



جامعة عمار ثليجي " الاغواط "

كلية العلوم الإنسانية و الاسلامية و الحضارة

قسم الاعلام و الاتصال



عنوان المذكرة:

البرامج الاجتماعية في القنوات الجزائرية الخاصة

دراسة وصفية تحليلية لعينة من أعداد برنامج خط أحمر بقناة الشروق tv

من جانفي الى جوان 2016

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام و الاتصال

تخصص اتصال و علاقات عامة

تحت إشراف الأستاذة:

- آيت قاسي ذهبية

من إعداد الطالبتين:

- النخ حنان

- قتال خديجة

السنة الجامعية 2017/2016

الشكر و التقدير

الحمد لله الذي اهدانا نور العلم و ما وفقنا به لإنجاز هذا العمل ما كان لنحققه لولا توفيقه فلك الحمد والشكر يا رب، نتقدم بالشكر الى من غرس في نفوسنا حب التعلم و التطلع الى كل من رفع القلم مرة ودمعت عيناه كما يدمع الحبر من القلم الى من قدس العلم ومكنه في عقول الاخرين، و من داس على الجهل وهزمه في عقر داره و نتقدم بجزيل الشكر و الاحترام، الى الأساتذة ذهابية ايت قاسي التي تابعت معنا انجاز هذه المذكرة بكل اهتمام و قدمت لنا المساعدة ووجهتنا احسن توجيه، و لم تبخل علينا بنصائحها و ارشاداتها فشكر خاص لها لك الاساتذة الذين بفضلهم بعد الله وصلنا الى هذه المحطة لهم منا جزيل الشكر و الاحترام، ولكل طلبة ماستر اتصال وعلاقات عامة.

مقدمة:

تعتبر وسائل الإعلام والاتصال السمعية البصرية من أهم وسائط الاتصال الحديثة التي تسيطر على الأفراد والجماعات والدول، في غالبية أنحاء العالم في عصرنا الحالي وذلك لما يتميز به من مميزات لا تتوفر في الوسائل الأخرى خاصة في ظل التنامي المتسارع للتكنولوجيا الحديثة والانفتاح الإعلامي، ويعتبر التلفزيون من أهم هذه الوسائل بل من أحدثها وأخطرها في نفس الوقت لقدرته الكبيرة على جذب الكبار والصغار، إذ يتوفر على خصائص توفر له تقديم المعارف والمعلومات والسلوكيات، إضافة إلى غناء لغته التعبيرية له وتنوع وتكامل عناصر التجسيد الفني لمادته وبساطة بنيتها ومضمونها وشكلها، وظروف وسهولة التعرض إليها.

فالتلفزيون يقترح طبقة من البرامج المتنوعة وتشمل معظم نواحي الحياة الاجتماعية، الاقتصادية، الثقافية، السياسية، الدينية والرياضية...، وتتوجه إلى جميع الفئات العمرية باختلاف تأثيرها على الفرد والمجتمع في كيانهم واتجاهاتهم، واندماجهم فيما يرونه ويسمعونه، حيث تشير العديد من الدراسات أن التلفزيون قد استطاع الانتقال بمشاهديه كبارا وصغارا إلى عادات وممارسات جديدة تمثلت في إيجاد علاقات اجتماعية مختلفة، وفي قدرته المتميزة على إحداث تغييرات في السلوك والمواقف والأوضاع الاجتماعية بشكل عام، وأمام كل هذه التغييرات والظروف الجديدة، يبقى الإعلام عنصرا مهما في حياة المجتمعات البشرية بازدياده لأهميته ودرجة تأثيره سلبا أو إيجابا و لتشكيله دورا هاما في إحداث التغيير في السلوك والقيم والاتجاهات وفق المنظور الذي يستخدم فيه، وباعتباره أداة تواصل بين المجتمع المحلي والعالم الخارجي، وهذا بازدياد التقدم العلمي والتكنولوجي والذي حول العالم قرية صغيرة وفي ضوء ما تعرفه وسائل الإعلام والاتصال من ثورة حقيقية، انعكس ذلك على مسيرة الإعلام في الجزائر التي لا تعيش بمعزل عما يحدث في العالم حيث عرف هذا القطاع الإعلامي والاتصالي تغييرات وتحولات شملت كل نواحي الحياة.

وتبعا لهذا التغيير والتأثير تأتي دراستنا التي تتناول البرامج الاجتماعية في القنوات الجزائرية الخاصة، والتي ظهرت في الساحة إثر قانون الإعلام الجديد و قانون السمعي بصري والتي

أصبحت تلعب دورا مهما في حياة الفرد الجزائري، بل أصبحت تشكل محورا مهما في محاور حياته وتساهم في تغيير آرائه وتوعيته وجعله طرفا فعالا في العملية التنموية الشاملة. كما أخذت القنوات الجزائرية الخاصة معنى جديد تعكسه من خلال البرامج التي تبثها والتي أصبح لها معنى وأثر واضح وجلي على المجتمعات الجزائرية، التي أصبحت تتادي بالديمقراطية وحرية التعبير، كما أصبح للفرد أولوية و شرعية استقلالية تجاه المجتمع، وحق في رعاية مطالبه و متابعة أهدافه بكل حرية في حدود احترام القوانين وقد شهدت العقود الأخيرة تعمقا لهذا المبدأ، فقد غيرت القنوات الخاصة الجزائرية بعمق الصورة الكلاسيكية للمواطن، حيث ساعدت على تكوين آراء جديدة لديه.

ومن هنا هذه القنوات الجزائرية الخاصة هي تجربة اعلامية جديدة وفريدة في الجزائر، ولهذا ارتأينا أن نقوم بدراسة هذا الموضوع المتعلق بالبرامج الاجتماعية في القنوات الجزائرية الخاصة "دراسة وصفية تحليلية لبرنامج خط احمر بقناة الشروق tv"، حيث اعتمدنا في هذه الدراسة خطة تتلخص في جوانبها المنهجية و النظرية و التطبيقية الى ثلاثة فصول على النحو التالي:

اولا الاطار العام للدراسة، الذي تناولنا فيه اشكالية الدراسة و تساؤلاتها أسباب اختيار الموضوع و اهمية و أهداف الدراسة، حدود الدراسة، و أيضا النظريات المقاربة للدراسة، و نوع الدراسة و منهجها، و ادوات جمع البيانات، و مجتمع الدراسة و عينته، بالإضافة الى تحديد المفاهيم المتعلقة بالدراسة، و أخيرا عرض الدراسات السابقة.

ثانيا البرامج الاجتماعية في القنوات الخاصة و الذي قسم الى مبحثين:

المبحث الأول: بعنوان القنوات الجزائرية الخاصة "بداية التحول" و احتوى على مدخل للمشهد السمعي بصري في الجزائر، و تعريف بالقنوات الجزائرية الخاصة و أنواعها و أسباب و دوافع ظهورها، أما المبحث الثاني: يتعلق بالبرامج الاجتماعية من حيث المفهوم و الخصائص و كيفية الإعداد للبرامج، و العنصر الأخير مفهوم الاعلام الاجتماعي ومستوياته وشروطه.

مقدمة

ثالثاً: تناولنا تقديم عام لقناة الشروق tv، و بطاقة فنية لبرنامج خط أحمر، و تحليل مضمون لعينة من أعداد برنامج خط أحمر بقناة الشروق tv من جانفي الى جوان 2016، ثم الاستنتاجات العامة للدراسة، و نختم في الاخير بالخاتمة لنخلص لمجموعة من الاستنتاجات.

أولاً: مشكلة الدراسة:

يعرف عالمنا اليوم بلا شك تطوراً سريعاً حتى امتدت الدراسات الأكاديمية لا تستطيع مواكبة كل التغييرات الناتجة عن التطور الهائل في جميع مجالات الحياة، وما يهنا هنا هو التطور التكنولوجي، في مجال الاتصال والمعلومات و الإعلام و البث الفضائي المباشر و الاستخدام الواسع لهذه التكنولوجيا الحديثة، التي اتسمت بالسرعة والانتشار والتأثيرات الممتدة من الرسالة الى الوسيلة الى الجماهير داخل المجتمع الواحد او بين المجتمعات، "و لعل التطور الكبير الحاصل في وسائل الاعلام و خاصة الاعلام الفضائي، الذي اصبح عصب الحياة في واقعا المعاصر، قد ساهم بشكل ملحوظ في التغييرات الحاصلة في العديد من الجوانب الفكرية و الاجتماعية و الاقتصادية داخل البيئة العربية، ليميز الانتشار الواسع للقنوات الفضائية العربية، التي ازدحمت على خريطة البث الفضائي بكم هائل من القنوات و البرامج و ساعات الارسال".¹

"والجدير بالذكر ان البث التلفزيوني الفضائي العربي تبلور مع فكرة إنشاء القمر الصناعي العربي لأول مرة "عربسات"، خلال مؤتمر وزراء الإعلام العرب في تونس عام 1963 بهدف الاستعانة بأحدث ما توصلت اليه التكنولوجيا الإعلام والاتصال لخدمة الإعلام والتعليم ، وكان " اتحاد إذاعات الدول العربية " هو أسبق المنظمات العربية لتلقت هذا المشروع ، وكان عندئذ إمكان قيام شبكة تلفزيونية تجمع كافة الدول العربية بهدف إجراء التبادل فيما بينها على نمط ما جرى أنذاك في شبكتي "اليوروفزيون" و " الإنترنتيون" الاوروبيتين، بل كان البعض يفكر في أنه بالإمكان بث برنامج عربي واحد يلتقط في شاشات التلفزيون في جميع الدول العربية".²

¹ - محمد بوكرة، تجليات الصراع القيمي في البرامج التلفزيونية (دراسة تحليلية لعينة من برنامج عندي ما نقلك)، رسالة ماجستير، كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية، جامعة عمار ثلجي الاغوط، 2014-2015، ص.07.

² - محمد عبد البديع السيد، أثر القنوات الفضائية على القيم الأسرية، العربي للنشر و التوزيع، ط1، القاهرة، 2009، ص.29.

بحيث أن التلفزيون مازال يستقطب الكثير من المتابعين ويؤثر فيهم ، وتزايدت المنافسة بين هذه القنوات التلفزيونية على استقطاب الجماهير لاحتوائها على الكثير من البرامج التلفزيونية المتنوعة منها البرامج الاجتماعية، الثقافية، الترفيهية بحسب حاجات الجمهور و التي عرضت في مختلف القنوات الفضائية الجزائرية منها الفضائية الجزائرية الخاصة "قناة الشروق" التي بدأت بثها كقناة فضائية عامة منذ عام 2011 ثم تفرعت الى قنوات أخرى متخصصة و هي قناة الشروق نيوز (الاخبارية)، قناة بنة تي في، و التي تقوم بعرض و طرح مواضيع و برامج مختلفة و متنوعة، و في هذه الدراسة سنحاول التعرف على أهم المواضيع و القضايا الاجتماعية التي تطرحها قناة "الشروق tv" من خلال البرنامج الاجتماعي الاسبوعي "خط أحمر" الذي تشرف على تقديمه الاعلامية فضيلة مختاري، وهذا بإجراء دراسة تحليلية لعينة من اعداد البرنامج الاجتماعي خط أحمر. وعلى هذا الأساس جاءت إشكالية دراستنا كالتالي:

كيف عالج البرنامج الاجتماعي "خط أحمر" على قناة الشروق tv المواضيع و القضايا الاجتماعية التي يعرفها المجتمع الجزائري ؟

و للإجابة على التساؤل الرئيسي للدراسة قمنا بطرح جملة من التساؤلات الفرعية:

- 1- ما هي أهم المواضيع الاجتماعية المعروضة في برنامج "خط أحمر" ؟
- 2- ما هي اهم الشخصيات الفاعلة في البرنامج ؟
- 3- ماهي أهم أهداف البرنامج من خلال معالجته للقضايا و المواضيع الاجتماعية ؟
- 4- من هو الجمهور المستهدف في هذا البرنامج ؟
- 5- ما هي أهم القيم المحتواه و المتضمنة في البرنامج ؟
- 6- ما هي المصادر المعتمد في البرنامج ؟
- 7- ما هي اللغة التعبيرية المستخدمة في البرنامج؟
- 8- ما هي أهم القوالب الفنية المستخدمة في البرنامج؟

ثانيا : أسباب الدراسة

لابد لأي دراسة مهما كان نوعها ان تكون مبنية على دوافع و أسباب تجعل الباحث يخوض فيها، تجذب اهتمامه منها ما هو ذاتي و منها ما هو موضوعي ، و تتمثل أسباب دراستنا هذه في :

الاسباب الذاتية:

- 1- احساس الباحث بمشكلة الدراسة و الرغبة في معالجتها.
- 2- الشغف العلمي و الاهتمام الشخصي بالمجال الاجتماعي شكل الحافز لدي في دراسة البرنامج.
- 3- المتابعة المستمرة لهذا البرنامج ولدت لدى الباحث الدافعية لتحليله و دراسته

الاسباب الموضوعية:

- 1- الصدى الواسع الذي لقيه هذا البرنامج لدى المشاهدين.
- 2- محاولة ابراز اهمية البرامج الاجتماعية في معالجة المشكلات الحساسة التي تصيب المجتمع الجزائري.
- 3- معرفة الدور الايجابي الذي حققه برنامج خط أحمر.

ثالثا: أهمية و أهداف الدراسة

أهمية الدراسة:

تتمثل أهمية هذه الدراسة في كونها تسلط الضوء على جانب مهم من جوانب الحياة الاجتماعية، الا و هو جانب البث التلفزيوني الفضائي، بحيث اصبحت القنوات الفضائية عبر كامل الاقطار الغربية ملاذا للكبير والصغير من خلال ما تعرضه من برامج فضائية مختلفة، حيث سننترق من خلال هذه الدراسة الى العديد من النقاط المهمة الموجودة في عينة الدراسة، من حيث اللغة المستخدمة والشخصيات الموجودة في البرنامج او ضيوف البرنامج، وكذا اكثر الموضوعات معالجة فيه، كما تكمن أهمية هذه الدراسة ايضا في

تحديد الدور الجديد الذي قدمته هذه البرامج لجماهيرها، من خلال تقديم المعلومات والحقائق والآراء للناس، مدعومة بالأدلة المباشرة في الموضوعات الاجتماعية والكشف عن أهم الأهداف بها سواء كانت خفية أو معلنة، وهذا عن طريق تحليل حلقات من برنامج خط أحمر والوصول إلى نتائج واستنتاجات وتحليلات، نرجو من خلالها أن تعتمد فيما بعد كمرجع للباحثين والطلبة في هذا المجال.

- أهداف الدراسة

يعتبر الهدف الرئيسي والاساسي لأي بحث هو الوصول إلى حقيقة تخص موضوع معين والاحاطة به لإزالة اللبس والغموض، فدراستنا هذه تسعى لتحقيق جملة من الأهداف أهمها:

1. معرفة نوع اللغة المستخدمة في هذا البرنامج.
2. معرفة نوع الشخصيات التي تحضر هذا البرنامج.
3. معرفة الأهداف البارزة والحقيقية لهذا البرنامج.
4. التعرف على أنواع الموضوعات الأكثر معالجة في هذا البرنامج.
5. التعرف على القيم المتضمنة في البرنامج

رابعاً: حدود الدراسة

يعتبر مجال الدراسة خطوة أساسية في البناء المنهجي لأي بحث علمي كونه يساعد الباحث على تحقيق المعارف النظرية في الميدان، و تتمثل حدود دراستنا في نوعين هما:

المجال المكاني: يتمثل المجال المكاني في دراستنا في مجموعة من أعداد برنامج خط أحمر الذي يعرض في قناة الشروق tv.

المجال الزمني: تتمثل الحدود الزمنية لدراستنا في الفترة الممتدة من جانفي 2017 إلى غاية ماي 2017، حيث تم إعداد الجانب المنهجي و النظري أولاً، ثم الانتقال إلى الجانب التحليلي.

خامسا: المقاربة النظرية للدراسة

نظرية الإطار الاعلامي:

1- نشأة النظرية :

تبلورت نظرية الأطر الإعلامية على يد عالم الاجتماع Erving Goffman عام 1974 الذي طور مفهوم البناء الاجتماعي و التفاعل الرمزي من خلال مناقشة لقدرة الأفراد على تكوين مخزون من الخبرات، يحرك مدركاتهم ويحثهم على حسن استخدام خبراتهم الشخصية وذلك عن طريق أطر إعلامية مناسبة تضي على المضمون معنى ومغزى، وحدد بدقة مصطلح الأطر والإجراءات المتبعة في هذا النوع من التحليل، وذلك في كتابه تحليل الأطر Farming Analgsis، وأشار Goffman في هذا الكتاب إلى أن " الإطار هو العمليات التي يقوم بها الإنسان في تصنيف و تنظيم و تفسير الوقائع، التي تسهل عملية فهم المعلومات ووضع الأحداث في سياقها ".

و فقد أفادت دراسات و إسهامات Entman باحث الأطر الإعلامية، تحديد دراستين أولهما عام 1993 و التي أظهرت دور الإيديولوجيات و أثرها في عملية التأطير، وذلك عندما قارن بين أطر حادثي سقوط طائرتي ركاب كوريا الجنوبية و إيران، وثانيهما عام 2003، حيث تناول فيها أثر أحداث 11 سبتمبر 2001 في النظرة للحرب على الإرهاب وقدم نموذجه المعروف باسم الشلال، كما تعد جهود Scheufele إضافة لتطور نظرية الأطر الإعلامية خاصة دراسته عام 1999 التي أبرزت عملية التأطير كعملية موازية لعملية وضع الأجندة خاصة جانبي وضع الإطار و بنائه.¹

¹ - نسرين محمد عبده إسماعيل حسونة : الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو قضايا حقوق الإنسان المدنية و السياسية ، رسالة ماجستير، منشورة ، الجامعة الإسلامية ، غزة، 2014، ص. ص 74 .75.

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

المستوى الأول: و يهتم بقياس المحتوى غير الظاهر لوسائل الإعلام، أو ما يعرف بالمحتوى الضمني، ويعتبر هذا الأسلوب أن التأطير يقدم وصفا للعملية التي يدرك من خلالها الفرد المعلومات المقدمة وينظمها وفقا لإطاره المرجعي ورؤيته للعالم المحيط.

المستوى الثاني: و يهتم بقياس أطر وسائل الإعلام، و هو المستوى المؤثر في تشكيل

اتجاهات الجمهور نحو القضية موضع الدراسة.¹

2- تعريف نظرية الأطر الإعلامية:

تعرف الأطر الإعلامية بأنها كل ما يعطي للمتلقي من أخبار، حول موضوعات معينة فتحدث التأثير القول، مع التأكيد أن كل ما يتلقاه الشخص هو حديث حقيقي و مصدر المعلومات صادق و دقيق .

حيث تقوم هذه النظرية على أساس أن أحداث ومضامين وسائل الاعلام لا يكون لها مغزى في حد ذاتها، إلا إذا وضعت في تنظيم وسياق مؤطر يعتمد على أسلوب الانتقاء والابراز للنصوص والمعاني، وتأطير الرسالة يوفر القدرة على قياس محتوى الرسالة ويفسر دورها في التأثير على الآراء والاتجاهات بهدف اقناع الجمهور بأفكار القائم بالاتصال.²

¹ - نسرين محمد عبده إسماعيل حسونة ، المرجع السابق، ص. 75.76.

² - بسام عبد الرحمن مشاقبة، نظريات الاعلام، دار الأسامة، الأردن، 2010، ص. 80.81.

و عرفها محمد بسيوني بأنها : زاوية التناول الإعلامي في إطار يعود إلى ذهن القائم بالاتصال، حيث يقوم منتج الخطاب بتأطيره بما يتناسب مع أفكاره و اتجاهاته، وذلك بالتركيز على جوانب دون جوانب أخرى داخل الخطاب الإعلامي، و إبراز عناصر وتهميش لأخرى لتحقيق أهداف إيديولوجية أو فكرية خاصة بالقائم بالاتصال أو بالوسيلة الإعلامية التي أنتج الخطاب من خلالها.¹

3- أنواع الأطر الإعلامية:

قدم العلماء عدة أنواع للأطر الإعلامية المرتبطة غالباً بتغطية الإعلام للأخبار من ذلك: **الإطار المحدد بقضية:** يقصد بها الإطار الذي يرتبط بوقائع و أحداث محددة، فهو الذي يشرح و يصف القضايا المثارة من خلال حالات و أمثلة ملموسة أو أحداث محددة.

الأطر الإعلامية ذات الموضوع الشامل: يقدم هذا النوع من الأطر القضايا أو الأحداث المثارة في سياق عام و مجرد مثل : سياسة الولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا نحو غزو العراق.²

و تشير **جيلان شرف** إلى نوعين من الأطر الإعلامية هما:

إطار الاستراتيجية: حيث يقدم هذا الإطار الأحداث في سياقها الاستراتيجي المؤثر على أمن الدولة القومي. و **إطار الاهتمامات الإنسانية:** يرى الأحداث في سياق تأثيراتها الإنسانية و العاطفية العامة، ووفقاً لهذا الإطار تصاغ الرسائل في قوالب و قصص درامية ذات نزعة عاطفية مؤثرة .

¹ - المرجع نفسه، ص.73.

² - رجاء يونس سليما أو مزيد، الخطاب الصحفي الفلسطيني نحو قضية المصالحة الفلسطينية ، رسالة ماجستير ، منشورة ، الجامعة الإسلامية ، غزة ، 2013 ، ص 59 .

و تذكر هبة شاهين أنه من أنواع الأطر الإعلامية:
إطار الصراع: الذي يؤكد على عنصر الصراع بين الأفراد و الجماعات و المؤسسات.
وإطار المسؤولية: يقوم بتقديم الموضوع أو المشكلة بحيث يقدم مسؤولية التسبب في
المشكلة وحلها على عاتق الحكومة أو الفرد أو الجماعة.

ويعين جمال أحمد أنه من أنواع الأطر الإعلامية:

إطار النتائج الاقتصادية: يطرح هذا الإطار الوقائع في سياق النتائج الاقتصادية التي
نتجت عن الأحداث، وهو يشير إلى التأثير المتوقع على الأفراد و الدول والمؤسسات،
ويستخدم القائمون بالاتصال الناتج المادي لجعل الرسالة الإعلامية أكثر فاعلية على
الناس، وأكثر ارتباطا باهتماماتهم. و إطار المبادئ الأخلاقية: يعرض هذا الإطار الأحداث
في السياق الأخلاقي و القيمي للمجتمع، وهو يخاطب المعتقدات و المبادئ الراسخة عند
المتلقي.¹

4- أهمية الأطر الإعلامية:

تؤكد الكثير من الدراسات على الأهمية الكبيرة التي تحظى بها عملية التأيير، وذلك من
خلال دورها في عملية الاتصال الجماهيري فيما يلي :

- تتحدد أهمية الأطر في قدرتها التأثيرية على كيفية تفسير الجمهور للقضايا و الأحداث
المختلفة من حوله.

- تبرز قوة التأيير في بناء أو هدم أي نص إعلامي من خلال مفردات و مصطلحات
متناقضة .

¹ - رجاء يونس سليما أبو مزيد: المرجع السابق ، ص. 60.59.

- تعد الأطر واحدة من الروافد الحديثة في دراسات الاتصال، لأنها تسمح للباحث بقياس المحتوى الضمني للرسائل الإعلامية التي تعكسها وسائل الإعلام.

- تمارس الأطر دورا مؤثرا في عملية تشكيل الواقع، كما يعد مفهوم الأطر أساسيا في فهم دور وسائل الإعلام في تشكيل الجدول حول الموضوعات و القضايا المختلفة.¹

وحاولنا من خلال هذا العرض تقديم فكرة عن نظرية الأطر الإعلامية، حيث نسعى من خلالها التركيز على تحليل المضمون من أجل معرفة الطريقة التي يقوم بها النص الإعلامي من قبل المحرر، فهو يقدم عرضه من خلال الخلفيات الثقافية التي يمتلكها، فتأطير الرسالة الإعلامية يساعد على قياس مضمون الرسالة الإعلامية التي يسعى المحرر لإيصالها للجمهور المتلقي .

و سوف نتطرق في دراستنا هذه تحليل الأطر الإعلامية للرسالة الإعلامية، بهدف تحديد اللغة التي اعتمد عليها برنامج خط أحمر، إلى جانب الجمهور المستهدف الذي يحاول الإعلامي الوصول إليه، بالإضافة إلى إبراز المواضيع المعالجة و اهم الاهداف و القيم التي يتضمنها برنامج خط أحمر.

سادسا: نوع الدراسة و منهجها

تندرج دراستنا تحت اطار الدراسات التحليلية الوصفية، التي تستهدف وصف و تحليل للظاهرة لمرغوب دراستها، و التي تهدف للحصول على معلومات كافية عن الموضوع محل الدراسة و هو في الحيز الواقعي، أي وصف ما هو موجود في زوايا مختلفة محققة للأهداف المتوخاة من اجراء الدراسة، و ذلك في بحث الاسباب الكامنة وراء وجود الظاهرة

¹- رشا عبد الرحيم عبد العظيم مزروع، أطر معالجة القنوات العامة و الإسلامية للصراع بين القوى السياسية الفاعلة بشأن الاستفتاء على الدستور بعد ثورة 25 يناير، دورية إعلام الشرق الأوسط، العدد 9، 2013، ص.5.

و التي تستخدم في التعرف على ما تبثه وسائل الاعلام من مضامين مختلفة على جماهيرها المتنوعة.¹

لا يغيب على أي باحث أو دارس في حقل العلوم الإنسانية و الاجتماعية أن طبيعة البحث و اشكاليته المراد دراستها هي التي تحدد نوعية المنهج المتبع مع الأساليب و التقنيات التي يوظفها الباحث في حقل دراسته، فالمنهج هو الطريقة العلمية التي يتبعها الباحث ليصل الى نتائج سليمة في بحثه، و يتميز المنهج بكونه "طريقة جماعية لاكتساب المعارف القائمة على الاستدلال و على إجراءات معترف بها للتحقق في الواقع".²

و قد استخدمنا في هذه الدراسة المنهج المسحي، و الذي يقوم على مسح جميع جوانب الظاهرة المدروسة، أي كل عناصرها المكونة لها و العلاقات السائدة فيها كذلك تصوير و تفسير و تحليل الظاهرة في اطار وضعها الراهن و ضمن ظروفها الطبيعية.³

و يعد منهج المسح من أهم المناهج التي تعتمد عليها البحوث الوصفية، فهو يستهدف تسجيل و تحليل و تفسير الظاهرة في وضعها الراهن، بعد جمع المعلومات التي تتعلق بالظاهرة موضع الدراسة بهدف تحليلها.⁴ و في هذه الدراسة استخدمناه لتحليل البيانات و المعلومات الخاصة ببرنامج خط أحمر على قناة الشروق tv ثم تفسير هذه الحقائق تفسيراً كافياً من خلال تحليل المضمون.

سابعاً: أدوات جمع البيانات

¹ - أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط4، الجزائر، 2010، ص51-52.

² - موريس أنجريس، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي وآخرون، دار القصبه للنشر، الجزائر، 2006، ص.102.

³ - أحمد بن مرسل، المرجع السابق، ص.289.

⁴ - سمير حسين، بحوث الإعلام، عالم الكتب، د.ط، القاهرة، 2006، ص.139.

بعد أن ينتهي الباحث من تحديد إشكاليته و وضع تساؤلات دراسته و نوع الدراسة والمنهج الذي سوف يتبعه في إعدادة لبحثه، تأتي مرحلة تحديد أدوات جمع البيانات و هي أهم المراحل في البحث العلمي، ذلك لأنه سوف يصل إلى نتائج الدراسة من خلال الوسيلة المختارة.

يتوقف نجاح أي دراسة علمية على مدى استعداد الباحث وقدرته على الاستغلال الأمثل والعقلاني للتقنيات والأدوات المنهجية، التي تدخل في مجال البحث حتى يكون بحثه متكاملًا وموضوعيًا إلى حد ما، وعليه قد استخدمنا لدراسة المادة الإعلامية المقدمة في البرنامج الاجتماعي " خط أحمر " أداة تحليل المضمون التي تعد جزء من المنهج المسحي، بمعنى آخر أن الباحث الذي يختار المنهج المسحي كأسلوب رئيسي لتحليل المادة يجعل تحليل المضمون كأداة لإدارة بحثه. و بعد دراسة ليمان و تشارلز ميرز، شهد تحليل المضمون استخدامات واسعة في تحليل المواد الصحفية المنشورة بالجرائد و المجلات و المواد الإذاعية و التلفزيونية و الفيلمية فضلا عن تحليل الرسائل و المحادثات¹.

و من بين أهم التعريفات التي وردت حول تحليل المضمون تعريف كلود كريندرف الذي عرفه بأنه "أحد الأساليب البحثية التي تستخدم في تحليل المواد الإعلامية بهدف التوصل إلى استدلالات و استنتاجات صحيحة و مطابقة في حالة إعادة البحث و التحليل"². أما سمير محمد حسين استنتج تعريفا حديثا لتحليل المضمون: "هو أسلوب و أداة للبحث العلمي يمكن ان يشخصها الباحثون في مجالات بحثية متنوعة و على الأخص في علم الاعلام لوصف المحتوى الظاهر و المضمون الصريح للمادة الاعلامية المراد تحليلها،

¹ - يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين و الطلبة الجامعيين، طاكسيج-كوم للدراسات و النشر و التوزيع،

الجزائر، 2007، ص ص. 8.7.

² - رشدي طعيمة، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، دار الفكر، القاهرة، 1987، ص. 23.

تلبية للاحتياجات البحثية المصاغة في تساؤلات البحث و فروضه الأساسية طبقا للمقتضيات الموضوعية التي يحددها الباحث و ذلك بهدف استخدام هذه البيانات إما في وصف هذه المواد الاعلامية التي تعكس الخلفية الفكرية او الثقافية أو السياسية أو العقائدية التي تتبع منها الرسالة الاعلامية أو التعرف على مقاصد القائم بالاتصال من خلال كافة الأساليب التعبيرية، و ذلك بشرط أن تتم عملية التحليل بصفة منظمة ووفق منهجية معايير موضوعية، و أن يستند الباحث في عملية جمع البيانات و تبويبها و تحليلها على الأسلوب الكمي بصفة أساسية".¹

و في دراستنا هذه استخدمنا تحليل المضمون لأعداد من البرنامج الاجتماعي "خط أحمر" الذي يعرض على قناة الشروق tv ، للتعرف على المعاني الصريحة و الضمنية ، و لمعرفة القوالب و الأنواع الصحفية المستخدمة في البرنامج، و أيضا لمعرفة أهم المواضيع و الأهداف التي تطرق إليها برنامج خط أحمر بقناة الشروق tv.

1- وحدات التحليل: تعرف وحدة التحليل بأنها مقطع محدد من رسالة، أي مجموعة من الرسائل ممثلة لنفس خصائص و طبيعة الفئة، بمعنى أن وحدة التحليل هي أصغر شيء يمكن أن ينقسم المضمون اليه، فاعتبار فئات التحليل وحدات كبيرة نسبيا يكون تقسيم المضمون إلى فئات فقط غير كاف لإجراء تحليل دقيق، و لهذا كان لابد من تقسيم الفئات أيضا إلى وحدات أصغر منها.²

¹- يوسف تمار، المرجع السابق، ص.11.

²- سمير محمد حسين: تحليل المضمون تعريفاته و مفاهيمه و محدداته، عالم الكتب، القاهرة، د.ط، 1983، ص.88.

و اقتصر بحثنا على استخدام وحدتين فقط و هي وحدة الموضوع و وحدة الزمن التي تعتبران من أهم وحدات التحليل، و تسعى هذه الوحدتين للكشف عن المواضيع التي تطرق إليها برنامج خط أحمر و المدة الزمنية للعرض.

و قد اعتمدنا في دراستنا على الفئات التحليلية التالية:

2- فئات تحليل المضمون:

فئات المضمون (ماذا قيل؟) : و هي الفئات الخاصة التي تسعى لوصف المضمون و تحليله، بهدف الوقوف على كيفية معالجة برنامج خط أحمر للقضايا الاجتماعية، وهذه الفئات هي:

فئة الموضوع : يمثل هذ الجزء الاجابة عن المواضيع الاكثر تناولا في برنامج خط أحمر.

فئة الفاعلين: و هي الفئة التي تتمثل في مجموعة الأفراد الذين يصنعون الحدث و مجموعة المختصين الذين يحللون هذا الحدث وانعكاساته، على هؤلاء الأفراد وعلى المجتمع ككل.

فئة الجمهور المستهدف: يتم الاعتماد على هذه الفئة لمعرفة الجمهور الذي يسعى برنامج خط أحمر للوصول اليه، سواء كان جمهور عام أو خاص.

فئة الاهداف: و هي الفئة التي يتم من خلالها تحديد مجموعة الأهداف المتضمنة في برنامج خط أحمر.

فئة القيم: و هي الفئة التي تتعلق بالوقوف على القيم التي تضمنها برنامج خط أحمر.

فئة المصادر: و هي الفئة التي يتم من خلالها تحديد الشخص أو الجماعة التي تساق التعبيرات على لسانها.

3- فئات الشكل (كيف قيل؟):

و هي الفئات التي تسعى لوصف المحتوى الشكلي للمضمون المراد دراسته، إذ تهتم فئات الشكل بالقوالب و الأشكال الإعلامية التي قدمت من خلالها المادة الإعلامية و في دراستنا تم الاعتماد على الأشكال التالية :

- الزمن: في هذه الفئة يقوم الباحث بقياس المدة الزمنية لما يحتاج قياسه، إذ يمكن هنا معرفة المدة الزمنية للشخصيات الفاعلة في برنامج خط أحمر، من خلال قياس الوقت المخصص لكل شخصية فاعلة في البرنامج .

- اللغة التعبيرية المستخدمة: و هي اللغة المعتمدة في البرنامج سواء من طرف مقدمة البرنامج أو الشخصيات المستضافة أو حتى من ناحية اللغة في الأنواع الصحفية المستخدمة في البرنامج: اللغة العربية الفصحى، اللغة العامية، مزيد بين العامية و الفصحى، اللغة الأجنبية.

- فئة الأنواع الصحفية: تسعى هذه الدراسة الى معرفة الانواع الصحفية المستعان بها في برنامج خط أحمر، سواء كان تقرير، ريبورتاج، أو تحقيق، أو غيرها من الأنواع الصحفية.

ثامنا : مجتمع الدراسة وعينته

يقصد بمجتمع البحث "جميع المفردات و الأشياء التي نريد معرفة الحقائق عليها فقد تكون اعداد في حالة تحليل مضمون وسائل الاعلام، كما قد تكون برامج إذاعية أو نشرات إخبارية، و في حالة دراسة الرأي العام فإن المجتمع هو جميع الأفراد الذين تستهدفهم الدراسة.¹

يقصد بمجتمع البحث في تحليل المضمون: "مجموعة الرسائل المتماثلة و المعتبرة في حوامل يطلق عليها وسائل الاتصال و التي يريد الباحث معرفة خصائصها"²، و عليه مجتمع البحث في دراستنا يتمثل في برنامج خط احمر، و هو برنامج اجتماعي يعرض بقناة "الشروق TV" كل يوم أحد على الساعة 21:15 بتوقيت الجزائر.

¹ - محمد منير حجاب، الأسس العلمية لكتابة الرسائل الجامعية، دار الفجر للنشر و التوزيع، ط3، القاهرة، 2000، ص.29.

² - يوسف تمار، المرجع السابق، ص.20.

عينة الدراسة : تختلف العينة باختلاف الموضوع فصحة نتائج الدراسة أو عدمها يتوقف على طريقة اختيار العينة، و لابد من مراعاة الإمكانيات المادية و الزمنية عند اختيارها و التي يتطلبها البحث التحليلي و الجهد المبذول فيه، و العينة في تعريف لها هي: " اختيار جزء صغير من وحدات البحث اختيارا عشوائيا او منتظما المعروف لدى بعض الباحثين بأسلوب العد العشوائي أو تحكيما قصديا ليشكل هذا الجزء من وحدات مجتمع البحث المادة الاساسية للدراسة، و بذلك فالعينة تعني الجزء الذي يختاره الباحث وفق طرائق محددة، ليمثل مجتمع البحث تمثيلا علميا سليما".¹

و قد اعتمدنا في دراستنا المعنونة بالبرامج الاجتماعية في القنوات الجزائرية الخاصة(دراسة تحليلية وصفية لبرنامج خط أحمر بقناة الشروق TV) على العينة القصدية التي "هي من العينات غير الاحتمالية، و هذا الصنف من العينات لا يخضع الى قوانين الاحصاء و لا الى الصدفة"²، في اختيار أفراد المادة .

تمثلت عينة بحثنا في مجموعة من برامج خط أحمر في الفترة الممتدة من شهر جانفي 2016 إلى شهر جوان 2016 بمعدل حصة كل اسبوع، و بذلك كان مجموع الأعداد المعروضة في هذه الفترة 26 عدد، و لضيق الوقت و استحالة دراسة جميع المفردات في فترة زمنية محددة ولعدم حصولنا على الأعداد كاملة، قد توقفنا عند حجم عينة مكونة من 6 أعداد أي برنامج من كل شهر، على أساس توفرنا على الأعداد، حيث تعكس و تمثل المجتمع الكلي للبحث.

¹ - أحمد بن مرسل، المرجع السابق، ص.170.

و الجدول التالي يوضح لنا عينة الدراسة ممثلة في مفرداتها:

مفردات العينة	تاريخ العرض
1	10 جانفي 2016
2	28 فيفري 2016
3	6 مارس 2016
4	17 أفريل 2016
5	15 ماي 2016
6	5 جوان 2016

الجدول رقم(1) : يوضح توزيع مفردات عينة برنامج خط أحمر

تاسعا : تحديد مفاهيم الدراسة

- مفهوم المعالجة:

لغة: عالج الأمر أصلحه"عالج المشكلة"، عالجه علاجا ومعالجة أي زاوله و داواه.¹
اصطلاحا: تعني اتخاذ مادة الدراسة أو البحث و عرضها بطريقة منهجية كمعالجة موضوعات مشكل ما وتقديمه وعرضه، والمعالجة قد تكون مادية أو إجراء يجري بطريقة معينة أو أي محفز.²

التعريف الإجرائي للمعالجة:

من خلال المقارنة اللغوية و المعجمية لمصطلح "المعالجة" يتبين أن معنى المعالجة هو ممارسة أمر ما و التجريب عليه و الانشغال به عن قرب و كثب و مزاولته بالطرق المباشرة بغية الوصول إلى نتائج الممارسة و بالتالي قمنا بإظهارها وتقديمها حسب متطلبات التجريب.

