

قسم العلوم الإنسانية
شعبة: علوم الإعلام والاتصال
تخصص: سمعي بصري
الرقم التسلسلي:.....

توظيف مشاهير الميديا الاجتماعية في محتوى البرامج

الاجتماعية عبر الفضائيات الخاصة

دراسة تحليلية لبرنامج جلسة ونسا على قناة الشروق TV

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في شعبة علوم الإعلام والاتصال ، تخصص سمعي بصري

إشراف الأستاذ:

- د/ خالد منصر

اعداد الطالبتين:

- رانيا بلعابية
- فيروز بن خيرة

أعضاء لجنة المناقشة

الاسم واللقب	الرتبة	الصفة
جمال قواس	أستاذ محاضر أ	رئيسا
خالد منصر	أستاذ محاضر أ	مشرفا ومقررا
لطيفة نسيغاوي	أستاذ محاضر أ	مناقشا

الموسم الجامعي 2024/2023

شكرو عرفان :

الحمد لله حمدا كثيرا حتى يبلغ الحمد منتهاه والصلاة والسلام على أشرف مخلوق أناره الله بنوره واصطفاه.

وانطلاقا من باب من لم يشكر الناس لم يشكر الله، أتقدم بخالص الشكر والتقدير للأستاذ المشرف "خالد منصر" على إرشاداته وتوجيهاته التي لم يبخل بها علينا يوما، كما أتقدم بجزيل الشكر والعطاء إلى كل يد رافقتنا في هذا العمل سواء من قريب أو من بعيد والشكر موصول كذلك إلى أوليائنا الذين سهروا على تقديم لنا كل الظروف الملائمة لانجاز هذا العمل، كما لا أنسى أن أشكر جميع الأساتذة والمؤطرين الذين قدموا لنا يد المساعدة وإلى كل الزملاء والأساتذة الذين تتلمذنا على أيديهم وأخذنا منهم الكثير .



الإهداء:

الحمد لله حبا وشكرا وامتنانا على البدء والختام.

[وأخر دعواهم أن الحمد لله رب العالمين]

أرى مرحلتي الدراسية قد شارفت على الانتهاء بالفعل، بعد تعب ومشقة دامت سنين في سبيل الحلم والعلم حملت في طياتها أمنيات الليالي وأصبح عنائي اليوم للعين قررة، ها أنا اليوم أقف على عتبة تخرجي أقطف ثمار تعبي وأرفع قبعتي بكل فخر، فاللهم لك الحمد قبل أن ترضى ولك الحمد إذا رضيت ولك الحمد بعد الرضا، لأنك وفقتني على إتمام هذا النجاح وتحقيق حلمي .

وبكل حب أهدي ثمرة نجاحي وتخرجي

إلى الذي زين اسمي بأجمل الألقاب، من دعمني بلا حدود وأعطاني بلا مقابل، إلى من علمني أن الدنيا كفاح وسلاحها العلم والمعرفة، داعمي الأول في مسيرتي وسندي وقوتي وملاذي بعد الله فخري واعتزازي :والدي .

إلى من جعل الله الجنة تحت قدميها، واحتضني قلبها قبل يديها وسهلت لي الشدائد بدعائها :والدتي.

إلى من بهم أكبر وعلمهم اعتمد ومن وجودهم اكتسب قوة ومحبة لا حدود لها وإلى من عرفت معهم معنى الحياة :إخوتي .

لكل من كان عوننا وسندا في هذا الطريق الأصدقاء الأوفياء ورفقاء السنين لأصحاب

الشدائد والأزمات إلى من أفاضني بمشاعره ونصائحه المخلصة.

وأخيرا من قال أنا لها نالها وأنا لها أن أبت رغما عنها أتيت بها ، فالحمد لله الذي ما تيقنت به

خيرا و أملا إلا و أغرقني سرورا وفرحا و ينسيني مشقتي .

رانيا بلعابية.

الإهداء:

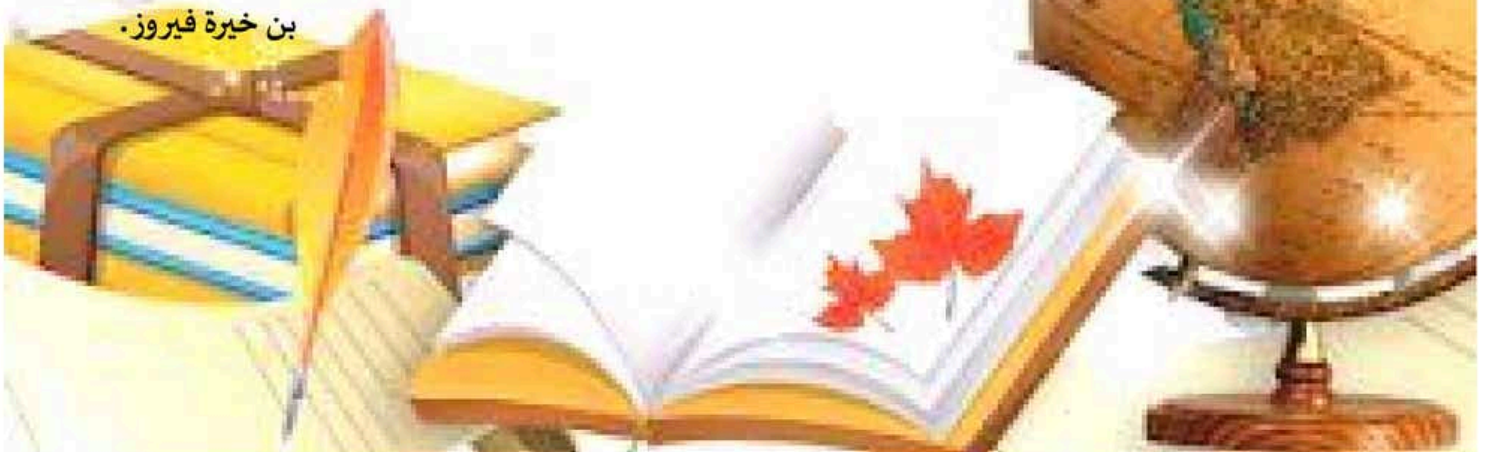
بسم خالقي وميسر أموري وعصمت أمري، لك الحمد والامتنان بعد مسيرة دراسية دامت سنوات حملت في طياتها الكثير من الصعوبات والمشقة والتعب، ها أنا اليوم أقف على عتبة تخرجي أقطف ثمار تعبي وأرفع قبعتي بكل فخر، فإلهم لك الحمد قبل أن ترضى ولك الحمد إذا رضيت ولك الحمد بعد الرضا، لأنك وفققتني على إتمام هذا العمل وتحقيق حلمي. أهدي هذا النجاح إلى الذي زين اسمي بأجمل الألقاب، من دعمني بلا حدود وأعطاني بلا مقابل.

إلى من علمني أن الدنيا كفاح وسلاحها العلم والمعرفة، إلى من غرس في روحي مكارم الأخلاق داعمي الأول فخري واعتزازي: والدي.
إلى من جعل الله الجنة تحت قدميها واحتضني قلبها قبل يديها وسهلت لي الشدائد بدعائها وهج حياتي: والدتي.

إلى ضلعي الثابت وأمان أيامي، إلى ملهمي في نجاحي ينبوع العزيز أخي أسامة حفظه الله.
إلى خيرة أيامي وصفوتها إلى قرة أعيني: سليم- نوال- كوثر- فاطمة- خولة- أيوب- جمانة.

إلى رفيقتي التي شاركتني خطوات هذا الطريق غالياتي: فدوى وكنزة.
إلى من ساعدني في إعداد وانجاز هذا العمل المتواضع الأستاذ الفاضل: "منصر خالد"

بن خيرة فيروز.



فهرس المحتويات:

	شكر و عرفان
	إهداء
	فهرس المحتويات
	ملخص الدراسة
أ-ب	مقدمة
الفصل الأول: الإطار المنهجي	
2	المبحث الأول: موضوع الدراسة
2	المطلب الأول: مشكلة الدراسة و تساؤلاتها
4	المطلب الثاني: أسباب اختيار الموضوع
4	المطلب الثالث: أهداف الدراسة
5	المطلب الرابع: أهمية الدراسة
5	المطلب الخامسة: مفاهيم الدراسة
6	المطلب السادس: الدراسات السابقة
11	المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية
11	المطلب الأول: نوع الدراسة ومنهجها
12	المطلب الثاني: مجتمع الدراسة و عينته
14	المطلب الثالث: أداة جمع البيانات
16	المطلب الرابع: حدود ومجالات الدراسة
الفصل الثاني: الإطار النظري	
18	المبحث الأول: مشاهير الميديا الاجتماعية
18	المطلب الأول: مفهوم مشاهير الميديا الاجتماعية
18	المطلب الثاني: تصنيفات المشاهير عبر الميديا الاجتماعية: تقسيماتهم وتصنيفاتهم
19	المطلب الثالث: مشاهير الميديا الاجتماعية في الجزائر
19	المطلب الرابع: خصائص مشاهير الميديا الاجتماعية
20	المطلب الخامس: أمثلة عن بعض المشاهير في الجزائر على الميديا الاجتماعية
21	المبحث الثاني: البرامج الاجتماعية

21	المطلب الأول: مفهوم البرامج الاجتماعية
22	المطلب الثاني: خصائص وسمات البرامج الاجتماعية
22	المطلب الثالث: أهداف البرامج الاجتماعية
23	المطلب الرابع: نماذج من برامج المشاهير
24	المبحث الثالث: الفضائيات الخاصة
24	المطلب الأول: مفهوم الفضائيات الخاصة
25	المطلب الثاني: نشأة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة
26	المطلب الثالث: واقع القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة و التحديات التي تواجهها
الفصل الثالث: الإطار التطبيقي	
30	المبحث الأول: البيانات الأساسية للعيينة المدروسة
30	المطلب الأول: بطاقة تقنية لقناة الشروق TV
31	المطلب الثاني: بطاقة تقنية لبرنامج جلسة ونسا
32	المبحث الثاني: التحليل الكمي والكيفي لاستمارة تحليل مضمون برنامج "جلسة ونسا"
32	المطلب الأول: التحليل الكمي لفئات الشكل (كيف قيل؟)
36	المطلب الثاني: التحليل الكمي لفئات المضمون (ماذا قيل؟)
43	المطلب الثالث: التحليل الكيفي لفئات الشكل (كيف قيل؟)
45	المطلب الرابع: التحليل الكيفي لفئات المضمون (ماذا قيل؟)
48	نتائج الدراسة
51	الخاتمة
53	قائمة المراجع
	الملاحق
	فهرس الأشكال
	فهرس الجداول

ملخص الدراسة:

هدفت دراستنا إلى التعرف على كيفية توظيف مشاهير الميديا الاجتماعية في محتوى البرامج الاجتماعية عبر الفضائيات الخاصة ، و اعتمدت على برنامج "جلسة ونسا" على قناة الشروق TV كنموذج للبحث والتحليل.

وسعينا إلى التعرف على طبيعة المواضيع المطروحة في البرنامج ، و الكشف عن القيم التي يروج لها، واعتمدنا على المنهج المسحي باستخدام أسلوب تحليل المضمون وتم الاستعانة باستمارة تحليل المضمون في التحليل الكمي و الكيفي على عينة عشوائية قوامها 08 أعداد من الموسم الرابع للبرنامج. وتوصلت الدراسة إلى النتائج التالية :

1/- اللغة الأكثر استخداما في البرنامج هي اللغة العامية .

2/-المواضيع المعالجة في البرنامج أكثرها اجتماعية و ثقافية فنية و يتم مناقشة أكثر من موضوع واحد في الحلقة الواحدة .

3/-ال قالب الفني الغالب في البرنامج هو المقابلة و الحوار، نظرا لطبيعة المواضيع المعالجة التي تعتمد على التحليل والتفسير و الحوار و تحتاج لضيوف لمثل هذه القوالب.

4/-يهدف البرنامج بشكل كبير إلى توعية المرأة بضرورة السعي وراء تحقيق أهدافها و طموحها، و الالتزام بقيم التحدي و الإصرار و التميز من خلال عرض النماذج الناجحة و المؤثرة .

الكلمات المفتاحية : مشاهير الميديا الاجتماعية ، البرامج الاجتماعية ، الفضائيات الخاصة ، برنامج "جلسة ونسا"

Summary:

Our study aimed to explore how social media celebrities are employed in the content of social programs on private satellite channels. It used the program "Jalsat Wansa" on Al Shorouk TV as a model for research and analysis.

We sought to understand the nature of the topics discussed in the program and to reveal the values it promotes. We used a survey methodology through content analysis, employing a content analysis form for quantitative and qualitative analysis on a random sample of eight episodes from the program's fourth season.

The study concluded the following:

The most used language in the program is colloquial Arabic.

The topics discussed in the program are primarily social, cultural, and artistic, and more than one topic is discussed in each episode.

The predominant artistic format of the program is interviews and dialogue, given the nature of the topics discussed that rely on analysis, interpretation, discussion, and require guests for such formats.

The program aims to raise awareness among women about the need to pursue their goals and ambitions, adhering to values of challenge, perseverance, and distinction by presenting successful and influential models.

Keywords: Social media celebrities, social programs, private satellite channels, "Jalsa W'nsa" program.

مقدمة

في عالم يسوده التواصل الاجتماعي، وبالرغم من انتشار مواقع مثل الفيس بوك واليوتيوب وانستغرام وغيرها، إلا أن التلفزيون مازال يحافظ على مكانته وأهميته بالنسبة للجمهور فهو يقدم محتوى متميزا على مستوى الصوت والصورة والحركة والمؤثرات وغيرها، ويعتمد نجاح أي برنامج تلفزيوني على مهارات المقدم فهو المحور الأساسي في البرنامج التلفزيوني، لكن في الفترة الأخيرة أصبحت بعض المحطات أو القنوات التلفزيونية الخاصة منها، تعتمد على مقدمين لم يتمرسوا مهنة الإعلام، وهم مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي حيث اتخذت المؤسسات الإعلامية إستراتيجية نقل هؤلاء المشاهير من مواقع التواصل الاجتماعي إلى تقديم محتوى برنامج تلفزيوني عبر الفضائيات الخاصة كالبرامج الاجتماعية، وذلك لجذب الجمهور وتحقيق نسب مشاهدة مرتفعة حيث يتمتع هؤلاء المشاهير بجاهيرية هائلة على منصات التواصل الاجتماعي، مما يجعلهم وسيلة فعالة للتواصل مع الجمهور ونقل رسائل محتوى البرامج بشكل مباشرة وجذاب بفضل شعبيتهم، ويمكن لهؤلاء المشاهير تعزيز محتوى البرنامج سواء من خلال تقديم محتوى حصري أو المشاركة في فعاليات البرنامج على منصات التواصل الاجتماعي، وأصبحت البرامج التلفزيونية تقوم باستغلال شعبية هؤلاء المؤثرين للترويج للحلقات القادمة، مما يعزز من قيمة العلامة التجارية للبرنامج، ويرفع من مستوى التفاعل مع الجمهور.

وهذا ما دفعنا لإجراء هذه الدراسة والتي نحاول فيها البحث كيف يتم توظيف مشاهير الميديا الاجتماعية في محتوى البرامج الاجتماعية عبر الفضائيات الخاصة، من خلال برنامج "جلسة ونسا" الذي يعرض على قناة الشروق TV.

وقد اعتمدنا في ذلك على عدة فصول موزعة كالآتي :

البداية كانت بالإطار المنهجي ولمفاهيمي للدراسة، وهي خطوة جد مهمة لانجاز أي دراسة علمية، حيث تم فيه تحديد إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، أسباب اختيار الموضوع، وأهداف وأهمية الدراسة، المنهج المتبع في الدراسة وأدواته، مجتمع وعينة البحث وأيضا حدود الدراسة، تحديد المفاهيم والمصطلحات وأخيرا الدراسات السابقة .

أما فيما يخص الجانب النظري فقد اعتمدنا على خطة من ثلاثة فصول :

الفصل الأول: جاء بعنوان مشاهير الميديا الاجتماعية تناولنا فيه ستة محاور أساسية وهي :

مفهوم مشاهير مفهوم مشاهير الميديا الاجتماعية ، تصنيفات المشاهير عبر الميديا الاجتماعية (أنواعهم وتقسيماتهم)، خصائص مشاهير الميديا الاجتماعية، مشاهير مفهوم مشاهير الميديا الاجتماعية في الجزائر، أمثلة عن بعض المشاهير في الجزائر على الميديا الاجتماعية.

المبحث الثاني بعنوان: البرامج الاجتماعية : يتضمن ما يلي : مفهوم البرامج الاجتماعية ، خصائص البرامج الاجتماعية وأهدافها.

أما المبحث الثالث من هذا الفصل فقد جاء بعنوان : القنوات الفضائية الخاصة فتطرقنا فيه أولاً إلى مفهوم الفضائيات الخاصة، النشأة، واقع القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة والتحديات التي تواجهها. وكخطوة أخيرة في إنجاز أي عمل أو دراسة علمية لابد من القيام بالجانب التطبيقي للدراسة للوصول إلى نتائج علمية صحيحة و دقيقة، حيث قمنا بالتحليل الكمي والكيفي لبرنامج "جلسة ونسا" الذي يبث على قناة الشروق TV، توصلنا من خلال هذا التحليل إلى استخلاص النتائج العامة للدراسة لتكون آخر مرحلة هي خاتمة هذه الدراسة.

الفصل الأول: الإطار المنهجي

المبحث الأول: موضوع الدراسة

المطلب الأول: إشكالية الدراسة وتساؤلاتها

عرفت الساحة الإعلامية بموجب قانون الإعلام العضوي سنة 2012¹، وقانون السمعي البصري سنة 2014². تحررا من القطاع الحكومي، وانهيار للحدود السلطوية أمام انتشار الصورة وأصبح البث التلفزيوني الفضائي يشكل عصب الاتصالات في الجزائر في عصر تكنولوجيا الاتصال، حيث سمح بالتعددية الإعلامية، هذا ما عجل بظهور قنوات متنوعة جاءت مواكبة لهذا الانفتاح مثل قناة الشروق TV، لتتبعها بعد ذلك العديد من المؤسسات الصحفية التي سعت للتحويل إلى قنوات فضائية كالبلاد، الهذاف وغيرها من وسائل الإعلام الخاصة والمتخصصة، التي أصبحت تمثل من ضروريات الحياة اليومية لدى الفرد الجزائري من خلال ما تبثه من برامج ومضامين متنوعة في شتى المجالات كالإقتصادية، السياسية، الثقافية والاجتماعية وغيرها.....

وفي ظل الروح التنافسية على طبيعة المواد والبرامج التي تحاول أن تبثها كل القنوات الفضائية إلى جمهورها المستهدف، من خلال محاولة إيجادها لآليات جذب وابتكار أنماط برمجية تفاعلية، واستخدام أساليب عرض ومعالجة جديدة، ومحاولة إمامها بجميع متطلبات واهتمامات الجمهور لمختلف القضايا الاجتماعية منها، والتي لها أهمية بالغة في أغلب القنوات التلفزيونية، هذه الأخيرة تحضى بمكانة هامة في الخارطة البرمجية بالقنوات الجزائرية الخاصة منها قناة الشروق TV، لما لها من الأثر الكبير على جلب اهتمام الجماهير، وتغيير سلوكياتهم والمساهمة في تشكيل توجهات الرأي العام، ورفع نسبة الوعي بها، باعتبار قناة الشروق من أكثر القنوات مشاهدة لدى الجزائريين³. لعل هذا يرجع إلى كونها تركز على الأخبار الوطنية وتحاكي مشاكل الجزائريين من خلال البرامج التي تطرحها.

