



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي  
جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -  
كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية  
قسم علوم الإعلام والاتصال



# التناول الإعلامي للتلفزيوني الساخر لقضايا المجتمع الجزائري

دراسة تحليلية لعينة من برنامج عمّر راسك على قناة beur TV

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: سمعي بصري

إشراف الأستاذة:

د. حورية بولعويدات

من إعداد الطالبتين:

■ شفاء بومحروق

■ ابتسام حمدان

لجنة المناقشة

رئيسا	أ. محاضرة	سامية قرابلي
مشرفا ومقررا	أ. محاضرة	د. حورية بولعويدات
مناقشا	أ. مساعدة	فيروز بوزيدة

السنة الجامعية 2018 / 2019

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

{...رَبِّي أَوْزَعَنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ  
الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَى وَالِدَيَّ، وَأَنْ  
أَعْمَلَ صَالِحًا تَرْضَاهُ وَأَدْخِلْنِي  
بِرَحْمَتِكَ فِي عِبَادِكَ الصَّالِحِينَ }

سورة النمل [19]

## الإهداء

أهدي ثمرة بحثي هذا إلى من جرعاً الكأس فارغاً  
ليسقياني قطرة حب

إلى من حصدا الأشواك عن دربي ليمهدا لي طريق العلم  
والدايا الكريمان

إلى من علمتني أن الحب ليس له حدود.....أمي الغالية.

إلى الشمعة التي احترقت لتتير طريقي.....أبي الغالي.

إلى الذين ساندوني وانتظروا نجاحي طويلاً.....إخوتي وأخواتي رحمة،  
عبد العليم خوله، محمد الأمين.

إلى الصديقات الغاليات..... ابتسام، نور الهدى، رقية، كنزه، سمية، وردة،.

إلى كل روح شاركتني بدعائها.

فشكراً لكل من ساندني طيلة مشواري الدراسي..

## شفاء

# إهداء

أهدي ثمرة بحثي هذا إلى من جرعت الكأس فارغا لتسقينني قطرة حب  
إلى من حصدت الأشواك عن دربي لتمهد لي طريق العلم  
إلى من علمتني أن الحب ليس له حدود والشمعة التي احترقت لتنير  
طريقي.....  
أمي الغالية.

إلى الشمعة التي احترقت لتنير دربي إخوتي ..... مصطفى، بلقاسم.  
إلى الذين ساندوني وانتظروا نجاحي طويلا..... أخواتي ميمي، مفيدة،  
فائزة، صبرينة، رجاء ..... وأولادهم.

إلى زوجة أخي الغالية رجاء و أبنائها زينب وحمزة.

إلى الصديقات الغاليات.....شفاء، دليلة، خيرة

إلى من دعمني وكان سندا لي طوال مشواري الدراسي .....خطيبي عبد  
الهادي

إلى كل روح شاركتني بدعائها.

ابتسام

## شكر و عرفان

"من لا يشكر الله لا يشكر الناس"

فالحمد والشكر لله الذي وفقنا لإتمام هذه الدراسة.

نتقدم بأسمى عبارات الشكر والامتنان والعرفان للأستاذة المشرفة  
"حورية بولعويديات" لما قدمته من يد المساعدة والعون وكانت نعم  
المشرفة.

إلى الأستاذات "سعيدة عباس" و "زينة" و "سارة بروي" اللواتي لم  
تبخلن علينا بالنصائح والتوجيهات.

وكل الشكر إلى السيد "مصطفى بونيف" على مساعداته القيمة.

و الأساتذة الذين رافقونا طيلة مشوارنا الجامعي

الشكر الموصول لكل من ساعدنا من قريب أو من بعيد.

ألف تحية للجميع.

**ابتسام وشفاء**

# فهرس المحتويات

## فهرس المحتويات

الصفحة	الموضوع
	إهداء
	شكر وتقدير
أب	مقدمة
	الفصل الأول: موضوع الدراسة ومنهجيتها
05	تمهيد
24-05	1/ إشكالية الدراسة
07-05	1-1- تحديد المشكلة
07	1-2- أسباب اختيار الموضوع
08-07	1-3- أهداف الدراسة
08	1-4- أهمية الدراسة
20-08	1-5- الدراسات السابقة
28-20	1-6- تحديد المفاهيم
-24	2/ الإجراءات المنهجية للدراسة
	34
28	2-1- مجالات الدراسة
30-29	2-2- مفردات البحث والعينة
31-30	2-3- نوع الدراسة ومنهجها
	2-4- أدوات جمع البيانات
34-33	2-5- وحدات التحليل
38-35	2-6- فئات التحليل
-38	3/ المقاربة العلمية للدراسة
	41
41-38	3-1- مفهوم البنائية الوظيفية
42-41	3-2- الخلفية التاريخية للنظرية
44-42	3-3- فروض البنائية الوظيفية
45-44	3-4- الانتقادات الموجهة للنظرية
45	3-5- إسقاط النظرية
46	خلاصة الفصل



## الفصل الثاني: الإعلام التلفزيوني الساخر.

### تمهيد

48	
116-48	1-2- ماهية الإعلام التلفزيوني
50-49	1-1-2- مفهوم الإعلام التلفزيوني
-50	2-1-2- نشأة الإعلام التلفزيوني
	64
65-64	3-1-2- خصائص الإعلام التلفزيوني
68-66	4-1-2- وظائف الإعلام التلفزيوني
69	5-1-2- دور الإعلام التلفزيوني
77-66	2-2- بنية البرامج التلفزيونية
70	1-2-2- تعريف البرنامج التلفزيوني
73-70	2-2-2- أشكال البرامج التلفزيونية
74-73	3-2-2- خطوات تنفيذ برنامج تلفزيوني
81-74	4-2-2- تنفيذ البرنامج التلفزيوني
-81	3-2- ماهية الإعلام الساخر
	112
82-81	1-3-2- مفهوم الإعلام الساخر
-82	2-3-2- نشأة الإعلام الساخر
	93
95-94	3-3-2- بواعث ظهور الإعلام الساخر
96-95	4-3-2- معايير الإعلام الساخر
102-96	5-3-2- مظاهر الإعلام الساخر
108-102	6-3-2- أنواع الإعلام الساخر
111-108	7-3-2- وظائف الإعلام الساخر
114-111	8-3-2- أساليب الإقناع في الإعلام الساخر
115-114	9-3-2- أهداف الإعلام الساخر
116	خلاصة الفصل

## الفصل الثالث: الدراسة التحليلية لعينة برنامج عمّر راسك

119-118	1-3- بطاقة فنية عن قناة بور تيفي
120	2-3- لمحة عن مقدم البرنامج
121-120	3-3- التعريف ببرنامج عمّر راسك
133-121	4-3- عرض وتحليل الجداول حسب فئات الشكل (كيف قيل)؟
149-134	5-3- عرض وتحليل الجداول حسب فئات المضمون (ماذا قيل)؟

	<b>3-6- نتائج الدراسة ومناقشتها</b>
154-150	<b>3-6-1- في ظل التساؤلات المطروحة</b>
149-148	<b>- تساؤلات فئات الشكل</b>
151	<b>- تساؤلات فئات المضمون</b>
155-154	<b>3-6-2- في ظل الدراسات السابقة</b>
16	<b>خلاصة الفصل</b>
158	<b>خاتمة</b>
165-160	<b>الملاحق</b>
179-167	<b>قائمة المصادر و المراجع</b>
185-181	<b>ملخص الدراسة</b>

# قائمة الأشكال

## فهرس الأشكال

الصفحة	عنوان الشكل	الرقم
119	شعار القناة	01
121	شعار البرنامج	02
123	فئة اللغة المستخدمة	03
125	فئة الأنواع الصحفية المستخدمة في البرنامج	04
1127	فئة وسائل ابراز المادة المعروضة (المؤثرات و الخلفيات الصوتية)	05
129	فئة الأنواع الساخرة المصاحبة للمادة الإعلامية	06
130	فئة طبيعة البرنامج	07
132	فئة الزمن	08
133	فئة الأساليب الإقناعية	09
137	فئة الموضوعات	10
139	فئة الأهداف	11
141	فئة نوع النقد	12
143	فئة الاتجاه	13
145	فئة مصادر المعلومات	14
147	فئة الجمهور المستهدف	15
149	فئة القيم	16

# قائمة الجداول

## فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
30	أعداد العينة وتاريخ ومدة بث كل عدد	01
51	أهم التجارب والتطورات التي عرفها التلفزيون	02
55-54	نشأة التلفزيون في العالم العربي	03
121	فئة اللغة المستخدمة	04
123	فئة الأنواع الصحفية المعتمدة في البرنامج	05
127	فئة وسائل إبراز المادة المعروضة (المؤثرات و الخلفيات الصوتية)	06
127	فئة الأنواع الساخرة المصاحبة للمادة الإعلامية	07
129	فئة طبيعة البرنامج	08
130	فئة الزمن	09
132	فئة الأساليب الإقناعية	10
134	فئة الموضوعات	11
138	فئة الأهداف	12
140	فئة نوع النقد	13
142	فئة الاتجاه	14
144	فئة مصادر المعلومات	15
146	فئة الجمهور المستهدف	16
148	فئة القيم	17

# مقدمة

تميز القرن العشرين بظهور وسائل إعلامية متنوعة (كالإذاعة، التلفزيون السينما...) فالثورة التي عرفها عالمنا اليوم في مجال الإعلام والاتصال لم يبدأ من العدم، وإنما ارتكز على التقدم التكنولوجي المتسارع للحقول العلمية، هذا الأمر أحدث قفزة نوعية في الوسائل والمفاهيم.

تعد وسائل الإعلام وسائط أساسية، وحاجه ضرورية في سياق الحياة الاجتماعية، بحيث أحدثت تطورا هائلا في سبيل نقل الأخبار والمعلومات، ومن بين هذه الوسائل التلفزيون الذي تميز ببثه للعديد من البرامج التي تقدم مضامين تم الجمهور، وبذلك برز عدد من البرامج التلفزيونية التي تعتمد على الأسلوب الساخر في تناولها للقضايا المختلفة، وتحظى هذه البرامج بجمهور واسع من المشاهدين، ربما كمنخرج من حالة الإحباط واليأس التي أصابت الكثير من جراء الظروف والأوضاع التي تعيشها المجتمعات العربية ومنها الجزائر.

حيث أثارت هذه النوعية من البرامج جدلا واسعا نظرا لجرأتها في تناول الموضوعات بطريقة لم يعتدها المجتمع الجزائري، وأصبحت تتمتع بجماهيرية واسعة لما تبثه من مضامين تثير النقد والضحك وتحمل في طياتها تصورات وأفكار وقيما وأنماطا وسلوكيات قد تتعارض مع توجهات الكثيرين، كما لها قدرة كبيرة على التأثير في الجمهور لامتلاكها أدوات إبهار وجذب تقترب من خلالها من هموم المواطنين وتمس جوهر المشكلات التي يعيشها.

وحتى تكون هذه الأخيرة ( أي البرامج الساخرة) أكثر تأثيرا وجب عليها أن تعنى بالشعوب التي تخاطبها وتكون مرآة صادقة لا تقبل الغش والتجميل، خاصة إذا ركزت على السلبيات الموجودة في المجتمع.

وعليه فقد حاولنا من خلال هذه الدراسة التعرف على كيفية تناول الإعلام التلفزيوني الساخر مختلف قضايا المجتمع الجزائري من خلال برنامج "عمر راسك" الذي يبث على قناة Beur Tv الجزائرية.



وللإجابة عن تساؤلات دراستنا قمنا بتقسيم بحثنا هذا إلى ثلاثة فصول، الفصل الأول اهتم بموضوع الدراسة ومنهجيتها، بداية بتحديد المشكلة، أسباب اختيار الموضوع، أهمية وأهداف الدراسة، ثم عرض الدراسات السابقة وتحديد المفاهيم الأساسية للدراسة، بعدها تم التطرق إلى منهجية الدراسة من خلال تحديد مجالات الدراسة، ومفردات البحث والعينة، أدوات جمع البيانات بعدها قمنا بعرض المقاربة العلمية للدراسة وإسقاطها على موضوع بحثنا.

أما الفصل الثاني والمتمثل في الجانب النظري، فقد تناولنا فيه الإعلام التلفزيوني بداية بمفهومه نشأته، وظائفه، خصائصه، بعدها تطرقنا إلى البرامج التلفزيونية، تعريفها أشكالها وخطوات إعداد برنامج تلفزيوني وطريقة تنفيذه.

وآخر عنصر عالجنا فيه الإعلام الساخر متمثلاً في المفهوم والنشأة، بواعث ظهوره، ومعايير الإعلام الساخر ومظاهره وكذا أنواع الإعلام الساخر وأهم وظائفه وأساليب الإقناع المعتمدة فيه وآخر عنصر أهداف الإعلام الساخر.

في حين الفصل الثالث خصص للجانب التطبيقي للدراسة، حيث تضمن تحليل لأعداد العينة من حيث فئات الشكل والمضمون، بعدها تم تقديم نتائج الدراسة في ضوء التساؤلات الفرعية، وفي ضوء الدراسات السابقة، لتكون الخاتمة والتوصيات آخر عنصر استكملنا بها دراستنا.

## الفصل الأول: إشكالية الدراسة ومنهجيتها.

### تمهيد

#### 1/ إشكالية الدراسة

- 1-1- تحديد المشكلة
- 2-1- أسباب اختيار الموضوع
- 3-1- أهداف الدراسة
- 4-1- أهمية الدراسة
- 5-1- الدراسات السابقة
- 6-1- تحديد المفاهيم

#### 2/ الإجراءات المنهجية للدراسة

- 1-2- مجالات الدراسة
- 2-2- مفردات البحث والعينة
- 3-2- نوع الدراسة ومنهجها
- 4-2- أدوات جمع البيانات
- 5-2- وحدات التحليل
- 6-2- فئات التحليل

#### 3/ المقاربة العلمية للدراسة

- 1-3- مفهوم البنائية الوظيفية
- 2-3- الخلفية التاريخية للنظرية
- 3-3- فروض البنائية الوظيفية
- 4-3- الانتقادات الموجهة للنظرية
- 5-3- إسقاط النظرية

### خلاصة الفصل

## تمهيد

يتضمن هذا الفصل تحديد إطار الدراسة من خلال التعرض لإشكالية الدراسة وتساؤلاتها، أسباب وأهداف وأهمية الموضوع، مع محاولة عرض أهم الدراسات السابقة والمشابهة لموضوع دراستنا بالإضافة إلى تحديد المفاهيم المتعلقة بالموضوع، ثم التطرق إلى الإجراءات المنهجية للدراسة والمقاربة العلمية لها.

## الإشكالية:

تعتبر وسائل الإعلام السمعية البصرية من أهم وسائل الإعلام الحديثة التي تسيطر على الأفراد والجماعات والدول في شتى أنحاء العالم، وذلك لانتساقها بسمات لا تتوفر في الوسائل الإعلامية الأخرى خاصة في ظل التطور التكنولوجي المتسارع والانفتاح الإعلامي الكبير.

وفي مقدمة هذه الوسائل التلفزيون بأبعاده المختلفة ومميزاته التي تفوق أي وسيلة إعلامية أخرى فهو مزيج لما يقدم في المسرح والسينما والإذاعة، كما يعمل على تجسيد الهوية وتوعية الجماهير وتفتحها على العالم الخارجي، هذا ما ميزه عن وسائل الإعلام المختلفة. لهذا أصبح الإعلام التلفزيوني يجذب الجماهير، مما دفع القنوات إلى الاهتمام بأنواع مختلفة من البرامج لاستقطاب أكبر عدد ممكن من المشاهدين، فتنوعت البرامج من حيث الشكل والمضمون، كل هذا ساهم في ظهور نوع جديد من الإعلام يعرف بالإعلام التلفزيوني الساخر والذي يعد أحد الأنواع الإعلامية التي كانت وليدة العصر الحديث على المستوى الغربي والعربي، حيث نميزه بكثرة في البلدان التي تحظى بهامش من الحرية خاصة في أوروبا والولايات المتحدة الأمريكية خلال الستينيات، في حين العالم العربي عرفها مع بداية التسعينيات.

فلم يعد الإعلام الساخر مشهدا يثير الضحك فقط، وإنما صار يعبر عن قضية أو مجموعة من الأفكار والمقولات، وصار له شواغل اجتماعية، تربوية، ونفسية، كما أشاع الحس النقدي وأيقظ الرقيب النائم أو المحبوس داخل المجتمعات، حيث يسمح للمواطن أن ينتقد المسؤول علانية في الأماكن العامة.

وأصبح الإعلام التلفزيوني الجزائري منبرا لبث هذا النوع الإعلامي خاصة القنوات الفضائية الخاصة، على أساس أن سقف الحرية فيها أكبر مقارنة بالقنوات العامة. حيث تعد البرامج التلفزيونية الساخرة فضاء للتنفيس عن مختلف الأزمات، وتجسيدها للواقع بسخرية، وفتح آفاق جديدة لم يتناولها فيما مضى، إذ تطرق إلى قضايا سياسية، اجتماعية... بدرجة أكثر عمقا وأهمية حتى اتسعت دائرة المتعرضين له، وصار مادة أساسية في الكثير من القنوات الفضائية، من أجل مناقشتها وتحليلها وتنبيه صناع القرار وتوعية الرأي العام لتبني مواقف محددة اتجاه القضايا المطروحة في البرامج التلفزيونية الساخرة والدفاع عنها.

ومن هذا المنطلق فإننا سنحاول من خلال دراستنا تسليط الضوء على البرامج التلفزيونية الساخرة من خلال برنامج "عمّر راسك" باعتباره أشهر البرامج الساخرة في الجزائر الذي يحظى باهتمام كبير من قبل المتابعين للشأن الإعلامي.

و عليه سنحاول من خلال هذه الدراسة الإجابة عن التساؤل الرئيسي التالي:

**كيف يتناول البرنامج الساخر "عمّر راسك" الذي يبث على قناة beut tv مختلف قضايا**

**المجتمع الجزائري؟**

ومن هذا التساؤل تنبثق مجموعة من التساؤلات الفرعية الآتية:

✓ **تساؤلات: كيف قيل؟**

1. ما هي اللغة الأكثر استعمالا في البرنامج الساخر "عمّر راسك"؟
2. فيما تتمثل الأنواع الساخرة التي يعتمد عليها برنامج "عمّر راسك"؟
3. ماهي وسائل إبراز المادة المعروضة (المؤثرات والخلفيات الصوتية) في برنامج "عمّر راسك"؟
4. ما هي الاستمالات المعتمدة من قبل برنامج "عمّر راسك"؟

✓ **تساؤلات ماذا قيل؟**

1. فيم تتمثل المواضيع و القضايا التي يتناولها البرنامج الساخر "عمّر راسك"؟
2. ما هي أهم المصادر التي يعتمد عليها البرنامج لاستقاء معلوماته؟

3. فيم تتمثل الأهداف التي يريد البرنامج تحقيقها؟

4. ما هو الجمهور الذي يستهدفه البرنامج؟

### 1-2- أسباب اختيار الموضوع:

لكل باحث أسباب معينة تدفعه لاختيار موضوع معين ودراسته والتعمق فيه للوصول إلى نتائج علمية مثبتة، وتتعدد أسباب اختيار الموضوع بحسب كل باحث، وقد كانت أسباب اختيارنا لموضوع الإعلام التلفزيوني الساخر كالتالي:

1- إن اختيارنا لموضوع التناول الإعلامي التلفزيوني الساخر لقضايا المجتمع الجزائري نابع من أهمية التلفزيون كوسيلة اتصال جماهيرية تحظى بمكانة كبيرة لدى الجماهير، وتؤثر في مختلف شرائح المجتمع ومعالجته لأهم القضايا الموجودة فيه.

2- اختيارنا لموضوع الدراسة نابع من أهمية البرامج الساخرة التي انتشرت بشكل كبير في الآونة الأخيرة، مما جعلها تحظى باهتمام الباحثين في العالم الغربي والعربي.

3- الرغبة في معرفة أهم القضايا التي يتم التركيز عليها، والتي يتم دراستها وتناولها بسخرية في البرامج التلفزيونية.

4- كونه قابل للدراسة والتحليل.

5- طرح موضوع جديد فيما يخص البرامج التلفزيونية الساخرة كونها لم تحظى باهتمام في مجال الدراسات الإعلامية، رغم تأثيرها الكبير على الجماهير.

### 1-3- أهداف الدراسة:

تأسيسا وبناءا على مشكلة الدراسة المطروحة والتساؤلات المقترحة والأسباب الموضحة فإن هذه الدراسة تهدف إلى:

✓ الدراسة المتعمقة لظاهرة الإعلام الساخر ودوره في معالجة القضايا الموجودة في المجتمع الجزائري.

- ✓ معرفة مفهوم الإعلام الساخر كمصطلح، والبحث في معايير ومظاهره انطلاقاً من تحليل مفهوم الإعلام والسخرية، مع التركيز على هذا النوع الإعلامي في الجزائر ومعرفة بنية برنامجه.
- ✓ تبيان الوظائف والرسائل الإعلامية الموجودة في البرامج التلفزيونية الساخرة.
- ✓ تفصي وإبراز أهم المواضيع التي تعالجها البرامج التلفزيونية الساخرة.
- ✓ معرفة أهم الأساليب الإقناعية المعتمدة في البرامج التلفزيونية الساخرة.
- ✓ فتح المجال أمام الدراسات اللاحقة لكي تعطي أبعاد أخرى متعلقة بواقع هذا النوع الإعلامي.
- ✓ إثراء البحوث العلمية في هذا الميدان خصوصاً أنه موضوع جديد.

#### 4-1- أهمية الدراسة:

- تتبع أهمية الدراسة من كون الإعلام التلفزيوني الساخر أكثر الأنواع الإعلامية استخداماً من طرف القنوات التلفزيونية.
- ✓ تتميز هذه الدراسة باعتبار أن الإعلام التلفزيوني الساخر مجال مفتوح للتعبير عن الواقع ومعالجة أهم المشاكل الموجودة في المجتمع.
- ✓ تمكننا هذه الدراسة من إلقاء نظرة عن كيفية بناء البرامج التلفزيونية.
- ✓ تناول هذا النوع الإعلامي لمختلف قضايا المجتمع وتنظيفه من الفساد وذلك من خلال إحداث التغيير بنقد السلبيات الموجودة في المجتمع.
- ✓ أن البرامج التلفزيونية الساخرة أحد الأنواع الإعلامية التي زاد الاهتمام بها في الفترة الأخيرة وخصوصاً من طرف القنوات الخاصة.

#### 5-1- الدراسات السابقة:

- تعتبر الدراسات السابقة تمهيداً للبحوث التي يجريها الباحث، وتكمن أهميتها في أن الباحث يلجأ إليها لاستخلاص النتائج التي تمثل له الدعائم والقاعدة الأساسية في الانطلاق نحو التعمق أكثر في مجال دراسته، كما ترسم له حدود تمنعه من أن يجيد عن الطريق الصائب في بحثه، ومن خلال بحثنا عن دراسات سابقة أو مشابهة لموضوعنا فإننا لم نستطع التوصل إلى دراسات تعنى بالإعلام الساخر

أو موضوعات لها علاقة بالنقد الإعلامي الساخر في مجال السمعى البصرى، وعليه فقد عثرنا على دراسات بعضها في مجال الصحافة المكتوبة وأخرى في الصحافة الإلكترونية، وذلك عملاً بما يقوله الباحثين والمتخصصين في مجال الإعلام والاتصال بأن كل عمل علمي وأن تكون قد سبقته جهود أخرى مشكلة في دراسات سابقة سواء كانت ميدانية أو مكتبية.

وعليه فقد حاولنا الاعتماد على الدراسات السابقة أو المشابهة لبحثنا واتخذنا كخلفية نظرية يتم الانطلاق منها.

### الدراسة رقم 01:

دراسة قام بها الباحث "رامي علي عبد الرؤوف رجوب" دراسة تحليلية لنيل شهادة الماجستير تخصص إعلام بجامعة الشرق الأوسط، عمان: سنة 2016-2017، بعنوان "المقال الساخر في الصحافة الإلكترونية الأردنية"، دراسة تحليلية لمقالات الكاتب "كامل نصيرات" هدفت هذه الدراسة إلى تحليل المقالات الساخرة في الصحافة الإلكترونية متخذة من مقالات الكاتب كامل نصيرات نموذجاً، محاولاً الكشف واستخلاص الموضوعات التي تركز عليها هذه المقالات في عرضها ونقدها للمجتمع والسياسة بشكل مستساغ وبسيط في جو من الفكاهة والإمتاع.

تكمن مشكلة هذه الدراسة بمحاور واتجاهات الصحافة الإلكترونية الساخرة ودرجات السخرية المستخدمة، وكذا تطور تحليل الرسائل والمضامين الإعلامية وأهمها عدم التوازن بين التحليل الكمي والكمي في دراسات وبحوث تحليل مضمون الرسائل الإعلامية وهيمنة التحليل الكمي على التقاليد العلمية والمنهجية في مجال بحوث ودراسات الإعلام على المستويين العالمي والعربي.

وانطلق الباحث بإشكالية انتهت بتساؤل رئيسي مفاده:

ما هي مجالات السخرية في مقالات الكاتب "كامل نصيرات"؟ وفيما تتمثل أساليب

السخرية في مقالاته؟

واندرجت ضمنها جملة من التساؤلات الفرعية:

### ماذا قيل؟

- ما هي فئة الموضوعات التي عالجتها وتناولتها مقالات الكاتب كامل نصيرات؟
- ما الأحداث الفاعلة في مقالات الكاتب؟
- ما هي فئات الجمهور التي يستهدفها الكاتب؟

### كيف قيل؟

- ما درجات السخرية المستخدمة في مقالات الكاتب كامل نصيرات؟
- ما الاتجاهات التي تتضمنها مقالات الكاتب؟
- ما الاتجاهات التي يستعملها الكاتب في مقالاته؟

وفي معالجته للقضايا الموجودة في المجتمع لم يستخدم الباحث أسلوب المعاينة بل اعتمد على أسلوب الحصر الشامل لمختلف المقالات المنشورة على الانترنت من 01-01-2016 إلى غاية تاريخ تحليل مقالات الكاتب في 28-10-2016 وبلغ عددها 131 مقالا معتمدا على المنهج الوصفي والمنهج التحليلي بالإضافة إلى اتخاذ أداة تحليل المضمون كوسيلة لتحليل مقالاته.

وقد خلص الباحث في دراسته إلى مجموعة من النتائج أبرزها:

- أن معظم الموضوعات المطروحة كانت سياسية بالمقام الأول بنسبة 52% وحازت السخرية السطحية على نسبة 64% عن الاتجاه العام للسخرية في مقالات الكاتب.
- كانت معظم استمالات الكاتب وجدانية بنسبة 51% وتعكس أحداث واقعية بنسبة 42%.
- معظم المقالات تستهدف عامة الجمهور بنسبة 65%.
- أما اتجاهات الكاتب فكانت سلبية متشائمة مجملا بنسبة 71%.



## التعقيب على الدراسة:

ساعدتنا الدراسة السابقة في جوانب متعددة تتمثل في صياغة مشكلة الدراسة وتساؤلاتها فيما يتعلق بالمتغير الثاني "البرامج الساخرة" وكذلك في ضبط المنهج المستخدم لإجراء الدراسة بحكم أن جل هذه الدراسات اعتمدت على المنهج الوصفي ومنهج تحليل المحتوى. كما استفدنا من هذه الدراسة في بناء استمارة تحليل المحتوى.

أيضا استفدنا من الدراسة السابقة فيما يخص اختيار أداة جمع البيانات والمتمثلة في استمارة تحليل المحتوى لأن دراستنا تنتمي إلى الدراسات التحليلية والتي تعتبر هذه الأداة من الأدوات الجيدة والمناسبة للحصول على المعلومات والبيانات الضرورية لتحقيق أهداف الدراسة.<sup>1</sup>

## الدراسة رقم 02:

دراسة لـ "قواسمي سهام" المعنونة بـ "تناول الإعلام التلفزيوني الساخر لقضايا المجتمع الجزائري" دراسة وصفية تحليلية لبرنامج الجزائرية WEEKEND على قناة الجزائرية خلال الفترة الممتدة ما بين ديسمبر 2014 - مارس 2015. وهي رسالة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال قدمتها الباحثة سنة 2015 بجامعة محمد خيضر بسكرة.

تبلورت إشكالية هذه الدراسة حول كيف يتناول البرنامج الساخر الجزائرية WEEKEND قضايا المجتمع الجزائري؟ حيث هدفت إلى معالجة هذا الإشكال من خلال طرح التساؤلات الآتية:

- ما هو الإعلام التلفزيوني الساخر؟

- بماذا تفسر تناول وتحليل برنامج الجزائرية للقضايا الشاغلة للمجتمع الجزائري؟

هدفت هذه الدراسة إلى إيضاح كيفية تناول الإعلام التلفزيوني الساخر لمختلف قضايا المجتمع الجزائري، وتغيير النظرة السائدة حول الإعلام التلفزيوني الساخر من مجرد أداة ترفيه إلى أداة للفت انتباه الرأي العام الجزائري.

<sup>1</sup>رامي علي عبد الرؤوف رجوب، المقال الساخر في الصحافة الالكترونية الأردنية، مقالات الكاتب كامل نصيرات أنموذجا، رسالة ماجستير: قسم الإعلام، جامعة الشرق الأوسط عمان، 2016/ 2017.

كما اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي (المسح الإعلامي) من خلال مسح مضمون البرنامج خلال أشهر ديسمبر 2014 جانفي، فيفري، مارس 2015، مستخدمة العينة القصدية باعتبار أن الحلقات التي تم اختيارها تخدم موضوع الدراسة وتحقق أهدافه، مستخدمة كل من الملاحظة، المقابلة، واستمارة تحليل المحتوى كأدوات لجمع البيانات.

ومن أبرز النتائج التي توصلت إليها الباحثة نجد ما يلي:

- برنامج الجزائرية WEEKEND يسعى إلى تقديم الواقع بطريقة ناقدة وساخرة.
- يستحوذ الموضوع الاجتماعي على مواضيع البرنامج بنسبة %41.26، ثم الموضوع الاقتصادي بنسبة %30.09 يليها الموضوع السياسي %12.62.
- تبنى البرنامج الموقف المحايد من خلال القضايا المطروحة للنقاش والتحليل.
- استخدم البرنامج اللهجة العامية %7.73 في طرح قضاياها بهدف الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور الجزائري.
- يركز برنامج الجزائرية WEEKEND على قضايا الوطنية، تم الأفراد بالإضافة إلى أنه يسعى إلى وضع المشاهد في قلب القضية وتبنيه صناع القرار.
- يستحوذ الاتجاه السلبي على اتجاهات الضيوف في برنامج الجزائرية WEEKEND وتركيزهم في تحليلهم على سلبات القضية.<sup>1</sup>

#### جوانب الاستفادة من الدراسة:

هذه الدراسة لها علاقة مباشرة بموضوع دراستنا كونها تناولت الإعلام الساخر وقضايا المجتمع الجزائري، وهذا ما يتقاطع مع دراستنا، وذلك لمعرفة أهم القضايا التي يعالجها البرنامج، كما أفادتنا هذه الدراسة من حيث المنهج باعتبارها اعتمدت على منهج تحليل المحتوى.

<sup>1</sup>قواسمي سهام، تناول الإعلام التلفزيوني الساخر لقضايا المجتمع الجزائري، دراسة وصفية تحليلية لبرنامج الجزائرية WEEKEND على قناة الجزائرية وان، مذكرة ماستر: قسم الإعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2015/2014.

3- دراسة "نجاة بوثلجة" بعنوان: الكتابة الصحفية الساخرة بجريدة الشروق دراسة تحليلية لعمود منمات للكاتب عمار يزلي "أمودجا"، أطروحة دكتوراه: قسم الإعلام، جامعة قسنطينة 2017، 3.

تتمحور مشكلة هذه الدراسة في تحليل مدى التلاحم بين الأدب الساخر والصحافة من خلال التطرق إلى الدور الذي يؤديه كل منهما في تطوير المجتمع عن طريق نزعتهما الإصلاحية والنقد باعتبارها وسيلة للتعرف على الوضع السياسي والاجتماعي والاقتصادي السائد في المجتمع من زاوية إعلامية ساخرة.

وقد انطلقت الباحثة من إشكالية انتهت بتساؤل رئيسي مفاده:

■ كيف تجاوب الكاتب "عمار يزلي" مع الأحداث الوطنية من خلال عموده منمات

المنشور بجريدة الشروق اليومي؟

وجاءت تساؤلات الدراسة كالتالي:

■ ما هي الأسس والمبادئ التي قامت عليها تلك السخرية؟ وما هي دلالاتها؟

■ ما هي أهم الأساليب البلاغية المعتمدة في السخرية؟

■ ما هي اللغة التي اختارها للتعبير عن ذلك الواقع؟

■ ما هي مستويات قراءة عموده الساخر؟

استخدمت الباحثة المنهج الوصفي "التحليلي" لملائمته لأغراض الدراسة واتبعت تقنية تحليل المضمون من أجل تحقيق وصف موضوعي ومنظم وكمي للدراسة، معتمدة في ذلك على أسلوب المعاينة باعتبارها أحد الأساليب التي تهتم بدراسة جزء من أفراد المجتمع، أو تنصب على عدد محدود من المفردات، لدى فقد تم تحديد عينة زمنية ممتدة على مدار 3 أشهر بدءاً من يوم الأحد 2016/01/03 وانتهاءه بيوم الخميس 03/31 من ذات السنة.

وقد توصلت الباحثة في دراستها إلى مجموعة من النتائج أهمها:

1- تميزت الأعمدة الساخرة "منمات" لكاتبها "عمار يزلي": بحسن اختيار الموضوعات والصور

التي تستحق التوقف عندها، والسخرية منها والتهكم بها، عن طريق تجسيم العيوب وتضخيم النقائص

والاختلافات المنتشرة في المجتمع الجزائري بتصدرها الموضوعات السياسية تم الاجتماعية والاقتصادية والثقافية.

2- لم تخل تلك الأعمدة الساخرة من دقة التوجه وبراعة الوصف والتصوير، فهو شبه رسام الكاريكاتير الماهر في حسن التقاطه لتلك الزاوية من الموضوع.

3- تميزت الأعمدة الساخرة "لعمار يزلي" كذلك بتوفرها على عنصر الضحك والكوميديا، غير أنها كانت متشابهة مع أهداف أخرى، فالضحك عنده أسلوب ووسيلة لأنه نوع من النقد الاجتماعي الهادف إلى تحقيق الإصلاح والتوعية والتوجيه، معتمدا في الكثير من الأحيان على التلميح الهادف أو التعريض اللاذع.

4- اعتمدت سخرية الكاتب "عمار يزلي" على عدة أسس ومبادئ كمخالفة الواقع ولغة التماثل إضافة إلى مبدأ المراوغة في اللغة واللقطة، وقلب المعنى واستدعاء المعجم البلاغي... ساهمت جميعها في حسن اختيار اللحظة التي تقدم فيها جوانب النقد المباشر والفكاهة المبطنة، ما تعين القارئ على الفهم السريع والاستمتاع بأعمدته الكاريكاتيرية.

5- وظف الكاتب لبلوغ غايته الساخرة عدة أساليب بلاغية وفنية كالتعريض والمفارقة والتنكيت والمناداة بالألقاب، والأسلوب الإنشائي من تعجب وأمر... حيث كانت ذات فعالية في تحقيق سخريته من الظواهر السلبية مجسدة لآلامه ومعاناته.

جوانب الاستفادة من الدراسة:

تتشابه هذه الدراسة مع دراستنا أن هذه الدراسة اعتمدت على المنهج الوصفي "التحليلي" وكذا استمارة تحليل المضمون.

