجار ، المعجم الوسيط ، ج2، تحقيق مجمع اللغة العربية ، المكتبة الإسلامية للطباعة والنشر، باب العين ، (ب ت) .

● المواقع الإلكترونية :

42 . الموقع الرسمي للتلفزيون الجزائري :

<https://www.entv.dz/tvar/dossiers/index.php?id=4&voir=2>

43 . معجم المعاني الجامع الإلكتروني ، معجم عربي / عربي :

<https://www.almaany.com/ar/dict/ar-ar>

قائمة الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة غرداية

كلية العلوم الإجتماعية والإنسانية

قسم علوم الإعلام والاتصال

الأستاذ:

الموضوع : تحكيم إستمارة تحليل المحتوى

إستمارة مذكرة مقدمة لإستكمال متطلبات نيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام والاتصال

إعداد الطالب :

تحية عطرة وبعد :

أحيطكم علما أن هذه الإستمارة خاصة بدراسة علمية للتحضير لشهادة الماستر في علوم الإعلام و الإتصال ، تخصص إتصال و علاقات عامة ، حول موضوع " اللغة العربية الفصحى في وسائل الإعلام الجزائرية " دراسة تحليلية لبرنامج رؤى على التلفزيون الجزائري ، هذه الإستمارة لتحليل مضمون البرنامج مرفقة بدليلها و كذا دليل التعريفات الإجرائية والتي تدخل ضمن عملية التحليل لمعاملي الصدق والثبات، لذلك نطلب من سيادتكم المحترمة الإطلاع على محتوى هذه الإستمارة ، كما نرجوا منكم منحنا القليل من وقتكم لتحكيمها و تعزيزها بأرائكم و تصويباتكم التي ننتظرها منكم.

نرجوا من سيادتكم :

- قراءة التعريفات الإجرائية قراءة شاملة.
- وضع علامة (0) أمام التعريفات التي ترون أنها مقبولة وملائمة لدراستنا.
- وضع علامة (x) أمام أي تعريف في الدليل غير ملائمة.
- وضع علامة (z) أمام التعريف الذي ينبغي تعديله.
- تدوين بعض الإضافات و الملاحظات إن وجدت.

تقبلوا منا فائق الإحترام و التقدير

إستمارة تحليل المحتوى

(1) البيانات الأولية للبرنامج :

إسم البرنامج: 01

عدد البرنامج : 02

(2) البيانات الخاصة بفئات الشكل (كيف قيل؟):

- فئة الزمن :

03 04 05 06

- فئة طبيعة المادة المستعملة:

07 08 09 10 11 12

- فئة

- اللغة المستخدمة:

13 14 15 16

- فئة شكل التقديم :

- 17 18 19

3) البيانات الخاصة بفئات المضمون (ماذا قيل؟):

- فئة الموضوع:

$$\triangle 2 \triangle 1 : \square 20$$

$$\triangle 4 \triangle 3 : \square 21$$

$$\triangle 6 \triangle 5 : \square 22$$

$$\triangle 8 \triangle 7 : \square 23$$

$$\triangle 10 \triangle 9 : \square 24$$

$$\triangle 12 \triangle 11 : \square 25$$

- فئة الأهداف:

$$\triangle 3 \triangle 2 \triangle 1 : \square 26$$

$$\triangle 5 \triangle 4 : \square 27$$

$$\triangle 7 \triangle 6 : \square 28$$

$$\triangle 9 \triangle 8 : \square 29$$

$$\triangle 12 \triangle 11 \triangle 10 : \square 30$$

فئة الجمهور المستهدف



$$\triangle 32 \triangle 31$$

وحدات التحليل :



$$\square 38 \square 37 \square 36 \square 35 \square 34 \square 33$$

الملاحظات: (4)

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

دليل إستمارة تحليل المحتوى:

تعد إستمارة تحليل المضمون إحدى أدوات جمع البيانات الأساسية وخاصة فيما تعلق ببحوث الإعلام .