ويمثل الإعلام عبر مختلف وسائله أداة أساسية لا يمكن الاستغناء عنها أو تهيمش دورها بالنسبة لكافة المجتمعات المتقدمة والنامية على حد سواء، فالإعلام بطبيعته له دوره المؤثر في حركة المجتمع وحركة الإنسان داخل المجتمع، ونتيجة لتطور التكنولوجيا الرقمية ساهمت في إنجاح العمل الإعلامي، وبالأخص التلفزيوني

¹ الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، قانون رقم 08/01 المتعلق بالقانون العضوي للإعلام الصادر في 01 جانفي 2012، العدد 01، بتاريخ 01 فبراير 2012

² الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية، قانون رقم 08/02 المتعلق بنشاط السمعي البصري، المؤرخ في 01 فبراير 2014، العدد 02، مارس 2014

³ معهد أم أم أر المتخصص في قياس توجهات جمهور وسائل الإعلام الجزائر، 2014، تاريخ النشر 2014، تم زيارة الموقع يوم 01/01/2014 على الساعة 10:00

حيث خلقت التكنولوجيا الحديثة ظروف جديدة ومتلائمة مع متطلبات العصر واحتياجات الجمهور المتبع لمضامين وسائل الإعلام.¹

وتعد مواقع التواصل الاجتماعي من بين أهم تقنيات الاتصال التي غيرت العالم حيث تعتبر اليوم من الوسائل التي فرضت نفسها في حياتنا اليومية، وذلك لما توفره لنا من خصائص ومميزات إلى جانب اعتبار هذه المواقع مصدرا مهما للتواصل بين الأشخاص، إذ أصبحت تخلق مساحات جديدة يمكن استثمارها في عدة مجالات ويعتبر المجال الإعلامي أحد القطاعات التي نالت حصة من هذه الأخيرة. فبظهور منصات رقمية جديدة وجذابة مثل "فيسبوك Facebook" "تويتر Twitter"، "يوتيوب YouTube"، "انستغرام Instagram" وغيرها، وتوغلها في حياتنا اليومية وزيادة أهميتها لدى الأفراد، ظهرت ظاهرة جديدة ألا وهي المؤثرين عبر مواقع التواصل الاجتماعي وهم "مجموعة من الأشخاص الذين يتابعهم عدد كبير من المتابعين على مواقع التواصل ويثقون في تقديمهم وتقييمهم وآرائهم حول سلع أو خدمات أو معلومات في مجال معين".² فنجد الإعلام يشهد توجها جديدا في العمل التلفزيوني ذلك باستقطاب مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي لتقديم البرامج بعد أن كانوا ضيوف صاروا مقدمين لتلك البرامج وأصبحت القنوات تحاول الاتكاء على نجومية هؤلاء المشاهير، يرى "مسفر موسى" وهو أكاديمي سعودي متخصص في الإعلام الوثائقية وجماليات الشاشة أن المرحلة الحالية يمكن تسميتها بـ "إعلام ما بعد ثورة السوشيال ميديا" و "أن نجاح هؤلاء المشاهير في مجالاتهم السابقة لا يعني نجاحهم في العمل الإعلام³، ونتيجة لذلك نجد أن المؤسسات الإعلامية وضعت تغييرات عديدة في العمل الإعلامي التلفزيوني حيث أصبحت تستعمل إستراتيجية جذب بتوظيف هؤلاء المؤثرين والاستثمار في شعبيتهم لزيادة نسبة المشاهدة في البرامج التلفزيونية لأغراض ربحية دون الالتزام بمعايير اختيار المقدم أي الخبرة والكفاءة ودون مراعاة تكوينهم وتخصصهم في المجال الإعلامي.

تعتبر قناة الشروق TV واحدة من بين القنوات التي تولي اهتماما بالمؤثرين وتوظفهم في برامجها خاصة الاجتماعية منها، هذا ما جعلنا ودفعنا للبحث عن مدى توظيف مشاهير الميديا الاجتماعية في محتوى البرامج الاجتماعية التي تعرض على قناة الشروق لذلك نطرح التساؤل الرئيسي:

¹ أمال حميدو، استخدام التكنولوجيا الرقمية في تطوير الأداء التلفزيوني في القناة الثالثة، نموذجاً، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر أكاديمي، كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية، تخصص سمعي بصري، جامعة قاصدي مرياح، ورقلة، 2017.

² براهيم زكاة، مهارات التقديم التلفزيوني لدى مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في البرامج التلفزيونية، دراسة تحليلية مقارنة بين المؤثرة أميرة ريا و مونييا بن فغول في برنامج سوق النسا والمؤثرة سارة رجيل في برنامج جلسة ونسا، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص سمعي بصري، جامعة قاصدي مرياح، ورقلة، 2017.

³ الشرق الأوسط، صحيفة العرب الأولى، نشر، 2017، 04 أبريل، 00 رمضان، تم زيارة الموقع يوم 04 فيفري 2017 على الساعة 10:00.

كيف يتم توظيف مشاهير الميديا الاجتماعية في محتوى برنامج "جلسة ونسا" على قناة الشروق TV؟

ويندرج تحت هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية و هي كالآتي :

- ما هي اللغة المستخدمة في برنامج "جلسة ونسا" ؟
- ما هي المدة المخصصة لعرض أركان البرنامج ؟
- ما هي القوالب الصحفية التي يوظفها برنامج "جلسة ونسا"؟
- ما هي الأهداف من البرنامج ؟
- من هم الفاعلين في البرنامج ؟
- ما هي طبيعة المواضيع التي تناولها البرنامج ؟
- ما هي القيم التي يروجها برنامج "جلسة ونسا" ؟

المطلب الثاني: أسباب اختيار الموضوع

تم اختيار موضوع توظيف مشاهير الميديا الاجتماعية في محتوى البرامج الاجتماعية عبر الفضائيات

الخاصة - دراسة تحليلية لبرنامج "جلسة ونسا" على قناة الشروق TV لعدة أسباب منها:

- المتابعة لمحتوى البرامج الاجتماعية خاصة منها الموجهة للمرأة .
- المتابعة لمحتوى مشاهير الميديا الاجتماعية خاصة منهم مقدمي البرامج الاجتماعية عبر القنوات الخاصة.
- الميول لمتابعة قناة الشروق TV .
- قابلية الموضوع للدراسة من الناحية النظرية والتحليلية .
- محاولة معرفة تأثير مشاهير الميديا الاجتماعية في محتوى البرامج الاجتماعية عبر الفضائيات الخاصة.
- معرفة كيفية توظيف مشاهير الميديا في القنوات وكيف تعالج القضايا الاجتماعية والتي تهتم بالنساء بشكل خاص.

المطلب الثالث: أهداف الدراسة

- التعرف على اللغة المستخدمة في برنامج جلسة ونسا.
- تحديد المدة التي يتم عرض كل ركن فيها.
- التعرف على طبيعة المواضيع التي يتم طرحها في برنامج جلسة ونسا.
- التعرف على الفاعلين في برنامج جلسة ونسا.
- التعرف على القيم التي يروجها برنامج جلسة ونسا.
- التعرف على القوالب الصحفية التي يوظفها البرنامج .

- التعرف على أهداف برنامج جلسة و نسا .

المطلب الرابع: أهمية الدراسة

- تكمن أهمية الدراسة من أهمية الموضوع بحد ذاته الموسوم ب : توظيف مشاهير الميديا الاجتماعية في محتوى البرامج الاجتماعية عبر الفضائيات الخاصة.
- يعتبر من المواضيع الحديثة والتي لها أهمية في مجتمعا.
 - الربط بين وسائل الإعلام التقليدية ومخرجات الإعلام الرقمي الجديد في البرامج.
 - تنبع أهمية هذه الدراسة من أهمية البرامج الاجتماعية التي انتشرت على القنوات الجزائرية الخاصة منها الموجهة للمرأة لتسليط الضوء على واقعها الاجتماعي.

المطلب الخامس: مفاهيم الدراسة

و نقصد بهم حسب دراستنا:

- 1/- مشاهير الميديا الاجتماعية:** أو مشاهير وسائل التواصل الاجتماعي هم الأشخاص الذين يكتسبون شهرة واسعة عبر منصات التواصل الاجتماعي مثل انستغرام، فيسبوك، يوتيوب وغيرها، يتميزون بوجود قاعدة جماهيرية كبيرة تتابعهم لمحتواهم وتفاعلهم معه سواء كان ذلك بسبب مواهبهم، أفكارهم، أو شخصياتهم الفريدة.
- 2/- الفضائيات الخاصة:** هي قنوات تلفزيونية تعمل بنظام البث الفضائي وتمتلكها شركات خاصة بدلا من الحكومات أو الهيئات العامة، تقدم هذه القنوات مجموعة من البرامج الترفيهية والإخبارية والثقافية والاجتماعية وغيرها وغالبا ما يكون تمويلها من خلال الإعلانات التجارية ورسوم الاشتراك.
- 3/- البرامج الاجتماعية:** يقصد بها البرامج التي تتحدث عن الأمور الاجتماعية والمشكلات الاجتماعية ومشكلات أسرية وغيرها .

المطلب السادس: الدراسات السابقة

الدراسة الأولى:

دراسة براهيمي زكاة، مهارات التقديم التلفزيوني لدى مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في البرامج التلفزيونية، دراسة تحليلية مقارنة بين المؤثرة أميرة ريا ومونيا بن فغول في برنامج سوق النساء والمؤثرة سارة رجيل في برنامج جلسة ونسا، دراسة لنيل شهادة الماستر تخصص سمعي بصري، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح-ورقلة-2020، 2021.

هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن وجود أو عدم وجود مهارات التقديم التلفزيوني عند الوجوه الإعلامية عبر قناة الجزائرية وان وقناة الشروق TV من خلال برنامج "سوق النساء"، و "جلسة ونسا" كان تساؤل الدراسة كالتالي: ما مدى امتلاك مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي لمهارات التقديم التلفزيوني في البرامج التلفزيونية؟

ومن التساؤلات الفرعية:

- كيف يقدم المؤثرون البرامج التلفزيونية من حيث الشكل؟
 - كيف يقدم المؤثرون البرامج التلفزيونية من حيث المضمون؟
 - لماذا يتم اختيار مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي كبديل للإعلاميين في تقديم البرامج التلفزيونية؟
- استخدمت هذه الدراسة المنهج الوصفي التحليلي والمنهج المقارن وقد تم تطبيق الدراسة على عينة قصدية مكونة من 03 مفردات من مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي وحلقة من كل برنامج. بالاستعانة باستمارة تحليل المضمون لجميع المعلومات والبيانات توصلت الدراسة إلى:
- الجنس الغالب من مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي الذين تختارهم المؤسسات الإعلامية لتقديم البرامج التلفزيونية هو الجنس الأنثوي نظرا لتأثير الإناث بصفة علمية على الناس وذلك يؤدي لتأثيرهم في الجمهور بصفة كبيرة.
 - القالب الفني الغالب في البرامج التي يقدمها مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي هو المقابلة وذلك نظرا لطبيعة المواضيع المعالجة فإنه يعتبر الأنسب بهذه الفئة من المقدمين وهذه برامج حوارية تحتاج لضيوف وتحتاج لمثل هذه القوالب.
 - يعتبر الهدف من مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في تقديم البرامج التلفزيونية جذب الجمهور ورفع نسبة المشاهدة باعتباره وجه إعلامي جديد له متابعين كثر على مواقع التواصل الاجتماعي من جميع فئات المجتمع ودوره في البرنامج، إدارته وتنشيطه فقط، وأحيانا عندما تكون مواضيع البرنامج لها علاقة بنشاط المؤثر عبر حسابه يقدم إضافة للبرنامج بمشاركة آرائه ونصائحه.

الدراسة الثانية :

دراسة لطرش سعدية - منصورى نجوى، البرامج الاجتماعية النسائية على القنوات الجزائرية الخاصة، تحليل مضمون برنامج جلسة ونسا على قناة الشروق TV - نموذجاً - دراسة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص سمعي بصري، جامعة محمد بوضياف، المسيلة 2021-2022.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على طبيعة المواضيع المطروحة في برنامج جلسة ونسا، والكشف عن القيم التي يروج لها واعتمدت الدراسة على المنهج المسحي باستخدام أداة تحليل المضمون وقد تم تطبيق عينة قصيدة قوامها 8 أعداد من الموسم الثاني للبرنامج وتوصلت الدراسة إلى :

- البرنامج سلط الضوء على النساء الناجحات في مجالات الشغل والفن وغيرها بهدف الإقتداء بهن.
- معالجة المواضيع في البرنامج جاءت بصفة سطحية لا تعدوا انطباعات وآراء شخصية للفاعلين كما تغيب فيه المعلومات والدراسات ولا يفضي إلى حلول أو مقترحات.
- كثرة المقدمات أثر عليها على إدارة الحوار فتراهم يتنافسون فيما بينهم على الاستحواذ على الكلام.

الدراسة الثالثة:

دراسة أسماء جعوي، مريم غلي، صورة المرأة الجزائرية في البرامج النسائية بالقنوات الفضائية الخاصة، دراسة تحليلية وصفية على عينة من برنامج " للنساء فقط " بقناة Beur TV، دراسة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص سمعي بصري جامعة محمد الصديق بن يحيى قطب تاسوست جيجل ، 2019-2020.

هدفت هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على صورة المرأة الجزائرية من خلال المواضيع الاجتماعية المعالجة في البرامج النسائية والتي تبث عبر القنوات الفضائية الخاصة، باختيار البرنامج النسائي " للنساء فقط " والذي يعرض على قناة Beur TV، وذلك بتطبيق أداة تحليل الموضوع على عينة شملت تسعة أعداد من المواسم الأربعة للبرنامج من أجل الإجابة على التساؤل الرئيسي: كيف قدمت القناة الجزائرية الخاصة Beur TV، صورة المرأة

الجزائرية وقضاياها عبر برنامجها للنساء فقط ؟

ومن الأسئلة الفرعية لهذه الدراسة ما يلي :

- من حيث الشكل :

ما هي القوالب الإعلامية المعتمدة في برنامج " للنساء فقط " لعرض صورة المرأة ومعالجتها؟

- من حيث المضمون:

ما هي المواضيع التي عالجها برنامج " للنساء فقط "؟

وتوصلت الدراسة إلى:

- استضافة البرنامج لمختلف الشرائح النسائية في المجتمع دون تمييز أو تحيز من عاملة ومحامية، سيدة أعمال، أم مربية ...
- أهتم البرنامج بمعالجة مختلف القضايا التي تهم المرأة الجزائرية في كل المجالات خاصة القضايا الاجتماعية والأسرية .
- حاول البرنامج نقل صورة إيجابية عن المرأة الجزائرية، كما سعى إلى تثقيف المرأة، تعليمها، نصحتها وتوعيتها لكي تصبح عنصرا إيجابيا وفعالة أكثر في المجتمع .

الدراسة الرابعة :

رزيق سامية البرامج الاجتماعية في الفضائيات الجزائرية الخاصة ، برنامج ما وراء الجدران، قناة النهار - نموذجاً-دراسة تحليلية مذكرة لنيل شهادة ماستر 2016/2015.

انطلقت هذه الدراسة من التساؤل الرئيسي الذي يتمثل في : كيف عالجت قناة النهار البرنامج الاجتماعي " ما وراء الجدران" ضمن مادتها الإخبارية؟ واندرج ضمن هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من أسئلة فرعية هي :

- ما هي موضوعات القائم بالاتصال في برنامج ما وراء الجدران في قناة النهار؟
 - ما هي مواقف واتجاهات القائم بالاتصال في برنامج ما وراء الجدران في قناة النهار؟
 - ما هي القيم التي يتضمنها برنامج ما وراء الجدران في قناة النهار؟
- هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على البرامج الاجتماعية في الفضائيات الجزائرية الخاصة ، و اعتمدوا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي، أو تم اختيار عينة الحصر الشامل في الفترة ما بين [17 جانفي 2015 إلى غابة 1 أفريل 2015] من البرامج الاجتماعية الخاصة في القنوات الجزائرية ما وراء الجدران، أي العينة هي 13 حلقة من البرنامج أما بالنسبة للأداة فقد اعتمدت على أداة تحليل المضمون الكيفية والجدول الإحصائية .

و توصلت هذه الدراسة إلى النتائج التالية :

- يقدم البرنامج معلومات حول الآفات الاجتماعية من خلال التعريف بالموضوع وأسباب وجوده وانعكاساته على الفرد وعلى المجتمع بالإضافة إلى تحليل المستشارين له .
- إن عدد كبير من الأشخاص استطاعوا العودة إلى أهاليهم وذويهم بفضل هذا البرنامج ومتابعته للموضوعات حتى بعد عرضه.
- ساهم هذا البرنامج في كسر بعض الطابوهات(المواضيع المحرمة) داخل المجتمع الجزائري بتطرقه للاعتراف بالخطأ، إهمال الوالدين، العنف الأسري، الاختطاف

الدراسة الخامسة:

عفراء علوطي، البرامج الاجتماعية في القنوات الخاصة الجزائرية وتأثيرها على قيم المواطنة، لدى شباب الجزائر، دراسة ميدانية على عينة من قسم الإعلام، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام و الاتصال تخصص وسائل الإعلام و المجتمع، جامعة العربي التبسي -تبسة-2016/2015.

انطلقت هذه الدراسة من تساؤل رئيسي متمثل في مدى تأثير البرامج الاجتماعية في القنوات الخاصة الجزائرية على قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري؟ ونتج عن هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من تساؤلات فرعية وهي:

● ما مدى تعرض الشباب الجزائري - طلبة قسم الإعلام والاتصال جامعة تبسة كعينة عنه للبرنامج الاجتماعي في القنوات الخاصة الجزائرية ؟

● هل تختلف متابعة الشباب الجزائري للبرامج الاجتماعية دون آخر في القنوات الخاصة الجزائرية ؟

● ما هي قيم المواطنة الأكثر تناولا في البرامج الاجتماعية في القنوات الخاصة الجزائرية ؟

● كيف تؤثر البرامج الاجتماعية في القنوات الخاصة الجزائرية على قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري؟

هدفت هذه الدراسة إلى تبيان تأثير البرامج الاجتماعية في القنوات الخاصة الجزائرية على قيم المواطنة لدى الشباب الجزائري من خلال مضامين البرامج التي تقدمها و المواضيع التي تطرق إليها. واعتمدوا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي أما بالنسبة لمجتمع البحث لهذه الدراسة هو الطلبة الجامعيين لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم الإعلام لجامعة تبسة، بالاعتماد على عينة قصدية قوامها 40 مفردة، بالاستعانة على أداة الاستمارة لجمع البيانات كأداة رسمية في الدراسة والملاحظة كأداة مساعدة.

و توصلت هذه الدراسة إلى نتيجة مفادها أن الطلبة يتابعون هذه البرامج لأنها تعرض مضامين تلفت الانتباه والتي جاءت في المرتبة الأولى ولأنها تتطرق لمواضيع تهمهم فيما كانت المرتبة الأخيرة لمناقشة المواضيع بأسلوب حيادي وهذا ما يجعلها تكسب ثقة متابعيها ويفضلون متابعتها بصفة دائمة .

أسفرت الدراسة إلى أن أسباب متابعة البرامج الاجتماعية في القنوات الخاصة الجزائرية من قبل الطلبة تعود بالدرجة الأولى إلى التعرف على القضايا و المشاكل التي تخص الآخرين يليها الاهتمام بالمواضيع الاجتماعية ثم الاستفادة من أخطاء الآخرين و التسلية و التثقيف بدرجات متساوية و هذا يدل على وعي الطلبة و اهتمامهم بما يحدث في المجتمع .