واستفدنا من هذه الدراسة من حيث كيفية تطبيق مقترب النظرية البنائية الوظيفية، زيادة على ذلك كيفية بناء وتصميم استمارة تحليل المضمون.<sup>1</sup>

#### الدراسة رقم 04:

هي دراسة قامت بها الباحثة "هنيدة أحمد أبو خليل" دراسة تحليلية لنيل شهادة الماجستير تخصص إعلام بجامعة الشرق الأوسط، عمان، سنة 2015، هدفت هذه الدراسة إلى قياس درجة توجه المضمون السياسي لبرنامج باسم يوسف الساخر "البرنامج" في الفترة الممتدة ما بين 23 تشرين الثاني 2012 إلى 25 تشرين الأول 2013، وذلك من خلال محاولتها معالجة وتحليل القضايا السياسية والاجتماعية بأسلوب ساخر، ويكون المضمون السياسي لهذه البرامج مختلف عن البرامج الأخرى، إذ أن هذه البرامج السياسية تلعب دورا مهما في تشكيل الرأي العام، إذ أنها تحاول أن تبين إذا ما كان لهذه البرامج السياسية الساخرة دور رئيسي في تغيير الواقع الموجود أم هي مجرد فقاعة أو ظاهرة وجدت في زمن معين وسوف تختفي.

وقد انطلقت الباحثة بإشكالية انتهت بتساؤل رئيسي:

ما درجة توجه المضمون السياسي لبرنامج باسم يوسف الساخر "البرنامج"؟ في الفترة الممتدة ما بين 23 تشرين الثاني 2012 إلى 25 تشرين الأول 2013.

وجاءت تساؤلات الدراسة كالتالي:

- ما العلاقة بين مواضيع الحلقات التي يقدمها برنامج "البرنامج" وموقف باسم يوسف من المواضيع؟
- ما العلاقة بين طريقة تناول مواضيع الحلقات وموقف باسم يوسف من هذه المواضيع؟

<sup>1</sup> نجا بوتلجة، الكتابة الصحفية الساخرة بجريدة الشروق - دراسة تحليلية لعمود "منمات" للكاتب عمار يزلي فودجا، أطروحة دكتوراه: قسم الإعلام، جامعة قسنطينة 3، 2017.

وقد استخدمت الباحثة المنهج الوصفي التحليلي لملائمته لأغراض الدراسة، واتبعت أسلوب تحليل المضمون كونه تقنية تستخدم في الدراسات الإعلامية.

واعتمدت على أسلوب المعاينة من خلال تحليل مضمون حلقات برنامج "البرنامج" التي عرضت في محطة CBC للمدة من 23 تشرين الثاني 2012 إلى 25 تشرين الأول 2013 وذلك لارتباطها الوثيق بالفترة الزمنية المطروحة في هذه الدراسة، وتم اختيار عينة الدراسة بالطريقة العشوائية فتناولت الدراسة 15 حلقة من حلقات برنامج "البرنامج" لباسم يوسف.

وقد توصلت الباحثة في دراستها هذه إلى مجموعة من النتائج أبرزها:

- بنيت الدراسة وجود علاقة دالة إحصائية عند مستوى  $\alpha < 0.05$  بين المواضيع التي تناولها باسم يوسف بطريقة جدية أو بطريقة الاستعراض في تناول المواضيع وبين درجة تأييده لها.
- أشارت الدراسة أن المواضيع التي يؤيدها باسم يوسف أكثر تكرارا خلال البرنامج بنسبة 43.03%، فيما كانت المواضيع التي تعارضها في آخر البرنامج بنسبة 44.01% أما المواضيع التي يكون فيها محايد فكانت أعلى نسبة خلال البرنامج 37.6%.
- كما بينت الدراسة بأن المواضيع التي يؤيدها باسم يوسف يستخدم فيها وبشكل أكبر الوثائق والفيديو بنسبة 49.01%، 36,4% على التوالي، فيما كانت المواضيع التي يعارضها يستخدم فيها الفيديو بشكل أساسي بنسبة 50.08%، وتبينت نتائج اختبار مربع كاي وجود علاقة دالة إحصائية عند مستوى  $\alpha < 0.05$  من استخدام المعينات في مواضيع البرنامج وموقف باسم يوسف منها.

جوانب الاستفادة من الدراسة:

ارتبطت هذه الدراسة بدراستنا بتناولها موضوع البرامج التلفزيونية الساخرة وهذا ما جاء مطابقا لدراستنا في مجال المتغير الأول: تناول الإعلام للبرامج التلفزيونية الساخرة. كما استفدنا من هذه الدراسة من الناحية المنهجية خاصة في مجال العينة وأداة تحليل المضمون.<sup>1</sup>

### الدراسة رقم 05:

دراسة " إسماعيل محمود حسن " بعنوان " أثر البرامج التلفزيونية الساخرة على الاتجاهات السياسية للشباب الجامعي، دراسة ميدانية تحليلية. أطروحة دكتوراه: قسم الإعلام وثقافة الطفل، جامعة عين الشمس مصر، 2017. تمثلت مشكلة هذه الدراسة في تحديد وقياس طبيعة الدور التي تقوم به البرامج التلفزيونية الساخرة أثناء تناولها للواقع السياسي الراهن. هدفت الدراسة إلى معرفة أثر البرامج التلفزيونية الساخرة على الاتجاهات السياسية للشباب الجامعي، معتمدة في ذلك على المنهج الوصفي والتحليلي من خلال إجراء دراسة ميدانية على عينة عشوائية عددها 300 مفردة من الشباب الجامعي لجامعة عين الشمس بمصر. أما عينة الدراسة التحليلية فتمثلت في عينة قصدية (عمدية) تمثلت في برنامج "أبله فاهيتا" على قناة CBC وبرنامج "أسعد الله مساءكم من جديد" على قناة MBC وكذا برنامج "بني آدم شو" على قناة "الحياة".

ومن أهم النتائج التي توصل إليها الباحث ما يلي:

- نتائج الدراسة التحليلية للبرامج الثلاث أوضحت أن أهم الموضوعات التي يتم مناقشتها هي الموضوعات السياسية تليها الموضوعات الاجتماعية.

<sup>1</sup> هنييدة أحمد أو خليل، درجة توجه المضمون السياسي لبرنامج باسم يوسف الساخر " البرنامج " خلال المدة 23 تشرين الثاني 2012 إلى 25 تشرين الأول 2013، رسالة ماجستير: قسم الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان، 2015.

- توصلت الدراسة إلى أن كل من برنامج "بني آدم شو" وبرنامج "أبله فاهيتا" يحتويان على جمهور كبير داخل الاستوديو، إلا أن جمهور برنامج "أبله فاهيتا" أكبر نسبياً، بينما برنامج "أسعد الله مساءكم من جديد" لا يشتمل على جمهور.
- أشارت نتائج الدراسة إلى أن التورية والتلاعب بالألفاظ كان في مقدمة الأساليب الساخرة الأكثر استخداماً في البرامج التلفزيونية الساخرة.
- أما نتائج الدراسة الميدانية أكدت أن البرامج التلفزيونية الساخرة تؤثر على المشاركة السياسية للشباب الجامعي، من خلال عدة معايير منها إبراز المواقف المتباينة للشخصيات السياسية.<sup>1</sup>

### التعليق:

دعمت هذه الدراسة موضوعنا من خلال احتواءها على متغير الإعلام الساخر أو البرامج التلفزيونية الساخرة، وكذا اعتمادها على المنهج التحليلي من خلال تحليلها لمضامين برامج ساخرة. كما ساهمت في معرفة أهم القضايا التي تطرحها البرامج التلفزيونية الساخرة والأساليب المستخدمة فيها.

### الدراسة رقم 06:

دراسة قامت بها الباحثة "عكريش كنزه" دراسة ميدانية لنييل شهادة الماجستير، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع بجامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، سنة 2017-2018، بعنوان "تفاعل الجمهور مع البرامج التلفزيونية الساخرة"، برنامج "راب نيوز" "قناة الشروق" انودجا. هدفت هذه الدراسة إلى الكشف عن تفاعل الجمهور مع البرامج الساخرة والذي ينقلها من أداة ترفيه إلى أداة لفت الانتباه بخصوص الجمهور، إذ أصبحت هذه الأخيرة في القنوات الفضائية محل إلهام جمهور التلفزيون لاسيما قناة "الشروق"، وتخص بالذكر برنامج "راب نيوز" كنموذج في جعل الجمهور يتقبل الرسالة ويستحسنها ويتقدها باستخدام الرسائل التقليدية أو حتى الإلكترونية وهو ما

<sup>1</sup>إسماعيل محمود حسن، أثر البرامج التلفزيونية الساخرة على الاتجاهات السياسية للشباب الجامعي، أطروحة دكتوراه: قسم الإعلام وثقافة الطفل جامعة عين الشمس مصر، 2017، متوفرة عبر الرابط [Shamaa.org/fall Record P/D](http://Shamaa.org/fall Record P/D).



يطلق عليه بالجمهور المتفاعل، إذ أصبحت كل هذه الرهانات قضايا مطروحة في الساحة الإعلامية ينبغي الوقوف على نقاطها خصوصا فيما يتعلق بالبرامج الساخرة وطرق معالجتها وتفاعل الجمهور معها.

تكمن مشكلة هذه الدراسة في معرفة مدى تفاعل الجمهور مع البرامج الساخرة التي أصبح يختارها المشاهدون للتنفيس ونسيان المتاعب، بحيث لاقت شهرة واسعة وحضت باهتمام كبير في الآونة الأخيرة.

انطلقت الباحثة بإشكالية انتهت بالتساؤل الرئيسي التالي:

**ما مدى إقبال جمهور التلفزيون على متابعة البرامج الساخرة برنامج "راب نيوز"؟**

ومن الإشكالية المطروحة نتوصل إلى مجموعة من الأسئلة الفرعية التي تتمحور فيما يلي:

1- ما عادات وأنماط مشاهدة الجمهور للبرامج الساخرة؟

2- ما هو تقييم مشاهدي برنامج "راب نيوز" من خلال المواضيع المعالجة؟

3- ما هو الدور الذي يقدمه البرنامج الساخر "راب نيوز"؟

وفي معالجتها لموضوع دراستها اعتمدت على أسلوب المسح الشامل باختيار العينة القصدية تمثلت في طلبة علوم الإعلام والاتصال بالضبط طلبة الماجستير والدكتوراه، حيث كان العدد النهائي للعينة هو 100 مفردة، ومعتمدة على المنهج الوصفي والمسحي، بالإضافة إلى اتخاذ أداة الاستبيان كوسيلة لتحليل دراستها.

وقد خلصت الباحثة في دراستها إلى مجموعة من النتائج أهمها:

◀ أكدت الدراسة أن نسبة 62% من أفراد العينة يتفاعلون مع البرنامج بالاعتماد على مواقع

التواصل الاجتماعي، تليها نسبة 30% الذين يتفاعلون مع البرنامج باستخدام الوسائل التقليدية.

◀ كما أكدت الدراسة أن هناك نسبتين متناسبتين قدرت كل نسبة ب 50% من المبحوثين في

حين تمثلت نسبة 50% من أفراد العينة الذين يجدون أن البرنامج "راب نيوز" يقدم حلا لقضايا

المجتمع، وتليها نسبة من المشاهدين يرون أن البرنامج يقدم اقتراحات لقضايا المجتمع.

كما أسفرت الدراسة أن نسبة 65% من المبحوثين الذين أجابوا بـ "نعم" على أن برنامج "راب نيوز" يعكس الواقع المعاش، وتليها نسبة 35% من المشاهدين الذين أجابوا بـ "لا" على أن البرنامج لا يعكس الواقع المعاش

### التعقيب على الدراسة:

مكنتنا هذه الدراسة من تحديد الجزء الثاني من الإطار النظري، حيث أطلعنا الدراسة على مجموعة من المعلومات حول كيفية بناء برنامج تلفزيوني، وبعض المعلومات حول البرامج الساخرة التي بينت كيف أصبحت البرامج الساخرة تحول المضامين الإخبارية إلى نكت تطرحها بطريقة هزلية ساخرة للوصول إلى الجمهور في أوسع الأبواب.

تقاطعت هذه الدراسة مع دراستنا من حيث نوع الدراسة وكذا العينة وأداة جمع المعلومات.<sup>1</sup>

### 1-6- تحديد المفاهيم

#### التناول الإعلامي:

هناك من يطلق على هذا المفهوم اسم المعالجة الإعلامية أو التغطية الإعلامية وعموما يعرف بأنه عملية الحصول على البيانات والتفاصيل الخاصة بحدث معين، والمعلومات المتعلقة به والإحاطة بأسباب وقوع هذا الحدث من، أين، كيف؟، وأسماء المشتركين فيه... وغير ذلك من المعلومات والحقائق التي تجعل الحدث مالكا للمقومات والعناصر التي تجعله صالحا للنشر.

#### المعالجة:

**لغة:** معنى عاجل الشيء معالجة وعلاجا: زاوله، وكل شيء زاولته ومارسته فقد عاجلته، وعالج المريض معالجة وعلاجا عايناه، والمعالج، المداوي.<sup>2</sup>

**اصطلاحا:** مصطلح المعالجة مأخوذ من عاجل الأمر أصلحه، معالجة المشكلة عاجله علاجا ومعالجة زاوله ودواؤه.<sup>3</sup>

<sup>1</sup>عكريش كنزه، تفاعل الجمهور مع البرامج التلفزيونية الساخرة، مذكرة ماستر: قسم العلوم الإنسانية، 2017-2018.

<sup>2</sup>ابن المنظور، لسان العرب، مج2، بيروت: دار المصادر للطباعة والنشر، 1995، ص 327.

<sup>3</sup>المعجم العربي الأساسي، د.م.ن: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، د.س.ن، ص 858.

مصطلح المعالجة بمعنى الممارسة إذ تقول: عالج أي مارس العمل وعمل به وزاوله وكل شيء زاولته ومارسته قد عالجته.<sup>1</sup>

يعرفها سامي عبد الحميد على أنها ممارسة للعمل وكيفية بناء المادة من ناحية الشكل والمضمون.<sup>2</sup>

كما تعرف بأنها اتخاذ مادة الدراسة أو البحث وعرضها بطريقة منهجية كمعالجة موضوع أو مشكل وتقديمه وعرضه.<sup>3</sup>

إجرائيا: من خلال المقاربة اللغوية والمعجمية لمصطلح المعالجة يتبين أن معناها هو ممارسة أمر ما والتجريب عليه والانشغال به قرب وكتب وتحليله من ناحية الشكل والمضمون.

### الإعلام:

لغة: كلمة مشتقة من علم، العلم، هو إدراك الشيء بحقيقته، وتعلم فلان أي أظهر العلم وجمع الشيء: علموه.<sup>4</sup>

"علم (علمه) كسمعه، علما - بالكسر - عرفه، وعلم هو في نفسه وتعلمه الجمع".<sup>5</sup>

هي من الفعل الثلاثي "علم" وهي صفة من صفات الله تعالى، فهو العلم والعالم والعلام، قال تعالى: "هو الخلاق العليم" [يس81].<sup>6</sup> "عالم الغيب والشهادة وهو الحكيم الخبير" [الأنعام73].<sup>7</sup> والعلم نقيض الجهل، ويقال علمت الشيء، أعلمته علما أي عرفته، كما يقال علّام وعلامة من باب المبالغة في الوصف بالعلم.<sup>8</sup>

<sup>1</sup> الفيروز آبادي، قاموس المحيط، ط3، د.م.ن: دار الفكر، ج3، د.س.ن، ص 297.

<sup>2</sup> سامي عبد الحميد، معالجة الدراما في الحكمة الإذاعية، بيروت: مجلة الأكاديمي، ع10، 1995، ص 6.

<sup>3</sup>Hachette, **Dictionnaire de Français**, Algérie, NAG, 1993, p 656.

<sup>4</sup> المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية، ط4، القاهرة: مكتبة الشروق الدولية، 2004، ص 624.

<sup>5</sup> فيروز آبادي، قاموس المحيط، مرجع سابق، ص 301.

<sup>6</sup> سورة يس، الآية 81.

<sup>7</sup> سورة الأنعام، الآية 73.

<sup>8</sup> الفيروز آبادي، قاموس المحيط، ط4، 117/4، ص 210.

اصطلاحاً: مفهوم الإعلام هو ترجمة لكلمة إنجليزية Information هي البيانات والمعلومات والحقائق التي تحصل عليها عن طريق الملاحظة والترجمة أو التعليق والتي تتميز عن الأفكار والآراء وتتدفق هذه البيانات أو تتناسب عن طريق قنوات أو مسالك الاتصال المختلفة.<sup>1</sup>

ويعرف على أنه نقل المعلومات أو المعرفة العلمية إلى الجماهير العريضة عن طريق العمل الاتصالي عبر وسائل الاتصال الجماهيري من صحافة وإذاعة وتلفزيون من حيث هي أدوات اتصال ومن حيث هي قنوات أو مسالك للاتصال بجانب كونها نظم إعلامية أصلية.<sup>2</sup>

يعرفه عبد اللطيف حمزة بأنه: تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق التي تساعدهم على تكوين رأي صائب في واقعه أو مشكلة بحيث يعتبر هذا الرأي تغييراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم وميولهم.<sup>3</sup>

ويعرف كذلك على أنه: هو التغيير الموضوعي لعقلية الجماهير ولروحها وميولها واتجاهاتها في نفس الوقت، فالإعلام يعتبر موضوعي يعني ذلك أنه ليس تغييراً ذاتياً من جانب الصحفي أو المذيع أو الإعلامي في الإذاعة والتلفزيون، إنما هو تعبير موضوعي خالص، بمعنى يقوم على الحقائق والأرقام والإحصائيات أو عليهما معا إذا لزم الأمر.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> أحمد زكي بدوي، معجم المصطلحات العلوم الاجتماعية، ط2، بيروت: مكتبة لبنان، 1990، ص 218.

<sup>2</sup> محمد منير حجاب، الموسوعة الإعلامية، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، مج 2، ص 416.

<sup>3</sup> خير الدين علي عويش، عطا حسن عبد الرحيم، الإعلام الرياضي، القاهرة: مركز الكتاب للنشر، 1998، ص 20.

<sup>4</sup> البار الطيب، المعالجة الإعلامية لظاهرة التنصير في الصحافة الجزائرية المكتوبة: مذكرة لنيل شهادة الماجستير: قسم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، 2009-2010، ص 12.

## التناول الإعلامي:

"هو عملية كشف اتجاهات وماديات واستراتيجيات التغطية الإعلامية من قبل جهة ما اتجاه قضية معينة".<sup>1</sup>

يعرفه "غيلان": نقل المعلومات من عدة مصادر بدقة وسرعة بالطريقة التي تخدم الحقيقة وتجعل الصواب يبرز ببطء وذلك من وجهة نظر الصحيفة أو المؤسسة التي تتبعها.<sup>2</sup>

يعرفه الحقباني: بأنه طريقة عرض المادة الإعلامية من خلال مستويات السرد، الحوار التحليل.<sup>3</sup> كما يعرف على أنه العمل الإعلامي الذي تزاوله المؤسسة الإعلامية في تغطيتها لمختلف الأخبار أو المواضيع السياسية، الاجتماعية، الثقافية، الاقتصادية، والعلمية والدينية.

أو هو الطريقة التي يتم خلالها عرض الوقائع أو الأحداث في سياقها الزمني والموضوعي وكشف علاقاتها وأبعادها المختلفة من خلال المواضيع المطروحة.

إجرائيا: تعني الطريقة التي يتناول بها برنامج "عمر راسك" مختلف القضايا التي يعيشها المجتمع الجزائري، باعتبار أن المعالجة تركز في الأساس على سؤال مفاده كيف يتعامل البرنامج أو أي نوع إعلامي آخر مع تلك المعلومات والبيانات؟

ويقصد في هذه الدراسة طريقة معالجة البرنامج للقضايا والمشكلات الموجودة في المجتمع.

## مفهوم البرنامج الساخر:

<sup>1</sup> نجاة بانسي، المعالجة الإعلامية لقضايا الأسرة في الإذاعة الجزائرية، مذكرة ماستر: قسم الإعلام، جامعة الوادي، 2014-2015، ص 6.

<sup>2</sup> مناجي بن نايف التجاني، المعالجة الصحفية لجرائم العنف الأسري، رسالة ماجستير: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، د.س.ن، ص 63.

<sup>3</sup> الهلي مسعود، المعالجة الإعلامية للانقلاب العسكري، مذكرة ماستر: تخصص إعلام واتصال، جامعة بسكرة، 2016-2017، ص 24.

البرنامج لغة: هو الميزانية أو لائحة المنهاج، أو هو خطة لما سنقوم بعمله وهو عبارة عن خطة أو فكرة تجسد وتعالج.

اصطلاحاً: هو كل مادة سواء كانت صوتية أو مصورة تقدم من خلال الإذاعة والتلفزيون ضمن فترة البث ولها هدف معين وهو مخاطبة جمهور المستمعين أو المشاهدين، وتتميز البرامج بعضها عن بعض من لحن المقدمة والنهاية والزمن المحدد لعرضها وموعد عرضها على الجمهور. كما يعرفه البعض على: أنه عبارة عن مواد ومضامين إعلامية توجه إلى فئات مستهدفة من الجمهور عبر وسائل الاتصال سواء إذاعة أو تلفزيون لها مواعيد ثابتة.

### مفهوم السخرية:

لغة: لقد جاء على لسان العرب: سخر منه وبه سخر أو مسخرا وسخر بالضم وسخرة وسخريا وسخرية، هزئ به.<sup>1</sup>

قال الله تعالى: "لا يسخر قوم من قوم"<sup>2</sup> وسخرت من فلان هي اللغة الفصيحة.<sup>3</sup>

قال أبو زيد: سخريا من سخر إذا استهزأ، والذي في الزخرف.<sup>4</sup>

اصطلاحاً: يمكن تعريف السخرية على أنها: أداة فنية مؤثرة قادرة على توضيح وإبراز القصور في أفعال إنسانية محددة، أو اتجاه بعض القضايا الاجتماعية من خلال السخرية والاستهزاء مما يجعلها واسعة الانتشار وتصل لجمهور واسع.

ويعرفها شاعر عبد الحميد بأنها: نوع من التأليف الأدبي أو الخطاب الثقافي الذي يقوم على أساس الانتقاد للذائل والحماقات والنقائص الإنسانية الفردية منها والجماعية، ومهاجمة الوضع الراهن في الأخلاق والسياسة والسلوك والتفكير وهي أحد أشكال المقاومة وقد تشمل السخرية على استخدام التهكم والاستهزاء لأغراض نقدية وتصحيحية ورقابية وتحذيرية.

<sup>1</sup> ابن منظور، لسان العرب، مرجع سابق، ص 400.

<sup>2</sup> سورة الحجرات، الآية 11.

<sup>3</sup> الحوفي، أحمد محمد، الفكاهة في الأدب أصولها وأنواعها، ط2، القاهرة: نضمة مصر، 2005، ص 200.

<sup>4</sup> شاعر عبد الحميد، الفكاهة والضحك رؤية جديدة، الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون والأدب، 2013، ص ص 51 52.

كما عرفها الدكتور شوقي ضيف بأنها: أرقى أنواع الفكاهة من ذكاء وخفاء ومكر، فهي بذلك أداة دقيقة في أيدي الفلاسفة والكتاب الذين يهزؤون بالعقائد والخرافات، كل ذلك يكون بطريقة خاصة غير مباشرة.

### مفهوم البرنامج الساخر:

البرنامج الساخر هو نوع من مقاومة الفساد والتنبه للأخطاء الموجودة في السلطة والحياة الاجتماعية بالضحك مشددين على عدم القذف والشتم والسخرية من المواقف وليس الأشخاص أنفسهم، والإخراج عن أخلاقيات المهنة.

ويرى الإعلامي الساخر "باسم يوسف": أن مفهوم السخرية عبر الإعلام لا يحمل معنى للإهانة والتجريح معتبرا أن الحاكم هو المسؤول الأول عن تعرضه للسخرية أو الانتقاد وأضاف أن البرامج الساخرة رؤيا إعلامية ولأي شخص الحرية في تقبله أو رفضه.<sup>1</sup>

كما يعرف البرنامج التلفزيوني الساخر على أنه: منهاج يحمل رسالة اتصالية ذات شكل ومضمون درامي أو لا درامي أو كليهما معا عبر وسيلة الاتصال التلفزيوني، يهدف إلى نقد الظواهر الحياتية سواء كانت سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو فكرية لدى الأفراد والمؤسسات ومقاومتها لأغراض رقابية وتحذيرية وتقومية وترفيهية، بأسلوب يثير الضحك أو السخط أو كليهما معا لدى الملتقي في إطار زمني محدد يعلن عنه مسبقا وعنوان وموسيقى في بدايته ونهايته للتعريف به ونفصله عما سبقه أو يليه.<sup>2</sup>

### مفهوم البرنامج الساخر إجرائيا:

<sup>1</sup>رامي سلوم، مقال بعنوان الإعلام الساخر، تمت الزيارة يوم 2019/02/19، متاح على الرابط: <http://www.Emaratlyoum.com>

<sup>2</sup>عزت عدلي، فن الأدب الساخر، مجلة الجديد، ع122، جامعة الشرق الأوسط، 1999، ص 100.

وبناء على ما قدم من تعاريف سابقة يمكن تعريف البرنامج التلفزيوني الساخر على أنه: أسلوب ونوع إعلامي يطرح العديد من القضايا السياسية والاجتماعية، بأسلوب ساخر، بحيث أن هذه المضامين الإعلامية الساخرة تخاطب وتحاكي الجماهير من خلال المشاكل الموجودة في واقعه المعاش.

### المجتمع:

**لغة:** هو مصطلح مشتق من الفعل "جمع" وهي عكس كلمة "فرق" كما أنها مشتقة على وزن "مفتعل"، وتعني مكان الاجتماع.<sup>1</sup>

**اصطلاحا:** مجموعة من الناس لهم تاريخ مشترك وقيم وعادات وتقاليد وسلوكيات خاصة بهم وخبرات واهتمامات وطموحات مشتركة ومشكلات عامة يعانون منها ويشعرون بأنهم ينتمون إلى بعضهم البعض ويتفاعلون فيما بينهم بشكل مستمر.

ويعرف بأنه مجموعة من الناس يعيشون معا في شكل منظم وضمن جماعة منظمة وعليه فهو مجموعة من الأفراد تعيش في موقع معين.<sup>2</sup>

### القنوات الفضائية:

#### مفهوم القناة:

**لغة:** القناة هي الرمح الأجوف، وهي بمعنى مجرى للماء ضيق أو واسع.<sup>3</sup> وقيل: القناة كعظيمة تحفر في الأرض تجري بها المياه وهي الآبار التي تحفر في الأرض متتابعة ليستخرج ماؤها ويسبح على وجه الأرض ويقصد بها هنا: تلك الترددات التي تلتقط من قبل قمر صناعي محدد وتبني لكل من يستقبلها خلال صحن خاص.<sup>4</sup>

### الفضائية:

<sup>1</sup>حسن عبد الرزاق منصور، بناء الإنسان، ط2، عمان: دار أمواج للنشر والتوزيع، ص 187.

<sup>2</sup>ممي العيد الله، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، بيروت: دار النهضة العربية، 2016، ص 241.

<sup>3</sup>محمود إيراغن، قاموس موسوعي للإعلام والاتصال، الجزائر: منشورات المجلس الأعلى للغة العربية، 2001، ص 105.

<sup>4</sup>عيسى الشماس، التلفزيونية الأجنبية في الشباب تأثير الفضائيات، ع2، مج21، جامعة دمشق، د.س.ن، ص 17.



**لغة:** بالمد المكان الواسع و فضا المكان(فضوا) من باب قعد إذا اتسع فهو " فضاء".<sup>1</sup>

**اصطلاحا:** عرض تلفزيوني مرئي يبث عبر شبكة من الأقمار الصناعية تدور حول الأرض في مسارات محددة معروفة وتحدد بالزاوية والاتجاه على البوصلة، لتحديد اتجاه التقاط كل مجموعة منها.<sup>2</sup>

**الفضائية:** هي المحطات التي تبث إرسالها عبر الأقمار الصناعية التي تتجاوز هذا الإرسال نطاق الحدود الجغرافية لدول الإرسال حيث يمكن استقباله في دول ومناطق أخرى عبر أجهزة خاصة وذلك بالتقاط الإشارات الواحدة من القمر الصناعي، ويمكن التقاط بثها التلفزيوني في مناطق عدة.<sup>3</sup>

**القنوات الفضائية:** هي وسيلة لإرسال البرامج التلفزيونية عبر الأقمار الصناعية بشبكات اتصال أرضية، ترسل وتستقبل من أحد الأقمار الصناعية أي أنها وسيلة لبث البرامج من محطة أرضية إلى الأقمار الصناعية ليتم استقبالها من خلال أطباق لاقطة، المنتشرة على سطوح المنازل أو الأماكن المرتفعة.<sup>4</sup>

كما عرفت على أنها: استقبال الإرسال التلفزيوني من الأقمار الصناعية مباشرة بأجهزة الاستقبال المنزلية دون تدخل محطات الاستقبال الأرضية الكبيرة أو هي تلك الترددات التي تلتقط من قبل قمر محدد وتبث من مركز البث الخاص بها لكل من يستقبلها من خلال طبق خاص.<sup>5</sup>

**إجراءيا:** هي محطات تلفزيونية تستقبل من الأقمار الصناعية بواسطة هوائيات منزلية تبث برامج ومضامين مختلفة مرئية ومسموعة عبر ترددات وإحداثيات معينة يتم التقاطها من القمر الصناعي إلى الهوائيات الموجودة بالمنازل.

وقد تكون هذه المحطات تبث بطريقة رسمية أو غير رسمية، مسموحة أو ممنوعة مشفرة أو غير مشفرة.

### مفهوم القضية:

<sup>1</sup>حنان سمايلية، البرامج الثقافية في الفضائيات العربية، مذكرة ماستر: قسم الإعلام والاتصال، جامعة تبسة، 2015/2016، ص 11.

<sup>2</sup> نفس المرجع، ص7.

<sup>3</sup>عبد الله بوجللال، إشكالية تحديد مفهوم الوعي الاجتماعي، المجلة الجزائرية للاتصال، 4، 1990، ص 43.

<sup>4</sup>عيسى الشماس، مرجع سابق، ص 17.

<sup>5</sup>إبراهيم حمد المبرز، القنوات الفضائية وتأثيرها على منظومة القيم الاجتماعية لدى طلاب الثانوية العام، الرياض: قسم الإعلام، 2011، ص 4.

لغة: القضاء بمعنى الحكم، وقضاء الشيء أمضاه والفرغ منه، ففضى الأمر أي أحكم العمل أو أتممه وأداه.<sup>1</sup>

اصطلاحاً: يعرفها حسن فهمي بأنها: حدث في المجتمع نتيجة تغيرات طارئة وهذا بفعل عوامل خارجية كانت أو داخلية، وكثيراً من الأحيان لا يوجد لها حل منطقي ويعود انقسام.<sup>2</sup>

2- الإجراءات المنهجية للدراسة:

### 1-2- مجالات الدراسة:

يتحدد مجال الدراسة على النحو الآتي:

1/ المجال الموضوعي: حيث تتولى هذه الدراسة تحليل القضايا التي يجري بثها ضمن "برنامج عمّر راسك" على الساعة 21:00 ليلا كل جمعة على قناة Beur TV.

2/ المجال الزمني: تم الشروع في انجاز هذه الدراسة مع نهاية سنة 2018، من خلال ذلك انقسمت فترة الانجاز إلى:

✓ جانب نظري: استمر البحث فيه طوال الفترة الممتدة من شهر نوفمبر 2018 إلى غاية شهر جانفي 2019.

✓ جنب ميداني: شرعنا فيه ابتداء من شهر 04 مارس 2019 إلى غاية نهاية شهر جوان 2019. وقد مرّ انجازنا للجانب الميداني بمرحلتين:

◀ مرحلة جمع المعلومات: انطلقت من بداية شهر ديسمبر 2018 إلى غاية شهر ماي 2019، وقد تم فيها تصميم استمارة تحليل المحتوى، ثم تفرغها.

◀ مرحلة معالجة المعلومات: من شهر مارس إلى غاية شهر بداية جوان 2019.

### 2-2- مجتمع البحث والعينة:

<sup>1</sup>مصطفى إبراهيم وآخرون، معجم الوسيط، تركيا، المكتبة الإسلامية، ج2، ص 102.

<sup>2</sup>حسن فهمي، في مفاهيم القضايا والمشكلات، منتدى سامي، د.س.ن، ص 1 2.

إن نجاح أي بحث علمي يرتكز على حسن اختيار الباحث لمجتمع بحثه الأصلي بدقة والذي يوصله في النهاية إلى الإجابة عن الإشكالية المطروحة، ولما كانت إشكالية بحثنا تتمحور حول البحث عن مختلف القضايا التي يعالجها ويبرزها البرنامج التلفزيوني الساخر من خلال برنامج "عمر راسك" فإننا قمنا بالمسح الشامل للحلقات البرنامج من شهر ديسمبر 2018 إلى غاية شهر مارس 2019 والذي يتم عرضه على مدار السنة لقناة Beur TV.

ونظرا لضيق الوقت وصعوبة تطبيق خطوات منهجنا على مفردات المجتمع الأصلي، فإننا قد اعتمدنا على أسلوب المعاينة بتطبيق العينة العشوائية البسيطة والتي تعرف على أنها: عينة قائمة على الصدفة، وهي أبسط أنواع العينات رغم أنها تتبع خطوات معروفة، بحيث تمثل مفردات المجتمع بأوراق يكتب عليها حرف أو رقم، يمثل فردا معيناً من المجتمع حيث لا يمثل إلا مرة واحدة، ثم توضع هذه الأرقام في كيس أو إناء وتخلط جيدا، ثم نختار منها عددا بطريقة عشوائية بما يساوي عدد العينة المرغوبة، بعدها يقرأ الباحث الأرقام عشوائيا حسب الترتيب أي في اتجاه أفقي وحينما يقرأ رقما يوافق الرقم المكتوب على الورقة سيكون هذا الرقم مفردة من مفردات العينة المختارة<sup>1</sup>.

و قد قمنا في عملنا هذا بتطبيق هذه العينة كالاتي:

1. وضع كل حلقة في ورقة (15 عدد).
2. وضع أوراق الحلقات في وعاء.
3. استخراج كل مرة ورقة دون إرجاعها للوعاء (السحب يكون عشوائي إلى غاية الانتهاء عند العدد المطلوب (8)).
4. تدوين أرقام الأعداد و تاريخها ومدتها، والموضحة في الجدول الآتي:

#### الجدول رقم (1) يمثل أعداد العينة:

<sup>1</sup> رشيد زرواتي، تدريبات على المنهجية والبحث العلمي في العلوم الاجتماعية، الجزائر: دار هومة للنشر والتوزيع، 2003، ص 198.

رقم العدد	المدة الزمنية للعدد ثا/د	تاريخ العدد
01	36.16	2018/12/21
02	49.46	2018/12/28
03	29.17	2019/01/11
04	41.52	2019/01/26
05	40.31	2019/02/23
06	45.03	2019/03/03
07	38.10	2019/03/11
08	47.08	2019/03/26

### 2-3- نوع الدراسة والمنهج:

تندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الوصفية التحليلية، وهي تستخدم في التعرف على وسائل الإعلام وما تبثه من مضامين مختلفة إلى جماهيرها المختلفة، ومحاولة تفسيرها من أجل معرفة تناول الإعلام التلفزيوني الساخر لقضايا المجتمع الجزائري.

لذا اعتمدنا في هذه الدراسة على المنهج الوصفي وأداة تحليل المحتوى، حيث يشير مفهوم المنهج إلى الكيفية والطريقة التي يتبعها الباحث لدراسة المشكلة موضوع البحث والوصول إلى حلول لها وإلى بعض النتائج.<sup>1</sup>

ويعرف المنهج الوصفي حسب رابح تركي على أنه : استقصاء ينصب على دراسة الظاهرة كما هي قائمة في الحاضر... يقصد تشخيص جوانبها وتحديد العلاقات بين عناصرها، وهذا التعريف جاء مطابق لتعريف منهج المسح.<sup>2</sup>

ويعرفه البعض على أنه: وصف ظاهرة من الظواهر للوصول إلى أسباب هذه الظاهرة والعوامل التي تتحكم فيها واستخلاص النتائج لتعميمها، ويتم ذلك وفق خطة بحثية معينة وذلك من خلال تجميع البيانات وتنظيمها وتحليلها.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> رشيد زرواتي، مرجع سابق، ص 199.