تم تقسيم إستمارة تحليل المحتوى إلى ثلاث محاور أساسية وهي:

أولا : البيانات الخاصة بحلقات البرنامج :

وتشير المستطيلات المرقمة من 01 إلى 02 إلى ما يلي:

1/إسم البرنامج
2/عدد البرنامج .

ثانيا: البيانات الخاصة بفئات الشكل (كيف قيل؟):

فئة الزمن : وتشير المستطيلات المرقمة من 03 إلى 06 :

03/ نصف ساعة . 04/ ساعة . 05/ ساعة ونصف . 06/ ساعتان .

فئة طبيعة المادة المستعملة : وتمثل المستطيلات المرقمة من 7 إلى 12 تشير إلى:

07/حوار مباشر 08/ حوار مسجل 09/ تقرير 10/ روبرتاج 11/بورترية 12/ وثائقي .

فئة اللغة المستخدمة : وتمثل المستطيلات المرقمة من 13 إلى 16 تشير إلى:

15/ اللغة العربية الفصحى . 14/ اللغة العامية (الدارجة) / 15/ الأجنبية (الفرنسية). 16/اللغة

الأمازيغية.

فئة شكل التقديم : وتمثل المستطيلات المرقمة من 17 إلى 19 :

17/ ضيف ومقدم 18/ ضيف و مقدم وإتصال مباشر 19/ ضيف ومقدم وإتصال عبر

الأقمار الصناعية.

ثالثا :البيانات الخاصة بفئات المضمون (ماذا قيل؟):

فئة الموضوع: و تشمل المستطيلات المرقمة من الرقم 20 إلى الرقم 27:

20/ ثقافي 21/ إجتماعي 22/ فكري 23/ إقتصادي 24/ سياسي 25/ تاريخي.


المؤشرات :

1/ التنافسية 2/ دلالات و رمزية يناير 3/ المجتمع والمعرفة 4/ الجامعة والبناء الحضاري 5/ الثقافة الوطنية واللغة 6/ إشكالية العقل العربي في نظر المفكرين العرب 7/ المحروقات في الجزائر واقع وآفاق 8/ هجرة الأدمغة الجزائرية العولمة 9/ إتفاقية إيفيان المخاض العسير 10/ حرية الإبداع عند المرأة 11/ ثقافة السلم والتعايش 12/ العولمة .


 فئة الأهداف: من 26 إلى 30 :

26/ إصلاح وتنمية ورفع المستوى الاجتماعي. 27/ رفع المستوى الثقافي. 28/ رفع المستوى الإقتصادي 29/ رفع المستوى السياسي 30/ نشر وترسيخ الثقافة الإسلامية و تصحيحها.
المؤشرات :

1/ التنافسية 2/ دلالات و رمزية يناير 3/ المجتمع والمعرفة 4/ الجامعة والبناء الحضاري 5/ الثقافة الوطنية واللغة 6/ إشكالية العقل العربي في نظر المفكرين العرب 7/ المحروقات في الجزائر واقع وآفاق 8/ هجرة الأدمغة الجزائرية العولمة 9/ إتفاقية إيفيان المخاض العسير 10/ حرية الإبداع عند المرأة 11/ ثقافة السلم والتعايش 12/ العولمة .

 فئة الجمهور المستهدف من 31 إلى 32 :

31/ جمهور عام . 32/ جمهور خاص .

 رابعا: وحدات التحليل

وحدة الفكرة : و تشمل المستطيلات المرقمة من الرقم 33 إلى 38

33/ فكرة ثقافية . 34/ فكرة إجتماعية . 35/ إقتصادية . 36/ . فكرة تاريخية 37/ سياسية .

الملحق رقم (3):

دليل التعريفات الاجرائية للفئات

 **البيانات الأولية للبرنامج :**


يشير المربع رقم (01) إلى : إسم البرنامج
يشير المربع رقم (02) إلى : عدد البرنامج
I. فئات الشكل (كيف قيل؟):

تهتم بوصف أسلوب العرض أو النشر.


1- فئة الزمن : نقصد بهذه الفئة المدة الزمنية الإجمالية للبرنامج (لكل حلقة)

نصف ساعة أو ساعة أو ساعة ونصف أو ساعتان .