الدراسة السادسة :

إبراهيم سايجي، أخبار المؤثرين في البرامج التلفزيونية الجزائرية-دراسة تحليلية مسحية لعينة من أعداد حصة لايف المشاهير بقناة الشروق العامة - من أكتوبر 2021 إلى مارس 2022
كان تساؤل الدراسة كالتالي :

كيف عالجت حصة " لايف المشاهير" بقناة الشروق العامة أخبار المؤثرين الاجتماعيين؟

حاول الباحث طرح مجموعة من الأسئلة الفرعية متمثلة فيما يلي:

- ما هي المواضيع الإخبارية التي تناولتها حصة لايف المشاهير عن المؤثرين؟
- وما هي القيم الإخبارية التي تحملها أخبار المؤثرين؟

استخدمت هذه الدراسة المنهج المسحي، و بالاعتماد على أداة تحليل المضمون أما مجتمع البحث تم اختيار القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة وتتمثل في قناة الشروق العامة للمجتمع المتاح، أما مجتمع البحث المادة الإعلامية فتمثل في جميع أعداد برنامج لايف المشاهير الموسم الأول، أكتوبر 2021 إلى غاية مارس 2022 المتكون من 36 عدد، أما العينة فقد تم الاعتماد على الأسلوب العمدي الذي يقوم على التقدير الشخصي للباحث أي اعتمد على العينة القصدية .و توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- اعتمدت الحصة أكثر من نوع صحفي في نقل أخبار المؤثرين حيث اعتمدت على التقارير و المقابلات ،الأخبار القصيرة ،واعتمدت أيضا على مقاطع الفيديو التي ينشرها المؤثر على مواقع التواصل الاجتماعي.
- ركزت الحصة من خلال عينة الدراسة على المواضيع الفنية الخفيفة و الاجتماعية بشكل كبير ،وهذا يعكس الجانب الترفيهي لنشاطات و أخبار المؤثرين.

أوجه الاختلاف وأوجه التشابه :

تشاركت وتشابهت دراستنا مع الدراسة الثانية والرابعة والخامسة والسادسة في المنهج المعتمد وهو المنهج الوصفي المسحي، كما تم الاعتماد على نفس الأداة لجمع البيانات في الدراسة الأولى والثانية والثالثة والرابعة والسادسة وهي استمارة تحليل المضمون واختلفت دراستنا مع الدراسة الخامسة في اختيار الأداة حيث اعتمدوا على أداة الاستمارة والملاحظة كأداة مساعدة .

واختلفت دراستنا مع جميع الدراسات في العينة المختارة، حيث كانت عينة بحثنا عينة عشوائية أما الدراسات الأخرى كانت عينة قصدية.

أوجه الاستفادة من الدراسات السابقة :

- كل الدراسات ساعدتنا في جمع المادة العلمية .
- ساعدتنا هذه الدراسات في صياغة مشكلة دراستنا (الدراسة الأولى والدراسة الثانية).

- ساعدتنا أيضا في اختيار المنهج وتحديد الأداة (الدراسة الثانية والدراسة الرابعة الدراسة الخامسة، الدراسة السادسة في المنهج، أما بالنسبة للأداة فقد ساعدتنا الدراسة الأولى، الدراسة الثانية، الدراسة الثالثة، الدراسة الرابعة، الدراسة السادسة).

المبحث الثاني: الإجراءات المنهجية

المطلب الأول: نوع الدراسة ومنهجها

1/- نوع الدراسة:

تنتمي دراستنا إلى الدراسات الوصفية التحليلية، التي تستهدف وصف وتحليل مضامين برنامج "جلسة ونسا".

والدراسة الوصفية كما عرفها سيد سليمان بأنها: (استقصاء ينصب على ظاهرة من الظواهر كما هي قائمة في الحاضر بقصد تشخيصها وكشف جوانبها وتحديد العلاقات بين عناصرها وبين ظواهر أخرى)¹. والدراسة الوصفية تهدف إلى اكتشاف الوقائع ووصف الظواهر وصفا دقيقا، وتحديد خصائصها تحديدا كميًا وكيفيًا.²

ولأننا بصدد وصف الظاهرة المدروسة والمتمثلة في توظيف مشاهير الميديا الاجتماعية في محتوى البرامج الاجتماعية عبر الفضائيات الخاصة، اعتمدنا على هذا النوع من الدراسة من أجل جمع البيانات وتحليلها واستخلاص النتائج على موضوع البحث.

2/- منهج الدراسة:

يعد منهج الدراسة من الخطوات الأساسية التي يتبعها الباحث للشروع في إعداد دراسته، بغية الوصول إلى الأهداف التي يسعى إليها، ويعرف المنهج على أنه " الأساليب والإجراءات أو المداخل التي تستخدم في جمع البيانات والوصول من خلالها إلى نتائج أو تفسيرات أو شروح أو تنبؤات تتعلق بموضوع البحث"³

تندرج دراستنا والمتمثلة في توظيف مشاهير الميديا الاجتماعية في محتوى البرامج الاجتماعية عبر الفضائيات الخاصة، ضمن الدراسات الوصفية التحليلية التي تستهدف وصف وتحليل مضامين برنامج "جلسة ونسا"، ونظرا لطبيعة الموضوع تم الاعتماد على المنهج المسحي لأنه الأنسب حيث يختص بالمضامين السمعية البصرية، ويعرف المنهج المسحي على أنه: " من أبرز المناهج المستهدفة في البحث الإعلامي للحصول على البيانات والمعلومات التي تستهدف الظاهرة العلمية ذاتها، ويعرف هذا المنهج بأنه مجموعة الظواهر موضوع البحث تضم

¹ عبد الرحمن سيد سليمان ، مناهج البحث، دار عالم الكتب، د ب ، ط ١، ص ١١١١، ص ١١١١

² مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمية لإعداد الرسائل الجامعية، مؤسسة الوراق عمان، ط ١، ص ١١١١، ص ١١١١

³ سعد سلمان المشهداني ، مناهج البحث الإعلامي، الناشر دار الكتاب الجامعي ، الإمارات العربية المتحدة، ط ١، ص ١١١١، ص ١١١١

عدد من المفردات المكونة لمجتمع البحث ولمدة زمنية كافية بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات والمعلومات في مجال معين ومعالجتها¹.

ويعرف أيضا: بأنه "الطريقة العلمية، التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة، من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها كما هي في الحيز الواقعي، ضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك"².

يهدف المنهج المسحي إلى الوصول إلى بيانات يمكن تصنيفها وتفسيرها وتصميمها وذلك للاستفادة منها في المستقبل، وينقسم المنهج المسحي إلى عدة أنواع من بينها، المسح بالعينة³، والذي يدخل في إطار دراستنا، وهو اختيار عينة من برنامج جلسة ونسا وتجرى عليها الدراسة⁴.

المطلب الثاني: مجتمع الدراسة وعينته

1/ مجتمع البحث: إن اختيارنا لبرنامج "جلسة ونسا" على قناة الشروق TV، جاء لتناسبه مع موضوع دراستنا.

يعرف مجتمع البحث حسب "موريس أنجرس"⁵: "هو مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجرى عليها البحث أو التقصي، أو هي مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا والتي تركز عليها الملاحظات"⁵.

ويعرف أيضا: "جمع مفردات الظاهرة التي يدرسها الباحث أو جميع الأفراد أو الأشخاص أو الأشياء الذين يكونون موضوع مشكلة البحث أي أنه كل العناصر التي تنتمي لمجال الدراسة"⁶.

وعليه فإن مجتمع البحث في دراستنا يتمثل في جميع أعداد برنامج "جلسة ونسا" الموسم الرابع (04)، من بداية بثه في نوفمبر 2023 إلى غاية يوم إجراء الدراسة 20 ماي 2024.

2/ عينة البحث أو الدراسة:

إن الباحث العلمي يعتمد في إجراء دراسته على اختيار عينات تمثل مجتمع البحث تمثيلا صحيحا.

¹ المرجع السابق ذكره ، ص 0000

² أحمد بن مرسللي ، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط 0 ، ديوان المطبوعات الجامعية ، ص 00000000

³ طه عبد العاطي النجم، مناهج البحث الإعلامي، دار الكلمة، الإسكندرية، ط0، ص 0000

⁴ المرجع نفسه ، ص 0000

⁵ موريس أنجرس [تر] بوزيد صحراوي وآخرون، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبات علمية، دار القصب للناشر، الجزائر،

ص 0000

⁶ سهيل رزق دياب، مناهج البحث العلمي، غزة، فلسطين، مارس 0000، ص 000

وتعرف العينة على أنها: "مجموعة جزئية من المجتمع يتم اختيارها منه بحيث تمثل هذا المجتمع وتحقق أغراض البحث"¹

ويمكن تعريفها أيضا: "هي تلك المجموعة من أفراد المجتمع الذين يختارهم الباحث ليكونوا هم مصدر جميع بياناته في أثناء تنفيذه لبحثه، وتتم عليه عملية اختيار العينة أو تحديدها وفق أسس علمية وأساليب خاصة تتناسب مع موضوع وهدف البحث"².

ونظرا لصعوبة دراسة وتحليل جميع أعداد البرنامج لما يتطلبه من جهد ووقت وتفاديا لتكرار المواضيع المتشابهة فقد اخترنا عينة عشوائية ممثلة لمجتمع الدراسة.

وتعرف العينة العشوائية بأنها: "هي التي يتم اختيار مفرداتها عن طريق القرعة"³.

وتعرف أيضا: "يتم اختيار المفردات عشوائيا من بين قوائم إطار أو أطر العينة، وبذلك تعطى لجميع المفردات فرصة متساوية ومستقلة في الاختيار"⁴.

تمثلت العينة العشوائية التي اخترناها في 8 أعداد من الموسم الرابع لبرنامج "جلسة ونسا"، إلى غاية تاريخ إجراء هذه الدراسة.

وجاء اختيارنا لهذه الأعداد نظرا لحدتها وحدثها وموضوعاتها وتوفرها على موقع **YouTube**.

وفي الجدول التالي عرض لمفردات العينة المختارة للدراسة:

رقم العدد من هذا الموسم	عنوان العدد	تاريخ بث العدد
1	القدرات الذهنية للأطفال والتغذية السليمة لهم	2024/01/16
3	المرأة الناجحة	2024/01/23
4	الصدقة الحقيقية	2024/02/06
5	الجمال عند الرجل ونصائح مفيدة	2024/03/12
7	الوقوف بعد السقوط	2024/02/27
9	الطلاق عند المشاهير بين الوهم والحقيقة	2024/01/09
12	الروتين في العلاقة الزوجية	2024/04/09
16	نجوم project run way	2024/02/20

الجدول رقم (1): يوضح مفردات العينة المختارة للدراسة

¹ المرجع السابق ذكره ، ، ص ١١١

² سعد سلمان المشهداني ، مرجع سبق ذكره ، ص ١١١

³ محمد الفاتح حمدي وآخرون، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال وطريقة إعداد البحوث ، دار الحامد للنشر والتوزيع ، ط١، ٢٠٠٠، ص ١١١

ص ١١١

⁴ محمد عبد الحميد ، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية ، دار النشر عالم الكتب، القاهرة ، الطبعة ٢٠٠٠، ص ١١١

المطلب الثالث: أداة جمع البيانات

1/ أداة تحليل المضمون:

وقد اعتمدنا في دراستنا على أداة تحليل المضمون كأداة لجمع البيانات الكمية والكيفية. ويقصد بتحليل المضمون على أنه دراسة المادة الإعلامية التي تقدمها الوسيلة، بهدف الكشف عما تريده هذه الوسيلة إن بلغه بجمهورها و دراسة تأثير القراءة أو الاستماع أو المشاهدة على هذا الجمهور.¹ ويعرف تحليل المضمون سواء اعتبره بعضهم منهجا أو أداة يعد من بين التقنيات الأكثر شيوعا، و استعمالا من طرف الطلاب و الباحثين في الدراسات الإعلامية، فهو احد الأساليب البحثية التي تستخدم في تحليل المواد الإعلامية بهدف التوصل إلى استدلالات و استنتاجات صحيحة و مطابقة في حالة إعادة البحث و التحليل.²

2/ استمارة تحليل المضمون : في دراستنا قمنا بتحليل العينة المختارة تحليلا كميًا و كيفيًا من أجل الوصول إلى نتائج تقييمية .

أ/ التحليل الكمي : وهو التحليل القائم على تفسير البيانات تفسيرًا كميًا لحساب درجة ترددها في أشكالها المختلفة (المساحة ، الزمن ، الكلمة ، الموضوع) و التي تستخدم كأجزاء مادية تسجيلية في القياس العددي لظهورها في المادة المدروسة.

ب/ التحليل الكيفي: يركز على إبراز ما تتميز به الأشياء من خصائص و صفات تميزها عن بعضها البعض و إجراء مقارنات بينها لإظهار الفروقات و القيام بنقد الحقائق و صياغة النتائج بأسلوب كفي، فهو يفسر النتائج الرقمية المتوصل إليها في التحليل الكمي و يعلق عليها في استخلاص النتائج.³

3/ تعريف فئات تحليل المضمون : هي العناصر الرئيسية أو الثانوية التي يتم وضع التحليل فيها وبناءا عليها يتم تطبيق المحتوى و وضع كل صفة في الفئة المناسبة لها مثل : المفاهيم، التعميمات، المهارات.⁴ وقمنا باستخدام فئات الشكل (كيف قيل؟) وفئات المضمون (ماذا قيل؟) لتحليل مضامين برنامج جلسة ونسا:

¹ سمير محمد حسين، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ، علم المكتبات، القاهرة، ص 111

² رشدي طعيمة، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، دار الفكر، القاهرة، ص 111

³ أحمد بن مرسل، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين الإصدار ط 1 طاكسيج كوم، ص 111

⁴ صافي يوسف، الكفاءات التدريسية في ضوء الموديلات التعليمية، مكتبة الأنجلومصرية، أغسطس 111، ص 111

اسم البرنامج	المقدمين	يوم البث	دورية البث	زمن البث	مدة البث
جلسة ونساء	سارة رجيل أميرة ريا سمية سماش	الثلاثاء	أسبوعية	21:20 مساء	من 50 دقيقة إلى ساعة

الجدول رقم (2): يمثل معلومات عامة حول البرنامج

1/- فئات الشكل (كيف قيل؟):

- فئة المدة الزمنية لأركان البرنامج:
مؤشراتها: الموضوع الرئيسي، life style (أسلوب حياة)، طفولة و أمومة، ركن ضيف خاص، فقرة تحدي.
- فئة اللغة المستخدمة:
ومؤشراتها: العامية، فصحي، أجنبية، مزيج.
- فئة القوالب الإعلامية المستخدمة:
مؤشراتها: المقابلة، التقرير، الريبورتاج، البورتريه.
- فئة الإخراج الفني:
مؤشراتها: الديكور، الإضاءة، اللباس.
- فئة المؤثرات الصوتية المستخدمة:
ومؤشراتها: موسيقى، غناء، وصلة حرة، مزيج بين الحوار و الموسيقى.
- فئات المضمون (ماذا قيل؟):
- فئة المواضيع المعالجة:
مؤشراتها: مواضيع اجتماعية، ثقافية، اقتصادية، سياسية، أخرى.
- فئة الفاعلين:
ومؤشراتها: مقدمين، ضيوف.
- فئة الاتجاه:
مؤشراتها: مؤيد، محايد، معارض.
- فئة الأهداف:
مؤشراتها: توعية و نصح، توجيه و إرشاد، ترفيه، نماذج ناجحة.
- فئة الجمهور:
مؤشراتها: عام، متخصص، الأسرة.
- فئة القيم:
قيم ايجابية: الدعم الأسري، الاستقلال المادي، حرية الاختيار، التحدي و الإصرار، الانفتاح، الصداقة
قيم سلبية: التقليد الأعمى، النظرة المجتمعية القاصرة، التشهير، التصنع.

المطلب الرابع: حدود ومجالات الدراسة

حدود أو مجالات الدراسة من الخطوات المنهجية الهامة في تصميم البحوث، وهو تحديد مجالاتها المختلفة وقد اتفق الكثير من الباحثين في مناهج البحث الاجتماعي على أن لكل دراسة مجالات ثلاثة رئيسية، يجب على الباحث توضيحها عند تخطيط إجراء البحث¹ وتمثل مجالات دراستنا في:

1/- الحدود الموضوعية: تتولى هذه الدراسة تحليل برنامج "جلسة ونسا" الذي يجرى بثه على قناة الشروق TV سهرة كل ثلاثاء على التاسعة ليلا بتوقيت الجزائر، للكشف عن كيف يتم توظيف مشاهير الميديا الاجتماعية في البرامج الاجتماعية عبر الفضائيات الخاصة.

2/- الحدود الزمنية: تمت الدراسة خلال السداسي الثاني من السنة الجامعية 2023-2024. وقد شرعنا في بداية جمع المادة العلمية للإطار المنهجي في شهر نوفمبر 2023، ثم شرعنا في المادة النظرية في بداية شهر فيفري 2024، ثم تصميم استمارة تحليل المضمون في شهر مارس 2024 تم عرضها على الأستاذ المشرف وتصحيحها ثم عرضها على الأساتذة المحكمين في أبريل 2024، ثم قمنا بتحليل المضمون للوصول إلى النتائج.

3/- الحدود المكانية: برنامج "جلسة ونسا" على القناة الجزائرية الخاصة الشروق TV .

¹ محمد الغريب عبد الكريم، البحث العلمي: تصميم والمنهج والإجراءات، المكتب الجامعي الحديث، الإسكندرية، ط، د س ص □□

الفصل الثاني: الإطار النظري

4_ مشاهير ذو التأثير العالي (Macro): هذا النوع يعد محترفا في عملية التسويق للمنتجات لكن زيادة الكفاءة يقابلها تضخم التكاليف التسويقية ويتراوح عدد المتابعين الخاص بهم من 500 ألف إلى مليون متابع.

5_ المشاهير (Mega):

تعتبر هذه الفئة من ذوي التأثير العالي جدا وهم الذين لديهم أكثر من مليون متابع عادة ما يكونون محترفين جدا على السوشيال ميديا¹.

المطلب الثالث: مشاهير الميديا الاجتماعية في الجزائر

لا تزال ظاهرة المشاهير في الميديا الاجتماعية في الجزائر ولم تتبلور بعد العديد من المختصين في علم الاجتماع، ومنهم الباحث نور الدين بكيس الذي يشير إلى أنها ظاهرة ولدت من رحم الحاجة الوظيفية للبروز وتحقيق الترقية في مجتمعات غير منظمة بالشكل الكافي وغير مؤطرة وهي ظاهرة وليدة بيئة فرضت وجودها في المجتمع، ويتفاعل معها ويتابعها ملايين الجزائريين، حيث صارت أقوى من وسائل الإعلام الضخمة العمومية والخاصة والفضائيات الرسمية لتأطير الشباب في المجتمع.

والمشاهير ليسوا نجوما تقليديين، بل إنهم شباب حاولوا جلب الإثارة والانتباه من حولهم ونجحوا في ذلك من خلال تحقيق نجومية ومكاسب مادية.

وبهذا تحولت مواقع التواصل الاجتماعي إلى بوابة لعالم الشغل، حيث استغل الشباب الجزائري هذه المواقع كمصدر لجني المال و الشهرة وذلك باستقطاب أكبر شريحة من المتابعين، فمنهم من كانت انطلاقته من خلال فيسبوك، بنشر عدد من الفيديوهات المتعلقة بالحياة اليومية وكيفية الاعتماد بالبشرة أو وصفات طبخ، ليؤسسوا بالموازاة مع ذلك قنوات خاصة على اليوتيوب وصفحات على الانستغرام، وتمكنوا في ظرف قصير من استقطاب شريحة واسعة من المتابعين.

ونشط المشاهير عبر مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر، ونجحوا في جذب ملايين المتابعين وحققوا الكثير من الانتشار والنجاح بل وتحول بعضهم إلى الإعلام التقليدي لتقديم مضامين مختلفة، مثل المؤثرة الكوميديّة نهلة TV التي التحقت بقناة الشروق، وأميرة ريا هي الأخرى التحقت بقناة الشروق في برنامج جلسة و نسا و نوميديا لزول التي التحقت بتلفزيون لينا ببرنامج Why Not وغيرهم كثيرون².

المطلب الرابع: خصائص مشاهير الميديا الاجتماعية

يتميز مشاهير مواقع التواصل الاجتماعي بعدة خصائص أهمها:

- القدرة على التأثير أو الجذب في وجهات النظر وسلوكيات اختيار الآخرين.