¹- احمد العايد و آخرون، المعجم العربي الأساسي، المنظمة العربية و الثقافة و العلوم، تونس، 2003، ص.858.

²- بسام مشاقبة، **مناهج البحث الاعلامي**، دار أسامة للنشر و التوزيع، الاردن، 2010، ص.168.

- مفهوم القنوات الخاصة:

تقابلها القناة العمومية التلفزيونية من حيث الملكية والتمويل، القناة الخاصة هي القناة التي يأتي رأس مالها كلياً أو في معظمه من القطاع الخاص وتكون ملكيتها لرأس المال الغالب، وقد يستعمل البعض كلمتي حرة أو مستقلة في هذا المعنى، لكننا نرى في استخدام هذين الكلمتين تجاوزاً لمفهومي الحرية والاستقلالية التي تبقى نسبية في معظم الأحيان ذلك ان مساهمة الحكومات في رأس مال هذه القنوات بشكل أو بآخر لا يكاد يغيب عن جل هذه القنوات، ولئن كان الغموض يسود خارطة تمويل كل هذه القنوات الخاصة، فقد أكدت بعض التصريحات هذا الاتجاه، كما أنه يكفي ان نتابع خطاب قناة ما حتى نتلمس انتمائها و لون الخطاب الذي تسعى لترويجه.¹

التعريف الاجرائي للقنوات الخاصة:

هي قنوات ذات ملكية خاصة اما لشخص يملك رأسمال او مجموعة من الاشخاص او هيئة او منظمة تخضع لقانون الاعلام في البلد التي تمارس فيه القناة نشاطها مثلها مثل الاعلام العمومي او القنوات العمومية و من بينها قناة الشروق Tv.

- مفهوم البرامج الاجتماعية:

التعريف الاجرائي للبرامج الاجتماعية:

نظراً إلى ان هذه الدراسة تتناول البرامج الاجتماعية في الفضائيات الجزائرية الخاصة وبما أن البرامج التي تعني بالقضايا و المشكلات النفسية و الاجتماعية تعد جزءاً من البرامج الاجتماعية، فإن ما تعنيه الباحثتان بالبرامج الاجتماعية في هذه الدراسة، هي البرامج التي تعني بالجانب الاجتماعي وتضع صورة الواقع المعاش علي شاشة التلفزيون ليلتبس بها المشاهد حياة اسر واناس تختلف مستوياتهم، من خلال الخطاب الاعلامي

¹ - المنصف العياري و محمد عبد الكافي، (القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة). مجلة اتحاد اذاعات الدول العربية، العدد 56، تونس، 2006، ص.11.

المتميز الذي نراه في البرنامج، وتختلف اهدافه حسب الوظيفة التي يتبناها كل برنامج اجتماعي وسياسة القناة المنتجة فممنه من يوفر مساعدات معنوية واخر مادية لكن ليس ضروريا ايجاد حلول.

- مفهوم القضايا الاجتماعية:

مفهوم القضية لغة: هي الحكم، وهي مسألة يُتّنازع فيها، وتُعرض على القاضي أو القضاة للبحث والفصل، و القضية قولٌ مكوّنٌ من موضوعٍ ، ومحمول يحتمل الصدق والكذب لذاته ويصحّ أن يكون موضوعاً للبرهنة. **اصطلاحاً:** عده مشكلات متداخله ومتفاعله مع بعضها البعض يصعب احتواؤها او اجتيازها تقف كحواجز دون الوصول الى الهدف او الغاية المبتغاة.¹

مفهوم القضية الاجتماعية: حالة اجتماعية جديدة ، برزت على أسطح المجتمع المتقدم فأحدثت تنغيّراً سلوكيا ومعياريا في بعض الأحيان ، وفكريا في أحيان أخرى ، أفادت البعض وأضرّت البعض الآخر.²

التعريف الاجرائي للقضايا الاجتماعية: القضايا الاجتماعية هي مجموعة من المشكلات تتضمن عدداً من الأحداث المختلفة التي تمرّ بالمجتمع ، ويمكن أن يكون لها أثرٌ إيجابيٌّ أو سلبيٌّ عليه.

¹ - سمير بن خير الدين الله الزهراني، الفرق بين المشكلة و القضية، 28 أبريل 2012، sameerkz، http://sameerkz.blogspot.com/2012/04/blog-post_2881.html، اضطلع عليه بتاريخ 14 مارس

2017، على الساعة 18:14.

² - عائشة الفقيه، واجب و مشكلات و قضايا اجتماعية، 5 جانفي 2013، موقع مشاعرها، http://shsh2030.blogspot.com/2013/01/blog-post_7182.html، اضطلع عليه بتاريخ 14 مارس

2017، على الساعة 19:20.

عاشرا : الدراسات السابقة

الدراسة الاولى:

دراسة "عرزي أمال" حول: برامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية وتأثيرها على قيم وسلوك المراهقين، جامعة الجزائر 3.¹

أجريت هذه الدراسة سنة 2009 في ولاية سكيكدة.

ينحصر التساؤل الرئيسي للدراسة فيما يلي: ما هو تأثير برنامج ستار أكاديمي في الفضائيات اللبنانية على قيم وسلوكيات المراهقين الجزائريين وما طبيعة تفاعلهم معه؟ وتهدف هذه الدراسة إلى معرفة الانماط السلوكية والقيمية التي يحاول برنامج ستار أكاديمي توصيلها إلى الجمهور، اما فرضياتها تتمحور حول أن برنامج ستار أكاديمي يتضمن العديد من القيم، كما يضمن الكثير من السلوكيات منها الايجابية ومنها السلبية.

استخدم برنامج ستار أكاديمي مجموعة أو خليطا من القوالب الفنية، ما يجعل متابعته ممتعة وغير مملة وتندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية المسحية لذا لجأ الباحث إلى استخدام ثلاث أدوات لجمع البيانات هي: الملاحظة البسيطة، تحليل المحتوى و استمارة الاستبيان أما مجالات هذه الدراسة فكانت كما يلي:

- المجال الجغرافي (المكان): منطقة ولاية سكيكدة.

- المجال البشري: وهو عينة من المراهقين المتمدرسين قوامها 160 مفردة، موزعة على 4 مؤسسات تربوية توزيعا غير متساوي.

- المجال الزمني: ويمثل مدة الدراسة الميدانية التي بدأت منذ انطلاق البرنامج في دورته الخامسة 2008م، واستمرت لمدة 18 أسبوعا أي من 25 جانفي 2008 إلى 09 ماي

¹ - عريزي أمال، برامج تلفزيون الواقع في الفضائيات العربية و تأثيرها على قيم وسلوك المراهقين، مذكرة مكلمة لنيل شهادة الماجستير، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر 03، 2009.

2008م تاريخ انتهاء البرنامج، وقد كانت العينة من 18 حلقة من البرنامج عينة حصصية.

أهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة:

إن متابعة المراهقين لبرنامج ستار أكاديمي لم تجعلهم يمارسون السلوكيات السلبية أكثر خاصة المتعلقة بالقيم الأخلاقية والدينية مثل: تأخير الصلاة وعدم الاهتمام بها التأخر في القيام بالواجبات الدراسية، بينما نجد أن متابعة أفراد العينة لبرنامج ستار أكاديمي جعلتهم يقومون بممارسة السلوكيات الايجابية أكثر مثل: سلوك ممارسة الرياضة، احترام خصوصيات الآخرين، ارتداء ملابس حسب الموضة والاهتمام بالمظهر أكثر.

كيفية الاستفادة من هذه الدراسة:

- التعرف على القيم والسلوكيات التي تضمنها برنامج ستار أكاديمي في الفضائية اللبنانية LBC.

- برزت الدور الذي يلعبه البرنامج في التأثير على المشاهد.

- الاعتماد على بعض الخطوات التي اتبعت في الدراسة التحليلية الوصفية التي قامت بها الباحثة .

الدراسة الثالثة:

دراسة "مايا باشا" حول: الحصص الخاصة في التلفزيون الجزائري "دراسة وصفية تحليلية لحصة و كل شيء ممكن".¹

اجريت هذه الدراسة سنة 2007 / 2008 بجامعة الجزائر "بن يوسف بن خدة".

ينحصر التساؤل الرئيسي للدراسة في التالي : ما هي الرسالة الإعلامية التي تعمل الحصة التلفزيونية الخاصة " و كل شيء ممكن" على تمريرها للتخفيف من الآفات الاجتماعية ؟

¹ - مايا باشا، الحصص الخاصة في التلفزيون الجزائري دراسة وصفية تحليلية لحصة " و كل شيء ممكن"، مذكرة لنيل شهادة الماجستير، قسم علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر بن يوسف بن خدة، 2008.

وتهدف هذه الدراسة الي معرفة مل تقدمه حصة "و كل شيء ممكن " المعلومات الكافية حول الآفات الاجتماعية، و طبيعة تفاعل الجمهور معها.

اما فرضياتها تتمحور حول مدى مساهمة الحصة في تحقيق التوعية والوقاية من الآفات الاجتماعية السائدة في المجتمع.

وتتدرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية المسحية لذا لجأ الباحث إلى استخدام المنهج المسحي، و اراد ان تكون أداة البحث العلمي المستخدمة هي : تحليل المضمون المتعلق بتحليل الرسالة الإعلامية.

أهم النتائج التي توصلت اليها الدراسة :

أن حصة "وكل شيء ممكن" ساهمت في كسر بعض الطابوهات (المواضيع المحرمة) داخل المجتمع الجزائري بتطرقها لهروب المراهقين إهمال الوالدين وأسباب هذه الآفات ومحاولة إيجاد حلول لها، و ان الحصص الاجتماعية الخاصة تتطرق إلى مواضيع حساسة و أنية مأخوذة من رحم المجتمع و تمثل انشغال المواطن فيه إضافة إلى أن الحصص المباشرة تكسب ثقة المشاهد و تكسب التلفزيون مصداقية اكبر من خلال فتح الحوار المباشر مع الجمهور عن طريق الهاتف للمشاركة فيها وبالتالي كلما كانت الحصة تبتث علي الهواء مباشرة كلما زاد اهتمام المواطن بالمعلومات التي تقدمها.

كيفية الاستفادة من هذه الدراسة:

- التعرف على مدى مساهمة حصة كل شيء ممكن في التوعية للوقاية من الآفات الاجتماعية، و الاعتماد على بعض الخطوات التي اتبعت في الدراسة التحليلية الوصفية التي قامت بها الباحثة.

المبحث الأول: القنوات الجزائرية الخاصة "بداية التحول"

المطلب الأول: مدخل عام للانفتاح السمعي البصري في الجزائر

في الجزائر كان القطاع السمعي البصري و لايزال محط اهتمام الحكومات المتعاقبة والجدير بالذكر هنا السيطرة على مؤسستي التلفزيون والإذاعة، ولم يساهم تغيير الدساتير من طرف الحكومات المتعاقبة في تغيير ذهنية التعامل مع مؤسستي التلفزيون والإذاعة، وإذا كان دستور 1989 قد أحدث ثورة في مجال التعددية الحزبية و التعددية الإعلامية، فإن المشهد الإعلامي السمعي البصري لم يشهد الانفتاح الذي أقره دستور 1989 ودعمه قانون الاعلام لعام 1990¹، حتى مطلع عام 2012 ظهرت القنوات الجزائرية الواحدة تلو الأخرى على إثر ما جاء به القانون العضوي 2011 والذي حدّ من حرية الصحافة المكتوبة أكثر مما هو موجّه لفتح القطاع السمعي البصري، وفي تصريح لميلود شرفي رئيس سلطة الضبط السمعي البصري في ندوة حول "واقع وآفاق قطاع السمعي البصري في الجزائر" بجامعة عبد الحميد ابن باديس بمستغانم "بأن هناك قفزة نوعية في مجال السمعي البصري في الجزائر من خلال وجود أكثر من 40 قناة تسيّر بقانون أجنبي وتبث برامجها من الخارج كما دعا أيضاً، القنوات التلفزيونية التابعة للخواص إلى التكيف مع قانون السمعي البصري الجديد في الأيام القادمة حتى تصبح قنوات جزائرية.²

أمّا بخصوص قطاع الاعلام جاء مشروع وزير الاتصال ناصر مهل، مبشراً بعهد جديد من الإصلاحات أبرزها فتح هذا القطاع على الاستثمار الخاص وكان الأمر وراء التعديلات السياسية التي جاء بها خطاب رئيس الجمهورية عبد العزيز بوتفليقة في 15 افريل 2011

¹ - رمضان بلعمري، القطاع السمعي البصري في الجزائر: إشكالات الانفتاح، مذكرة ماجستير، كلية العلوم السياسية و الاعلام، جامعة الجزائر، 2012، ص.ص. 2.1.

² - ميلود شرفي: أكثر من 40 قناة جزائرية خاصة تبث من الخارج، نشر يوم 13-05-2015، في الشروق اليومي، <http://www.echoroukonline.com/ara/?news=244513>، اطلع عليه بتاريخ 06 مارس 2017 على الساعة 22:34.

بإعلانه على تعديل الدستور خاصة في مجال الاعلام، الظروف الدولية التي تميزت بما اصطلح عليه "بثورات الربيع العربي" وما تبعها من اسقاط للأنظمة، و يرى في هذا الاطار السيد علي جري المدير العام السابق ليومية الخبر" أن الكثير من المهنيين رحبوا بمشروع القانون و بالخطوة الجديدة القديمة التي أقدمت عليها السلطة ممثلة في الباب الرابع من المشروع المتعلق بممارسة النشاط السمعي البصري، ويمكن أن نستعرض المادة التي جاء فيها مسار الترخيص لإنشاء القنوات الخاصة من مشروع القانون العضوي المتعلق بالاعلام 2011، حيث يستوجب القانون بحسب منطوق المادة 43 "انشاء كل خدمة للاتصال السمعي البصري و التوزيع عبر خط الارسال الاذاعي المسموع أو التلفزيوني وكذا استخدام الترددات الاذاعية الكهربائية إلى ترخيص يمنح بمرسوم، وبعد الحصول على هذا الترخيص يجب ابرام اتفاقية بين سلطة ضبط الاتصال السمعي البصري و المستفيد من الترخيص"¹.

تعددت الآراء حول قطاع الإعلام السمعي البصري بالجزائر، والهّم واحد، حيث أن معظم الاجتهادات لم تكن لتبارح مكانها دون الاستناد الى تشريعات لازمة، وترسانة قوانين تضمن وتهيئ الأرضية لتحرير الفضاء الإعلامي المرئي والمسموع، بعد أن ظلّ محتكراً من قبل المؤسسات العمومية منذ الاستقلال، و في إطار الإصلاحات التي وعد بها الرئيس بوتفليقة وبعد فترات انتظار وجدل طويلين صدر قانون الإعلام المنظم "للقطاع السمعي البصري" لكن صدوره لم يمهّد حالة الجدل بقدر ما عززها بشكل أكبر، حيث أن القانون يحصر النشاط الإعلامي المرئي والمسموع في القنوات الموضوعاتية وفقاً للمادة 17 التي تنص على "إنشاء قنوات موضوعاتية ومتخصصة" فقط، ولا يسمح لها بإدراج برامج إخبارية إلا وفق حجم يحدد في رخصة الاستغلال، وهو ما يعتبره البعض تقييداً لحرية التعبير ويتنافى مع روح الإصلاحات الموعودة"².

¹ - رمضان بلعمرى، المرجع السابق، ص. 35 .

² - محمود أبو بكر، القنوات التلفزيونية الخاصة: عندما تتحول الصحف إلى علب فضاء، نشر في 24 سبتمبر، الحياة، <http://www.elhayatonline.net/article8462.html>، اضطلع عليه يوم 06 مارس 2017، على الساعة 23:01.

فالتعددية الحزبية لا يمكن أن تطبق كما ينبغي إلا في ظلّ تعددية وحرية للإعلام، و بعد مرور 50 سنة من تبني سياسة الإعلام الذي فقد مصداقيته لدى مختلف فئات المجتمع فتحت هذه التعددية باب الحوار مع الأفراد من خلال مبدأ حرية الإعلام و الصحافة وان كانت نسبية هذا ما استدعى انشاء هذه الفضائيات الخاصة.¹

وبالرغم من مصادقة المجلس الشعبي الوطني في جانفي على القانون المنظم " للسمعي البصري" وصدوره بالجريدة الرسمية في 23 مارس 2014 ، فإن القطاع لم يشهد بعد حراكاً يعيد تعريف ما ظل متوقعا من صدور القانون، سيما وأن التباطؤ في استصحاب "التشريع" بتدابير تنفيذية سواء على المستوى القانوني أو الإداري البيروقراطي، قد ساهم في استمرار الوضع على ما هو عليه، لذا أكد الكثير من المختصين أن "الترسانة القانونية" ليست كافية لضمان " تنافس حقيقي " على مستوى الفضاء الإعلامي المرئي والمسموع. وذلك أيضا لعدم قدرة هذه القنوات القائمة التكيّف مع الثغرات الموجودة في القانون الخاص بالسمعي البصري، التي تشكل إشكالات فيما يتعلق بعدم تعريف المحددات الرئيسية التي وضعت وعلى إثرها تتم ممارسة الإعلام في الجزائر للخواص كذلك تسوية وضعية هذه القنوات حتى تكتسب "الصفة الجزائرية"، وتقف هذه الثغرات حائلاً دون تحقيق خدمة إعلامية لتشق بها القنوات القائمة حالياً طريقها نحو الاحترافية.²

المطلب الثاني: الإعلام الفضائي الجزائري الخاص

1-الإعلام الفضائي الخاص:

تمول هذه المحطات من قبل مؤسسات ومنظمات شركات خاصة، وتعتمد غالبا على الإعلانات لتغطية نفقاتها، وتحقيق الأرباح للجهات التي تديرها وتشرف عليها، وهناك التلفزيون الكبلي وهو خدمة تلفزيونية يدفع المشاهد اشتراكا للحصول عليها بينما ترسل

¹ نصر الدين العياضي، فن البرمجة واعداد الخارطة البرمجية في القنوات التلفزيونية العربية " دراسة تحليلية للأسس والدلالات"، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، العدد 59، 2007، ص. 367 .

² محمد أبو بكر، المرجع السابق، <http://www.elhayatonline.net/article8462.html>

محطات التلفزيون العامة والتجارية إشارتها عبر موجات هوائية نجد أن الإشارات التلفزيونية الكيبلية تصل إلى منازل المشتركين عبر الكيبلات، وتحمل بعض نظم هذه الكيبلات أكثر من مائة قناة، و تتركس هذه القنوات المتنوعة والمتعددة العديد من البرامج المتخصصة مثل الأفلام الأخبار البرامج السياسية و الثقافية غيرها.¹

-الإعلام الفضائي الجزائري من العام الى الخاص:

تعد القنوات الجزائرية الخاصة التي تمتلكها وتديرها رؤوس الأموال الجزائرية إحدى المعالم الحديثة للإعلام الجزائري، حيث برزت هذه القنوات كنتيجة للتغيرات السياسية في الوطن العربي، وكذا لثورة الاتصالات بعد عقود طويلة من احتكار الحكومات العربية للإعلام المرئي والمسموع، وقد شهدت السنوات القليلة الماضية تدفقا هائلا لرأس المال الجزائري الخاص في مجال إطلاق القنوات الفضائية الجزائرية، التي تعتبر قنوات أجنبية لأنها تبث من خارج الوطن ارتباطها بالجزائر في المضمون فقط واستطاعت العديد من هذه القنوات الفضائية جذب اهتمام المشاهد الجزائري وحقق بعضها رغم قصر المدة فكرة الاستقلال التام لبعض المحطات الخاصة، مع ذلك فانه القنوات الفضائية الخاصة قد استطاعت تحريك المياه الراكدة في مجال الإعلام التلفزيوني الفضائي العربي، وتمثل القنوات الفضائية الخاصة إحدى خطوات تطور الخدمات الاتصالية العالمية، والتي بدأت بمرحلة الصفاة التي تستهدف الوصول إلى صفاة المجتمع وتطورت إلى مرحلة الحشد التي تستهدف ملاقة اهتمامات جميع أفراد المجتمع، إلى مرحلة التخصص التي تستهدف خدمة احتياجات جماهير محددة وأخيرا مرحلة التفاعل التي تهدف إلى التبادل والتفاعل بين الجمهور وقنوات الاتصال وبتزايد خلالها التحكم الانتقائي للجمهور في المعلومات التي يتم اختيارها.²

¹-هناك السيد، الفضائيات وقادة الرأي "دراسة أثرها على السلوك"، دار الفكر العربي للنشر والتوزيع، القاهرة، 2005، ص.37.

²- هبة شاهين، التلفزيون الفضائي العربي، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، 2006، ص.102.

المطلب الثالث: تعريف القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة و أنواعها

1- تعريف القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة

بما أن القنوات الفضائية هي محطات تلفزيونية ثبت إرسالها عبر الأقمار الصناعية وهذا الإرسال يتجاوز الدولة المرسله إلى دول أخرى عبر الأقمار الصناعية ليلتقط من خلال أجهزة خاصة للاستقبال وأطباق لاقطة. فإن ظهور ما كان سمة من سمات مواكبة العصر وقد تميزت هذه القنوات بكونها شمولية وجامعة، حيث امتازت شبكة برامجها بالتوجه نحو جمهور عريض من مختلف الأعمار ومختلف الأذواق كما أنه من مختلف الأذواق الاجتماعية والفكرية والثقافية وبتقدم تكنولوجيا وسائل الإعلام وتطورها والتي مرات بعدة مراحل ابتداء بمرحلة الصفوة حيث تميز جمهورها بصغر حجمه وارتفاع مستواه المادي والتعليمي، ثم جاء مرحلة الحشد أين واصل الإعلام إلى جميع الفئات العمرية وكل قطاعات المجتمع أما مرحلة التخصص فهي هذه المرحلة التي نعيشها والتي تتميز بظهور جماعات مفككة من الجمهور العريض والذي تسعى وسائل الإعلام لمخاطبته، فظهرت القنوات المتخصصة وهي عبارة عن تلك القنوات الفضائية التي تخلت عن شمولية المضمون والمقصد، لتعطي كامل اهتمامها في فرع واحد وتتولد منه جزئيات، كما في القنوات الرياضية المختصة في رياضة كرة القدم، إذن هذه القنوات المتخصصة أصبحت أكثر استيعابا لميولات المشاهد ورغباته في عصر تميز بالتخصص في أكثرية المجالات، وأصبح التلفاز أشبه بمعرض يتجول في الشخص ليختار ما يتناسب ومنظومته القيمية، وهويته الفكرية أيضا وغاياته واهتماماته.¹

¹ - هناء السيد، مرجع سابق، ص.37.

2- أنواع القنوات الجزائرية الخاصة:

* **قنوات متخصصة في المضمون:** وهي تلك التي تقدم نوعية معينة من المواد والبرامج المتخصصة، وتتوجه نحو جمهور عام، كما في قنوات الدراما، قنوات الموسيقى القنوات الدينية و القنوات الرياضية كقناة "ستاد نيوز" و قناة "الهداف".

* **قنوات متخصصة في الجمهور الذي تخاطبه:** وهي تلك التي تخاطب جمهور محدد يشترك في صفات معينة، وتتميز برامجها وموادها بما يلائم هذه النوعية من الجمهور كقنوات الأطفال كقناة "قناة جرجرة" و قنوات الأسرة و المرأة كقناة "سميرة تقي".¹

المطلب الرابع: القنوات الجزائرية الخاصة و أسباب و دوافع ظهورها

1- القنوات الجزائرية الخاصة:

كانت أولى التجارب لجريدة النهار الجديد التي أطلقت قنواتها" تي في" في بدايات 2012 لتتبعها صحف أخرى كالشروق والبلاد والأجواء ووقت (دزاير تي في) والخبر (kbc) والمستقبل و غيرها من الصحف التي سعت للتحويل إلى قنوات فضائية، حيث لم يعد الأمر يحتاج إلى إجراءات كثيرة ومعقدة، أو إلى ميزانيات طائلة، كما في السابق فالمدن الإعلامية العربية كما هو مثلا "المدينة الإعلامية الأردنية" البحرينية وكذلك مدينة دبي للإعلام، توفر خدمة مميزة بتكاليف معقولة ودون إجراءات إدارية معقدة وطويلة حيث تضمن البث الفضائي على كل من الأقمار Arab Sat Badr والقمر Nilesat 103 بمعدل نقل بيانات

عال وذلك مقابل مبلغ لا يتجاوز ال 30 ألف دولار شهريا، بالإضافة إلى تكاليف إيجار مكتب داخل حرم المدينة الإعلامية لغايات التحكم والمتابعة، ليبقى الأمر الآخر هو توفير

¹ عاطف عدلي العبد، القنوات المتخصصة- أنواعها، جمهورها بحوثها و أخلاقياتها، دار الإيمان للطباعة،

القاهرة، 2006، ص.ص.9.8.

² نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة و السمعية البصرية في الجزائر، دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008، ص.124.

مقر بالجزائر كأستوديو لتسجيل بعض الحصص ونشرات الأخبار لتتحول أي مؤسسة صحفية أو مجموعة صحفيين إلى قناة فضائية تخاطب العالم.²

ونستعرض بعض الفضائيات الجزائرية الخاصة الأولى في الساحة الإعلامية الجزائرية:
-قناة النهار:

قناة جزائرية إخبارية مستقلة تابعة لجريدة النهار الجديد الجزائرية انطلق بثها التجريبي يوم 6 مارس 2012 اتخذت القناة مقرها الرئيسي بالعاصمة الأردنية عمان ليبدأ البث من هناك على قمر نايل سات، تهتم القناة بالشأن الإخباري والسياسي في الجزائر حيث أن برنامجها ستكون مزيجا بين الأخبار والرياضة وأخبار الاقتصاد في الجزائر وكذا أخبار الصحف الوطنية والعديد من البرامج الأخرى كالوثائقيات، أحوال جوية... إلخ و من برامجها نذكر حصة تفسير الاحلام التي اشتهرت على قناة النهار من تقديم الشيخ بوحريرة و حصة ما وراء الجدران، حصة صريح جدا، دلال خير، تحريات، قهوة الجرنال و غيرها.

- قناة الشروق tv:

هي قناة جزائرية مستقلة تابعة لمؤسسة الشروق انطلق البث التجريبي لها في عيد الثورة وذكرى تأسيس جريدة الشروق اليومي (الجزائر) حيث اتخذت مكتبا بالجزائر بينما يبدأ البث من عمان وبيروت وسيتوسع إلى دبي والدوحة على نايلسات، أطلقت مؤسسة الشروق بداية من الساعة الصفر لليوم الأول من نوفمبر 2011، البث التجريبي لقناتها الشروق على القمر الصناعي نايلسات وجاءت هذه الانطلاقة في الذكرى الـ 57 لاندلاع ثورة التحرير الجزائرية المباركة، و الذكرى الـ 11 لتأسيس يومية الشروق.

ستبت كمرحلة أولى من العاصمة الأردنية، عمان وبيروت، على أن يتوسع البث انطلاقا من المدينة الاعلامية بدبي في الإمارات العربية المتحدة، والعاصمة القطرية الدوحة، في انتظار فتح مكتب للقناة قريبا بالجزائر العاصمة وعدد من ولايات الوطن بعد انطلاق البث الرسمي. الانطلاق الرسمي للقناة، كان مع بداية العام الجديد 2012، بعد نحو 3 أشهر من البث

التجريبي، حيث بثت قناة "الشروق" باقة من الأشرطة الوثائقية والتثقيفية، بالإضافة إلى أناشيد وطنية وآراء المشاهدين الكرام والقراء الأوفياء، وما ينتظرونه من هذه القناة الجديدة.¹

-قناة الجزائرية:

قناة جزائرية خاصة تم إطلاقها على القمر الصناعي أتلانتيك بيرد 7، انطلق بثها التجريبي شهر فيفري من عام 2012 و بعدها انطلق بثها الرسمي ابتداء من يوم 05 جويلية 2012 بشبكة برمجية ثرية جدا، تهدف القناة من خلال برامجها إلى إيصال صورة أكثر إشراقا عن الجزائر، غير ان اخراجها نوعا ما عن التقاليد الجزائرية المحافظة طرح أكثر من تساؤل حول ماهية قناة من هذا النوع وفي مثل هذا الوقت وحول مصادر تمويلها. لكن تبقى الكلمة لمالكي القناة الذين أكدوا أنها من تمويل جزائري 100%.

من برامج القناة: فن الطياب، جزائريات. ، قهوة حليب ، دزيرنا، قهوة الGOSTO.

-قناة الهقار Hogar TV: هي قناة جزائرية مستقلة تم افتتاحها في شهر ماي 2012 يوجد مقرها في لندن، القناة ملك لحسان بومعروف صاحب شركة المشروبات "فلاش" وشريكه محمد مولودي صاحب دار الوعي للنشر، القناة عامة ناطقة بالعربية، محافظة باعتبار أن الناشر محمد مولودي درس الشريعة الإسلامية في سوريا و لبنان وأغلب إصدارات دار الوعي تهتم بالجانب الديني.

القناة تعرض العديد من الأفلام الأجنبية المدبلجة بالفرنسية وكذلك تعرض مسلسلات كورية أمريكية مترجمة بالفرنسية، أخبار يومية، برامج اجتماعية، وسياسية وثقافية وأخرى دينية.

-قناة نوميديا نيوز: قناة جزائرية إخبارية دولية مستقلة و قد أخذت هذا الاسم تيمنًا بمملكة نوميديا الامازيغية التي قامت في عصورها ما قبل التاريخ و هي الجزائر حاليا انطلق بثها في أكتوبر سنة 2012 تتناول القناة مختلف القضايا الراهنة في العالم توعدها مشاهديها

¹ - موضوع شامل عن القنوات الجزائرية، نشر بتاريخ 12 نوفمبر 2012، منتدى ستار سات،

<http://www.star7arab.com/f.asp?t=198095>، اضطلع عليه في 07 مارس 2017، على الساعة 12:13.

بالاحترافية والموضوعية لها مراسلين و مكاتب في مختلف دول العالم (فلسطين، أمريكا، البرازيل، مصر، سوريا، الصحراء الغربية، تونس، ليبيا، الاردن، اليمن، بلجيكا، تركيا، فرنسا، بريطانيا، الصين، الجزائر ، كندا، الامارات...) من أهم برامج القناة نجد: نشرة الجزائر، برنامج مال و أعمال، المجلة الرياضية، نوميديا نيوز أكاديمي و غيرها.¹

-قناة دزاير 24 :

قناة إعلانية تجارية شعارها " اعلن بالصرف و خلي الكاغط عندك" و هي قناة جزائرية متخصصة في بث و نشر الاعلانات التجارية و قد رأت النور في شهر ماي 2013.²

* **قناة سميرة تيفي:** هي قناة متخصصة موجهة للنساء الجزائريات تهتم بالطهي، الخياطة، التقاليد، مقرها بالجزائر العاصمة، من برامج القناة جنان لالة، كل يوم طبخة، قسطبينة، خفيف ظريف.

2- أسباب و دوافع ظهور القنوات الجزائرية الخاصة:

ترتب على الظروف بداية ظهور الظفرة الحالية في وسائل الإعلام العربية تحت ضغط الإعلام الغربي، إذ تعززت حالة التأثير الغربية الإعلامية على الإعلام العربي في المرحلة الأولى من خلال سيطرة الإعلام الغربي على مصادر الأخبار وتوزيعها من خلال قوة واحترافية الإنتاج الإعلامي الذي امتلك شركات إعلاميه غربية ضخمة سيطرت على المنتج الاعلامي العربي بمختلف أدواته في مرحلة العولمة الفضائية.

فحتى وقت دخول الإعلام مرحلة العولمة لم تتمكن الدولة العربية من تطوير أدواتها الإعلامية، كما لم يكن الإعلام العربي قد ارتقى في حلة عربية أوسع حيث لم يجر حتى

¹ - موضوع شامل عن القنوات الجزائرية، مرجع سابق، <http://www.star7arab.com/f.asp?t=198095>.

² - موضوع شامل عن القنوات الجزائرية، المرجع السابق، <http://www.star7arab.com/f.asp?t=198095>.

² - منصور بن كادي، البرامج السياسية في الإعلام الفضائي الجزائري الخاص ودورها في تنمية الوعي السياسي لدى الطالب الجامعي، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر، بسكرة، 2015/2014، ص.ص.62.63.

بناء وكالة أنباء عربية موحدة لتبادل الأخبار بين الدول العربية ذاتها، كما لم تنشأ شركات عربية قوية في مجال إنتاج البرامج أو الأفلام أو غيرها على مستوى عربي.²

- يمكن ارجاع أسباب و دوافع ظهور القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة الى:

* تراكم المخزون السمعي و البصري و الذي كان نتاج سنوات، تمثل في الكثير من الافلام السينمائية و العديد من الحفلات الموسيقية و البرامج الوثائقية، هذا المخزون ساهم في ايجاد نوع من الانتاج القابل لإعادة البث.

* زيادة رؤوس الأموال المستثمرة و الممولين في مجال الإعلام الذي أدى الى ظهور الإعلام الخاص الذي كان له أهدافه و نظرتة للإعلام، بعدما كان الاعلام الحكومي هو المسيطر و لمدة طويلة و الذي تميز بالشمولية.

*العوامل التكنولوجية الحديثة التي ساهمت في تطور تقنيات البث خاصة منها تقنيات البث المباشر، و الوسائل الحديثة في مجال إنتاج الصورة و تسويقها.

*و ربما يرجع السبب الرئيسي الى الانفتاح الاعلامي بعدما سعت الدولة الجزائرية بعد عقود من احتكار مجال السمعي البصري بالجزائر الى فتح هذا المجال على القطاع الخاص، بعد التحولات السياسية و الاجتماعية التي عرفتها بعض الدول العربية من خلال ما بات يعرف بالربيع العربي.¹

ويمكن القول هنا أن الجزائر كانت سابقة عهدها في التحول الديمقراطي وعرفت ثورة عنيقة وكما شهدت الجزائر غياب في ثقافه الديمقراطية بفعل ميلاد عنيف للديمقراطية والذي لم يكن عن قناعة سياسية، وانطلاقا من هنا يمكن القول أن: الجزائر من الدول الأولى التي شهدت ثورة الربيع العربي التي تنشر عن خطابها في التحول الديمقراطي و السياسي .

وبهذا فقد بدأت لعبة الديمقراطية في المجتمع الجزائري لأسباب متعددة بعضها داخلي والمتمثل في " حاجة النظام إلى فاعلين سياسيين جدد لهم مصداقية وامتداد داخل الأوساط الشعبية حيث كانت البداية في عام 1989 الذي أعطى إشارة الانطلاق نحو التحول

¹ - المنصف العياري و محمد عبد الكافي، المرجع السابق، ص.ص.13.14.

الديمقراطي بالاعتماد على التعددية الحزبية مع التأكيد على حرية الرأي والتعبير للجمعيات الأمر الذي ولد مع مرور عدة سنوات حرية الإعلام وهذا عام 2012. ولعل أحداث الربيع العربي وما سنته من قوانين ومبادئ تحولية في سياسة الدولة الجزائرية وللوصول إلى الديمقراطية التي يطمح إليها أفرادها كانت على نصوصها فتح قنوات فضائية خاصة تبرز السلطة الفضائية الخاصة، وهكذا فإن الاتصال الجماهيري وأدواته جعلته مسرحاً تدور من خلاله أحداث الحياة السياسية هذه الأخيرة التي اعتبرت شكلاً من أشكال الطابو السياسي.¹

المبحث الثاني: البرامج الاجتماعية المفهوم، الخصائص و كيفية إعداد البرامج

المطلب الأول: مفهوم البرامج التلفزيونية الاجتماعية

1- مفهوم البرامج التلفزيونية:

البرامج التلفزيونية هي المادة التلفزيونية المتنوعة من البرامج الإخبارية والاجتماعية والثقافية والدينية والترفيهية والتعليمية وغيرها مما يعرض على شاشة التلفزيون.²

البرنامج التلفزيوني يعرف وفقاً لنظريات الاتصال لفاروق ناجي محمود على أنه:

*الرسالة: وبما أنها رسالة فهذا يعني يجب ان يكون هناك:

*مرسل: يقوم بتحرير الرسالة وإرسالها إلى:

*مستقبل: يقوم باستلام هذه الرسالة التي يجب أن ترسل عبر وسيلة ما أي

*قناة: يتم من خلالها إيصال ما حرره المرسل في رسالة لكي تصل إلى المستقبل أي قناة

الاتصال وقناة الاتصال في البرنامج التلفزيوني هي الصوت والصورة المتتابعان في ما

يسمى تعلم يوصل إلى المستقبل عبر أجهزة البث الموجودة في المحطات التلفزيونية و أجهزة

الاستقبال الموجودة عند المستقبل إذا فإن العناصر الرئيسية للبرنامج التلفزيوني وفقاً لما

¹ - محمد بوضياف، الأحزاب السياسية ومنظمات المجتمع المدني في الجزائر، دار المجد للنشر و التوزيع، سطيف، 2010، ص.06.

² - سكيمة خضرة وحبوسي صليحة، مشاهدة البرامج التلفزيونية العنيفة وعلاقتها بظهور العدوانية لدى تلاميذ السنة الأولى متوسط (9-12) سنة، رسالة ماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، تخصص عن النفس المدرسي، جامعة أكلي محمد ولحاج، البويرة، 2013، ص. 28.