<sup>2</sup> نائر عبد الحافظ العوامة، أساليب البحث العلمي الأسس النظرية وتصنيفاتها في الإدارة، عمان: الجامعة الأردنية للنشر، 1997، ص 104.

فالمنهج الوصفي إذا: هو تفسير الوضع القائم أي "مما هو كائن" وتحديد للظروف والعلاقات الموجودة بين المتغيرات، كما يتعدى مجرد جمع البيانات الوصفية حول الظاهرة إلى التحليل والربط والتفسير لهذه البيانات، وتصنيفها وقياسها واستخلاص النتائج منها.<sup>2</sup>

وقد طبق المنهج الوصفي كالاتي:

1. اختيار المشكلة وضبط التساؤلات والمفاهيم وفهم الدراسات السابقة.

2. تحديد مجالات الدراسة ومفرداتها.

3. معالجة المعلومات وتحليلها.

4. التوصل إلى النتائج.

4-2- أدوات جمع البيانات:

2-4-1- الملاحظة:

تعتمد هذه الدراسة على أداة الملاحظة والتي تتم من خلالها الانتباه إلى هذا النوع الإعلامي. وتعد الملاحظة من أدوات البحث العلمي، ولها أهمية في منهج البحث عامة، وبواسطتها يمكن الحصول على المعلومات والبيانات المراد بحثها، وتستخدم في مختلف مجالات البحث العلمي.

يعرفها محمد طلعت بأنها: "الأداة الأولية لجمع المعلومات وهي النواة التي يمكن أن يعتمد عليها الباحث للوصول إلى المعرفة العلمية، والملاحظة في أبسط صورها هي: النظر على الأشياء وإدراك الحال التي هي عليها".<sup>3</sup>

وتعرف أيضا: "بأنها توجيه الباحث بحواسه وعقله على طائفة خاصة من الظواهر لكي يحاول الوقوف على صفاتها وخواصها سواء كانت هذه الصفات والخواص شديدة الظهور أم خفية يحتاج الوقوف عليها إلى بعض الجهد".<sup>1</sup>

<sup>1</sup>كمال عبد الحميد زيتون، تصميم البحوث الكيفية ومعالجة بياناتها إلكترونياً، القاهرة: عالم الكتب للنشر والتوزيع، 2006، ص 200.

<sup>2</sup>أحمد مصطفى عمر، البحث العلمي - إجراءاته ومنهجه، القاهرة: مكتبة الفلاح، 2002، ص 166.

<sup>3</sup>علي معمر عبد المؤمن، منهج البحث في العلوم الاجتماعية الأساسية والتقنيات والأساليب، د.م.ن: منشورات جامعة 7 أكتوبر، 2008 ص

وتعرف: "بأنها الانتباه إلى الظاهرة أو محادثة معينة أو شيء ما بهدف الكشف عن أسبابها وقوانينها".<sup>2</sup>

وقد اعتمدت هذه الدراسة على الملاحظة العلمية البسيطة، والتي تعرف بأنها الملاحظة التي تهدف إلى الكشف عما هو جديد في الظاهرة ليصبح جزء مكمل لنسق معرفة الباحث عن العالم وتعتمد على الحواس التي تعد بمثابة الأدوات المباشرة للملاحظة، وقد تعتمد على الآلات الدقيقة.<sup>3</sup> وهذا بعد ملاحظتنا في الآونة الأخيرة للانتشار الكبير للبرامج الساخرة وأصبحت كل قناة تبث برنامج من هذا النوع ووجود قاعدة جماهيرية كبيرة متابعة لها، هذا الأمر جعلنا نخضع البرنامج الساخر "عمر راسك" للتحليل والدراسة. بتصرف.

#### 2-4-2- استمارة تحليل المحتوى:

اعتمدنا في دراستنا هذه على استمارة تحليل المحتوى كأداة من أدوات جمع البيانات باعتبار البرنامج تحليلي، بحيث تمكننا من الكشف عن الرسائل الضمنية التي يحتويها البرنامج، وقد تم بناء استمارة تحليل المحتوى، وهي مجموعة مؤشرات يمكن عن طريقها استكشاف أبعاد الدراسة عن طريق تحليل محتوى بعض أعداد برنامج "عمر راسك".

فاستمارة التحليل تعد بمثابة إطار متكامل للرموز الكمية الخاصة بكل وثيقة من وثائق التحليل وينبغي أن يصمم هيكلها العام بحيث تشمل الأقسام الآتية:

1. البيانات الأولية عن برنامج "عمر راسك".

2. فئات التحليل.

3. وحدات التحليل.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> علي معمر عبد المؤمن ، مرجع سابق، ص 227.

<sup>2</sup> دوقان عبيدات وآخرون، البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه، عمان: دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، 1990، ص 153.

<sup>3</sup> عبد الفتاح محمد العيسوي، عبد الرحمن محمد العيسوي، مناهج البحث العلمي في الفكر الإسلامي والفكر الحديث، د.م.ن: دار الراتب الجامعية 1996-1997، ص 95.

<sup>4</sup> محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، بيروت: دار مكتبة الهلال للنشر والتوزيع، 2009، ص ص 334 335.

وتعرف استمارة تحليل المحتوى بأنها أسلوب للبحث يستخدم في تحليل البيانات والمواد الإعلامية من أجل الوصول إلى استدلالات واستنتاجات صحيحة ومتطابقة في حالة إعادة البحث والتحليل.<sup>1</sup> ويعرفه والير روبنز بأنه: إجراء منتظم يستخدم لفحص مضمون المعلومات مسجلة.<sup>2</sup>

## 2-5- فئات ووحدات تحليل المحتوى:

### 2-5-1- وحدات التحليل:

وحدة التحليل هي أصغر مقطع يمكن تحديده في الوثيقة، يمكن تحديد المعاني الكامنة فيها، ويمثل بذلك عنصرا من العينة التي سنحللها.

وهي وحدات المحتوى التي يمكن إخضاعها للعد والقياس بسهولة ويعطي وجودها أو غيابها أو تكرارها أو إبرازها دلالات تفيد الباحث في تفسير النتائج، وفي دراستنا نعلم على ثلاثة وحدات أساسية تتمثل في:

**1- وحدة الزمن:** أي المدة الزمنية التي توحى بأهمية الموضوع المعروض فإذا طال عرضها يعني أنها مهمة، وإذا قصر يعني العكس، فقد تستعمل هذه الوحدة لدراسة شكل المادة المعروضة وهي تعني أن الباحث يقيس المدة الزمنية التي يستغرقها المحتوى في طريقة عرضه، كأن تكون الثواني أو الدقائق<sup>3</sup>. والزمن المستغرق في برنامج "عمر راسك" تكون مدته بالدقيقة والثواني.

- عدد المرات التي يبيث فيها البرنامج في الأسبوع هي: مرة واحدة.

- عدد المرات التي يبيث فيها البرنامج في الشهر غالبا: أربع مرات.

- عدد المرات التي يبيث فيها البرنامج في الشهر غالبا: 48 مرة.

<sup>1</sup> يوسف نمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، الجزائر، طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، 2007، ص 9.

<sup>2</sup> محمد بن عمر المدخلي، منهج تحليل المحتوى تطبيقات على مناهج البحث، جدة: جامعة الملك عبد العزيز، كلية المعلمين، د.س.ن، ص 5.

<sup>3</sup> محمد الفاتح حمدي، منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال، عمان: دار أسامة للنشر و التوزيع، نبلاء للنشر والتوزيع، 2017، ص ص 55

2- وحدة الفكرة: هي عبارة عن كلمة أو عبارة أو جملة أو فقرة تتضمن الفكرة التي يدور حولها موضوع التحليل وتكون عادة مختصرة محددة تتضمن مجموعة من الأفكار التي يحتوي عليها موضوع التحليل.<sup>1</sup>

3- وحدة الموضوع: تعتبر من أكثر الوحدات استخداما في تحليل المحتوى لارتباطها الوثيق بموضوع الدراسة.

2-6- فئات التحليل: يعتبر اختيار فئات التحليل الخطوة الأولى في تحليل المضمون فالفئات هي بمثابة المواضيع الدالة التي تعمل على تصنيف المحتوى بطريقة يمكن أن تكون كمية.

يقصد بفئات التحليل "تلك العناصر الرئيسية أو الثانوية التي يتم وضع وحدات التحليل فيها" كلمة أو موضوع أو قيم" والتي يمكن وضع كل صفة من صفات المحتوى فيها، وتصنف على أساسها، ويخضع وضع فئات تحليل المضمون في البحث إلى طبيعة الأهداف المسطرة فيه لأنه انطلاقا من هذه الأهداف يتم تحديد الفئات المعمول بها، والتي يضمن الباحث من خلالها الغرض الموضوعي والشامل للعناصر محل البحث.

يصنّف "بيرلسون" فئات التحليل إلى نوعين رئيسيين، ويندرج تحت كل منهما عدد من الفئات التفصيلية، حول مضمون المادة الاتصالية أو المعاني التي تنقلها، ويسميه "بيرلسون" بفئات محتوى الاتصال، ويدور النوع الثاني من الفئات الرئيسة حول الشكل الذي قدم فيه هذا النوع من الفئات بفئات شكل الاتصال، ويندرج ضمن هذين النوعين الرئيسيين من الفئات مجموعة من الفئات الثانوية والتي تسطر تبعا من خلال عرض الفئات.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> محمد الفاتح حمدي، مرجع سابق، ص 56.

<sup>2</sup> يوسف تمار، مرجع سابق، ص 44.



## 2-6-1- فئات الشكل (كيف قيل؟):

هي تلك الفئات التي تحاول الإجابة عن السؤال: كيف قيل؟ حيث تسعى إلى وصف المحتوى الشكلي المتوقع دراسته، لأن الشكل التي تقدم به المادة الإعلامية إلى جمهور القراء، أو المستمعين أو المتفرجين ليس دائما بريئا فالوقت والحركات، الديكور، اللغة والألوان، ولا تستعمل من باب الصدفة أو للتباهي، بل لزيادة تأثير المضمون وتوجيهه<sup>1</sup>.

وقد اعتمدنا على الفئات التالية:

- **فئة اللغة المستخدمة:** يقصد بها الوعاء الكلامي المعتمد من قبل برنامج "عمر راسك" الذي يعرض على قناة beur tv، وأكثر التقسيمات رواجاً هي عربية فصحي، مختلطة (مزيج ما بين اللغة العربية والعامية)، عامية، أجنبية...<sup>2</sup>
- **الأنواع الصحفية (القوالب الصحفية):** تستخدم هذه الفئة للفرقة بين الأشكال والأنماط التي تتخذها المادة الإعلامية، أي فنون الكتابة في الإعلام المكتوب وفنون العرض في الإعلام السمعي البصري<sup>2</sup>. وقد شملت هذه الفئة في برنامج "عمر راسك" القوالب الآتية: خبر، تقرير ريبورتاج حوار، حديث، أخرى.
- **فئة وسائل إبراز المادة المعروضة (المؤثرات والخلفيات الصوتية):** يقصد بها طريقة عرض المادة الإعلامية (صور، كلام، أغاني، موسيقى وكلام...) وتلك الأساليب الفنية التي تعمل على لفت انتباه المتفرج أو المشاهد لبعض الأفكار أو المواضيع، من بينها الأصوات سواء كانت طبيعية أو مصطنعة كصوت الأمواج، الضحك، الضجيج، التصفيق وكذا الموسيقى المصاحبة للمادة<sup>3</sup>.

<sup>1</sup> يوسف تمار، مرجع سابق، ص 44.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 52 54.

<sup>3</sup> قرابلي سامية، البرامج الثقافية في القناة الفضائية الجزائرية الثالثة، رسالة ماجستير: قسم الدعوة والإعلام والاتصال، جامعة قسنطينة 2011/2012، ص 42.

- **فئة الزمن:** تختص بقياس المدة الزمنية التي تستغرق في عرض موضوع معين في المواد السمعية البصرية، حيث تمكن من معرفة الأهمية من خلال قياس الوقت المخصص للموضوع، والزمن هنا يقاس بالثواني والدقائق، أو أي مقياس آخر في إطار تحديد الزمن أو المدة التي يستغرقها المحتوى.<sup>1</sup>
- **فئة الأساليب الإقناعية:** كل مضمون إعلامي يحتوي على أساليب إقناعية كثيرة تؤثر على الجمهور المتلقي، لذلك ارتأينا إلى استعمال هذه الفئة للتعرف على بنية النص الإعلامي حيث تدرج تحت فئات فرعية تعالج كل وحدة منها أسلوب من أساليب الإقناع في الرسالة الإعلامية وهي<sup>2</sup>:

- **الأساليب العقلية:** هي تلك الاستمالات التي تخاطب عقل القارئ للتأثير عليه بشكل عملي صرف، كتوضيح أسباب المشكلة والمخرج منها، أو توعيته من خطر موضحة حيثياته وتأثيراته بشكل مفهوم قابل للتوقع وخاضع لمتغيرات معروفة وبمنطق لا يمكن رفضه من القارئ العاقل مثل: تقديم الأرقام والإحصائيات، تقديم التعاريف والمفاهيم، بناء النتائج على المقدمات الاستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعية.

- **الأساليب العاطفية:** هي الأساليب التي تخاطب روح القارئ أو المشاهد وأحاسيسه وإن كانت مرفوضة عقليا أو غير منطقية من الناحية الصرفية، فالمشاعر الإنسانية قد تحكم تصرفات الفرد أكثر من عقله، وقد تكون بوابة الكاتب للتأثير المباشر والمستدام مثل: استخدام الأساليب اللغوية: الاستفهام والاستعارة/ صيغ أفعال التفضيل التي تثير الضحك الحزن، الاستنكار...<sup>3</sup>

## 2-6-2- فئات تحليل المضمون:

يدور هذا النوع الأول من الفئات الرئيسية حول محتوى المادة الاتصالية أو المعاني التي تنقلها في سؤال هو: ماذا قيل؟ وهي متعددة وكثيرة منها:

<sup>1</sup> المرجع نفسه، ص 43.

<sup>2</sup> سعيده شربال، فاطمة الزهراء لعرج، الأساليب الإقناعية في برامج التوعية المرورية بالإذاعة المحلية، مذكرة ماستر: قسم الإعلام والاتصال، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل، 2017/2018، ص 20.

<sup>3</sup>رامي عبد الرؤوف رجوب، المقال الساخر في الصحافة الإلكترونية الأردنية، مرجع سابق، ص ص 57 58.

● **فئة الموضوع:** يقصد بهذه الفئة تحديد الموضوعات الفرعية التي تدور حولها مواد الاتصال، إن كل مادة اتصال موضوعاً رئيسياً تدور حولها موضوعات فرعية ينقسم إليها، وتحديد فئات موضوع الاتصال يختلف من بحث لآخر، كما يختلف من فترة زمنية إلى أخرى.

لعل هذه الفئة أكثر الفئات استخداماً في دراسات تحليل المضمون، حيث تشير الدكتورة "ليلي عبد المجيد" إلى أن هذه الفئة استخدمت في 75% من إجمالي البحوث موضوع الدراسة التي قامت بها، ويتولى الباحث ضمن هذه الفئة تصنيف مضمون بحثه وفقاً لموضوعاته، محبباً على التساؤل الخاص بموضوعه أو مجموعة الموضوعات محل اهتمام المادة المدروسة، ويتم تقسيم كل موضوع رئيسي إلى مجموعة موضوعات فرعية<sup>1</sup> والتي يمكن تقسيمها إلى موضوعات أخرى في إطار البحث و احتياجاته و إمكانية إخضاع الموضوعات إلى موضوعات سياسية، دينية اجتماعية...، أو تقسيم الموضوعات السياسية إلى موضوعات فرعية: زيارات، قرارات سياسية تصريحات سياسية...

● **فئة الأهداف:** تستعمل هذه الفئة للبحث عن مختلف الأهداف التي يريد المضمون محل الدراسة إبلاغها أو الوصول إليها، طبعاً لكل مضمون هدف أو أهداف خاصة، وعليه فمن الطبيعي أن تختلف مكونات هذه الفئات من بحث إلى آخر ذلك حسب طبيعة البحث والإطار النظري ينطلق منه الباحث، فالقائم بالاتصال يبني خطابه تبعاً لأهداف على الباحث لاستكشافها وتحليلها.<sup>2</sup>

● **فئة المصدر:** كثيراً ما تعتمد المضامين الإعلامية على عدة مصادر تجمع من خلالها المادة التي تشكل في نهاية المطاف المضمون المقدم، وعليه فئة المصدر أو المصادر، تبحث عن مختلف تلك المنابع التي تغذي المضمون محل التحليل، و تتمثل أهم هذه المصادر في الجرائد والصحف والمحطات الإذاعية والتلفزيونية، مواقع التواصل الاجتماعي، بالإضافة إلى المصادر المجهولة.

<sup>1</sup> يوسف تمار، تحليل المحتوى للطلبة والباحثين الجامعيين، مرجع سابق، ص 60.

<sup>2</sup> لمياء سليمان، مرجع سابق، ص 14.

● **فئة الاتجاه:** يختار الباحث هذه الفئة عادة لمعرفة الاتجاه الذي يأخذه المضمون محل التحليل فهي من أكثر الفئات استعمالاً في دراسة محتوى وسائل الإعلام، هذه الفئة جد هامة في معرفة التوجهات العامة التي يريدها صاحب المحتوى من خطابه، و يمكن للباحث إيجاد أصناف أخرى من الاتجاه، يراها مناسبة لخدمة موضوع بحثه أو يكتفي بأكثرها شيوعاً (مؤيد، معارض محايد).<sup>1</sup>

● **فئة الجمهور المستهدف:** تساعد هذه الفئة الباحث في معرفة الجمهور الذي يريد القائم بالاتصال الوصول إليه، طبيعته، سماته، هل هو جمهور خاص؟ أم عام؟ هل هو فئة معينة أم مجموعة من الفئات.<sup>2</sup>

### 3/ المقاربة العلمية:

#### 3-1- مفهوم النظرية البنائية الوظيفية:

تعد النظرية الوظيفية أحد المداخل الأساسية لدراسة وسائل الإعلام ووظائفها المختلفة، وكذا الآثار المترتبة عن استعمالها سواء بالنسبة للفرد أو المجتمع.

عرفت النظرية الوظيفية تسميات عدة مثل النظريات البنائية الوظيفية نظريات التحليل الوظيفي النظريات المحافظة، وغيرها من التسميات الأخرى.<sup>3</sup>

وتستمد هذه النظرية أصولها الفكرية العامة من آراء مجموعة من علماء الاجتماع التقليديين والمعاصرين، الذين ظهروا على وجه الخصوص في المجتمعات الغربية الرأسمالية، حيث اهتمت بدراسة كيفية احتفاظ المجتمعات على الاستقرار الداخلي والبقاء عبر الزمن، وتفسير التماسك الاجتماعي والاستقرار، وهذا ما تمثل في أفكار ونظم رواد علم الاجتماع الغربيين من أمثال: "أوجست كونت" إيميل دور كايم، "هيربرت سبنسر"، وأيضا آراء العديد من علماء الاجتماع الأمريكيين المعاصرين

<sup>1</sup> محمد الفاتح حمدي، منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال، ص 58 59.

<sup>2</sup> يوسف تمار، مرجع سابق، ص 44.

<sup>3</sup> عبد الله محمد عبد الرحمن، سوسيولوجيا الاتصال والإعلام، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 2006، ص 146.

مثل: "تالكوت بارسونز"، "روبرت ميرتون" وغيرهم من رواد الجيل الثاني من علماء الاجتماع الرأسماليين الذين امتدت آراءهم حتى نهاية السبعينات من القرن 20.<sup>1</sup>

وأما عن مفهوم البنائية الوظيفية فهي مركبة من جزأين:

◀ **البناء structure**: وهو مصطلح يشير إلى الطريقة التي تنظم بها الأنشطة المتكررة في المجتمع.

◀ **الوظيفة fonction**: ويشير هذا المصطلح إلى مساهمة شكل معين من الأنشطة المتكررة في

الحفاظ على استقرار وتوازن المجتمع.<sup>2</sup>

ويمكن تحديد مفهوم البنائية الوظيفية من خلال أهم العناصر التي تنطوي عليها وهي:

أ/ **مفهوم البناء والنسق**: رغم تقارب مفهومي النسق والبناء إلا أن التحليل الوظيفي أصفى على المفهومين أبعاد متميزة خصوصاً "بارسونز"، الذي يعتبر أن مفهوم النسق أكبر بكثير من مفهوم البناء.<sup>3</sup>

وتصور البنائية الوظيفية النظام على أنه يتألف من مجموعة من الأدوار الاجتماعية المترابطة التي تنتظم مع بعضها تسهم في تحقيق هدف معين، وأن البناء هو ذلك التنظيم الذي يرتبط بين هذه الأجزاء، وبالتالي فإن البناء الاجتماعي ذو ثلاثة مستويات مندرجة، يتمثل المستوى الأول في الدور الذي يقوم به فرد معين في إطار نظام اجتماعي، أما الثاني فيتمثل في ترابط الأدوار الاجتماعية في نطاق اجتماعي معين، ويأتي المستوى الثالث وهو أهم المستويات، ووحدته مستوى المجتمع ككل.<sup>4</sup>

وقد عرف بارسونز النسق الاجتماعي في كتابه "النسق الاجتماعي" سنة 1951 بأنه: عبارة عن وحدة اجتماعية سواء كانت جماعية أو تنظيم أو مجتمع أو أمة، تتألف من مجموعة من العناصر والأجزاء التي تعتمد على بعضها البعض في إطار علاقات منتظمة تتكامل بنائياً، ويحوي النسق الاجتماعي مجموعة من الأنساق الفرعية هي:

<sup>1</sup> حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، مرجع سابق، ص ص 124 125.

<sup>2</sup> محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة: عالم الكتب، 2004، ص 31.

<sup>3</sup> صرفت الطرابشي، عبد العزيز السيد، مرجع سابق، ص 100.

<sup>4</sup> Parsons alcott, le système des sociétés modernes, paris, tourd, millerag, 1973, p 88.

5. القيم: ووظيفتها المحافظة على الأنماط الثقافية.

6. المعايير: وتؤدي وظيفة تكامل الأنساق الاجتماعية...

7. الجماعات: ووظيفتها تتمثل في تحقيق الغايات الجماعية.

8. الأدوار: ووظيفتها هي التكيف.<sup>1</sup>

ب/ الوظيفة: يعتبر مفهوم الوظيفة من المفاهيم المفتاحية لنظرية البنائية الوظيفية، غير أنه يتضمن معاني مختلفة ومتباعدة.

ج/ الخلل الوظيفي: يعد الخلل الوظيفي وليد النقد الذي وجهه ميرتون إلى مقولة الوظيفة الشاملة التي عثر عليها في أعمال الأنثروبولوجيين أمثال "مالينوفسكي وكلوكوهن"، والتي فحواها أن كل العناصر الثقافية والاجتماعية لها وظائف إيجابية وصفها مالينوفسكي بالحوية.<sup>2</sup> وعلى تنظيمها مع بعضها، تسهم في تحقيق هدف معين واعتبر بشكل متميز كلا من مفهومي الوظيفة والبنائية كأداتي تحليل جد ضروريتين لفهم كل عنصر اجتماعي أو ثقافي.

أما التأثير الأكبر فيعود إلى "إميل دوركايم" إذ يعتبر أول من استخدم النظرية الوظيفية بشكل منظم بتفسيره جوانب اجتماعية متعددة من خلال سؤاله: ما هي الأدوار الوظيفية التي قامت بها هذه الحقائق الاجتماعية في المحافظة على النظام الاجتماعي كنظام كلي؟، فلقد وجد أن الدين يمتلك وظيفة إرساء مجموعة من القيم الشائعة، التي تعزز وحدة وتماسك من يؤمنون بتلك المعتقدات والمدارس كذلك لها وظيفة نقل الثقافة من جيل إلى جيل.<sup>3</sup>

كما اكتسب مفهوم الوظيفة قيمة كبيرة مع عالم الاجتماع الأمريكي "تالكوت بارسونز" حيث اعتبر أن المجتمع عبارة عن الكل فهو بمثابة نسق أو نظام أو بناء والذي يمثل مجموعة من العلاقات الثابتة نسبيا بين الأفراد.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> نيكولا تيما شيف، مرجع سابق، ص ص 140 141.

<sup>2</sup> حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، مرجع سابق، ص 127.

<sup>3</sup> فهيمي سليم الغزوي، المدخل إلى علم الاجتماع، عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع، 2006، ص 85.

<sup>4</sup> صرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، القاهرة: دار النهضة العربية، 2006، ص 99.

والملاحظ أن البنائية الوظيفية تطورت بفضل إسهامات العديد من الرواد الذين حاولوا إعطاء مفهوم واضح وحاولوا تحديد عناصرها، ليخلصوا في النهاية أن تنظيم المجتمع وبناءه هو ضمان استقراره، وذلك نظرا لتوزيع الوظائف بين عناصر هذا التنظيم بشكل متوازن يحقق الاعتماد المتبادل بين هذه الوظائف.<sup>1</sup>

فمصطلح الخلل الوظيفي يشير إلى الآثار غير المرغوب فيها التي تحدثها الوحدات داخل النسق الوظيفي.

#### د/ البدائل الوظيفية:

إذا كان الخلل الوظيفي يعبر عن جزء من حقيقة مفادها أن بعض العناصر يمكن أن تكون غير وظيفية ضمن نسق ما، فإن مفهوم البدائل الوظيفية تعبر عن الجزء الثاني الذي مفاده أن الوظيفة نظرا لكونها حيوية لا يمكن الاستغناء عنها، فمن الممكن القيام بها بواسطة أطراف عدة تتبادل هذه الوظيفة. ويمكن لعنصر واحد أن تكون له عدة وظائف.<sup>2</sup>

#### 3-2- الخلفية التاريخية:

إن فكرة البناء لمجتمع ما كمصدر لاستقراره لا تعد جديدة كفلسفة اجتماعية فأفلاطون في جمهوريته يطرح القياس بين المجتمع والكائن العضوي، فكلاهما يعني نظاما من أجزاء مترابطة في توازن ديناميكي، وفي المجتمع المثالي الذي وصفه أفلاطون تقوم كل فئة من المشاركين في هيكل اجتماعي بإنجاز الأنشطة التي تساهم في تحقيق التناسق الاجتماعي العام.<sup>3</sup>

وقد أثبت "مالينوفسكي" باعتماده على منهج الملاحظة بالمشاركة أثناء سنوات البحث الأنثروبولوجي المعمق الطويل في غينيا الجديدة ثم في جزر كروبرياندا، أن المجتمع عبارة عن كل يتشكل

<sup>1</sup> المرجع نفسه، ص ص 103 104.

<sup>2</sup> نيكولا تيماشيف، مرجع سابق، ص 241.

<sup>3</sup> حسن عماد مكاوي، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2003، ص ص 126 127.

من أجزاء تؤدي وظائف وصفها بالضرورة لتوازن المجتمع، إذ تشكل هذه الوظائف الأساس الذي يجب الارتكاز عليه لتفسير الوقائع الاجتماعية.<sup>1</sup>

وقد وجه "مالينوفسكي" بانتقادات شديدة، حيث ارتبطت وظيفته بالممثلات البيولوجية، إذ ردت مجمل العناصر الثقافية عنده إلى مجرد استجابات لدوافع جسم الكائن العضوي، فوظيفته تمثل إحياء أجزائها للحتمية البيولوجية.

أما راد كليف براون فقد قوبلت أعماله بالقبول، فهو ينظر إلى المجتمع باعتباره كل متكامل يسعى إلى الحفاظ على استمرارته، وأكد على الوحدة الوظيفية لكل نسق اجتماعي.<sup>2</sup>

**3-3- افتراضات النظرية البنائية الوظيفية:** ويمكن القول أن النظرية الوظيفية تقوم على افتراضات أهمها:

1- يمكن النظر إلى أي شيء سواء كان كائنا حيا أو اجتماعيا أو فردا أو مجموعة أو تنظيما رسميا أو مؤسسة أو مجتمعا أو حتى العالم بأسره على أنه نسق أو نظام *Systeme* وهذا النسق يتألف من عدد من الأجزاء المترابطة، لكل جزء وظيفة محددة يقوم بها للمحافظة على النسق.

2- لكل نسق احتياجات أساسية لا بد من الوفاء بها، وإلا فإن النسق سيفنى أو يتغير تغيرا جوهريا، فالمجتمع في حاجة لتنظيم أساليب السلوك وفي حاجة لإضافة أفراد جدد وفي حاجة لمجموعة لرعاية الأطفال وفي حاجة إلى القيم والضبط...<sup>3</sup>

3- يمكن تحقيق كل حاجة من حاجات النسق بواسطة عدة مفردات أو بدائل *alternatives* وحاجة المجتمع للتماسك تتحقق عن طريق قوة العادات والتقاليد، سيادة قدسية الدين، وحاجة المجتمع إلى الأخلاق والقيم تتحقق عن طريق الدين والتربية.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> نور الدين هميسي، أنماط الإعلان في الصحافة الجزائرية المكتوبة، دراسة ماجستير غير منشورة: قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، 2007، ص 33.

<sup>2</sup> نيكولا تيماسيف، نظرية علم الاجتماع، طبيعتها وتطورها، ترجمة محمود عودة وآخرون، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1999، ص 405.

<sup>3</sup> برهان شاوي، مدخل إلى الاتصال الجماهيري ونظرياته، عمان: دار الكندي، 2003، ص 92.

<sup>4</sup> صرف الطرايشي، عبد العزيز السيد، مرجع سابق، ص 255.



4- توازن النسق قضية جوهرية فلا بد أن يكون المجتمع في حالة توازن Equilibreur ولكي يتحقق هذا التوازن لابد أن تبلي كل حاجات النسق والتوازن يتم من خلال تكامل مكونات النسق وترابطها، بحيث تقاوم أي تغييرات قد تضر بقاء النسق، وإذا حدث أي تغيير فإن النسق يرجع إلى حالة التوازن بصورة تلقائية، ففي النسق الديني في المجتمع السعودي هناك حاجات لتوازن هذا النسق تتمثل في الحفاظ على ثوابت الدين الإسلامي من خلال العلماء أصحاب الثقة.<sup>1</sup>

وأنة حينما يكون هناك انحراف في الفكر الديني فعليا ما يعود الناس للثوابت الراسخة ومن ثم يستعيد النسق توازنه رافضا أي انحراف، وبالتالي يمتد أثر ذلك التوازن في النسق الديني إلى توازن النسق التربوي الذي يدين في كثير من مقوماته في المجتمع السعودي على النسق الديني حيث أن ثقافة المجتمع السعودي مبنية على الإسلام في كافة جوانب الحياة.

5- لكل جزء من أجزاء النسق سمة تؤثر في بقاءه وتوازنه، فقد يكون وظيفيا أي يسهم في تحقيق التوازن، وقد يكون معروفا وظيفيا أي يقلل من عدم التوازن، أو قد يكون غير وظيفي أي عديم القيمة بالنسبة للنسق.<sup>2</sup>

6- وحدة التحليل هي الأنشطة والنماذج المتكررة والصور العامة للسلوك، وليست وحدات فردية محددة فالتحليل الوظيفي لا يحاول أن يشرح كيف ترعى وتربي أسرة معينة أطفالها، وإنما يهتم بكيفية تحقيق الأسرة كنظام لهذا الهدف من خلال الاستفادة من معطيات النسق الديني.<sup>3</sup>

يتضح مما سبق أن النظرية الوظيفية تنظر إلى المجتمع باعتباره نسق في حالة توازن، هذا النسق هو بناء منظم وثابت مكون من عدد من الأجزاء المترابطة، ولكل جزء (أو نظام) من هذه الأجزاء وظيفة يؤديها للحفاظ على بقاء النسق وتوازنه.<sup>4</sup>

<sup>1</sup>عاطف عدلي العبد، نحي عاطف العبد، نظريات الإعلام وتطبيقها العربية، د.م.ن: دار الفكر العربي، 2008، ص 240.

<sup>2</sup>برهان شاوي، مرجع سابق، ص 100.

<sup>3</sup>عاطف عدلي، نحي عاطف العبد، مرجع سابق، ص 246.

<sup>4</sup> المرجع نفسه، ص 247.

3-4- نقد النظرية الوظيفية: يمكن استعراض أبرز الانتقادات التي وجهت للنظرية البنائية الوظيفية في

النقاط التالية:

1- لقد انصب التركيز على الجوانب الثابتة من النسق الاجتماعي أكثر من الاهتمام بالأبعاد الديناميكية المتغيرة، وكانت الأبعاد الثقافية للنسق الاجتماعي أكثر استخداماً في التفسير من غيرها من مكونات النسق.

2- يؤخذ على الاتجاه البنائي الوظيفي أنه أحادي النظرة بمعنى أنه لا يرى ويبحث في النسق الاجتماعي إلا أبعاد التوازن والوظائف وتحقيق الأهداف، فلا يهتم بتحليل أبعاد أخرى مثل أبعاد التغيير والاضطراب والأمراض والمشكلات الاجتماعية.

3- المبالغة في محاكاة نموذج العلوم الطبيعية، وخاصة نموذج علوم الحياة وكأن النسق الاجتماعي كائن عضوي تحكمه نفس القوانين التي تحكم حركة الكائنات الحية.<sup>1</sup>

4- استبعاد فكرة التغيير الاجتماعي وخاصة الجذري والشامل، وحتى وإن عرف النموذج البنائي الوظيفي بشيء من التغيير الاجتماعي النابع من عوامل كائنة داخل النسق، فإنه لا يعطي أي اهتمام بل يهتم مطلقاً بالتغيير الاجتماعي الذي يتم بفعل عوامل من خارج النسق الاجتماعي.

5- أهمل الاتجاه البنائي الوظيفي فكرة الصراع الاجتماعي، مع أن هذا المتغير أساسي في فهم تغير وتطور المجتمعات الإنسانية الصناعية والنامية منها على حد سواء.<sup>2</sup>

6- صعوبة اختبار كثير من المفاهيم والتصورات والقضايا التي يستند إليها الاتجاه البنائي الوظيفي في فهم المجتمع.

7- لا يطرح أسئلة رئيسية وجذرية حول غاية الفعل الاجتماعي، فهو يهتم بنتائج الفعل واستمراره في النظر إلى مضامينه وغاياته البعيدة.<sup>1</sup>

<sup>1</sup> كريب أيان، النظرية الاجتماعية من بارسونز إلى هابرماس، ترجمة محمد حسين غلوم، ع 244، الكويت: عالم المعرفة، 1999، ص 120.

<sup>2</sup> الحوات علي، النظرية الاجتماعية - اتجاهات أساسية، مالطة: منشورات ألجا، 1998، ص 104.

## 3-5- إسقاط النظرية البنائية الوظيفية على دراستنا:

وبإسقاط النظرية البنائية الوظيفية على دراستنا واعتبار أن وسائل الإعلام جزء من البناء الكلي يقوم بوظائف منها الحفاظ على تماسك المجتمع من خلال المضامين الإعلامية التي يقدمها للجماهير وبذلك فإن برنامج "عمر راسك" يهتم بطرح مختلف القضايا والمواضيع ومعالجة السلبيات الموجودة فيها، وكذا الاستفادة من إيجابياتها من أجل تكوين وعي جماهيري وبناء مواقف إزاء مختلف القضايا والمشاكل التي يعاني منها المجتمع الجزائري.

## خلاصة الفصل:

تناول هذا الفصل أهم الخطوات المتبعة في إعداد دراستنا، بداية بتوضيح إشكاليها، حيث قمنا بضبط مشكلة الدراسة، وعرضنا أهدافها والدراسات السابقة أو المشابهة لها، بعد ذلك قدمنا بعرض لمختلف المفاهيم المتضمنة في موضوع الدراسة، ثم تطرقنا لأهم الإجراءات المنهجية المتبعة بداية من

<sup>1</sup>الحامد محمد بن معجب، دور المؤسسات التربوية غير الرسمية في عملية الضبط الاجتماعي، الرياض: مركز مكافحة الجريمة، 1415، ص ص 78

مفردات البحث وعينته، يليها نوع الدراسة ومنهجها، ثم أدوات جمع البيانات وأخيرا المقاربة العلمية للدراسة.