¹ المرجع السابق ذكره، ص 111

² نبيلة جعفري، مرجع نفسه، ص 111

- يوتيوب: Sarah Redjil لديها 79 ألف متابع .

3- نوميديا لزول: مؤثرة جزائرية ومغنية، تعتبر من أكثر الشخصيات تأثيراً على مواقع التواصل الاجتماعي ظهرت في العديد من الأعمال التلفزيونية، خلال شهر رمضان، شاركت الممثلة في مسلسل دموع لولية كان أول ظهور لها في عام 2012 خلال المشاركة في برنامج ألحان وشباب.

-انستغرام: numidialezouel_official لديها 7.5 مليون متابع.

-تيك توك: numidialezouel_off لديها 1.8 مليون متابع .

-يوتيوب: Numidia Lezoul Officiel Bébé d amough لديها 621 ألف .

4- خبيب: مؤثر جزائري وصانع محتوى إعلامي ، مصور للحياة البرية السياحية، صانع فيديو محترف،

أول مستخدم يوتيوب للسفر والمغامرة، فاز بجائزة المؤثر الإعلاني الشاب لعام 2022 في "كازان" الروسية.

انستغرام: Khoubai لديه 2.5 مليون

تيك توك: Khoubai لديه 1.5 مليون

يوتيوب: Khoubai لديه 1.97 مليون.

المبحث الثاني: البرامج الاجتماعية

المطلب الأول: مفهوم البرامج الاجتماعية social programs :

1/ البرنامج: هو ذلك المفهوم أو المدرك أو الفكرة المجردة الذي يحتوي على أوجه النشاط المختلفة والعلاقات والتفاعلات والخبرات للفرد والجماعة وبمساعدة الاختصاصي لمقابلة حاجاتهم وإشباع رغباتهم¹.

2/ البرامج: إن كلمة برنامج مشتقة من الكلمة الإغريقية prographein وتعني "الكتابة قبل" ثم تطور في اللاتينية لتعني List بسلسلة من الأحداث. أصبح لكلمة البرنامج Programme الآن استخدامات كثيرة فنحن نتحدث عن برنامج الكمبيوتر وبرنامج غذائي وبرنامج للمؤتمر وبرنامج تلفزيوني وغير ذلك².

3/ البرامج: هي مجموعة الأعمال والأنشطة التي تضعها المؤسسة وتخططها لتلائم حاجات الجماعة ووظيفة المؤسسة وأهدافها، لتكون وسيلتها في تنشئتهم³.

4/ البرنامج الاجتماعي: هي تلك البرامج التي تهدف إلى تطوير الأفراد والجماعات وذلك من خلال تقديم خدمات صحية، تعليمية، تثقيفية... وغيرها ودرجة التنظيم، والمدة الزمنية المحددة للتنفيذ⁴.

□ إبراهيم عزيز، تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيرها الاجتماعية والثقافية، دار الكتاب الحديث، الجزائر، ٢٠٠٠، ص ١١١

□ سهير فارس السوداني، البرامج التلفزيونية وقيم الأطفال طبعة أ ٢٠٠٠ دار كنوز للمعرفة، ص ١١١

□ البرنامج الاجتماعي، جزء الأول، المطبعة الاميرية بالقاهرة ٢٠٠٠، وزارة الشؤون الاجتماعية للنشر ص ١١

□ أماني قنديل، تصميم البرامج الاجتماعية وقياس مؤثراتها في دول مجلس تعاون خليجي، طبعة □، المنامة، البحرين، ص ١١١

5/ البرامج الاجتماعية: هي الترجمة الفعلية للسياسة الاجتماعية التي تتبناها الدولة وهي عبارة عن مجموعة من الخطوات المنظمة، المخطط لها. تستهدف تحقيق حل علمي لمشكلة اجتماعية، وتضم عدة مكونات (اجتماعية، اقتصادية، ثقافية...) ويستند كل برنامج على فهم دقيق لأبعاد المشكلة، وموارد متاحة وتوقيت زمني وفريق عمل تتوزع عليهم المسؤوليات¹.

المطلب الثاني: خصائص وسمات البرامج الاجتماعية

- البرامج الاجتماعية تلتزم برؤية السياسة الاجتماعية للدولة وأهدافها.
- البرامج الاجتماعية تتسم بالمرونة في الاستجابة للمخاطر الاجتماعية المتجددة.
- تلتزم البرامج الاجتماعية بخطة زمنية وموارد مادية وإمكانيات فنية تتحدد مسبقاً.
- غالبية البرامج الاجتماعية، تتوجه للتعامل مع مشكلات اجتماعية معينة مثلاً (إدمان المخدرات، تصاعد البطالة، الطلاق...) وفئات هشة ضعيفة (الفقراء) أو فئات مهمشة تفتقد الدمج الاجتماعي (النساء).
- البرامج الاجتماعية هي آلية قادرة على تعظيم رأس المال الاجتماعي.
- البرامج الاجتماعية تستهدف تقوية شبكات الحماية الاجتماعية أو شبكات الأمان، وفي ضوء سياسة الدولة.
- الإدارة الرشيدة هي الضمان الرئيسي لنجاح البرامج و السياسات الاجتماعية.
- المتابعة والتقييم أدوات مهمة بالتدخل (أثناء تنفيذ البرنامج) لتصويت مسار البرنامج وسد الثغرات أو إعادة التخطيط الإستراتيجي².

المطلب الثالث: أهداف البرامج الاجتماعية

1. تفاهم أفضل للمشكلة أو المخاطر التي سيتوجه البرنامج للتعامل معها.
2. بناء تأييد مجتمعي للبرنامج.
3. بناء الثقة بين الأطراف.
4. انعكاسات إيجابية على عملية التصميم والتنفيذ.
5. إمكانات أكبر لتطوير البرنامج.
6. فرص أفضل لتعديل البرنامج وتوفير مرونة إستجابية له.³

□ المرجع نفسه، ص □□

□ أماني قنديل المرجع نفسه، ص □□□□

□ المرجع نفسه، ص ص □□□□

برنامج Why Not مع نوميديا لزول :

برنامج Why Not برنامج جزائري من تقديم نوميديا لزول على قناة one TV الجزائرية ويتم عرضه كل يوم جمعة، هدف هذا البرنامج إدخال الفرح و البهجة من خلال استضافة فنانين ومشاهير جزائريين. هذا البرنامج كان متوقف لمدة عدة أشهر ولكن تم إعادة بثه. قامت مقدمة برنامج Why Not باستضافة المؤثر ريفكا ومعها مجموعة من الممثلين من بينهم محمد رغيس وستانلي ونهلة.

قامت بتقديم مجموعة من الأغاني الجزائرية وبعدها تحدثت عن مجموعة من الصفات التي يجب أن يتحلى بها المجتمع مثل التسامح والعفو والمحبة ورابط الأخوة والتمسك بالعادات والتقاليد الجزائرية، كان البرنامج مليء بالفرح والغناء جراء الفقرات التي يتميز بها هذا البرنامج. تقوم مقدمة البرنامج بطرح مجموعة من الأسئلة على الضيوف، حيث سألت ريفكا عن مساره الفني وكيف بدأ مشواره الفني.

ماهي الصعوبات والعقبات التي مر بها وكيف تعامل مع هذه الصعوبات للوصول إلى هدفه وماذا قدم له مواقع التواصل الاجتماعي وكيف استغل مواقع التواصل الاجتماعي في دخوله إلى عالم الشهرة والنجومية؟¹

المبحث الثالث: الفضائيات الخاصة

المطلب الأول: مفهوم الفضائيات الخاصة

1/ اصطلاحا: هي مظاهر الاتصال الحديثة التي اعتمدت أقمار البث الصناعية وسيلة في إيصال رسائلها الإعلامية بشكل مباشر وآني وهي أكثر وسائل البث سرعة ودقة كونها تعتمد على تقنيات الأقمار الصناعية والتكنولوجيا الحديثة في إيصال المعلومات إلى المشاهدين بشكل متنوع ومستمر على مدار الساعة². وتعرف أيضا بأنها استقبال البرامج التلفزيونية التي تصل إلى المشاهد عن طريق تركيب أجهزة استقبال القنوات الفضائية ومتابعة برامجها ببيتها وعن طريق الاشتراك في محطات إعادة البث أو عن طريق بث هذه القنوات بصورة غير مباشرة من الآخرين³.

و نقصد بالقنوات التلفزيونية المحطات التلفزيونية التي تبث برامجها عبر الأقمار الصناعية والتي يتم استقبالها بواسطة هوائيات مقعرة وهي عبارة عن منصة إعلامية تابعة لدولة ما أو مؤسسة متخصصة في مجال الإعلان يشرف عن هذه القنوات أفراد لهم الخبرة ومختصين في هذا المجال.

¹ كفا، ص 222، ص 223، ص 224، ص 225، ص 226، ص 227، ص 228، ص 229، ص 230، ص 231، ص 232، ص 233، ص 234، ص 235، ص 236، ص 237، ص 238، ص 239، ص 240، ص 241، ص 242، ص 243، ص 244، ص 245، ص 246، ص 247، ص 248، ص 249، ص 250، ص 251، ص 252، ص 253، ص 254، ص 255، ص 256، ص 257، ص 258، ص 259، ص 260، ص 261، ص 262، ص 263، ص 264، ص 265، ص 266، ص 267، ص 268، ص 269، ص 270، ص 271، ص 272، ص 273، ص 274، ص 275، ص 276، ص 277، ص 278، ص 279، ص 280، ص 281، ص 282، ص 283، ص 284، ص 285، ص 286، ص 287، ص 288، ص 289، ص 290، ص 291، ص 292، ص 293، ص 294، ص 295، ص 296، ص 297، ص 298، ص 299، ص 300، ص 301، ص 302، ص 303، ص 304، ص 305، ص 306، ص 307، ص 308، ص 309، ص 310، ص 311، ص 312، ص 313، ص 314، ص 315، ص 316، ص 317، ص 318، ص 319، ص 320، ص 321، ص 322، ص 323، ص 324، ص 325، ص 326، ص 327، ص 328، ص 329، ص 330، ص 331، ص 332، ص 333، ص 334، ص 335، ص 336، ص 337، ص 338، ص 339، ص 340، ص 341، ص 342، ص 343، ص 344، ص 345، ص 346، ص 347، ص 348، ص 349، ص 350، ص 351، ص 352، ص 353، ص 354، ص 355، ص 356، ص 357، ص 358، ص 359، ص 360، ص 361، ص 362، ص 363، ص 364، ص 365، ص 366، ص 367، ص 368، ص 369، ص 370، ص 371، ص 372، ص 373، ص 374، ص 375، ص 376، ص 377، ص 378، ص 379، ص 380، ص 381، ص 382، ص 383، ص 384، ص 385، ص 386، ص 387، ص 388، ص 389، ص 390، ص 391، ص 392، ص 393، ص 394، ص 395، ص 396، ص 397، ص 398، ص 399، ص 400، ص 401، ص 402، ص 403، ص 404، ص 405، ص 406، ص 407، ص 408، ص 409، ص 410، ص 411، ص 412، ص 413، ص 414، ص 415، ص 416، ص 417، ص 418، ص 419، ص 420، ص 421، ص 422، ص 423، ص 424، ص 425، ص 426، ص 427، ص 428، ص 429، ص 430، ص 431، ص 432، ص 433، ص 434، ص 435، ص 436، ص 437، ص 438، ص 439، ص 440، ص 441، ص 442، ص 443، ص 444، ص 445، ص 446، ص 447، ص 448، ص 449، ص 450، ص 451، ص 452، ص 453، ص 454، ص 455، ص 456، ص 457، ص 458، ص 459، ص 460، ص 461، ص 462، ص 463، ص 464، ص 465، ص 466، ص 467، ص 468، ص 469، ص 470، ص 471، ص 472، ص 473، ص 474، ص 475، ص 476، ص 477، ص 478، ص 479، ص 480، ص 481، ص 482، ص 483، ص 484، ص 485، ص 486، ص 487، ص 488، ص 489، ص 490، ص 491، ص 492، ص 493، ص 494، ص 495، ص 496، ص 497، ص 498، ص 499، ص 500، ص 501، ص 502، ص 503، ص 504، ص 505، ص 506، ص 507، ص 508، ص 509، ص 510، ص 511، ص 512، ص 513، ص 514، ص 515، ص 516، ص 517، ص 518، ص 519، ص 520، ص 521، ص 522، ص 523، ص 524، ص 525، ص 526، ص 527، ص 528، ص 529، ص 530، ص 531، ص 532، ص 533، ص 534، ص 535، ص 536، ص 537، ص 538، ص 539، ص 540، ص 541، ص 542، ص 543، ص 544، ص 545، ص 546، ص 547، ص 548، ص 549، ص 550، ص 551، ص 552، ص 553، ص 554، ص 555، ص 556، ص 557، ص 558، ص 559، ص 560، ص 561، ص 562، ص 563، ص 564، ص 565، ص 566، ص 567، ص 568، ص 569، ص 570، ص 571، ص 572، ص 573، ص 574، ص 575، ص 576، ص 577، ص 578، ص 579، ص 580، ص 581، ص 582، ص 583، ص 584، ص 585، ص 586، ص 587، ص 588، ص 589، ص 590، ص 591، ص 592، ص 593، ص 594، ص 595، ص 596، ص 597، ص 598، ص 599، ص 600، ص 601، ص 602، ص 603، ص 604، ص 605، ص 606، ص 607، ص 608، ص 609، ص 610، ص 611، ص 612، ص 613، ص 614، ص 615، ص 616، ص 617، ص 618، ص 619، ص 620، ص 621، ص 622، ص 623، ص 624، ص 625، ص 626، ص 627، ص 628، ص 629، ص 630، ص 631، ص 632، ص 633، ص 634، ص 635، ص 636، ص 637، ص 638، ص 639، ص 640، ص 641، ص 642، ص 643، ص 644، ص 645، ص 646، ص 647، ص 648، ص 649، ص 650، ص 651، ص 652، ص 653، ص 654، ص 655، ص 656، ص 657، ص 658، ص 659، ص 660، ص 661، ص 662، ص 663، ص 664، ص 665، ص 666، ص 667، ص 668، ص 669، ص 670، ص 671، ص 672، ص 673، ص 674، ص 675، ص 676، ص 677، ص 678، ص 679، ص 680، ص 681، ص 682، ص 683، ص 684، ص 685، ص 686، ص 687، ص 688، ص 689، ص 690، ص 691، ص 692، ص 693، ص 694، ص 695، ص 696، ص 697، ص 698، ص 699، ص 700، ص 701، ص 702، ص 703، ص 704، ص 705، ص 706، ص 707، ص 708، ص 709، ص 710، ص 711، ص 712، ص 713، ص 714، ص 715، ص 716، ص 717، ص 718، ص 719، ص 720، ص 721، ص 722، ص 723، ص 724، ص 725، ص 726، ص 727، ص 728، ص 729، ص 730، ص 731، ص 732، ص 733، ص 734، ص 735، ص 736، ص 737، ص 738، ص 739، ص 740، ص 741، ص 742، ص 743، ص 744، ص 745، ص 746، ص 747، ص 748، ص 749، ص 750، ص 751، ص 752، ص 753، ص 754، ص 755، ص 756، ص 757، ص 758، ص 759، ص 760، ص 761، ص 762، ص 763، ص 764، ص 765، ص 766، ص 767، ص 768، ص 769، ص 770، ص 771، ص 772، ص 773، ص 774، ص 775، ص 776، ص 777، ص 778، ص 779، ص 780، ص 781، ص 782، ص 783، ص 784، ص 785، ص 786، ص 787، ص 788، ص 789، ص 790، ص 791، ص 792، ص 793، ص 794، ص 795، ص 796، ص 797، ص 798، ص 799، ص 800، ص 801، ص 802، ص 803، ص 804، ص 805، ص 806، ص 807، ص 808، ص 809، ص 810، ص 811، ص 812، ص 813، ص 814، ص 815، ص 816، ص 817، ص 818، ص 819، ص 820، ص 821، ص 822، ص 823، ص 824، ص 825، ص 826، ص 827، ص 828، ص 829، ص 830، ص 831، ص 832، ص 833، ص 834، ص 835، ص 836، ص 837، ص 838، ص 839، ص 840، ص 841، ص 842، ص 843، ص 844، ص 845، ص 846، ص 847، ص 848، ص 849، ص 850، ص 851، ص 852، ص 853، ص 854، ص 855، ص 856، ص 857، ص 858، ص 859، ص 860، ص 861، ص 862، ص 863، ص 864، ص 865، ص 866، ص 867، ص 868، ص 869، ص 870، ص 871، ص 872، ص 873، ص 874، ص 875، ص 876، ص 877، ص 878، ص 879، ص 880، ص 881، ص 882، ص 883، ص 884، ص 885، ص 886، ص 887، ص 888، ص 889، ص 890، ص 891، ص 892، ص 893، ص 894، ص 895، ص 896، ص 897، ص 898، ص 899، ص 900، ص 901، ص 902، ص 903، ص 904، ص 905، ص 906، ص 907، ص 908، ص 909، ص 910، ص 911، ص 912، ص 913، ص 914، ص 915، ص 916، ص 917، ص 918، ص 919، ص 920، ص 921، ص 922، ص 923، ص 924، ص 925، ص 926، ص 927، ص 928، ص 929، ص 930، ص 931، ص 932، ص 933، ص 934، ص 935، ص 936، ص 937، ص 938، ص 939، ص 940، ص 941، ص 942، ص 943، ص 944، ص 945، ص 946، ص 947، ص 948، ص 949، ص 950، ص 951، ص 952، ص 953، ص 954، ص 955، ص 956، ص 957، ص 958، ص 959، ص 960، ص 961، ص 962، ص 963، ص 964، ص 965، ص 966، ص 967، ص 968، ص 969، ص 970، ص 971، ص 972، ص 973، ص 974، ص 975، ص 976، ص 977، ص 978، ص 979، ص 980، ص 981، ص 982، ص 983، ص 984، ص 985، ص 986، ص 987، ص 988، ص 989، ص 990، ص 991، ص 992، ص 993، ص 994، ص 995، ص 996، ص 997، ص 998، ص 999، ص 1000.

² عبدالله فتحي الظاهر، علي أحمد خضر المعماري، أثر القنوات الفضائيات في القيم الاجتماعية و السياسية ، ط 1، دار غيداء للنشر والتوزيع، ص 222.

³ المرجع نفسه ص 222.

2/ الفضائيات التلفزيونية الخاصة:

يقابل القناة العمومية من حيث الملكية والتمويل، القناة الخاصة أي 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 هذه الكلمتين تجاوزاً لمفهوم الحرية والاستقلالية التي تبقى نسبية في معظم الأحيان. ذلك أن مساهمة الحكومات في رأس مال هذه القنوات بشكل أو بآخر لا يكاد يغيب عن جل هذه القنوات، وكان الغموض يسود خارطة تمويل كل القنوات الخاصة، فقد أكدت بعض التصريحات هذا الاتجاه، كما أنه يكفي أن تتابع خطاب هذه القناة أو تلك حتى تتلمس انتمائها ولون الخطاب الذي تسعى لترويجه¹. وعموماً نقصد بالفضائيات التلفزيونية الخاصة هي قنوات ذات ملكية خاصة يديرونها أصحاب رؤوس الأموال مثل رجال الأعمال وغيرهم بعيدة عن احتكار الدولة لها تقدم خدمات إعلامية للمشاهد كقناة الشروق TV.