تحده نظريات الاتصال هي: رسالة من مرسل عبر قناة إلى مستقبل. ولغرض تحقيق الأهداف في المستقبل من قبل المرسل لابد ان يكون المرسل قادرا على إيصال الرسالة التي تستغرق زمنا قد يصل إلى ساعة أو أكثر حسب البرنامج التلفزيوني كاملة أي عليه أن يجعل المستقبل مستعدا لاستلام الرسالة عبر زمنها دون أن يعرف عنها.¹

2- مفهوم البرامج التلفزيونية الاجتماعية:

يعد هذا النوع من البرامج الأكثر تعددا، إذ يشمل إضافة إلى برامج الأسرة والبرامج التي تعالج المشاكل الاجتماعية، البرامج الفنية الموجهة للشباب أو الأطفال أو المرأة وغيرها من البرامج المتعلقة بالأسرة كالبرامج الصحية.

إن مضمون البرامج الاجتماعية يعتمد على الموضوع والفئة الموجه لها، فالبرامج الموجهة للأطفال تختلف في مضمونها و فقراتها على تلك التي نعدها للشباب، من حيث المفردات المستخدمة في الصياغة و عبارات المخاطبة و نوعية المادة التي يضمنها البرنامج، لكن البرامج الاجتماعية بمجملها تتصف بقربها من الجمهور المستهدف وتتناول المواضيع القريبة من الناس بما يتعلق بأمورهم الحياتية اليومية ومشاكلهم وطموحاتهم وأدائهم واجتهاداتهم. ويقوم البرنامج الاجتماعي في الغالب على مبدأ المشاركة الجماهيرية في إنتاجه من خلال المقابلات الميدانية التي يقوم بها مقدم البرنامج، و من خلال الاتصالات الهاتفية أو الأرقام الصناعية أو الاتصالات من خلال الرسائل التي تصل إلى برنامج ما، ذلك لأن مضمون البرنامج الاجتماعي يكون محوره الأساسي الجمهور نفسه بواقعه ومشاكله وآرائه ووجهات نظره.

المطلب الثاني: خصائص وسمات البرامج الاجتماعية

تعتبر البرامج الاجتماعية شكلا من أشكال البرامج الحديثة نسبيا في الجزائر والعالم العربي وبها العديد من الخصائص والسمات التي تميزها عن غيرها من البرامج وتنبؤ في:

¹ - فاروق ناجي محمود، البرنامج التلفزيوني كتابته ومقومات نجاحه، دار الفجر للطباعة والنشر، بغداد، 2007، ص. 19.17.

-الحالة.

-الإشارة.

-ارتفاع نسبة المشاهدة.

-تنوع الجمهور المستهدف.

-التفاعل مع المشاهد.

-المصداقية وحرية التعبير .

ومن خلال ما سبق يتضح أن البرامج الاجتماعية تعتبر أحد الأشكال البرمجية التي تتمتع بالعديد من الخصائص التي تهتم في بناء هذا القالب البرمجي الذي يتمتع بالمصداقية والحيوية والجاذبية والتفاعلية مع الجمهور، وذلك يجعلها أكثر شعبية وجماهيرية وأداة قوية للاستعانة بها في التأثير على سلوك الأفراد والقيم الاجتماعية والرأي العام.¹

المطلب الثالث: كيفية إعداد البرامج الاجتماعية

إن الإعداد لهذا النوع من البرامج يتطلب العمل على خلق العلاقات الاجتماعية مع الناس عامة و مع المهتمين بالدراسات الإنسانية والاجتماعية خاصة كالأطباء النفسيين و التربويين وممثلي المؤسسات والمنظمات الإنسانية و الاجتماعية.

الإعداد يحتاج إلى تنسيق و ترتيب بين فقرات البرنامج وهو يتطلب التنسيق لإنتاج كل فقرة من الفقرات. و الاعداد للبرامج الاجتماعية يكون وفق العناصر التالية:

1-إعداد فكرة البرنامج تتمثل في كونه برنامجا اجتماعيا يعالج قضايا تهم المجتمع.

2-المحاور العامة للبرنامج حسب نوعية البرنامج الاجتماعي.

3-تحديد مواضيع الزوايا السابقة.

¹- ابراهيم عزيز، تكنولوجيا الاتصال الحديثة و تأثيراتها الاجتماعية و الثقافية، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2012، ص ص.197.198.

4-تحديد الفترة الزمنية لكل زاوية من زوايا البرنامج وهذا حسب المدة الزمنية المخصصة للبرنامج ككل.

5-جمع المعلومات وهنا يأتي دور معد البرنامج والمنسقين معه فريق الإعداد.

6-ترتيب فقرات البرنامج.

7-الصياغة.

8-التنسيق هنا مع المعد والشخص المستضاف إليه اثناء تسجيل البرنامج او إذا كان على الهواء مباشرة حسب نوعية البرنامج، وكذلك على المعد أن ينسق مع المخرج والمكتبة الموسيقية لتزويده بالمدة الموسيقية وعليه أن ينسق مع مسؤول الاستوديوهات لتحديد موعد لتسجيل كل فقرة.¹

المطلب الرابع: مفهوم الإعلام الاجتماعي وشروطه:

1- مفهوم الإعلام الاجتماعي:

يمكن تحديد الإعلام الاجتماعي كنسق فكري وعملي يبحث عن الرقي بالإنسان فردا أو جماعة كفاعل أو كمضمون للاتصال، وهذا التعريف يحيلنا في البداية على التصور الفلسفي للإنسان والمجتمع، والذي يهدف إلى وضع الأفراد والمجموعات الاجتماعية في علاقات بعضهم مع البعض الآخر، ومن منظور الاستقلالية والمسؤولية وبشكل ملموس يبدو أن الإعلام الاجتماعي هو الفرصة للمجتمع المدني ليقدم مختلف مكوناته. وهو الإمكانية المفتوحة لكل مواطن أو مجموعة من المواطنين للدخول بحرية وبفعالية للاتصال مع أي مواطن آخر أو مجموعة أخرى في جو من التسامح والاحترام المتبادل.²

2- شروط الإعلام الاجتماعي :

¹ طارق سيد أحمد خليفة، فن الكتابة الإذاعية و التلفزيونية، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2008، ص.100.

² القادري عيسى نهوند، قراءة في ثقافة الفضائيات العربية الوقوف على تخوم التفكير، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2007، ص.231.

- من أهم شروط الإعلام الاجتماعي احترام الجمهور والبحث عن تفاعلية حقيقية معه ويتم تقويم الإعلام الاجتماعي تبعا لعدة معايير:
- احترام الجمهور والنظر إليه على أنه اتصال، وليس مجرد مستهلك بسيط للإعلام.
 - البحث عن تفاعلية حقيقية.
 - نظرة مختلفة أو بديلة للحياة السياسية والثقافية والاجتماعية.
 - أنماط معالجة إعلامية تخرج عن الأمور المطروحة.
 - هاجس تربوي يسعى ليكون الجمهور شريكا مستقلا ومتحملا لمسؤولياته.
 - انتباه خاص معطى لأخلاقيات الاتصال مستندا إلى الشرعية الأخلاقية الخاصة.¹

¹- القادري عيسى نهوند، المرجع السابق، ص.231.

أولاً: تقديم عام لقناة الشروق TV

"من بين أهم القنوات الخاصة على الساحة الإعلامية الجزائرية، انطلق البث التجريبي الأول لها في عيد الثورة المصادف للأول من نوفمبر عام 2011، و كذكرى لتأسيس جريدة الشروق اليومي، و اتخذت مكتبا لها بالجزائر، أما الانطلاق الرسمي للقناة كان مع بداية سنة 2012".¹ و إضافة الى برنامج خط أحمر الذي يقع عليه التحليل في دراستنا، فهي تبث برامج متنوعة تلبي حاجيات المتفرج الدينية و الثقافية و الاقتصادية و السياسية والترفيهية، من روبرتاجات وتحقيقات، و بالتالي فشبكة برامجها تزخر بالتنوع و التغيير لترضي كافة الأذواق و الخصائص، و يمكن متابعتها على الترددات التالية:

تردد الشروق " HD فائقة الجودة"

التردد يعمل مع أصحاب أجهزة الاستقبال التي تدعم البث فائق الجودة.

Nilesat 102 @ 7 West11958 H 27500

Badr @ 26 East11727 H27500

لأنه وفي آخر الإحصاءات ضمن آخر دراسة لمعهد، "ايمار" التي اجريت ما بين 22- 28 ديسمبر 2015، تصدرت قناة الشروق tv قائمة القنوات الجزائرية العمومية والخاصة والقنوات العربية والمغربية، أيضا بتحقيقها أعلى نسبة مشاهدة في الجزائر قدرت ب 56 % كما أنها تمكّنت من كسب 12 مليون جزائري كمشاهدين أوفياء لمختلف برامجها على مدار اليوم، مسجلة كذلك أعلى نسبة تطور قدرتها الدراسة ب 18%، كما أكدت أيضا كسب رهان المنافسة الراجع إلى فهم القناة لرغبات و حاجات الجمهور باختلاف فئاته.²

¹ - نوال بوحزام و مليكة نعيمة، المرجع السابق، ص.78.

² - الشروق تي في الاولى مشاهدة بالجزائر بين القنوات الوطنية و العربية، نشر بتاريخ 3 فيفري 2016، بوابة الشروق، <http://www.echoroukonline.com/ara/articles/271669.html>، اضطلع عليه بتاريخ 10 أبريل

2017، على الساعة 13:00

وحلت في المراتب التي تلت المرتبة الأولى قناة النهار بنسب 40.7%، و المرتبة 3 لـ MBC4 و قناة سميرة 35.1%، أما MBC2 و MBC Bollywood بنسبة 28.2% ويأتي في آخر القائمة قناتي دزاير tv 15.9%، و beur tv 12.3%.

هذه الإحصاءات تدل أيضا على أهمية برامج الشروق tv نذكر أهمها التي جاءت في دراسة ايمار، بأن برامج أيام الأحد بنسبة 26.8%، والثلاثاء 27.8%، والأربعاء 24%، يحصدون أكبر مشاهدة على مدار الأسبوع، أهم هذه البرامج (هذه حياتي، احكي حكايتك، خط أحمر) ويشاهد القناة 59.4% من الفئة العمرية ما بين (30-49 سنة)، و 57.6% ما بين (18-29 سنة)، و 53.2% ما بين (50-99 سنة) وأخيرا 42.8% ما بين (17-9 سنة)، ما يؤكد أن جمهور القناة الأول من الشباب، وانها نجحت في جذب فئة المراهقين الفئة الأصعب إرضاء في ظل الثورة التكنولوجية، أما الرجال تفوقوا على النساء متابعة بنسبة 62% مقابل 49% إلا أن تقارب النسب يشير إلى أن الباقية البرامجية نجحت في إرضاء الجنسين.¹

ثانيا: بطاقة فنية لبرنامج خط أحمر

برنامج خط أحمر برنامج أسبوعي من إنتاج الشروق TV، يعرض كل يوم أحد في موسمه الأول 2014، ويوم الثلاثاء من كل أسبوع في موسمه الثاني، وكل يوم أحد في موسمه الثالث 2016 على الساعة التاسعة مساء بتوقيت الجزائر.

برنامج "خط أحمر" يتضمن الغوص في أعماق المجتمع الجزائري، بتناول مواضيع جريئة ظلت تشغل ولا تزال الرأي العام عن طريق نقل شهادات حية حول قضايا عائلية مثيرة للجدل "كهرب الزوجات"، "تبني فئة مجهولي النسب"، كما ينقل البرنامج قصص من وحي المجتمع تمس استقراره وامنه وعقيدته، وغيرها من المواضيع الاجتماعية التي ينقلها إلى الرأي العام في محاولة لفهمها، وقبل ذلك رفع التعظيم عن أصحابها أو مساعدتهم على البوح

¹ - الشروق تي في الاولى مشاهدة بالجزائر بين القنوات الوطنية و العربية، المرجع السابق،

<http://www.echoroukonline.com/ara/articles/271669.html>

بتفاصيلها تتوعت بين عودة فتاة لمنزلها بعدما غادرت منذ شهر، وبين زوج يطلب من زوجته طي صفحة الماضي والعودة لبعضهما البعض.

كل هذه المواضيع المثيرة التي يستمر البرنامج في لقاء الضوء عليها تحرك الرأي العام حولها، وتمثل صورة المجتمع الجزائري وكيف يتعامل مع بعضه، وانعكاسات هذه الأخيرة على سلوكياته ونفسيته وتفكيره في الأمور المصيرية، ولبرنامج خط أحمر المسؤولية التامة لرفع مستوى تفكير الجماهير، وحثهم الى المصالحة وكل أعمال الخير والمحبة ونشر الفعل الإيجابي، وتبنيه في معاملاتهم وأخذ العبرة أيضا من كافة الأحداث التي تروى و التعلم من أخطائنا وكل ما يخدم الصالح العام.

نوع البرنامج: برنامج اجتماعي

تقديم فضيلة مختاري: و هي من الصحفيات اللواتي كنّ يشتغلن بجريدة الشروق اليومية قبل ظهور البث التلفزيوني، وهي مختصة بالكتابة في المجال الاجتماعي وتهواه وتستلهمها قضاياها زيادة على ذلك قيامها بعدة تحقيقات على عدة مواضيع شائكة، وتفصيلها بمثابة لبس عند العامة من الناس، بالتالي أخذت من المجال طريقا تخطوا فيه لتحل مشاكل الناس، وهذا البرنامج صنفته كخطوة مهمة وهادفة لتشغل الرأي العام صوب الاهتمام والشعور بالمسؤولية بكل ما يعنيه كفرد وجزء لا يتجزأ من النظام الاجتماعي والسياسي القائم.

الاستنتاجات العامة للدراسة:

بعد تحليلنا لمضامين المادة الاعلامية الخاصة بفئات الشكل (كيف قيل؟) و المضمون (كيف قيل؟)، و التي عالجت مختلف القضايا الاجتماعية من خلال برنامج "خط أحمر" الأسبوعي بقناة الشروق tv، توصلنا للنتائج التالية:

1. أن البرنامج تطرق إلى مواضيع حساسة وأنية مأخوذة من رحم المجتمع وتمثل انشغال المواطن فيه.

2. يسعى برنامج خط أحمر إلى مساعدة المتضررين من خلال بعث التفاؤل والقوة في مواجهة التحديات والصعاب، وتحديد أفضل السبل لهم لتخطي الأزمات من خلال المناقشة التي تمثل عصب البرنامج.

3. يقدم البرنامج خدمة الإعلام والإخبار لإحداث تغييرات في المجتمع مع الأخذ على عاتقه مهمة إيجاد الحلول.

4. ساهم برنامج خط أحمر في كسر بعض الطابوهات (المواضيع المحرمة) داخل المجتمع الجزائري بتطرقه لها: كهروب الزوجات، السحر والشعوذة، إهمال الوالدين، وأسباب هذه الآفات ومحاولة إيجاد حلول لها.

6. تساهم حصة " خط أحمر " إلى جانب حصص اجتماعية أخرى في نشر التوعية للوقاية من الآفات الاجتماعية، و خلق ثقافة الحوار داخل الاسرة أولا و في المجتمع ثانيا.

7. عالج البرنامج في الاعداد محل الدراسة المواضيع الاجتماعية التالية: المشاكل بين الآباء والأبناء، نداء الاستغاثة، تكريم الأولياء، عالم الجن والسحر، و احتل موضوع المشاكل بين الآباء والأبناء الحصة الأكبر من زمن البرنامج بنسبة قدرت ب 51,61 %.

8. يعتمد البرنامج على شخصيات متنوعة ومختلفة التوجهات و التخصص، منها الجانب الديني، والجانب النفسي ، والجانب القانوني، ومقدمة البرنامج كونهم المحرك الأساسي في

القصص واعتبرت مقدمة البرنامج المحرك الرئيسي في البرنامج بنسبة 31,31%، حيث تهدف بدورها إلى توجيه الجمهور صوب الاهتمام بالقصص والموضوعات المعروضة في البرنامج.

9. يسعى برنامج خط أحمر من طريقة طرح قضاياها الي إيصال رسالة واضحة الي جماهير عامة، حيث أن الجمهور العام اخذ نسبة 100%، في حين ان نسبة الجمهور الخاص كانت 0%.

10. يسعى برنامج خط أحمر إلي تحقيق عدة أهداف متنوعة: أهمها التوعية بمخاطر المشاكل الأسرية والحث علي بر الوالدين اللذان تحصلوا علي نسبة 19,52% مقارنة بباقي الأهداف التي تضمنها البرنامج.

11. يعتمد برنامج خط أحمر علي عدة مصادر أهمها المراسل الصحفي والشخصيات الفاعلة في البرنامج، ونجد المراسل الصحفي احتل المرتبة الأولى بنسبة 19,27%، من خلال تقديم التقارير الصحفية التي تعتبر بحد ذاتها مصادر إعلامية عن الحالات الموجودة في البرنامج.

12. يساهم البرنامج في تثبيت قيم من خلال التكرار بتمثيل جزء من الواقع حيث نجد قيمة التسامح، التعاون، المسؤولية، الاهتمامات الإنسانية، النقد والتوجيه وتحثل قيمة الاهتمامات الإنسانية نسبة 37,5%، باعتبار البرنامج يعالج قضايا اجتماعية تهم المجتمع.

13. يعطي البرنامج الحيز الأكبر من الوقت لعرض الحالات والمناقشة حول حيثياتها لتفسير أكثر للمشاهد حول الأسباب، حيث سيطرت الحالات الاجتماعية علي نسبة 25,71% من زمن البرنامج واعتبرت النسبة الأكبر في الأعداد المدروسة مقارنة بالشخصيات الفاعلة الأخرى.

14. يخاطب البرنامج الجمهور بلغة سهلة ومفهومة أكثرها الدارجة أو اللغة العامية حيث نجد اللغة العامية احتلت المرتبة الأولى بنسبة 71,51%، ولا يستعمل اللغة الأجنبية في تقديمه.

15. يستعمل برنامج خط أحمر قالب التقرير أكثر مقارنة بالقوالب الفنية الأخرى كالرورتاج وسبر الآراء، حيث نجد التقرير حاز علي نسبة 84,21% بمعدل 3 تكرارات إلى 4 تكرارات في العدد الواحد، وذلك من اجل التعريف بالقصة وصاحبها.

تحليل مضمون أعداد من البرنامج الاجتماعي "خط أحمر" محل الدراسة

العدد الأول:

البيانات العامة:

- ✓ اسم البرنامج : خط احمر
- ✓ المدة الزمنية لعرض البرنامج : 01:06:51
- ✓ تاريخ العرض : 2016/01/10
- ✓ ضيوف الحلقة : - محمد فرجاني: اخصائي نفساني
- ابراهيم بهلول: محامي
- البشير ابراهيمي: امام مسجد
- ✓ موضوع الحلقة : شيخ يقتحم بلاطو خط أحمر ، أبناء يطردون أباهم للشارع و خطأ في التسجيل يحرمها من الهوية.
- ✓ العناوين الفرعية للبرنامج :
- الموضوع الأول: خطأ في التسجيل يحرمها من الهوية
- الموضوع الثاني : شيخ يقتحم بلاطو خط أحمر
- الموضوع الثالث : أبناء يطردون آباءهم إلى الشارع

1- فئات مضمون المادة الإعلامية (ماذا قيل ؟)

1-1-المواضيع المتناولة في العدد (1) من برنامج خط أحمر

الجدول رقم (2) يبين فئة المواضيع المتناولة في العدد (1) من برنامج خط أحمر

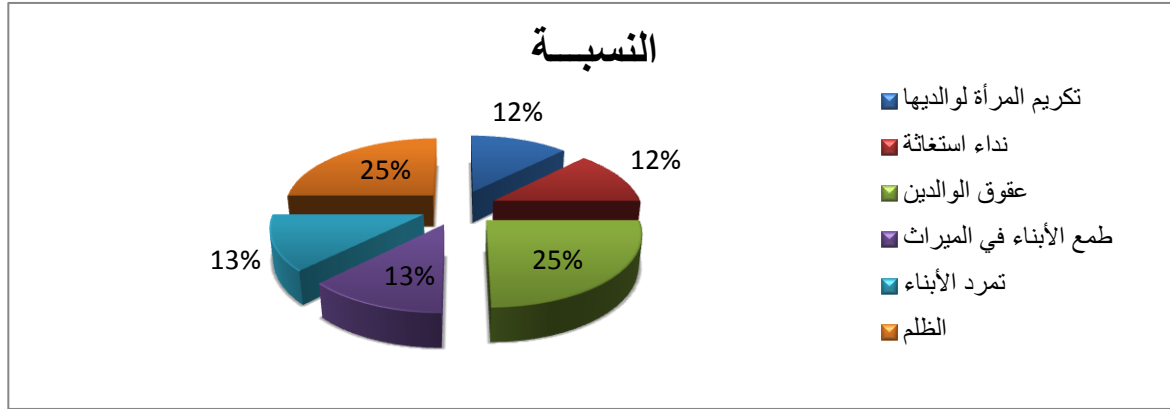
الموضوع	التكرار	النسبة
تكريم المرأة لوالديها	1	12,5%
نداء استغاثة	1	12,5%
عقوق الوالدين	2	25%
طمع الأبناء في الميراث	1	12,5%
تمرد الأبناء	1	12,5%
الظلم	2	25%
المجموع	8	100%

تحليل وتفسير الجدول رقم 01:

يوضح الجدول رقم (2) أن نسبة ظاهرة الظلم بلغت 25 بالمائة، وهو ما يؤكد نقص الوازع الديني من منطلق أن الظلم هو إيقاع الأذى بغير وجه حق او وضع الأشياء في غير مكانها الصحيح، ترجيح ميزان الباطل على ميزان الحق، وسلب الحقوق زوراً وبهتاناً، ويقول نبينا صلى الله عليه وسلم : (اتقوا الظلم؛ فإن الظلم ظلمات يوم القيامة) والظلم طبيعياً يؤدي إلى مساوئ أخرى أكثر ضرراً، وفي نفس الرتبة والنسبة معا نجد عقوق الوالدين، في أعقاب ذلك نجد مواضيع تتحدث عن إكرام امرأة لوالديها، وتمرد الأبناء وطمعهم في الميراث وذلك بنسب متقاربة. وهو ما يفسر التفكك الكبير في النسيج الاجتماعي في المجتمع الجزائري الذي نحن من مكوناته، وإذا كان لا بد من قول يقال في مثل هذا المقال، فليس غير تثمين الدور الكبير الذي

بات يلعبه البرنامج في تقريب وجهات النظر والدعوة إلى التكافل والتآلف والتآخي ونبذ الخلافات. وهو ما يحسب لقناة " الشروق Tv"، في خانة الإيجابيات طبعاً.

الشكل رقم (1) يبين فئة المواضيع المتناولة في العدد (1) من برنامج خط أحمر



1-2- الشخصيات الفاعلة في العدد (1) من برنامج خط احمر

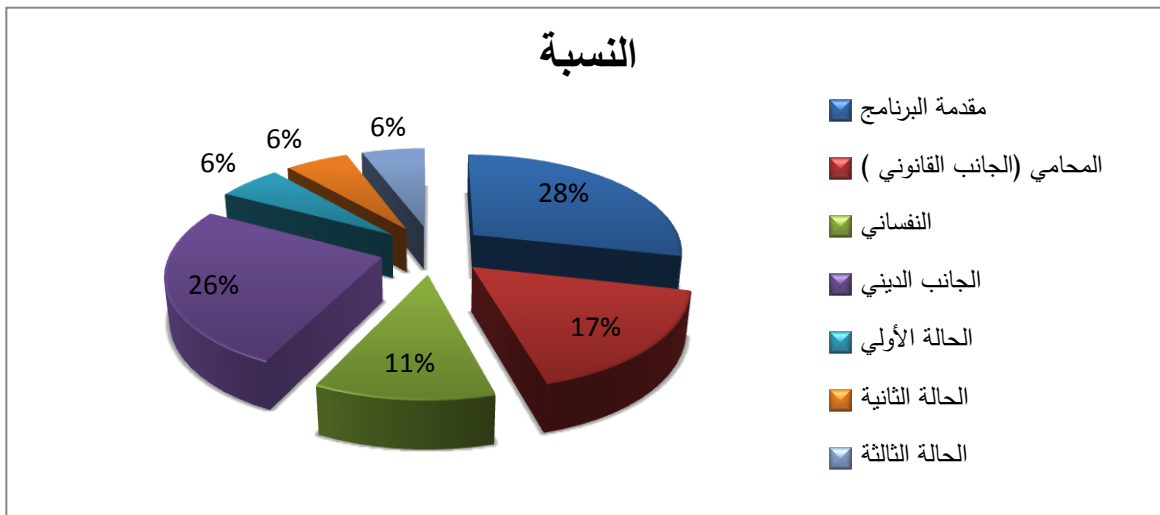
الجدول رقم (3) يبين فئة الشخصيات الفاعلة في العدد (1) من برنامج خط احمر

النسبة	التكرار	فئة الشخصيات المستضافة
28,57%	10	مقدمة البرنامج
17,14%	6	المحامي (الجانب القانوني)
11,42%	4	النفساني
25,71%	9	الجانب الديني
5,71%	2	الحالة الأولى
5,71%	2	الحالة الثانية
5,71%	2	الحالة الثالثة
100%	35	المجموع

تحليل وتفسير الجدول رقم 03:

يبين الجدول أعلاه التالي توزيع الضيوف في البرنامج. وفي ذلك حازت مقدمة البرنامج الأستاذة " فضيلة مختاري" على أكبر نسبة من حيث تأثيرها على توجهات المشاهدين والفاعلين في البرنامج بما نسبته 28.57 بالمائة، وهو ما يعتبر بديهيا من منطلق ضرورة ذلك إنجاحا للحصة أو البرنامج، الذي يفترض أن يكون فيه المنشط بطلا في كل الحلقات مع تميزه الدائم عن غيره من الضيوف، و بنسبة أقل بنحو 3 أجزاء من المائة جاء رجل الدين المرافق للبرنامج من خلال ما يقوم به من إرشادات وتوجيهات سديدة. كما أن ما نسبة 17.14 بالمائة عادت لرجل القانون الذي يسعى إلى تفسير الأحداث والقضايا من الجانب القانوني، وأما المكلف بمحور الجانب النفسي فيحوز رتبة أقل من سابقه، وهذا أمر طبيعي وتسلسل منطقي لمجريات البرنامج. لتأتي الحالات الاجتماعية محل الحدث بنسبة لم تصل إلى 6 بالمائة، ولئن اعتبرنا ذلك منطقيا إلى حد ما. إلا أن حصصا أخرى قد تكون فيها الحالات الاجتماعية ذات قيمة بارزة أكثر مما هي عليه في هاته الحصة أو في هذا العدد بالذات .

الشكل رقم (2) يبين فئة الشخصيات الفاعلة في العدد (1) من برنامج خط احمر

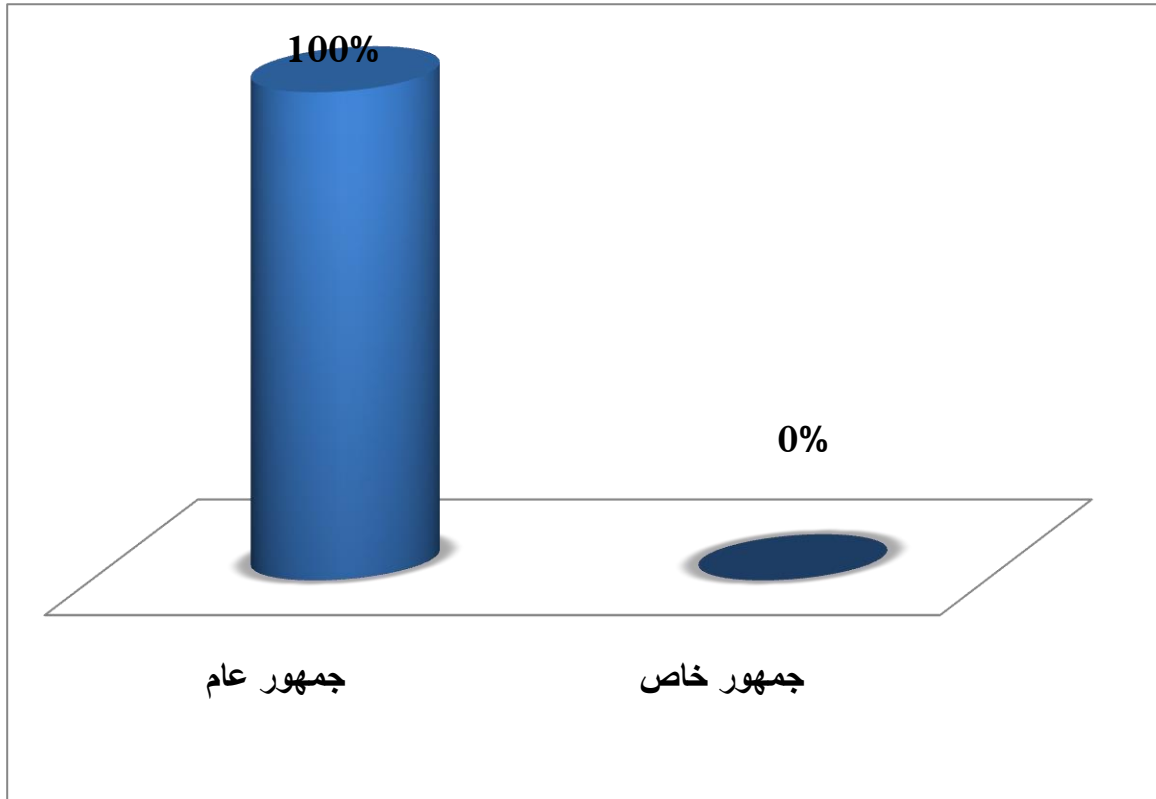


1-3- الجمهور المستهدف في العدد (1) من برنامج خط احمر

الجدول رقم (4) فئة الجمهور المستهدف في العدد (1) من برنامج خط احمر

الجمهور المستهدف	التكرار	النسبة
جمهور عام	03	%100
جمهور خاص	00	%00
المجموع	03	%100

الشكل رقم (3) يوضح فئة الجمهور المستهدف في العدد (1) من برنامج خط احمر



تحليل وتفسير الجدول رقم 04:

من خلال قراءة النسبتين المسجلتين في الجدول الثالث يتبين جليا أن كل المواضيع المتناولة في البرنامج المنوه به أعلاه، موجهة للجمهور العام وهو ما توضحه النسبة المئوية. من منطلق أنها مواضيع اجتماعية محضة لها امتداد اهتمامي إلى العمومية بعيدا عن أية خصوصية.

1-4- الأهداف المتضمنة في العدد (1) من برنامج خط أحمر

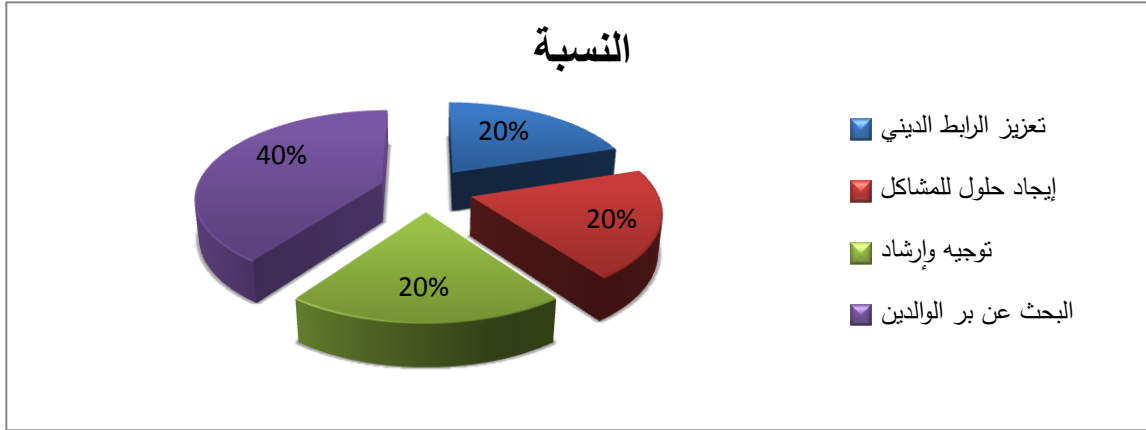
الجدول رقم (5) فئة الأهداف المتضمنة من خلال العدد (1) من برنامج خط أحمر

الأهداف	التكرار	النسبة
تعزيز الرابط الديني	1	20%
إيجاد حلول للمشاكل	1	20%
توجيه وإرشاد	1	20%
البحث عن بر الوالدين	2	40%
المجموع	5	100%

تحليل وتفسير الجدول رقم 05:

يتضح من الجدول الرابع أن ما نسبة 40 بالمائة من الأهداف الظاهرة التي تضمنها البرنامج، تدعو إلى توطين مبادئ أو قيم بر الوالدين الذي فيه صلاح وفلاح الإنسان عموما والمولى يقول في محكم تنزيله: "... وبالوالدين إحسانا...." ولعل ذلك من الأهداف الرئيسية للبرنامج. وهو ما تفسره القصص والوقائع التي راح ضحيتها الكبار والصغار على حد سواء. ومن هذا فالرسالة كانت صريحة وواضحة وفيها دعوة لأخذ العبرة والعمل على البر والإحسان للوالدين، وكان في البرنامج نسبة 20 بالمائة لهدف تعزيز الروابط الدينية، ومحاولة إيجاد حلول لمختلف المشاكل مع ترقية أدوات ووسائل وطرق الإرشاد والتوجيه.

الشكل رقم (4) فئة الأهداف المتضمنة من خلال العدد (1) من برنامج خط أحمر



5-1- المصادر المعتمدة من خلال العدد رقم (1) من برنامج خط أحمر

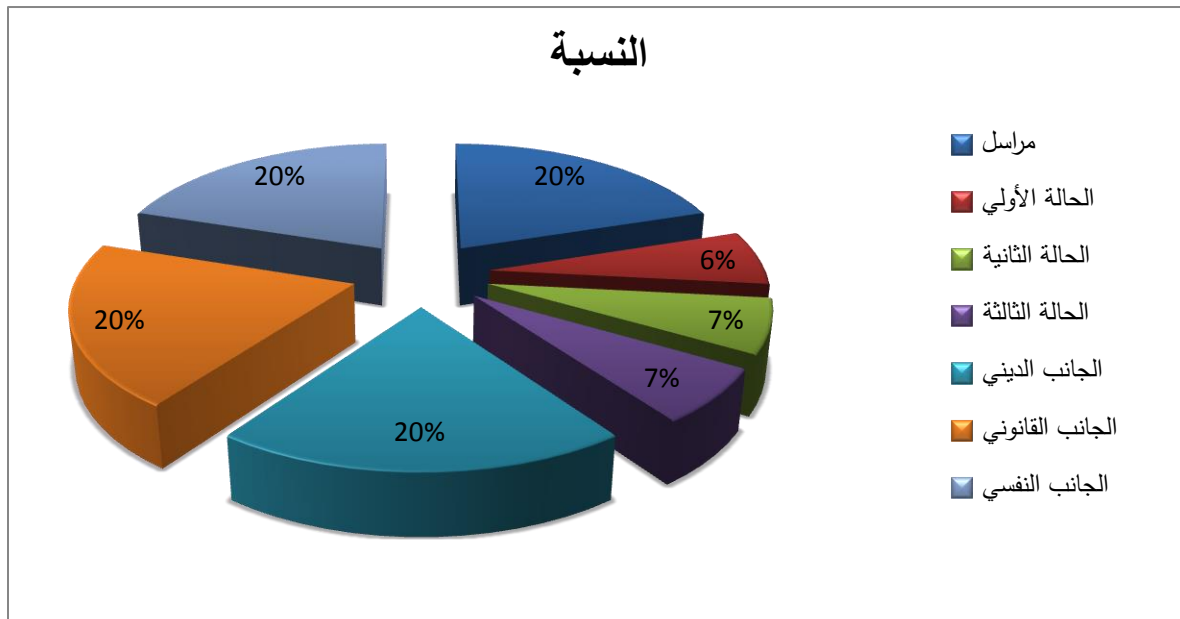
الجدول رقم (6) يبين فئة المصادر المعتمدة من خلال العدد (1) من برنامج خط أحمر

النسبة	التكرار	المصادر
20%	3	مراسل
6,66%	1	الحالة الأولى
6,66%	1	الحالة الثانية
6,66%	1	الحالة الثالثة
20%	3	الجانب الديني
20%	3	الجانب القانوني
20%	3	الجانب النفسي
100%	15	المجموع

تحليل وتفسير الجدول رقم 06:

هذا الجدول يوضح بشكل جلي دور المراسلين الصحفيين عبر مختلف الولايات في نقل انشغالات واهتمامات المواطنين، حيث أن ما نسبته 20 بالمائة يعود لمصدر المراسل، ولكن كانت النسب المتعلقة بالجوانب الدينية والنفسية و القانونية مشابهة إلى حد الأصل من حيث النسبة فإن دور المراسل الصحفي يبقى رياديا إلى حد كبير. وما يلاحظ أن باقي الفئات أو الحالات المعروضة متشابهة كثيرا. ومن هنا يتضح أن لا غنى عن أي مصدر مما سبق التنويه به في الجدول ولئن كان ذلك بنسب متباينة نوعا ما.