## الفصل الثاني: الإعلام التلفزيوني الساخر

### تمهيد

#### 1-2- ماهية الإعلام التلفزيوني

1-1-2- مفهوم الإعلام التلفزيوني

2-1-2- نشأة الإعلام التلفزيوني

3-1-2- خصائص الإعلام التلفزيوني

4-1-2- وظائف الإعلام التلفزيوني

5-1-2- دور الإعلام التلفزيوني

#### 2-2- بنية البرامج التلفزيونية

1-2-2- تعريف البرنامج التلفزيوني

2-2-2- أشكال البرنامج التلفزيوني

3-2-2- خطوات إعداد البرنامج التلفزيوني

4-2-2- تنفيذ البرنامج التلفزيوني

#### 3-2- الإعلام التلفزيوني الساخر

1-3-2- مفهوم الإعلام الساخر

2-3-2- ظهور الإعلام الساخر

3-3-2- بواعث الإعلام الساخر

4-3-2- معايير الإعلام الساخر

5-3-2- مظاهر الإعلام الساخر

6-3-2- أنواع الإعلام الساخر

7-3-2- وظائف الإعلام الساخر

8-3-2- أساليب الإقناع في الإعلام الساخر

### خلاصة الفصل

## تمهيد:

يعد الإعلام التلفزيوني حاجة ضرورية في سياق الحياة الاجتماعية، فقد أحدثت تطورا هائلا في نقل الأخبار، ولهذا اتسعت دائرة الإعلام التلفزيوني، وأصبحت تشمل أنواعا عديدة ومختلفة منها المرئية التلفزيونية، المسموعة الإذاعة والمقروءة الصحف والمجلات، والسمعية المرئية تمثلت في مواقع التواصل الاجتماعي، ومن بين هذه الوسائل التلفزيون الذي ساهم في خلق مجتمع متفاعل مع برامجه ويتشكل هذا التفاعل حسب نوع البرامج المقدمة، ففي الآونة الأخيرة ظهر نوع جديد من البرامج التي اكتسحت الساحة الإعلامية ولاقت رواجاً كبيراً خصوصا من طرف القنوات الخاصة، التي جعلت منها منبرا لحرية الرأي والتعبير، فهي بمثابة سلاح فتاك لكسر الطابوهات الاجتماعية، ألا وهي " البرامج التلفزيونية الساخرة " التي لاقت متابعة من طرف الجمهور عبر جل القنوات.

فالبرامج الساخرة هي في العادة البرامج التي يختارها المشاهدين للتنفيس ونسيان المتاعب بحيث لاقت شهرة واسعة وحضت باهتمام كبير في الآونة الأخيرة.

وسنحاول من خلال المبحث الأول من هذا الفصل الإحاطة بموضوع الإعلام التلفزيوني بتحديد مفهومه، ونشأته في العالم الغربي والعالم العربي وفي الجزائر، بالإضافة إلى خصائص الإعلام التلفزيوني ووظائفه، أما المبحث الثاني فنتناول فيه البرامج التلفزيونية من حيث التعريف وأشكال البرامج التلفزيونية، وخطوات إعدادها وتنفيذه، في حين المبحث الثالث نتناول فيه الإعلام الساخر من حيث المفهوم والنشأة والأهداف والوظائف...

2-1- ماهية الإعلام التلفزيوني:

2-1-1 مفهوم الإعلام التلفزيوني:

يعرف الإعلام على أنه: "عملية تزويد الجماهير بالمعلومات الصحيحة والحقائق والأخبار الصادقة بهدف معاونتهم على تكوين الرأي السليم إزاء مشكلة من المشاكل أو مسألة عامة".<sup>1</sup> أو "هو مجموعة الوسائل الهادفة إلى تحقيق الاتصال ونقل المعلومات والمعارف بموضوعية بغية الإخبار والتوجيه".

أما التلفزيون فهو كلمة لاتينية "Télévision" مكون من مقطعين "Télé" ومعناه عن بعد و"vision" معناه الرؤية، أي الرؤية عن بعد.<sup>2</sup>

ويعرف أيضا أنه: "وسيلة لبث واستقبال الصور والأصوات عبر مسافات طويلة وإلى عدد غير محدود من الأمكنة، فهو وسيلة لنشر وإذاعة المعلومات".<sup>3</sup>

كما يعرف بأنه: "وسيلة نقل الصورة والصوت في وقت واحد بطريق الدفع الكهربائي وهو أهم الوسائل السمعية البصرية للاتصال بالجماهير عن طريق بث برامج معينة".<sup>4</sup>

أما الإعلام التلفزيوني فيعرفه محمد شطّاح بأنه: "تقديم الأحداث والوقائع والأداء التي تم أكبر عدد من الأفراد في أوقات هامة، مع الأخذ بعين الاعتبار حدود الوقت التي تفرضها طبيعة الوسيلة المستخدمة، ومدى قدرة الجمهور على نقل هذا الكم من المعلومات والصور".<sup>5</sup>

ويعرف أيضا بأنه: "وسيلة من وسائل نقل الظواهر، أي نقل الظاهرة لمعرفة الواقع الاجتماعي أو السياسي أو الثقافي".

<sup>1</sup> سناء الجبور، الإعلام الاجتماعي، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010، ص 7.

<sup>2</sup> سمير لعرج، دور التلفزيون في تشكيل القيم الجمالية لدى الشباب الجامعي، أطروحة دكتوراه: قسم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 2006-2007، ص 4.

<sup>3</sup> منير محمد حجاب، الموسوعة الإعلامية، د. م. ن، مج 4، دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، ص 200.

<sup>4</sup> زكي بدوي، معجم مصطلحات الإعلام، القاهرة: دار الكتاب المصري، 1985، ص 65.

<sup>5</sup> محمد شطّاح، الإعلام التلفزيوني - نشرات الأخبار المحتوى والجمهور، عمان: دار الكتاب الحديث 2006، ص 12.

فالإعلام التلفزيوني "هو نشر الوقائع والآراء والأخبار عن طريق إرسال واستقبال الكابلات (الألياف البصرية).<sup>1</sup>

ويقصد به أيضا "عملية بث تلفزيوني تضع تحت تصرف الجمهور أو فئات معينة منه، إشارات أو صور أو أصوات أو كتابات من أي نوع كان، وذلك بواسطة القنوات والموجات وأجهزة البث والشبكات وغيرها".<sup>2</sup>

ويمكن القول أن الإعلام التلفزيوني: "هو مجال للتعبير عن الآراء ورصد الظواهر وتبسيط الضوء على القضايا ونقل الأحداث من مكان وقوعها مباشرة عبر وسيلة اتصال مرئية، تقوم فيها آلية التصوير الإلكترونية بتحويل صورة مضاءة إلى نبضات كهربائية تنقلها محطة الإرسال وتستقبلها أجهزة الاستقبال، وتعيد تكوينها لإيصالها إلى المشاهد قصد تنميته وتوعيته وثقافته".

## 2-1-2- نشأة الإعلام التلفزيوني:

شهدت وسائل الإعلام السمعية البصرية تطورا واسعا وسريعا، وليس على مستوى الإمكانيات المادية فقط، بل تعدى ذلك إلى مستوى المضامين الإعلامية التي تقدمها فبظهور التلفزيون عرفت البشرية قفزة نوعية في مجال الإعلام والاتصال وازداد تطور التلفزيون مع التقدم العلمي الذي وصل إليه العالم في العصر الحالي وبعد مروره بالعديد من التجارب من قبل الباحثين والعلماء. ويعد الإعلام التلفزيوني ذو أهمية لدى مشاهديه وله تأثير كبير على سلوكياتهم كونه يحظى بشعبية كبيرة من قبلهم.

ويمكن القول أن القرن العشرين هو "عصر التلفزيون" فهو من أقوى الأجهزة الإعلامية وذلك لاعتماده على الكلمة والصوت والصورة عند مخاطبة الجماهير.

<sup>1</sup> فضيل دلبو، الإتصال- مفاهيمه- نظرياته -ووسائله، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2003، ص 96.

<sup>2</sup> القاضي أنطوان الناشف، البث الإذاعي والتلفزيوني والبث الفضائي، بيروت: منشورات المجلي الحقوقية، 2003، ص 97.



## 1-2-1- الإعلام التلفزيوني في العالم الغربي:

بدأت التجارب الأولى على التلفزيون في الولايات المتحدة الأمريكية مع مطلع القرن 20 واعتمدت على الأبحاث السابقة لظهور التلفزيون والمتمثلة في تجارب التلغراف، الراديو، التصوير الصوتي وغيرها من الاختراعات.

الجدول رقم (02): يمثل أهم التجارب والتطورات التي عرفها التلفزيون.<sup>1</sup>

السنة	التجارب أو الاختراعات
1884	اختراع الألماني "بول نيكوف" لجهاز مسح يرسل الصور لمسافات قصيرة.
1922	طور الأمريكي فيلو فارنزوت نظام مسح إلكتروني.
1923	الروسي "فلاديمير زوريكين" يبتكر آلة التصوير التلفزيونية المخزنة (الإيكونوسكوب) وصمام الصورة (الكينوسكوب) المستخدم في أجهزة الاستقبال التلفزيونية.
1926	اختراع "جون بيرد" لنظام تلفزيوني يعمل بالأشعة تحت الحمراء لالتقاط الصور تحت الظلام.
1927	قيام "جون لوجي بيرد" بتجارب بث إشارات تلفزيونية قادرة على عبور مسافات طويلة (700 كلم) باستخدام خط هاتفي بين مدينتي لندن وكلاسيكو.
1928	"جون بيرد"، يقوم بأول بث تلفزيوني عبر المحيط الأطلسي بين مدينتي لندن ونيويورك.
1929	"زوريكين" يقوم بعرض أول نظام تلفاز عملي إلكتروني متكامل.
1929	أول إرسال تلفزيوني غير منتظم من قبل BBC
1936	أول بث تلفزيوني منتظم من قبل هيئة الإذاعة البريطانية BBC
1951	البث العلني الأول بالألوان للتلفزيون.

<sup>1</sup> جمال محمد عبد المحي، مدخل تاريخي لنشأة وتطور التلفاز، مجلة أماراباك، ع71، مج3، 2012، ص ص5 و6.

وعرف العالم الغربي البث التلفزيوني في عشرينيات القرن الماضي، وكانت الانطلاقة من فرنسا عام 1935، حين وضعت مرسلات البث على قمة برج إيفل.<sup>1</sup>

غير أن بداية البث المنتظم كانت من قبل هيئة الإذاعة البريطانية (BBC)، وشركتا (CBS) والإذاعة القومية بالولايات المتحدة الرائدتان في تجارب البث التلفزيوني في العالم، حيث بدأت هيئة الإذاعة البريطانية بثها المنتظم عام 1936، وذلك بالبث من قصر إلكسندرا في لندن، وتعتبر أيضا أولى مؤسسات التلفزيون التي تقدم التصوير والبث الحي من خارج الاستوديوهات المغلقة<sup>2</sup>، ثم تطورت نشاطات التلفزيون وتعددت محطات البث الحي فوصلت إلى أربع محطات رئيسية هي (BBC2) (ITV) القناة الرابعة.<sup>3</sup>

أما في فرنسا فأذيعت أول نشرة إخبارية من التلفزيون الفرنسي سنة 1949.

وروسيا عرفت التلفزيون والبث التلفزيوني عام 1939، غير أن المشروع لم يزدهر بسبب الحرب العالمية الثانية، وبعد الحرب استأنف السوفييات الخدمة التلفزيونية في عام 1946.<sup>4</sup>

أما الولايات المتحدة الأمريكية فتعتبر ميدانا واسعا ونشطا لأبحاث التلفزيون منذ مطلع القرن الماضي، حيث قامت شركة RCR ببثها التلفزيوني التجريبي في نيويورك عام 1939، إلا أن البث الرسمي لم يبدأ إلا سنة 1941<sup>5</sup>، حين ظهرت ست محطات تلفزيونية جارية في الولايات المتحدة الأمريكية، وفي عام 1948 تم صنع مليون جهاز تلفزيون في الولايات المتحدة.<sup>6</sup>

وفي عام 1951 شمل البث التلفزيوني في الولايات المتحدة أكثر من 60% من البيوت الأمريكية، ومع بداية الستينات (1962) ظهرت الشاشة الملونة في السوق الأمريكية، وفي

1 فؤاد أحمد الساري، وسائل الإعلام - النشأة والتطور، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011، ص 336.

2 عبد الرزاق محمد الدليمي، المدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال، عمان: دار الثقافة والنشر والتوزيع، 2011، ص 16.

3 أسامة ظافر كبارة، برامج التلفزيون والتنشئة التربوية والاجتماعية للأطفال، بيروت: دار النهضة العربية، 2003، ص 145.

4 فؤاد أحمد الساري، مرجع سابق، ص 331.

5 سليم عبد النبي، الإعلام التلفزيوني، مرجع سابق، ص 26.

6 عبد الرزاق محمد الدليمي، مرجع سابق، ص 168.

الثمانينات ارتفعت محطات البث إلى 1600 محطة بين تلفزيوني ومن أبرز المحطات نجد:  
 1. GBS. ABC. NBC. CBC. CNN

وأطلق أول قمر صناعي للاتصالات التجارية في عام 1965، وهذا ما جعل البث التلفزيوني عالمي النطاق وتجاوز العوائق الجغرافية والحدود السياسية.<sup>2</sup>  
 في منتصف الستينات عم البث التلفزيوني كل دول العالم الأوروبي، ولم يعد التلفزيون مجرد وسيلة ترفيه، بل أصبح وسيلة تعليمية أو سلاحا دعائيا سياسيا فتاكا، ومنبرا للثقافة والمعرفة بالمقارنة مع إيجابياته.

وعرف الإعلام التلفزيوني تطورا كبيرا خاصة بعد ظهور البث أو الإعلام الفضائي والذي شكل مرحلة العولمة والتي قلصت المسافات الجغرافية بين الدول والمجتمعات من جهة لكنها من جهة أخرى ساهمت في خلق الاحتكاك الحضاري بين الأمم من خلال الثقافات والمفاهيم والقيم دون حدود بين مجتمعات البشرية.<sup>3</sup>

وكانت للمنطقة الغربية تجارب في مجال البث التلفزيوني الفضائي المباشر لحوض البحر الأبيض المتوسط خلال منتصف الثمانينات والتسعينات من القرن الماضي.

حيث أطلقت فرنسا أول قمر صناعي خاص بالبث المباشر في أكتوبر 1985 (TDF1) وأعقبته بعد ذلك بقمر ثان (TDF2) في أبريل 1990. وتم توزيع قنوات القمر الأول على القناة الفرنسية الأولى (TF1) والقناة الفرنسية الثانية (F2). والقناة الفرنسية السابعة (TV7)، أما قنوات القمر الثاني فتم توزيعها على القناة الخامسة (LA5) و(U6) والقناة الفرنسية (CANAL+).<sup>4</sup>  
 وأطلقت ألمانيا أول قمر صناعي خاص بالبث المباشر في أوت 1988 والمسمى (TV SAT).

<sup>1</sup> أسامة ظافر كبارة، مرجع سابق، ص 144.

<sup>2</sup> علي كنعان، مدخل إلى الصحافة والإعلام، عمان: دار الأيام للنشر والتوزيع، 2015، ص 61.

<sup>3</sup> غسان عبد الوهاب الحسن، الصحافة التلفزيونية، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2013، ص 32.

<sup>4</sup> نصير بوعللي، التلفزيون الفضائي وأثره على الشباب في الجزائر، الجزائر: دار الهدى للنشر والتوزيع، د.س ن، ص 69.

أما إيطاليا فبدأت البث التلفزيوني الفضائي في أبريل 1990، ثم أطلقت قمرها الصناعي في 1993.<sup>1</sup>

### 2-1-1-2- الإعلام التلفزيوني في العالم العربي:

شهد العالم العربي أول بث تلفزيوني في منتصف الخمسينات من القرن المنصرم في كل من العراق، الجزائر، والمغرب ومع نهاية التسعينات كانت معظم الدول العربية قد أنشأت قنواتها التلفزيونية باستثناء دول الخليج التي تأخر دخول البث التلفزيوني فيها، حتى بداية السبعينات، وموريتانيا التي ظهر فيها التلفزيون الوطني عام 1982. والمعروف أن جل التلفزيونات العربية التي تم تأسيسها كانت حكومية.

ومع بداية التسعينات من القرن الماضي شهد العالم العربي دخول العديد من القنوات العربية تجربة البث الفضائي عبر الأقمار الصناعية.

والجدول الآتي يوضح نشأة التلفزيون في البلدان العربية:

### الجدول رقم (03): يمثل نشأة التلفزيون في العالم العربي:<sup>2</sup>

السنة	البلد
1951	أول بث تلفزيوني في مصر
1954	المغرب
1956	العراق والجزائر
1960	سوريا ومصر
1961	الكويت
1963	السودان
1964	اليمن - عمان

<sup>1</sup> نصير بوعلي، مرجع سابق، ص 70.

<sup>2</sup> أمجد عمر صفوري، مدخل إلى الإذاعة والتلفزيون، عمان: كلية الصحافة والإعلام جامعة الزرقاء، ص 69.

السعودية	1965
تونس	1966
الأردن - ليبيا	1968
قطر	1970
البحرين	1973
عمان وفلسطين	1974
اليمن، صنعاء	1975
موريتانيا	1982

هناك من يرى أن أول بث تجربة تلفزيونية كانت بمصر سنة 1950، حين أجرت شركة فرنسية لصناعة الراديو والتلفزيون تجربة الإرسال التلفزيوني، وأثبتت صلاحية المناخ المصري، ومن هنا بدأت مصر في تنفيذ المشروع عام 1951 من حيث توفير ميزانية وتكاليف خاصة بذلك، وتأخر تنفيذ المشروع بسبب قيام الثورة في 29 جويلية 1952، وأيضا بسبب العدوان الثلاثي على مصر عام 1956.<sup>1</sup>

في حين أن العراق هي أول بلد عربي بدأ إرساله التلفزيوني في جويلية 1956. والأمر كان قبل عام من ذلك، حين حضرت إحدى الشركات الألمانية للمشاركة في معرض تجاري للأجهزة في بغداد، وصادف بين معروضاتها جهاز البث التلفزيوني باللونين الأبيض والأسود مع أستوديو صغير مجهز بلوازم التصوير، وبعد انتهاء المعرض، قررت الشركة إهداء تلك المعروضات إلى حكومة العراق.<sup>2</sup>

في نفس العام، وبالتحديد في ديسمبر ظهرت أول قناة تلفزيونية في الجزائر، وكانت أول بداية للتلفزيون الجزائري في نهاية ديسمبر عام 1956 إبان الفترة الاستعمارية حيث كانت تعمل

<sup>1</sup> فؤاد أحمد الساري، مرجع سابق، ص 360.

<sup>2</sup> عبد الرزاق محمد الدليمي، مرجع سابق، ص 169.

ضمن المقاييس الفرنسية، ويعد استحداثها اهتماما بالجمالية الفرنسية المتواجدة بالجزائر آنذاك كما اقتصر بثها على المدن الكبرى للجزائر.<sup>1</sup>

وفي لبنان وضع حجر الأساس لمبنى التلفزيون الرسمي 1957، لكن إنجاز المشروع تأخر ليبدأ البث في ماي 1959.<sup>2</sup>

وفي يوليو 1960 امتلكت مصر قناة تلفزيونية وهي القناة الرابعة على مستوى العالم العربي.

وكانت الكويت أول قناة دولة خليجية تؤسس محطة تلفزيونية رسمية وبدأ الإرسال بها في 15 نوفمبر 1961، وفي عام 1961 قامت بإنشاء محطة إرسال تلفزيوني في دبي تحت اسم "تلفزيون الكويت في دبي".<sup>3</sup>

ودخل العالم العربي عنصر البث الفضائي حتما بسبب غزو القنوات الفضائية الأجنبية فكانت أول قناة فضائية عربية خاصة وغير مشفرة تبث من لندن باللغة العربية "قناة MBC" اختصارا لاسم مركز تلفزيون الشرق الأوسط.<sup>4</sup> وذلك عام 1991، بدأت بثها انطلاقا من القمر الأوروبي أوتيل سات 2 (EUTEL SAT2) الذي أضيف إليه عربسات وهو أول قمر صناعي عربي للبث المباشر أطلق عام 1992.<sup>5</sup>

وفي نفس العام ظهرت شبكة تلفزيونية جديدة باسم ART تبث من إيطاليا تتضمن خمس قنوات متخصصة وهي (ART1 للمنوعات، ART2 للرياضة) عام 1993، ART3 للأطفال في ديسمبر 1994 و ART4 للأفلام، ثم ART5 للموسيقى الكلاسيكية العربية في جويلية 1994.<sup>6</sup>

<sup>1</sup> مريم زعتر، الإعلان في التلفزيون الجزائري، تحليل مضمون إعلانات القناة الوطنية، رسالة ماجستير: قسم الإعلام والاتصال، جامعة قسنطينة 2007-2008، ص 85.

<sup>2</sup> أمجد عمر صفوري، مرجع سابق، ص 69.

<sup>3</sup> المرجع نفسه، ص 70.

<sup>4</sup> حمادي كززة، البرامج الموجهة للمرأة في الفضائيات العربية، مذكرة ماستر: قسم الإعلام والاتصال، جامعة تبسة، 2015-2016، ص 37.

<sup>5</sup> نصير بوعلي، مرجع سابق، ص 75.

<sup>6</sup> لمياء سليمان، قضايا الرأي العام في البرامج التلفزيونية الحوارية، مذكرة ماستر: قسم الإعلام والاتصال، جامعة بسكرة، 2014-2015 ص 63.

وفي سنة 1996، برز توجه جديد هو إيجاد محطات عربية متخصصة للبث الواسع عبر الأقمار الصناعية، فظهرت قناة الجزيرة في قطر، ثم في شهر مارس بدأت لبنان ببث قنواتها الفضائية الحكومية LBC لتشمل تغطيتها جميع أقطار الوطن العربي وأجزاء من آسيا وإفريقيا.<sup>1</sup>

كما ظهرت محطات تلفزيونية مدفوعة الأجر مقابل اشتراك شهري، وتحتاج إلى جهاز فك الشيفرة، من بينها قناة أوربيت ORBIT ذات تمويل سعودي، بدأت الإرسال في نوفمبر 1994 مقرها بروما، ويلتقط إرسالها مصر والسعودية.<sup>2</sup>

وحسب آخر إحصاء قدمه المدير العام لإتحاد إذاعات الدول العربية خلال عام 2010، حول البث الفضائي العربي فإنه مع نهاية سنة 2009، بلغ عدد الهيئات العربية التي تبث قنواتها الفضائية على شبكاتها حوالي 398 هيئة، منها 26 هيئة حكومية، 372 هيئة خاصة وتبث هذه الهيئات على شبكاتها أو تعيد بثها ما يزيد عن 696 محتوى قناة متعددة الأهداف والأصناف واللغات وتستعمل سبعة عشر قمر صناعيا في مقدمتها الأقمار الصناعية العربية، عربيات، نيل سات، نورسات بالإضافة إلى باقة العربية الموحدة لتغطية مناطق العالم<sup>3</sup> فضلا عن القنوات الأرضية التي عادة مالا تختلف كثيرا عن البث الفضائي في عدد محدد من الدول، وبفضل التطور التكنولوجي الهائل في هذا المجال نشأت في المنطقة العربية صناعة متخصصة في مجال التلفزيون، واتسع الاستثمار في هذا القطاع خلال العقد الماضي بصورة مذهلة، وتعد مصر من أوائل الدول التي ازدهر فيها العمل التلفزيوني كصناعة، تبعثها بعد ذلك دول أخرى دخلت المنافسة وتجاوزت الرائد المصري في هذا المجال، مثل: لبنان، المغرب السعودية والإمارات وأخيرا قطر.<sup>4</sup>

## 2-1-2-3- الإعلام التلفزيوني في الجزائر:

ظهر الإعلام التلفزيوني في الجزائر إبان الاحتلال الفرنسي وتحديدًا سنة 1956، وكانت هذه القناة تابعة للمؤسسة الأم بباريس، وكانت بمثابة فرع مكمل للإذاعة والتلفزة الفرنسية RTF

<sup>1</sup> لمياء سليمان، مرجع سابق، ص 63.

<sup>2</sup> نصير بوعلي، مرجع سابق، ص 77.

<sup>3</sup> جمال محمد عبد الحي، مرجع سابق، ص 15.

<sup>4</sup> أمجد عمر صفوري، مرجع سابق، ص 70.

حيث أن معظم البرامج المقدمة أجنبية المصدر وذلك لخدمة الأهداف الفرنسية وتلبية الحاجيات الإعلامية للمعمرين.<sup>1</sup>

وحملت البرامج المذاعة آنذاك ثقافة تخدم نوايا السياسة الاستعمارية وتمنع بروز أي هيئة أو هياكل الإعلام لصالح الجزائريين، وذلك من أجل خلق قناة "الجزائر فرنسية" للقضاء على الثورة التحريرية، وكرد على ذلك قامت الهيئات القيادية للثورة الجزائرية بتأسيس أجهزة إعلامية مجابهة لصوت العدو.

ورغم ذلك ظلت الهيمنة الاستعمارية على الإذاعة والتلفزيون من طرف المحتل لاسيما بعد مفاوضات إيفيان التي عملت على محاولة إبقائها مع بعض المؤسسات الإستراتيجية في البلاد.<sup>2</sup>

- وفي 28 أكتوبر 1962، استردت الجزائر سيادتها على مؤسسة الإذاعة والتلفزيون وواصل عدد قليل من المثقفين والإطارات الجزائريين تسيرها بتحدي كبير.<sup>3</sup>

- في الفاتح من أوت 1963 تأسست الإذاعة والتلفزيون، حيث ركزت الدولة على تجهيز القطاع من خلال المخططات التالية:

- الثلاثي الأول (1967/1969).
- الرباعي الأول (1970 / 1973).
- الرباعي الثاني (1974 / 1977).

وخصصت الدولة أكثر من 310 مليون دينار جزائري كميزانية لتجهيز الإذاعة والتلفزيون الجزائري، ثم ارتفعت سنة 1982 إلى 560 مليون دينار جزائري.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> زهير إحدادن، تاريخ الإذاعة والتلفزة: ترجمة محمد قدوش، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1998، ص 26.

<sup>2</sup> فضيلة تومي، التفاعلية ووسائلها في التلفزيون الجزائري، مذكرة ماجستير: قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2007-2008، ص 126.

<sup>3</sup> المرجع نفسه، ص 127.

<sup>4</sup> لمياء سليمان، قضايا الرأي العام في البرامج التلفزيونية الحوارية، مرجع سابق، ص 64.



وتعتبر الجزائر من بين الدول الأولى في الوطن العربي والعالم الثالث التي انتقلت من البث ثنائي اللون (أبيض وأسود) إلى البث الملون، وكان ذلك سنة 1979،<sup>1</sup> في سنة 1986 تمت إعادة هيكلة المؤسسات الوطنية وبمحض ذلك، تم انفصال الإذاعة عن التلفزيون وأصبح لكل منهما مؤسسة مستقلة بذاتها.

في 01 جويلية 1986 تأسست المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري، وهي مؤسسة ذات طابع صناعي وتجاري E.P.I.C لها شخصية معنوية واستقلال مالي تمارس احتكار البث على البرامج التلفزيونية في كل التراب الوطني.<sup>2</sup>

وتم تقسيمها إلى أربع مؤسسات وهي:

- المؤسسة الوطنية للتلفزة.
- المؤسسة الوطنية للإذاعة.
- المؤسسة الوطنية للبث الإذاعي والتلفزيوني.
- المؤسسة الوطنية للإنتاج السمعي البصري.<sup>3</sup>

وبالنسبة للشبكة وأجهزة الإرسال وانطلاقا من استديوهاتها في العاصمة ومحطاتها الجهوية، تنتج المؤسسة الوطنية للتلفزيون، وتبث على قناة هرتزية، موصولة بالقمر الصناعي في الجنوب الكبير وقناتين فضائيتين هما (قناة الجزائر Canal Algérie) التي انطلقت عام 1994. وموجهة لأوروبا والجالية الجزائرية بالخارج، والجزائرية الثالثة (A3) الموجهة للعالم العربي التي انطلقت في 5 جويلية 2001.<sup>4</sup> ثم في سنة 2009 تم إطلاق قناتين هما القناة الرابعة (الأمازيغية) والقناة الخامسة (قناة القرآن الكريم).

<sup>1</sup> فضيلة تومي، مرجع سابق، ص 127.

<sup>2</sup> عبد الرحيم بن ساعد، من افتكك السيادة إلى امتلاك ناصية التكنولوجيا، مجلة الشاشة الصغيرة، أكتوبر، 2007، ص 11.

<sup>3</sup> لمياء سليمان، مرجع سابق، ص ص 65 66.

<sup>4</sup> عبد الحميد حفيري، التلفزيون الجزائري واقع وآفاق، الجزائر، المؤسسة الوطنية للكتاب، 1985، ص 204.

ودخلت الجزائر ميدان البث التلفزيوني الفضائي المباشر منذ منتصف الثمانينات وذلك جراء إطلاق فرنسا لقمريها الصناعي الأول TDF1 الخاص بالبث المباشر.

### أ- القوانين المنظمة للإعلام التلفزيوني في الجزائر:

بدأ الاهتمام الفعلي بقضايا الإعلام ووسائله المختلفة خاصة السمعية البصرية في الجزائر بعد سنة 1989، حيث بدأت معالم السياسة الإعلامية في القطاع تتضح بعد أن وضع المشروع مجموعة من القوانين تنظم القطاع السمعي البصري، وستناول هنا أهم قوانين الإعلام التي أعطت للقطاع السمعي البصري هامش كبير من التفصيل والإيضاح.

#### ● قانون الإعلام 1990:

صدر هذا القانون في 03 أبريل 1990 ونشر بالجريدة الرسمية يوم 04 أبريل من نفس السنة، والذي فتح المجال للتعددية الإعلامية بالموازاة مع التعددية السياسية، حيث جاء في:

المادة 02: "الحق في الإعلام يجسده حق المواطن في الاطلاع بكيفية كاملة وموضوعية على الوقائع والآراء التي تهم المجتمع على الصعيدين الوطني والدولي وحق مشاركته في الإعلام بممارسته الحريات الأساسية في التفكير والرأي والتعبير.<sup>1</sup>

وفي المادة 03 تتحدث الوثيقة عن حرية ممارسة الحق في الإعلام.

"يمارس الحق في الإعلام بحرية مع احترام كرامة الشخصية الإنسانية ومقتضيات السياسة الخارجية والدفاع الوطني".<sup>2</sup>

وتوضح المادة 04: الوسائل التي من خلالها يمارس هذا الحق منها.

- عناوين الإعلام وأجهزة في القطاع العام.
- العناوين والأجهزة التي تمتلكها أو تنشئها الجمعيات ذات الطابع السياسي.
- العناوين والأجهزة التي ينشئها الأشخاص الطبيعيون والمعنويون الخاضعون للقانون الجزائري.

<sup>1</sup> قانون الإعلام 1990، النصوص التأسيسية، المجلس الأعلى للإعلام، ص 4.

<sup>2</sup> نفس المصدر، ص 5.

- ويمارس من خلال أي سند كتابي أو إذاعي أو تلفزيوني.<sup>1</sup>

غير أن هذا القانون أكد على حرية إصدار المطبوعات واستثنى في ذلك القطاع السمعي البصري إذ أن المادة 14 تؤكد على أن إصدار النشريات حر، لكن المادة 56 من نفس القانون تستثني القطاع السمعي البصري وتنص على أنه:

"يخضع توزيع الحصص الإذاعية الصوتية أو التلفزيونية ... لرخص ودفتر عام للشروط تعده الإدارة بعد استشارة المجلس الأعلى للإعلام." كذلك أشار قانون 1990 إلى إنشاء مجلس أعلى للإعلام.<sup>2</sup>

والملاحظ عموماً أن قانون 1990، تعامل بجذر مع قطاع السمعي البصري رغم أهميته، ورغم تأثيره في حشد مختلف الطاقات الوطنية لتحقيق أهداف الأمة والمجتمع، إلا أن الفارق بينه وبين قانون 1982 أنه خصص مواد للقطاع السمعي البصري بشيء من الإيضاح.<sup>3</sup>

#### ● قانون 2012:

قبل صدور قانون 2012 كان هناك مشروع تمهيدي لقانون الإعلام 1998، ورغم أنه تم مناقشته من قبل هيئات مختلفة في قطاع الإعلام إلا أنه لم يصدر كقانون.

ليقدم مشروع عضواً آخر في نوفمبر 2002 حيث حددت المادة 34 مفهوم قطاع السمعي البصري، والمادة 35 آليات ممارسة النشاط السمعي البصري وتحديد شروط إنتاج برمجة حصص المباشر في وسائل الإعلام السمعية البصرية.<sup>4</sup>

أما قانون 2012 فأولى اهتمام كبير إلى حد ما لقطاع السمعي البصري، فخصص أغلب مواد نشاط السمعي البصري، من خلال الباب الرابع بعنوان نشاط السمعي البصري، في الفصل الأول منه يتناول ممارسة النشاط السمعي البصري "أنه كل ما يوضع تحت تصرف الجمهور أو فئة

<sup>1</sup> قانون الإعلام، 1990 مصدر سابق، ص 4 5 .

<sup>2</sup> قانون الإعلام، مصدر سابق، ص 17.

<sup>3</sup> زهير إحدادن، مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1991، ص 106.

<sup>4</sup> نور الهدى عبادة، طيب الشريفة، قانون الإعلام في الجزائر من (1982 إلى 2012) (بين الثابت والمتغير، مجلة الدراسات الإعلامية ع5/ نوفمبر 2018، ص 64.

منه عن طريق الاتصال اللاسلكي أو بث إشارات أو علامات أو أشك مرسومة أو صور أو أصوات... " من خلال المواد 59، 60، 61، 62، 63.

أما الفصل الثاني فكان بعنوان سلطة ضبط السمعي البصري من المادة 64 إلى المادة 66.<sup>1</sup>

● **قانون 2014:**

في ظل التعددية التي أقرها قانون الإعلام 2012 ظهرت العديد من القنوات التلفزيونية ووصل عددها إلى 36 قناة بما في ذلك القنوات العامة.

هذا الأمر تطلب وجود قانون ينظمها لتضمن مصداقية وحرفية القنوات لدى تم المصادقة على قانون رقم 14-01 المؤرخ في 24 ربيع الثاني عام 1435 هـ الموافق ل 24 فبراير 2014. يتعلق بنشاط السمعي البصري متكون من 13 مادة مقسمة إلى سبعة أبواب.

\* **الباب الأول: الأحكام العامة:**

**الفصل الأول: الموضوع ومجال التطبيق :** من المادة 01 إلى المادة 06.

**الفصل الثاني: التعاريف المادة 07.**

\* **الباب الثاني: خدمات الاتصال السمعي البصري.**

**الفصل الأول: خدمات الاتصال السمعي البصري التابعة للقطاع العمومي من المادة 08 إلى المادة 16.**

**الفصل الثاني: خدمات الاتصال السمعي البصري المرخصة من المادة 17 إلى المادة 46.**

**الفصل الثالث: أحكام مشتركة لكافة خدمات الاتصال السمعي البصري من المادة 47 إلى المادة 51.**

\* **الباب الثالث: سلطة ضبط السمعي البصري: المادة 52، 53.**

**الفصل الأول: مهام وصلاحيات سلطة ضبط السمعي البصري من المادة 54 إلى المادة 56.**

**الفصل الثاني: تشكيل وتنظيم وسير سلطة ضبط السمعي البصري من المادة 57 إلى المادة 88.**

<sup>1</sup> الجمهورية الجزائرية الديمقراطية، قانون الإعلام، 2012، ص 8.

\* الباب الرابع: الإبداع القانوني والأرشفة السمعية البصرية:

الفصل الأول: الإبداع القانوني: المادة 89، 90.