2- فئة طبيعة المادة المستعملة: و نقصد بها بنية الحصة وما تعتمد و تركز عليه.

 **حوار مباشر :** نقصد به التناقش عن طريق الكلام المباشر بين شخصين أو مجموعة من


الأشخاص بطريقة هادئة و منظمة حول موضوع أو فكرة معينة .

 **حوار مسجل :** التناقش عن طريق الكلام بين شخصين أو مجموعة من الأشخاص بطريقة


هادئة و منظمة حول موضوع أو فكرة معينة هذه المرة لا يأخذ صفة مباشرة وإنما في شكل إعادة أو الحصول عليه عبر مواقع التواصل الإجتماعي كاليوتيوب .

 **تقرير:** ونقصد به عرض مختصر للمعلومات المتخصصة بقضية ما، فمن خلاله يتم سرد

الحقائق ومعلومات تتضمن مقترحات حول موضوع ما فيسجل فيه كل ما يهم القارئ أو المستمع أو المتفرج حول ذلك العمل.

 **ريبورتاج :** ونقصد به ذلك النوع صحفي الذي تتمثل مهمته الأساسية في تصوير الحياة

الإنسانية وإلقاء الضوء على العلاقات الإنسانية مع ربط ذلك كله ، بشكل غير مباشر وبأسلوب يتمتع بقدر من الجمالية والاعتماد على الصور بمجمل الشروط الاجتماعية والثقافية والاقتصادية.

 **بورتريه:** نقصد به فن رسم الشخصية من وجهة نظر الرسام في شخصية الإنسان الذي

يرسمه. يعتبر فن البورتريه أحد أنواع الرسم التي ينظر إليها الفنانون على أنها معقدة ، لاعتمادها على تقديم الشخصية عبر ملامح الوجه.

وثائقي : نقصد بالوثائقي أنه ذلك الجنس السينمائي او التلفزيوني الذي يعتمد على توثيق وتسجيل وعرض الواقع دون تدخل او تزييف .

3- فئة اللغة المستخدمة: هي اللغة الأكثر إستخداما في البرنامج (رؤى) من قبل المقدمة وضيوفها والمتدخلين و التي من خلالها تصل رسائل القائم بالإتصال للجمهور.

اللغة الفصحى: تعد اللغة الرسمية للدولة وللتلفزيون الجزائري.

اللغة العامية : أو ما يطلق عليه (الدارجة) و هي لغة غالبية الشعب الجزائري .

اللغة الأجنبية : ممثلة في كل من اللغة الفرنسية بالدرجة الأولى و واللغة الإنجليزية .

اللغة الأمازيغية : تشغل حيز كبير من الإستعمال الشفوي تخص مناطق عديدة مثل القبائل ، الأوراس، الهقار وميزاب وغيرها.

4- فئة شكل التقديم : ونقصد بها شكل تقديم الحصة أي مكوناتها وطبيعة حضورها ومن نشاطها.

ضيف ومقدم : أي مقدم البرنامج وضيف ممن أستضافهم للمناقشة.

ضيف ومقدم و إتصال مباشر : مقدم وضيفه أو ضيوفاة بالإضافة لتدخل آخر عبر الإتصال بالهاتف .

ضيف و مقدم و إتصال عبر الأقمار الصناعية : مقدم وضيف و تدخل هذه المرة عبر الساتل أي الأقمار الصناعية .

II. فئات المضمون (ماذا قيل؟):

تعني تصف المعاني والأفكار التي تظهر في المحتوى وتهتم بالإجابة على كل ما له العلاقة بالمضمون.

1- فئة الموضوع:

- الثقافية : المواضيع التي تعالج كل ما يتعلق بتعزيز وترقية الحس الثقافي للجمهور .
- الإجتماعية : المواضيع التي تعالج القضايا الراهنة والتي يعاني منها الجمهور كالمشاكل الاجتماعية والأسرية .
- الفكرية : المواضيع التي تهتم بالرقمي بفكر المشاهد .