الشكل رقم (5) فئة المصادر المعتمدة من خلال العدد(1) من برنامج خط أحمر



1-6- القيم المتضمنة في العدد (1) من برنامج خط احمر

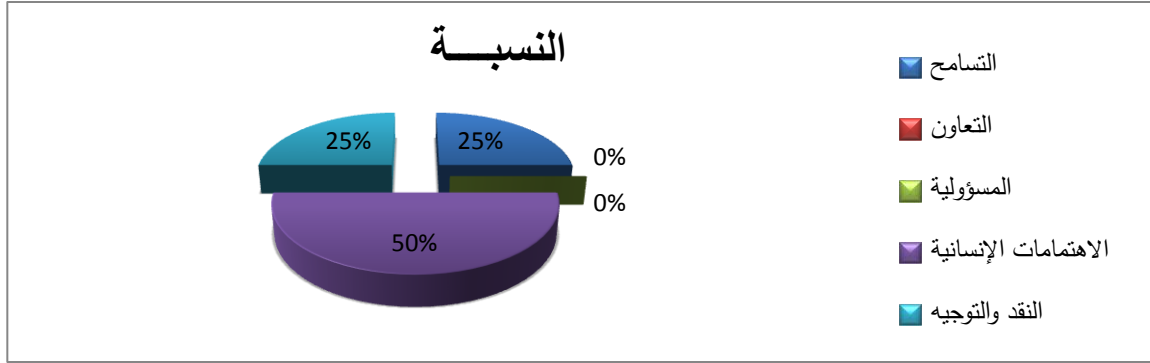
الجدول رقم (7) يمثل فئة القيم المتضمنة في العدد(1) من برنامج خط احمر

النسبة	التكرار	المصادر
25%	1	التسامح
00%	00	التعاون
00%	00	المسؤولية
50%	2	الاهتمامات الإنسانية
25%	1	النقد والتوجيه
100%	4	المجموع

تحليل وتفسير الجدول رقم 07:

يوضح الجدول أعلاه أن الاهتمامات الإنسانية جاءت في الطليعة بنسبة 40%، وهو ما يفسر أن ذلك ظهر من منطلق كونها مثارا للعواطف الجياشة، من خلال تناولها لقصص تضمنت مأس كثيرة ومظالم متعددة وصور بليغة في التعبير عن الظروف المعاشة، بينما جاءت قيمة التسامح والتعاون و النقد والتوجيه بنسب متساوية لم تتعد 25 بالمائة، وذلك لأن البرنامج أصلا يدعو إلى الرحمة والتآلف والتآخي والتعاون وبر الوالدين مساعدة المحتاجين والفقراء، وإسعاد الآخرين وتقديم النصائح والمساهمة في تفريغ كربات الغير، في قالب إعلامي اجتماعي متميز.

الشكل رقم (6) يمثل فئة القيم المتضمنة في العدد (1) من برنامج خط احمر



2- فئات شكل المادة الإعلامية (كيف قيل ؟)

1-2- المدة الزمنية للفاعلين في العدد (1) من برنامج خط احمر:

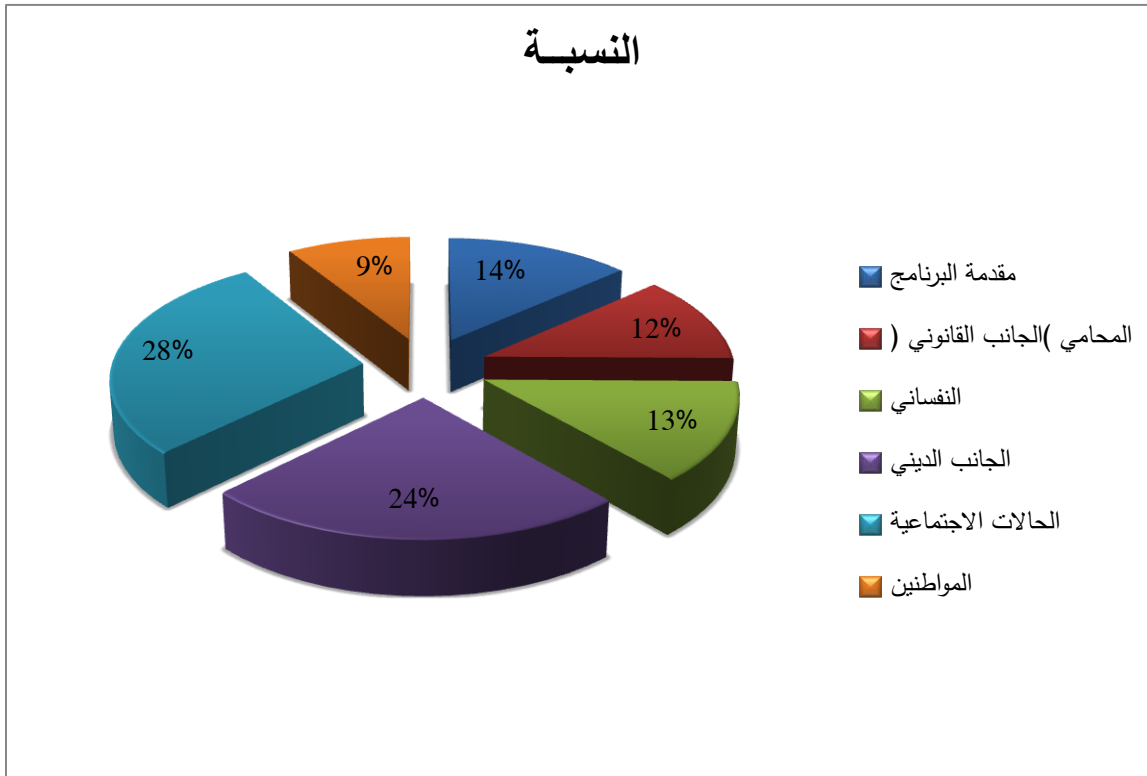
الجدول رقم (8) يوضح المدة الزمن للفاعلين في العدد (1) من برنامج خط احمر

النسبة	التكرار	الشخصيات
13,56%	6:39 دقيقة	مقدمة البرنامج
11,8%	5:22 دقيقة	المحامي (الجانب القانوني)
13,43%	6:33 دقيقة	النفساني
24,34%	11:47 دقيقة	الجانب الديني
28,55%	13:45 دقيقة	الحالات الاجتماعية
9,02%	4:25 دقيقة	المواطنين
100%	47:11 دقيقة	المجموع

تحليل وتفسير الجدول رقم 08:

يتضح من خلال الجدول أن المدة الزمنية للفاعلين في البرنامج المذكور تختلف كثيراً. حيث أن الحالات الاجتماعية احتلت الرتبة الأولى بما نسبته 28,55 بالمائة، يليها الجانب الديني بنسبة 24,34 بالمائة، ولعل ذلك مرده إلى الاهتمام الذي يحوزه الموضوع في جانبه الديني العقائدي، بعد ذلك ما نسبته 13,56 بالمائة لمقدمة البرنامج التي اقتطعت وقتاً أطول وهو ما يدخل في صميم عملها وحديثها التوضيحي على الدوام، ومن ذلك تقديم الحالات محل الحديث أو المتابعة الإعلامية، في حين لم يأخذ الجانب النفسي سوى نسبة 13.43 بالمائة من عمر البرنامج، والجانب القانوني 11,8 بالمائة، وكانت تدخلات المواطنين في ذيل ترتيب النسب المئوية لعدم أهميتها مقارنة بتدخلات أهل الاختصاص والمصلحين ورجال الدين والقانون.

الشكل رقم (7) يوضح فئة الزمن للفاعلين في العدد (1) من برنامج خط احمر



2-2- الأنواع الصحفية المستخدمة في العدد رقم (1) من برنامج خط أحمر

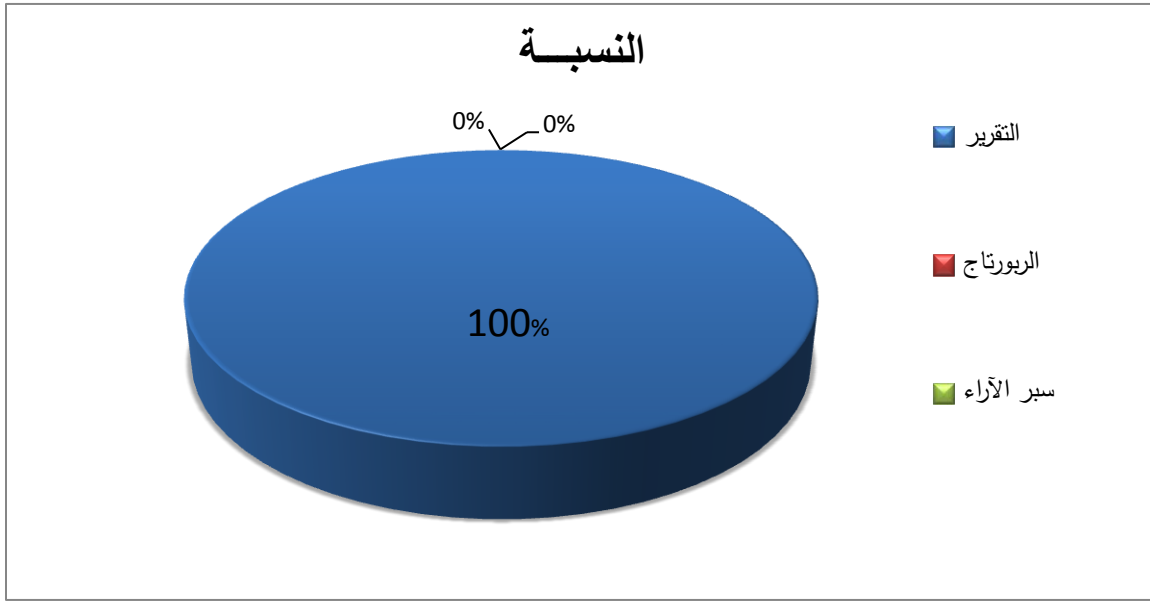
الجدول رقم (10) يوضح الأنواع الصحفية في العدد رقم (1) من برنامج خط أحمر

النسبة	التكرار	القوالب الفنية
100%	03	التقرير
00%	00	الريورتاج
00%	00	سبر الآراء
100%	03	المجموع

تحليل وتفسير الجدول رقم 10:

يبين الجدول أعلاه مختلف الأنواع الصحفية المستخدمة أو المستعملة في برنامج خط أحمر، الذي تبثه قناة الشروق أسبوعياً، وهنا نلاحظ أن الحصة تعتمد في مضمونها على التقارير دون غيرها من الأنواع والأشكال الصحفية الأخرى المدونة في خانة الجدول رقم 09. وهذا ثلاث تقارير في العدد الواحد، وهاته التقارير كلها تعكس وتتناول القضايا الاجتماعية بنوع من التفصيل، وهو ما نعرفه عن التقارير الصحفية كما الحال مع الريورتاجات التي تهتم بكل النقاط وبكل التفاصيل والحيثيات، ما يجعلها أكثر اهتمام وذات أهمية وألوية في تناول هذه المواضيع.

الشكل رقم (9) يبين الأنواع الصحفية في العدد رقم (1) من برنامج خط احمر



3-2- اللغة التعبيرية المستعملة في العدد (1) من برنامج خط احمر

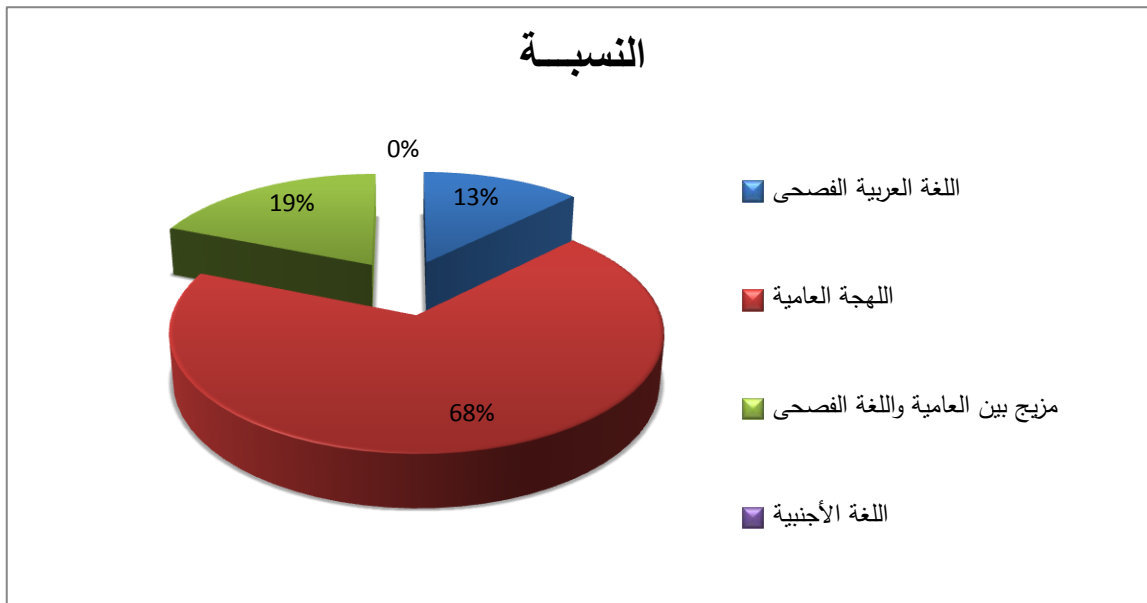
الجدول رقم (9) يوضح فئة اللغة المستخدمة في العدد (1) من برنامج خط احمر

النسبة	التكرار	اللغة
12,58%	18	اللغة العربية الفصحى
68,53%	98	اللهجة العامية
18,88%	27	مزيج بين العامية واللغة الفصحى
00%	00	اللغة الأجنبية
%100	143	المجموع

تحليل وتفسير الجدول رقم 09:

يوضح الجدول أن النسبة الكلية لتكرارات اللغة المستعملة في معالجة القضايا الاجتماعية في برنامج خط أحمر في العدد، برزت بنسبة كبيرة حيث لاحظنا أن اللهجة العامية أو الدارجة جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 68,53 %، وهو ما يفسر الطريقة المبسطة في تقديم البرنامج ليكون في مستوى استيعاب وفهم غالبية الفئات، على اختلاف مستوياتها وهو عنصر هام في العملية الإعلامية. بعيدا عن التكلف غير المحمود في مثل هاته البرامج الاجتماعية بامتياز. كما أن المزيج بين العامية والفصحى له مكانته في البرنامج بنسبة 18,88% وهي صفة تغلب على تدخلات أو خطاب الجزائريين عموما، والحديث باللغة العربية الفصحى لم يتعد نسبة 12.58 بالمائة وهي نسبة على ضآلتها، فهي لا تغير شيئا في مستوى البرنامج الموجه لغالبية الفئات الاجتماعية بعنوان البساطة في الطرح وتقريب المفاهيم عموما. والجميل في كل هذا أن الحصة خلت تماما من الخطاب باللغة الأجنبية كيفما كانت، في قناة عربية تدعو إلى توطين اللغة الأم لغة القرآن في بلدها توطينا صحيحا.

الشكل رقم (8) يوضح فئة اللغة المستخدمة في العدد (1) من برنامج خط أحمر



العدد الثاني:

البيانات العامة:

- ✓ اسم البرنامج : خط أحمر
- ✓ المدة الزمنية للعرض : 1:03:18
- ✓ تاريخ العرض: 28 فيفري 2016
- ✓ ضيوف الحلقة : أخصائي علم النفس الاجتماعي: محمد فرجاني
الإمام: البشير الإبراهيمي
- ✓ موضوع الحلقة: هروب الزوجات
- ✓ العناوين الفرعية:
 - الموضوع الأول: عبد القادر وزوجته وأولاده
 - الموضوع الثاني: عابد طرد من طرف عائلة ربه يبحث عن عائلته الحقيقية
 - الموضوع الثالث: الحاجة تبحث عن ابنها اختفى من 1996

1- فئة مضمون المادة الإعلامية في العدد (2) من برنامج خط أحمر

1-1- المواضيع المعالجة في العدد "2" من برنامج خط أحمر

الجدول رقم (11) يوضح فئة المواضيع المعالجة في العدد "2" من برنامج خط أحمر

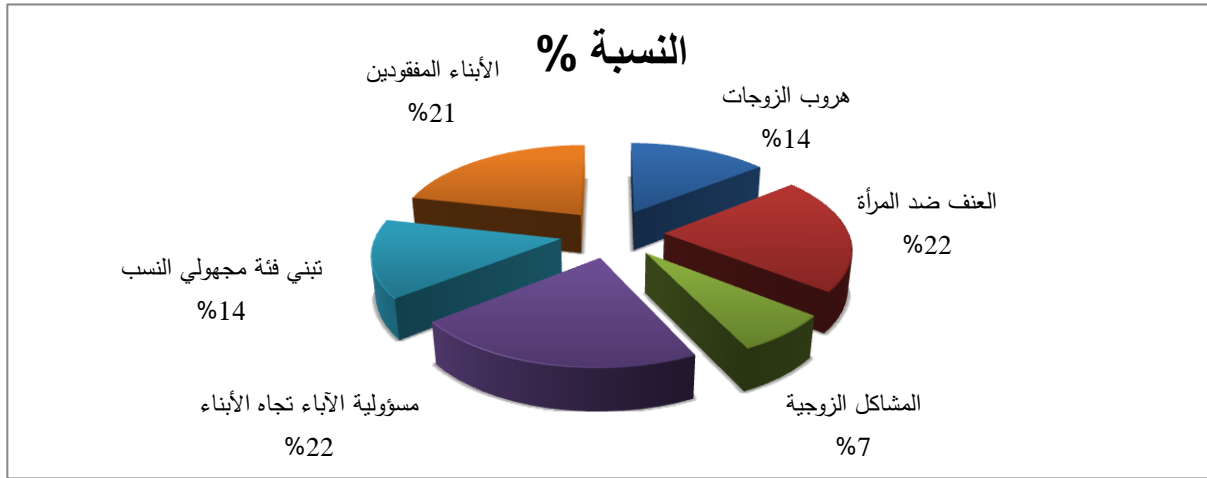
النسبة %	التكرار	الموضوع
14,28%	02	هروب الزوجات
21,42%	03	العنف ضد المرأة
7,14%	01	المشاكل الزوجية
21,42%	03	مسؤولية الآباء تجاه الأبناء
14,28%	02	تبني فئة مجهولي النسب
21,42%	03	الأبناء المفقودين
100%	14	المجموع

تحليل وتفسير الجدول رقم 11:

يظهر من خلال الجدول أن فئة الأبناء المفقودين والعنف ضد المرأة يحتلان الرتبة الأولى في مواضيع البرنامج بنسبة 21.42 بالمائة، وهي نسبة كبيرة تنذر بالخطر. خصوصا وأن مجتمعنا بدأت تستفحل في أوساطه هاته الظاهرة بشكل رهيب جدا، الأمر الذي يستدعي أخذ القضية بنوع من الحزم والحكمة باتجاه اجتثاثها من جذورها، في مجتمع ظل محافظا إلى وقت قريب جدا. ولعل التفتح الإعلامي الرهيب والتقليد الأعمى كان أحد أبرز الأسباب المؤدية إلى ما هو حاصل، بعد ذلك يأتي موضوع هروب النساء وهو أيضا له من الخطورة ما يستدعي دق ناقوس الخطر خاصة وأن النسبة ارتفعت عما كان عليه الأمر في العدد الأول، فضلا عن موضوع أو عنصر تبني الأطفال مجهولي النسب، يلي ذلك ما نسبته 7,14 بالمائة للمشاكل الزوجية التي

تطرح كثيرا في البرنامج بغية إيجاد ويحث الحلول الممكنة التي ترضي طرفي المعادلة. حتى لا يؤول الأمر إلى الطلاق الذي ارتفعت نسبته في السنوات الأخيرة دون أية أسباب وجيهة.

الشكل رقم (10) يبين المدة الزمنية للفاعلين في برنامج خط احمر في العدد "2"



1-2- الشخصيات الفاعلة في برنامج خط أحمر في العدد "2"

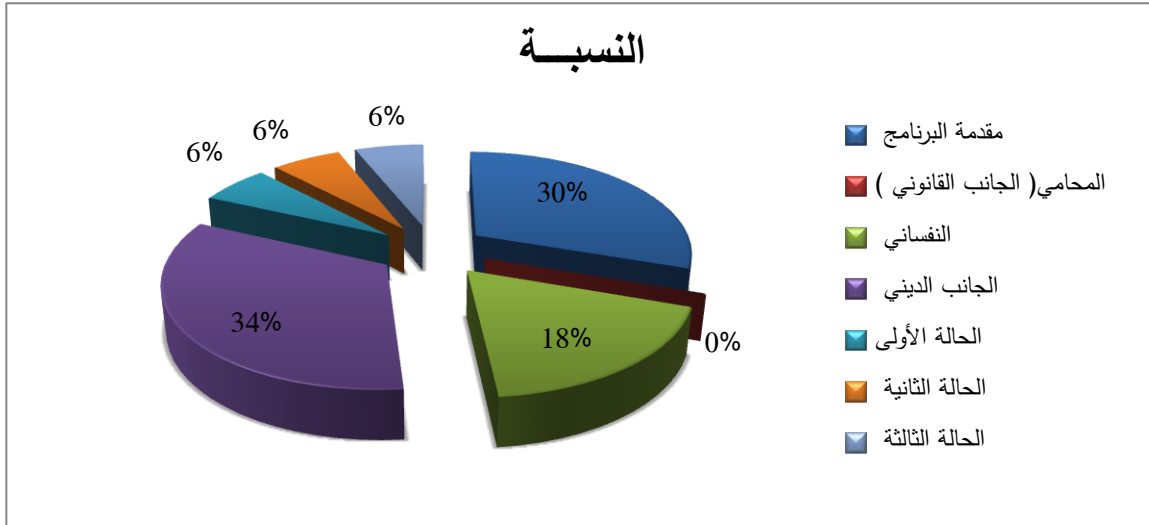
الجدول رقم (12) : يوضح فئة الشخصيات الفاعلة في العدد "2" من برنامج خط أحمر

الفاعلين	التكرار	النسبة
مقدمة البرنامج	10	30,30%
المحامي (الجانب القانوني)	00	00%
النفساني	06	18,18%
الجانب الديني	11	33,33%
الحالة الأولى	02	6,06%
الحالة الثانية	02	6,06%
الحالة الثالثة	02	6,06%
المجموع	33	100%

تحليل وتفسير الجدول رقم 12:

يبين الجدول رقم 12 الخاص بفئة الشخصيات الفاعلة، أن ما نسبته 33.33 بالمائة كانت من نصيب الجانب الديني الذي بات مؤثرا حقيقا على الحياة العامة للناس من منطلق إسلامهم وخوفهم من عقاب المولى عز وجل وضرورة التقيد بتعاليمه السمحاء. وهو ما يؤكد التوجه الدين لغالبية افراد المجتمع الجزائري وهو ما يحسب في خانة الايجابيات. حيث أنه وكلما زاد أثر هذا الجانب في المجتمع أدى ذلك إلى زوال الخلافات و النزاعات . وهو ما يؤكد الدور الفاعل لرجل الدين في الحصة. وأما مقدمة البرنامج فهي الأخرى تحتل ككل مرة حيزا هاما في وقت البرنامج و هاته المرة كان بنسبة 30.30 بالمائة، ثم الجانب النفسي بنسبة 18,18 بالمائة، وباقي الحالات أو العناصر الأخرى لم تتعد نسيبتها 6.6 بالمائة، وهنا يلاحظ التباين الكبير في النسب المسجلة، وهو ما يكشف أن لكل شخصية في الحصة دور وأهمية غير التي عليها الباقون.

الشكل (11) يوضح فئة الشخصيات الفاعلة في العدد "2" من برنامج خط أحمر



1-3- فئة الجمهور المستهدف في العدد "2" من برنامج خط أحمر

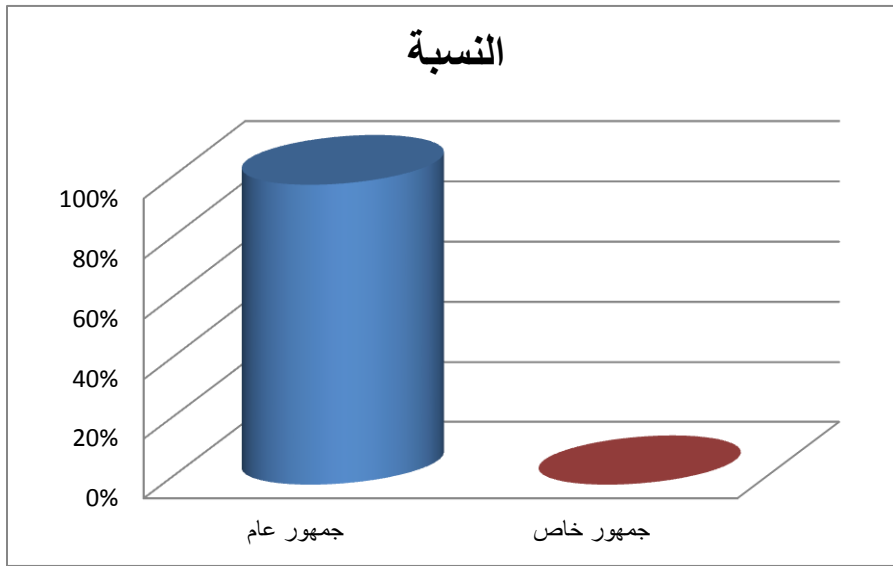
الجدول رقم (13) يوضح فئة الجمهور المستهدف في برنامج خط أحمر في العدد "2"

النسبة	التكرار	الجمهور المستهدف
100%	03	جمهور عام
00%	00	جمهور خاص
100%	03	المجموع

تحليل وتفسير الجدول رقم 13:

يتبين من خلال قراءة وتفحص النسبتين المسجلتين في الجدول 13 أن كل المواضيع المتناولة في البرنامج المذكور، موجهة للجمهور العام وهو ما توضحه النسبة المئوية 100 بالمائة، من منطلق أنها مواضيع اجتماعية ذات أهمية عامة وليست خاصة، من منطلق أن البرنامج يطرح انشغالات ويقترح او يبحث حلولاً لها وهي تخص كافة الشرائح المجتمعية.

الشكل رقم (12) يوضح فئة الجمهور المستهدف في برنامج خط أحمر في العدد "2"



1-4- الأهداف المتضمنة في العدد "2" من برنامج خط أحمر

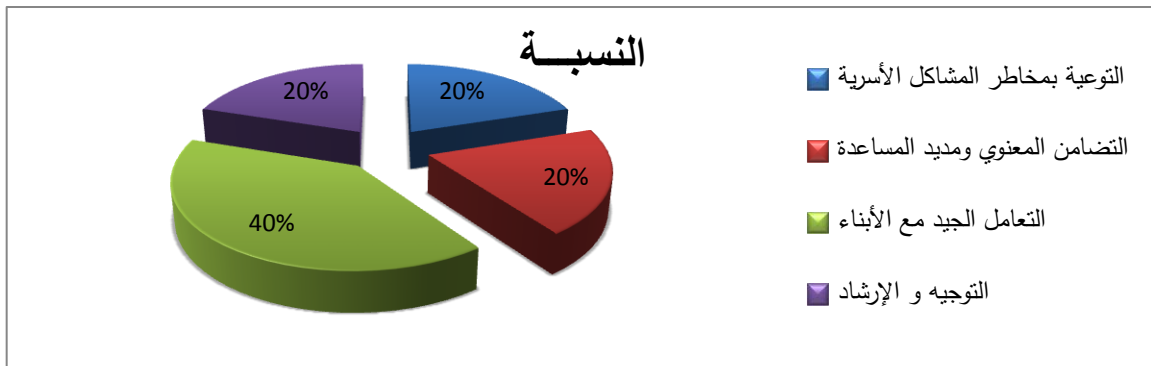
الجدول رقم (14) : يوضح فئة الأهداف المتضمنة في العدد "2" من برنامج خط أحمر

الأهداف	التكرار	النسبة
التوعية بمخاطر المشاكل الأسرية	01	20%
التضامن المعنوي ومد يد المساعدة	01	20%
التعامل الجيد مع الأبناء	02	40%
التوجيه و الإرشاد	01	20%
المجموع	5	100%

تحليل وتفسير الجدول رقم 14:

يبين الجدول الخاص بفئة الأهداف في العدد (2) أن ما نسبته 40 بالمائة كانت لموضوع التعامل الجيد مع الأبناء، وهنا يلاحظ أن البرنامج يهدف إلى معالجة المشاكل الأسرية من منطلق لم الشمل وشد الروابط الأسرية، تليها مواضيع أخذت نفس النسب كالتوعية بمخاطر المشاكل الأسرية والتضامن المعنوي ومد يد المساعدة، والتوجيه والإرشاد بنسبة 20 بالمائة وهي أيضا تصب في نفس قالب الاجتماعي، وهي كلها مواضيع مهمة إلى حد كبير، ومن المعتاد أن تساهم في ترقية التعاملات الاجتماعية بين أفراد الأسرة الواحدة والمجتمع عموما.

الشكل رقم (13) : يوضح فئة الأهداف المتضمنة في العدد "2" من برنامج خط أحمر



1-5- فئة المصادر المعتمدة في العدد "2" من برنامج خط أحمر

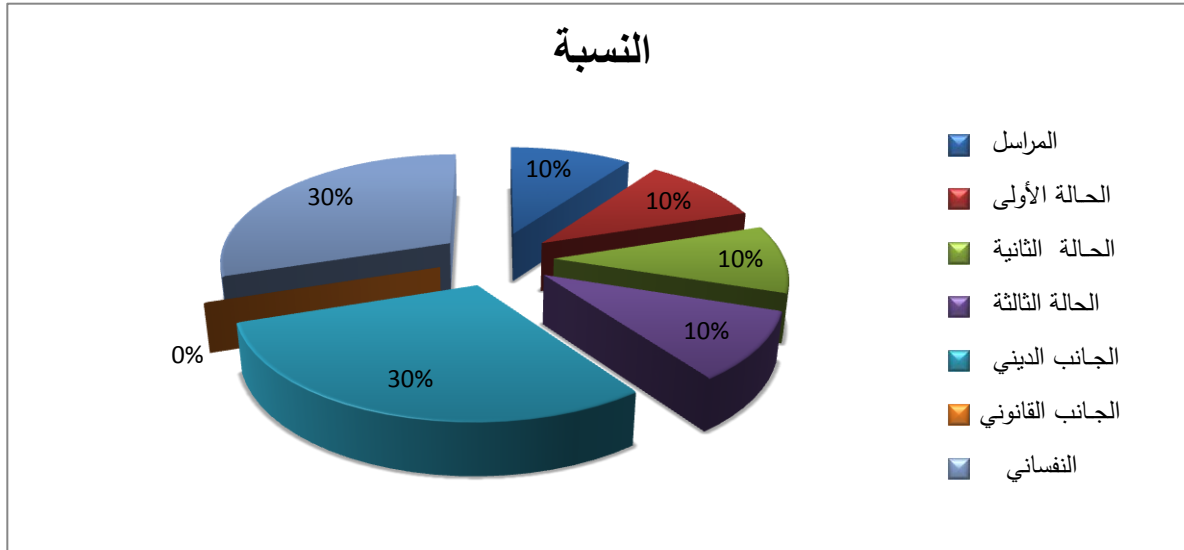
الجدول رقم (15) يوضح فئة المصادر المعتمدة في برنامج خط أحمر في العدد "2"

النسبة	التكرار	المصادر
10%	01	المراسل
10%	01	الحالة الأولى
10%	01	الحالة الثانية
10%	01	الحالة الثالثة
30%	03	الجانب الديني
00%	00	الجانب القانوني
30%	03	النفساني
100%	10	المجموع

تحليل وتفسير الجدول رقم 15:

يوضح الجدول أعلاه هو الآخر أن المصادر المعتمدة في البرنامج تعود بنسبة 30 في المائة إلى الجانب الديني وكذا النفساني بالتساوي، تلي ذلك الحالات الاجتماعية والمراسلون الصحفيون بنسبة 10 بالمائة، وهو ما يفسر التوجه الجديد الذي أصبح بلعبه الخطاب الدين في تعزيز الإعلام الجوّاري وبعث الأمل في النفوس الحائرة. من منطلق وجود وسائل التكفل الاجتماعي عبر القنوات الإعلامية التي فتحت مصراعيها لمثل هاته الحالات الاجتماعية بعد أن غابت المساعدات الكافية من قبل الجهاز الحكومي لكثرة الحالات وتعدد أوجه الوضعيات الاجتماعية.

الشكل رقم (14) يوضح فئة المصادر المعتمدة في برنامج خط أحمر في العدد "2"



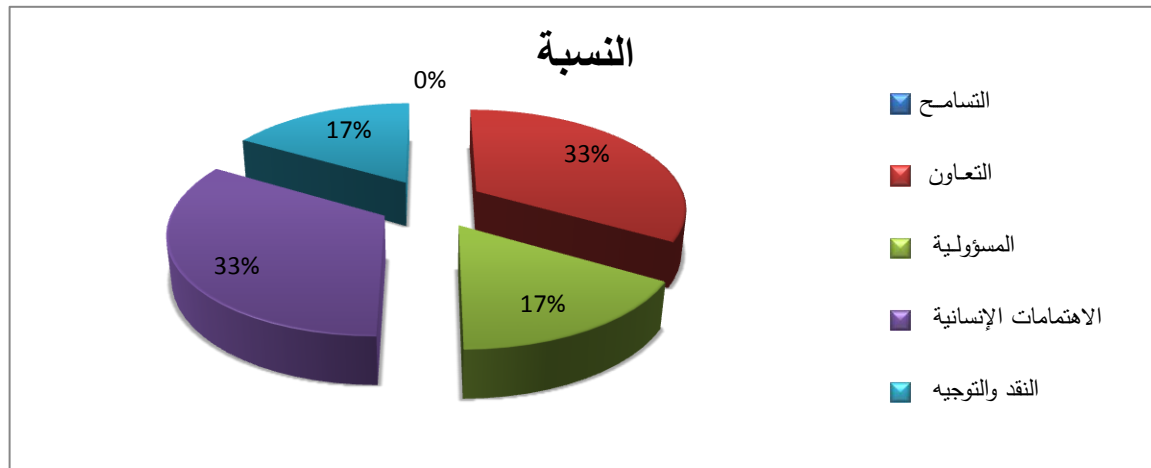
1-6- القيم المتضمنة في برنامج خط أحمر في العدد "2"

الجدول رقم (16) يوضح فئة القيم المتضمنة في برنامج خط أحمر في العدد "2"

النسبة	التكرار	القيم
0%	00	التسامح
33,33%	02	التعاون
16,66%	01	المسؤولية
33,33%	02	الاهتمامات الإنسانية
16,66%	01	النقد والتوجيه
100%	6	المجموع

تحليل وتفسير الجدول رقم 16:

يوضح الجدول الخاص بفئة القيم أن قيمتا التعاون والاهتمامات الإنسانية حازت ما نسبته 33.33 بالمائة. من منطلق أن اهتمامات البرنامج تنصب أصلاً حول هذه المواضيع ، كما حظيت قيمته المسؤولية وقيمة النقد و التوجيه بنسبة واحدة وهي 16.66 بالمائة. علماً بأن القيمتين لم تحظيا بتواجد كبير في العدد الثاني لأن هناك قضايا أكثر أهمية سبق سردها والتطرق لها انطلاقاً من مبادئ الأهم فالأكثر أهمية.

الشكل رقم (15) يوضح فئة القيم المتضمنة في العدد "2" من برنامج خط أحمر

2- فئات شكل المادة الاعلامية (كيف قيل؟)

2-1- المدة الزمنية للفاعلين في العدد "2" من برنامج خط أحمر

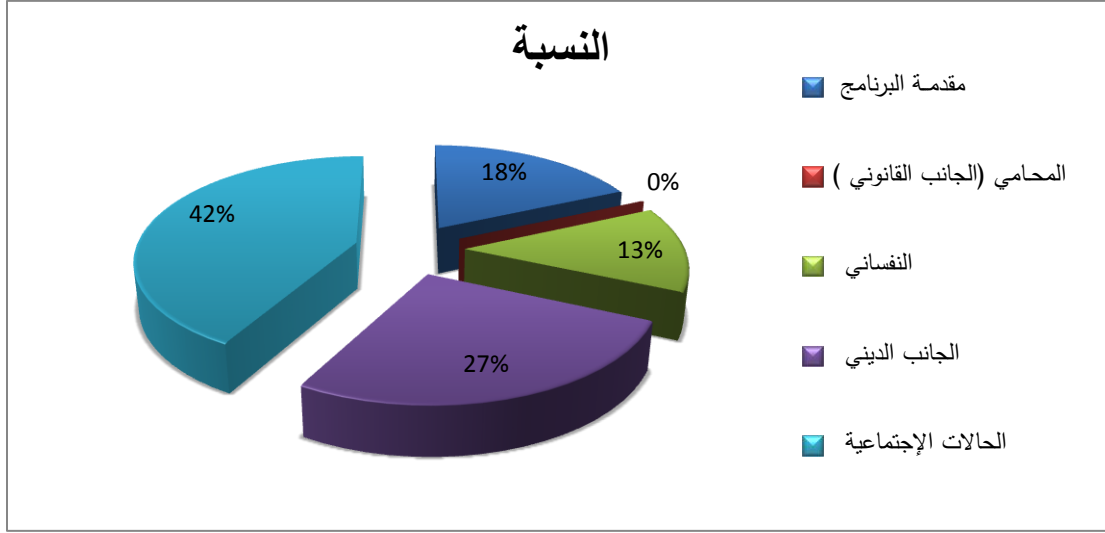
الجدول رقم (17) يمثل المدة الزمنية للفاعلين في العدد "2" من برنامج خط أحمر

النسبة	المدة الزمنية	فئة الفاعلين
18,04%	8:34 د	مقدمة البرنامج
% /	/	المحامي (الجانب القانوني)
13,04%	6:09 د	النفساني
26,17%	12:10 د	الجانب الديني
41,25%	19:07 د	الحالات الإجتماعية
100%	46,23	المجموع

تحليل وتفسير الجدول رقم 17:

يتضح من خلال الجدول الذي يمثل المدة الزمنية للفاعلين أن الحالات الاجتماعية احتلت السواد الأعظم من بين فئة الفاعلين في البرنامج بنسبة 41,25 %، جاءت بعدها فئة رجال الدين "الجانب الديني" الذي استهلك من عمر البرنامج مدة زمنية قوامها 12:10 دقيقة أي بنسبة 26,17 بالمائة، واما مقدمة البرنامج فلم تأخذ هاته المرة على غير العادة سوى مدة زمنية لم تتعد ما نسبة 18,04 بالمائة من عمر البرنامج، وأما نسبة 13,04 بالمائة فخصت لأهل اختصاص علم النفس الذي قدم فيه المختص النفساني تفسيرات وتشخيص للحالات النفسية وسلوكيات أصحابها بالشكل الذي يبرر التصرفات الحاصلة من قبلهم.