الفصل الثاني: الأرشفة من المادة 91 إلى المادة 97.

\* الباب الخامس: العقوبات الإدارية من المادة 98 إلى المادة 106.

\* الباب السادس: الأحكام الجزائية من المادة 107 إلى المادة 111.

\* الباب السابع: الأحكام الانتقالية والنهائية المادة 112 و113.<sup>1</sup>

### ب- الإعلام التلفزيوني الخاص بالجزائر:

بعد إصدار قانون الإعلام لسنة 2012 والذي أعطى الفرصة للقطاع الخاص بتأسيس قنوات سمعية بصرية، ظهرت العديد من هذه القنوات و التي استطاعت جذب اهتمام الكثير من الجماهير من خلال مضامينها الإعلامية المختلفة.

ونقصد بالإعلام التلفزيوني الخاص: تلك المؤسسات الإعلامية أو القنوات الفضائية التي تم إنشائها من قبل رجال أعمال أو مؤسسات أو منظمات أو شركات خاصة، حيث تعتمد غالبا على الإعلانات لتغطية نفقاتها، وتحقق الأرباح للجهات التي تديرها وتشرف عليها.

- ومن أهم القنوات التلفزيونية الخاصة بالجزائر نذكر:

- قناة النهار TV: قناة جزائرية إخبارية مستقلة تابعة لجريدة النهار، انطلق بثها التجريبي في

06 مارس 2012، مقرها الرئيسي بالعاصمة الأردنية، تهتم القناة بالشأن الإخباري والسياسي

في الجزائر، برامجها مزيج من الأخبار الرياضة، الاقتصاد، وهي صورة مصغرة لمضامين محتوى

الجريدة، التي تتبنى خطاب السلطة بشكل كامل في برامجها.

- الشروق تي في (TV): هي أيضا امتداد لجريدة الشروق، تبث بدورها من الأردن، في حين

مقرها الرئيسي موجود بالجزائر، انطلق بثها في الذكرى 57 لاندلاع الثورة الموافق ل1 نوفمبر

2011.

<sup>1</sup> قانون الإعلام 2014 ، ص ص 20 21.

- الجزائرية وان: انطلق بثها التجريبي في شهر فيفري 2012 بشبكة براجمية ثرية وانطلق بثها الرسمي في 5 جويلية 2012.
  - الهقار تيفي: قناة جزائرية مستقلة تم افتتاحها في شهر ماي 2012، مقرها لندن تعرض مضامين إعلامية متنوعة.
  - نوميديا نيوز: قناة جزائرية إخبارية دولية انطلق بثها في أكتوبر عام 2012 تتناول مختلف القضايا الراهنة في العالم، لها مراسلين ومكاتب في دول مختلفة من العالم.
  - دزاير تيفي: انطلق بثها التجريبي في 15 ماي 2013، يملكها رجل أعمال جزائري.<sup>1</sup>
  - بور تيفي (Beur TV): بدأت هذه القناة التي رسميا في 1 أوت 2011، مقرها الرئيسي في العاصمة الفرنسية باريس.
  - كما تمتلك الجزائر الكثير من القنوات الخاصة منها ما هي تسويقية تجارية كقناة "دزاير 24" "دزاير 3"، ومنها ماهي سياحية كقناة "شمس تيفي"، قنوات الطبخ "سميرة تيفي"، "الشروق بنة CBC" قنوات رياضية "الهداف تيفي".
  - والعديد من القنوات تبث مضامين إعلامية متنوعة، كالشروق العامة، البلاد تيفي، الفجر تيفي الأجزاء تيفي، الباهية، الأطلس، بربر تيفي، المغاربية، الحياة وغيرها.<sup>2</sup>
- 3-1-2- خصائص الإعلام التلفزيوني:**

يتميز الإعلام التلفزيوني بمجموعة من الخصائص تجعله متفوقا في التأثير والانتشار نذكر منها:

- يعتمد على السمع والبصر، لدى يؤثر على الناس.
- يختصر الزمان بين حصول الحدث وعرضه للناس.
- له قدرة على تركيز اهتمام الناس على أشياء محددة.
- وسيلة سهلة توصل الصوت والصورة دون بذل الجهد.

<sup>1</sup> جازية سليمان، الفضائيات الخاصة بالجزائر، اعتمادا على الدولة وتقليد للصحافة المكتوبة، تمت الزيارة يوم، 2019/01/09، موقع العربي الجديد، 29 أبريل 2014.

<sup>2</sup> موقع ويكيبيديا، تمت الزيارة : يوم 2019/01/09، <https://ar.m.wikipedia.org>.

- وسيلة لعرض الإعلانات.<sup>1</sup>
- البعد المرئي الحركي والسمعي، حيث يتوفر الإعلام التلفزيوني على الصورة في عملية البث، والتي تعمل على استحواذ اهتمام الناس لما تحمله مضامين ومحتويات تساهم في نقل الحقيقة المرئية للمشاهد، وتكوين العقلية البصرية له، إذ تمكن أهمية الصورة في جذب انتباه المشاهد ودفعه للمتابعة والتركيز.
- تبسيط عملية الاتصال، فما على المشاهد إلا أن يربط بين الصورة والكلمة المنطوقة أن ينقل المشاهد مباشرة من الصورة إلى المعنى.
- يتصف التلفزيون بالواقعية، فأذهان المشاهدين والعرض تعتبر طبيعية ومباشرة في نفس الوقت الذي تعبر فيه علاقة بين شخص وآخر.
- يعرض على شاشة العالم الأحداث وشتى مظاهر الحياة، وهذه الطبيعة تهيئ له فرصة لمخاطبة شتى فئات المجتمع.<sup>2</sup>
- أكثر المؤسسات الإعلامية شمولية من حيث الوظائف.
- له قدرة كبيرة على التمويه والمغالطة وقلب الحقائق وإخفاءها.<sup>3</sup>
- قدرته على تخطي الحدود الطبيعية والجغرافية والسياسية.
- إتاحة مشاهدة الأماكن والأحداث والشخصيات للجمهور وتسهيل الوصول إليها.
- جمهور الإعلام التلفزيوني متنوع الثقافات والتعليم والأديان والأجناس واللغات.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> سليم عبد النبي، مرجع سابق، ص 27.

<sup>2</sup> غسان عبد الوهاب الحسن، الصحافة التلفزيونية، مرجع سابق، ص 46.

<sup>3</sup> مالك شعباني، دور التلفزيون في التنشئة الاجتماعية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، ع7، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2012، ص ص 214 215.

<sup>4</sup> غسان عبد الوهاب الحسن، مرجع سابق، ص 25.

## 2-1-4- وظائف الإعلام التلفزيوني:

يعتبر التلفزيون أحد أهم وسائل الاتصال الجماهيري بتميزه وجمعه بين خاصتي الصوت والصورة، حيث يقدم برامج لكل فئات المجتمع ولكل الأعمار والأجناس. من خلال الوظائف التي يقوم بها والتي تلعب دورا كبيرا في بناء المجتمعات الإنسانية، هذه الوظائف تتنوع بتنوع حاجات كل مجتمع.<sup>1</sup>

فالإعلام التلفزيوني لا تقتصر مهمته على إخبار الناس وإعلامها فقط، بل عليه أن يساعده على فهم المادة التي يقدمها له بشرحها وتوضيح الغير مفهوم منها. ويمكن حصر الوظائف الأساسية للإعلام التلفزيوني فيما يلي:<sup>2</sup>

## 1- الوظيفة الإخبارية:

الإعلام التلفزيوني يهتم بنشر الأخبار والتقاطها والسبق إليها، كون الأخبار هي عماد العمل الإعلامي، فالخبر كما يقال، هو أساس المعرفة ومن دونها لا نستطيع أن نفهم ما يجري حولنا، ومن خلال الأخبار يمكن رصد الظواهر المجتمعية المختلفة، اجتماعية، سياسية، اقتصادية ثقافية.<sup>3</sup> والوصول إلى وضع يمكن من اتخاذ القرارات الصائبة نحوها.

فالإعلام التلفزيوني يعمل على نقل المعلومات والأخبار المختلفة، ويعطي للفرد معلومات مفيدة، ويضفي عليه هبة واحتراما يمكنه من ممارسة قيادة الرأي، وأصبحت المجتمعات المعاصرة لا يمكنها أن تحكم مالم يتم إعلامها على نحو صحيح فيما يتعلق بالمضامين السياسية، الاجتماعية وكل الأحداث الدولية والوطنية.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> عزام أبو حماد، الإعلام الثقافي، جدليات وتحديات، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010، ص 128.

<sup>2</sup> علي عبد الفتاح، الإعلام والتنشئة الاجتماعية، عمان: دار الأيام للنشر والتوزيع، 2015، ص 29.

<sup>3</sup> عزام أبو حماد، الإعلام والمجتمع، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011، ص 98.

<sup>4</sup> أحمد فلاق، تأثير الإعلام التلفزيوني على دوافع المراهقين للممارسة الرياضية، رسالة ماجستير: قسم التربية البدنية والرياضية جامعة الجزائر 2001، ص 14.



## 2- الوظيفة الترفيهية:

يقوم التلفزيون بالترفيه عن الجمهور وتسليته وهذا من خلال ملاء أوقات الفراغ لديه بما هو مسل ومرفه، وهذا يتوقف بواسطة الأبواب المسلية كالبرامج الكوميديية وذلك لإزالة التوتر الإنساني على مستوى الأفراد والجماعات.<sup>1</sup>

وقد تكون أساليب الترفيه من الجماهير بعرض التمثيليات الروائية، الرقص، الفن، الأدب الموسيقى، والأصوات والصور، لمساعدة الناس في الترويح عن أنفسهم باعتبار ذلك حاجة إنسانية وهو ما نلاحظه من خلال المضامين الموجودة في القنوات سواء الأجنبية أو العربية.<sup>2</sup>

وللترفيه أثر نفسي للتخفيف من المتاعب والآلام ولكنها قد تكون وسيلة للهروب من واقع معين فتجعل المجتمع غارقاً في الأوهام مما يزيد السلبية.<sup>3</sup>

## 3- الوظيفة الثقيفية:

يعمل التلفزيون على بث الأفكار والمعلومات والقيم التي تحافظ على ثقافة المجتمع وتساعد على تطبيع الأفراد وتنشئتهم على المبادئ التي تسود في المجتمع.<sup>4</sup>

ويمكن من خلال نشر الأعمال الثقافية والفنية المحافظة على التراث والتطوير الثقافي عن طريق توسيع آفاق الفرد وإيقاظ خياله وإتباع حاجاته، ويشار في هذا الصدد إلى أن الإعلام التلفزيوني سجل نجاحات كبيرة في تقديم معطيات ثقافية رفيعة كبرامج الشعر والمسابقات الشعرية وغيرها.<sup>5</sup>

ويمكن إجمال أهم الوظائف الثقيفية للتلفزيون فيما يلي:

- تمكين الشعوب من التمسك ببعضهم البعض ونقل تراثهم وقيمهم وعاداتهم وتقاليدهم ولغتهم.
- تجعل الأفراد قادرين على التمسك بمجتمعهم وتمكينهم من امتلاك خصائصه المميزة.<sup>6</sup>

1 عبد الله خلدون منصور، الإعلام وعلم النفس، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010، ص 59.

2 عزام أبو حمام، الإعلام والمجتمع، مرجع سابق، ص 103.

3 أحمد فلاق، مرجع سابق، ص 16.

4 عزري عبد الرحمن، عالم الاتصال، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1992، ص 13.

5 عزام أبو حمام، الإعلام وعلم النفس، مرجع سابق، ص 104.

6 عبد الله خلدون منصور، مرجع سابق، ص 61.

## 4- الوظيفة الإعلانية والترويجية:

يقوم الإعلام التلفزيوني بالإبلاغ عن السلع الجديدة التي تهم المواطنين، كما يقوم بدور هام في حقول العمل والتجارة، عندما يروج للسلع والخدمات التي توفرها مختلف المؤسسات أو الشركات الإنتاجية حيث يقدم الإعلام التلفزيوني خدمة للإعلان، من خلال تنشيط الحركة الاقتصادية والتجارية الوطنية والعالمية هذا الأمر يرجع بالمنفعة لكل من المستهلك، صاحب السلعة وكذا الوسيلة الإعلامية.<sup>1</sup>

وقد عرف الإعلام التلفزيوني تطورا حتى وصل الأمر إلى تخصيص قنوات تلفزيونية للمجال التجاري والإعلاني وخصوصا للدعاية والترويج، كما تخصصت في حقل محدد من حقول النشاط التجاري كحقل العقارات أو السلع الطبية أو التجميلية.<sup>2</sup>

## 5- الوظيفة التوجيهية "الإرشادية":

ترتبط عملية التوجيه والإرشاد بتكوين الاتجاهات الفكرية المرغوبة عند الشباب والأطفال للتنسيق بين المسؤولين في التلفزيون والحكومة بمؤسساته المختلفة، خاصة إذا كان المجتمع يمر بمرحلة إصلاح أو تغير واسع النطاق.<sup>3</sup>

## 6- وظيفة الحوار والنقاش:

يساعد التلفزيون في تبادل المعلومات والآراء وتلاقي الأفكار في مختلف جوانب الحياة (فكرية، سياسية، اقتصادية...) وذلك لتوضيح وجهات النظر حول القضايا العامة، وتوفير الأدلة الملائمة والمطلوبة لدعم الاهتمام والمشاركة على نحو أفضل بالنسبة لكل الأمور التي تهم الجميع محليا قوميا وعالميا، وذلك بهدف تزويد الناس بمهارات الحوار والاتصال والاختلاف والتعايش والجدل.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> نفس المرجع، ص 62.

<sup>2</sup> عزام أبو حماد، الإعلام والمجتمع، مرجع سابق، ص 104.

<sup>3</sup> فؤاد شعبان، عبدة صبطي، تاريخ وسائل الاتصال وتكنولوجياته الحديثة، الجزائر: دار الخلدونية للنشر والتوزيع، 2012، ص 140.

<sup>4</sup> فؤاد شعبان، مرجع سابق، ص 141.

## 2-1-5- دور الإعلام التلفزيوني:

لقد استطاع الإعلام التلفزيوني من بناء سلطته في زمن قياسي ليتوج على رأس وسائل الإعلام من حيث الجمهور، ومدى تأثيره خاصة وأن الدراسات أثبتت أن الفرد أكثر ميولا لوسائل الإعلام المرئية، هذا الأمر تطلب منه القيام بعدة أدوار للحفاظ على جماهيريته.<sup>1</sup> منها الدور التعليمي فقد اعتبر التلفزيون أداة تعليمية مهمة جدا باعتباره يتيح تكافؤ الفرص للأفراد المحرومين من فرص التعليم.<sup>2</sup>

ولأن التلفزيون جامع للعديد من البرامج المتنوعة كما نعرف، فإن علماء الاجتماع يرونه عاملا من أهم العوامل الاجتماعية، لأن له دورا في تغيير السلوك الاجتماعي.<sup>3</sup> ومن أهم الأدوار المطلوبة من الإعلام التلفزيوني نجد:

- تعليم القيم والأخلاق الحميدة.

- تعزيز وتقوية الثقافة.

- اكتشاف المعلومات العامة والعلمية واكتساب المهارات.

- تعليم التحدث.<sup>4</sup>

بالإضافة إلى العمل على التربية والتعليم والمساهمة في التنشئة الاجتماعية وتشجيع التكامل والترابط بين أفراد المجتمع.

✓ تلبية الحاجات المتنوعة للأفراد.

✓ الإرشاد والتوجيه وبيان المواقف والاتجاهات.

✓ تنمية العلاقات الاجتماعية بين الناس.

<sup>1</sup> يوسف نمار، الإرهاب وإشكالية العمل الإعلامي، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، تونس: عدد خاص، 03-04-2008، ص 43.

<sup>2</sup> ياسين فضل ياسين، الإعلام الرياضي، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011، ص 23.

<sup>3</sup> سليم عبد النبي، الإعلام التلفزيوني، مرجع سابق، ص 9.

<sup>4</sup> لمياء سليمان، مرجع سابق، ص ص 32 33.

## 2-2- بنية البرنامج التلفزيوني:

## 2-2-1- مفهوم البرنامج التلفزيوني:

البرنامج التلفزيوني هو فكرة تجسد وتعالج عن طريق التلفزيون الذي تتوافر فيه كل إمكانيات الوسائل الإعلامية، ويعتمد أساساً على الصورة المرئية، لتكوينها وتشكيلها يتخذ قالباً واضحاً ليعالج جميع جوانبها خلال مدة زمنية محددة.<sup>1</sup>

وكما يعرف على أنه شكل فني يشغل مساحة محددة لها اسم ثابت، ويقدم في مواعيد محددة وثابتة يومياً أو أسبوعياً ليعرض مادة من المواد الفنية أو الثقافية أو العلمية، مستخدماً في ذلك كل أو بعض الفنون الإذاعية من سرد وتعليق وحوار وندوات ومقابلات.<sup>2</sup>

وفي تعريف آخر فالبرنامج التلفزيوني: هو المادة الإعلامية أو الثقافية أو التربوية أو الترفيهية السياسية، الاجتماعية التي تبثها القنوات التلفزيونية.<sup>3</sup>

كما يعرف على أنه: رسالة من مرسل عبر قناة، مجموعة مشاهد مصورة يصاحبها صوت إلى مستقبل "مشاهد"، تريد أن تحقق أهدافاً محددة عبر معلومات عقلية ووجدانية تناسب ميول ورغبات المستقبل وقدراته العقلية، ترسل أساليب وطرقاً تبث الإمتاع والترويح فيه.<sup>4</sup>

## 2-2-2- أشكال البرامج التلفزيونية:

هناك مجموعة من البرامج التلفزيونية تتنوع حسب طبيعة موضوعاتها وأهدافها، من أهم هذه الأشكال ما يلي:

2-2-2-1- البرامج الحوارية: هي البرامج التي يستضيف فيها المذيع ضيف معه في البرنامج ويجاوره.<sup>5</sup>

وتصنف هذه البرامج إلى:

<sup>1</sup> فاروق ناجي محمود، البرنامج التلفزيوني - كتاب مقومات نجاحه، بغداد: دار الفجر للطباعة والنشر ودار النفائس للنشر والتوزيع، 2007، ص 22 21.

<sup>2</sup> محمد معوض، المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني، القاهرة: دار الفكر العربي، د.س. ن، ص 115.

<sup>3</sup> أحمد محمد جاد، الإعلام الفضائي وآثاره التربوية، الإسكندرية: دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، 2008، ص 200.

<sup>4</sup> الطائي مصطفى حميد كاظم، الفنون الإذاعية والتلفزيونية وفلسفة الإقناع، الإسكندرية: دار الوفاء لندنيا للطباعة والنشر، 2007، ص 47 48.

<sup>5</sup> غسان عبد الوهاب الحسن، الصحافة التلفزيونية، مرجع سابق، ص 45.

أ- حوار الرأي: هو شكل حوار يوظف للحصول على رأي الضيف في قضية ما، ويكون هذا الضيف خبيراً في مجاله و مسؤولاً عن ذلك المجال، وربما يكون رجلاً عادياً ويطول الحوار أو يقصر طبعاً لأهمية الموضوع وحجمه.

ب- حوار المعلومات: يهدف المقدم إلى جمع المعلومات الهامة من المسؤول أو ضيف البرنامج حول قضية ما لتزويد الجمهور بها، ويلاحظ أن هذه المعلومات قد تقدم في شكل حديث مباشر، إلا أن الحوار يتفوق عليه في هذه الحالة لأنه يتميز بحيوية أكثر وبقدرة على التطرق إلى شرح مختلف جوانب الموضوع.<sup>1</sup>

ج- حوار الشخصية: يتم فيه تقديم شخصية تلفت انتباه الجمهور المشاهد،<sup>2</sup> وتقديم الجوانب المختلفة منها له، ويعتمد نجاح هذا النوع من البرامج على اختيار الشخصية المناسبة ومدى كفاءة مدير الحوار وطريقة وضع الأسئلة.<sup>3</sup>

2-2-2-2- الأخبار والبرامج السياسية: البرامج السياسية في عالم الإعلام الفضائي تشغل شريحة كبيرة من المشاهدين في العالم، وهذه البرامج تشبع حاجة الإنسان إلى الفضول المعرفي السياسي وتأجيج عواطفه ومواقف محددة يقتنع بها، ثم يقوم بالدفاع عنها. إن ما يميز هذا النوع من البرامج هو أنها تدافع عن القضايا الوطنية وتحاول تسليط الضوء على ما يدور من أحداث سياسية للبلاد، وعلى هذا الأساس تبدو مسؤولية زملائنا في البرامج السياسية الحوارية وغير الحوارية أكبر بكثير رغم تضافر جهود جميع البرامج لإيصال حالة المشهد السياسي.<sup>4</sup>

2-2-2-3- برامج الندوات والمناقشات: هي امتداد لبرامج الحوار ولكن لها طبيعة خاصة فالمناقشات تعتمد على اختيار الموضوع أو تغطية الظاهرة التي أثارت اهتمام الجمهور وترك الجمهور يقرر ويستخلص ما يريد، كذلك تتصف برامج المناقشات بالخلاف في وجهات النظر والمواقف والاتجاهات

1 محمد الجفري، إعداد وتقديم البرامج الإذاعية والتلفزيونية، القاهرة: دار صناع للإبداع والإنتاج والتوزيع، 2010، ص ص 13 14.

2 غسان عبد الوهاب، مرجع سابق، ص 15.

3 حمادى كنية، البرامج الموجهة للمرأة في الفضائيات العربية، مرجع سابق، ص 25.

4 صوكو مريم وآخرون، أنماط وعادات تلقي البرامج التلفزيونية لدى المرأة الماكنة في البيت، مذكرة ماستر: قسم الإعلام والاتصال، جامعة جيجل، 2015-2016، ص 25.

فيما يتعلق بأمر المناقشة، وقد يصل الخلاف هذا في وجهات النظر بين المشاركين في البرامج إلى حد الصراع والتوتر.

أما في برامج الندوات يعرض المشاركون في الندوة الموضوع من جوانب مختلفة لتغطيته بطريقة نقاشية حوارية ومثيرة للجمهور.<sup>1</sup>

**2-2-2-4- برامج المسلسلات والدراما:** المسلسل التلفزيوني هو سلسلة حلقات درامية متتابعة تداع عبر التلفاز، وفي معظم الأحيان مقسمة لحلقات، وكل حلقة هي جزء من المسلسل، وكل حلقة من المسلسل تقدم لنا أحداث معينة ثم تتقطع في نقطة معينة، وتكتمل الأحداث في الحلقة التي تليها. والدراما نوع من النصوص الأدبية التي تؤدي تمثيلا في المسرح أو السينما أو التلفزيون أو الإذاعة.<sup>2</sup>

تتم القصص الدرامية غالبا بالتفاعل الإنساني وكثيرا ما يصاحبها الغناء والموسيقى ويدخل فن الأوبرا ضمن هذا التعريف، وتنقسم الدراما في المفهوم الإغريقي إلى ثلاثة أجزاء الملهة "الكوميديا" وهو الأداء التمثيلي الذي يؤدي للضحك ممثلا بالقناع الأبيض الضاحك، والمأساة "التراجيديا" عكس الملهة "الكوميديا": وهو الأداء التمثيلي الذي يؤدي إلى الحزن ويمثله القناع الأسود الباكي أما الجزء الثالث فهو نوع خاص من الدراما يقع بين الاثنين حيث يعتمد قصص الأساطير ويعرف باسم "التراجيكوميدي" ويتناول شخصها الأسطورية ببعض السخرية وحديثا يمكن إدراج بعض أنواع الكوميديا السوداء تحت هذا المسمى.<sup>3</sup>

**2-2-2-5- البرامج الكوميدية:** هي البرامج التي تختص بمواضيع الاستراحة والمواقف المضحكة والمسلية والتي في النهاية تقصد الكوميديا.<sup>4</sup>

**2-2-2-6- البرامج الفنية:** هي البرامج التي تقوم على أسس فنية، من نشرات أخبار ولقاءات ومتابعة آخر الأخبار والمستجدات الفنية.

<sup>1</sup> بكّات عبد العزيز، اتجاهات حديثة في إنتاج البرامج الإذاعية والتلفزيونية، القاهرة: دار الكتاب الحديث، 2000، ص 54.

<sup>2</sup> صوكو مريم وآخرون، مرجع سابق، ص 26.

<sup>3</sup> غسان عبد الوهاب، مرجع سابق، ص 46 47.

<sup>4</sup> شلغام سحجة وآخرون، البرامج التلفزيونية وتأثيرها على القيم الأخلاقية للمرأة الجزائرية، مذكرة ماستر: علم اجتماع الاتصال، جامعة الصديق بن يحي جيجل، 2016/2017، ص 47.

2-2-2-7- البرامج التثقيفية: هي برامج التوعية والإرشاد التثقيفي.

2-2-2-8- برامج الأطفال: هي البرامج التي تختص بالطفل من متابعة ودراسة لأن الأطفال هم أكثر

فئات الجمهور حساسية، ويتعين أن يتم إخضاع كافة البرامج الموجهة لهم للبحث والدراسة قبل بثها.

2-2-2-9- البرامج الرياضية: هي البرامج التي تقوم على أسس رياضية، من نشرات أخبار ولقاءات ومتابعة آخر الأخبار.

والمستجدات الرياضية والنقل الخارجي للمباريات الرياضية.<sup>1</sup>

2-2-3- تنفيذ البرنامج التلفزيوني:

2-2-3-1- مكونات البرنامج التلفزيوني:

تهدف عملية الإنتاج التلفزيوني إلى تحويل مجموعة من الأفكار إلى مجموعة من الصور والأصوات ووضعها في قالب فني يشد المشاهد لها، لا بد من الاستعانة بخبرات متعددة، زمن حقول شتى لنجاح عملية الإنتاج التلفزيوني.

إن ما يميز التلفزيون عن غيره من وسائل الإعلام الأخرى هو أنه ينقل الصورة الحية والتي تشترك فيها حاستا السمع والبصر، إذ أن هاتين الحاستين تعتبران من أهم الحواس الإدراكية، ولا بد للبرنامج التلفزيوني أن تتوفر فيه هذه المكونات الأساسية.

أ- الصورة الصوتية: تعتمد الصورة الصوتية على مفردات الصوت من صوت بشري ومؤثرات صوتية وموسيقى، ويجب الإشارة لضرورة توافق الصورة الصوتية في أسلوبها ومضمونها مع الصورة المرئية، حيث يجب على المخرجين وفني الصوت أن يبحثوا عن الخيارات الأكثر ملائمة للصورة المرئية ومضمونها، ويمكن في بعض الأحيان أن يتم تأليف موسيقى مناسبة للبرنامج، ترفق مع الصورة المرئية، واختيار الأصوات المناسبة يحتاج إلى فنيين مختصين قادرين على صنع الصورة الصوتية المميزة المناسبة للبرنامج التلفزيوني.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> عدلي رضا، إدارة المؤسسات الإعلامية، الأسس النظرية والنماذج، القاهرة: دار الفكر العربي، 2002، ص 225.

<sup>2</sup> أباد عمرو أبو عرقوب، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، عمان: دار الراية، 2012، ص ص 113 114.

ب- الصورة المرئية: تعتمد على اللقطة التلفزيونية من حيث حجمها وتركيبها الفني وأسلوب ربطها مع اللقطات الأخرى لتكوين المشاهد التلفزيونية. كما تعتمد الصورة التلفزيونية على مختلف أدوات الإنتاج التلفزيوني وعلى كفاءتهم في العمل، ويجب أن يتمتع المخرج الذي يشرف على العمل كافة بذوق سليم وحس جمالي وذوقا فني، وأن يكون قادرا على القيادة.<sup>1</sup>

### 2-3-2-2 خطوات إعداد البرامج التلفزيونية:

تمر عملية صناعة وإعداد البرنامج التلفزيوني بثلاث مراحل أساسية: مرحلة ما قبل الإنتاج، مرحلة الإنتاج، مرحلة ما بعد الإنتاج.

### 2-3-2-2-1 المرحلة الأولى مرحلة ما قبل الإنتاج:

وهي فترة التحضير ومعاينة المواقع وتشمل العناصر الآتية:

أ- اختيار الفكرة وتحديدتها: وأهم عناصرها أن تكون جديدة ومبتكرة، جذابة، بسيطة، غير معقدة تلامس الواقع، تراعي قيم المجتمع، تخدم الهدف.

ب- الإعداد: وهو يشمل البحث المعلوماتي والميداني، وحصر كافة المستجدات حول الموضوع والعمل على ابتكار ما هو جديد.

ج- إعداد خطة العمل: وتشمل الفكرة الرئيسية، اسم البرنامج، نوعه، قالب الفني المقدمين الضيوف، المواضيع، الفقرات، المدة، عدد الحلقات، الجمهور المستهدف، جدول الإنتاج الزمني والموازنة العامة أو التفصيلية.

د- كتابة السيناريو: وفيه يتم التخيل الكامل لشكل البرنامج بكامل عناصره مكتوبا على الورق تماما كأنك تراه على الشاشة، ويشمل النص والصوت والصورة والنقطة والمشهد.<sup>2</sup>

### 2-3-2-2-2 المرحلة الثانية: مرحلة الإنتاج:

وهي مرحلة التنفيذ الفعلي وتشمل:

أ- إعداد الموقع والديكور وتحديد كوادرات التصوير.

<sup>1</sup> أسامة ظافر كبارة، مرجع سابق، ص 220.

<sup>2</sup> أديب خضور، الحديث التلفزيوني، دمشق: المكتبة الإعلامية، 2002، ص 202.



ب- تخطيط وتصميم وتنفيذ الإضاءة التي تسهم في بناء المشهد البصري وإثراء لغة البرنامج وتحقيق أهدافه.<sup>1</sup>

ج- تنفيذ عملية التصوير: وهي لغة التلفزيون في التعبير عن الرسالة الإعلامية أو الفنية، وهو الفن الذي يقوم بجذب انتباه المشاهد والسيطرة على حواسه، ويهدف التصوير الناجح المتغير إلى خلق رؤية جذابة لموضوع التصوير، والشيء الذي نصوره وليس مجرد التعرف عليه أو نقل صورته لأن قوة البرنامج وإمتاعه وتأثيره لن يأتي مما نصوره بل كيف نصوره؟<sup>2</sup>

د- في تنفيذ عملية التصوير تبرز مهنية المخرج ولمساته في استخدام عناصر اللغة البصرية للتعبير عن رسالة البرنامج وأهدافه.<sup>3</sup>

### 2-2-3-3 المرحلة الثالثة: مرحلة ما بعد الإنتاج:

هذه المرحلة تجري العمليات التالية:

- 1- تفرغ اللقطات المصورة، وفهرستها وتصنيفها والاختيار من بينها.
- 2- تنفيذ المونتاج تجمع اللقطات المطلوبة في سياق متتابع حسب السيناريو.
- 3- تسجيل النص التعليمي.
- 4- تسجيل المؤثرات الصوتية والموسيقى التصويرية.
- 5- مزج الصوت.
- 6- استخدام الجرافيك مثل كتابة أسماء المتحدثين.
- 7- النسخ.
- 8- البث.

<sup>1</sup> محمد معوض إبراهيم، برامج الحوار في القنوات الفضائية، تونس: مجلة الإذاعات العربية، ع3، 2002، ص 14.

<sup>2</sup> سمير جاد، الإعلام الثقافي والبرامج التلفزيونية، ط3، القاهرة: هيئة الكتاب، 1999، ص 115.

<sup>3</sup> أسامة ظافر كبارة، برامج التلفزيون والتنشئة الاجتماعية والتربوية للأطفال، بيروت: دار النهضة العربية، 2003، ص 201.

ويلاحظ أن كل عنصرين من هذه العناصر له قواعد فنية وإبداعية خاصة، ولغة أداء مميزة تصنع الفرق بين مخرج ومخرج وبرنامج وآخر.<sup>1</sup>

#### 2-4-2- أدوات إنتاج البرامج التلفزيونية:

2-4-2-1- **الاستوديو التلفزيوني:** "هو عبارة عن قاعة جدرانها وأرضيتها عازلة للصوت تدعمها عدة قاعات وغرف وتجهيزات تتعلق بتسجيل أو نقل الصوت والصورة لأي موضوع داخل الاستوديو وتتفاوت أحجام ومساحات الاستوديوهات حسب الغرض منها والتقنية المستخدمة فيها، كما يجب أن يكون مكيفا للحفاظ على درجة الحرارة و الحفاظ على كفاءة فريق العمل والأجهزة ويتميز بمساحة مستطيلة الشكل، وأرضية مبسطة وارتفاع السقف حوالي 12 قدم مع عدم وجود نوافذ.<sup>2</sup> وتقسم استوديوهات التلفزيون لأنواع هي:

أ- **استوديوهات البث المباشر:** هي ما تعرف باستوديوهات الهواء أو التنفيذ، تستخدم في تقديم أو ربط استمرارية البرنامج اليومي، ومساحتها صغيرة مقارنة بغيرها تكون ما بين 2.6 إلى 3 أمتار يصل إلى 4.75 متر.

ب- **استوديوهات البرامج المتنوعة:** هي استوديوهات كبيرة لإنتاج برامج مختلفة، ولها صنفان هما: صنف مخصص لإنتاج البرامج اليومية والسريعة، ويتراوح ارتفاعه من 6 إلى 8 أمتار تقريبا، أما الصنف الثاني فهو مخصص لإنتاج الدراما والمنوعات ويزيد ارتفاعه عن 15 متر تقريبا.<sup>3</sup>

ج- **الاستوديو التخيلي الافتراضي:** هذا النوع من الاستوديوهات حديث العهد، فهو وليد التكنولوجيا الحديثة، ويقوم على تقنية تتمتع بإثارة وحيوية، تقوم فكرته على استخدام الكمبيوتر

الذي يقوم برسم الديكورات ووضع الخلفيات وتنسيق الألوان.<sup>4</sup>

1 محمد أحمد مزيد، التلفزيون والطفل، الجيزة، الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2008، ص 96.  
2 هاني إبراهيم البطل، الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني، القاهرة: عالم الكتب، 2011، ص ص 95 96.  
3 جاد سمير، البرامج الثقافية في الراديو والتلفزيون، القاهرة: دار الفكر العربي، 1993، ص 129.  
4 معوض محمد، المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني، القاهرة: دار الفكر العربي، 1993، ص 129.

يتم تصوير مقدم البرنامج وضيوفه كالمعتاد، ومن خلال الأجهزة والمعدات المناسبة يتم دمج صورة المقدم وضيوفه مع صورة الديكورات والخلفيات التي هي عبارة عن صورة تم تصميمها بالكمبيوتر، ويتم أخيراً إخراج الصورة النهائية بشكل متناسق.<sup>1</sup>

**2-2-4-2- الإضاءة:** هي وسيلة المصور الأساسية التي تؤثر مباشرة على كيفية تسجيل وظهور الصورة على الشاشة، وتعتبر أحد مكونات الصورة في الرسالة الإعلامية عبر التلفزيون، ولها دور هام في توصيل الرسالة وإحداث تعبيرات أو رؤى براجمية حسب الهدف من الرسالة الإعلامية.<sup>2</sup>

**2-2-4-3- المؤثرات التلفزيونية:** فهي مكونة من:

**أ- المؤثرات الصوتية:** هي الأصوات الحقيقية أو المسجلة للأشياء، والتي تستخدم في خلفية العمل لإضفاء نوع من الواقعية على العمل، وهي تزيد من جاذبيته ومصداقيته، مثل إضافة صوت قطار، طائرة، سيارة... الخ، كما تلعب دوراً أساسياً في إتمام فهم المشاهد للصورة التي يراها على الشاشة، وتستخدم غالباً في الأفلام التسجيلية والمواد الدرامية وأحياناً في البرامج، وتتنوع بين مؤثرات طبيعية أثناء عملية التصوير، مؤثرات اصطناعية مسجلة يتم الاستعانة بها في مرحلة الميكساج.<sup>3</sup>

**ب- المؤثرات البصرية:** هي كافة الخدع الضوئية التي تنفذ بأشعة الليزر عبر أجهزة خاصة بالخدع، وتستخدم كعامل إبهار في برامج المنوعات والمسابقات والاستعراضات والحفلات وأحياناً تستخدم لغرض براجمي، أو مبرر درامي.