المطلب الثاني: نشأة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة

ظهرت القنوات الفضائية في الجزائر ابتداءً من سنة 1985 حيث قامت الجزائر باستيراد 33,000 هوائي مقعر وقد انتشر فقط في أوساط الطبقات الاجتماعية من ذوي الدخل العالي كالتجار الكبار وأصحاب المناصب العالية وما يلاحظه في أوساط الهوائيات المقعرة إقبالاً واسعاً على الهوائيات المقعرة خصوصاً مع الانفتاح الذي شهده العالم في الفترة الأخيرة وهي الآن ترى في جميع الأحياء الراقية والقصديرية. لم تلبث الدولة الجزائرية غداة الاستقلال أن اتخذت التدابير اللازمة من أجل استرجاع مبنى الإذاعة والتلفزيون لما يمتلكه هذا القطاع الحساس من أهمية في نقل السيادة الجديدة للدولة الجزائرية وكذا في ترسيخ القيم الثقافية الخاصة بالشعب الجزائري بعيداً عن المسح الذي استعمله المستعمر طويلاً. عرفت المؤسسة الوطنية للتلفزة الجزائرية أول تحولاتها منذ سنة 1986 كما واكبت التحولات السياسية التي عرفت البلاد لكن أهم تحول كان 1991 ويوجد حالياً 5 قنوات تلفزيونية حكومية وما يقارب 45 محطة خاصة منها المتنوعة ومنها الإخبارية والرياضية. حسب الجيلالي كرايس فإن الساحة الإعلامية في الجزائر في أول المشوار وهي تعاني من الارتجالية خاصة أنها لا تمتلك أي تجربة سابقة. ولذلك هي أمام وضع إعلامي كبير وهذا ما جعلها غير قادرة على معرفة أي توجه

¹ المنصف العياري، محمد عبد الكافي □ القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، تونس، □□□□، ص □□

ستختره من أجل مواكبة العالمية بصراحة الإعلام الجزائري تائه سواء الرسمي أو الخاص ويعاني أزمة ثقافية عليه أن يتماشى مع خصوصية المجتمع الجزائري¹.

المطلب الثالث: واقع القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة و التحديات التي تواجهها

لقد جاء في حديث الإعلامية "نايلة" من الإذاعة الوطنية الناطقة بالفرنسية والعربي الجديد، من واقع الفضائيات الجزائرية الخاصة حيث قالت أنه بعد مرور بضع سنوات على انطلاق هذه الفضائيات الجزائرية الخاصة ظهر اختلاف في نقل الخبر وكيفية عرضه للمشاهد من خلال نوعية الصورة المقدمة من الناحية الجمالية، وتختلف هذه القنوات من حيث المضمون و الهدف الذي تسعى إليه فهناك فضائيات هدفها نشر أفكار معينة موجهة إلى فئة محددة من المجتمع تستخدم لغة عامية ومواضيع مبسطة وأخرى على العكس تبحث عن النخبة ويتميز بتنوع القضايا واللغة البسيطة والحرفية و القنوات التي مدرائها من الإعلام يظهر في محتواها العمل الإعلامي الجيد، أما القنوات التي يملكها أصحاب المال فتبدوا تجارية أكثر.

أما الإعلامي "محمد يزيد" يرى فيما يخص واقع الفضائيات الجزائرية الخاصة أن تجربة الإعلام الخاص-السمعي البصري- لا تزال فنية وهي في حاجة للتطوير سواء كان ذلك من الناحية التقنية وجمالية الصورة أو من ناحية الكفاءات و القدرات المعتمدة في المجال الصحافي والتقديم حيث كان يمكن الاستفادة من خبرات الإذاعة و التلفزيون الرسمي في تأطير الملتحقين بالقطاع السمعي البصري الخاص، وهذا ما جعل من بعض القضايا المثارة قضايا دون مستوى تخللها غياب اعتمادها على مصادر ثابتة مما يثير التساؤلات حول جدية هذه القنوات.

استخدمت هذه القنوات أجهزة بسيطة في بثها للمضامين واعتمادها على ميزانية محدودة في شراء الأجهزة وإنتاج البرامج وهذا ما أدى إلى ضعف مستوى ما تقدمه هذه القنوات من حيث الشكل والمضمون وعلى هذه القنوات أن تعمل بالحد الأدنى من المطلوب بحيث توازن ما تنفقه من صرف رخيص على برامج الترفيه والأغاني، وما تنفقه على برامج الفكر والثقافة والإبداع ما جعل هذه القنوات تتميز بالرداءة وتعكس الأداء الضعيف لهذه البرامج.

وعلى الأغلب فإن معظم الفضائيات الخاصة تفتقر إلى المهنية واللغة الإعلامية المتميزة والخطاب الإعلامي المسؤول، فعلى الرغم من الميزانية الضخمة لبعض هذه القنوات إلا أنها لا تنفق إلا القليل على الإنتاج ويشكو صحافيوها من تدني أجورهم².

¹ أيدير شيباني، رأى الصحفيين الجزائريين في تغطية القنوات الفضائية الخاصة لرئاسيات 00 أفريل 0000 دراسة مسحية لأراء الصحفيين العاملين بالقنوات الجزائرية الخاصة، رسالة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، تخصص دراسات قانونية و إعلامية، كلية علوم الإعلام و الاتصال، قسم الإعلام، جامعة الجزائر 00، 0000000000، ص 000

² سعد مزاح 00 محمد قارش 00 الفضائيات الجزائرية الخاصة بين الواقع والتحديات، مقال علمي منشور على مجلة الحقيقة، العدد 00، ص 0000

1/ التحديات التي تواجه الفضائيات الخاصة:

أصبح الإعلام اليوم على مواجهة العديد من التحديات التي تعوق مسيرته وتنعكس سلبا بشكل أو بآخر على مضمون ما يقدم خاصة في الفضائيات حيث تواجه هذه الأخيرة العديد من التحديات أهمها ما يلي:

• التحديات المهنية: وتتمثل في:

1. تدني الأداء المهني الإعلام العربي بصفة عامة والجزائر خاصة حيث يركز على الأخبار الرسمية والمعالجة الجزئية للأحداث من خلال خطاب إعلامي تقليدي إيديولوجي لا يصلح في عصر التدفق السريع للمعلومات.
2. أزمة الإعلاميين الذين يتعرضون لشتى أنواع الضغوط والرقابة والتصفية الجسدية والأدبية فضلا عن قصور برامج التأهيل و التدريب في مواكبة التطورات الإعلامية السريعة واضطراب علاقاتهم بمصادر المعلومات بسبب عدم توفر ضمانات ممارسات المهنة.
3. أزمة المصدقية بسبب سيطرة الحكومة على الإعلام وهو الأمر الذي أكدته إغلاق قناة الأطلس مؤخرا لمجرد قيامها بتغطية الاحتجاجات المعارضة وكذا غلق قناة الوطن.
4. سيطرة قيم إعلامية لا تواكب معطيات العصر ولا تلي الاحتياجات الإعلامية للجمهور.
5. سيطرة النظرة الرسمية للإعلام مما أفقده الكثير من حيويته وجاذبيته وبالتالي حد من مقدرته على الوصول والتأثير وجعله موضوعا للمسائلة ما الوعي الذي ينشره؟

• التحديات التكنولوجية:

يتمثل أبرزها في ظهور شبكة الانترنت كمصدر عالمي للمعلومات مما طرح العديد من التحديات التكنولوجية و المهنية والثقافية من أهمها تكريس الخلل الإعلامي و المعلوماتي بين من يملكون هذه التكنولوجيا والمحرومين منها وكذا نقص الإمكانيات المادية (الأجهزة) فضلا عن الخلل التقني المتكرر سواء انقطاع الصوت أو الصورة وغيرها من المشاكل التقنية التي تواجهها وزيادة على هذا مشاكل التمويل والبت وتكاليف الصناعة الإعلامية وعدم وجود الاستوديوهات خاصة أن الكثير من القنوات تبث انطلاقا من شقق متواضعة¹.

¹ المرجع نفسه، ص ص □□□□□□

• مشاكل إدارية وقانونية:

حيث عرف المشهد الإعلامي العديد من المشاكل الإدارية والقانونية ضد مسيري بعض القنوات الخاصة في الجزائر أو ضد بعض هذه القنوات كقضية حبس مدير قناة إعلامية KBC- "الخبر" في صائفة 2016، عقب سلسلة الاعتذرات التي توجهت لها من قبل سلطة الضبط السمعي البصري والذي اعتبر أول إعدار في تاريخ السلطة. وذلك بتاريخ 29 جوان 2015 ذلك جراء ما لاحظته السلطة من انحرافات مهنية في محتوى بعض الحصص التي تقدمها القناة والتي تعتبر مساسا برموز الدولة و المسؤولين حسب تقدير المسؤول الأول عن سلطة الضبط.

ناهيك عن غلق بعض القنوات حيث غلقت قناة الاطلس بتاريخ 12 مارس 2015 وقناة الوطن في شهر أكتوبر 2015 لعدم امتلاكها للرخصة للعمل في الجزائر حسب وزارة الاتصال وحسب مديرها والإفراج عنه شهر جويلية 2016¹.

¹ بلحاجي وهيبة، تحرير النشاط السمعي البصري في الجزائر بعد ١١١١١ بين الحق في الإعلام وضبط نشاط السمعي البصري ، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية ١١١١١١١١

الفصل الثالث: الإطار التطبيقي

المبحث الأول: البيانات الأساسية للعيينة المدروسة

المطلب الأول: بطاقة تقنية لقناة الشروق TV:

الشروق TV: هي قناة تلفزيونية جزائرية خاصة تابعة لمؤسسة الشروق ضمن باقة الشروق.

انطلق البث التجريبي في عيد الثورة وذكرى تأسيس جريدة الشروق اليومي (الجزائر)، حيث اتخذت من

العاصمة الأردنية عمان مقرا لها، ولها مكتب معتمد بالجزائر تبث القناة على نايلسات وعربسات وهوتبيرد.

أطلقت مؤسسة الشروق بداية من الساعة الصفر ليوم 01 نوفمبر 2011 البث التجريبي لقناة

الشروق على القمر الصناعي نايلسات، وجاءت هذه الإنطلاقة في الذكرى 57 لاندلاع ثورة التحرير الجزائرية .

والذكرى 11 لتأسيس يومية الشروق، فيما بدأت بثها الرسمي في 15 مارس 2012.

تمتلك القناة مجموعة من المكاتب على المستوى الوطني ومكاتب عالمية أخرى وتمتلك شركة الشروق هذه القناة

وجريدة الشروق، مجلة الشروق العربي.

تبث القناة مجموعة من البرامج المتنوعة طوال فترات اليوم صباحية مثل: صباح الشروق، برامج دينية،

مسلسلات، برامج رياضية، برامج مسابقات وغيرها من البرامج الترفيهية والمنوعة.

الشروق تي في TV:

التأسيس: 06 مارس 2011 ،

تاريخ أول بث: 06 مارس 2011.

المالك: مجمع الشروق للإعلام و النشر.

المدير: رشيد فضيل.

الشعار التجاري: قناة كل جزائري.

الشعار الجديد: قناة كل العائلة.

النوع: منوعة.

البلد: الجزائر.

اللغة: اللغة العربية ، اللهجة الجزائرية.

الموقع الرسمي: <http://TV-echouroukonline.com>.

المقر الرسمي: القبة، الجزائر العاصمة.

مناطق البث: شمال إفريقيا والشرق الأوسط.

ساعات البث: 24/24.

تردد القناة: النايلسات (WA7EULELSAT) الدرجة 7 غربا ، الشروق TV بصيغة عالية الوضوح 10992 عمودي 27500.

المطلب الثاني : بطاقة تقنية لبرنامج جلسة ونسا :

برنامج جلسة ونسا هو برنامج اجتماعي نسائي حوارى أسبوعي، يعرض على قناة الشروق TV سهرة كل ثلاثاء على الساعة التاسعة وعشرون دقيقة مساء (21:20) يتواصل بثه إلى غاية يومنا هذا ، مدة عرض هذا البرنامج لا يتجاوز الساعة.

يعرض برنامج "جلسة ونسا" مواضيع متنوعة تخص النساء سواء كانت اجتماعية أو اقتصادية أو فنية. يقدم برنامج "جلسة ونسا" من طرف ثلاثة مؤثرات على مواقع التواصل الاجتماعي وهن: أميرة ريا، سارة رجيل وسمية سماش.

يستضيف البرنامج في كل حلقة نماذج للنساء الناجحات في مجالات مختلفة. كما يستضيف مختصين اجتماعيين ونفسانيين لمعالجة المواضيع المطروحة، واستضافة فنانين وممثلين معروفين على الساحة الجزائرية والعربية.

ويحتوي البرنامج على أربعة أركان:

- ركن Life Style .
- ركن أمومة وطفولة.
- ركن الضيف الخاص .
- ركن التحدي .

البرنامج من إنتاج مؤسسة الشروق .

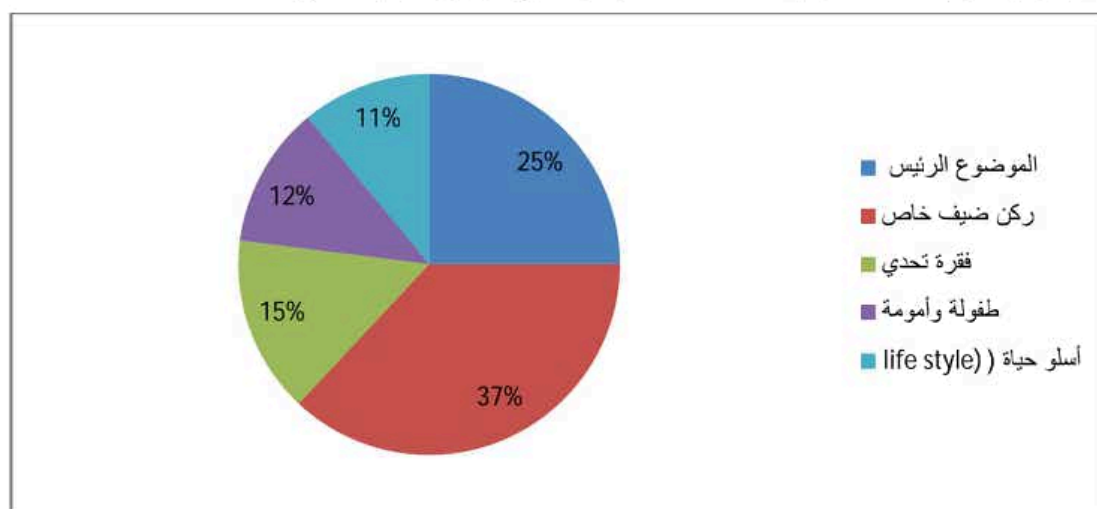
المبحث الثاني: التحليل الكمي والكيفي لاستمارة تحليل مضمون برنامج "جلسة ونسا":

المطلب الأول: التحليل الكمي لفئات الشكل:

1- فئة المدة الزمنية المخصصة لأركان البرنامج:

النسبة	المدة الزمنية بالدقيقة	المقطع / الركن
25%	114	الموضوع الرئيس
11%	50	أسلوب الحياة (LIFE STYLE)
12%	52	طفولة أمومة
37%	166	ركن ضيف خاص
15%	66	فقرة تحدي
100%	448	المجموع

جدول رقم (3) يوضح: المدة الزمنية المخصصة لأركان البرنامج ونسبتها المئوية:



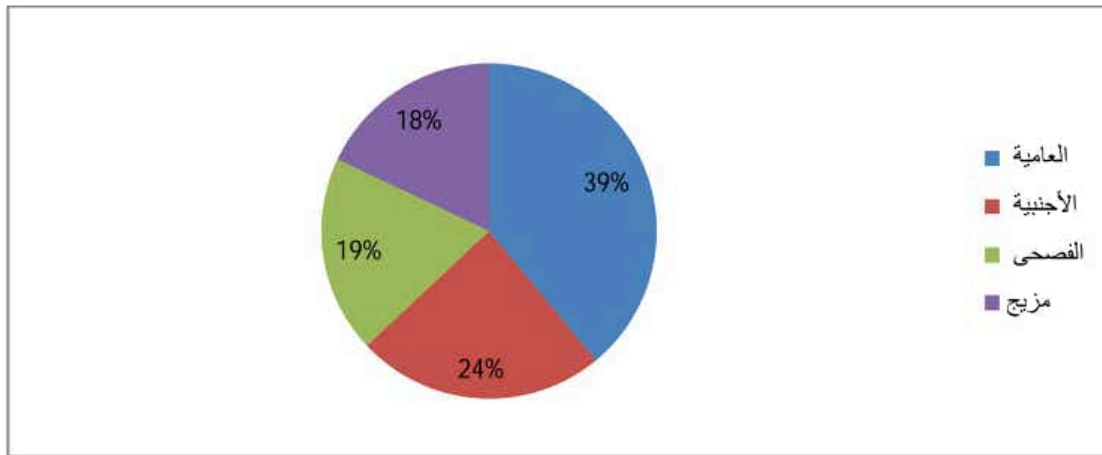
الشكل البياني رقم (01) يوضح: المدة الزمنية لأركان البرنامج ونسبتها المئوية.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (3) النسب المئوية المخصصة لأركان برنامج "جلسة ونسا"، حيث نجد ركن الضيف الخاص جاء بأعلى نسبة قدرت بـ 37%، ثم ركن الموضوع الرئيسي بنسبة 25%، أما ركن فقرة تحدي حاز على نسبة 15%، ونسبة أقل ركن طفولة وأمومة 12%، وفي آخر ترتيب ركن Life Style (أسلوب حياة) بنسبة 11%.

2- فئة اللغة المستخدمة في البرنامج:

النسبة	التكرار (عدد الكلمات)	اللغة المستخدمة
39%	542	العامية
19%	282	الفصحى
24%	350	الأجنبية
18%	252	مزيج
100%	1426	المجموع

جدول رقم (4) يوضح: تكرارات اللغة المستخدمة ونسبتها المئوية.



الشكل البياني رقم (02) يوضح: فئة اللغة المستخدمة ونسبتها المئوية.

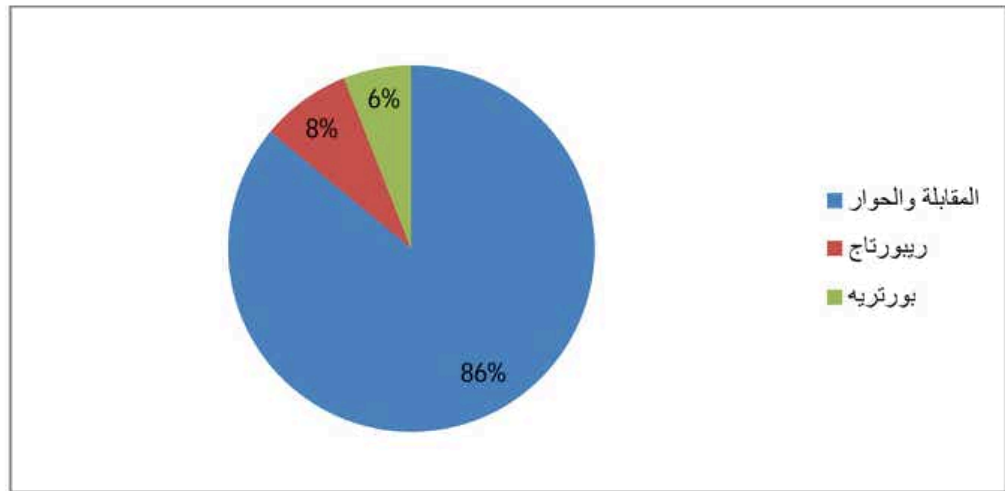
نلاحظ من خلال الجدول رقم (4) والذي يمثل فئة اللغة المستخدمة في برنامج "جلسة ونسا"، تبيّن لنا أن اللغة الأكثر استخداماً هي العامية والتي بلغت نسبتها 39%. تليها اللغة الأجنبية بنسبة 24%، وفي آخر الترتيب نحد اللغة العربية الفصحى بنسبة قليلة قدرت بـ 19% ومزيج نسبتته بـ 18%. من خلال النسب السابقة نلاحظ أن البرنامج استخدم لغة إعلامية سهلة وبسيطة تغلب عليها العامية. وهذا لأجل الوصول إلى أكبر شريحة ممكنة من الجمهور حيث أن البرنامج موجه لكل الفئات العمرية والمستويات التعليمية، وهو ما يتوافق مع دراسة لطرش سعدية ومنصوري نجوى¹.