الشكل رقم (16) يمثل المدة الزمنية للفاعلين في العدد "2" من برنامج خط أحمر



2-2 - الأنواع الصحفية المستخدمة في العدد "2" من برنامج خط أحمر

الجدول رقم (18) يمثل الأنواع الصحفية المستخدمة في العدد "2" من برنامج خط أحمر

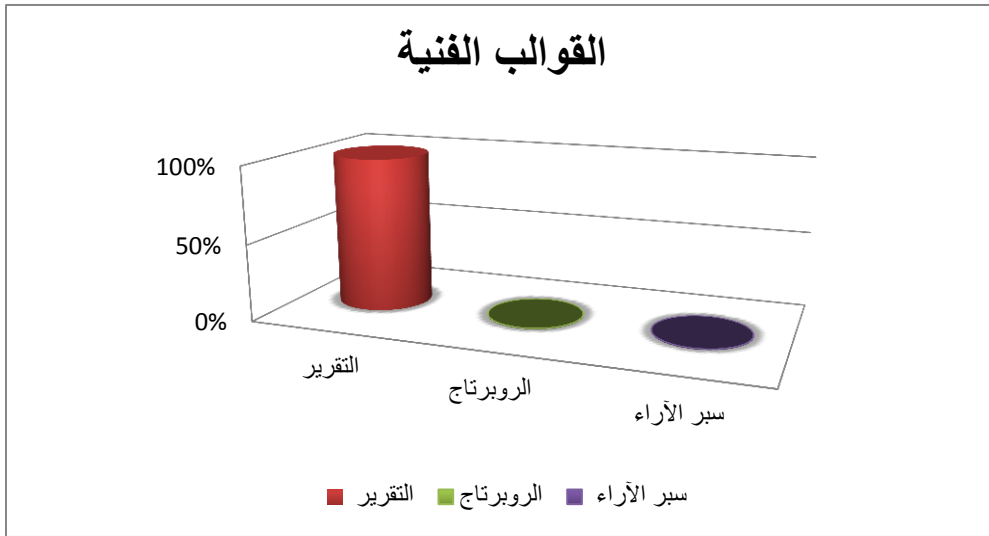
النسبة %	التكرار	القوالب الصحفية
100%	01	التقرير
0%	00	الروبورتاج
0%	00	سبر الآراء
100%	01	المجموع

تحليل وتفسير الجدول رقم 18:

يبين الجدول الخاص بفئة الأنواع الصحفية المعتمدة وعلى نحو معتاد في البرنامج الأول أن التقرير الصحفي أخذ نسبة 100 % مقارنة بالأنواع الصحفية الأخرى، وهذا أمر بديهي في مثل هذه البرامج أو الحصص التي تأخذ طابعا اجتماعيا خاصة، إذ يتوجب السرد والتدقيق في

أصغر الصغائر حتى يتم استمالة أصحاب القلوب الرحيمة من أصحاب المال والأعمال. والدليل أن باقي القوالب الصحفية الأخرى لم تظهر في الموضوع أو البرنامج بكثرة من البداية إلى النهاية، ولعل ذلك لعدم أهميتها في خدمة البرنامج والمشاركين فيه من المحتاجين إلى المساعدة والدعم النفسي والمعنوي على الأقل.

الشكل رقم (17) يمثل القوالب الصحفية في العدد "2" من برنامج خط أحمر



2-3- اللغة التعبيرية المستخدمة في العدد "2" من برنامج خط أحمر

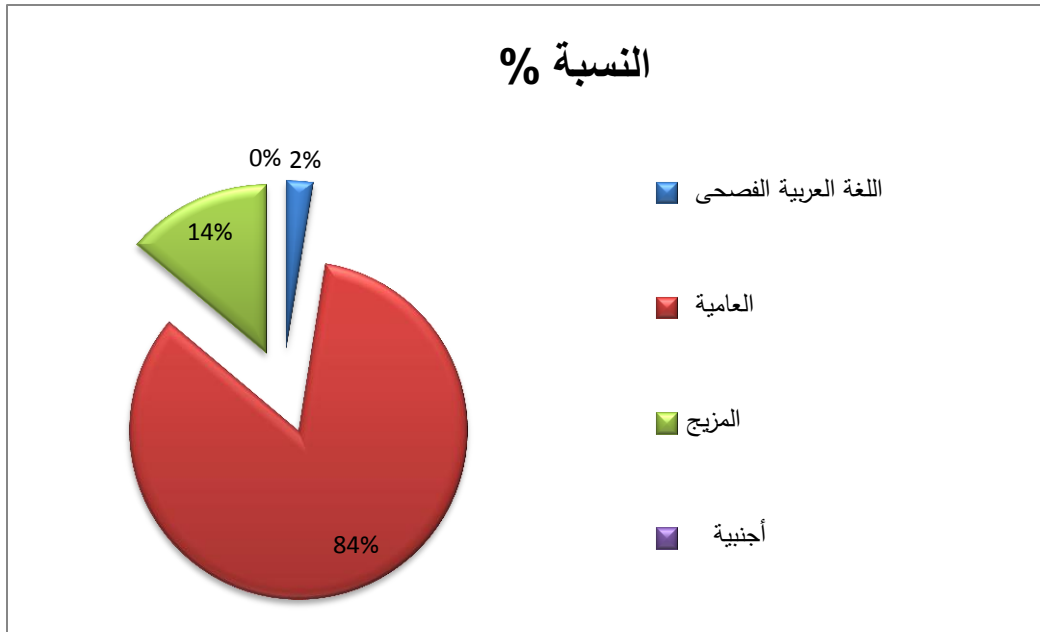
الجدول رقم (19) يوضح اللغة التعبيرية المستخدمة في العدد "2" من برنامج خط أحمر

النسبة %	التكرار	اللغة المستخدمة
2,5%	02	اللغة العربية الفصحى
83%	67	العامية
13,75%	11	المزيج
00%	00	أجنبية
100%	80	المجموع

تحليل وتفسير الجدول رقم 19:

يبين الجدول أن اللهجة العامية أو الدارجة جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 83 بالمائة بزيادة معتبرة عن البرنامج الأول، وهو ما يفسر الطريقة البسيطة في تقديم البرنامج ليكون في مستوى استيعاب وفهم غالبية الفئات على اختلاف مستوياتها وهو عنصر هام في العملية الإعلامية. كما أن المزيج بين العامية والفصحى له مكانته في البرنامج بنسبة 13.75 بالمائة بزيادة حوالي 5 درجات عن البرنامج رقم 1، وهي صفة تغلب على تدخلات الجزائريين دوماً. والحديث باللغة العربية الفصحى لم يتعد نسبة 2.5 مع أن النسبة في البرنامج الأول وصلت إلى 12.58 بالمائة، ومع كل ذلك فالبرنامج لم يتأثر بموضوع اللغة، التي تعد أداة رئيسة في تقريب المفاهيم للجميع بكل الفئات.

الشكل رقم (18) يمثل اللغة التعبيرية المستخدمة في العدد "2" من برنامج خط أحمر



العدد الثالث:

البيانات العامة:

- ✓ اسم البرنامج : خط أحمر
- ✓ المدة الزمنية للعرض : 01:06:17
- ✓ تاريخ العرض : 6 مارس 2016
- ✓ ضيوف الحلقة : - المحامي : إبراهيم البهلولي
- أخصائي علم النفس الاجتماعي : محمد فرجاني
- الإمام : البشير الإبراهيمي
- ✓ موضوع الحلقة: المصابون بالإيدز ومرض فقدان المناعة
- ✓ المواضيع الفرعية:
- عائلة بأكملها مصابة بالإيدز
- أم تبحث عن هوية ابنها
- قصة حياة التي تبحث عن أمها

1- مضمون المادة الإعلامية في العدد (3) في برنامج خط أحمر

1-1- المواضيع المعالجة في العدد (3) من برنامج خط أحمر

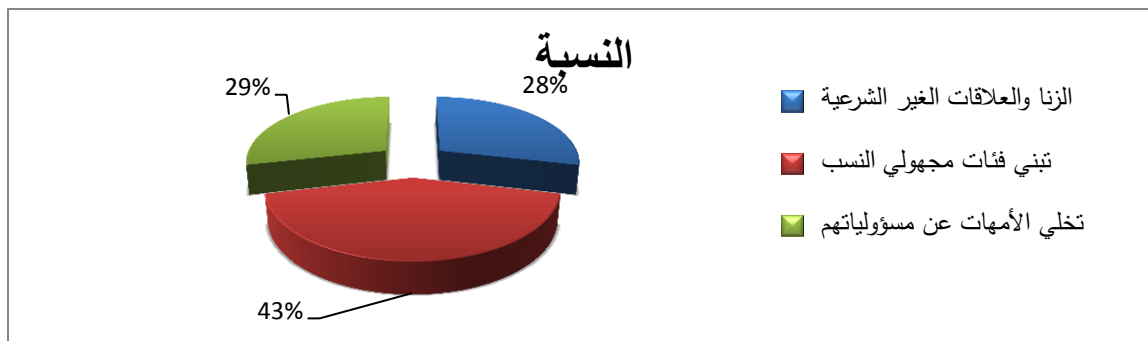
الجدول رقم (20) يوضح فئة المواضيع المعالجة في العدد (3) من برنامج خط أحمر

النسبة	التكرار	المواضيع
28,5%	02	الزنا والعلاقات الغير الشرعية
42,8%	03	تبني فئات مجهولي النسب
28,5%	02	تخلي الأمهات عن مسؤولياتهم
100%	07	المجموع

تحليل وتفسير الجدول رقم 20:

يوضح الجدول أعلاه أن فئة مجهولي النسب في المواضيع المعالجة في البرنامج حازت ما نسبته 42.8 بالمائة. من منطلق أن البرنامج استقبل حالات مختلفة لمجهولي النسب من يبحثون عن ذويهم. ثم نجد نسبة 28.5 بالمائة. لكل من مواضيع الزنا والعلاقات غير الشرعية، وموضوع تخلي الأمهات عن مسؤولياتهم. وهنا تتباين حتى أشكال وأنواع القضايا التي باتت تطبع تصرفات المجتمع الجزائري في المدة الأخيرة.

الشكل رقم (19) يوضح فئة المواضيع المعالجة في العدد (3) من برنامج خط أحمر



1-2- الشخصيات الفاعلة في برنامج خط أحمر في العدد (3)

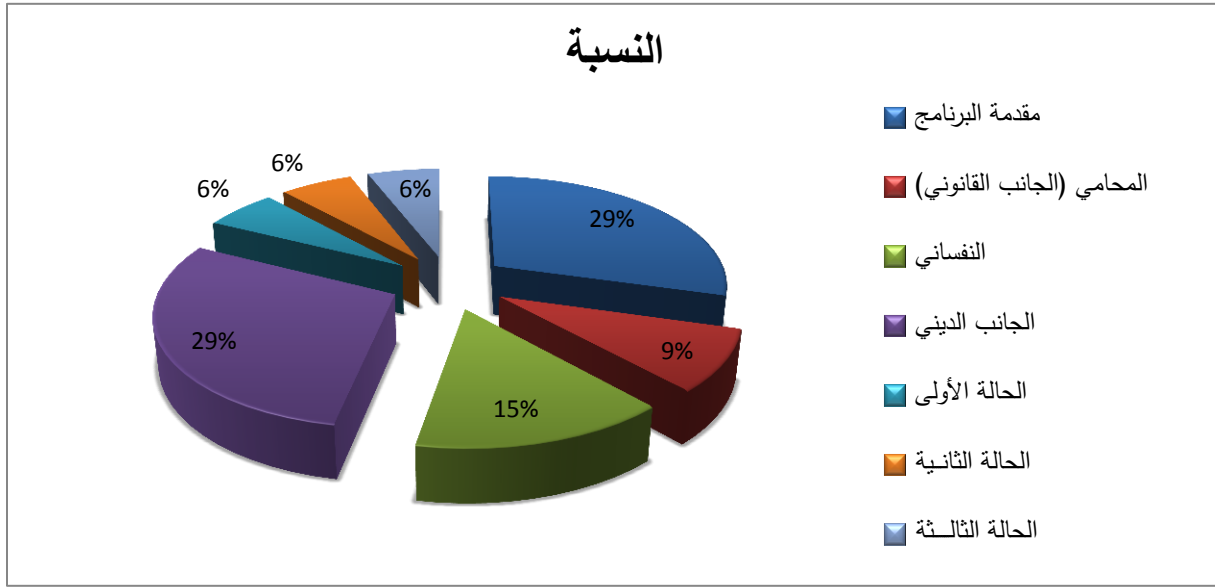
الجدول رقم (21) يمثل فئة الشخصيات الفاعلة في العدد "3" من برنامج خط أحمر

الفاعلين	التكرار	النسبة
مقدمة البرنامج	10	29,41%
المحامي (الجانب القانوني)	03	8,82%
النفساني	05	14,70%
الجانب الديني	10	29,41%
الحالة الأولى	02	5,88%
الحالة الثانية	02	5,88%
الحالة الثالثة	02	5,88%
المجموع	34	100%

تحليل وتفسير الجدول رقم 21:

يتبين من خلال الجدول الخاص بفئة الشخصيات الفاعلة في البرنامج أن أعلى نسبة حازت عليها مقدمة البرنامج بما مجموعه 29,41 بالمائة، وهو أمر طبيعي جدا في مثل هاته البرامج التي تتطلب توضيحات أوفى لهم، وفي نفس الرتبة جاء الجانب الديني ثم ما نسبة 14,70 بالمائة للجانب النفساني في حين أن المحامي أخذ نسبة أقل بمجموع 8,82 بالمائة، بينما لم يكن للفئات الاجتماعية المقصودة بالحصة دور فاعل في إنجاح البرنامج سوى بما نسبته 5,88 بالمائة.

الشكل رقم (20) يمثل فئة الشخصيات الفاعلة في العدد "3" من برنامج خط أحمر



1-3- الجمهور المستهدف في برنامج خط أحمر في العدد (3)

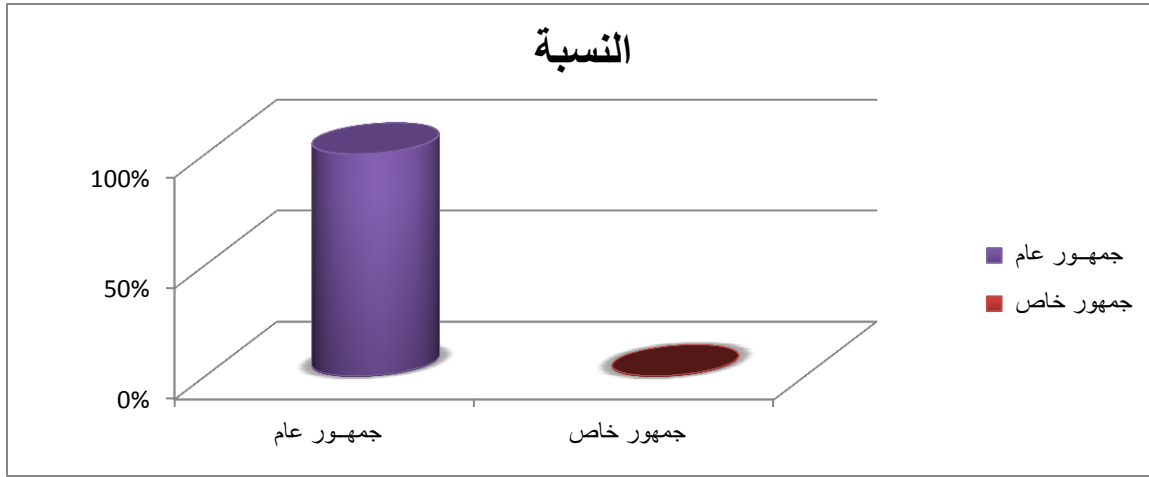
الجدول رقم (22) : يوضح فئة الجمهور المستهدف في العدد (3) من برنامج خط أحمر

النسبة	التكرار	الجمهور المستهدف
100%	03	جمهور عام
00%	00	جمهور خاص
100%	03	المجموع

تحليل وتفسير الجدول رقم 22:

من خلال قراءة النسبتين المسجلتين في الجدول الثالث يتبين جليا أن كل المواضيع المتناولة في البرنامج المنوه به أعلاه، موجهة للجمهور العام وهو ما توضحه النسبة المئوية، من منطلق أنها مواضيع اجتماعية محضة لها امتداد اهتمامي إلى العمومية بعيدا عن أية خصوصية.

الشكل رقم (21) : يوضح فئة الجمهور المستهدف في العدد (3) من برنامج خط أحمر



1-4- الأهداف المتضمنة في برنامج خط أحمر في العدد (3)

الجدول رقم (23) يوضح فئة الأهداف المتضمنة في العدد "3" من برنامج خط أحمر

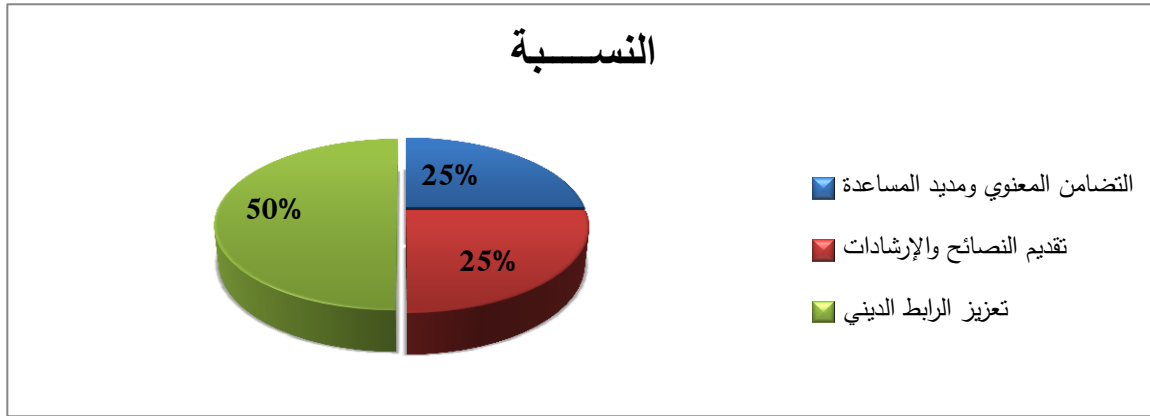
النسبة	التكرار	الأهداف
25 %	01	التضامن المعنوي ومد يد المساعدة
25 %	01	تقديم النصائح والإرشادات
50 %	02	تعزيز الرابط الديني
100 %	4	المجموع

تحليل وتفسير الجدول رقم 23:

نرى أن الجدول رقم 20 الخاص بفئة الأهداف، يحوي ما نسبته 25 بالمائة لكل من أهداف التضامن المعنوي ومد يد المساعدة وتقديم النصائح و الإرشادات، وهو مؤشر جيد يكشف مدى اهتمام الجزائريين بجانب المساعدة والتعاون، وفي حين نجد أن أعلى نسبة كانت لهدف تعزيز الروابط الدينية بنسبة 50 بالمائة، وهنا نلاحظ مدى مساهمة رجال الدين في اقتراح وإيجاد حلول

جاهزة مستوحاة من ديننا الحنيف بهدف تحقيق ما هو مطلوب من نتائج في صالح المجتمع عموماً.

الشكل رقم (22) يوضح فئة الأهداف المتضمنة في العدد "3" من برنامج خط أحمر



1-5- المصادر المعتمدة في برنامج خط أحمر في العدد (3)

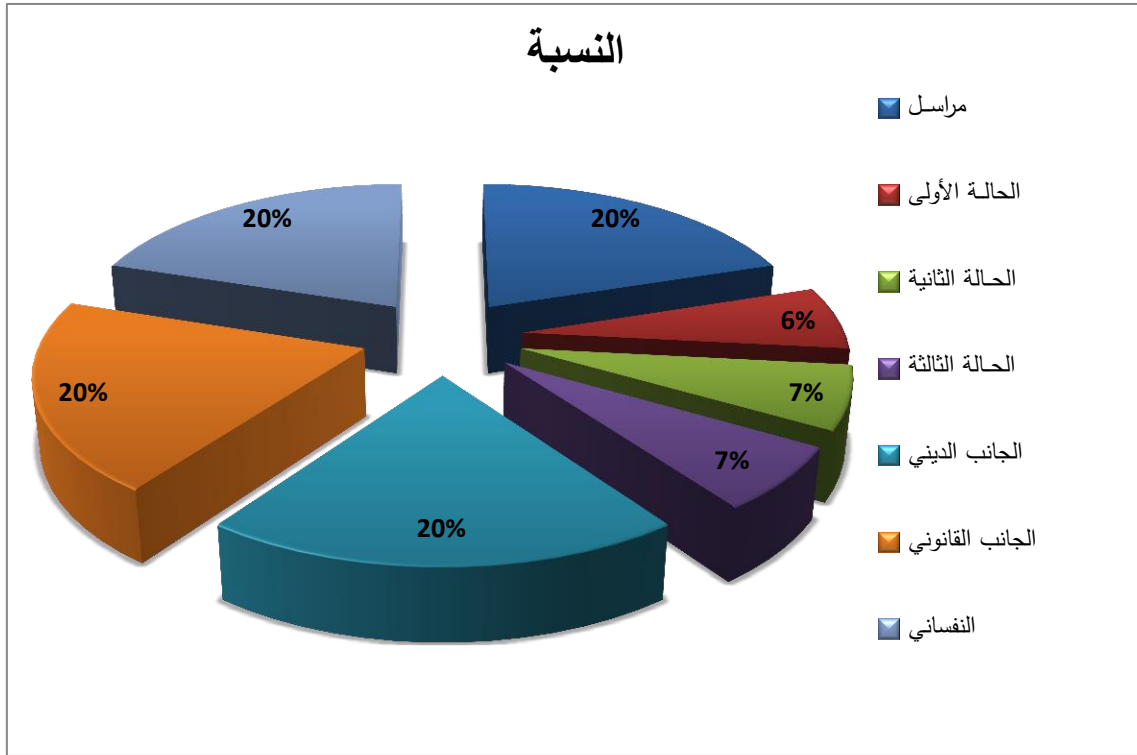
الجدول رقم (24) يوضح فئة المصادر المعتمدة في العدد "3" من برنامج خط أحمر

النسبة	التكرار	المصادر
20 %	03	مراسل
6,66 %	01	الحالة الأولى
6,66 %	01	الحالة الثانية
6,66 %	01	الحالة الثالثة
20 %	03	الجانب الديني
20 %	03	الجانب القانوني
20 %	03	النفساني
100 %	15	المجموع

تحليل وتفسير الجدول رقم 24:

يوضح الجدول 21 المتعلق بالشخصيات الفاعلة في البرنامج تحصلت على نفس النسبة المقدرة بنحو 20 بالمائة، من الجانب القانوني و النفساني والديني إضافة إلى المراسل الصحفي، في حين نجد أن الحالات الاجتماعية لم تتحصل سوى على ما نسبته 6,66 بالمائة. والملاحظ أن كل الفئات تعتبر مصادر معتمدة في البرنامج من خلال ما تقدمه من معلومات حول المواضيع المعروضة في البرنامج. وهي مهمة إلى حد كبير في بلورة مضامين البرنامج ككفي الاتجاه السليم الذي يخدم الفئات الاجتماعية محل الجدول.

الشكل رقم (23) يوضح فئة المصادر المعتمدة في العدد "3" من برنامج خط أحمر



1-6- القيم المتضمنة في العدد "3" من برنامج خط أحمر

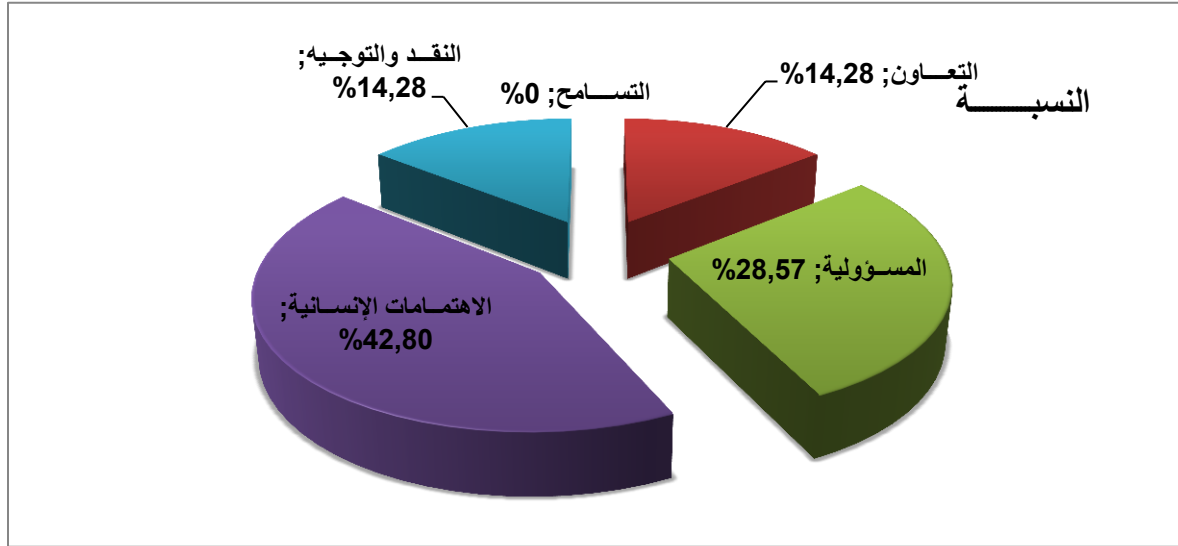
الجدول رقم (25) يوضح فئة القيم المتضمنة في العدد "3" من برنامج خط أحمر

النسبة	التكرار	القيم
00 %	00	التسامح
14,28 %	01	التعاون
28,57 %	02	المسؤولية
42,8 %	03	الاهتمامات الإنسانية
14,28 %	01	النقد والتوجيه
100 %	7	المجموع

تحليل وتفسير الجدول رقم 25:

يوضح الجدول أعلاه أن أعلى نسبة تحصلت عليها قيمة الاهتمامات الإنسانية بنسبة 42,8 بالمائة، و هو ما يفسر الترابط الوثيق بين القيمة و الموضوع الاجتماعي الذي يعتبر من بين أولى اهتمامات المجتمع الجزائري بكل أطيافه، يلي ذلك قيمة المسؤولية بنسبة 28 بالمائة، في الوقت الذي تبقى فيه قيمتا التعاون والنقد و التوجيه في آخر الدرجات بنسبة 14,28 بالمائة. وذلك راجع إلى طبيعة الحصة وتوقيتها وحتى منشطها الذين يتغيرون بنسب محددة كل مرة.

الشكل رقم (24) يوضح فئة القيم المتضمنة في العدد "3" من برنامج خط أحمر



2- فئات شكل المادة الاعلامية (كيف قيل؟)

2-1- المدة الزمنية للفاعلين في العدد رقم (3) من برنامج خط أحمر

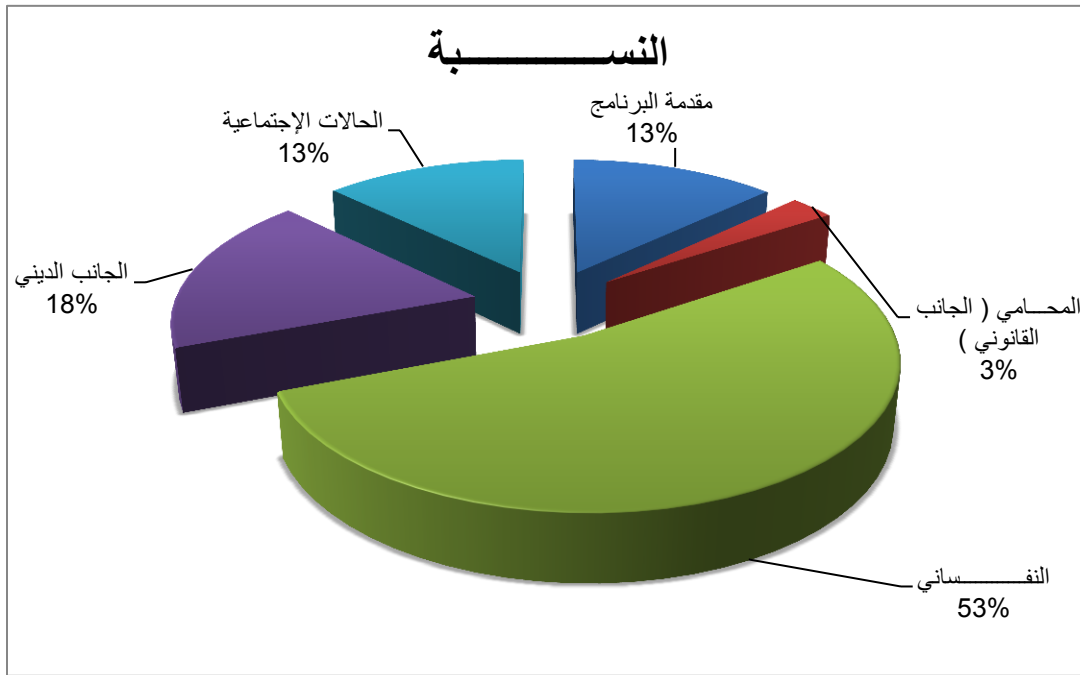
الجدول رقم (26) يمثل المدة الزمنية للفاعلين في العدد "3" من برنامج خط احمر

الفاعلين	التكرار	النسبة %
مقدمة البرنامج	7:33	12,96%
المحامي (الجانب القانوني)	1:57	2,77%
النفساني	30:23	53,47%
الجانب الديني	10:20	18,04%
الحالات الاجتماعية	7:20	12,73%
المجموع	56,53	100%

تحليل وتفسير الجدول رقم 26:

يتضح من خلال هذا الجدول أن الجانب النفسي لعب الدور الريادي في الحصة ككل بنسبة 53.47 بالمائة وجاء الجانب الديني ثانيا بنسبة 18.04 بالمائة، وهنا يتضح أهمية الدور النفسي في هكذا مواضيع. كما إن الحالات الاجتماعية قفزت بعض الشيء عما كان عليه الحال في حصص سابقة، إذ بلغت ما نسبته 12,73 بالمائة، من منطلق كونها أهم عنصر في البرنامج ككل، وبنسبة اقل بقليل جاءت مقدمة البرنامج، بعدها كانت نسبة 2.77 بالمائة للجانب القانوني الذي عادة ما تنقلص أهميته في بعض المواضيع الاجتماعية ما دامت الحاجة الأهم هي كيفية السبيل لإزالة المشكلة وحصول المساعدة والدعم بعيدا عما تمليه القوانين المتعلقة بفئات المكفولين.

الشكل رقم (25) يمثل المدة الزمنية للفاعلين في العدد "3" من برنامج خط احمر



2-2- الأنواع الصحفية المستخدمة في العدد "3" من برنامج خط أحمر

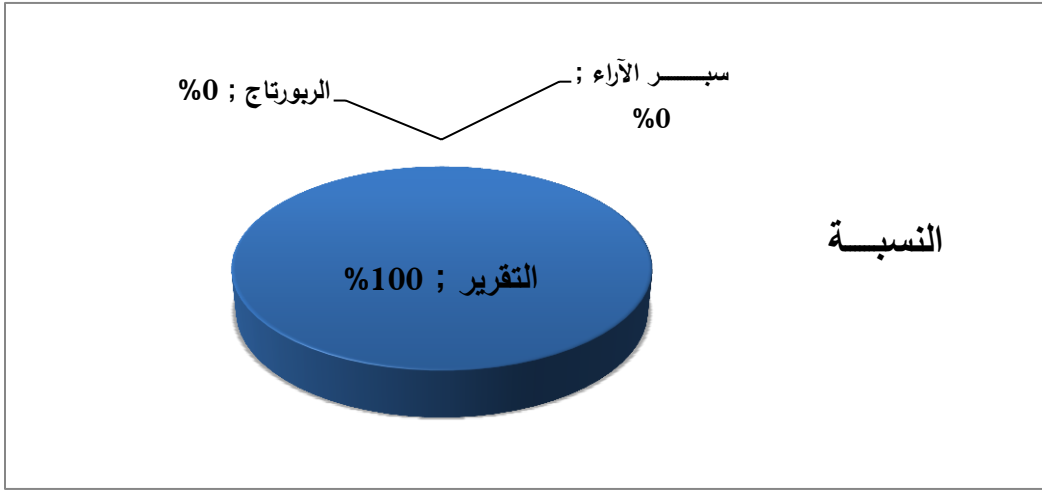
الجدول رقم (27) يوضح الأنواع الصحفية المستخدمة في العدد "3" من برنامج خط أحمر

النسبة %	التكرار	الأنواع الصحفية
100 %	03	التقرير
00 %	00	الريورتاج
00 %	00	سبر الآراء
100 %	03	المجموع

تحليل وتفسير الجدول رقم 27:

مما ظهر في الجدول رقم 26 يتضح جليا أن التقرير كان أبرز بل أهم أداة بين الأنواع الصحفية، التي لها القدرة على إيصال الأفكار وبسط عوامل الفهم والاستمالة في صالح الفئات الاجتماعية محل الجدل، بحيازته على نسبة 100 بالمائة من مختلف الأنواع والأشكال الصحفية المعتمدة أو على الأقل المتعارف عليها إعلاميا، وهو المنحى التي سارت على نسقه الحصص أو الأعداد السابقة من نفس البرنامج، ومن خلال ذلك نستنتج المكانة التي يحوزها التقرير في إيصال انشغالات وآهات المحتاجين من مختلف الفئات الاجتماعية التي تمر عبر بوابة برنامج قناة الشروق الفتية.

الشكل رقم (26) يوضح الأنواع الصحفية المستخدمة في العدد "3" من برنامج خط أحمر



2-3- اللغة المستخدمة في العدد (3) من برنامج خط أحمر

الجدول رقم (28) يوضح فئة اللغة المستخدمة في العدد "3" من برنامج خط أحمر

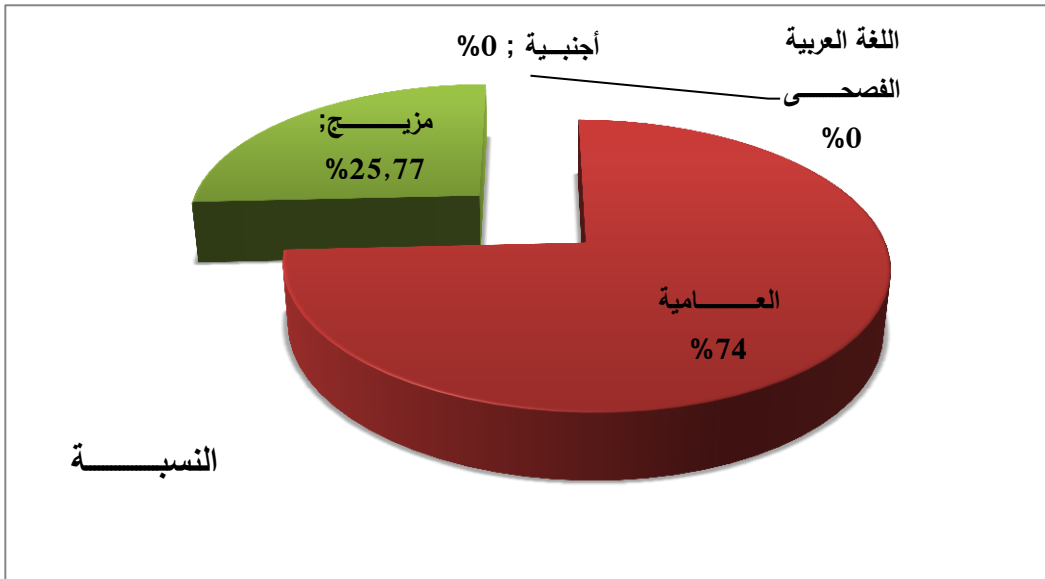
النسبة %	التكرار	اللغة المستخدمة
00 %	00	اللغة العربية الفصحى
74,22 %	72	العامية
25,77 %	25	مزيج
00 %	00	أجنبية
100 %	97	المجموع

تحليل وتفسير الجدول رقم 28:

يوضح الجدول الأخير أن نسبة 74,22 % من عمر البرنامج كانت فيه اللهجة العامية هي الغالبة، وما نسبته 25.77 بالمائة لأحاديث وتدخلات ذات مزيج مختلط، فيما لم تتحصل اللغة العربية الفصحى أو اللغة الأجنبية على أي حيز زمني طوال فترات الحصة، وهذا ما يفسر

التفكير الصحيح والسليم لمخرج الحصة من منطلق أن حاجة متابعي الحصة للبساطة ووضع اليد على الجرح بعيدا عن أي تكلف مفترض، هو الذي يعطي الحصة بعدها الاجتماعي الحقيقي في كل الأحوال، ويساهم في نجاحها وفي استمالة الخيّرین الراغبين في المساعدة.