أو في الإعلانات كوسيلة جذب للجماهير، وتنفذ من خلال استخدام الكاميرا التلفزيونية بالإضافة إلى الفلتر واستخدام تقنية العرض الأمامي، "brout projection" والعرض الخلفي "bak

<sup>1</sup> أياد عمرو أبو عرقوب، المرجع، ص ص 116 117.

<sup>2</sup> علي عبد الرحمن، التلفزيون وبرامج الأطفال، د. م. ن: دار الشروق للنشر والتوزيع، 2008، ص 121.

<sup>3</sup> عيسى الشماس، تأثيرات الفضائيات التلفزيونية الأجنبية في الشباب، مجلة جامعة دمشق: ع2، 2015، ص 40.

projection"، واستخدام مازج الصور ومفتاح "الكروما" والأجهزة التي تعمل على التحكم في الزمن.<sup>1</sup>

#### 2-4-2-4- الصوت والموسيقى:

أ- الصوت: "عبارة عن مجموعة من ذبذبات مركبة"، وهذه الذبذبات هي نتيجة لتغيرات تحدث في الضغط الجوي ابتداء من مصدر الصوت، فعندما يتحدث الإنسان أو يعزف على آلة الموسيقية تهز كمية من الهواء ملاصقة للنفث أو المصدر الصوت واهتزازات تحدث تغيرا في الضغط الجوي الذي ينتقل عن طريق التضغوط والتخلخل إلى مكان استقبال هذه الاهتزازات.<sup>2</sup> هناك عدة مواصفات لا بد أن تتوفر في جميع أنواع الأصوات منها الدقة فتمثل أهمية خاصة في مرحلة تسجيل الصوت، خاصة الأصوات البشرية والموسيقى.

- تناسب الصوت مع الموضوع: فيجب أن يكون لكل صوت خاصية تتناسب مع الموضوع الذي يدور حوله البرنامج.
- يجب أن تتحرك الأصوات مع مصدرها قريبا وبعدا من الكاميرا، بالإضافة إلى هذا يجب أن تعكس حركة الصوت طبيعة الوسط الذي يتحرك خلاله.
- لا بد من مونتاج الصوت، فيعتبر الشق المسموع من المونتاج البصري، وهو عملية تولف أجزاء الحوار وكل مقاطع من الموسيقى والمؤثرات الصوتية لتكوين معنى معين.<sup>3</sup>

ب -الموسيقى: فالموسيقى لغة إنسانية أخرى غير لغة الكلمات، ولهذه اللغة عديد الوظائف البيولوجية والسيكولوجية والاجتماعية، وحددها عالم الأنثروبولوجيا "آلان ميريام" "A- Merriam" كما يلي:

✓ التعبير الانفعالي: الموسيقى وسيلة مهمة في التعبير عن الانفعالات والتنفس عن طريقها وكذلك تعبير عن الأفكار وتجسيدها.

<sup>1</sup> نفس المرجع، ص 118.

<sup>2</sup> عبد النبي سليم، الإعلام التلفزيوني، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010، ص ص 191 192.

<sup>3</sup> علي عبد الرحمن، مرجع سابق، ص ص 212 222.

- ✓ الترفيه: حيث يشيع استخدام الموسيقى للتسلية والمتعة في العديد من المجتمعات الإنسانية.
- ✓ الاستجابة الجسدية: كاستخدام الموسيقى من أجل الرقص، أو من أجل مصاحبة بعض النشاطات الجسمية العديدة كالألعاب الرياضية.<sup>1</sup>
- ✓ المساهمة في استمرار الثقافة واستقرارها: حيث تعتبر الموسيقى تلخيصا للنشاط الخاص بالتعبير عن القيم الاجتماعية السائدة، وعلى ما يتصل لهذه القيم من ثبات أو تغير أيضا.<sup>2</sup>
- وللموسيقى أشكال منها:
- ❖ **موسيقى التابع:** تستطيع الموسيقى أن تربط بين مجموعة من المشاهد التي ليس لها أو بينهما علاقة، كمشهد المونتاج الذي يصف رحلة سفر أو رحلة بحث مثلا، وتعكس الموسيقى هنا روح الحركة الدرامية في مشهد، وتستمر بصورة مستقلة عن حركة موضوع التصوير نفسه.
- ❖ **الموسيقى التحذيرية:** تعطي الموسيقى التحذيرية الشعور بأن شيئا على وشك الحدوث.<sup>3</sup>
- ❖ **الموسيقى الفجائية أو الفكاهية والانتقالية والتعليمية:** تستخدم الموسيقى لأكثر من هدف فيمكن أن تستخدم موسيقى فجائيا وهي مشوهة ومتقطعة لأغنية رقيقة معروفة، أما في الفكاهة فتعرف في حالة تقليد طريقة سير شخصية أو مظهرها وتستخدم الموسيقى أيضا كوسيلة انتقال من مجموعة مشاهد إلى أخرى.
- والموسيقى التعليمية يمكن أن تأخذ شكل الفولكلور الهندي مثلا، لتعرف بالثقافة الهندية في فيلم تعليمي، وليس هناك أي وسيلة لتحديد الاختلافات والتنوعات التي تستطيع أن يسهم بها مؤلف موسيقي موهوب في البرنامج.<sup>4</sup>
- 2-4-2-5- الديقور والإكسسوار:
- أ- الديقور:

<sup>1</sup> هاني إبراهيم البطل، مرجع سابق، ص 126.

<sup>2</sup> عبد النبي سليم، مرجع سابق، ص 200 201.

<sup>3</sup> دون كاتب، البرامج التلفزيونية-الأشكال والوظائف، تمت الزيارة يوم، 19-01-2019، [www.yom7.com/story\\_kok](http://www.yom7.com/story_kok)

[5/3/7/2095930](http://www.yom7.com/story_kok)

<sup>4</sup> فوزية فهد، التلفزيون فن، ط2، القاهرة: دار النهضة العربية، 1987، ص 300 301.

يعد الديكور أحد أدوات العمل التلفزيوني، حيث يعبر عن شخصية البرنامج ويكمل رسالته ويعد جزءاً جذاباً عند رؤية الحلقات، إذ أن الديكور هو الأثاث والأشياء الأخرى التي تشغل حيز المكان والتي يتم تصويرها، ويمكن أن يتم تركيب ديكورات وخلفيات مناسبة التي يتماشى مع المشهد التلفزيوني المراد تسجيله، ومن بين خصائصه أن يراعي فيه البساطة التامة والقرب من الواقع، كما يحدد لنا معالم المكان أو الزمان، ويساعد في توصيل الحقائق والمعلومات الهامة التي يقدمها البرنامج كما يكشف عن زمن وطبيعة العصر الذي يعيشه ويجب أن يكون خفيف الوزن لكي يسهل حمله ونقله من مكان لآخر.<sup>1</sup>

**ب - الإكسسوار:** ويعني مكملات المنظر أو محتوياته، وهو عنصر هام لا يستغنى عنه في البرامج التلفزيونية، ويعتبر أحد العناصر الهامة التي تكون الصورة، ويحتاج العمل البراجمي التلفزيوني إلى استخدام قطع من الإكسسوار حتى يبدو على طبيعته وقد يكون جزء من الديكور، أو جزءاً تابعاً لمقدم البرنامج أو ضيوفه، كالمجوهرات أو المؤثرات المستخدمة في الشرح أو التوضيح. وهناك نوعان من الإكسسوارات المستخدمة في البرنامج التلفزيوني هما "الثابت والمتحرك" ويصعب التفرقة بينهما، ويحدد المخرج المسؤولين عن الإكسسوارات والاحتياجات المختلفة اللازمة للبرنامج مع تحديد صفاتها، ويطلق على الشخص المسؤول عن الإكسسوار "منسق المناظر"، فهو المسؤول عن فرش الديكور من أجل هذا يكون عمله مرتبطاً بمهندس الديكور فيكون بينهم التنسيق والتفاهم في هذا الشأن.<sup>2</sup>

#### 2-4-6- الماكياج والأزياء:

**أ - الماكياج:** يستخدم فن الماكياج في أغراض التزيين منذ أن استخدمه الرومان في أقدم الأزمنة فكانوا يستعملون صبغات شعر مختلفة، كذلك الألوان والمساحيق، كما أن قدماء المصريين كانوا

<sup>1</sup> عبد الدائم عمر حسن، إنتاج البرامج التلفزيونية، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1997، ص 87.

<sup>2</sup> جلال الخوادة، المذيع التلفزيوني، عمان: دار زهران للنشر والتوزيع، ص 76.

يستعملون الكحل لرسم الخطوط السوداء حول العين، كذلك عرفوا صبغة الحناء وكانوا يدهنون أجسامهم بالزيوت الطبيعية لاكتسابها بريقاً ونضارة.<sup>1</sup>

فالتلفزيون هو صاحب الفضل في تطور فن الماكياج، كما كان لظهور اللون فيه داعماً قويا لإتقان محاكاة الطبيعة فيها تسجله عدسة الكاميرا من ملامح الوجه، وألوانها، ويشترك الماكياج مع الإضاءة على اختلاف أنواعها في الإتقان الشامل والدقيق في الإنتاج التلفزيوني وللإضاءة تأثيراً كبيراً على الماكياج، فقد يكون الماكياج موضوعاً بطريقة سليمة لكن تفسده الإضاءة غير الملائمة والعكس صحيح.<sup>2</sup>

ب- الأزياء والملابس: تعتبر الأزياء وسيلة تعبيرية هامة، يستعين بها المخرج ليثري العمل التلفزيوني وتضفي على الشخصيات الصفات التي يريد المخرج، وتلعب الملابس أدواراً هامة لها دلالتها في كشف سمات الأشخاص، وتساعد في إبراز الموضوع، وتزيد من رونق وجودة الأداء والإخراج، ولها أهميتها في إظهار مدى انسجام المشاهد وتعارضها معاً.<sup>3</sup>

### 2-3-3- الإعلام التلفزيوني الساخر

#### 2-3-3-1 مفهوم الإعلام الساخر:

رغم البحث المطول عن الإعلام الساخر، إلا أننا لم نجد حتى في المصطلحات الإعلامية ويمكن إرجاع ذلك كونه مصطلح جديد نسبياً، ولم يؤطر له كعلم، إلا أن بعض الباحثين حاولوا وضع تعاريف له نذكر منها:

- يعرفه محمد شطّاح: "على أنه تقديم الوقائع والأحداث والقضايا والآراء التي تم أكبر قدر ممكن من الأفراد، بطريقة ساخرة ومضحكة،<sup>4</sup> بهدف نقد ومقاومة الظروف والمظاهر والأحداث

<sup>1</sup> محمد عوض، المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني، القاهرة: دار الفكر العربي، 1986، ص 89.

<sup>2</sup> حمدي عبد المقصود، البرامج التلفزيونية: مفهوم الإعداد بين السائد والمهمش، القاهرة: مجلة مهديات، ع3، ص ص 95 96.

<sup>3</sup> محمد قنطرة، إنتاج البرامج العلمية والتكنولوجية في الإذاعات والتلفزيونات العربية، تونس: دار اتحاد الإذاعات الدول العربية، 2006، ص ص 77 78.

<sup>4</sup> لمياء سليمان، تناول الإعلام التلفزيوني الساخر لقضايا المجتمع الجزائري، مرجع سابق، ص 68.

الحياتية على اختلافها، الاجتماعية، السياسية، الاقتصادية، الثقافية".<sup>1</sup>

- كما يعرف بأنه "مختلف المضامين الإعلامية المقدمة بطريقة ساخرة، التي تسعى إلى مقاومة الأخطاء الموجودة في المجتمع، وتساهم في تصحيح الاعوجاجات بطريقة غير مباشرة وبصور تعبيرية مختلفة".<sup>2</sup>

- وتعرفه هالة الحلفاوي: "بأنه نوع إعلامي لتفريغ العواطف البشرية مثل: الشعور بالغضب الاشمزاز الاحتقار وغير ذلك، يتسم بخفة الدم، بغرض تسليط الضوء على سلوك ما، شخصي أو مؤسسي، أو اجتماعي، أو سياسي، بهدف تغييره أو تطويره، فهو بذلك يتحدى المفاهيم التي تبدو مقبولة اجتماعيا وجعلها تبدو سخيفة".<sup>3</sup>

وتعرفه الدكتورة جيهان يسرى: "على أنه نمط من الإعلام يشترط أن تكون له تقاليد ومعايير مهنية، بحيث لا يجب أن يتعدى على الأخلاقيات السائدة في المجتمع، مثل رسوم الكاريكاتور فالكاريكاتور لا يؤدي أحدا بل أنه يلقي الضوء على ما يحدث في المجتمع، ويجعل الناس ترى الحقائق بأسلوب ساخر ومضحك".<sup>4</sup>

### 2-3-2- نشأة الإعلام الساخر:

#### 2-3-2-1- في العالم الغربي:

كانت الانطلاقة الفعلية لهذا النوع الإعلامي في الصحافة الغربية، انطلاقاً من رؤيتها للدور الفعال لرسمي الكاريكاتير في الصحافة، وبعد أن تبين الأثر البالغ الذي تتركه النكتة في الرسالة الإعلامية من خلال تلك الرسوم، وكان لذلك دور كبير في تحويل ذلك الرسم الساخر إلى كتابات ساخرة تمس مختلف السياسات في الدولة الواحدة، وتلامس تحركات السلطة في جميع الاتجاهات، إلا

<sup>1</sup> شاعر عبد الحميد، الفكاهة والضحك - رؤيا جديدة، مرجع سابق، 51.

<sup>2</sup> محمد خلفان الصوافي، الإعلام الساخر بين المسؤولية والإساءة، صحيفة الإتحاد، 31 مايو 2013، تمت الزيارة يوم 2019/01/10، متاح على الرابط [www.alittihad.ae/wejhatarticle](http://www.alittihad.ae/wejhatarticle) ، بتصرف.

<sup>3</sup> هالة الحلفاوي، البرامج الساخرة: جدل غير محسوم حول تأثيراتها السياسية، مجلة اتجاهات الأحداث، ع2، مايو يونيو 2017، ص 50. بتصرف.

<sup>4</sup> هدى الشيمي، الإعلام الساخر مطلوب، ولماذا نحاسب باسم يوسف، جريدة المصراوي، ليوم 23 نوفمبر 2013، تمت الزيارة يوم 2019/02/07، متاح على الرابط [www.masrawy.com](http://www.masrawy.com)



أنه لم يكن بالصحافة بل تطرق إلى وسائل الإعلام الأخرى خاصة التلفزيون الذي ساهم بدوره في بروز موجة البرامج التلفزيونية الساخرة في العالم الأوربي في الستينات أبرزها "الولايات المتحدة الأمريكية" من خلال البرنامج الحوارى الكوميدي "تونايت شو" "to night show" أو "عرض الليلة" الذي تبثه قناة "أن بي سي" "NBC" بدء من 1961 من طرف المذيع "جونى كارسن" "Jonney Kersen" بعد الساعة الحادية عشر ونصف ليلا، ويستمر لمدة خمسة أيام في الأسبوع من الاثنين إلى الجمعة،<sup>1</sup> "كارسن" الذي تحول بفضل البرنامج إلى أيقونة تلفزيونية تسعى العديد من الأشخاص إلى تقليدها، وإشتهر بوقوفه للسلام على ضيوفه المميزين وتحولت مصافحته للضيف في آخر البرنامج إلى الإشارة إلى نجاح الضيف، أما إذا امتنع عن ذلك تكون تلك علامة واضحة على عدم رضاه على مستواه، واستمر كارسن "Kersen" في برنامجه حتى الثاني والعشرين من مايو عام 1962، حينما خلفه المقدم الحالى للبرنامج جاي لينو "Jey Leno"، وعلى الرغم من شهرة البرنامج بمشاركة المشاهير من ممثلين ومغنيين إلا أنه نجح في استضافة بعض الشخصيات السياسية التي يأتي على رأسها الرئيس الأمريكى "جورج بوش" الذي حل ضيفا على البرنامج عندما كان يخوض للانتخابات الرئاسية 2002م، كما استضاف "هيلارى كلينتون"، وأعضاء من مجلس الشيوخ الأمريكى والبرنامج "Smothers Brothers" "سمودرز بوردز" الذي بدأ عام 1967 ويقدمه الأخوين<sup>2</sup> "Tomand dick" "smothers" على قناة CBC الأمريكية، تم إيقافه في 1969 لأنه كان يتعرض لمواضيع مثيرة للجدل أيام حرب الفيتنام، مما أثار غضب الجماهير مع أن نسبة المشاهدين كانت عالية، لكن القناة قررت إيقاف البرنامج خوفا على مكانة المؤسسة الإعلامية.<sup>3</sup>

"Saturday night live" أو "مساء السبت على الهواء" الذي بدأ في 1975 من تقديم جيمي فالون "Jemmy falon" على قناة "NBC"، كان له الدور الأساسى في إطلاق أهم المواهب

<sup>1</sup> السيد طنطاوي، الإعلام الساخر والصحافة الساخرة، جريدة صوت البلد، تمت الزيارة يوم، 2019/01/22، متاح على الرابط [www.baladwews.com /https://](https://www.baladwews.com)

<sup>2</sup> السيد طنطاوي، المصدر نفسه.

<sup>3</sup> ربيع الشمري، الإعلام الساخر، مقال منشور في جريدة الكويتية، تاريخ النشر، 03 / 10 / 2017، تمت الزيارة يوم 2019/01/25، متاح على الرابط، <https://www.alkuwaityah.com>، ص9.

الكوميديا في تاريخ أمريكا والعالم، من بينهم على سبيل المثال "ستيف مارتن" "Steven martin" "جيم كيري" "Jim kerrey"، "بيلي كريستال" "Billy cristal"<sup>1</sup> وغيرهم، يتكون من مجموعة من الفقرات أهمها: فقرة خاصة باستضافة نجما كوميديا أو غنائيا أو رياضيا أو حتى شخصية سياسية شهيرة لكي يقوم بعمل مونولوج ساخر أو فقرة كوميديا، ويهدف في نهايتها بالعبارة الشهيرة التي أصبحت جزء من حياة ملايين الأمريكيين: "إنه مساء السبت مباشرة على الهواء من نيويورك"، وقرة أخرى بعنوان "أحدث الأخبار" التي اختار عددا من عناوين الإخبارية ملفتة التي وقعت خلال الأسبوع، ويتم قراءتها بشكل جدي، مصحوب بتعليق ساخر، وقد تم إيقاف هذه الفقرة سنة 2002.<sup>2</sup>

وأيضاً المسلسل الأمريكي "عائلة سمبسون" بدأ في 1988 لمبتكره مات غرونينغ Groning Mat، إلا أنه حقق اهتمام ملحوظا في 1991، فيتحدث في مضمونه بشكل كبير عن ثقافة البوب حيث استحوذ مسلسل "عائلة سمبسون" بتلميحاته الساخرة على الساحة بكونه عرضا جيدا، إنه بتلك البساطة، لم يبنى المسلسل حول المحاكاة الأدبية والساخرة والتلميحات لثقافة البوب، فهو يعنى بالعلاقات، وهذا ما جعلنا نصدق أفراد عائلة سمبسون ونحبهم، وثقافة الهوس، كما يسخر من النمط المتكرر ومقلوب المهوسين بمجلات الرسوم المتحركة.<sup>3</sup>

والبرنامج "ذا دايلي شو" the Daily Show لجون ستوارت Jhon Srawart في 1999 والذي حصد جوائز عديدة منها جائزة إيمي العالمية للإنتاج التلفزيوني عشر مرات متتالية، لكن ستوارت الذي كثيرا ما أكد أنه كوميدي أكثر منه إذاعي ترك بصمته الحقيقية خلال الانتخابات الرئيسية الأمريكية لسنة 2000 م<sup>4</sup>، بتغطيته الساخرة لإعادة فرز أصوات المترشحين جورج بوش والغور ALGOOR في ولاية فلوريدا.

1 حمدان خضر السالم، صحافة السخرية والفكاهة في العراق، ط2، بغداد: دار الجواهري للنشر، 2014، ص 24.

2 حسين شفيق، الصحافة المتخصصة المطبوعة والإلكترونية، القاهرة: معهد الإعلام، 2006، ص 142.

3 حمدان خضر، مرجع سابق، ص 26.

4 ستيفن دولينغ، الإعلام الساخر إلى أين؟، تمت الزيارة يوم، 24-01-2019، مقال متاح على الرابط:

فكان صعود برنامج ستيوارت تزامنا مع شعبية الفيديو على الإنترنت عندما أصبحت لقطات من "ذي دايلي شو" تبث وتجري تداولها على الشبكة العنكبوتية في اليوم التالي.

وفي بعض الأحيان كان يظهر في هذه التسجيلات، وهو يسخر من شبكات الكايبيل الإخبارية التي تبث 24 ساعة في اليوم، وأصبح ستيوارت معروفا باستهدافه قناة فوكس نيوز وشبكة "CNN" ومن تعليقاته الساخرة بات محلا سياسيا عن جدارة لكن بعد 52 سنة من النجاح والشهرة اعتزل ستيوارت عن البرنامج، و لم يحدد من سيخلفه.<sup>1</sup>

لكن البرامج الساخرة السابقة هي البرامج التي نجحت في استقطاب عدد كبير من المشاهدين الأمريكيين، وغير الأمريكيين، كما حصلت جوائز في عدة مناسبات مما يدل على نجاح واعتلاء الدولة الأمريكية قمة السلم في هذا المجال، [البرامج الساخرة]، على عكس باقي الدول الأوروبية.<sup>2</sup> كما أصبحت مكان لإبراز المقدمين اللامعين في هذا المجال، وحسب تقرير أصدرته مجلة "تايمز" البريطانية حول أشهر مقدمي البرامج الساخرة تركوا أثرا كبيرا في مجتمعاتهم وبقية الدول الأخرى، فضم التقرير شخصيات منها: جون ستيوارت، "Jhon Stewart" أشهر ببرنامجه "The Daily Show".<sup>3</sup>

● جيمي فالون "Jimmy Fallon" أشهر في الفترة الأخيرة بتقديمه برنامج "la tonight with jimmy fallon".

● جيمي كيميل "Jimmy Kimmel" واشتهر ببرنامجه "Kimmel live" منذ عام 2003.

● ماتلاور MATLAWER: وهو مقدم البرنامج The to day show منذ عام 1996 وحتى الآن.<sup>4</sup>

## 2-2-3-2- في العالم العربي:

ارتبط ظهور الإعلام الساخر بالعالم العربي، بالصحافة الساخرة وذلك تقليدا للصحافة الغربية فكان أول نشاط للكوميديا السياسية الساخرة عام 1878 على يدي الصحفي المصري "يعقوب

<sup>1</sup> ضياء مصطفى، السخرية في البرامج التلفزيونية، مرجع سابق، ص ص 245 246.

<sup>2</sup> ستيفن دولينغ، مصدر سابق.

<sup>3</sup> فيصل لعبي، فن الكاريكاتير وصحافته الساخرة في العراق، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2014، ص 78.

<sup>4</sup> سهى خالد، كتابات عن الإعلام الساخر، تمت الزيارة يوم 2019/01/21، مقال متاح على الرابط: [www.dw.de](http://www.dw.de).

صنوع" في الصحيفة الموسومة "أبي نظارة زرقاء"، والذي وصف بأنه سيد الساخرين في العصر الحديث.<sup>1</sup> كما امتدت إبداعاته إلى المسرح كمنبر لإضحاك الناس، فرأت الحكومة أن ضحكاته مثيرة للخطوط ودموعه مهيجة للأفكار، خاصة بعد أن قدم مسرحية (الوطن والحرية) التي أثارت غضب الخديوي إسماعيل لأنه سخر فيها من مناد القصر، فتم نفيه إلى فرنسا بسبب جريدة "أبي نظارة زرقاء" والتي تعتبر أول صحيفة ساخرة في الوطن العربي و منبرا لمحاربة الفساد والتدخلات الأجنبية لكنه لم يتوقف عن نقده الساخر وهو في المنفى، وبقي يصدر جريدة لكن بأسماء مختلفة منها "أبو صفارة" كما لم تعقم الصحافة العربية عن إنجاب مشاهير آخرين في هذا الفن، أمثال مأمون الشناوي وأحمد رجب.<sup>2</sup>

امتدت السخرية إلى التلفزيون من خلال البرامج التلفزيونية الساخرة بعد مدة طويلة، لأن البرامج الساخرة في العالم العربي كانت تواجه صعوبات قبل عام 2011، بسبب فرض حكام الدول العربية أنظمة استبدادية وقمعية. لم تترك حرية التعبير سوى زاوية صغيرة جدا، فوجدت البرامج الساخرة نتيجة لذلك صعوبات في تلك المرحلة بأن ترفع رأسها، حتى وإن كان بشكل قانوني وكانوا حذرين من عدم تحدي النظام القائم.<sup>3</sup>

فمثلا تم عرض برنامج "طاش ما طاش" الساخر خلال شهر رمضان منذ 14 عاما على قناة mbc التي تخضع لمرجعية حكومية، ومحددة من ناحية النقد الذي يمكن توجيهه ضد النظام والتواصل مع متطلبات جيل الشباب بالإصلاح والتغيير.<sup>4</sup>

وفي القرن الواحد والعشرين ومع اندلاع الثورات العربية أو ما يعرف ب"الربيع العربي" ازداد إنتاج هذا النوع الإعلامي، حيث ألزمت الثورات الأنظمة على التأقلم مع الواقع الجديد وإعطاء حرية

<sup>1</sup> شريف درويش اللبان، الإعلام الساخر من يعقوب صنوع إلى أحمد رجب وباسم يوسف، المركز العربي للبحوث والدراسات، تمت الزيارة يوم 2018-12-04، متوفر عبر الرابط [www.acrse.org](http://www.acrse.org).

<sup>2</sup> شريف درويش اللبان، مصدر سابق، بتصرف.

<sup>3</sup> البرامج العربية الساخرة، حرية في تراجع، مجلة الشرق الأدنى، تمت الزيارة يوم 2019-02-21، متوفر عبر الرابط [www.al.masdar.net](http://www.al.masdar.net).

<sup>4</sup> المصدر نفسه، [www.al.masdar.net](http://www.al.masdar.net).

التعبير مساحة أكبر، ولعل أكثر الدول التي عرفت هذه البرامج هي مصر وتونس التي ازدهرت فيها هذه البرامج التلفزيونية الساخرة.

في مصر كان أشهر البرامج التلفزيونية الساخرة برنامج بعنوان "البرنامج" للإعلامي الساخر الذي برز إلى السطح "باسم يوسف" والذي بدأ عرضه في 1 أغسطس 2011 الموافق لـ 1 رمضان 1432 على قناة "ONTV"<sup>1</sup> حيث عرف هذا البرنامج نسب مشاهدة عالية بين جميع شرائح المجتمع العربي واستمر بنقده اللاذع لسياسة الإخوان المسلمين، وكان لهذه الانتقادات الآثار القوية على عقلية المواطن العربي وتوجهاته السياسية، مما أدى إلى توقيف برنامجه وتوجهه إلى قناة "CBC"، فتم إذاعة أول حلقة في 23 نوفمبر 2012، والتي أثارت غضب زملائه الإعلاميين في القناة بعد أن وجه لهم انتقادات ساخرة، مما دفع زميله الإعلامي عماد الدين أديب إلى الإعلان عن نيته لمقاضاته، وبث الموسم الثاني من البرنامج على قناة CBC الرئيسية في قلب القاهرة، واستمر بتوجيهه للانتقادات اللاذعة ضد الذين كانت في أيديهم السلطة، كمحمد مرسي وغيرهم، حتى وصف من قبل الصحافة السويدية بأنه أشجع مقدم برنامج ساخر مصري وذلك بعد عرضه لمقاطع للرئيس المعزول مرسي وهو يتهم إسرائيل وأمريكا والغرب ويحرض عليهم قبل أن يصبح رئيسا لمصر، فتوقف البرنامج، ثم عاد للبث في نوفمبر 2013.<sup>2</sup> لكنه عاد ليترك أثرا سلبيا لدى الجمهور المصري، بعد أن أثار حفيظة المؤسسة العسكرية العليا، الرئيس المؤقت عدلي منصور ومؤيدي ثورة 30 حزيران، فقررت شبكة قنوات CBC وقف بثه، لكن طاقم البرنامج لم ييأس فعاد البرنامج للظهور في شباط من عام 2014 على شاشة MBC مصر، لكن استمر الواقع السياسي الخانق بمطاردة البرنامج، وتم إيقافه خلال الانتخابات الرئاسية المصرية التي أجريت في العام ذاته.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> شيماء الهواري، تأثير الإعلام الساخر على شعوب الربيع العربي، المركز الديمقراطي العربي 20 سبتمبر 2016، تمت الزيارة يوم 20-02-2019 متاح على الرابط [www.politics.dz.com](http://www.politics.dz.com).

<sup>2</sup> البرامج العربية الساخرة حرية في تراجع، مصدر سابق، بتصرف.

<sup>3</sup> حيدر محمد الكعبي، الضحك على المأساة برامج الكوميديا السياسية وتأثيراتها، المركز الإعلامي للدراسات الإستراتيجية، تمت الزيارة يوم 30-01-2019، متاح عبر الرابط، [www.iicss.iq](http://www.iicss.iq).

ونجد أيضا أهم البرامج الساخرة في مصر برنامج " نشرة أخبار الخامسة والعشرون" للإعلامي والإذاعي "أكرم حسني"، عبارة عن نسخة كوميدية ساخرة من نشرات الأخبار اليومية، كما له برامج أخرى منها " ستة فاصل مايه" و"الكابوس" و"أسعد الله مساكم من جديد"، برنامج "حدوثه بعد النوم" وقد كان لهذه البرامج صدى كبير سواء على مستوى الدول العربية أو الأوروبية خاصة برنامج "البرنامج" لباسم يوسف حيث تم تسجيل 24 مليون مشاهدة في التلفزيون، وأكثر من 184 مليون مشاهدة على الإنترنت، وتم استضافته في البرنامج الأمريكي الساخر "the dally show".<sup>1</sup> بالإضافة إلى برامج أخرى مثل "برنامج" "وش السعد" الذي يعرض على قناة مصر يقدمه MBC الفنان محمد سعد، وبرنامج "أعزائي المشاهدين مفيش مشكلة خالص" الذي يقدمه محمد صبحي، والذي حقق نجاحا ملحوظا في موسمه الأول، وبرنامج "أبله فاهيتا" وبرنامج "بني آدم شو" الذي يقده أحمد آدم حيث اعتمد على طريقة الكوميديا الارتجالية "standup comedy".<sup>2</sup>

كما عرفت العراق موجة البرامج الساخرة بشكل كبير خلال الأعوام الماضية، بعضها عبر قنوات فضائية وأخرى عبر موقع اليوتيوب، لكن البرنامج الذي حظي بمشاهدة العراقيين والأنجح هو البرنامج "البشير شو" من تقديم الإعلامي أحمد البشير، يث على قناة المشاهد المستقل وقد سخر البشير في شكل صريح من رجال الدين من السنة والشيعة الذين يؤججون الشعور العاطفي في المجتمع وأيضا السخرية من رجال الدولة والسياسة في العراق، وبدأ البرنامج في 2014 من العاصمة الأردنية "عمان"، ليتم توقيفه، لكنه أعاد البرنامج من جديد إلى شاشة التلفزيون وتحديدا من قناتي "السومرية العراقية" و"دوتشي فيليه" الألمانية ليصدر قرارا إيقافه من التلفاز مرة أخرى.<sup>3</sup> وقد تصدر هذا البرنامج أكثر البرامج شعبية ومتابعة من قبل الجماهير العراقية حيث أسفر استبيان تم إجراءه على توجهات وآراء الشعب العراقي متعلق بوسائل الإعلام ومقدمي البرامج، أسفر على حصول أحمد البشير مقدم

<sup>1</sup> البرامج العربية الساخرة، حرية في تراجع، مصدر سابق، بتصرف.

<sup>2</sup> عماد إيهاب، برامج السخرية الهزلية تحتاج الفضائيات المصرية، جريدة الرأي الكويتية، تمت الزيارة يوم، 10-01-2019، متاح عبر الرابط [www.ariamedia.com](http://www.ariamedia.com). بتصرف.

<sup>3</sup> ميس الرمضاني، الكوميديا الساخرة في العراق، بين الانتشار والقمع، مقالات نون بوسط، تمت الزيارة يوم، 28-02-2019، متاح على الرابط [www.ereveus.com](http://www.ereveus.com).

برنامج " البشير شو " على نسبة 65.4% من عينة الدراسة.<sup>1</sup> وهناك برامج عراقية ساخرة أخرى تبث على قنوات تلفزيونية عراقية مثل برنامج "ولاية البطيخ" الذي يقدم على قناة "هنا بغداد" وحقق نجاحا كبيرا في وقت قياسي، بعد أن تضمن مقاطع ساخرة من داعش فحظي بشعبية كبيرة إلى أن أصبح المنافس الشرعي للبشير شو.

بالإضافة إلى البرامج التلفزيونية استخدمت الكوميديا الساخرة في مجال الأستاذ آب كوميدي كفن حديث نسبيا على الساحة العراقية، واشتهر بذلك "أحمد وحيد" الذي كان يقوم بتقليد رؤوس الحكومة العراقية بطريقة ساخرة، لتلاقي المقاطع التي ينشرها رواجاً كبيراً، وكان آخرها أداء ساخر ومحور لأغنية "مدرسة الحب" لخص فيها أحمد وحيد كل ما يحدث في الشارع العراقي في الآونة الأخيرة.<sup>2</sup>

أما في لبنان و بانتشار القنوات الفضائية انتشاراً لا مثيل له، عملت بعض المحطات التلفزيونية اللبنانية على تخصيص أكثر من نصف ساعة أسبوعياً لبرنامج ساخر نقدي وتهكمي، لاستقطاب المشاهدين أولاً، ثم لإيصال رسالة نقد سياسي لاذع، فبدأت محطة LBC بعرض برنامج "بس مات وطن" عام 2005 "لشربل خليل"، ثم تبعتها المحطات الباقية كمحطة New TV، التي تميزت ببرنامج "أربت تنحل" خلال شهر رمضان عام 2005، ثم محطة OTV ومحطة المستقبل كذلك رأى المشاهدون أسبوعياً برنامج "دمى..." وهو كاريكاتوري، ولاقت هذه البرامج التلفزيونية الساخرة نجاحاً كبيراً، ولم تزل تمثل متنفساً للبنانيين الذين تستهويهم السخرية من سياستهم.<sup>3</sup>

بعدها ظهرت العديد من البرامج الساخرة التي تتناول قضايا مختلفة متعلقة بالمجتمع اللبناني ومشاكله، من بينها برنامج "لهون وبس" لمقدمه "هشام حداد" والذي يتناول موضوعات غالباً محلية

<sup>1</sup> وجبة العراقيين الفكاهية، "البشير شو" يتصدر قائمة البرامج الأكثر متابعة، بغداد: موقع إدم نيوز، تمت الزيارة يوم 03-03-2019، متاح على الرابط [www.arem/eveus.com](http://www.arem/eveus.com). يتصرف.

<sup>2</sup> ميس الرضاني، مصدر سابق.

<sup>3</sup> هشام جابر، النكتة السياسية عند العرب، بين السخرية الرينة والحرب النفسية، بيروت: الشركة العالمية للكتاب، 2009، ص 231.