¹ لطرش سعدية ومنصوري نجوى، البرامج الاجتماعية النسائية عبر القنوات الجزائرية الخاصة، تحليل مضمون برنامج جلسة ونسا على قناة الشروق، نموذجاً، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، تخصص سمعي بصري، جامعة محمد بوضياف، المسيلة، ص 00

3- فئة القوالب الإعلامية المستخدمة في البرنامج:

النسبة	التكرار	القوالب الإعلامية
%86	30	المقابلة والحوار
/	/	التقرير
%08	03	ريبورتاج
%06	02	بورترية
%100	35	المجموع

جدول رقم (5) يوضح: تكرارات فئة القوالب الإعلامية ونسبتها المئوية.



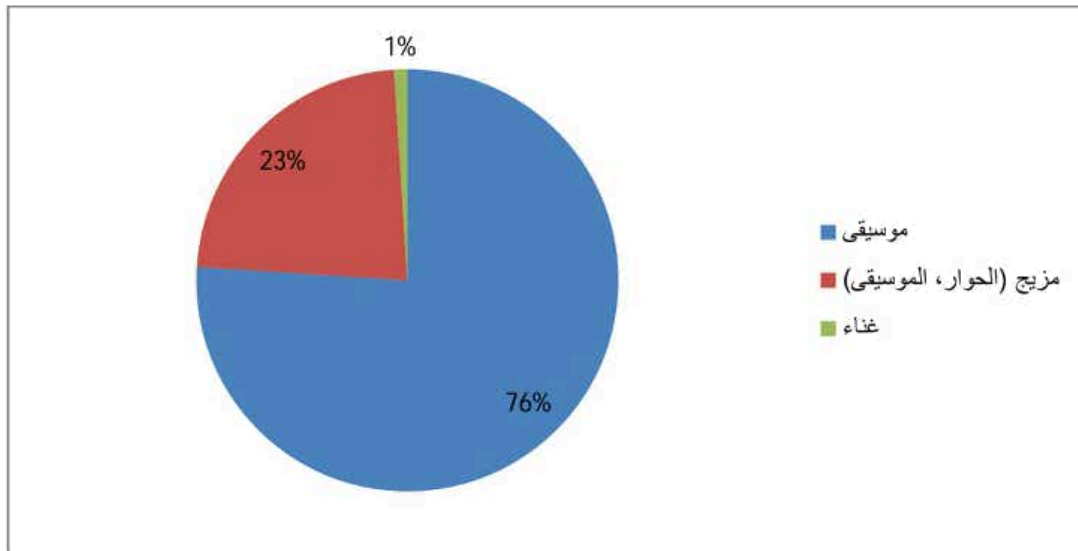
الشكل البياني رقم (03): يوضح فئة القوالب الإعلامية ونسبتها الإعلامية.

لاحظنا من خلال الجدول رقم (5) والذي يمثل القوالب الإعلامية المستخدمة في برنامج "جلسة ونسا" أن القالب الأكثر توظيفاً في البرنامج هو المقابلة والحوار بنسبة 86%، فيما استخدم ريبورتاج نسبة قدرت بـ 8%، أما بورترية كانت نسبته 6%، ولم توظف الأنواع الإعلامية الأخرى في البرنامج كالتقرير. من خلال النسب السابقة، مرة أن البرنامج اعتمد بشكل كبير على المقابلة أو ما يعرف بالحوار في معالجة المواضيع المطروحة، عن طريق جمع معلومات من ضيوف ومختصين وإبراز وجهات النظر حول موضوع معين.

4- فئة المؤثرات الصوتية المستخدمة في البرنامج:

المؤثرات الصوتية	التكرار	النسبة
موسيقى	133	76%
غناء	02	01%
وصلة حرة	/	/
مزيج (الحوار، الموسيقى)	40	23%
المجموع	175	100%

جدول رقم (6) يوضح تكرارات المؤثرات الصوتية ونسبتها المئوية



الشكل البياني رقم (04) يوضح فئة المؤثرات الصوتية ونسبتها المئوية.

نلاحظ من خلال الجدول رقم (6) الذي يمثل فئة المؤثرات الصوتية المستخدمة في برنامج "جلسة ونسا"، أن نسبة الموسيقى قدرت ب 76%، تليها نسبة المزيج بين الحوار والموسيقى ب 23%، وفي آخر ترتيب نجد نسبة الغناء ضئيلة قدرت ب 1%.

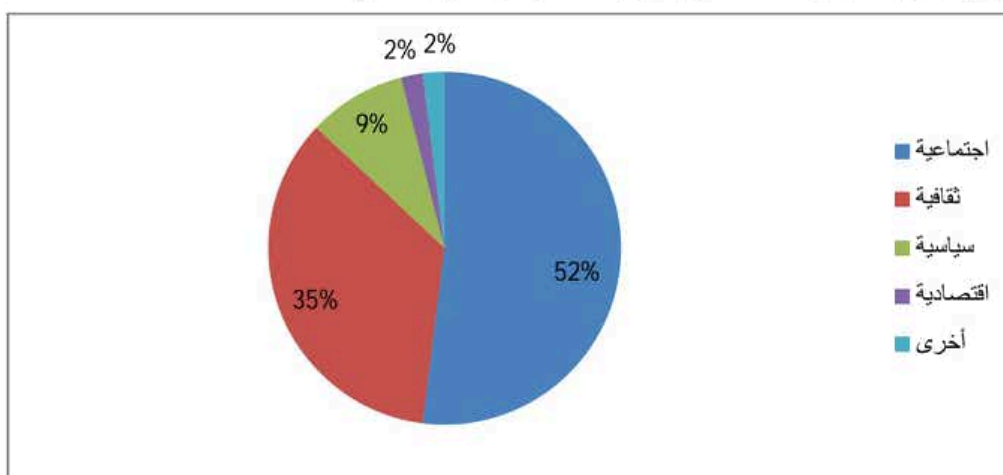
من خلال النسب السابقة نلاحظ أن البرنامج اعتمد على الموسيقى بكثرة، والهدف من وجهة نظرنا ربما لشد الانتباه إلى البرنامج.

المطلب الثاني: التحليل الكمي لفئات المضمون (ماذا قيل؟)

1- فئة المواضيع المعالجة:

النسبة	التكرار	المواضيع المعالجة
52%	23	اجتماعية
35%	15	ثقافية
02%	01	اقتصادية
09%	04	سياسية
02%	01	أخرى
100%	44	المجموع

جدول رقم (7) يوضح تكرارات فئة المواضيع المعالجة ونسبتها المئوية.



الشكل البياني رقم (05) يوضح فئة المواضيع المعالجة ونسبتها المئوية.

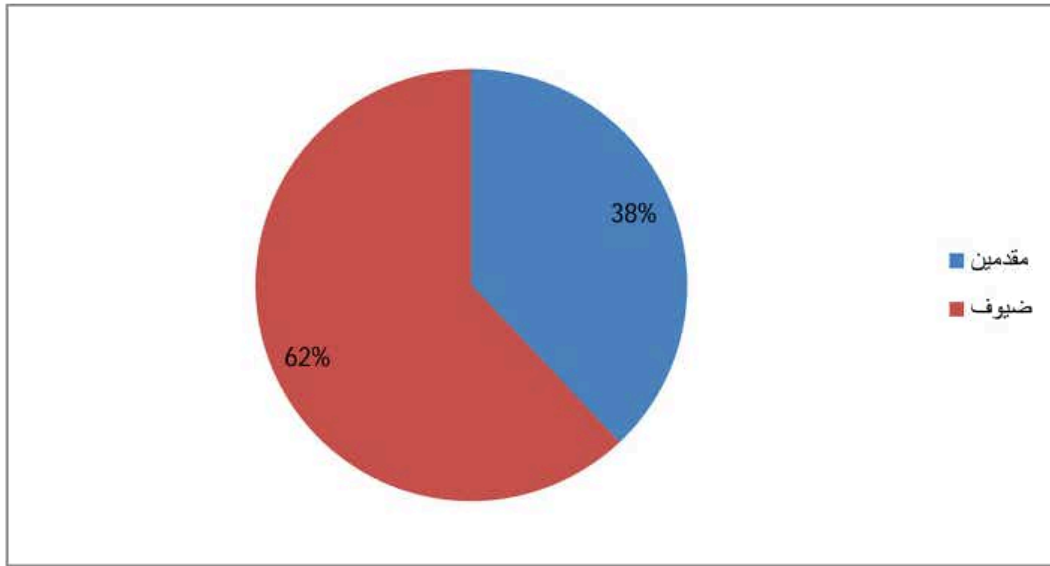
من خلال الجدول رقم (7) يتضح لنا أن المواضيع الأكثر معالجة هي المواضيع الاجتماعية بتكرار (23) بنسبة (52%)، تليها المواضيع الثقافية بتكرار (15) بنسبة (35%)، فيما تم تناول المواضيع السياسية بتكرار (04) بنسبة (9%)، أما المواضيع الاقتصادية ومواضيع أخرى كموضوع الجمال لدى المرأة فهي الأقل طرحا في البرنامج بنسبة 2%.

من خلال النسب السابقة نلاحظ أن المواضيع الاجتماعية والثقافية هي الأكثر طرحا في البرنامج، نظرا لطبيعة المتقدمين وهم مؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي وتعتبر هذه المواضيع هي التي تناسب هذه الفئة.

2- فئة الفاعلين في البرنامج :

فئة الفاعلين	التكرار	النسبة
مقدمين	24	%38
ضيوف	39	%62
المجموع	63	%100

جدول رقم (8) يوضح: تكرارات فئة الفاعلين ونسبتها المئوية



الشكل البياني رقم (06) يوضح: فئة الفاعلين ونسبتها المئوية.

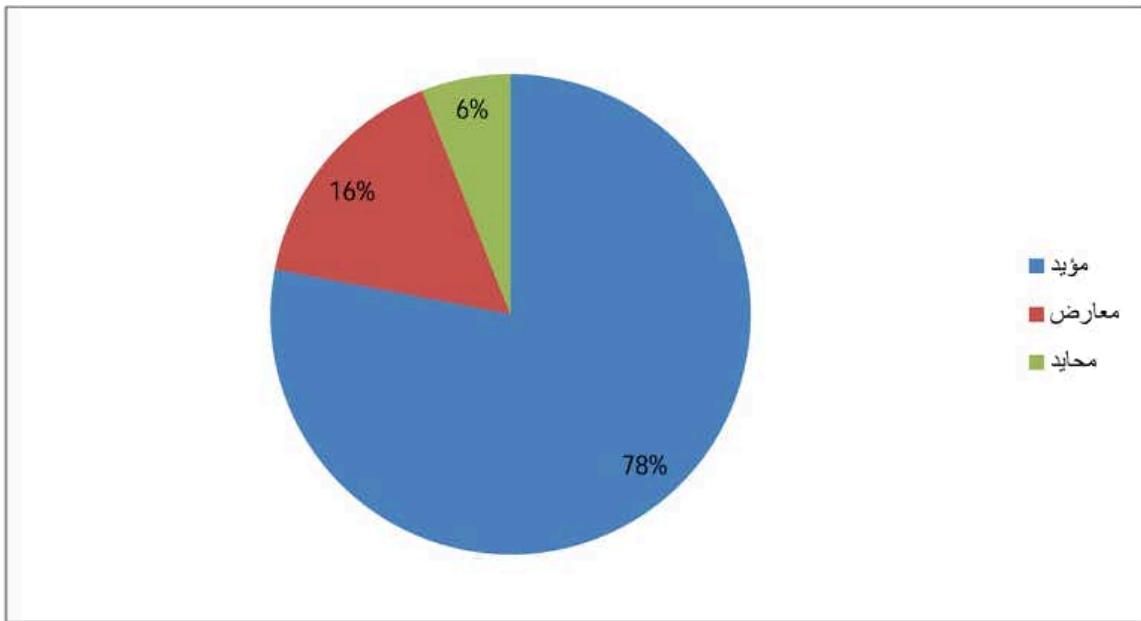
من خلال الجدول رقم (08) نلاحظ أن أكثر الفاعلين في حلقات البرنامج هم ضيوف بتكرار (39) بنسبة %62، وكملاحظة هناك بعض الضيوف الذي تكرر ظهورهم، أما فئة المقدمين البرنامج تكررت ب 24 بنسبة %38.

يتضح من خلال النسب السابقة أن الفاعلين الأكثر في البرنامج هم الضيوف ذلك لاستضافة أكثر من ضيف واحد في الحلقة الواحدة، مع أن مقدمات البرنامج كان حضورهم دائم، لأن طبيعة البرنامج تركز على الضيوف أكثر من الفاعلين منهم: نوال مكيد، مستشارة أسرية والأستاذ العربي أخصائي نفسي وغيرهم من الضيوف.

3- فئة الاتجاه نحو القضايا المطروحة في البرنامج :

الاتجاه	التكرار	النسبة
مؤيد	25	78%
محايد	02	06%
معارض	05	16%
المجموع	32	100%

جدول رقم (09) يوضح: فئة الاتجاه ونسبتها المئوية.



الشكل البياني رقم (07) يوضح : فئة الاتجاه ونسبتها المئوية.

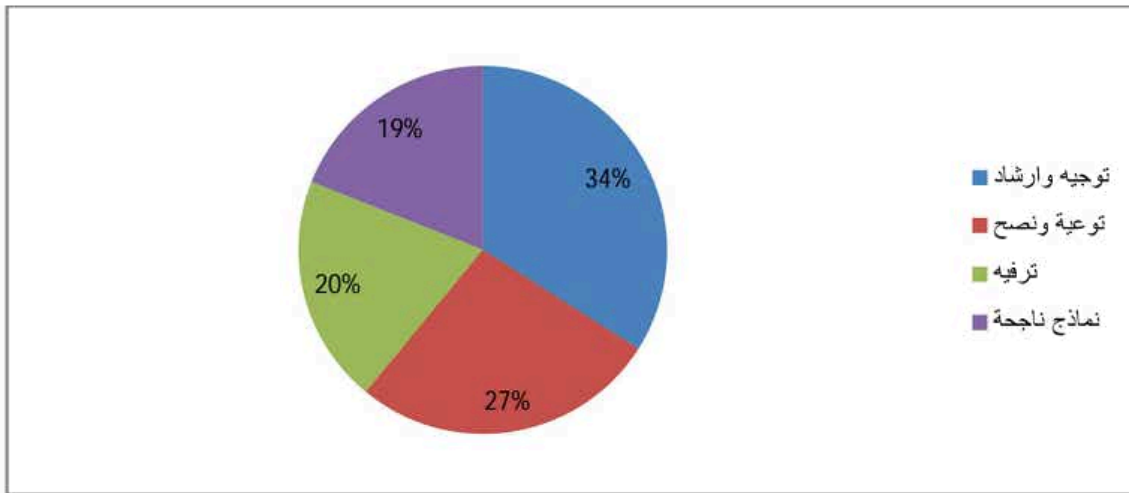
يتضح لنا من خلال الجدول رقم (09) الذي يمثل تكرارات فئة الاتجاه، الفاعلين نحو القضايا المطروحة في برنامج "جلسة ونسا" أن الاتجاه المؤيد كان بنسبة كبيرة قدرت بـ 78%، مقارنة بالاتجاه المعارض الذي بلغ 16%، فيما كانت نسبة الاتجاه المحايد ضئيلة 6%.

ومن قراءتنا للنسب السابقة لاحظنا أن اتجاه الفاعلين نحو القضايا كان مؤيد من خلال الدعوة إلى تغيير الصورة النمطية عن المرأة حيث عرض نماذج للنساء ناجحات وركز البرنامج بشكل كبير على إبراز المرأة المنتجة والطموحة والمتحدية.

4- فئة الأهداف :

الأهداف	التكرار	النسبة
توعية ونصح	19	27%
توجيه وإرشاد	24	34%
ترفيه	14	20%
نماذج ناجحة	13	19%
المجموع	70	100%

جدول رقم (10) يوضح: تكرارات فئة الأهداف ونسبتها المئوية.



الشكل البياني رقم (08) يوضح : فئة الأهداف ونسبتها المئوية.

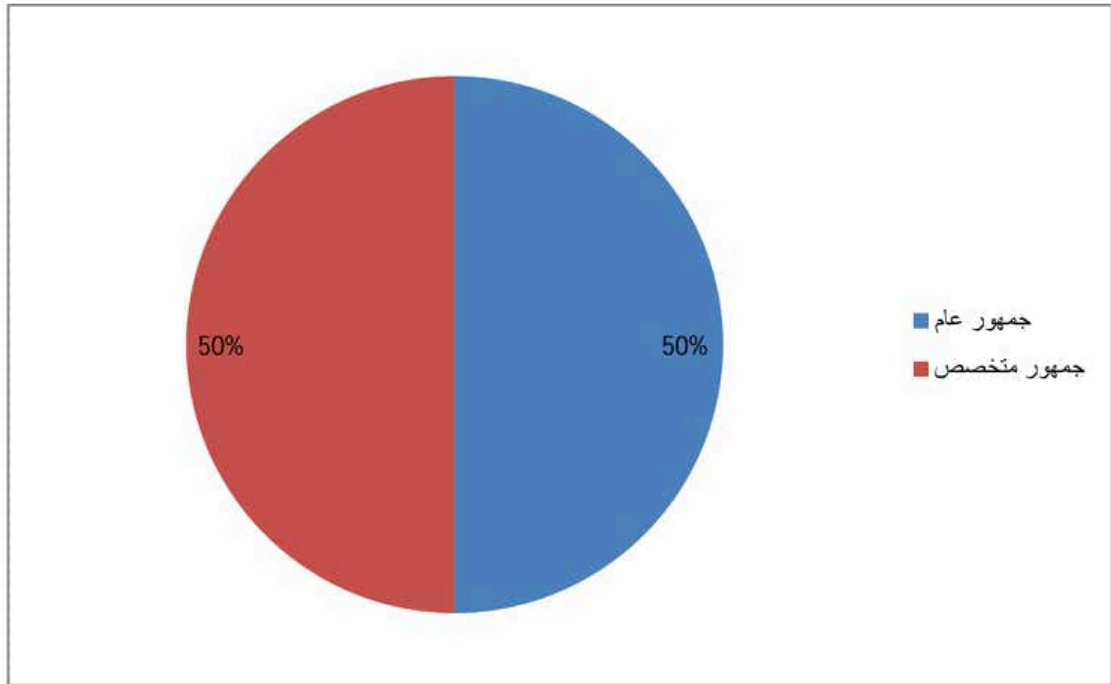
من خلال الجدول رقم (10) الذي يمثل فئة الأهداف التي سعى برنامج "جلسة ونسا" لتحقيقها نلاحظ أن الهدف الأكثر هو هدف توجيه وإرشاد بنسبة 34%، يأتي بعده هدف توعية ونصح بنسبة 27%، ثم يليه هدف الترفيه بنسبة 20%، وفي آخر الترتيب يأتي هدف نماذج ناجحة الذي بلغ 19%.

من ملاحظتنا للنسب السابقة يمكن القول أنه لكل رسالة أو مضمون إعلامي هدف يسعى وراء تحقيقه، وعليه برنامج جلسة ونسا قد سعى بشكل كبير إلى التوجيه والإرشاد والنصح والتوعية من خلال تقديم جملة من التعليمات والتوجيهات للمرأة وتوجيهها نحو الأفضل.

5- فئة الجمهور المستهدف:

الجمهور	التكرار	النسبة
عام	12	%50
متخصص	12	%50
المجموع	24	%100

جدول رقم (11) يوضح: تكرارات الجمهور المستهدف ونسبتها المئوية.