الشكل رقم (27) يوضح فئة اللغة المستخدمة في العدد "3" من برنامج خط أحمر



العدد الرابع:

البيانات العامة:

- ✓ اسم البرنامج : خط أحمر
- ✓ المدة الزمنية للعرض : 1:18:58
- ✓ تاريخ العرض: 6 مارس 2016
- ✓ المدة الزمنية لجينيريك البداية : 27 ثانية
- ✓ ضيوف الحلقة : المحامي : إبراهيم بهلولي
- أخصائي علم النفس و الاجتماع : محمد فرجاني
- الإمام : البشير الإبراهيمي
- ✓ موضوع الحلقة : أب يطرد ابنته بسبب إصابتها بمرض و امرأة تكرم والديها و شاب يبحث عن أمه.
- ✓ المواضيع الفرعية:
- أب يطرد ابنته إلى الشارع بسبب إصابتها بمرض
- امرأة تكرم والديها في برنامج خط أحمر
- حكيم رجل يبحث عن ذويه وأمّه

1- فئات مضمون المادة الاعلامية (ماذا قيل؟)

1-1- المواضيع المعالجة في العدد (4) من برنامج خط أحمر

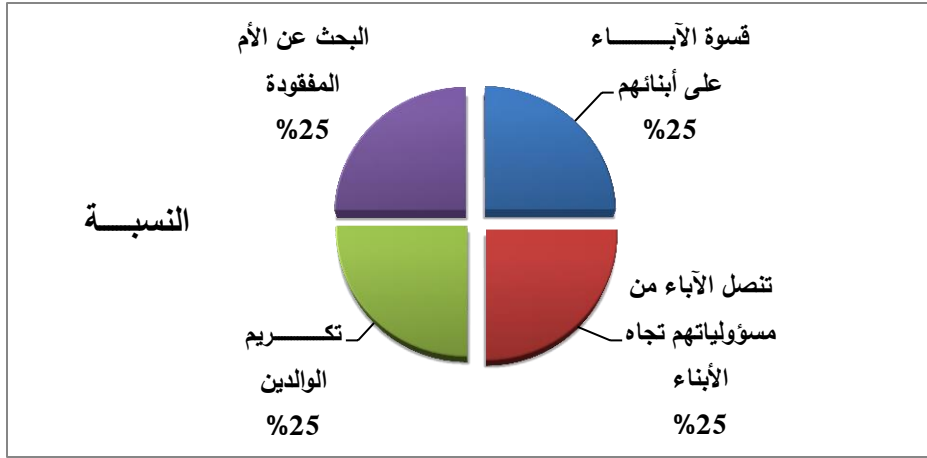
الجدول رقم (29) يوضح فئة المواضيع المعالجة في العدد "4" من برنامج خط أحمر

النسبة %	التكرار	الموضوع
25 %	01	قسوة الآباء على أبنائهم
25 %	01	تتصل الآباء من مسؤولياتهم تجاه الأبناء
25 %	01	تكريم الوالدين
25 %	01	البحث عن الأم المفقودة
100 %	4	المجموع

تحليل وتفسير الجدول رقم 29:

ما هو ملاحظ ها هنا أن فئات المواضيع بالجدول أعلاه تساوت في النسبة هاته المرة على غير العادة في أعداد سابقة. حيث أخذت كل منها ما نسبته 25 بالمائة مناصفة. إذ إن موضوع قسوة الآباء على أبنائهم، وتكريم الوالدين، والبحث عن الأم المفقودة، فضلا عن تتصل الآباء من أبنائهم كان لها نفس الحضور الإعلامي. ومع كل هذا وذاك لنا أن نكشف بأن المشاكل العائلية داخل الأسر الجزائرية متعددة ومعقدة الفهم. ولعل فقدان أساليب الحوار البناء والمقنع وتبادل أطراف الحديث على طاولة واحدة وانعدام النقاش المفيد والمثمر. كانت وما زالت أسبابا فيما هو حاصل إلى أن يثبت العكس.

الشكل رقم (28) يوضح فئة المواضيع المعالجة في العدد "4" من برنامج خط أحمر



1-2- الشخصيات الفاعلة في العدد (4) من برنامج خط أحمر

الجدول رقم (30) يوضح فئة الشخصيات الفاعلة في العدد (4) من برنامج خط أحمر

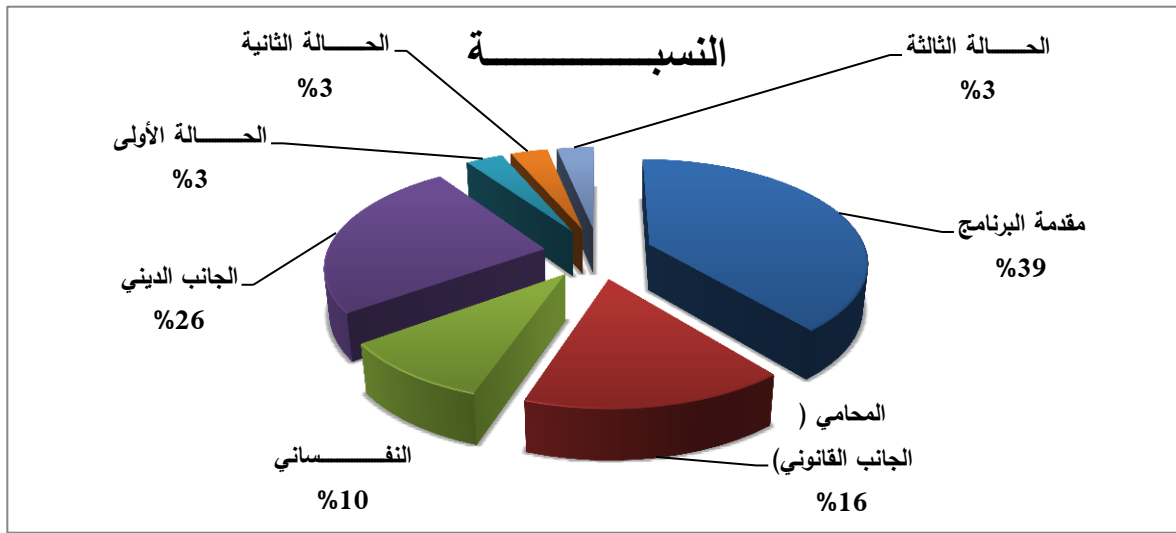
النسبة %	التكرار	الفاعلين
38,70 %	12	مقدمة البرنامج
16,12 %	05	المحامي (الجانب القانوني)
9,67 %	03	النفساني
25,08 %	08	الجانب الديني
3,22 %	01	الحالة الأولى
3,22 %	01	الحالة الثانية
3,22 %	01	الحالة الثالثة
100 %	31	المجموع

تحليل وتفسير الجدول رقم 30:

يتبين من خلال الجدول الخاص بفئة الشخصيات الفاعلة في البرنامج أن أعلى نسبة حازت عليها مقدمة البرنامج بما مجموعه يناسب 38.70 بالمائة وهنا نلاحظ التباين الكبير في

الموضوع من حيث محاور البرامج السابقة. وأما الجانب الديني فنسبته لم تتعد 25,80 بالمائة، والجانب النفسي في الحصة لم يأخذ سوى نسبة 9,67 بالمائة. تليه باقي الحالات أو الخانات بمعدل تكرار واحد بمقدار 3.22 بالمائة، لكل الحالات الاجتماعية في البرنامج، وهو ما يجعلنا نستنتج أن أهم فاعل في العدد الرابع هو مقدمة البرنامج التي استحوذت على غالبية فترات البث مقارنة بالفاعلين الآخرين.

الشكل رقم (29) يوضح فئة الشخصيات الفاعلة في العدد (4) من برنامج خط أحمر



1-3- الجمهور المستهدف في العدد (4) من برنامج خط أحمر

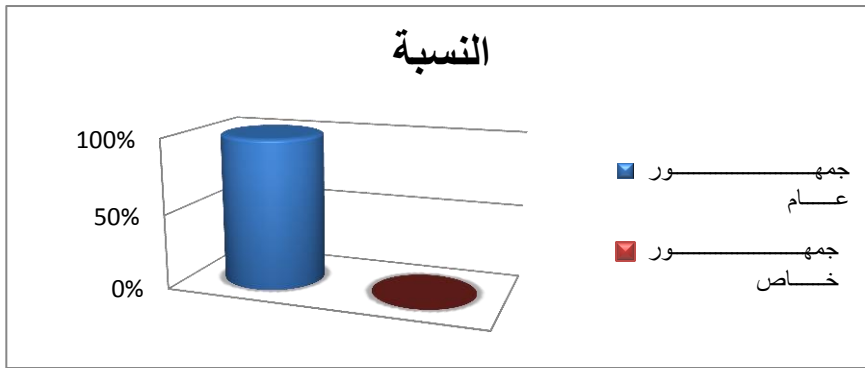
الجدول رقم (31) : يوضح فئة الجمهور المستهدف في العدد "4" من برنامج خط أحمر

الجمهور المستهدف	التكرار	النسبة %
جمهور عام	03	100 %
جمهور خاص	00	00 %
المجموع	03	100 %

تحليل وتفسير الجدول رقم 31:

الجدول يبين ككل مرة ان فئة الجمهور العام هي الغالبة إذا ما تعلق الأمر ببرنامج خط أحمر. ذلك أن البرنامج يسعى لإيصال أصوات المحتاجين وانتظار المساعدة كيفما كانت والجمهور الخاص لا يمثله أي كان.

الشكل رقم (30) : يوضح فئة الجمهور المستهدف في العدد "4" من برنامج خط أحمر



1-4- الأهداف المتضمنة في العدد (4) من برنامج خط أحمر

الجدول رقم (32) يوضح فئة الأهداف المتضمنة في العدد "4" من برنامج خط أحمر

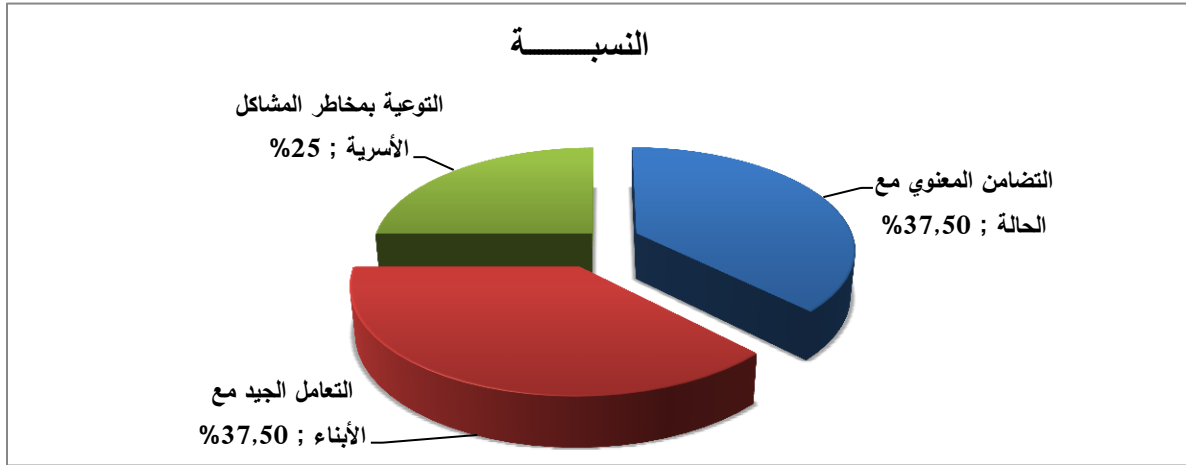
الأهداف	التكرار	النسبة %
التضامن المعنوي مع الحالة	03	37,5 %
التعامل الجيد مع الأبناء	03	37,5 %
التوعية بمخاطر المشاكل الأسرية	02	25 %
المجموع	8	100 %

تحليل وتفسير الجدول رقم 32:

يبين الجدول الخاص بفئة الأهداف الموجودة في البرنامج أن نسبة 37,5 بالمائة تحصلت هدف التضامن المعنوي مع الحالة، والتعامل الجيد مع الأبناء. وجاء هدف التوعية بمخاطر المشاكل

الأسرية في المرتبة الأخيرة بنسبة 25 بالمائة. وهو ما يجعلنا نستنتج مرة أخرى أن الهدف الأسمى حسب خط البرنامج. هو تماسك المجتمع وانتشار وسائل الدعم الاجتماعي. وتمسك الأشخاص بما ينفعهم ويزد من ترابطهم وتوادمهم وتماسكهم .

الشكل رقم (31) يوضح فئة الأهداف المتضمنة في العدد "4" من برنامج خط أحمر



1-5- المصادر في العدد (4) من برنامج خط أحمر

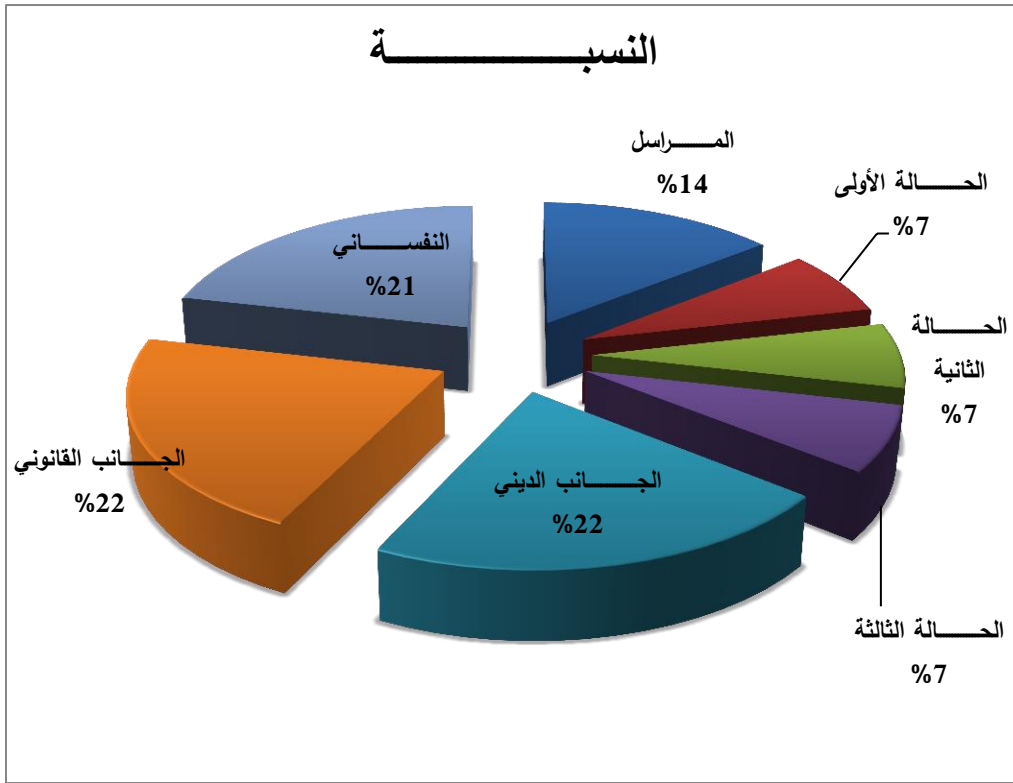
الجدول رقم (33) : يوضح فئة المصادر في العدد "4" من برنامج خط أحمر

النسبة %	التكرار	المصادر
14,28 %	02	المراسل
7,14 %	01	الحالة الأولى
7,14 %	01	الحالة الثانية
7,14 %	01	الحالة الثالثة
21,42 %	03	الجانب الديني
21,42 %	03	الجانب القانوني
21,42 %	03	النفساني
100 %	14	المجموع

تحليل وتفسير الجدول رقم 33:

يلاحظ من خلال الجدول الخاص بالمصادر المعتمدة في البرنامج أن النسب كانت متساوية لكل من الجانب الديني، و القانوني، والنفساني، وقد قدرت بما نسبته 21,42 بالمائة ثم نجد المراسل الذي تحصل على نسبة 14,28 بالمائة، تليه الحالات الأخرى مناصفة بنسبة 7,14 بالمائة. ولعل وقع الحالات وأهميتها هي التي تلعب دورا وتكون مرجعا لتفسير الحالة المتعلقة بمصادر البرنامج ككل.

الشكل رقم (32) : يوضح فئة المصادر في العدد "4" من برنامج خط أحمر



1-6- القيم المتضمنة في العدد (4) من برنامج خط أحمر

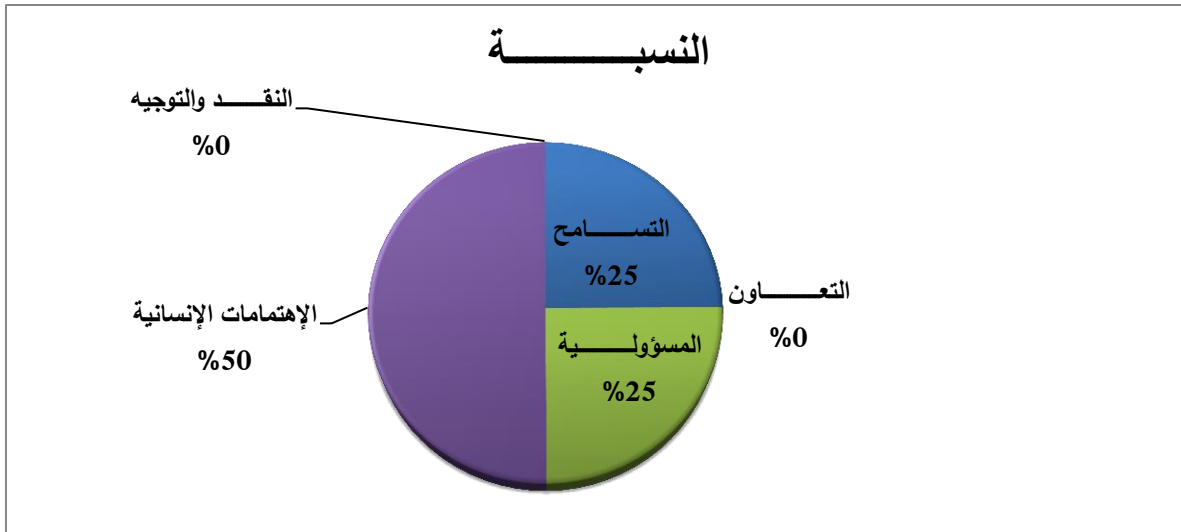
الجدول رقم (34) : يوضح فئة القيم في العدد "4" من برنامج خط أحمر

النسبة %	التكرار	القيم
16,6 %	01	التسامح
00 %	00	التعاون
16,6 %	01	المسؤولية
33,33 %	02	الاهتمامات الإنسانية
00 %	00	النقد والتوجيه
100 %	6	المجموع

تحليل وتفسير الجدول رقم 34:

يتبين مرة أخرى أن قيمة الاهتمامات الإنسانية تحصلت على نسبة 33,33 بالمائة وهو ما يفسر بكون البرنامج ذا طابع إنساني يهتم بالمجتمع، في وقت لم تكن فيه قيمة التسامح و المسؤولية في البرنامج سوى بنسبة 6,16، وهو ما يفسر أن ذات القيم لها دور وأهمية في أعداد أخرى على غرار برامج الأعداد التي مرت علينا سابقا.

الشكل رقم (33) : يوضح فئة القيم في العدد "4" من برنامج خط أحمر



2- فئات شكل المادة الاعلامية (كيف قيل ؟)

1-2- المدة الزمنية للعدد (4) من برنامج خط أحمر

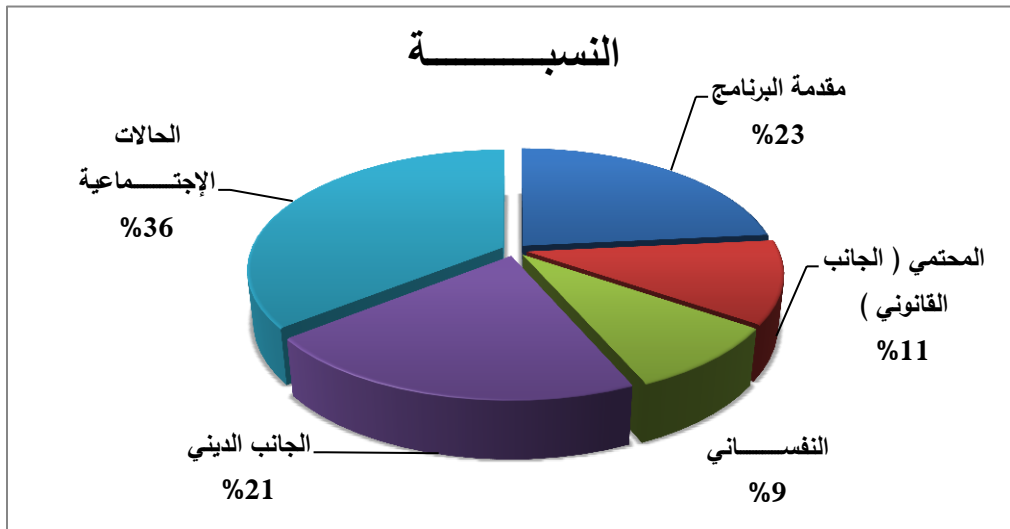
الجدول رقم (35) يمثل فئة المدة الزمنية للفاعلين في برنامج خط أحمر

النسبة %	المدة الزمنية	الفاعلين
23,43 %	11:49	مقدمة البرنامج
11,13 %	5:46	المحتمي (الجانب القانوني)
8,87 %	4:35	النفساني
20,86 %	10:23	الجانب الديني
35,69 %	17:50	الحالات الاجتماعية
100 %	49:03	المجموع

تحليل وتفسير الجدول رقم 35:

يتبين لنا من قراءة الجدول أعلاه أن أعلى نسبة كانت للحالات الاجتماعية بما مقداره 35,69 بالمائة. كونها الفئة أو الشريحة الأكثر فعالية في طرح مشاكلها ومشاكلها وهو ما هو مفترض. ثم يأتي مقدمة البرنامج بنسبة 23,43 بالمائة باعتبارها ربما أكثر إطلاعا على الحالات الاجتماعية. الجانب الديني أخذ نسبة 20,86 من عمر الحصة. بينما كانت مدة حديث المحامي 5 دقائق و 46 ثانية بنسبة 11,13 بالمائة والنفساني تكلم على مدار 4 دقائق و 35 ثانية بنسبة 8,87. ومن هنا يتضح أن نسبة الفئات الاجتماعية ارتفعت لأول مرة مقارنة بباقي الفئات الأخرى في الأعداد السابقة من ذات البرنامج وهو ما يفسر التطور الملحوظ والتوجه الجديد نحو بحث حلول المشاكل على السنة الشخصيات المحتاجة لعل وعسى يكون لها اثر ونتائج أوفر.

الشكل رقم (34) يمثل فئة المدة الزمنية للفاعلين في برنامج خط أحمر



2-2- الأنواع الصحفية المستخدمة في العدد "4" من برنامج خط أحمر

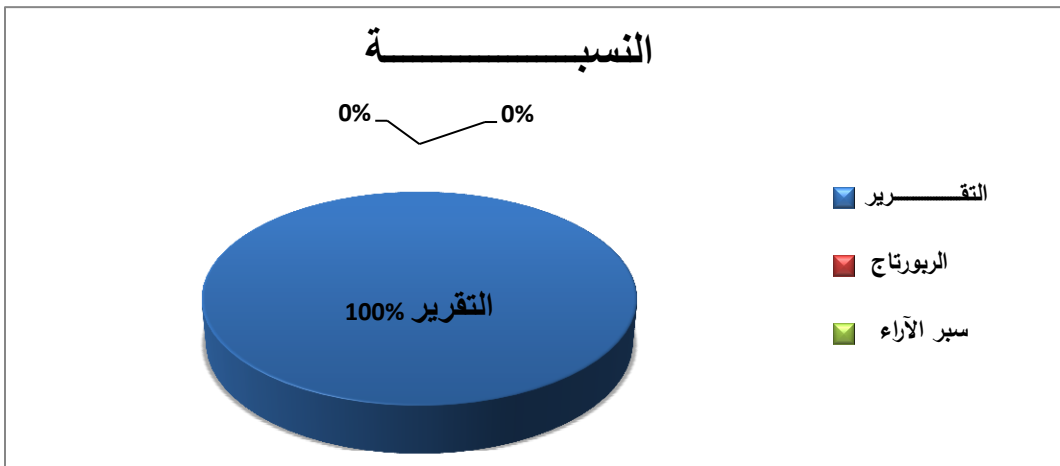
الجدول رقم (36) يوضح الأنواع الصحفية المستخدمة في العدد "4" من برنامج خط أحمر

النسبة %	التكرار	الأنواع الصحفية
% 100	02	التقرير
% 00	00	الريورتاج
% 00	00	سبر الآراء
% 100	2	المجموع

تحليل وتفسير الجدول رقم 36:

يتبين من خلال الجدول الخاص بتحليل الأنواع الصحفية أن التقرير أخذ نسبة 100 % عكس الأنواع الصحفية الأخرى التي لم تذكر في البرنامج، ويعتبر التقرير أحد أهم الأنواع الصحفية التي لم تستخدم في التعريف بالحالات الاجتماعية مثلما سبقت الإشارة إليه في تحليل جداول باقي الأعداد الأخرى من برنامج "خط أحمر" من منطلق أن رسالة التقرير واضحة وبسيطة وفي متناول فهم الجميع.

الشكل رقم (35) يوضح الأنواع الصحفية المستخدمة في برنامج خط أحمر العدد "4"



2-3- اللغة التعبيرية المستخدمة في العدد (4) من برنامج خط أحمر

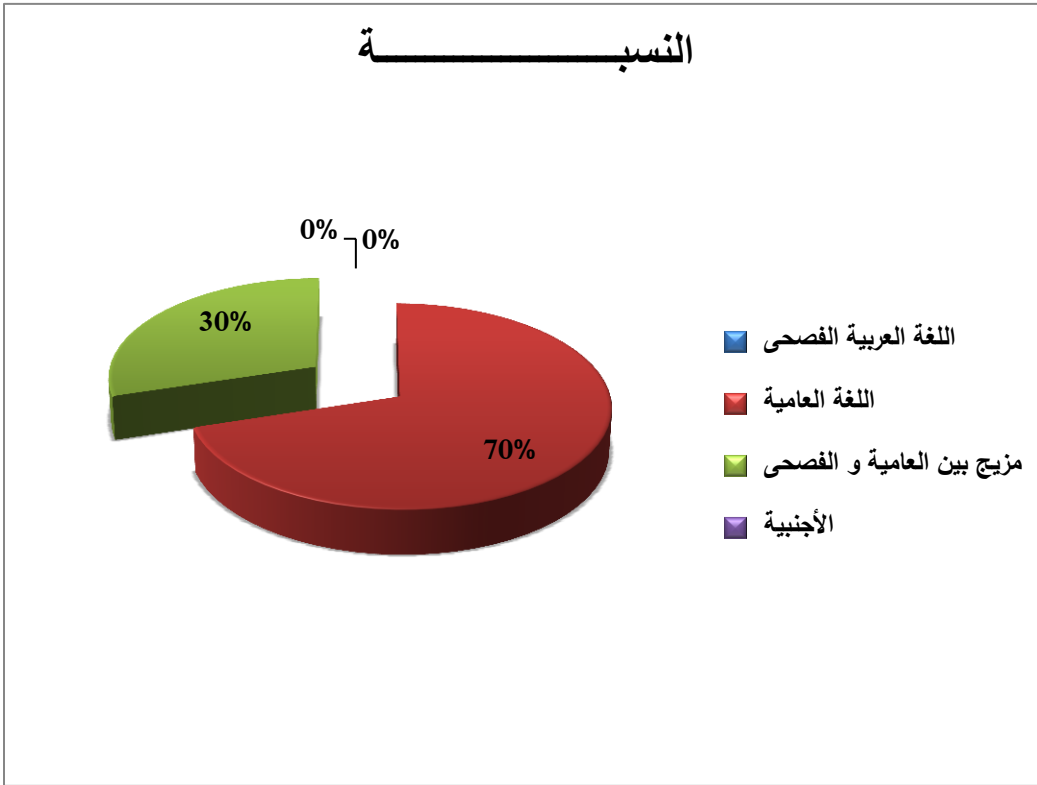
الجدول رقم (37) : يوضح فئة اللغة التعبيرية للفاعلين في العدد (4) من برنامج خط أحمر

النسبة %	التكرار	اللغة التعبيرية
00 %	00	اللغة العربية الفصحى
70,23 %	59	اللغة العامية
29,76 %	25	مزيج بين العامية و الفصحى
00 %	00	الأجنبية
100 %	84	المجموع

تحليل وتفسير الجدول رقم 37:

مرة أخرى تحوز اللغة العامية " الدارجة " على أكبر نسبة من عمر البرنامج من خلال تدخلات الحضور بما مقداره 70.23 بالمائة من مدة توقيت البرنامج ككل. وكالعادة مرة أخرى يأتي المزيج بين العربية الفصحى و العامية بنسبة 29,76 بالمائة، عكس اللغة العربية الفصحى و الأجنبية اللتين تحصلتا على نسبة 00 بالمائة، وهنا ما يدعنا نستنتج أن اللغة العامية تمثل اللغة المتعارف عليها عند جميع أفراد المجتمع، ويفهمها الجميع على اختلاف مستوياتهم وأعمارهم.

الشكل رقم (36) : يوضح فئة اللغة التعبيرية للفاعلين في العدد (4) من برنامج خط أحمر



العدد الخامس:

البيانات العامة:

- ✓ اسم البرنامج : خط أحمر
- ✓ المدة الزمنية للعرض البرنامج : 1:11:57
- ✓ توقيت البرنامج : 2016/05/15
- ✓ ضيوف الحلقة: : المحامي : إبراهيم بهلولي
- أخصائي علم النفس الاجتماعي : محمد فرجاني
- الإمام : البشير الإبراهيمي
- ✓ موضوع الحلقة : السحر والشعوذة و سحر الكادنة
- ✓ المواضيع الفرعية:
- رجل يحكي تأثير السحر عليه
- رجل يطلق زوجته ويتخلى عن أبنائه لأنه كان تحت تأثير السحر
- عمي قادرة رجل يعاني التشرد بعد أن خلعت زوجته

1- فئات مضمون المادة الاعلامية (ماذا قيل؟)

1-1- المواضيع المعالجة في العدد رقم (5) من برنامج خط أحمر

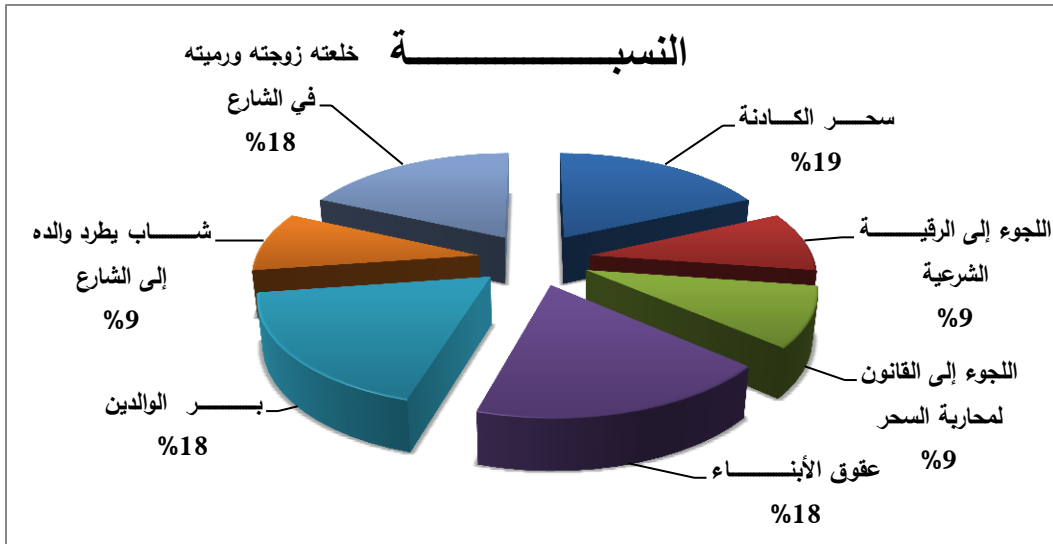
الجدول رقم (38) يوضح فئة المواضيع المعالجة في العدد "5" من برنامج خط أحمر

النسبة	التكرار	الموضوع
% 18,18	02	سحر الكادنة
% 9,09	01	اللجوء إلى الرقية الشرعية
% 9,09	01	اللجوء إلى القانون لمحاربة السحر
% 18,18	02	عقوق الأبناء
% 18,18	02	بر الوالدين
% 9,09	01	شاب يطرد والده إلى الشارع
% 18,18	02	خلعته زوجته ورميته في الشارع
% 100	11	المجموع

تحليل وتفسير الجدول رقم 38:

يوضح الجدول أعلاه، الخاص بفئة المواضيع أن النسب كانت متطابقة بالنسبة لمواضيع السحر " الكادنة " وعقوق الأبناء، وبر الوالدين و خلع الزوجة لزوجها وطرده للشارع وهذا بنسبة 18 بالمائة مناصفة. تليه نسبة 9,09 بالمائة لمواضيع " اللجوء للرقية الشرعية، اللجوء إلى القانون لمحاربة السحر، موضوع الشاب الذي طرد أباه إلى الشارع. في مشهد درامي تقشعر له الأبدان ويندى له الجبين. وهو ما يفسر ما آل الوضع الاجتماعي بسبب افرازات الواقع المعاش.

الشكل رقم (37) يوضح فئة المواضيع المعالجة في العدد "5" من برنامج خط أحمر



1-2- الشخصيات الفاعلة في العدد (5) من برنامج خط أحمر

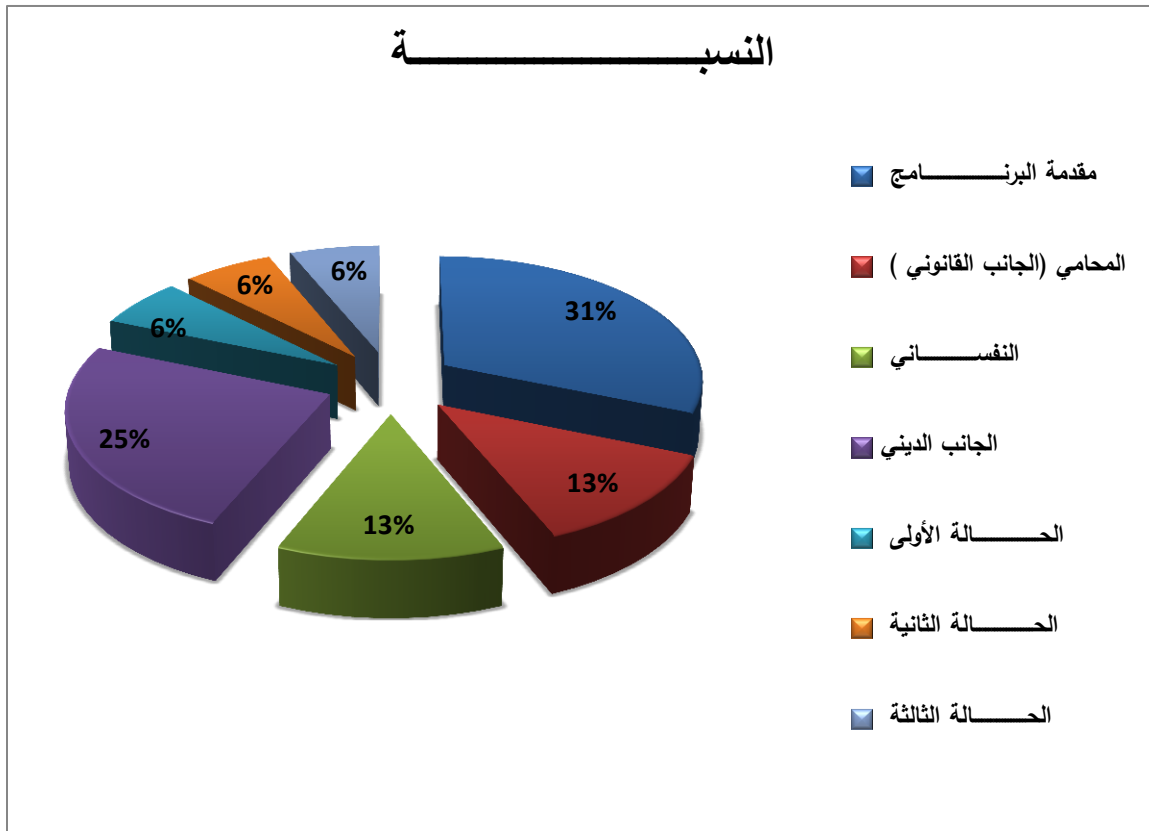
الجدول رقم (39) يوضح فئة الشخصيات الفاعلة في العدد "5" من برنامج خط أحمر

الفاعلين	التكرار	النسبة %
مقدمة البرنامج	10	31,25 %
المحامي (الجانب القانوني)	04	12,5 %
النفساني	04	12,5 %
الجانب الديني	08	25 %
الحالة الأولى	02	6,25 %
الحالة الثانية	02	6,25 %
الحالة الثالثة	02	6,25 %
المجموع	32	100 %

تحليل وتفسير الجدول رقم 39:

يوضح الجدول الخاص بفئة الشخصيات الفاعلة أن أعلى نسبة حازت عليها مقدمة البرنامج تتاليا بالعودة إلى برامج سابقة. وهذا بنسبة 31,25 بالمائة. يليها في المرتبة الثانية الجانب الديني الذي قدرت نسبته بما مجموعه 25 بالمائة ثم نجد كل من الجانب القانوني، و الجانب النفسي بنسبة قدرت بما مجموعه 12,5 بالمائة. وتليه الحالات الاجتماعية الأخرى بنفس النسب المقدرة بنحو 7 بالمائة. وما يلاحظ ها هنا أن الشخصيات الفاعلة في البرنامج هي المحرك الرئيس والأساسي في المضمون ويضعون الحدث حسب الحالات وأنواع القصص.

الشكل رقم (38) يوضح فئة الشخصيات الفاعلة في العدد "5" من برنامج خط أحمر



1-3- الجمهور المستهدف في العدد (5) من برنامج خط أحمر

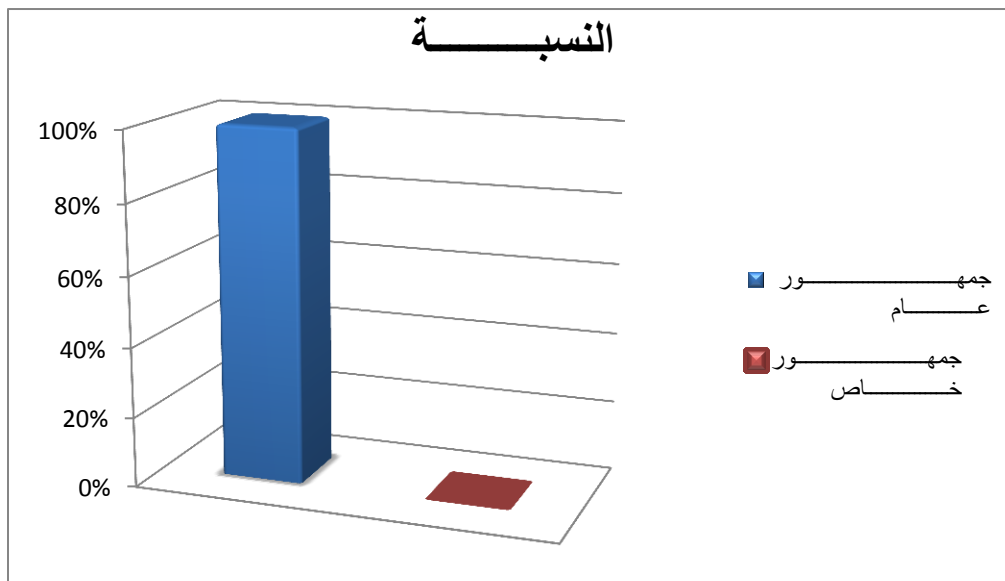
الجدول رقم (40) يمثل الفئة الجمهور المستهدف في العدد "5" من برنامج خط أحمر

الجمهور المستهدف	التكرار	النسبة %
جمهور عام	03	% 100
جمهور خاص	/	/
المجموع	03	% 100

تحليل وتفسير الجدول رقم 40:

ككل مرة وعلى نحو معتاد في الأعداد السابقة نجد ان فئة الجمهور العام تحوز ككل مرة نسبة 100 بالمائة مقابل 0 نسبة بالنسبة للجمهور الخاص. وهو ما يؤكد عمومية الأشياء في مثل هاته الدراسات أو الحالات الاجتماعية.