بقالب كوميدي ساخر، مما جعل البرنامج من أكثر البرامج متابعة في لبنان،<sup>1</sup> كما نجد برنامج "لا يمل" الذي كانت الغلبة فيه للمواقف الاجتماعية حيث يقول مخرج البرنامج "ناصر فقيه" في إمكان كل الأمور أن تضحك الناس، من اجتماعية واقتصادية، لا سياسية فقط فالمشاهد الاجتماعية مهمة"،<sup>2</sup> وهناك برنامج "أس آل شي" على قناة MTV، وفي قناة (LBCI) نجد برنامج "صنع في لبنان" وكذا "تعليق سي قاسي" وأضيف إليهما مؤخرا برنامج "show show" مرتب "هذه البرامج كلها تهتم بالأحداث السياسية والاقتصادية والاجتماعية في لبنان".<sup>3</sup>

كما عرفت تونس العديد من البرامج التلفزيونية الساخرة والتي أثارت ضجة، وحققت شهرة كبيرة من أهمها برنامج "دمى المغرب العربي"، والذي يتناول شخصيات سياسية في دول المغرب العربي ويلاقي هذا البرنامج نجاحا كبيرا لدى الجمهور المغربي بفضل دماه المغربية ومن بينها دمية الوزير الأول المغربي عبد الإله ابن كيوان.<sup>4</sup> وذلك كون القنوات التلفزيونية في المغرب تابعة للدولة والعديد من الممنوعات مازالت قائمة، الأمر الذي يجعل من المستحيل تخيل دمية لشخصية الملك محمد السادس أو أحد أفراده. وفي هذا السياق فإن برنامج دمى المغرب العربي في صيغته التونسية يعكس مشاكل المغرب، رغم أن هذه الدمى من صنع تونسي.<sup>5</sup>

وتعتبر تونس من أهم دول المغرب العربي التي تصدر القائمة من حيث البرامج التلفزيونية التي تعتمد أسلوب النقد والسخرية، من مختلف السياسيين وبمختلف انتماءاتهم الحزبية ومناصبهم في سلم السلطة في الدولة، تجاوزت أحيانا حدود ما كان يعتبر في ماض قريب خطوط حمراء. ومن هذه البرامج

<sup>1</sup> أشهر مقدم برامج ساخرة في لبنان أمام القضاء، جريدة رأي اليوم، بيروت، 25 جانفي 2018، تمت الزيارة يوم 03-03-2019، متاح على الرابط [www.Raialyoum.com](http://www.Raialyoum.com).

<sup>2</sup> البرامج الساخرة في التلفزيونات اللبنانية "طفرة" محببة "للانتقام" من السياسيين، موقع الرأي، تمت الزيارة يوم 02/03/2019، متاح على الرابط [www.araimedia.com](http://www.araimedia.com).

<sup>3</sup> منال جوهر، البرامج الانتقادية الساخرة في لبنان، منافسة غير شريفة، جريدة الشرق الأوسط، ع 8340، تمت الزيارة يوم 04-03-2019 متوفر على [www.archive.aawsat.com](http://www.archive.aawsat.com).

<sup>4</sup> البرامج الساخرة تزعم الحكومة التونسية، موقع الجزيرة نت، تمت الزيارة يوم 04-03-2019، متاح على الرابط، [www.aljazeera.net](http://www.aljazeera.net).

<sup>5</sup> المغاربة يكتبون السخرية من سياستهم في البرنامج التلفزيوني "دمى المغرب العربي"، موقع فرانس 24، تمت الزيارة يوم 04-03-2019 متاح على الرابط [www.france24.com](http://www.france24.com)، بتصرف.



أيضا نجد برنامج "التاسعة" على قناة التونسية الخاصة الذي يقدم من قبل أحد الفنانين الكوميديين المعروفين في تونس "لطفى العبدلي" الذي يسخر من الرئيس المؤقت للبلاد وبكثرة وبطريقة مسيئة للشخص في حد ذاته.<sup>1</sup>

بالإضافة إلى العديد من البرامج كبرنامج "اللوجيك السياسي"، وبرنامج "لاباس" ذو طابع ترفيهي فكاهي يحتوي على فقرات كوميدية، وكذا برنامج "صابر وبرا" و"سايس خوك" و"خبزولوجيا" وغيرها. أما في الجزائر فظهرت البرامج التلفزيونية الساخرة بشكل صريح بعد ظهور القنوات الخاصة التي فتحت الباب للأفكار الجديدة، وبالموازاة مع موجة الربيع العربي ونجاحاتها وإخفاقاتها، حيث بدأت بإشارات بسيطة عن طريق عروض "المونولوج" ثم مسلسل "عمارة الحاج لخضر" الساخر، الفكاهي الناقد للأخلاق وغلاء المعيشة.<sup>2</sup> ومع تزايد حرية الإبداع في السخرية من شخصيات النظام ومؤسساته ازدادت هذه النزعة انتشارا بفعل الاحتجاجات والانتفاضات الشبابية ضد البطالة والتهميش التي تصب على البلاد من حين لآخر، وقضايا الفساد التي يتورط فيها الوزراء والمقربون من الرئيس الجزائري "بوتفليقة".<sup>3</sup>

وكانت الإنترنت هي البوابة الأولى لمثل هذه البرامج الساخرة، من خلال مواقع التواصل الاجتماعي وغيرها، حيث تم بث فيديو بأسماء غير حقيقية من بينهم "دي زاد جوكر" "DZ Joker" الساخر الجزائري لشخصية شمس الدين لعميري، حيث كان أول موضوع بثه على موقع اليوتيوب يخص ظاهرة الفاييسبوك في الجزائر وكيف يستخدمه الشباب الجزائري لربط الصداقات مع الجنس اللطيف، ثم تطور في تناوله للمواضيع إلى السياسية منها،<sup>4</sup> بعد ذلك وجدت هذه البرامج ضالتها

<sup>1</sup> السخرية في الإعلام التونسي بين النقد السياسي والأجندات المبطنة، موقع دوتشه فيليه، تمت الزيارة يوم 04-03-2019، متاح على الرابط [www.DW.com](http://www.DW.com).

<sup>2</sup> مروة درنون، النقد السياسي الساخر في سلسلة السلطان عاشور العاشر الفكاهية، مذكرة ماستر: قسم الصحافة، جامعة قسنطينة 2017-2018، ص 3.

<sup>3</sup> فوزية فوراية، البرامج الساخرة، سلاح الشباب الجزائري لكسر الطابوهات، تمت الزيارة يوم، 04-03-2019، متاح عبر الرابط [www.dw.com](http://www.dw.com).

<sup>4</sup> جامعيون يطالون يصنعون الشهرة في مجال البرامج الساخرة، موقع جرابيس، تمت الزيارة يوم، 04-03-2019، متاح على الرابط [www.djazairss.com](http://www.djazairss.com).

ومكانتها في القنوات الخاصة الجزائرية لجذب المشاهدين وبمشاركة فنانيين شباب لهم شهرة على مواقع الإنترنت بغرض التنبيه ودق ناقوس الخطر في بعض القضايا وليس للضحك والتنكيت فقط. ومن بين هذه البرامج نجد برنامج "أنيس تينا" وهو أول برنامج ينتقل من مواقع التواصل الاجتماعي إلى شاشة التلفزيون من خلال قناة النهار،<sup>1</sup> الذي يقدمه شاب جزائري وهو "أنيس بوزغوب" والذي اكتشفه الجمهور من خلال شبكة الإنترنت وعرف شعبية كبيرة. بفضل فيديو له موضوعه الفرق بين أوروبا والجزائر. ونال متابعة الآلاف على اليوتيوب، هذا الأمر أتاح له فرصة عمل في القنوات الخاصة بالجزائر، حيث اقترحت عليه إحدى القنوات الخاصة القيام ببرنامج تتنوع مواضيعه بين الاجتماعي والسياسي عبر ثلاثين حلقة.

كما بث برنامج "ألو نعم" على القناة الخاصة "الخبر" والذي يعتبر نسخة من البرنامج الذي تقدم في شكل "بود كاست" فتقوم فكرة البرنامج على عمل مخرج شاب ومشاركة فنانيين شباب لهم شهرة على مواقع الإنترنت، ويتناول مواضيع سياسية واجتماعية، والسخرية من بعض الشيوخ والدعاة الذين لهم برامج خاصة بالفتوى الدينية.<sup>2</sup> لكن من أشهر البرامج الساخرة الجزائرية "جورنان القوسطو" الذي بث على قناة "الجزائرية" خلال شهر رمضان لموسمين أو أكثر، حيث يسجل ويداع في نفس الوقت وهو عبارة عن نشرة إخبارية ساخرة تبث من على سطح إحدى البنايات وفي ديكور قصديري، ويصور البرنامج داخل أستوديو صغير يسمى في البرنامج "السطح" في إشارة إلى البلاد حيث يتم تداول مصطلحات تشير إلى كبار المسؤولين في الجزائر، مثل "مول السطح" في إشارة إلى الرئيس "بوتفليقة" و"خو مول السطح" يعني شقيق الرئيس، و"عساس السطح" يعني مدير المخابرات<sup>3</sup> ويتداول مجموعة من الممثلين الفكاهيين على تقديم فقرات البرنامج ومن بينها فقرة أو ركن "جرنان الداخل" يتم فيه حصر أهم القضايا والمشاكل الداخلية الخاصة بالجزائر الشاغلة للرأي العام الجزائري مثلا قضية ضعف خدمات شركة الخطوط الجوية الجزائرية وركن "جرنان الخارج" خاص بالأحداث

<sup>1</sup> فوزية فوراية، مصدر سابق، بتصرف.

<sup>2</sup> المصدر نفسه، بتصرف.

<sup>3</sup> سهام قواسمي، مرجع سابق، ص 81.

الدولية والساحة العالمية والحوار مع مبعوث خاص بالبرنامج، كذلك ركن "جنان الثقافة" خاص بانتقاد الوجوه الفنية والثقافية الجزائرية والعربية في بعض الأحيان، وركن آخر وهو "جنان الرياضة" خاص بالأحداث الكروية والرياضية.<sup>1</sup>

وقد تمكن هذا البرنامج من نيل شعبية كبيرة في أوساط الجمهور الجزائري، وتلقى اعترافا أيضا من المهنيين في قطاع التمثيل الساخر، نظرا لتناوله قضايا سياسية اجتماعية اقتصادية ثقافية تمم الشارع الجزائري، وفي هذا السياق يقول المختص في الإعلام "عمار بلقاسم" أن البرامج بكل ما له وما عليه، يقدم للمشاهد الجزائري مساحة ومتنفسا في قراءة أوضاعه ويوميته وتسليط الضوء على مسؤوليه ويحاسبهم بطابع هزلي".<sup>2</sup>

وهناك برامج ساخرة أخرى من بينها برنامج "كي أحنا كي الناس" الذي بث على قناة "الخبر" الجزائرية (KBC)، برنامج "البوتيكة" على قناة beaur TV وهو برنامج سياسي ساخر يركز على استضافة مسؤولين واستجوابهم حول أمور تخص قطاعاتهم، ويؤدي مجموعة من الكوميديين أدوار وزراء ورجال الدولة.<sup>3</sup>

- ومن أهم البرامج الساخرة في الجزائر نلخصها كالآتي:

- برنامج جورنان القوسطو على الجزائرية وان.
- برنامج JT fou على الشروق.
- برنامج "أنيس تينا" النهار.
- برنامج المنشار على قناة الشروق.
- برنامج راب نيوز على الشروق.

بالإضافة إلى مسلسلات ساخرة مثل سلسلة عاشور العاشر، دار الفكاهة، مبروك و4 نسا،...

## 2-3-3- بواعث ظهور الإعلام التلفزيوني الساخر:

<sup>1</sup> قواسمي سهام، مرجع سابق، ص 82.

<sup>2</sup> فتيحة زماموش، إيقاف برنامجيين ساخرين في الجزائر، موقع الترايت، تمت الزيارة يوم 04-03-2019، متوفر على الرابط [www.ultrasawat.com](http://www.ultrasawat.com).

<sup>3</sup> البوتيكة برنامج سياسي ساخر، تمت الزيارة يوم 04-03-2019، متوفر على الرابط [www.123vivadz.com](http://www.123vivadz.com).

إن ما يدور في الحياة من المفارقات الكثيرة والمتنوعة والتي نراها كل يوم، جعل الأمر يستدعي في بعض الأحيان السخرية والإحساس نحوها بمشاعر خاصة وكثيرا ما تقابل بتصرفات وحركات وعبارات ساخرة ترمز لها، ومن بين هذه المفارقات التي جعلها الإعلام الساخر المادة الخام له نذكر:

- الآمال التي يعلقها الأفراد على إحدى الشخصيات ويراهم أمل لتحمل المسؤولية ثم بعد ذلك يتفاجئ بأن هذه الشخصية أبعد ما تكون عن المسؤولية، فتصبح هذه الشخصية مثيرة للسخرية بكل أساليبها وأنواعها على المستوى الضيق الخاص أو الجماهيري.<sup>1</sup>
- عدم التزام بعض الفئات التي تفرض مهنتها أسلوبا معيناً من السلوك أو أخلاق وصفات معينة ثم لا يلتزم بعض أفرادها أو أحدهم بما يوجه الانتماء إلى فئته كرجل الدين الذي لا تدل أقواله وأفعاله على الإنصاف والالتزان.
- قد تثير تناقضات الحياة بعض المرارة، فتكون السخرية مرة أيضاً دون أن تفسد المرارة جوها المؤلف، مثال ذلك: عربي في أمريكا، يحمل صورة رئيس بلده، ... وعندما سأله لماذا يفعل ذلك؟ قال حتى لا أحن للوطن، وأكثر موضوعات الحياة التي يمكن أن تكون باعثة للبرامج الساخرة في الإعلام التلفزيوني نشير إلى بعض محاورها منها:<sup>2</sup>

**1- المستور:** يقصد به كل أمر يتحاشى المجتمع الحديث وتداوله علنا، بل يكون تداوله ضمن لقاءات خاصة أو سرية، أو يستخدم فيه الإيحاء أو التغيير غير المباشر في إيصاله للآخرين، ومن المستور في مجتمعنا النكات السياسية التي تمس المسؤولين الكبار في الدولة وإنجازاتهم أو قضية العلاقة بين المرأة والرجل.

**2- المشكلات السياسية:** التعبير عن معاناة الناس وآلامهم وتمثيل الواقع والعمل على مقاومته ومعالجته عن طريق السخرية ومن خلال البرامج الساخرة أو النكت السياسية أو المسرحيات والمقالات الساخرة، وليس من أجل التعبير عن مشاعر الناس فقط، وإنما ما يخلج صدورهم حيال مواقف سياسية معينة، والتي يعدها السياسيون ضغطاً سياسياً عليهم، وعلى ذلك فهدفها

<sup>1</sup> ضياء مصطفى، السخرية في البرامج التلفزيونية، بغداد: دار ميزوبوتاميا، 2014، ص 141.

<sup>2</sup> سمير شريف استبتية، اللغة وسيكولوجية الخطاب، عمان: المؤسسة العربية للدراسات والنشر، 2002، ص 58.

ليس الإضحاك فقط، وإنما هو جزء من الموقف السياسي والرؤية السياسية للناس، وتؤثر على القرار السياسي في أحيان كثيرة، لأنها تجعل من السخرية وسيلة إلى النقد السياسي اللاذع المبني على رؤية عميقة للحدث السياسي.<sup>1</sup>

● **المشكلات الاجتماعية:** تعد المشكلات الاجتماعية من أهم مصادر النقد الاجتماعي الذي يخرج على أسنة الناس والبرامج الساخرة في طرائف معبرة وهادفة التي تنتقد البطالة والعلاقات الاجتماعية والمشكلات الأخلاقية، حيث يكون للسخرية أثر كبير في تصوير هذه المشكلات والتعبير عنها بشكل صادق في كثير من الأحيان.<sup>2</sup> فعندما يحفل المجتمع بالنقائص والمفارقات وتتعدد شؤون الحياة، تنشأ ظواهر تبدو وكأنها في غير مكانها، متنافرة وبالتالي مثيرة للسخرية.<sup>3</sup> فالسخرية هي الطريقة المناسبة للتنبيه للخطأ والمفارقات دون المخاطرة بطريقة مباشرة، فهي تترجم حاجة روحية للمجتمع وما يستحقه.<sup>4</sup>

### 2-3-4- معايير الإعلام الساخر:

عندما نتكلم عن معايير تحكم الإعلام الساخر فإننا بالطبع لا نتكلم هنا عن معايير دستورية "فرمانات" مكتوبة على الإطلاق، وإنما هي معايير مهنية وأخلاقية يجب أن يلتزم بها من يلبس وجع الشارع، ويستعير لسانهم وينبض بوجدانهم سواء كان ما يقدم مرثياً أو مسموعاً أو مكتوباً، ومن هذه المعايير على سبيل المثال لا الحصر ما يلي:

1- احترام الديانة والمعتقد والفكر بغض النظر في أي زاوية من النقيض تقف هذه الأشياء من فكر أو معتقد ورأي الإعلامي الساخر.

<sup>1</sup> ضياء مصطفى، مرجع سابق، ص 143.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 143.

<sup>3</sup> هشام جابر، مرجع سابق، ص 24.

<sup>4</sup> شمسي واقف زاده، الأدب الساخر، أنواعه وتطوره مدى العصور الماضية، فصلية دراسات الأدب المعاصر، السنة الثالثة، ع 12، ص 105.

2- أن يكون الموضوع الساخر له قيمة وهدف...، أما السخرية لأجل السخرية فقط للإضحك دون إيجاد رسالة وعنوان ومرسل إليه يصبح " تأتأة إعلامية" وشيئا يشبه "مضغ الهواء" لا طعم ولا لون ولا فائدة منه، وأحيانا ضياع الرسالة أو استهلاك الأفكار الساخرة تجبر بعض الإعلاميين على اللجوء والاتكاء على الأسهل.<sup>1</sup> وهي محاولة تقديم الآخر والنيل منه وبالاستهزاء حيث يصبح كل ما يطرح مجرد تهريج ونثر كلام ساذج ليس إلا.

3- على الإعلام الساخر أن يتسم بالموضوعية بعيدا عن التجريح وإهانة الآخر وتحاشي المصالح الشخصية أو المكاسب من السلطة، أو استمالة أحد من القوى المتصارعة على حساب المصلحة الوطنية.

4- احترام المتلقي: من خلال احترام وعيه وذكائه ومشاعره...، فصناعة الإعلام الساخر تشبه الصناعة النووية، إما أن تنير مدينة وتفجر طاقتها، وإما أن تدمرها وتشوه طريقة الابتسام فيها.<sup>2</sup>

5- السخرية ليست شتيمة، سواء بالرسم الكاريكاتيري أو الرسم بالكلمات هي موهبة نادرة الشامتون في العالم العربي يملئون بياض الصحف وسوادها، بينما الأدباء الساخرون صنف على طريق الانقراض خاصة عند النقد السياسي والاجتماعي.

6- احترام خصوصية البلد ومعتقداته وقيمه، لا يقتصر الكتاب ومقدموا البرامج على الهامش المتاح لهم من الحرية أو تلك التي يقصمونها بذكاء.<sup>3</sup> بتصرف.

### 2-3-5- مظاهر الإعلام الساخر:

يعتمد الإعلام الساخر على مجموعة من المظاهر للبروز من خلالها والتي تتلخص في: النقد الضحك، الفكاهة، التهكم.

<sup>1</sup> عامر أمال، أعمار يوسف، الخطاب الإعلامي الساخر، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، ع5، جامعة الجزائر 3، قسم الإعلام، 2018، ص ص 97.

<sup>2</sup> شاكر عبد الحميد، الفكاهة والضحك - رؤيا جديدة، مرجع سابق، ص ص 65 66.

<sup>3</sup> المرجع نفسه، ص ص 70 71.

2-3-5-1- النقد: يقصد به "تعبير المنطوق من متخصص يسمى ناقدا عن سلبيات قضايا وأحداث واقعية، وقرارات يتخذها مسؤولون في دولة ما في مختلف المجالات سياسية، اقتصادية، اجتماعية ثقافية، رياضية... من وجهة نظر الناقد".<sup>1</sup>

هو أيضا "مظهر من مظاهر الإعلام التلفزيوني الساخر الذي يهدف إلى نشر الوعي وتنوير المشاهدين وفتح أعينهم على المجريات الحقيقية للقضايا الراهنة الأكثر إلحاحا، مثل حقوق الإنسان تهريب الأموال...، والتعامل مع مستجدات العصر في مختلف مجالات الحياة".<sup>2</sup>

أما أنواع النقد المستخدمة في البرامج التلفزيونية نوعان هما:

◀ **النقد الذاتي:** هو الذي ينتقد فيه الفرد نفسه، وهذا قليل الاستعمال خصوصا في الوقت الحالي، لأنه من المستحيل أن يوجد شخص ينقد نفسه على الهواء.

◀ **النقد الغيري:** هو الذي يتناول فيه الناقد من خلال البرامج الساخرة قضية من القضايا الشاغلة للرأي العام خصوصا إذ تعلق الأمر بالمجالين السياسي والاجتماعي، ويجعلها محل انتقاده.<sup>3</sup>

❖ **سيكولوجية النقد في البرامج التلفزيونية الساخرة:** تتمثل فيما يلي:

أ/ **التبصر:** التبصر بحقيقة القضية، المشكلة، الحدث، الواقعة، من أجل وصف هذه الحقيقة كما هي، فإن التبصر ضروري للساخر، لأنه هو الذي يمنح البرامج التلفزيونية الساخرة درجة من العمق فبمقدار ما يكون التبصر في النظر يكون الحكم المبني عليه أنضح ويلقى قبولا عند المشاهد.<sup>4</sup>

ب/ **النظر المحايد:** يتضمن القدرة التي يستطيع بها المقدم الساخر أن يجد الأجوبة للأسئلة التي قد تكون إجابتها محظورة، أو القدرة على الإثارة في الأسئلة، أو تفسير ما غاب في المشاكل والقضايا الراهنة عن المشاهد، أو الربط بين القضايا التي قد يصعب على المشاهد أن يربطوا بينها، وعلى هذا فتصعيد النظر ضرب من مواجهة، بل هي مواجهة بعينها، ولكنها المواجهة التي تحكم نفسها برباط

<sup>1</sup> السّطومي سها، السخرية في الأدب الغربي الحديث، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب، 2007، ص 80.

<sup>2</sup> أبو نضال نزيه، الساخرون، الأردن، دار أزمنة، 2013، ص ص 125 126.

<sup>3</sup> المرجع نفسه، ص 135.

<sup>4</sup> التميمي فاضل، بحث في التجسيد في الدرس البلاغي والنقدي عند العرب، مجلة الفتح، ع 29، جامعة ديالى العراق، 2007، ص 800.

كشفت الحقيقة والتعبير عنها، ولا يكون هدفها إظهار نقمة على الأحداث والقضايا لأجل نقمة عليها.<sup>1</sup>

**ج/ التلميح:** تظهر حقيقة التلميح في كونه إشارة خفية أو خفيفة إلى قضية أو موقف معين، أما الإشارة الخفية فتكون غير مباشرة في التعبير عن القضية، أي أن الألفاظ لا تدل عليها بصورة مباشرة وتكون دلالة هذه الإشارة في البرنامج الساخر دلالة غير مباشرة، مثل إظهار ابتسامة مفتعلة، أو انحناء مصطنع... فتكون الإشارة إلى هذين الفعلين في البرامج الساخرة إشارة خفية إلى سوء هذا الفعل في الواقع الاجتماعي.<sup>2</sup>

**د/ الاستهزاء:** هو استخفاف بالأشخاص، أو الآراء أو المواقف والتصرفات، وفي هذه الدرجة يكون الشخص قد أوصل الأمر إلى الطعن بالأشخاص وأفكارهم وتصوراتهم، وهو طعن يصل إلى درجة كبيرة من التشدد والتصلب، وقد يكون الاستهزاء بما نراه من تباين في الآراء<sup>3</sup> والمواقف بين الأمة وأعدائها، وبالمواقف الدولية التي يتكالب فيها أعداء هذه الأمة وعليها حضارتها.

**هـ/ التشهير:** يقصد به فضح أخطاء شخصيات سامية في الدولة، وأيضا سلبيات وخفايا القضايا والأحداث الراهنة والواقعية، ويكون المقدم في البرامج الساخرة حريصا على إبراز الأخطاء والتشهير بأصحابها، وربما عمد بعضهم إلى تضخيم هذه الأخطاء للإمعان في تشويه صورة صاحبها لتنبههم ولقت نظرهم.<sup>4</sup>

**2-3-5-2- الضحك:** هو قيمة جمالية مصاحبة، ترتبط بالفن وحضورها ضروري في البرامج الساخرة فيقصد بالضحك أنه سلوك منظم ينبثق عن مواقف سلوكية، أو يؤدي إلى مواقف سلوكية، وعلى هذا فالضحك درجة من درجات الوعي بهذه المواقف، هذا الوعي يكون مصحوبا في الغالب بانفعالات

<sup>1</sup> راشد عيسى، الصورة الفنية في المقالة الصحفية الساخرة، مجلة جامعة النجاح للأبحاث، ع 11، مج 30، عمان: 2016، ص 15.

<sup>2</sup> التميمي فاضل، مرجع سابق، ص 804.

<sup>3</sup> أبو نضال نزيه، مرجع سابق، ص 200.

<sup>4</sup> سعد سلمان المشهداني، تاريخ وسائل الإعلام في العراق، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ط2، 2014، ص 200.



وجدانية ويكون الوجه الآخر لهذا الوعي ردة فعل من سلوك عضوي "فيزيولوجي"، سيكولوجي اجتماعي، فهو إذن وجهان أحدهما وعي والآخر ردة فعل.<sup>1</sup>

وقد جاء في كشف اصطلاحات الفنون والعلوم لمحمد علي التّهاوني أن الضحك هو كيفية غير راسخة تحصل من حركة الروح إلى الخارج، دفعة بسبب تعجب يحصل للضحك.<sup>2</sup>

### ❖ سيكولوجية الضحك في البرامج التلفزيونية الساخرة: وتقوم على ما يلي:

أ/ الإيحاء: هو إشارة خفية أو ظاهرة إلى موضوع ما، مهما كانت الإشارة خفية فإنها لا تصل إلى حد الغموض، ومهما كانت ظاهرة فإنها لا تصل إلى حد التصريح فوجودها بين حيز الأداء المباشر والأداء غير المباشر هو الذي يعطيها اهتمام المشاهد لها.<sup>3</sup>

ب/ الربط: يعني به تلازم قائم بين أمرين بينهما علاقة عضوية أو مفترضة، أما العلاقة العضوية فمثلا التلازم بين العين والبصر وبين الأذن والسمع، أما العلاقة المفترضة بين الإشارة الضوئية<sup>4</sup> الحمراء والأمر بالتوقف، أو العلاقة بين الإشارة الضوئية الخضراء والسماح بالمرور.

ولربط صورتان سلبية وإيجابية، فكثيرا ما يراعي الساخر في البرامج الساخرة إلى الربط بين فكرتين أحدهما سالبا في الغالب والعلاقة التي تبين هاتين الفكرتين ليست موجودة في سلوك المشاهدين بين سلوك صحيح وآخر خاطئ، يقف مقدم البرنامج عند الارتباط بين هذين النمطين من السلوك، فينشئ تصورا يسقطه على سلوك المشاهدين، ويجعله تبعا لذلك محلا للانتقاد.<sup>5</sup>

ج/ الحكم: هو النتيجة التي يريد مقدم البرنامج أن يصل إليها، وغالبا ما تكون في صورة حكم غير مباشرة، وقد يكون مباشرا.<sup>6</sup>

1 سعد سلمان عبد الله، الصحافة المتخصصة في العراق - الصحافة الساخرة، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، د.س.ن، ص ص 106 107.

2 رضوان نهي، الصحافة الساخرة، إبتسامة بطعم الوجد، موقع صحيفة فيثو، مج 39، تمت الزيارة يوم، 01-2-2019، متاح على الربط

<http://www.vetogate.com/232255>

3 رضوان نهي، مصدر سابق.

4 أبو نضال نزيه، الساخرون، مرجع سابق، ص 206.

5 عالم منعم القضاة، فن الكاريكاتير في الصحافة النرجسية، جدة: الأكاديمية للدراسات الاجتماعية والإنسانية، 2012، ص 302.

6 المرجع نفسه، ص ص 304 306.

وقد يكون الحكم في البرنامج التلفزيوني الساخر قريبا، إذا انكشفت معالمه في أول نظرة إلى البرنامج مع ذلك قد يكون بعيدا إذ ذهبت تتأمله من أجل أن تتبين مقصود منه.

**2-3-5-3- الفكاهة:** يقصد بالفكاهة فن الضحك، فهي محاولة فنية ذكية لكسر إيقاع الحياة الرتيب وما فيه من ألم وتوتر لأجل الترفيه والترويح، أو لأجل تنبيه وتغيير، أو التخلص من الآلام.<sup>1</sup> وهي "عملية عقلية وروحية تستطيع أن تكتشف هذه العناصر المضحكة المتناقضة في الأقوال وأفعال الشخصيات السامية في الدولة والمواقف والقضايا الراهنة، وتتجاوب معها وتعبّر عنها ضحكا أو ابتسامة أو رضا روحي".<sup>2</sup>

#### ❖ سيكولوجية الفكاهة في البرامج التلفزيونية الساخرة: تعتمد على:

أ/ **النكتة:** يقصد بها "نشاط لفظي شفهي يقصد من ورائها إحداث أثر سار لدى المشاهد لها وتنطوي تحت النكتة أنواع تتمثل فيما يلي:

- 1- **النكتة المروية:** النكتة المروية شائعة في أحاديث وقصص وأمثال الناس، وموجودة في كل آداب البشر مثلها مثل الأمثال والحكم والأساطير، ولا يخلو تراث بشري، من أدب ضاحك.<sup>3</sup>
- 2- **النكتة اللفظية:** تقوم على ألفاظ متشابهة مع اختلاف في معانيها: التورية بخصوص القضايا والأحداث محل النكتة.
- 3- **النكتة الاجتماعية:** هي النكتة التي تتناول المواضيع الاجتماعية والمشاكل والقضايا الاجتماعية الراهنة، مهتم بها الرأي العام مثل مشكلة البطالة، السكن.
- 4- **النكتة السياسية:** هي شكل من أشكال التعبير الجماعي عن هموم الجماعة، بطريقة مجازية ساخرة فيها نوع من نقد للوضع السياسي.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> إيمان طبشي، النزعة الساخرة في قصص السعيد بوطاجين، رسالة ماجستير: أدب جزائري معاصر، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2010-2011، ص ص 200 201.

<sup>2</sup> أبو نضال نزيه، الساخرون، مرجع سابق، ص 250.

<sup>3</sup> سامية مشتبوب، السخرية وتحليلاتها الدلالية في القصة الجزائرية المعاصرة، رسالة ماجستير: تخصص أداب، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2011، ص 200.

<sup>4</sup> عدنان سمير وهيرب، المعالجة الصحفية الساخرة للفساد - صحيفة المدى أمودجا-، مجلة الباحث الإعلامي، ع 38، جامعة المثنى، د.س.ن ص

2-3-5-4- التهكم: يقصد به الكلام الذي يذكر في غير سياق تواصل متعارف عليه بهدف النيل سلبا من مقولة أو فكرة أو شخصية أو قضية ما، فيكسر تواتر مسار الحديث من مسار الجد إلى مسار الهزل، وهو فن يرسم ضحكة على الوجوه، ولكنه يورث جرحا وينوي شرا على عكس التندر.<sup>1</sup> وببساطة التهكم هو أسلوب تعبيرى وانتقادي لمختلف الظواهر والمظاهر من أحداث يومية ومواقف سياسية وقضايا واقعية بطريقة تهكمية من أجل المساهمة في صناعة الرأي العام والتأثير فيه. لهذا يكون المتقدم المتهكم في البرامج التلفزيونية الساخرة في حاجة متزايدة إلى بصيرة واعية وخيال واسع.<sup>2</sup>

#### ❖ أنواع التهكم في البرامج التلفزيونية:

- 1- التهكم الفردي: هو تهكم خاص بالعيوب التي تكون في شخص ما.
- 2- التهكم الاجتماعي: هو تهكم خاص بالأخطاء والسلبيات الموجودة في القضايا والأحداث الواقعية.
- 3- التهكم السياسي: هو تهكم خاص بالقضايا السياسية وقرارات صنع القرار في المجال السياسي، ففي حالة عدم التعبير عن الرأي يلجأ المتهكم إلى هذه الطريقة للتخفيف من حدة الانفعال، ويشيع هذا النوع في زمن الاختناق السياسي وفي زمن المستبدين والأزمات السياسية.<sup>3</sup>
- 4- التهكم الفكاهي: هو تهكم لا يثير العيوب كلها والنقائص والسلبيات في القضايا والشخصيات للضحك، فقد يظهر ردود أفعال أخرى كالسخط، الاشمئزاز.<sup>4</sup>

#### ❖ سيكولوجية التهكم في البرامج التلفزيونية الساخرة: تتضح سيكولوجية التهكم في البرامج

الساخرة من خلال ما يلي:

<sup>1</sup> منذر ريم، فن الكاريكاتير العربي ودوره في الدفاع عن حقوق الإنسان، رسالة ماجستير: جامعة دمشق، سوريا، 2008، ص 125.

<sup>2</sup> منذر ريم، مرجع سابق، ص 125 126.

<sup>3</sup> سامية مشتوب، السخرية وتجلياتها الدولية في القصة الجزائرية المعاصرة، مرجع سابق، ص 224.

<sup>4</sup> هشام جابر، النكتة السياسية عند العرب بين السخرية البريئة والحرب النفسية، مرجع سابق، ص 203.

أ/ **التهمك موجب:** هو تهكم يرمي إلى التغيير من الخطأ، وتحذير غير مباشر من الوقوع فيه بخصوص الظواهر والأحداث الواقعية، وهذا ما يدفع إلى البسمة الهادفة، أو الضحكة الموجهة.<sup>1</sup>

ب/ **التهمك سلبي:** هو تهكم يهدف إلى تقييح الأخطاء وأصحابها من مسؤولين وسلطة حاکمة وتقييح الممارسات غير المقبولة في القضايا الشاغلة للرأي العام من خلال إبرازها، وقد يستعمل المقدم الساخر عبارة تجري دائما، أو أحيانا كثيرة في برامجها.<sup>2</sup>

### 2-3-6- أنواع الإعلام الساخر:

هناك العديد من الأنواع الإعلامية الساخرة، ويعتبر القيام بها صعب نوعا ما ويتطلب مسؤولية من قبل القائمين عليها.

ومن هذه الأنواع نجد:

◀ **الرسوم المتحركة الساخرة (الكارتون التلفزيوني):** هو أحد أنواع الرسم التلفزيوني الذي يركز ويشدد على معالم أو قسّمات معينة في الشخص أو الموقف أو الوضع الاجتماعي أو الاقتصادي أو السياسي أو قضية ما، بشكل غريب ويثير الضحك وذلك بغرض كشف جوهره وحقيقته.

أو هي نوع من البرامج التي تستخدم الرسوم ذات طابع جمركي لإيصال رسالة معينة بأسلوب

درامي مشوق ومضحك، تعتمد على المبالغة في السخرية والفكاهة معا.<sup>3</sup>

يمكن القول أن الرسوم المتحركة الساخرة عبارة عن أفلام حركية، منتجة بأسلوب الصور المتتابعة مصحوبة بالصوت، يتضمن محتواها موضوعات تتناول القضايا والأحداث الواقعية، يتم عرضها بطريقة ساخرة وناقدة من أجل إضحك جمهور المشاهدين الموجه إليه هذا النوع الإعلامي، فئة الأطفال خصوصا، فالجانب البصري هو الحاسم والمحدد، أما النص فإنه يرافق الصور، وقد يتضمن الموسيقى كونها تشحن الفهم والإدراك بالعاطفة والتأثر والانفعال وتبعد عن موقف المؤلف الكامن وغير المعلن،

<sup>1</sup> المرجع نفسه، ص 203 205.

<sup>2</sup> سمير شريف أستيتية، اللسانيات - المجال والوظيفة والمنهج، ط2، عمان: عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، 2008، ص 81.

<sup>3</sup> سهام قواسمي، مرجع سابق، ص 87.

ويعتبر الممثل هو الشخصية الرئيسية في مثل هذا النوع من الأعمال، بينما تحتل الكلمة مكانة متأخرة، ووجب أن يكون موجزا ومؤثرا وحاسما، وينظر إليه كنوع خاص من نص في له خصائصه الأدبية والأسلوبية.