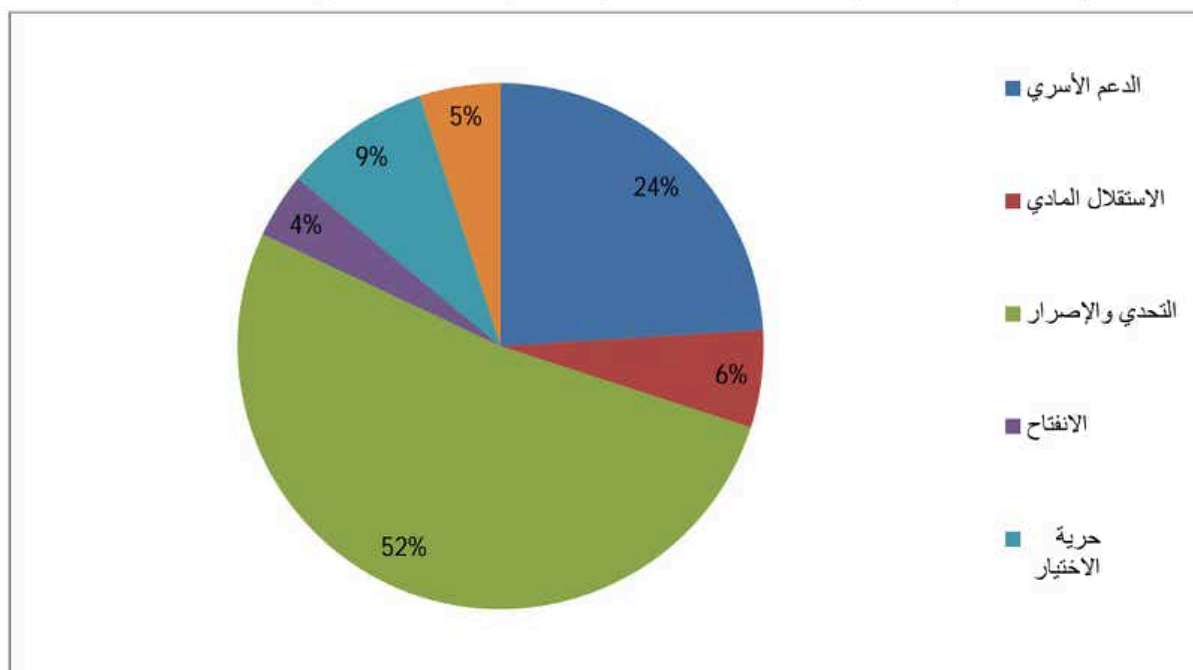
الشكل البياني رقم (09) يوضح: فئة الجمهور المستهدف ونسبتها المئوية.

من ملاحظتنا للجدول رقم (11) تبين لنا أن جمهور برنامج "جلسة ونسا" جاء متساويا بين العام والمتخصص بنسبة 50%، وذلك من خلال الحوارات والأفكار التي يطرحها وكذلك المواضيع الاجتماعية وأيضا المواضيع التي تهتم المرأة بشكل متخصص، فكانت في مجملها عبارة عن نصائح وتوجيهات للمرأة لتطوير قدراتها الذاتية وقتها بنفسها.

6- فئة القيم :

النسبة	التكرار	قيم ايجابية
24%	13	الدعم الأسري
06%	03	الاستقلال المادي
52%	28	التحدي والإصرار
04%	02	الانفتاح
09%	05	حرية الاختيار
05%	03	الصدقة
100%	54	المجموع

جدول رقم (12) يوضح: القيم الايجابية المتضمنة في البرنامج ونسبتها المئوية

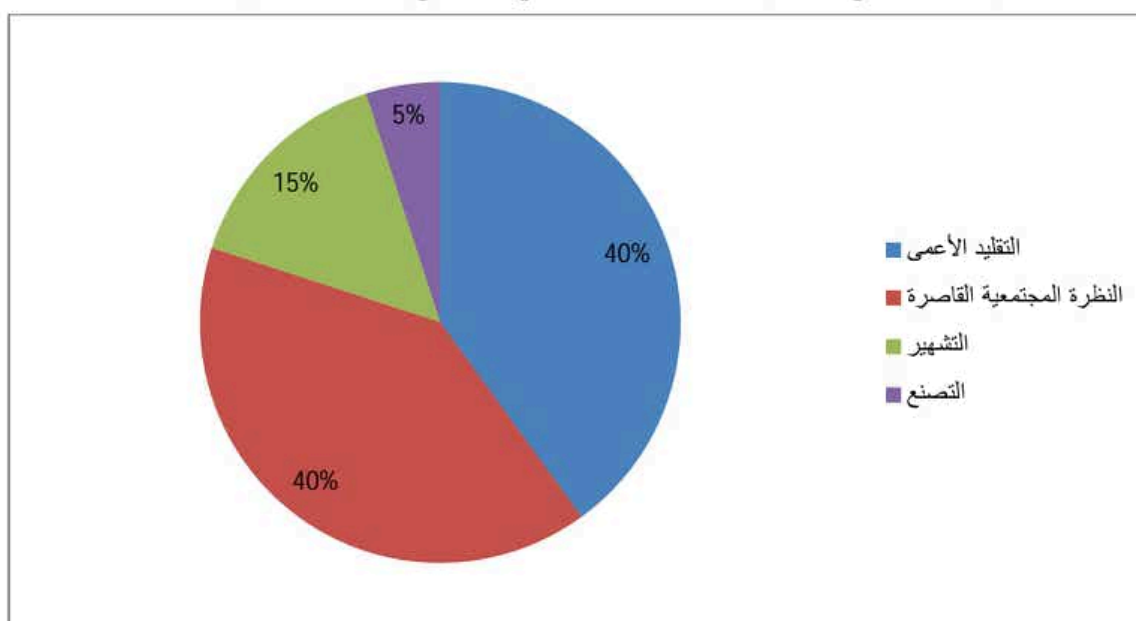


الشكل البياني رقم (10) يوضح: القيم الايجابية المتضمنة في البرنامج ونسبتها المئوية.

من خلال الجدول رقم (12) الذي يمثل القيم الإيجابية المتضمنة في برنامج "جلسة ونسا" نلاحظ أن قيمة التحدي والإصرار الأكثر تداولاً وذلك بنسبة 52%، تليها قيمة الدعم الأسري بنسبة 24%، ثم قيمة حرية الاختيار بنسبة 9%، أما قيمة الاستقلال المادي فقد قدرت النسبة بـ 6%، وفيما يخص قيمة الصدقة بلغت نسبتها 5%، وأخيراً قيمة الانفتاح بنسبة 4%.

قيم سلبية	التكرار	النسبة
التقليد الأعمى	08	%40
النظرة المجتمعية القاصرة	08	%40
التشهير	03	%15
التصنع	01	%05
المجموع	20	%100

جدول رقم (13) يوضح: القيم السلبية المتضمنة في البرنامج ونسبتها المئوية



الشكل البياني رقم (11) يوضح: القيم السلبية المتضمنة في البرنامج ونسبتها المئوية

أما بخصوص الجدول رقم (13) والذي يمثل القيم السلبية المتضمنة في برنامج "جلسة ونسا"، اتضح لنا أن قيمتي التقليد الأعمى والنظرة المجتمعية القاصرة بنسبة متساوية قدرت بـ 40%، تأتي بعدها قيمة التشهير بنسبة 15%، في آخر ترتيب قيمة التصنع بنسبة 5%.

المطلب الثالث التحليل الكيفي لفئات الشكل (ماذا قيل؟):

1- فئة المدة الزمنية المخصصة لأركان البرنامج:

من خلال قراءتنا لنتائج الجدول (03) تبين لنا أن ركن الضيف الخاص خصص له المساحة الزمنية الأطول في البرنامج مقارنة مع باقي الأركان أو الأجزاء. حيث يتم فيه استضافة ضيف خاص (مختصين- شخصيات-... الخ) ممن لهم علاقة مباشرة مع المواضيع المطروحة.

أما ركن الموضوع الرئيسي حاز على نسبة 25% من الزمن الكلي للبرنامج يستضيف من خلاله مختصين في عدة مجالات لمناقشة الموضوع وإبراز وجهات النظر المختلفة عن طريق طرح أسئلة من طرف مقدمات البرنامج.

يليه ركن تحدي بنسبة و هو فقرة للتسلية والترفيه، فيما يخص ركن طفولة وأمومة الموجه للمرأة والطفل يتم فيه تقديم نصائح للأم وكيفية تعاملها مع أطفالها من حيث الأكل، الألعاب، ... الخ.

وأخيرا ركن Life Style (أسلوب حياة) يستضيف فيه نساء أخصائيات في الجمال والموضة، الرياضة وكل ما يخص المرأة، ونلاحظ من خلال هذه النتائج أن كل الأركان ثابتة ودائمة في البرنامج.

2- فئة اللغة المستخدمة:

من خلال الجدول (04) نلاحظ أن برنامج "جلسة ونسا" غلب عليه استخدام اللغة العامية في طرح ومعالجة المواضيع من خلال الفئة المدروسة حيث كانت هي لغة الحوار الجماعي بين مقدمات البرنامج والضيف، وأيضا استخدمت في الريبورتاج والبور تريه، والهدف من استخدام اللغة العامية هو تبسيط المضمون للوصول إلى أكبر شريحة من المجتمع الجزائري على اختلاف فئاتهم العمرية ومستوياتهم التعليمية.

واستخدام اللغة الأجنبية من طرف بعض الضيوف الذين يوظفون المصطلحات الأجنبية في سياق الكلام واللغة الفصحى، حيث استخدمتها مقدمة البرنامج "سارة رجيل" في بعض الأحيان باعتبارها أستاذة أدب عربي وفي أقل نسبة كان مزيج بين اللغات .

إن التنوع في اللغة المستخدمة في العينة المدروسة راجع إلى السمات العامة للفاعلين في البرنامج الذين هم أناس بمستويات ثقافية مختلفة وتوجه القناة التي تسعى إلى الترويج لهذا النوع من الأساليب اللغوية في الطرح.

3- فئة القوالب الإعلامية المستخدمة:

من خلال ملاحظتنا لنتائج الجدول (05) الذي يحدد القوالب الإعلامية المستخدمة في البرنامج، نجد أن البرنامج استخدم أسلوب "المقابلة" والحوار بشكل كبير فالبرنامج اعتمد على الحضور الشخصي للضيف في الأستوديو في أركانه المختلفة لمناقشة القضايا المطروحة مع مقدمات البرنامج بصفة مباشرة ما جعل البرنامج بطابع حوارى محض.

كما استخدم "الريپورتاج" في عرض تفاصيل حول موضوع معين، حيث يساهم الريپورتاج على تدعيم المحتوى وإضفاء العمق في معالجة المواضيع.

وجاء استخدام "البور تيره" بنسبة خاصة في ركن الضيف الخاص بهدف التعريف بالضيف (فنان أو شخصية معينة) وسرد بعض المحطات المهمة في حياته لإعطاء المشاهد صورة عنه.

فيما تولى البرنامج عن الأشكال الإعلامية الأخرى كالأخبار والتعليق وهذا ما يفسر أن برنامج "جلسة ونسا" برنامج حوارى يعتمد على المعالجات التحليلية والتفسيرية.

4- فئة الإخراج الفني:

الديكور: هو عبارة عن ديكور لصالون منزلي تتوسطه جلسة مستديرة بطابع عصري، حيث نجد أنه استخدم أرائك عصرية كبيرة الحجم وأخرى صغيرة بالونين الأبيض المائل للأصفر واللون الرمادي والخلفية عبارة عن جدارية مزخرفة يغلب عليها عدة ألوان منها الأبيض، الرمادي، البني والبنفسجي، والأرضية كانت باللون البني والأثاث بألوان مختلفة البني والأبيض يمكن القول أنها مناسبة بعض الشيء.

الإضاءة: كانت مناسبة ومتناسقة مع الألوان المعتمدة في الديكور، إلا أنها لم تتناسب مع لباس مقدمات البرنامج في معظم الأحيان.

لاحظنا أن الديكور والإضاءة أشياء ثابتة ودائمة في البرنامج.

اللباس: لباس مقدمات البرنامج لم يكن رسميا، حيث اعتمدوا على ملابسهم العادية اليومية، كذلك الحال بالنسبة لضيوف البرنامج الذين يرتدون ملابسهم العادية.

أما فيما يخص طبيعة اللباس فقد كان مختلفا من مقدمة لأخرى حسب الخلفية الثقافية لكل واحدة منهم، فالمقدمة "سارة رجيل" و"أميرة ريا" متحجبات يمتزن بالأناقة في اختيار ملابسهن، ولباس الحجاب يعكس صورة الغالبية من الجزائريات.

أما المقدمة "سمية سماش" رغم أنها ليست محجبة إلا أن لباسها لم يكن فاضح ويتقبلها الجميع، غير أن أزيائهن افتقدت للأناقة وباللون لم تتناسب مع الديكور في معظم الأحيان.

5- فئة المؤثرات الصوتية المستخدمة في البرنامج:

من خلال الجدول (06) نلاحظ أن برنامج "جلسة ونسا" استخدم الموسيقى بكثرة، حيث تم توظيفها في بداية ونهاية البرنامج والفواصل التقديمية في كل ركن، وأيضا رافقت الموسيقى دخول مقدمات البرنامج والضيوف إلى الاستديو، واستخدم مزيج بين الحوار والموسيقى، تم الاعتماد على موسيقى هادئة نوعا ما أثناء مناقشة وطرح المواضيع بين المقدمات والضيوف.

ويليه في آخر ترتيب غناء بنسبة ضئيلة تم استخدامها من قبل ضيف وهو فنان أدى أغنية عن فلسطين، الموسيقى المستخدمة كانت غير موفقة، تهدف ربما لشد الانتباه إلى البرنامج غير أنها لا تتناسب مع برنامج اجتماعي.

المطلب الرابع: التحليل الكيفي لفئات المضمون (كيف قيل؟):

1- فئة المواضيع المعالجة:

نلاحظ من خلال الجدول (7) أن أكثر المواضيع طرحا في البرنامج هي المواضيع الاجتماعية، حيث اشتملت على لقاءات مع ضيوف في مجالات مختلفة نظرا لطبيعة مقدمي البرنامج (مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي) حيث تعتبر هذه المواضيع مناسبة لهذه الفئة، باعتبار البرامج الاجتماعية تركز على القضايا والمشكلات الاجتماعية والحياة التي تشغل بال المرأة من ملابس ومستلزمات تجميل ومشكلات أسرية وغيرها، بالإضافة إلى مواضيع كالطلاق عند المشاهير خاصة منهم النساء وتحديدهم للنظرة المجتمعية القاصرة وما إلى ذلك. تم تناول المواضيع الثقافية في البرنامج، حيث اعتمد على مقابلات مع فنانات في مجال التمثيل، وتم التطرق إلى إنجازاتهن ونجاحاتهن لخلق نماذج ناجحة.

وكانت المواضيع الاقتصادية والمواضيع الأخرى الأقل ظهورا، كما حرص البرنامج على إبراز دور المرأة المنتجة في المجتمع فلم يعد دورها يقتصر على كونها ربة بيت بل أظهرها كشريك اقتصادي من خلال لقاءات مع نساء نجحن في إنجاز مشاريع وأكدت على الاستقلال المادي لها.

أما المواضيع السياسية تطرق البرنامج للقضية الفلسطينية وتم استضافة رجل إعلامي سياسي، "سمير شعبانة" في موضوع الجالية الجزائرية في الخارج، في حين غابت في البرنامج المواضيع الدينية في العينة المدروسة.

2- فئة الفاعلين في البرنامج:

بعد قراءتنا للجدول (8) والذي يمثل تكرارات الشخصيات الفاعلة في البرنامج اتضح لنا أن الفئة الأكثر فاعلية في البرنامج هم الضيوف الذين تم استضافتهم لإثراء النقاش في مختلف المواضيع، حيث لاحظنا أن البرنامج لم يعتمد على ضيوف دائمين بل يتم استدعائهم على حسب الموضوع المراد معالجته، ويتم استضافة أكثر من ضيف واحد في الحلقة، منهم ضيوف تكرر ظهورهم في أكثر من حلقة، وقد لاحظنا أن أغلبية الضيوف قد قدموا معلومات مفيدة وعالجوا المواضيع بطريقة جيدة.

أما فيما يخص الفئة الثانية وهي مقدمات البرنامج كان حضورهم دائم، حيث أن طبيعة البرنامج يعتمد البرنامج تعتمد على أسلوب الحوار الجماعي، وهن يساهمن في إدارة النقاش والحوار مع إبداء آرائهن الشخصية في القضايا المطروحة، كما يعرضن من خلال البرنامج مواقف من تجاربهن و جانب من حياتهن الشخصية و قد اعتمد البرنامج على ثلاث مؤثرات يمتلكن خلفيات ثقافية مختلفة، ومن ملاحظتنا لأعداد من البرنامج رأينا أن

غياب المرجعية الفكرية لدى البعض منهن أثر بشكل سلبي واضح على الحوار وجعل مشاركتهن سطحية وغير فعالة وغير مهنية، كما نلاحظ أن غياب ملكة التقديم عند البعض منهن كان واضح من خلال الأسئلة الطويلة وغير مفهومة للضيوف في معظم الأحيان وغياب الموضوعية في أحيان أخرى، هذه المعطيات حالي دون تقديم الإضافة اللازمة في مثل هذه البرامج التي تتطلب امتلاك الإعلامي لأسلوب ومهارات تمكنه من التحكم في توجيه النقاش وإدارته وإثرائه.

3- فئة الاتجاه:

من خلال نتائج الجدول (9) يتضح لنا أن اتجاه الفاعلين في البرنامج نحو المواضيع المطروحة كان اتجاه مؤيد وظهر بشكل كبير في موضوع "الصدقة الحقيقية"، وموضوع "الوقوف بعد السقوط مبدأ الناجحين"، حيث رأينا الاتجاه الداعم للتحدي والإصرار حيث عرض البرنامج نماذج تحدوا الإعاقة واستطاعوا إثبات أنفسهم. كما كان الاتجاه المؤيد واضحاً من خلال الدعوة إلى تغيير النظرة المجتمعية القاصرة، تجلى ذلك في موضوع "الطلاق عند المشاهير" خاصة منهم النساء.

كما ركز البرنامج بشكل كبير على إبراز المرأة المنتجة، الناجحة، المتحدية، وقدم نماذج لنساء دخلن مجال الأعمال بمشاريع مصغرة ونجحن في ذلك.

الاتجاه المعارض ظهر بصورة قليلة من خلال عرض ظاهرة التنمر وسلوكيات المجتمع نحو أصحاب الهمم، أيضاً تم التطرق لقضية التحرش بفترة زمنية ضئيلة جداً لا تتناسب وطبيعة وحساسية الموضوع.

الاتجاه المحايد ظهر من خلال استضافة البرنامج لضيوف تحدثوا عن أعمالهم ومشاريعهم المستقبلية دون الخوض في التفاصيل منها السلبية أو الإيجابية.

4- فئة الأهداف:

من ملاحظتنا لنتائج الجدول رقم (9) نجد أن الهدف البارز هو التوجيه والإرشاد، حيث الفاعلون في البرنامج الجمهور إلى السعي وراء تحقيق طموحاتهم وإثبات أنفسهم، وأيضاً تحدي الظروف وذلك من خلال خطاب تحفيزي أكدت عليه مقدمات البرنامج، أما فيما يخص التوعية والنصح من خلال توعية المرأة بدورها الفعال و الحساس في التنشئة الاجتماعية السلمية للأجيال كما أكد البرنامج على التوعية بأهمية التعليم والتكوين باعتباره الخطوة الأولى للنجاح.

أما عن هدف الترفيه فقد حاز على حيز معتبر، حيث سعى البرنامج إلى التنوع في المضامين من خلال توفير مساحة للترفيه عن النفس بالحديث عن الفن والفنانين خاصة منهم المنخرطين في مجال التمثيل.

وهدف آخر وهو نماذج ناجحة تجلى ذلك من خلال إظهار نماذج نساء ناجحات في مجالات عديدة مما يجعلهن قدوة للغير مثل حلقة "المرأة الناجحة" تم استضافة سيدة "زهرة حميدي"، تعمل على ما يسمى "بالبود كاست" وسيدة الأعمال "مريم قادري".