الشكل رقم (39) يمثل الفئة الجمهور المستهدف في العدد "5" من برنامج خط أحمر



1-4- الأهداف المتضمنة في العدد (5) من برنامج خط أحمر

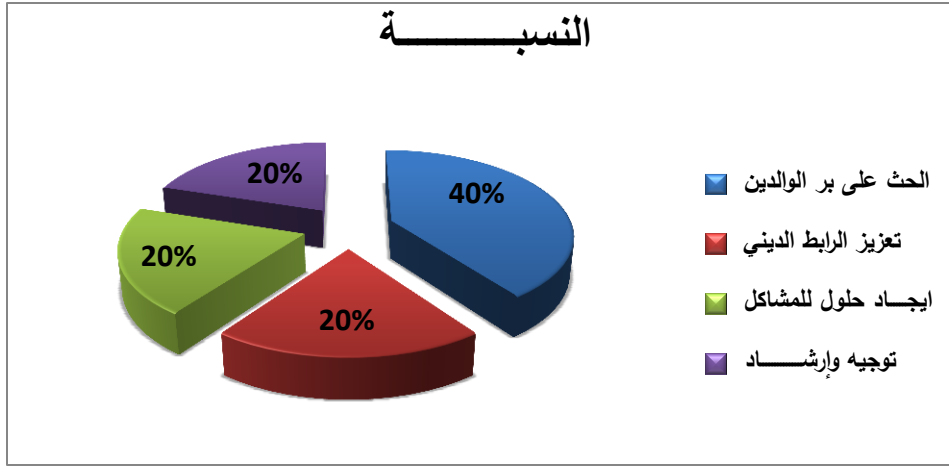
الجدول رقم (41) يوضح فئة الأهداف المتضمنة في العدد "5" من برنامج خط أحمر

الأهداف	التكرار	النسبة %
الحث على بر الوالدين	02	40 %
تعزيز الرابط الديني	01	20 %
إيجاد حلول للمشاكل	01	20 %
توجيه وإرشاد	01	20 %
المجموع	5	100 %

تحليل وتفسير الجدول رقم 41:

في الجدول الخاص بفئة الجمهور المستهدف أو الهدف من طرح القضايا في البرنامج نجد أن النسبة الأولى كانت لهدف البحث عن بر الوالدين بنسبة 40% التي تعد من الأهداف الرئيسية في البرنامج من قصص وقع ضحيتها الكبار والصغار، وبالتالي فالرسالة الموجهة تحمل عبرة يأخذها المشاهد لضرورة البحث عن بر الوالدين وتكريمهم، تليها نسبة 20 بالمائة لهدف تعزيز الرابط الديني، وهدف إيجاد حلول للمشاكل، وهدف التوجيه والإرشاد. وهو ما يفسر اهتمام فئات المجتمع بما له صلة بالوالدين أولاً وقبل كل شيء.

الشكل رقم (40) يوضح فئة الأهداف المتضمنة في العدد "5" من برنامج خط أحمر



5-1- المصادر المعتمدة في العدد (5) من برنامج خط أحمر

الجدول رقم (42) يوضح فئة المصادر المعتمدة في العدد "5" من برنامج خط أحمر

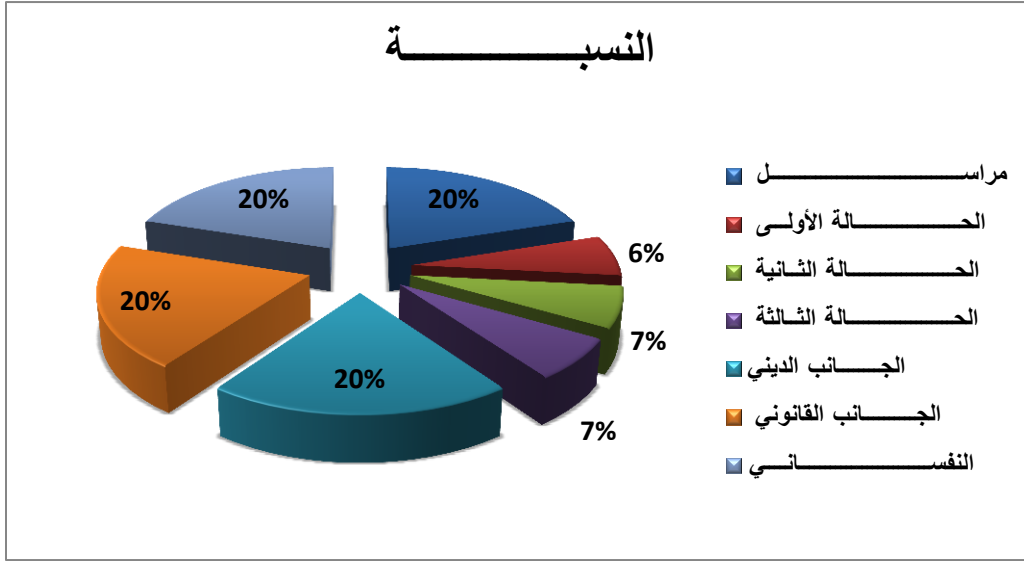
النسبة	التكرار	المصادر
20 %	03	مراسل
6,66 %	01	الحالة الأولى
6,66 %	01	الحالة الثانية
6,66 %	01	الحالة الثالثة
20 %	03	الجانب الديني
20 %	03	الجانب القانوني
20 %	03	النفساني
100 %	15	المجموع

تحليل وتفسير الجدول رقم 42:

يلاحظ من خلال الجدول الخاص بالمصادر المعتمدة في البرنامج أن النسب كانت متساوية لكل من الجانب الديني، و القانوني، والنفساني، وحتى المراسل، وقد قدرت بما نسبته

20 بالمائة ثم نجد الحالات 1 و 2 و 3 بنسبة 6,66 بالمائة مناصفة فيما بينها، وهنا نلاحظ أن المراسل لحق بركب باقي الفئات الأخرى عكس ما كان عليه الحال في الأعداد السالفة من ذات البرنامج. وهو ما يؤكد أهمية هذا العنصر على الدوام.

الشكل رقم (41) يوضح فئة المصادر في العدد "5" من برنامج خط أحمر



1-6- القيم المتضمنة في العدد (5) من برنامج خط أحمر

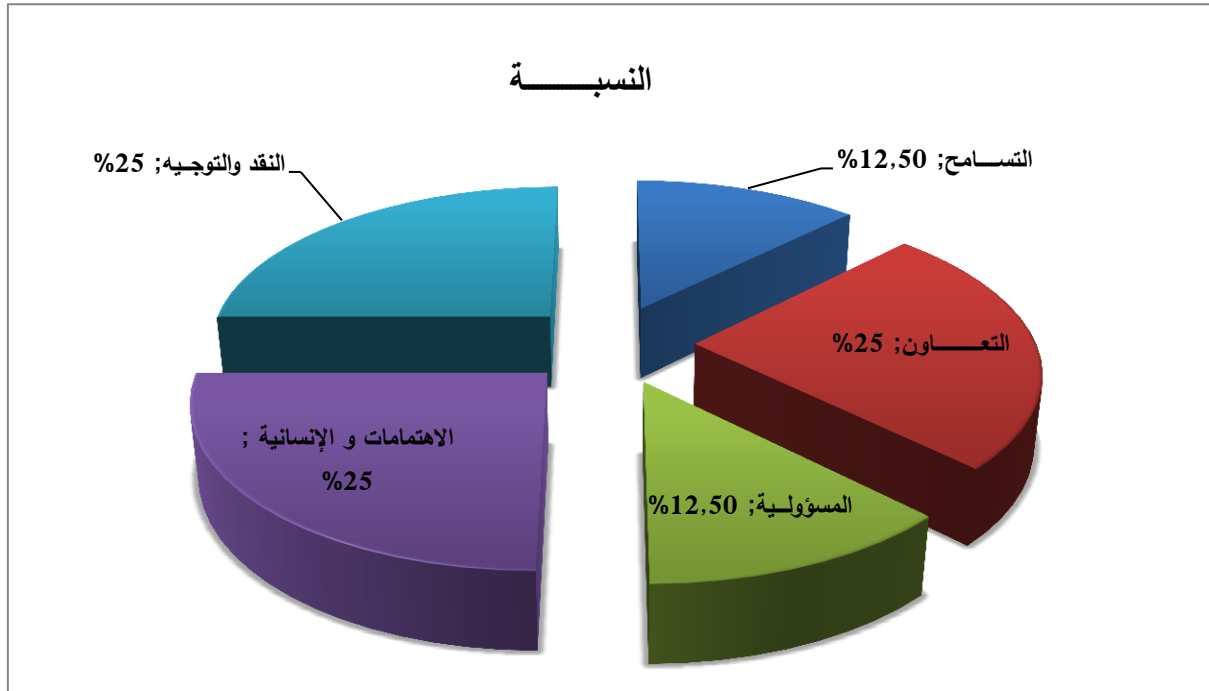
الجدول رقم (43) يوضح الفئة القيم المتضمنة في العدد "5" من برنامج خط أحمر

النسبة %	التكرار	القيم
12,5 %	01	التسامح
25 %	02	التعاون
12,5 %	01	المسؤولية
25 %	02	الاهتمامات و الإنسانية
25 %	02	النقد والتوجيه
100 %	8	المجموع

تحليل وتفسير الجدول رقم 43:

يتبين مرة أخرى أن قيمة الاهتمامات الإنسانية تحصلت على نسبة 25 بالمائة وهو ما يفسر بكون البرنامج ذا طابع إنساني يهتم بالمجتمع مع ان النسبة انخفضت وزادت في قيم أخرى. يلي ذلك قيمة التسامح و المسؤولية بنسبة 12.5 بالمائة مناصفة. وهو ما يفسر أن ذات القيم كان لها دور وأهمية في أعداد أخرى مع وجود تباين لا يفسره غير نوعية القضايا.

الشكل رقم (42) يوضح الفئة القيم المتضمنة في العدد "5" من برنامج خط أحمر



2- فئات شكل المادة الاعلامية (كيف قيل؟)

2-1- المدة الزمنية للفاعلين في العدد (5) من برنامج خط أحمر

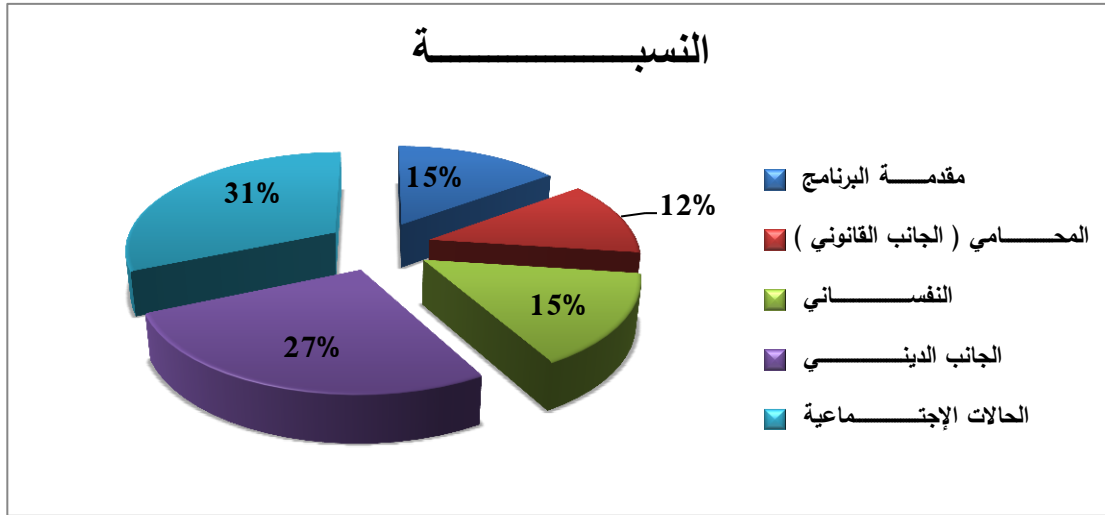
الجدول رقم (44) يمثل فئة المدة الزمنية للفاعلين في العدد (5) من برنامج خط أحمر

الفاعلين	المدة الزمنية "د"	النسبة %
مقدمة البرنامج	6:39	14,90 %
المحامي (الجانب القانوني)	5:22	12,17 %
النفساني	6:33	14,76 %
الجانب الديني	11:47	26,76 %
الحالات الاجتماعية	13:45	31,38 %
المجموع	42:86	100 %

تحليل وتفسير الجدول رقم 44:

يوضح الجدول الخاص بفئة الشخصيات الفاعلة أن أعلى نسبة حازت عليها الحالات الاجتماعية مرة أخرى خلافا لعدد سابق. وهذا بنسبة 31,38 بالمائة. يليها في المرتبة الثانية الجانب الديني الذي قدرت نسبته بما مجموعه 26.76 بالمائة ثم مقدمة البرنامج بما نسبته 14.90 بالمائة. ثم نجد الجانب النفسي بنسبة قدرت بما مجموعه 14.76 بالمائة. و 12.17 للجانب القانوني. وما يلاحظ أن الشخصيات الفاعلة في البرنامج تكون رافدا هاما للمضمون.

الشكل رقم (43) يمثل فئة المدة الزمنية للفاعلين في العدد (5) من برنامج خط أحمر



8-1 - الأنواع الصحفية المستخدمة في العدد (5) من برنامج خط أحمر

الجدول رقم (45) يمثل الأنواع الصحفية المستخدمة في العدد "5" من برنامج خط أحمر

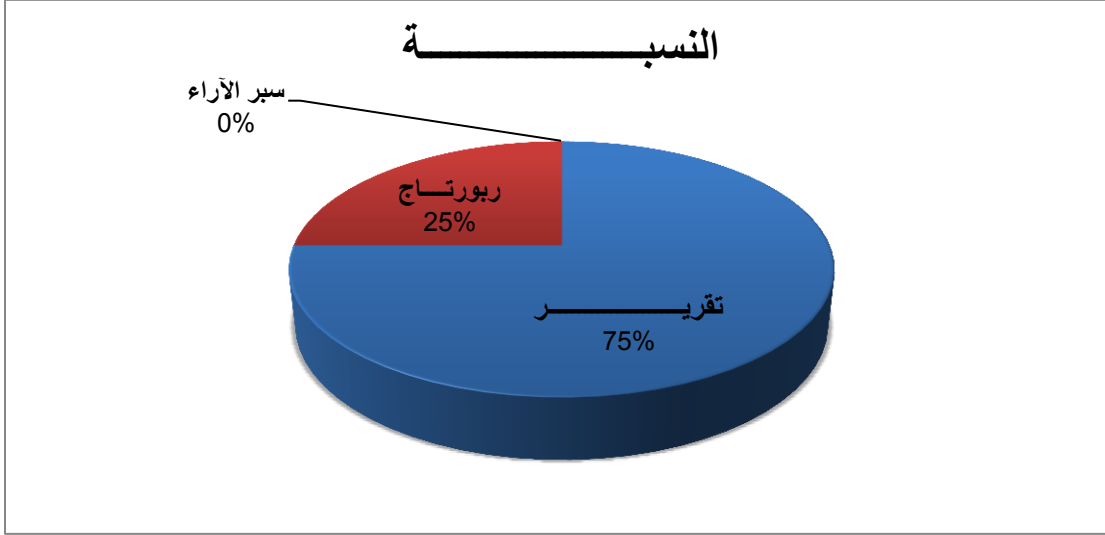
النسبة %	التكرار	الأنواع الصحفية
75 %	03	تقرير
25 %	01	رورتاج
00 %	00	سبر الآراء
100 %	4	المجموع

تحليل وتفسير الجدول رقم 45:

يتضح جليا من خلال الجدول الخاص بتحليل الأنواع الصحفية أن التقرير أخذ نسبة 75 بالمائة لأول مرة في ذات البرنامج، كما أن الرورتاج حاز هو الآخر على نسبة 25 بالمائة، وهو توجه جديد في البرنامج لعل المخرج وجد فيه ضالته هذه المرة أو عساه أرادها تجربة إلى حين ثبوت

أهمية الريبورتاج من عدمها، مع أن التقرير أحد أهم الأنواع الصحفية التي لم تستخدم في التعريف بالحالات الاجتماعية مثلما سبقت الإشارة إليه في تحليلات سابقة.

الشكل رقم (44) يمثل الأنواع الصحفية المستخدمة في العدد "5" من برنامج خط أحمر



9- اللغة التعبيرية المستخدمة في العدد (5) من برنامج خط أحمر

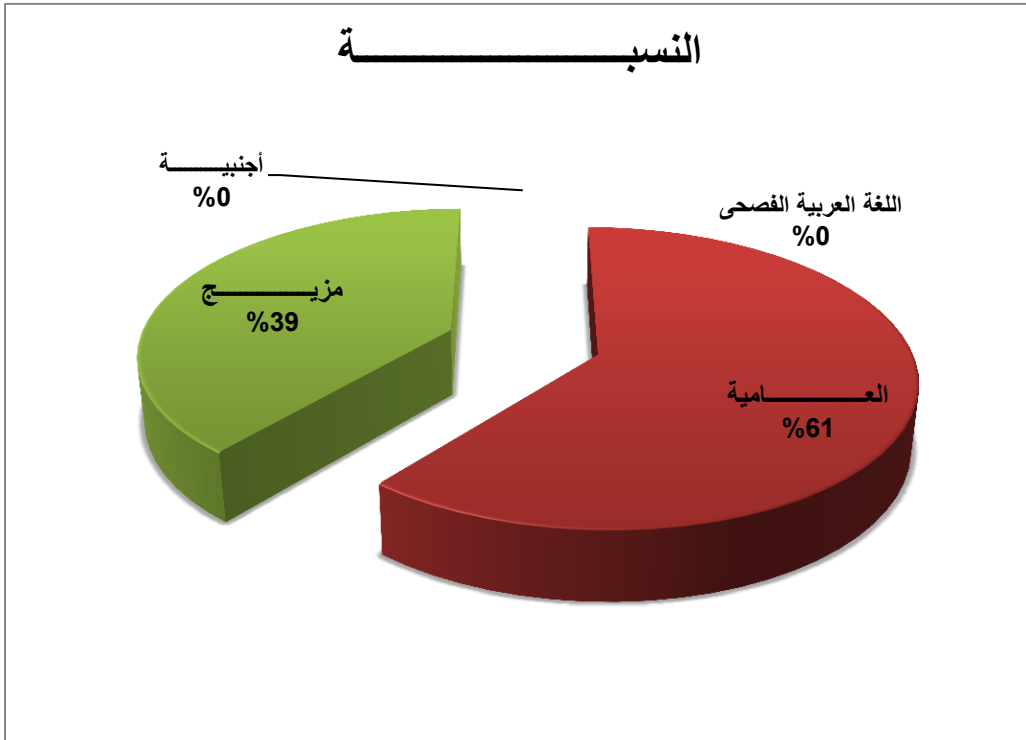
الجدول رقم (46) يوضح اللغة التعبيرية المستخدمة في العدد "5" من برنامج خط أحمر

النسبة %	التكرار	اللغة المستخدمة
00 %	00	اللغة العربية الفصحى
61,01 %	36	العامية
38,98 %	23	مزيج
00 %	00	أجنبية
100 %	59	المجموع

تحليل وتفسير الجدول رقم 46:

حسب الجدول، تحوز اللغة العامية " الدارجة " على أكبر نسبة من عمر البرنامج من خلال تدخلات الحضور بما مقداره 61.01 بالمائة من مدة توقيت البرنامج ككل، وكالعادة مرة أخرى يأتي المزيج بين العربية الفصحى و العامية بنسبة 38.98 بالمائة، عكس اللغة العربية الفصحى و الأجنبية اللتين تحصلتا على نسبة 00 بالمائة، وهنا ما يدعنا نستنتج مرة أخرى أن اللغة العامية تمثل اللغة الأبسط والأكثر فهما وتعاملا بين كل الفئات.

الشكل رقم (45) يوضح اللغة التعبيرية المستخدمة في العدد "5" من برنامج خط أحمر



العدد السادس:

البيانات العامة:

✓ اسم البرنامج : خط أحمر

✓ المدة الزمنية للعرض البرنامج : 17:23:1 سا

✓ توقيت البرنامج : 5 جوان 2016

✓ ضيوف الحلقة: - المحامي : إبراهيم بهلولي

- أخصائي علم النفس و الاجتماع : محمد فرجاني

- الإمام : البشير الإبراهيمي

✓ موضوع الحلقة : الحلقة الأخيرة حفل زفاف خيرتي ليتيمين

✓ العناوين الفرعية:

- عمي يحيا يبحث عن ابنته المفقودة
- عمي محمد يبحث عن أخيه المفقود
- شمس الدين شاب يبحث عن والديه

1- فئات مضمون المادة الاعلامية (ماذا قيل؟)

1-1- المواضيع المعالجة في العدد (6) من برنامج خط أحمر

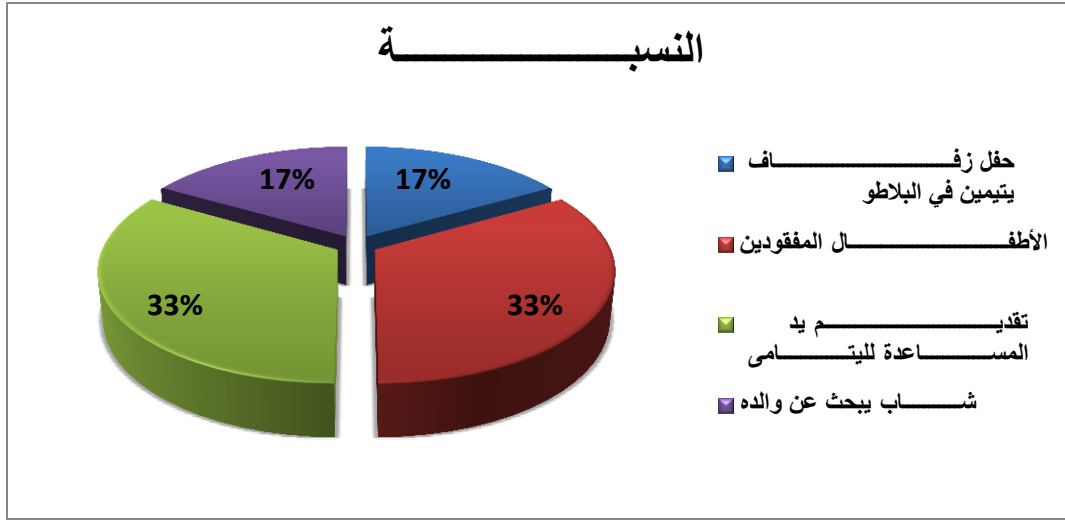
الجدول رقم (47) يمثل فئة المواضيع المعالجة في العدد (6) من برنامج خط أحمر

النسبة %	التكرار	فئة الموضوع
16,66 %	01	حفلة زفاف يتيمين في البلاطو
33,33 %	02	الأطفال المفقودين
33,33 %	02	تقديم يد المساعدة لليتامى
16,66 %	02	شاب يبحث عن والده
100 %	6	المجموع

تحليل وتفسير الجدول رقم 47:

في الجدول الخاص بفئة المواضيع المعالجة نجد أن النسبة الأولى كانت لفئة الأطفال المفقودين و تقديم يد المساعدة لليتامى بنسبة 33.33% وهو شيء يعد من الأهداف الرئيسية للبرنامج، تليها نسبة 16.66 بالمائة لحالة يتيم يتزوجان في البلاطو وشاب يبحث عن والده . وهو ما يفسر اهتمام فئات المجتمع بما له بموضوع الأطفال سواء المختطفين أو اليتامى الذين لا معيل لهم.

الشكل رقم (46) يمثل فئة المواضيع المعالجة في العدد (6) من برنامج خط أحمر



2-1- الشخصيات الفاعلة في العدد (6) من برنامج خط أحمر

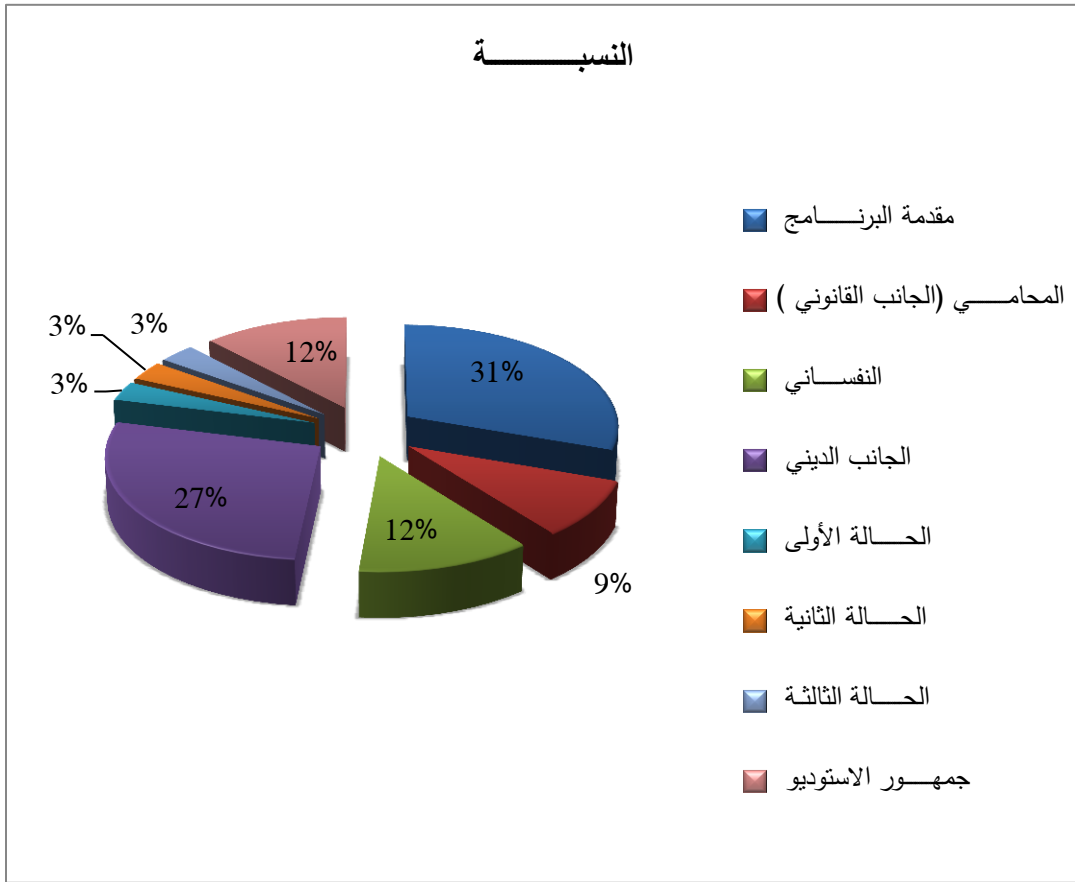
الجدول رقم (48) يمثل الشخصيات الفاعلة في البرنامج العدد "6" من برنامج خط أحمر

النسبة %	التكرار	الفاعلين
30,30 %	10	مقدمة البرنامج
9,09 %	03	المحامي (الجانب القانوني)
12,12 %	04	النفساني
27,27 %	09	الجانب الديني
3,03 %	01	الحالة الأولى
3,03 %	01	الحالة الثانية
3,03 %	01	الحالة الثالثة
12,12 %	04	جمهور الاستوديو
100 %	33	المجموع

تحليل وتفسير الجدول رقم 48:

يوضح الجدول الخاص بفئة الشخصيات الفاعلة أن أعلى نسبة حازت عليها مقدمة البرنامج خلافا للعد السابق من البرنامج وهنا يلاحظ التباين من حصة إلى أخرى، وهذا بنسبة 30.30 بالمائة، يليها في المرتبة الثانية الجانب الديني الذي قدرت نسبته بما مجموعه 27.27 بالمائة بزيادة ملحوظة عن العدد السابق، ثم جمهور الأستوديو بما نسبته 12.12 وهي عينة جديدة لم تكن فاعلة في الأعداد السابقة ما يفسر التفكير الجدي في تطوير البرنامج من قبل معده مخرجه على حد سواء حتى يتماشى مع المتطلبات.

الشكل رقم (47) يمثل الشخصيات الفاعلة في البرنامج العدد "6" من برنامج خط أحمر



1-3- الجمهور المستهدف في العدد (6) من برنامج خط أحمر

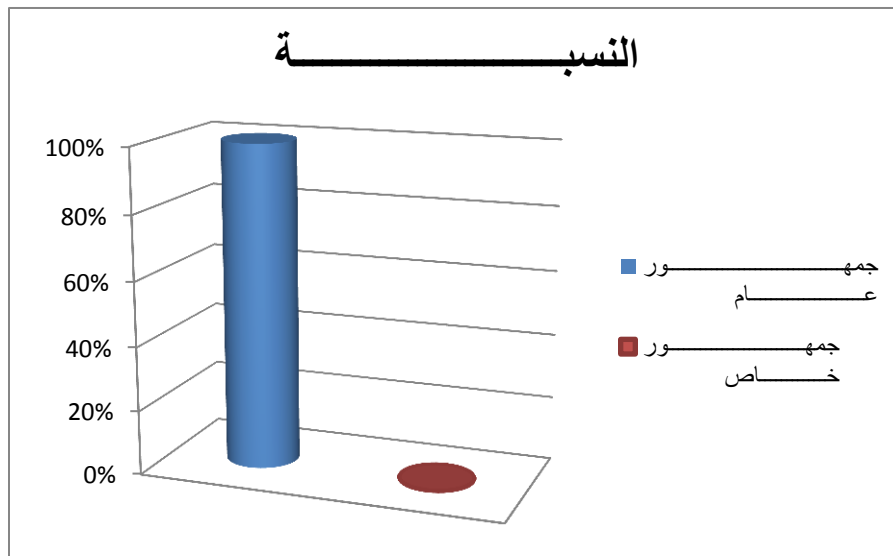
الجدول رقم (49) يمثل فئة الجمهور المستهدف في العدد "6" من برنامج خط أحمر

الجمهور المستهدف	التكرار	النسبة
جمهور عام	03	% 100
جمهور خاص	00	% 00
المجموع	03	% 100

تحليل وتفسير الجدول رقم 49:

يتضح من خلال وتفحص النسبتين المسجلتين في الجدول 15 أن كل المواضيع المتناولة في البرنامج المذكور. موجهة للجمهور العام وهو ما توضحه النسبة المئوية 100 بالمائة. من منطلق أنها مواضيع اجتماعية ذات أهمية عامة وليست خاصة. من منطلق أن البرنامج يطرح انشغالات ويقترح حلولاً يسعى لتجسيدها واقعا في صالح المحتاجين.

الشكل رقم (48) يمثل فئة الجمهور المستهدف في العدد "6" من برنامج خط أحمر



1-4- الأهداف المتضمنة في العدد (6) من برنامج خط أحمر

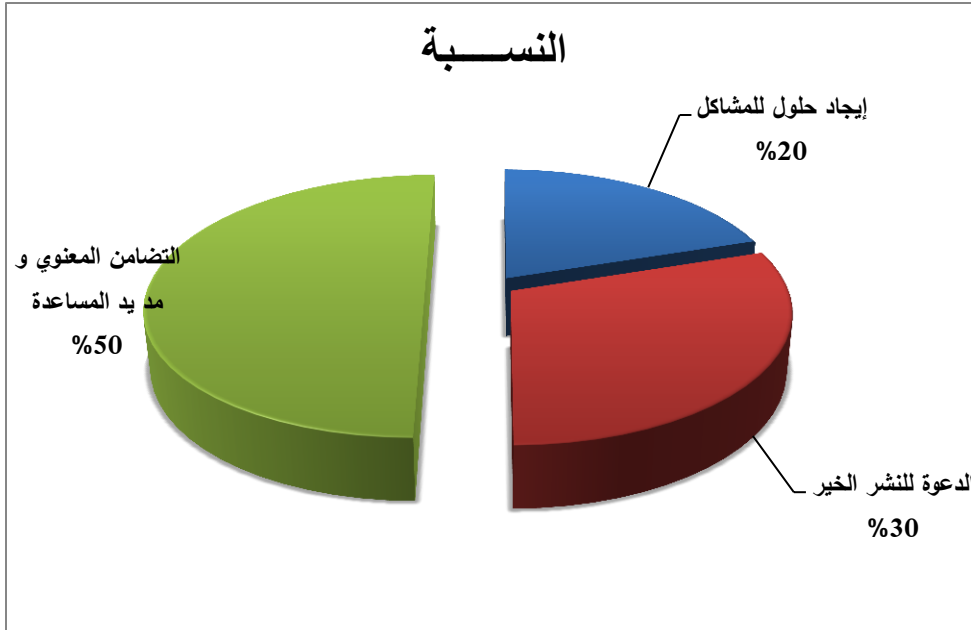
الجدول رقم (50) يمثل فئة الأهداف المتضمنة في العدد "6" من برنامج خط أحمر

النسبة	التكرار	الأهداف
20 %	02	إيجاد حلول للمشاكل
30 %	03	الدعوة للنشر الخير
50 %	05	التضامن المعنوي و مد يد المساعدة
100 %	10	المجموع

تحليل وتفسير الجدول رقم 50:

يوضح جدول فئة الأهداف المتضمنة في العدد "6" من برنامج خط أحمر. ان نسبة 50 بالمائة تحوزها فئة التضامن المعنوي ومد يد المساعدة و 30 بالمائة لهدف الدعوة الى نشر الخير وتعميمه حتى يسود الخير والسلام والأمان والأخوة والتراحم وهو دين الشعب الجزائري في مثل هاته المحطات الاجتماعية، ويحوز عنصر إيجاد حلول للمشاكل اقل نسبة فمجموعه 20 بالمائة، وهذا ما يفسر ان المشاركين في البرنامج ليسوا سوى أدلاء خير في الغالب لا حيلة لهم غير الحديث والتشهير بالحالات الاجتماعية الموجودة، لعل وعسى يحصل ما هو مراد في صالح المعنيين.

الشكل رقم (49) يمثل فئة الأهداف المتضمنة في العدد "6" من برنامج خط أحمر



5-1- المصادر في العدد (6) من برنامج خط أحمر

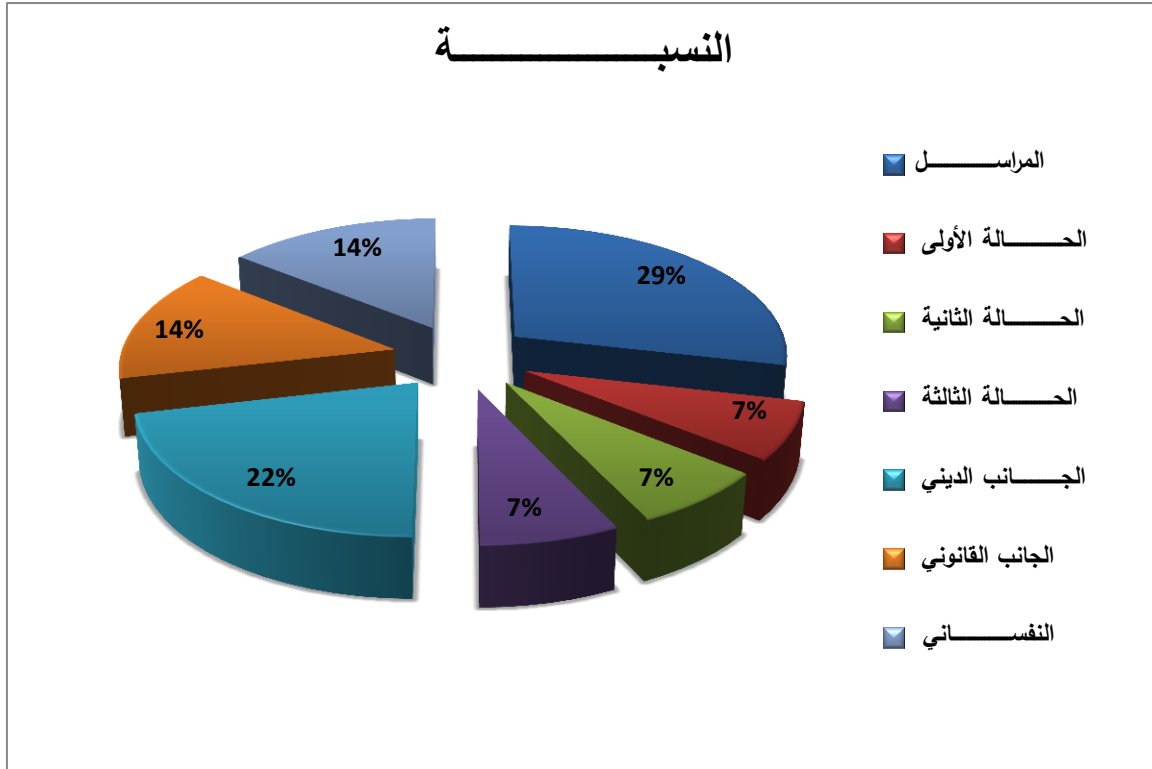
الجدول رقم (51) يمثل فئة المصادر في العدد "6" من برنامج خط أحمر

النسبة	التكرار	المصادر
28,57%	04	المراسل
7,14%	01	الحالة الأولى
7,14%	01	الحالة الثانية
7,14%	01	الحالة الثالثة
21,42%	03	الجانب الديني
14,28%	02	الجانب القانوني
14,28%	02	النفساني
100%	14	المجموع

تحليل وتفسير الجدول رقم 51:

يوضح هو الآخر الجدول أعلاه أن المصادر المعتمدة في البرنامج تعود بنسبة 21.42 في المائة و الجانب الديني وكذا النفساني متساويان بنسبة 14.28 بالمائة لكليهما، قبلهما المرسلون الصحفيون بنسبة 28,57 بالمائة، وهو ما يفسر التوجه الجديد الذي أصبح بلعبه الخطاب الديني في تعزيز الإعلام الجوّاري وبعث الأمل في النفوس الحائزة، من منطلق وجود وسائل التكفل الاجتماعي عبر القنوات الإعلامية التي فتحت مصراعيها لمثل هاته الحالات الاجتماعية بعد أن غابت المساعدات الكافية من قبل الجهاز الحكومي لكثرة الحالات وتعدد أوجه الوضعيات الاجتماعية، كما ان دور المرسلين عبر الولايات بات هاما وجليا، في حين نجد الجانب القانوني والنفساني بنسبة 14.28 لكليهما مناصفة.