- الإقتصادية : المواضيع المتعلقة بسوق المال والأعمال .
- السياسية : المواضيع التي تعنى بتنمية الحس السياسي لدى المشاهد .

و نستعرض في التالي المواضيع الأكثر بروزا في البرنامج هي:

✚ **التنافسية** : ظاهرة طبيعية موجودة في كل مجالات الحياة لغرض رفع المستوى المعيشي للدول.

✚ **دلالات ورمزية إحتفالية يناير**: وهي ذكرى كل 12 جانفي من كل عام وهو تقويم قديم للأمازيغ ودلالة تاريخية ورمزية عريقة في المجتمع الجزائري.

✚ **المجتمع والمعرفة**: المعرفة والعلم كلمتان لعملة واحدة وهي عماد لكل بناء حضاري وأداة انارة واستنارة في حياة الشعوب.

✚ **الجامعة والبناء الحضاري**: الجامعة هي الفضاء و الوعاء الحضاري الذي يحوي إطارات ونخبة الغد .

✚ **الثقافة الوطنية واللغة**: وهي موضوع مهم والذي يعالج ثقافات ولهجات المجتمع الجزائري.

✚ **المحروقات في الجزائر واقع وآفاق** : وهو موضوع يعالج الواقع الاقتصادي والمبني على المحروقات في ذكرى إحتفاليته.

✚ **هجرة الأدمغة الجزائرية** : نعني به إستنزاف الثروة البشرية والعقلية ونزوحها نحو الخارج.

✚ **العولمة** : مظاهر العولمة وإنعكاساتها على دول العالم الثالث وخصوصا الجزائر .

✚ **حرية الإبداع عند المرأة** : الدعم المادي والمعنوي للمرأة و الزج بها في الحياة العملية .

✚ **إتفاقية إيفيان المخاض العسير** : موضوع يأتي وذكرى التخلص من تبعات الإتفاقية مع فرنساو تأميم الجزائر للمحروقات .

2- فئة الأهداف: ونقصد بها ما الهدف من البرنامج وما المغزى منه.

إصلاح وتنمية ورفع المستوى الاجتماعي : ونقصد بهذه الفئة تبليغ الناس وإعلامهم بكل ما يتعلق بأمور دينهم ودنياهم من خلال رصد بعض المظاهر السيئة في المجتمع ومعالجتها .

رفع المستوى الثقافي : الرقي بفكر الفرد الجزائري والعمل على بناء شخصيته الثقافية .

رفع المستوى الإقتصادي: من خلال طرح ومناقشة المواضيع الإقتصادية الراهنة في البلد .

رفع المستوى السياسي : تنمية الحس السياسي لخلق ذلك المواطن السياسي وإحترام إنتمائه السياسي وفي المشاركات الديمقراطية .

نشر وترسيخ الثقافة الإسلامية وتصحيحها : ونقصد بها المفاهيم الخاطئة وأنماط السلوك وطرق التفكير للحفاظ على الهوية الإسلامية .
ولتكوين رأي عام سليم تجاه الأمة الإسلامية .

3- فئة الجمهور المستهدف : ونقصد بها تلك الشريحة من الجمهور التي يتوجه لها البرنامج ويخاطبها.

جمهور عام : وهو كل فئات الجمهور دون إستثناء.

جمهور خاص : ونقصد بها فئة معينة أو شريحة معينة من الجمهور .

4- وحدات التحليل : ونقصد بها أن الباحث يقسم محتواه إلى وحدات قابلة للعد والقياس و ذلك

تبعاً

للإشكالية والاهداف وهي:

وحدة الفكرة : وهي عبارة عن افكار تجمع بين ما هو :

فكرة ثقافية : كل ما يتعلق بالثقافة وتنمية الفكر الإنساني .

فكرة إجتماعية : كل الأفكار تتعلق بالجانب الإجتماعي وروح الجماعة .

فكرة تاريخية : تضم الأفكار التي تعني بكل ماهو تاريخي .

فكرة إقتصادية : كل ما يتعلق بسوق المال والأعمال .

فكرة سياسة : الأفكار التي تنمي الحس السياسي لدى الأفراد .