5- فئة الجمهور المستهدف:

من قراءتنا للجدول رقم (10) لاحظنا أن برنامج "جلسة ونسا" موجه بشكل متساوي بين الجمهور العام والمتخصص، وذلك من خلال الحوارات والأفكار التي يطرحها وكذلك المواضيع الاجتماعية التي تم مناقشتها بين مقدمات البرنامج والضيوف في حوار لإبراز وجهات النظر.

أما المواضيع التي تستهدف الجمهور المتخصص مثل ركن "طفولة وأمومة" فهو موجه للطفل والأم، فكانت في مجملها عبارة عن نصائح وتوجيهات كذلك يستهدف بشكل خاص المرأة وضرورة تجليها بقيم التحدي والإصرار إلى أهدافها وهذا ما لمسناه من خلال النماذج المستضافة.

والأسرة كان لها نصيب من البرنامج وذلك من خلال إظهار أهمية الدعم الأسري ودعوة البرنامج إلى ضرورة تقوية العلاقات الأسرية.

وكانت الفئة الأقل ظهوراً في البرنامج "الرجال" بسبب طبيعة البرنامج.

6- فئة القيم:

من خلال تحليلنا لفئة القيم المتضمن عليها برنامج "جلسة ونسا" وجدنا أن البرنامج قد دعا إلى مجموعة من القيم الإيجابية، كالتحدي والإصرار للوصول إلى تغيير الفكر وكذلك الاستقلال المادي خاصة للمرأة، ويكمن ذلك في تحقيق ذاتها والنجاح في عملها لإثبات نفسها في المجتمع.

وأيضاً هناك قيمة الدعم الأسري ودعوة البرنامج إلى تقوية العلاقات الأسرية خاصة دعم الأم لأبنائها، وإظهار صورة المرأة ذات العطاء الدائم والتي تقدر الحياة الأسرية وتؤمن بأن العلاقة بين الرجل والمرأة علاقة تكاملية و مساندة وتشجيع.

أما فيما يخص القيم السلبية، فقد تضمن البرنامج مجموعة من القيم التي يجب التخلي عنها كالنظرة المجتمعية القاصرة التي تعاني منه بعض الفئات في مجتمعنا.

أيضاً هناك قيمة التقليدي الأعلى أي تقليد المؤثرين على مواقع التواصل الاجتماعي في اللباس والتفكير والسلوك ونمط العيش دون مراعاة الخصوصية الفردية.

نتائج الدراسة :

أولاً: نتائج الدراسة في إطار التساؤلات الفرعية:

1/- اللغة المستخدمة في برنامج "جلسة ونسا":

اعتمد البرنامج في العرض على اللغة العامية بنسبة كبيرة لسهولة فهمها وللوصول إلى جمهور متنوع بكافة مستوياته التعليمية، وهذا ما يجسد سياسة القناة في معظم البرامج الاجتماعية التي تعرضها وهناك مزيج بين الفصحى والعامية لدى بعض مقدمي البرامج، ذلك يبين قدرتهم ومحاولتهم لتقديم البرنامج بطريقة إعلامية بعض الشيء.

2/- طبيعة المواضيع المعالجة في برنامج "جلسة ونسا":

المواضيع المعالجة في البرنامج أكثرها اجتماعية وثقافية فنية، ويتم مناقشة أكثر من موضوع واحد في الحلقة الواحدة.

معالجة المواضيع في البرنامج جاءت بصفة سطحية لا تعدوا عن كونها انطباعات وآراء شخصية للفاعلين خاصة مقدمات البرنامج لغياب المرجعية الثقافية والفكرية التي يمكن أن تثري الحوار ويقدم الإضافة للبرنامج لضعف المهارات الإعلامية.

3/- القوالب الصحفية المعتمدة في برنامج "جلسة ونسا":

القالب الفني الغالب في البرامج هو المقابلة والحوار نظراً لطبيعة المواضيع المعالجة التي تعتمد على التحليل والتفسير والحوار وتحتاج لضيوف لتمثل هذه القوالب.

4/- الفاعلين في البرنامج:

المقدمين في برنامج "جلسة ونسا"، هم مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي وذلك من أجل جذب الجمهور ورفع نسبة المشاهدة باعتباره وجه إعلامي جديد له متابعين كثر على مواقع التواصل الاجتماعي من جميع فئات المجتمع، ودوره في البرنامج إدارته وتنشيطه فقط، وبالنسبة للفاعلين آخرين فهم الضيوف لمناقشة المواضيع المطروحة.

5/- أهداف البرنامج: يهدف البرنامج بشكل كبير إلى توعية المرأة بضرورة السعي وراء تحقيق أهدافها وطموحها والالتزام بقيم التحدي والإصرار والتميز من خلال عرض النماذج الناجحة والمؤثرة.

6/- القيم التي يروجها برنامج "جلسة ونسا": البرنامج موجه للجمهور العام ويسعى إلى توعية المجتمع بأدوار المرأة الإنتاجية وقدرتها على الاندماج في مجالات عدة تشكل تحدي للمرأة، ودعا المرأة إلى تنمية ذاتها والتخلي بالإيجابية والتفائل والقوة، ما يكسيها صورة مرضية عن نفسها وبالتالي تغيير صورة المجتمع نحوها.

من النتائج الأخرى التي استنتجتها:

- 1/- المعايير التي تتبعها المؤسسات الإعلامية ودوافعها لاختيار مقدم البرامج التلفزيونية، هم مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي واستخدامها للجنس الأنثوي باعتبارهم الأكثر قدرة على جذب المشاهدين وتحقيق أهداف ربحية دون المراعاة للقواعد الأساسية للعمل الإعلامي.
- 2/- من الملاحظات التي لمسناها في برنامج "جلسة ونسا" ضعف في اختيار الموسيقى المناسبة.
- 3/- ديكور عصرية وألوان مناسبة لحد ما.
- 4/- مقاطعة الضيوف أثناء الحوار، وطرح أسئلة غير منهجية و بعيدة كل البعد عن الموضوع الذي يتحدث فيه الضيف.
- 5/- كثرة المقدمات أثر سلبا على إدارة الحوار، وخلق عدم الانسجام فتراهم يحاولون فيما بينهم للاستحواذ على إدارة النقاش أو طرح الأسئلة.

ثانيا: نتائج الدراسة في إطار الدراسات السابقة:

- بعد إجراء مقارنة بين النتائج التي توصلنا إليها من خلال دراستنا والدراسات السابقة التي اعتمدنا عليها يمكن القول أن هناك بعض النتائج المتوافقة مع دراستنا وأخرى تختلف.
- اتفقت دراستنا مع دراسة "لطرش سعدية" و"منصوري نجوى" في موضوع البرامج الاجتماعية عبر القنوات الجزائرية الخاصة، وتوافقت في الدراسة التحليلية لبرنامج جلسة ونسا حيث وجدنا أنهم استخدموا نفس فئات دراستنا، ألا وهي فئة اللغة المستخدمة والمواضيع المعالجة في البرنامج.
 - توافقت دراستنا أيضا مع نتائج دراسة "براهيمي زكاة" في موضوع توظيف مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في البرامج التلفزيونية، وفي الدراسة التحليلية والمقارنة بين برنامج سوق النساء و جلسة ونسا وهو نفس برنامج دراستنا .
 - توافقت دراستنا مع الدراسة الرابعة في اختيار المواضيع الاجتماعية عبر الفضائيات الخاصة.
 - أما بالنسبة لنتائج دراسة "عقراء علوطي" تختلف في كونها دراسة ميدانية .

الخاتمة

من خلال دراستنا لموضوع توظيف مشاهير الميديا الاجتماعية في محتوى البرامج الاجتماعية عبر الفضائيات الخاصة، يمكن القول انه يشكل تطورا ملحوظا في صناعة الإعلام و الترفيه ، فمن خلال استخدام شخصيات معروفة على مواقع التواصل الاجتماعي يمكن للقنوات الخاصة جذب جمهور أوسع و تحقيق مستويات مشاهدة مرتفعة ، و مع ذلك يجب أن التوظيف بحكمة مع مراعاة جودة المحتوى و مصداقية الشخصية المشهورة، و يمكن لتلك الشراكات أن تعزز من تفاعل الجمهور و تعزز من قوة العلامة التجارية للقناة التلفزيونية مما يجعلها إستراتيجية مثمرة للجميع.

ويمكن القول أيضا أن برنامج "جلسة و نسا" من بين البرامج الاجتماعية التي تعتمد على مشاهير الميديا الاجتماعية أو ما يطلق عليهم بمصطلح "المؤثرين" في التقديم التلفزيوني فقط لكسب أكبر عدد من الجمهور و رفع نسب المشاهدة لا غير .

قائمة المراجع

- 1- إبراهيم بعزیز، تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيرها الاجتماعية و الثقافية، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2012.
- 2- أحمد بن مرسلی، تحليل المحتوى للباحثين و الطلبة الجامعيين (الإصدار ط1) طاكسيج كوم.
- 3- _____، مناهج البحث العلمي في العلوم والإعلام والاتصال، ط4، ديوان المطبوعات الجامعية.
- 4- أماني قنديل، تصميم البرامج الاجتماعية، وقياس مؤشراتهما في دول مجلس التعاون الخليجي، ط1، المنامة، مملكة البحرين، 2017.
- 5- البرنامج الاجتماعي، الجزء الأول، المطبعة الأميرية بالقاهرة 1954، وزارة الشؤون الاجتماعية للنشر، 2021.
- 6- رشدي طعيمة، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية، دار الفكر للنشر، القاهرة .
- 7- عبد الله فتحي الظاهر، علي أحمد خضر المعماري، أثر القنوات الفضائيات في القيم الاجتماعية والسياسية، ط1، دار غيداء للنشر والتوزيع، 2014.
- 8- عبد الرحمان سيد سليمان، مناهج البحث، دار عالم الكتب، دب، دط، 2014.
- 9- سعد سليمان المشهداني، مناهج البحث الإعلامي، الناشر دار الكتاب الجامعي، الإمارات العربية المتحدة، ط1، 2017.
- 10- سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، أسس والمبادئ، علم المكتبات، القاهرة
- 11- سهيل رزق دياب، مناهج البحث العلمي، غزة، فلسطين، مارس 2003.
- 12- سهير فارس السوداني، البرنامج التلفزيوني وقيم الأطفال، دار كنوز المعرفة، عمان، ط1، 2009.
- 13- صافي يوسف، الكفاءات التدريسية في ضوء الموديلات التعليمية مكتبة الأنجلو مصرية، 6 أغسطس 2008.
- 14- طه عبد العاطي النجم، مناهج البحث الإعلامي، دار الكلمة الإسكندرية، ط1، 2014.
- 15- محمد الفاتح حمدي وآخرون، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال وطريقة إعداد البحوث، دار الحامد للنشر والتوزيع، ط1، 2019.
- 16- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، دار النشر عالم الكتب القاهرة. ط1، 2000.
- 17- محمد الغريب عبد الكريم، البحث العلمي (تصميم والمنهج و الإجراءات) المكتبة الجامعية الحديثة الإسكندرية، ط1، دس.

- 18- المنصف العياري، محمد عبد الكافي، القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة سلسلة بحوث ودراسات إذاعية، تونس 2006.
- 19- مروان عبد المجيد إبراهيم، أسس البحث العلمي لإعداد الرسائل الجامعية مؤسسة الوراق، عمان، ط1، 2002.
- 20- موريس أنجرس (تر)، بوزيد صحراوي وآخرون، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، تدريبات علمية، دار القصة للنشر، الجزائر، 2006.

ثانيا: الرسائل والمذكرات العلمية

- 1- أمال حميدو، استخدام التكنولوجيا الرقمية في تطوير الأداء التلفزيوني في القناة الثالثة "نموذجا"، مذكرة لنيل شهادة ماستر أكاديمي، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية تخصص سمعي بصري، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2020-2021.
- 2- أيدير شيباني، رأي الصحفيين الجزائريين في تغطية القنوات الفضائية الخاصة لرئاسيات 17 أفريل 2014، دراسة مسحية لأراء الصحفيين العاملين بالقنوات الجزائرية الخاصة، رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، تخصص دراسات قانونية وإعلامية لكلية العلوم والاتصال قسم الإعلام، جامعة الجزائر 3، 2015-2016.
- 3- براهيم زكاة، مهارات التقديم التلفزيوني لدى مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي في البرامج التلفزيوني، دراسة تحليلية مقارنة بين المؤثرة أميرة ريا و مونيا بن فغول في برامج سوق النساء و المؤثرة سارة رجيل في برنامج جلسة ونسا، مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام و الاتصال سمعي بصري، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، 2020-2021.
- 4- بلخييري رانيا، دور المؤثرين على موقع الانستغرام في الترويج للعلامات التجارية التجميلية، دراسة تحليلية لعينة من فيديوهات المؤثرة ليليا بوعزيز مذكرة لنيل شهادة الماستر تخصص سمعي بصري، كلية علوم الإعلام و الاتصال و السمعي البصري، جامعة صالح بوبندير قسنطينة 3، 2021-2022.
- 5- لطرش سعدية منصورى نجوى، البرامج الاجتماعية النسائية على القنوات الجزائرية الخاصة تحليل مضمون برنامج جلسة ونسا على قناة الشروق TV نموذجا، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر، قسم علوم الإعلام و الاتصال، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة محمد بوضياف_المسيلة_ 2021-2022.

القوانين والمراسيم:

- 1- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ، قانون 15-12، المتعلق بالقانون العضوي للإعلام الصادر في 12 جانفي 2012، العدد 16، بتاريخ 21 فبراير 2012.
- 2- الجريدة الرسمية للجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية ، قانون 14-04 المتعلق بنشاط السمي البصري المؤرخ في 24 فبراير 2014، العدد 16 مارس 2014.

المقالات:

- 1- بلحاجي وهيبه، تحرير النشاط السمي البصري في الجزائر بعد 2014: بين الحق في الإعلام وضبط نشاط السمي البصري ، مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية، 9(1)، 112-125
- 2- سعيد مراح و محمد قارش، الفضائيات الجزائرية الخاصة بين الواقع والتحديات ، مقال علمي منشور على مجلة الحقيقة، العدد 39، 2017.
- 3- نبيلة جعفري، مؤثري مواقع التواصل الاجتماعي: الفاعلون الجدد في قيادة الرأي العام، قراءة حول التغير في المفاهيم والأدوار ، مجلة رقمته للدراسات الإعلامية الاتصالية، 2022/06/25، المجلد 2، العدد 1

المراجع الإلكترونية:

- 1- معهد "أم أم أر" ، المتخصص في قياس توجهات جمهور وسائل الإعلام الجزائر echouroukonline.com، تاريخ النشر 2017/06/20 ، تاريخ الدخول إلى الموقع 2024/02/23، على الساعة 15:30.
- 2- الشرق الأوسط، صحيفة العرب الأولى aawasat.com ، نشر 00:36 بتاريخ 24 أفريل 2023، 21 رمضان 1443، تاريخ الدخول إلى الموقع 23 فيفري 2024 على الساعة 16:30.
- 3- ويكيبيديا : مشاهير،

<https://ar.wikipedia.org/wiki/%D9%85%D8%B4%D8%A7%D9%87%D9%8A%D8%B1>

تم زيارة الموقع يوم 10 مارس 2024 على الساعة 15:30

- 4- www.youtube.com/farahyasmin، تم زيارة الموقع بتاريخ 22 أفريل على الساعة 11:45.
- 5- www.youtube.com@benrtvofficiel، تم زيارة الموقع بتاريخ 07 ماي 2024 على الساعة 20:30.
- www.youtube.com/@onetvofficial، تم زيارة الموقع بتاريخ 2 ماي 2024 على الساعة 13:30.

قائمة الملاحق

بيانات استمارة تحليل المضمون:

● بيانات خاصة بفئة الشكل:

1/- فئة المدة الزمنية المخصصة لأركان البرنامج "جلسة ونسا"

الموضوع الرئيسي. Life style (أسلوب حياة)

طفولة وأمومة. ركن ضيف خاص .

فقرة التحدي .

2/- فئة اللغة المستخدمة في البرنامج:

العامية. فصحي. أجنبية. مزيج.

3/- فئة القوالب المستخدمة في البرنامج:

المقابلة. التقرير. الريبورتاج. البورتريه

4/- فئة الإخراج الفني:

الديكور. الإضاءة. اللباس.

5/- فئة المؤثرات الصوتية المستخدمة في البرنامج:

موسيقى. غناء. وصلة حرة. مزيج بين الحوار والموسيقى.

● بيانات خاصة بفئة المضمون:

1/- فئة المواضيع المعالجة في البرنامج:

اجتماعية. ثقافية. اقتصادية. سياسية. أخرى.

2/- فئة الفاعلين في البرنامج:

مقدمين. ضيوف.

3/- فئة الاتجاه:

مؤيد. محايد. معارض.

4/- فئة الأهداف من البرنامج:

توعية ونصح. توجيه وإرشاد. ترفيه. نماذج ناجحة.

5/- فئة الجمهور المستهدف:

عام. متخصص الأسرة

6/_ فئة القيم المتضمنة في البرنامج:

• قيم إيجابية:

الدعم الأسري. الاستقلال المادي. حرية الاختيار
القيم الذاتية (التحدي والإصرار). الانفتاح. الصداقة.

• قيم سلبية:

التقليد الأعمى. النظرة المجتمعية القاصرة. التشهير. التصنع.

فهرس الجداول:

فهرس الجداول	
13	الجدول رقم(1): يوضح مفردات العينة المختارة للدراسة
15	الجدول رقم(2): يمثل معلومات عامة حول البرنامج
32	الجدول رقم(3): يوضح المدة الزمنية لأركان البرنامج و نسبتها المئوية
33	الجدول رقم(4): يوضح تكرارات اللغة المستخدمة و نسبتها المئوية
34	الجدول رقم(5): يوضح تكرارات فئة القوالب الإعلامية و نسبتها المئوية
35	الجدول رقم(6): يوضح تكرارات فئة المؤثرات الصوتية و نسبتها المئوية
36	الجدول رقم(7): يوضح تكرارا فئة المواضيع المعالجة و نسبتها المئوية
37	جدول رقم (8) يوضح: تكرارات فئة الفاعلين و نسبتها المئوية
38	الجدول رقم(9): يوضح تكرارات فئة الاتجاه و نسبتها المئوية
39	الجدول رقم(10): يوضح تكرارات فئة الأهداف و نسبتها المئوية
40	الجدول رقم(11): يوضح تكرارات فئة الجمهور المستهدف و نسبتها المئوية
41	الجدول رقم(12): يوضح تكرارات فئة القيم الايجابية المتضمنة و نسبتها المئوية
42	الجدول رقم(13): يوضح تكرارات فئة القيم السلبية المتضمنة و نسبتها المئوية

فهرس الأشكال:

فهرس الأشكال	
32	الشكل البياني رقم(1): يوضح المدة الزمنية لأركان البرنامج و نسبتها المئوية
33	الشكل البياني رقم(2): يوضح اللغة المستخدمة و نسبتها المئوية
34	الشكل البياني رقم(3): يوضح فئة القوالب الإعلامية و نسبتها المئوية
35	الشكل البياني رقم(4): يوضح فئة المؤثرات الصوتية و نسبتها المئوية
36	الشكل البياني رقم(5): يوضح فئة المواضيع المعالجة و نسبتها المئوية
37	الشكل البياني رقم(6): يوضح فئة الفاعلين في البرنامج و نسبتها المئوية
38	الشكل البياني رقم(7): يوضح فئة الاتجاه و نسبتها المئوية
39	الشكل البياني رقم(8): يوضح فئة الأهداف و نسبتها المئوية
40	الشكل البياني رقم(9): يوضح فئة الجمهور المستهدف و نسبتها المئوية
41	الشكل البياني رقم(10): يوضح فئة القيم الايجابية المتضمنة و نسبتها المئوية
42	الشكل البياني رقم(11): يوضح فئة القيم السلبية المتضمنة و نسبتها المئوية