الشكل رقم (50) يمثل فئة المصادر في العدد "6" من برنامج خط أحمر



6- القيم المتضمنة في العدد (6) من برنامج خط أحمر

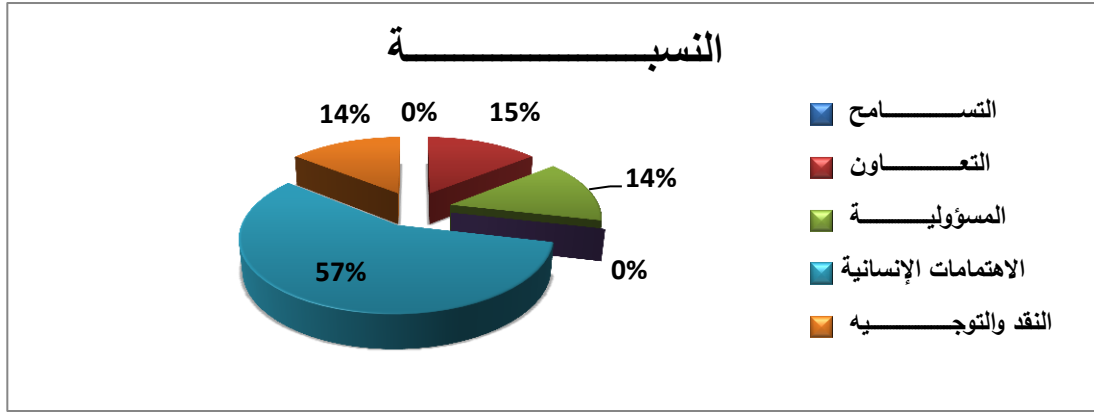
الجدول رقم (52) يمثل القيم المتضمنة في العدد "6" من برنامج خط أحمر

النسبة %	التكرار	القيم
00 %	00	التسامح
14,28 %	01	التعاون
14,28 %	01	المسؤولية
57,14 %	04	الاهتمامات الإنسانية
14,28 %	01	النقد والتوجيه
100 %	7	المجموع

تحليل وتفسير الجدول رقم 52:

يبين الجدول الخاص بفئة القيم أن قيمتا التعاون والاهتمامات الإنسانية حازت ما نسبته 57.14 بالمائة. من منطلق أن اهتمامات البرنامج تنصب أصلاً حول هذه المواضيع ، كما حظيت قيم المسؤولية والتعاون وقيمة النقد و التوجيه بنسبة واحدة وهي 14.28 بالمائة. علماً بأن القيم هاته لم تحض بتواجد كبير في الأعداد السابقة. من منطلق أن هناك قضايا ذات أهمية أكثر.

الشكل رقم (51) يمثل القيم المتضمنة في العدد "6" من برنامج خط أحمر



2- فئات شكل المادة الاعلامية (كيف قيل؟)

2-1- المدة الزمنية للفاعلين في العدد "6" من برنامج خط أحمر

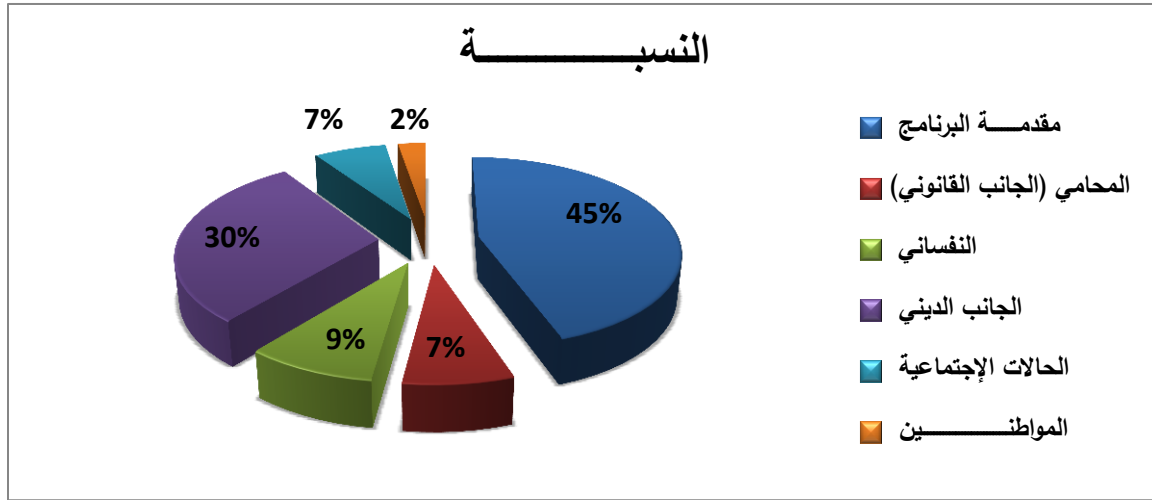
الجدول رقم (53) يمثل فئة المدة الزمنية للفاعلين في العدد "6" من برنامج خط أحمر

النسبة %	المدة الزمنية	فئة الفاعلين
44,75 %	20:49	مقدمة البرنامج
7,38 %	3:38	المحامي (الجانب القانوني)
8,73 %	4:00	النفساني
29,64 %	13:57	الجانب الديني
6,85 %	3:14	الحالات الاجتماعية
2,62 %	1:20	المواطنين
100 %	45:78	المجموع

تحليل وتفسير الجدول رقم 53:

يتبين من خلال هذا الجدول أن مقدمة البرنامج لعب الدور الريادي في الحصة ككل بنسبة 44.75 بالمائة وجاء الجانب الديني ثانيا بنسبة 29.64 بالمائة. وهنا يتضح أهمية الدور الديني في هكذا مواضيع. كما أن النفساني جاء ثالثا بنسبة 8.73 من حيث نسبة الحديث في الحصة من خلال التوجيهات وتصويبات السلوك. وبنسبة أقل بقليل جاء دور المواطنين بما مجموعه 2.62 بالمائة وهو الذي عادة ما تنقلص أهميته في بعض المواضيع الاجتماعية التي كون فيه الدور كبيرا لرجال الدين وأهل الاختصاص من الاجتماعيين النفسانيين.

الشكل رقم (52) يمثل فئة المدة الزمنية للفاعلين في العدد "6" من برنامج خط أحمر



2-2- الأنواع الصحفية المستخدمة في العدد (6) من برنامج خط أحمر

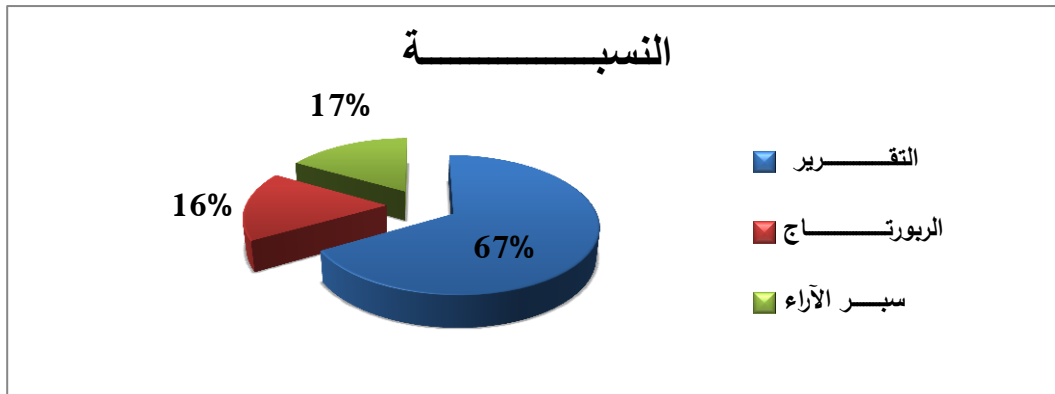
الجدول رقم (54) يمثل فئة الأنواع الصحفية المستخدمة في برنامج خط أحمر

النسبة %	التكرار	الأنواع الصحفية
66,66 %	04	التقرير
16,66 %	01	الريورتاج
16,66 %	01	سبر الآراء
100 %	6	المجموع

تحليل وتفسير الجدول رقم 54:

يبين الجدول الخاص بتحليل الأنواع الصحفية أن التقرير أخذ نسبة 66.66 بالمائة لأول و الريورتاج حاز نسبة 16.66 بالمائة. وهي عودة إلى ما كان عليه الحال. بعد تجربة حديثة مع الريورتاج. علما بان أن التقرير يعد أبرز الأنواع الصحفية التي تستخدم في التعريف بالحالات الاجتماعية.

الشكل رقم (53) يمثل فئة الأنواع الصحفية المستخدمة في برنامج خط أحمر



2-3- اللغة التعبيرية المستخدمة في العدد (6) من برنامج خط أحمر

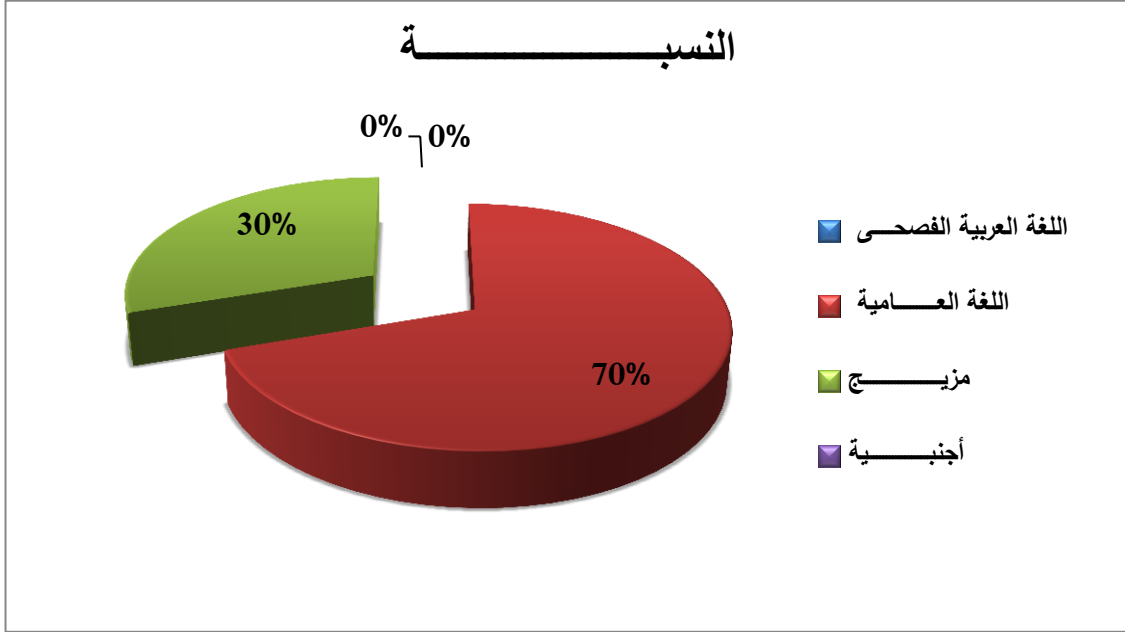
الجدول رقم (55) يمثل اللغة التعبيرية المستخدمة في العدد (6) من برنامج خط أحمر

النسبة	التكرار	اللغة المستخدمة
00 %	00	اللغة العربية الفصحى
69,81 %	37	اللغة العامية
30,18 %	16	مزيج
00 %	00	أجنبية
100 %	53	المجموع

تحليل وتفسير الجدول رقم 55:

يبين الجدول أن اللهجة العامية جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 69.81 بالمائة وهنا نلاحظ التقلص المشهود في هاته اللغة التعبيرية مقارنة بأول عدد من البرنامج. وهي معروفة بكونها طريقة بسيطة تعد على حسن تقديم البرنامج ليكون في مستوى فهم غالبية الفئات على اختلاف مستوياتها وهو عنصر هام في العملية الإعلامية. كما أن المزيج بين العامية والفصحى له مكانته في البرنامج بنسبة 30.18 بالمائة . والحديث باللغة العربية الفصحى لم يبلغ أية نسبة مع أن النسبة في البرنامج الأول وصلت إلى 12.58 بالمائة . ومع كل ذلك فالبرنامج لم يتأثر بموضوع اللغة.

الشكل رقم (54) يمثل اللغة التعبيرية المستخدمة في العدد (6) من برنامج خط أحمر



تحليل الجداول المدروسة**1- تحليل فئات مضمون المادة الإعلامية (ماذا قيل ؟)****1-1- فئة المواضيع المعالجة في الأعداد المدروسة :**

الجدول رقم (56) يمثل فئة المواضيع المعالجة في الأعداد المدروسة من برنامج خط أحمر

النسبة المئوية	المجموع	الأعداد						المواضيع
		عدد6	عدد5	عدد4	عدد3	عدد2	عدد1	
% 51,61	16	/	03	02	02	05	04	المشاكل بين الآباء و الأبناء
% 19,35	06	03	/	01	/	01	01	نداء الاستغاثة
% 9,67	04	01	01	01	/	/	01	تكريم الأولياء و اليتامى
% 9,67	03	03	/	03	/	/	/	عالم الجن والسحر
% 9,67	01	/	/	/	01	/	/	ضعف الوازع الديني
% 100	30	4	7	4	3	6	6	المجموع

تحليل وتفسير الجدول رقم 56:

يتضح من خلال تفحص الجدول أعلاه أن فئة " مشاكل الآباء و الأبناء " تحتل الصدارة بين باقي المواضيع المطروحة بنسبة 51.61 بالمائة . بينما حازت فئة نداء الاستغاثة ما نسبته 19.35 بالمائة. من منطلق أن البرنامج استقبل حالات مختلفة من الفئتين المذكورتين. كما نجد في الجدول أيضا فئات مواضيع تكريم الأولياء و اليتامى ، عالم الجن والسحر ضعف الوازع الديني بنسب متساوية في البرامج السالفة أي بنسبة 9.67 بالمائة. وهنا ملاحظ تباينا كبيرا في الجدول. ويتضح من جهة أخرى مستوى التفسخ وانحلال النسيج الاجتماعي في الجزائر لأسباب

قد يكشفها المختصون ويعملون على صدها بكل الطرق والوسائل لان الأمر حقيقة يدعو إلى القلق ودق ناقوس الخطر .

1-2- الشخصيات الفاعلة في الأعداد المدروسة

الجدول رقم (57) يمثل فئة الشخصيات الفاعلة في برنامج خط أحمر للأعداد المدروسة

النسبة المئوية	المجموع	الأعداد						الأعداد الفاعلين
		عدد6	عدد5	عدد4	عدد3	عدد2	عدد1	
31,31 %	62	10	10	12	10	10	10	مقدمة البرنامج
10,60 %	21	03	04	05	03	00	06	المحامي (الجانب القانوني)
13,13 %	26	04	04	03	05	06	04	النفساني
27,77 %	55	09	08	08	10	11	09	الإمام (الجانب الديني)
15,15 %	30	03	06	03	06	06	06	الحالات الإجتماعية
2,02 %	4	04	/	/	/	/	/	جمهور الاستوديو
100 %	198	33	32	31	34	33	35	المجموع

تحليل وتفسير الجدول رقم 57:

يتضح من خلال الجدول الذي يمثل المدة الزمنية للفاعلين أن مقدمة البرنامج احتلت السواد الأعظم للوقت من بين فئة الفاعلين في البرنامج بنسبة 31,31 % . جاءت بعدها فئة رجال الدين " الجانب الديني " الذي استهلك من عمر البرنامج مدة زمنية بنسبة 27,77 بالمائة وأما الحالات الاجتماعية فلم تأخذ هاته المرة على غير العادة سوى مدة زمنية لم تتعد ما نسبة 15.15 بالمائة من عمر البرنامج وأما نسبة 13,13 فخصت لأهل اختصاص علم النفس الذي قدم فيه المختص النفساني تفسيرات وتشخيص للحالات النفسية و سلوكات أصحابها

بالشكل الذي يبرر التصرفات الحاصلة من قبلهم، وكان نصيب المحامي أكثر من 10 بالمائة بقليل . ما يفسر أن المحتاجين ليسوا بحاجة لمراسيم أو تشريعات، لأن روافدهم المالية لا تمر عبر هاته القنوات، كما أن لرجل الدين دور كبير في استمالة أهل المال ورجال الأعمال من خلال مخاطبته لعواطفهم ووجدانهم حتى يلينوا ويسهموا بما استطاعوا في فائدة المحتاجين طبعاً.

1-3- الجمهور المستهدف في الأعداد المدروسة

الجدول رقم (58) يمثل فئة الجمهور المستهدفة في البرنامج للأعداد المدروسة

النسبة المئوية	المجموع	الأعداد						الجمهور المستهدف
		عدد6	عدد5	عدد4	عدد3	عدد2	عدد1	
100 %	18	03	03	03	03	03	03	جمهور عام
00 %	00	/	/	/	/	/	/	جمهور خاص
100 %	18	03	03	03	03	03	03	المجموع

تحليل وتفسير الجدول رقم 58:

يتبين من خلال قراءة وتفحص النسبتين المسجلتين في الجدول 58 أن كل المواضيع المتناولة في البرنامج المذكور، موجهة للجمهور العام وهو ما توضحه النسبة المئوية 100 بالمائة، من منطلق أنها مواضيع اجتماعية ذات أهمية عامة وليست خاصة، و البرنامج يطرح انشغالات ويقترح حلولاً لها، ولا يمكن تفسير هذه النسبة سوى من منطلق أن الانشغالات الاجتماعية تهم الجميع وتحوز على تفكير الغالبية ولا يمكن ان يكون لها جمهور خاص بأي حال من الأحوال.

-4- الأهداف المتضمنة في الأعداد المدروسة

الجدول رقم (59) يمثل فئة الأهداف لبرنامج خط أحمر في الأعداد المدرسية

النسبة المئوية	المجموع	الأعداد						الأهداف
		عدد6	عدد5	عدد4	عدد3	عدد2	عدد1	
% 9,52	2	/	01	/	/	/	01	الحث على بر الوالدين
% 19,04	4	01	01	/	01	/	01	تعزيز الرابط الديني
% 9,52	2	/	/	01	/	01	/	معرفة حقوق و واجبات الأفراد
% 14,28	3	01	01	/	/	/	01	إيجاد حلول للمشاكل
% 19,04	4	/	01	/	01	01	01	توجيه وإرشاد
% 9,05	2	/	/	01	/	01	/	التوعية بمخاطر المشاكل الأسرية
% 19,04	4	01	/	01	01	01	/	التضامن المعنوي ومد يد المساعدة
% 100	21	3	4	3	3	4	4	المجموع

تحليل وتفسير الجدول رقم 59:

يوضح الجدول أعلاه، الخاص بفئة الأهداف لبرنامج خط أحمر أن النسب كانت متطابقة بالنسبة لمواضيع تعزيز الرابط الديني و التوجيه و الإرشاد و التضامن المعنوي، وهذا بنسبة 19.04 بالمائة ، تليه نسبة 14.28 بالمائة لموضوع إيجاد حلول للمشاكل، بينما سجلت نسبة 9.52 لهدف معرفة حقوق و واجبات الأفراد وكذا الحث على بر الوالدين، وهي نسبها نخالها ضعيفة إذا ما تعلق الأمر بشيء يدعى أو يوصف بعقوق الوالدين، وهي كلها أرقام ونسب تفسر بما لا يدع أي مجال للشك التفكك الأسري أو الاجتماعي الحاصل في السنوات الأخيرة، بشكل آل بالأوضاع الاجتماعية والعلاقات الأسرية إلى رتب دنيا بسبب ما أفرزه الواقع المعاش في

ظل تكنولوجيا الاتصال التي لها ما لها وعليها ما عليها بطبيعة الحال، وهو ما يستدعي بحث الوضع الاجتماعي حتى لا يستفحل الأمر.

1-5- المصادر المعتمدة في الأعداد المدروسة

الجدول رقم (60) يمثل فئة المصادر المعتمدة في برنامج خط أحمر

النسبة المئوية	المجموع	الأعداد						الأعداد المصادر
		عدد6	عدد5	عدد4	عدد3	عدد2	عدد1	
19,27 %	16	04	03	02	03	01	03	مراسل
7,22 %	6	01	01	01	01	01	01	الحالة الأولى
7,22 %	6	01	01	01	01	01	01	الحالة الثانية
7,22 %	6	01	01	01	01	01	01	الحالة الثالثة
21,68 %	18	03	03	03	03	03	03	الجانب الديني
16,86 %	14	02	03	03	03	00	03	الجانب القانوني
20,48 %	14	02	03	03	03	03	03	الجانب النفسي
100 %	83	14	15	14	15	10	15	المجموع

تحليل وتفسير الجدول رقم 60:

الجدول يوضح بشكل جلي دور رجال الدين كمصادر للبرنامج بنسبة 21.68 بالمائة بعدهم علماء النفس او المختصون النفسانيون بنسبة 20.48 بالمائة، واما المراسلون الصحفيون عبر مختلف الولايات فكان دورهم بارزوا في نقل انشغالات واهتمامات المواطنين، حيث أن ما نسبته 19.27 بالمائة يعود لمصدر المراسل ولئن كانت النسب المتعلقة بالجوانب الدينية والنفسية و القانونية مشابهة إلى حد الأصل من حيث النسبة، فإن دور المراسل الصحفي يبقى موجودا

وملازما للبرنامج ونجاحاته، وما يلاحظ أن باقي الفئات أو الحالات المعروضة متشابهة كثيرا. ومن هنا يتضح أن لا غنى عن أي مصدر مما سبق التنويه به، وهذا إنجاحا للبرنامج والعمل على إطالة عمره سنوات أخرى.

1-6 القيم المتضمنة في الأعداد المدروسة

الجدول رقم (61) يمثل فئة القيم المنتظمة في برنامج خط أحمر

النسبة المئوية	المجموع	الأعداد						الأعداد القيم
		عدد6	عدد5	عدد4	عدد3	عدد2	عدد1	
7,5 %	3	00	01	01	00	00	01	التسامح
15 %	6	01	02	00	01	02	00	التعاون
15 %	6	01	01	01	02	01	00	المسؤولية
37,5 %	15	04	02	02	03	02	02	الاهتمامات الإنسانية
15 %	6	01	02	00	01	01	01	النقد والتوجيه
100 %	40	7	9	6	7	6	5	المجموع

تحليل وتفسير الجدول رقم 61:

يبين الجدول أعلاه أن الاهتمامات الإنسانية جاءت في الطليعة بنسبة 37.5 على نحو معتاد في غالبية البرامج أو الأعداد، وهو ما يفسر أن ذلك برز من منطلق كونها مثارا للعواطف الجياشة، من خلال تناولها لقصص تضمنت مأس كثيرة ومظالم متعددة وصور بليغة في التعبير عن الظروف المعاشية، بينما جاءت قيم التعاون والمسؤولية والنقد والتوجيه بعدها مباشرة بنسب متساوية لم تتعد 15 بالمائة، و البرنامج يدعو إلى الرحمة والتآلف والتآخي والتعاون وبر الوالدين مساعدة المحتاجين والفقراء وإسعاد الآخرين وتقديم النصائح والمساهمة في تفريغ كربات الغير، في قالب إعلامي اجتماعي متميز، وما يثير الغرابة أن قيمة التسامح لم تتعد نسبة 7.5

بالمائة مع أنها من القيم الراقية التي يتوجب أن تكون معياراً حقيقياً لبلوغ أقصى الغايات في الجانب الاجتماعي.

2- فئات شكل المادة الإعلامية (كيف قيل ؟)

2-1- فئة المدة الزمنية للفاعلين في الأعداد المدروسة

جدول رقم (62) يبين فئة المدة الزمنية للفاعلين في الأعداد المدروسة

النسبة المئوية	المجموع	الأعداد						الأعداد الزمن
		عدد6	عدد5	عدد4	عدد3	عدد2	عدد1	
21,07 %	60,43 د	20:49	6:39	11:49	7:33	8:34	6:39	مقدمة البرنامج
7,23 %	20,75 د	3:38	5:22	5:46	1:47	/	5:22	المحامي (الجانب القانوني)
19,99 %	57,33 د	4:00	6:33	4:35	30:23	6:09	6:33	النفساني (الجانب النفسي)
24,07 %	69,04 د	13:57	11:47	10:23	10:20	12:10	11:47	الإمام (الجانب الديني)
25,71 %	73,74 د	3:14	13:45	17:50	7:20	19:00	13:45	الحالات الإجتماعية
1,90 %	5,45	1:20	/	/	/	/	4:25	المواطنين
100 %	286,74	45,78	42,86	49,3	56,53	46,23	47,11	المجموع

تحليل وتفسير الجدول رقم 62:

يتبين من خلال الجدول الذي يمثل المدة الزمنية للفاعلين أن الحالات الاجتماعية احتلت السواد الأعظم من بين فئة الفاعلين في البرنامج بنسبة 25,71 بالمائة، جاءت بعدها فئة رجال الدين "الجانب الديني" الذي استهلك من عمر البرنامج مدة زمنية قوامها ما نسبته 24,07 بالمائة،

وأما مقدمة البرنامج فلم تأخذ هاته المرة على غير العادة سوى مدة زمنية قوامها 20.07 بالمائة من عمر البرنامج، وأما نسبة 19,99 فخصت لأهل اختصاص علم النفس الذي قدم فيه المختص النفسي تفسيرات وتشخيص للحالات النفسية و سلوكيات أصحابها بالشكل الذي يبرر التصرفات الحاصلة من قبلهم، وعليه فالأمر هنا من اختصاص معد مخرج البرنامج الذي يبدو انه مرتاح لسير الحصه بدليل بقاء الحال كما هو عليه دون تغيير منذ مدة ولعله دليل من نوع آخر على نجاح الحصه بالشكل والتوزيع الزمني الحالي.

2-2- فئة الأنواع الصحفية المستخدمة في الأعداد المدروسة

الجدول رقم (63) يمثل الأنواع الصحفية في برنامج خط أحمر للأعداد المدروسة

النسبة المئوية	المجموع	الأعداد						الأعداد الأنواع الصحفية
		عدد6	عدد5	عدد4	عدد3	عدد2	عدد1	
84,21 %	16	04	03	02	03	01	03	التقرير
10,52 %	2	01	01	/	/	/	/	الروبورتاج
5,26 %	1	01	00	/	/	/	/	سبر الآراء
100 %	19	06	04	02	03	01	03	المجموع

تحليل وتفسير الجدول رقم 63:

يبين الجدول أعلاه مختلف الأنواع الصحفية المستخدمة أو المستعملة في برنامج خط احمر الذي تبثه قناة الشروق دوريا. وهنا نلاحظ أن الحصه تعتمد في مضمونها على التقارير بنسبة 84.21 بالمائة من الأنواع والأشكال الصحفية الأخرى المدونة في خانة الجدول. يلي ذلك الروبورتاج بنسبة 10.52 بالمائة فبرنامج سبر الآراء بما نسبته 5.26 بالمائة. وهنا يتضح جليا الدور الكبير الذي يلعبه التقرير في إيصال المعلومة إذا ما تعلق الأمر بالجوانب الاجتماعية.

ما يجعلها أكثر اهتمام وذات أولوية بين باقي الألوان الصحفية الأخرى في تناولها لمثل هاته المواضيع.

2-3- فئة اللغة التعبيرية المستخدمة في الأعداد المدروسة

الجدول رقم (64) : يمثل فئة اللغة التعبيرية في البرنامج للأعداد المدروسة

النسبة المئوية	المجموع	الأعداد						الأعداد اللغة التعبيرية
		عدد6	عدد5	عدد4	عدد3	عدد2	عدد1	
3,87 %	20	/	/	00	00	02	18	اللغة العربية الفصحى
71,51 %	369	37	36	59	72	67	98	اللهجة العامية
24,61 %	127	16	23	25	25	11	27	المزيج بين العامية و الفصحى
00 %	0	/	/	/	/	/	/	الأجنبية
100 %	516	53	59	84	97	80	143	المجموع

تحليل وتفسير الجدول رقم 64:

يوضح الجدول أن اللهجة العامية جاءت في المرتبة الأولى بنسبة 71.51 بالمائة، وهو ما يفسر الطريقة البسيطة في تقديم البرنامج حتى يكون في مستوى استيعاب وفهم غالبية الفئات على اختلاف مستوياتها وهو عنصر هام في العملية الإعلامية، كما أن المزيج بين العامية والفصحى له مكانته في البرنامج بنسبة 24.61 بالمائة، وهي صفة تغلب على تدخلات الجزائريين دوماً، والحديث باللغة العربية الفصحى لم يتعد نسبة 3.87 بالمائة مع أن النسبة في البرنامج الأول وصلت إلى 12.58 بالمائة، ومع كل ذلك فالبرنامج لم يتأثر بموضوع اللغة. التي تعد أداة رئيسة في تقريب المفاهيم للجميع بكل الفئات. وهو يعكس بعد الجزائريين عن اللغة الفصحى واهتمامهم بلغة هجينة تتمازج فيها الفرنسية بالعربية ولعل ذلك من مخلفات الاستعمار التي ما زلنا نعاني منها إلى أن يثبت العكس.

خاتمة

خاتمة:

تميل القنوات الجزائرية الخاصة وبالأخص قناة الشروق تي في، التي تمثل محل اهتمام دراستنا التحليلية لبرنامجها خط احمر الاجتماعي ، إلي كسب تعاطف الجماهير وتحريكها وفق الهدف الذي تسعى له ،والذي يترجم مكسب نجاح وتفوق المؤسسة علي باقي المؤسسات الإعلامية الخاصة لاستثمارها في هذا المجال الذي بدوره يتوقف على متطلبات سوق الإعلام والمنافسة ،ما يجعلها تتفوق في كل بيت جزائري وتحاول هذه القناة في برامجها الاجتماعية تمثيل جزء صغير من الحكاية التي تختزل مجمل تفاصيل الحقيقة ليبقي في أذهان الجمهور انه الواقع بأكمله ،وتظهر قدرة وسائل الإعلام من خلال ما تنشره وتبثه من مواضيع على تغيير نظرة وموقف واتجاه الناس إلى العالم ، ذلك علي مستوى الأشخاص أو القضايا أو على مستوى السلوك والقيم .

جامعة عمار ثلجي " الأغواط "
كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية
قسم الاعلام و الاتصال
تخصص اتصال و علاقات عامة

استمارة تحليل المضمون

الموضوع:

البرامج الاجتماعية في القنوات الجزائرية الخاصة
(دراسة تحليلية لبرنامج خط أحمر على قناة الشروق TV)

مذكرة لنيل شهادة ماستر في تخصص اتصال و علاقات عامة

تحت إشراف الأستاذة:

آيت قاسي ذهبية

من إعداد الطالبتين:

النخ حنان

قتال خديجة

السنة الجامعيـة 2016/2017

8- فئة المصادر في البرنامج:

7	6	5	4	3	2	1
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

9- القيم المتضمنة في البرنامج:

5	4	3	2	1
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

المحور الثالث: فئات الشكل (كيف قيل؟)

10- المدة الزمنية للفاعلين في البرنامج:

5	4	3	2	1
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

11- الأنواع الصحفية المستخدمة في البرنامج:

3	2	1
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

12- اللغة التعبيرية المستخدمة في البرنامج:

4	3	2	1
<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>	<input type="text"/>

دليل استمارة تحليل المضمون:

المحور الأول: بيانات عامة

1- يمثل اسم البرنامج: " خط أحمر "

2- يمثل مدة عرض برنامج خط أحمر

3- يمثل المدة الزمنية لعرض البرنامج

المحور الثاني: فئات المضمون (ماذا قيل؟)

4- يمثل المواضيع المعالجة في البرنامج.

1.4- يمثل المواضيع المتعلقة بالمشاكل بين الآباء و الأبناء و تشمل: الظلم- تمرد الابناء- طمع الأبناء في الميراث- عقوق الوالدين- هروب الزوجات- العنف ضد المرأة- المشاكل الزوجية- تبني فئات مجهولي النسب- تخلي الآباء و الأمهات عن مسؤولياتهم- قسوة الآباء على الأبناء- طرد الآباء الى الشارع من قبل الأبناء- عقوق الآباء للأبناء- طرد زوجة لزوجها الى الشارع.

2-4- تماثل المواضيع المتعلقة بتكريم الاولياء و اليتامى: و تشمل حفل زفاف ليتيمين في البلاطو، تكريم امرأة لوالدتها، بر الوالدين.

3.4- يمثل المواضيع المتعلقة ببناء الاستغاثة و تشمل:

بحث الأبناء على الآباء- البحث عن أم مفقودة- البحث عن أبناء مفقودين- تقديم يد المساعدة لليتامى.

4.4- يمثل المواضيع المتعلقة بعالم السحر و الجن و تشمل:

سحر الكادنة- اللجوء الى الرقية الشرعية- اللجوء الى القانون لمحاربة السحر.

5.4- يمثل المواضيع المتعلقة بضعف الوازع الديني و تشمل: الزنا و العلاقات غير الشرعية.

5- تمثل الشخصيات الفاعلة في البرنامج:

1.5- تمثل مقدمة البرنامج "فضيلة مختاري

"2.5- تمثل الجانب القانوني " المحامي ابراهيم بهلولي "

3.5- يمثل الجانب النفساني " أخصائي علم النفس الاجتماعي محمد فرجاني".

4.5- تمثل الجانب الديني " الامام البشير ابراهيمي "

5.5- تمثل الحالات الاجتماعية المعروضة و الفاعلة في البرنامج.

6.5- تمثل جمهور الاستديو المتفاعل في البرنامج.

6- تمثل الجمهور المستهدف في البرنامج :

1.6- تمثل الجمهور العام الذي يتشكل حول قضية مشتركة في الحياة العامة.

2.6- تمثل الجمهور الخاص الذي يجمع افراده بعض الاهتمامات و الاتجاهات المشتركة

التي تميز عضويتهم في هذا الجمهور .

7-يمثل الأهداف المتضمنة في البرنامج.

1.7- تمثل هدف الحث على بر الوالدين .

2.7- تمثل هدف تعزيز الرابط الديني .

3.7- تمثل هدف معرفة حقوق وواجبات الأفراد .

4.7- تمثل هدف ايجاد حلول للمشاكل .

5.7- تمثل هدف توجيه و ارشاد

6.7- تمثل هدف التوعية لمخاطر المشاكل الأسرية .

7.7- تمثل هدف التضامن المعنوي و مد يد المساعدة .

8-يمثل المصادر المعتمدة في البرنامج:

1.8-يمثل المصدر المعتمد "المراسل" و يشمل: المراسلين الصحفيين الذين يشرفون على

جمع المادة و إعداد التقرير الصحفي .

- 2.8- تمثل المصدر المعتمد "الحالة الأولى" في البرنامج التي يساق التعبير على لسانها.
- 3.8- تمثل المصدر المعتمد "الحالة الثانية" البرنامج التي يساق التعبير على لسانها
- 4.8- تمثل المصدر المعتمد "الحالة الثالثة" البرنامج التي يساق التعبير على لسانها
- 5.8- تمثل المصدر المعتمد "الجانب الديني": و هو الإمام البشير الإبراهيمي.
- 6.8- تمثل المصدر المعتمد "الجانب القانوني": وهو المحامي إبراهيم بهلولي
- 7.8- تمثل المصدر المعتمد "الجانب النفسي": وهو المختص في علم النفس الاجتماعي محمد فرجاني

9- تمثل القيم المتضمنة في البرنامج و هي:

- 1.9- تمثل قيمة التسامح
- 2.9- تمثل قيمة التعاون
- 3.9- تمثل قيمة المسؤولية
- 4.9- تمثل قيمة الاهتمامات الإنسانية
- 5.9- تمثل قيمة النقد والتوجيه

المحور الثالث : فئات الشكل (كيف قيل ؟)

10- تمثل المدة الزمنية للفاعلين في البرنامج:

- 1.10- تمثل المدة الزمنية لمقدمة البرنامج "فضيلة مختاري"
- 2.10- تمثل المدة الزمنية للمحامي إبراهيم بهلولي "الجانب القانوني"
- 3.10 - تمثل المدة الزمنية للمختص في علم النفس محمد فرجاني "الجانب النفسي"
- 4.10 - تمثل المدة الزمنية للإمام البشير الإبراهيمي "للجانب الديني"
- 5.10 - تمثل المدة الزمنية "الحالات للاجتماعية المعروضة في البرنامج"

11- تمثل اللغة التعبيرية المستخدمة في البرنامج :

1.11- تمثل اللغة العربية الفصحى

2.11- تمثل اللهجة العامية

3.11- تمثل المزيج بين اللغة العامية والفصحى

4.11- تمثل اللغة الأجنبية

12- تمثل الأنواع الصحفية المستخدمة في البرنامج :

1.12_ تمثل النوع الصحفي "التقرير"

2.12_ تمثل النوع الصحفي "الريورتاج"

3.12_ تمثل النوع الصحفي "سبر الآراء"