◀ **التصوير الكاريكاتوري:** رسم فكاهي يبالغ في إبراز العيوب وذلك بالتهويل في إبراز السمات الواضحة أو الشاذة بغية إحداث أثر ضاحك أو ساخر من خلال الخطوط القليلة التي تقدم لنا صورة أو مشهدا مجسما حافلا بالإيحاء.<sup>1</sup>

يتخذ المصور الكاريكاتوري من الشذوذ الخلفي والسلوك الشاذ لشخصيات وقضايا واقعية يعيشها المجتمع، فتكون مادة خصبة لسخريته، لأن الساخر لما له من ذكاء وفطنة وخيال ويتفطن إلى هذا الشذوذ والسلوكيات، ويدرك تحركات القضايا والأحداث غير عادية التي يعجز أغلب أفراد المجتمع على إدراكها.

فالتصوير الكاريكاتوري هو مبالغة هادفة إلى غاية ما قد تكون نبيلة ترمي إلى إصلاح وتقويم وبناء وولوج إلى النفوس البشرية وتقريبها من المشاهد للكشف عنها، لأن كثيرا من الشخصيات تخفي وراءها أشكالا معينة، ولا تبدو على حقيقتها والقضايا أيضا تخفي حقائق.<sup>2</sup> فعلى الكاريكاتوري أن يقدم رؤيته في الشخصية التي يصورها من خلال المبالغة وتأكيد سمات الشخصية الداخلية والخارجية وتقديمها في قالب حي حتى تصل إلى الناس وتعلق في آذانهم وليقدم رؤيته الفنية بشكل مغاير لما ألفه الناس عن تلك الشخصية أو القضية عن طريق التضخيم والمبالغة.<sup>3</sup>

◀ **المسلسل التلفزيوني الساخر:** يعرف بأنه مجموعة حلقات تمثيلية متتابعة يستغرق عرضها مدة زمنية معينة تتراوح ما بين (5 إلى 15 دقيقة أو أكثر)، باستخدام سخرية ونقد ما تم تناوله في الحلقات

<sup>1</sup> الرسوم الكاريكاتورية، تمت الزيارة يوم، 30-01-2019، متوفر عبر الرابط [www.Dw.com](http://www.Dw.com).

<sup>2</sup> إيمان طيشي، مرجع سابق، ص 23.

<sup>3</sup> أحمد حامد خليل وآخرون، أثر التصوير الرقمي على تطور الرسوم الساخرة، فن الكاريكاتير، مجلة العمارة والفن، ع12، ج1، د.س.ن، ص

26 بتصرف.

بما يضحك المشاهد، حيث تنتهي كل حلقة بقمة أو أزمة لتشعر وتشوق المشاهد لمتابعة الحلقة التالية له، ويظل ذهنه معلقا مع أحداث تلك الحلقة ويثير فضوله لمعرفة ما سيحدث في الحلقة التالية.

فالمسلسل ما هو إلا تمثيلية طويلة تذاق على حلقات متتابعة متتالية بطريقة تهكمية استهزائية فاقدة، يتبع حرية واسعة في بنية تركيبته العامة وفي اختيار وسائل تصويرية فنية وتعبيرية، ويجمع كذلك بين المادة الوثائقية والمعالجة الفنية، ويتطلب مهارة حرفية.

ما يميز المسلسل التلفزيوني الساخر هو المبالغة، الغرابة، الشذوذ، الإبراز والتشديد على السمات الخاصة، أحيانا غير واضحة للظاهرة أو الشخص أو الموقف كما تحدد هذه العوامل الحلول التلفزيونية المتميزة والمناسبة واختيار زوايا الكاميرا وطبيعة ترتيب المشاهد تفرض سيطرة المونتاج المترابط.<sup>1</sup>

كذلك فإن نص المسلسل الساخر يجب أن يكون متميزا، هادفا إلى إنجاز ذات المهام التي تسعى المادة التصويرية إلى إنجازها، ويترتب على هذا ضرورة استخدام الاستهزاء والسخرية والمبالغة والتشويه، والانتقال السريع من السرد الهادئ إلى التصوير العاطفي إلى مفارقات المفاجئة والمقارنات.<sup>2</sup>

يتكون المسلسل التلفزيوني الساخر من عناصر هي:

✓ **الفكرة:** يقصد بها الموضوع الذي يدور حوله المسلسل التلفزيوني الساخر أو الهدف المقصود أو الرابط الموحد بين أجزاء الموضوع أو بين أجزاء المسلسل والتي تحقق وحدة الانطباع.<sup>3</sup>

فالمسلسل الناجح هو الذي يستطيع أن يجذب أكبر عدد من الجماهير، ويثير اهتمامه ويحمل قيما إنسانية ويثير عواطفه.

<sup>1</sup> سهام قواسمي، مرجع سابق، ص 89.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 90.

<sup>3</sup> حكيمة شايب الدور، صليحة سويس، التمثيلات الثقافية في الدراما الجزائرية، دراسة تحليلية سيمولوجية لعينة من حلقات مسلسل "الخاوة" مذكرة لنيل شهادة الماستر: قسم الإعلام والاتصال، جامعة جيجل، 2017-2018، ص ص 68 69.

✓ **الشخصيات:** تعد الشخصيات من أهم مكونات المسلسل التلفزيوني الساخر، لأنها هي التي تقوم بالأحداث وتؤجج الصراع وتقود للذروة، ولهذا تعرف الشخصية بأنها المصدر الأساسي لخلق سلسلة من الأحداث التي يتطور من خلال الحوار والسلوكيات العامة والخاصة ويمكن تقسيم الشخصية حسب الأدوار التي تؤديها إلى نوعين:

**شخصية رئيسية:** تدور حولها الأحداث.

**شخصية ثانوية:** قد تكون مساعدة أو طرف في الصراع.<sup>1</sup>

وتتم عملية تصوير الشخصيات تحت عنوانين رئيسيين هما:

• **التصوير المباشر:** ذلك بتصوير الشخصية عن طريق التدرج المباشر، وتقديم حقائق للمشاهد فيما يخص خواص الشخصية ( الاسم، الملامح، الشكل، المكان، المهنة، الملابس... )

• **التصوير المتحرك:** يقصد به تصوير الشخصية أثناء أدائها للعمل، أي أثناء الفعل حركة الجسم في طريقة السير، الإيماءات، تغيرات الوجه، عضلات الوجه...

✓ **الصراع:** هو ذلك الصراع الذي تمارس فيه الإرادة الواعية ويكون على شكل أشخاص يكافحون ضد أشخاص آخرين، أو أفراد ضد مجموعات، والصراع أنواع منها: الصراع السائق وهو الذي يشعر بركود المسلسل الساخر وخموله أي لا يتقدم أو ينمو، أو الصراع الواثق أي يحدث فجأة.... وغيرها.

✓ **الحوار أو الحديث:** هو ذلك الكلام الذي يدور بين شخصين أو أكثر في المسلسل، ويمكن اعتبار للإشارات المتبادلة بين الممثلين وما يدور بين الإنسان ونفسه تأمل وتفكير حوار من باب التجاوز.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> فائزة حنون، نادبة بوثابو، المشهد السياسي في الدراما الجزائرية، جامعة جيجل، 2017-2018، ص ص 47 48، بتصرف.

<sup>2</sup> فائزة حنون، نادبة بوثابو، مرجع سابق، ص 48.

✓ **الحبكة:** هي بناء الأحداث التي تكوّن الحدث -المسلسل الساخر- والهدف الأساسي في الحبكة هو إثارة عواطف الجمهور إلى أقصى حد، حيث تكون في البداية على شكل حدث أو حوار تمثيلي يقدم مؤلف المسلسل معلومات عن مكان المسلسل وزمانه وعلاقة الشخصيات، ثم فكرة عن الموضوع المعالج والإطار الاجتماعي له بعدما تبدأ الأحداث بالتصادم، ويستمر سير الأحداث ونموها وتطورها.<sup>1</sup>

◀ **الكوميديا الساخرة القصيرة (ست كوم):** يقصد بها أنها نوع كوميدي يعتمد على الضحك والفكاهة والسخرية والمفارقة كمقومات رئيسية في إثارة المشاهد واستفزازه ذهنيا ووجدانيا وحركيا.

فهي كوميديا ساخرة تصور مفارقة صارخة بين سلوك وقيم وتتناول أحداث وقضايا في مختلف المجالات وتنتقد الواقع بكل مستوياته السياسية والاقتصادية والاجتماعية والثقافية وتعريفه فكاهيا وكاريكاتوريا وكشف نواقصه وتشخيص عيوبه المدمرة باستعمال السخرية والهزل لرصد الواقع القائم.

وتسمى "سوت كوم" بالكوميديا القصيرة فهي إحدى تجليات ما بعد الحداثة التي تقترن بمحاولات التكسير.<sup>2</sup>

وقد انتشر هذا النوع الساخر في العالم الغربي بداية في أمريكا من خلال "ست كوم" بعنوان friends "الأصدقاء" الذي يحكي عن قصة مجموعة أصدقاء شباب يتقاسمون مكانا واحدا للمعيشة تجري بينهم مواقف كوميديية ساخرة مثيرة للضحك، ويصاحب ذلك ضحك الجمهور الافتراضي بهدف إثارة ضحك الجمهور ولفت انتباهه.

فقد عرف هذا النوع من الإعلام الساخر مند سنوات مثل "ست كوم" بعنوان "شباب أون لاين"، "ولقاء الخميس" وكذا "تامر وشوقية"، "راجل وست ستات" وغيرهم، ويتميز سيت كوم بكونها ذات إيقاع سريع، ويقدم كوميديا خفيفة بخلاف المسلسل الدرامي، الذي يكون في الأغلب

<sup>1</sup> حكيمة شايب الدور، صليحة سويس، مرجع سابق، ص 69.

<sup>2</sup> سهام قواسمي، مرجع سابق، ص 92.



مما وطويلا وفيه مغالاة، كما يتميز بسهولة التصوير والتأليف مما يعطينا قدرة على مواكبة الأحداث وتفاصيل الحياة اليومية، وتعدد وجهات النظر من طرف منتجيه.<sup>1</sup>

◀ **الكاريكاتير التلفزيوني:** هو ذلك الرسم الذي يعتمد على السخرية في التعرض لمختلف الظواهر الاجتماعية والسياسية وغيرها، تلك السخرية عبارة عن خطاب ثقافي ناقد للنقائص الإنسانية الفردية أو الجماعية، يطلع لمحاربة الممارسات الخاطئة في السياسة والأخلاق ونمط التفكير بالتحذير الذي يعد جوهر الرسالة الكاريكاتورية والذي يتخذ من التلفزيون وسيلة لبثه.<sup>2</sup>

فالكاريكاتير التلفزيوني يثير قضية لم تطرح في السابق أو يجد حلا لمشكلة مطروحة اقتصادية سياسية، اجتماعية، ثقافية، وغيرها لذلك فهو مستقل بذاته، وله تأثير نفسي على مشاهديه فيحرك فيه مجموعة من المشاعر الفكرية والنفسية كالبحث، التخيل، الاستنتاج ويشير شعورا غريبا ممزوجا بين الضحك والألم، فيتيح له فرصة مراجعة أخطائه وتعديلها وتصويرها، لذا فهو مرشح ليكون إحدى أهم الأنواع الإعلامية الساخرة التي يرجى منها الإصلاح السياسي والاجتماعي، فالدافع الأساسي للكاريكاتير التلفزيوني قد يكون موجه للأعداء للنيل منهم وتحطيم معنوياتهم، أو الإصلاح حيث يعتبر أقوى سلاح اجتماعي يحافظ به المجتمع على كيانه ومقوماته المختلفة.<sup>3</sup>

◀ **التمثيلات التلفزيونية (سكاتش):** هي ضرب من فنون الأعمال التمثيلية الدرامية وهي عمل فني متكامل القصة والحدث لها بداية ووسط ونهاية، تعرض في جزء أو جزأين بحيث تكون حلقة واحدة وتدور قصتها حول فكرة واحدة.

<sup>1</sup> سهام قواسمي، مرجع سابق، ص 92.

<sup>2</sup> حنان بوظهر، اتجاهات الخطاب الكاريكاتوري في الصحافة الجزائرية حيال العدوان الصهيوني على غزة، دراسة تحليلية لكاريكاتير " الشروق اليومي" و " الشعب"، رسالة ماجستير: قسم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2012-2013، ص 93.

<sup>3</sup> سهام قواسمي، مرجع سابق، ص 94.

يقصد بها أيضا أنها شكل في يتناول أحداث وقضايا واقعية بطريقة ساخرة وتهكمية واستهزائية، بالنسبة للفاعلين في القضايا أو الأحداث، بهدف إضحاك المشاهد وتسليته وفي نفس الوقت توعيته وثقيفه.

### 2-3-7- وظائف الإعلام التلفزيوني الساخر:

يؤدي الإعلام التلفزيوني الساخر خصوصا في الوقت الحالي مجموعة من الوظائف يمكن تلخيصها فيما يلي:

❖ **الحوار والنقاش:** يقوم الإعلام الساخر بتسليط الضوء على القضايا المطروحة للنقاش التي تمس مختلف جوانب الحياة: سياسية، اقتصادية، اجتماعية، رياضية، وذلك من خلال عملية الحوار والجدال والمناقشة بأسلوب ساخر، سواء كان هزلي، فكاهي لتوضيح وجهات النظر وزيادة قدرة المعرفة بالقضايا، وتطور الوعي الاجتماعي في المجتمع.<sup>1</sup>

❖ **التوجيه والإرشاد:** ترتبط هذه العملية بتكوين الاتجاهات، وفي نفس الوقت أيضا تتطلب عملية تكوين الاتجاهات الفكرية المرغوبة عند فئة الشباب للتنسيق بين المسؤولين في التلفزيون والحكومة بمؤسساتها المختلفة، الأمر الذي يترتب عليه ظهور قيم واتجاهات جديدة فيه.<sup>2</sup> فيساعد الإعلام التلفزيوني الساخر في إكساب الفرد اتجاهات جديدة أو تعديل أو تغيير اتجاهاته القديمة، من خلال تناوله لقضايا شاغلة للرأي العام بأسلوب ناقد يبحث عن الضحك والفكاهة والاستهزاء خاصة إذا كان المجتمع يمر بمرحلة إصلاح أو تغيير أو أزمة.<sup>3</sup>

<sup>1</sup> رضوان بلخيري، مدخل إلى الإعلام الجديد، المفاهيم، الوسائل، التطبيقات، د.م.ن: دار جسر للنشر والتوزيع، 2014، ص 129.

<sup>2</sup> رضوان بلخيري، مرجع سابق، ص 130.

<sup>3</sup> محمد خلفان الضوايفي، مقال بعنوان: الإعلام الساخر بين المسؤولية والإساءة، تمت الزيارة يوم، 20-12-2018، متاح على الرابط <http://www.alittihad.re/mobil/wayhiatdetils.php?id7260>.

❖ **التعليق والتحليل:** يؤدي الإعلام التلفزيوني الساخر وظيفتي التعليق والتحليل من خلال شرح

التطورات الرئيسية في الحياة العامة، وتناول قضايا شاغلة للرأي العام في جميع مجالات الحياة بطريقة تحكمية واستهزائية وهزلية، وأيضاً إشارة إلى القوى المحركة والدافعة لهذه التطورات والقضايا إن أمكن.<sup>1</sup>

❖ **التربية الفنية والجمالية:** يمكن القول أن الشاشة التلفزيونية التي استوعبت المسرح والسينما قد

أصبحت وسيلة هامة للتربية والتعليم الفني والجمالي، حيث كان التلفزيون في بداياته يقوم بإعادة الأعمال الفنية لكنه يندرج أصبح يلائمها مع متطلبات وحاجات الجمهور الخاصة وطبيعة موضوع البرنامج، وبالتالي فإن التمثيلية التلفزيونية "سكاتش" والرسوم المتحركة والصور الكاريكاتورية وغيرها أصبحت الآن من الأنواع والأشكال الفنية التي تدخل ضمن محتوى البرامج التلفزيونية الساخرة.<sup>2</sup>

❖ **مراقبة البيئة وحراسة المحيط:** يقوم الإعلام التلفزيوني الساخر بمراقبة ما يجري على الساحة من

أحداث سياسية، اجتماعية، اقتصادية، ويقوم بنقلها إلى الجمهور بطريقة فكاهية واستهزائية من جهة، ويدق ناقوس الخطر كلما كانت هناك تجاوزات أو نقائص على مستوى مؤسسات مختلفة وحتى على الشخصيات العامة والسامية في الدولة من جهة ثانية.<sup>3</sup>

❖ **ربط المجتمع بالبيئة المحيطة به:** هي وظيفة تحقق الاندماج والانسجام في المجتمع وتمكن الأفراد

والمؤسسات من الشعور بالانتماء إلى مجتمع واحد، ويدخل في إطار هذا الهدف ما أسمته جيهان رشتي "مساعدة النظام الاجتماعي"، ذلك بتحقيق الإجماع أو الاتفاق بين أفراد الشعب الواحد عن طريق الإقناع وليس العنف، بمعنى الاعتماد أساساً على الإقناع في السيطرة على الجماهير وضمان قيامهم بأدوار مطلوبة، فبدون وجود الترابط الاجتماعي لا يتكون رأي عام حول القضايا الموجودة في المجتمع وبالتالي لا يستطيع البرنامج التلفزيوني الساخر فتح المجال لمناقشة القضايا وتحليلها بطريقة ساخرة.<sup>4</sup>

<sup>1</sup> رضوان بلخيري، مرجع سابق، ص 135 136.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص 168.

<sup>3</sup> رامي سلوم، مقال بعنوان: الإعلام الساخر، الوظائف، الضوابط والمعايير، تمت الزيارة يوم 27-02-2019، متاح على الرابط

<http://www.emaratalyoum.com>.

<sup>4</sup> لمياء طالة، الإعلام الفضائي والتغريب الثقافي، عمان: دار الفكر للنشر والتوزيع، 2014، ص 127 128.

❖ **الوظيفة النفسية:** حيث يقوم بتوجيه أفكار الناس وقيمهم واتجاهاتهم وميولهم ومعاييرهم من خلال تسليط الضوء على قضايا الرأي العام ومناقشتها وكشف خفاياها بطريقة استهزائية و فكاهية كما يساعد الفرد على إسقاط آماله وآلامه إلى ما يهرب الإنسان من الواقع المؤلم ليحقق رغباته المكبوتة التي يعجز عن تحقيقها في عالم الحقيقة ويشبع حاجات الإنسان.<sup>1</sup>

❖ **الوظيفة غير الواقعية أو الخيالية:** يساعد الإعلام التلفزيوني الساخر المشاهد على الهروب من الواقع ومن الضغوط النفسية والاجتماعية، كما يعتبر مجال للتنفيس عن الأزمات التي يتعرض لها في جميع نواحي الحياة المختلفة، ونسيان المتاعب كي يلاقي نفسه في عالم مغاير للذي يعيشه في الحقيقة، وذلك من خلال تناول قضايا بأسلوب فكاهي ممزوج بالسخرية والنقد، ومعرض في برنامج التمثيليات "سكاتش" والأغاني باللغة العامية وفي نفس الوقت معبرة عن الهدف والقضية معا وبصورة كاريكاتورية وفيديوهات مضحكة.<sup>2</sup>

❖ **الوظيفة الترفيهية:** تحتل الجوانب الترفيهية قدرا كبيرا من فكر معد البرامج التلفزيونية الساخرة اليوم، فيقوم الفرد من خلالها بالهروب من المشكلات والأزمات التي تواجهه في الحياة بشكل يومي والخلود إلى الراحة وملئ الفراغ إلى حد ما.

فالبرامج التلفزيونية الساخرة تعمل على تلبية هذا الهدف للجمهور المشاهد من خلال تناولها للقضايا بأسلوب ساخر فكاهي، تحكمي، وتنوعها في أركان البرنامج وأشكاله الفنية، الذي يعتبر الترفيه أمرا ضروريا خاصة في عصرنا الحالي الذي يتسم بالقلق والتوتر وكثرة وتنوع المشاكل والقضايا والأزمات التي يتعرض لها أفراد المجتمع.<sup>3</sup>

❖ **الوظيفة المعرفية:** يؤدي الإعلام التلفزيوني الساخر الوظيفة المعرفية من خلال تزويد الفرد بالمعرفة التي تساعد على بناء إدراكه، تلك المعرفة أو المعلومات التي تساعد الفرد على فهم ما يحيط

<sup>1</sup> المرجع نفسه، ص 128.

<sup>2</sup> رضوان بلخيري، مدخل الإعلام الجديد- المفاهيم والوسائل و التطبيقات، مرجع سابق، ص 169.

<sup>3</sup> رامي سلوم، الإعلام الساخر: الوظائف والضوابط والمعايير، مصدر سابق.

به من قضايا وأحداث لكي يستطيع التعامل معها، كل هذا عن طريق تناوله للقضايا ومناقشتها وتدعيمها بأدلة من تصريحات شخصيات سامية في الدولة، وما ينشر في الصحف الوطنية والعالمية لضمان مصداقية ما يقال.<sup>1</sup>

❖ **الوظيفة الاجتماعية:** تقوم البرامج التلفزيونية الساخرة بزرع وبث الوعي في المشاهدين كما تسعى إلى تنبيه المشاهدين عن حقوقهم الضائعة، إذ تقوم بطريقة ذكية بإثارة عواطفهم ومشاعرهم نحو مجتمعهم، فينهضوا بعد تنبيههم لاسترجاع حقوقهم المسلوقة.<sup>2</sup>

لهذا اعتبر الإعلام التلفزيوني الساخر على حجم الوظائف التي يطلع بها الفضاء للتفيس من الأزمات والوقائع والأحداث السلبية على وجه الخصوص، وفي نفس الوقت يعد منبرا للتعبير عن الآراء اتجاه القضايا الراهنة الواقعية لتنبيه ضياع القرار وإثارة الرأي العام.

### 2-3-8- أساليب الإقناع في الإعلام الساخر:

#### 2-3-8-1- الاستمالات العقلية في البرامج التلفزيونية الساخرة:

هي استمالات تعتمد على مخاطبة عقل المشاهد، وتقديم الحجج والشواهد المنطقية وتنفيذ الآراء المضادة بعد مناقشتها وإظهار جوانبها المختلفة، كل هذا من أجل تحليل القضايا المطروحة على الساحة السياسية، الاجتماعية، الاقتصادية، الثقافية، الرياضية، والوصول إلى الحقائق والمعلومات الخفية لإبرازها للمشاهد، فهي تعتمد بدرجة أولى على العقل في تناول القضايا.<sup>3</sup>

وتستخدم هذه الاستمالات الأساليب التالية:

<sup>1</sup> لمياء طالة، الإعلام الفضائي والتغريب الثقافي، مرجع سابق، ص 129.

<sup>2</sup> رضوان بلخيري، مدخل الإعلام الجديد، مرجع سابق، ص 171.

<sup>3</sup> برادتنسة سعيدة، الاستمالات الإقناعية في الإعلام التلفزيوني، رسالة ماجستير: قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري قسنطينة 2016 - 2017، ص 49.

◀ الاستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعية: بمعنى ما يذكر في البرنامج التلفزيوني الساخر يكون له أثر وجود ملموس في الواقع.

◀ تقديم أرقام وإحصائيات ونسب مئوية: بمعنى استخدام لغة الأرقام فعند استخدام أرقام وإحصائيات فإنها تدعم ما يقال بخصوص القضايا محل النقاش والتحليل، وفي نفس الوقت تقنع جمهور المشاهدين، أما إذا كان الكلام خالياً من الأرقام فإن نسبة التأثير تكون ضعيفة.<sup>1</sup>

◀ بناء النتائج على مقدمات: بحيث نقول إن صحت المقدمات تصح النتائج كأن تقول مثلاً " كل إصابة بأنفلونزا الخنازير وعدم اللجوء للعلاج مبكراً يؤدي أكثر إلى الوفاة، أي أن المقدم والضيوف عند البدء في تقديم المعلومات التمهيدية عن القضية فإنها تحمل في مضمونها نتائج حتى وإن كانت أولية عن القضية.<sup>2</sup>

◀ تنفيذ وتكذيب وجهة النظر المضادة: بمعنى أنك كقائم بالاتصال لك وجهة نظر تتبناها وتدافع عنها لها وجهة نظر مضادة، فمن خلال الرسالة الإقناعية تلجأ إلى الدفاع عن وجهة نظرك باستعمال الوقائع والأرقام لتكذيب وجهة النظر الأخرى.<sup>3</sup>

### 2-8-3-2- الاستمالات العاطفية في البرامج التلفزيونية الساخرة:

يطلق عليها كذلك أسلوب التعبير العاطفي، حيث يعتمد البرنامج على مخاطبة عواطف جمهور المشاهدين مع التركيز على النتائج السلبية للقضايا المطروحة في البرنامج بخصوص الأحداث الواقعية الراهنة.

<sup>1</sup> جيهان محمد رشتي، الأسس العلمية لنظريات الإعلان، القاهرة: دار الفكر العربي، ص 466.

<sup>2</sup> برادشة سعيدة، مرجع سابق، ص ص 49 51.

<sup>3</sup> جيهان محمد رشتي، مرجع سابق، ص 471.

وتستهدف الاستمالات العاطفية التأثير على وجدان المشاهد وانفعالاته، وإثارة حاجاته النفسية والاجتماعية، ومخاطبة حواسه بما يحقق أهداف القائم بالاتصال، أي مقدم البرنامج الساخر ومساعدته، وتعتمد الإستمالات العاطفية على ما يلي:

◀ **الشعارات:** توظف لتبسيط الفكرة واختزال مراحل التفكير عن طريق إطلاق فكر نهائي في

شكل مبسط مما يجعل المشاهد يتقبل هذه الشعارات دون أن يستغرق وقتا طويلا.<sup>1</sup>

◀ **الرموز:** توظف لنقل الآراء والأفكار والاتجاهات، وهي تمثل أساس التفاعل الرمزي بين الأفراد

خاصة، ونقل المحتوى الإعلامي بهدف دفع الآخرين إلى قبول أو تأييد هذه الأفكار الخاصة بالقضايا محل التحليل.

◀ **الأساليب اللغوية:** توظف جميع المحسنات البديعية: "جناس، طباق..."، و الصور البيانية: "

التشبيه، الاستعارة..."، لتقريب المعنى وتبسيط وجهة نظر القائم بالاتصال في البرنامج كما يستخدم الاستفهام الذي يخرج عن كونه استفهاما حقيقيا إلى معنى آخر يفيد الاستنكار والسخرية.<sup>2</sup>

◀ **دلالات الألفاظ:** هي من أساليب تحريف الكلام عن موضعه اعتمادا على الألفاظ

المستخدمة، ويمكن تطبيق ذلك باستخدام كلمة أو صفة أو فعل، تكون محملة بمشاعر معينة قد تكون سلبية تضيف نوعا من الرفض على الاسم أو الفاعل المصاحب لها مثل استخدام صفات أو أفعال مثل: ادعى، زعم، اعترف، وقد تكون إيجابية.<sup>3</sup>

◀ **النكت:** وهي من أساليب الاستمالات العاطفية، حيث يتم الاعتماد على النكت من أجل

إضحاك المشاهد، وفي نفس الوقت هذه النكتة تحمل دلالة معينة بخصوص القضية التي جاءت في سياقها.

<sup>1</sup> سمير محمد حسين، الإعلان- المداخل الأساسية، القاهرة: عالم الكتب، ط3، 1999، ص 310.

<sup>2</sup> المرجع نفسه، ص ص311 312.

<sup>3</sup> برادشة سعيدة، مرجع سابق، ص 53.

◀ استخدام شخصيات مشهورة: أي يتم الاعتماد على أسماء شخصيات مشهورة ومعروفة وسط المجتمع والقيام بنكت حولها، أو استخدامها في موقف كلامي مضحك من أجل جذب المشاهد وجعله مرتاح عند مشاهدة البرنامج.<sup>1</sup>

◀ استخدام غريزة القطع: يقصد بها استغلال ضغط من خلال الشحن العاطفي الذي يجعل المشاهد يتوافق مع الجماعة، أي المرسل الذي ينتمي إليها، ويطلق عليها العدوى النفسية.<sup>2</sup>

### 2-3-9- أهداف الإعلام التلفزيوني(البرامج الساخرة)

تعد البرامج التلفزيونية الساخرة من أصعب البرامج التي تبثها القنوات التلفزيونية، نظرا لصعوبة الأساليب الفنية المستخدمة فيها، والتي تتطلب من معد البرنامج التلاعب بمقاييس الأشياء تضخيما أو تصغيرا أو تقزيمها، وهذا التلاعب يتم عن طريق تقديم النقد اللاذع في جو من الفكاهة والإمتاع.

لكن السخرية لا تعني الضحك من أجل الضحك فهذا ليس مجرد تهريج، فالبرامج التلفزيونية الساخرة هي كوميديا تسعى لإضحاك المشاهد لكنها تعكس واقعه الاجتماعي، الثقافي السياسي ويمكن إجمال أهداف البرامج الساخرة في ثلاث نقاط أساسية وهي:

✓ **النقد:** وذلك من خلال السخرية من الظواهر المدانة في الحياة ونقدها من خلال أفراد بعينهم أو جماعة بعينها، سواء كانت هذه الظواهر اجتماعية أو سياسية أو سلوكيات.

✓ **الإضحاك والفكاهة:** ويكون الإضحاك للترويح عن النفس، وهذا الهدف أقرب إلى المزاح الذي ينفى عن النفس ما طرأ عليها من سأم وتزليل ما علق بالقلب من هم.

✓ **مخاطبة العقل:** إن هذا الهدف شبيه بالهدف الأول (النقد) لكن يختلف عنه كون النقد يهدف إلى انتقاد تصرفات الأشخاص والمواقف فقط دون البحث عن الحلول، لكن هذا الهدف (مخاطبة العقل) يعمل على توجيه الأفراد إلى اتخاذ القرارات في حياتهم وفي المواقف التي يتعرضون لها.

<sup>1</sup> سمير محمد حسين، مرجع سابق، ص312.

<sup>2</sup> نادية حجاب، آليات تأثير الرسوم الساخرة في الصحافة، تمت الزيارة يوم، 01-02-2019، مقال متاح على الرابط:

<http://www.loha on line.com/articles.view/2050/>



فالبرامج التلفزيونية الساخرة تسير في اتجاهين: اتجاه إيجابي يسعى إلى إيجاد حلول لمختلف المشاكل والقضايا التي يعيشها المجتمع في فترات معينة من خلال تشخيص المشكلة أو القضية وتحليلها واستخلاص النتائج وعرضها، واتجاه سلبي يسعى إلى انتقاد تصرفات الأشخاص سواء الأشخاص العاديين أو المسؤولين على قطاع معين من أجل النقد فقط أو للتسلية والتشهير بهم في المجتمع.<sup>1</sup>

### خلاصة الفصل

لقد حاولنا من خلال هذا الفصل أن نعالج ماهية الإعلام التلفزيوني، وبنية البرنامج التلفزيوني، بداية مفهوم الإعلام التلفزيوني ونشأته في العالم الغربي والعربي ثم الجزائر، وبعدها تناولنا خصائصه، وظائفه ودوره.

<sup>1</sup> قواسمي سهام، مرجع سابق، ص10.

ثم تطرقنا إلى بنية البرنامج التلفزيوني، بداية بمفهومه ثم أشكال البرامج وخطوات إعداد وتنفيذ البرامج التلفزيونية.

وفي الأخير تناولنا الإعلام الساخر بداية بمفهومه، بواعث ظهوره، أنواعه ومعاييره، وكذا مظاهره والوظائف التي يؤديها والأهداف التي يسعى لتحقيقها.

## الفصل الثالث: الدراسة التحليلية لبرنامج "عمر راسك"

1-3 - بطاقة فنية عن قناة بور تيفي

2-3 - لمحة عن مقدم البرنامج

3-3 - التعريف ببرنامج عمر راسك

4-3 - عرض وتحليل الجداول حسب فئات الشكل

5-3 - عرض وتحليل الجداول حسب فئات المضمون

6-3 - نتائج الدراسة التحليلية ومناقشتها

1-6-3 - في ضوء التساؤلات

2-6-3 - في ضوء الدراسات السابقة

خلاصة الفصل

### 3-1 بطاقة فنية عن قناة beur tv

قناة بور تيفي (بالفرنسية Beur tv) أو قناة المتوسط: وهي قناة جزائرية ذات طابع متوسطي مغاربي، تبث برامجها من الأراضي الفرنسية، وتخضع للقانون الفرنسي، مقرها الرئيسي بالعاصمة الفرنسية باريس، وتمتلك مقرا فرعيا في مدينة عنابه، كما تمتلك مكاتب أخرى في بعض المدن الجزائرية كمدينة تيزي وزو، ومكتب في حي كلارفال بالعاصمة.

تعود ملكية القناة لرجل الأعمال الجزائري "رضا محيقي" الذي يحوز على 80% من أسهمها فيما تعود ملكية 20% من الأسهم المتبقية لمسير القناة "ناصر كنان"، الذي كان في السابق صاحب القناة وتنازل عنها لأسباب مالية، تحصلت القناة على رخصة البث لأول مرة سنة 2001، حيث كانت في بدايتها موجهة للجزائريين المقيمين في فرنسا، ثم توسع نطاق بثها لتكون قناة لجميع المغاربيين المقيمين في أوروبا، وشرعت في البث في الفاتح من أبريل سنة 2003، بعد ذلك تعرضت للعديد من الأزمات المالية ولفترات طويلة، إلى أن انتقلت الملكية إلى رضا محيقي وبذلك شرعت في البث رسميا بحلتها الجديدة بتاريخ 1 أوت 2011م الموافق لـ 1 رمضان 1432هـ.

تبث القناة على العديد من الأقمار منها:

- هوتبيرد: 27500/عامودي/11623

- اتلانتيك بيرد: 27500/افقي/11958

- نايلسات: 27500/أفقي/11958

**أهم برامج القناة :** تقدم القناة مجموعة من البرامج تتنوع في مضامينها، وتطرح مواضيع مختلفة سياسية، اقتصادية، اجتماعية، دينية، رياضية، فنية، ثقافية، ترفيهية... تهتم كل شرائح المجتمع ومن هذه البرامج نذكر: لمة الصباح، للنساء فقط، إرشادات قانونية، عين على المجتمع، الحدث الرياضي الباقيات الصالحات، صحتك، بتوقيت الجزائر، معالي المواطن، عمّر راسك، التحدي الاقتصادي كل الرياضات ... بالإضافة إلى عرض الرسوم الكرتونية والأفلام الأجنبية والمسلسلات الدرامية وغيرها.



الشكل رقم 01

## 2-3 ملحة عن مقدم البرنامج "أسامة وحيد":

"أسامة وحيد" المعروف بهذا الاسم في الساحة الإعلامية اسمه الحقيقي "الخضر شريط" من مواليد منطقة فيض البطمة بولاية الجلفة، سنة 1970، تحصل على شهادة البكالوريا سنة 1989 درس مرحلته الجامعية بالأغواط، تحصل على شهادة ليسانس في الحقوق، والعلوم السياسية، بعد تخرجه توجه للعمل الإعلامي والتحق بجريدة "الواحة" التي كانت تصدر بولاية غرداية، قام بتأسيس أسبوعية "دنيا الجزائر" سنة 1994 كأول صحيفة إعلامية وطنية بالمنطقة، ثم سنة 2000 أسس أسبوعية جديدة بعنوان "بلادتي" الوطنية المستقلة ومقرها حي المستشفى بالجلفة كما عمل بعدة مؤسسات إعلامية من خلال كتابته لمقالات صحفية وأعمدة حملت طابع السخرية السياسية حيث عمل بجريدة الشعب سنة 1998 ثم في جريدة اليوم والشروق اليومي، ثم رئيس تحرير لجريدة البلاد.

أما في الصحافة الإلكترونية فقد كان له عمود ساخر بداية من سنة 2008 على صفحات جريدة "الجلفة إنفو" الإلكترونية.

كما كان للإعلامي "أسامة وحيد" تجربة في المجال السمعي البصري، بدأها في قناة النهار بحصة "بكل موضوعية" وهي حصة حوارية استضاف العديد من الشخصيات الوطنية، لينتقل بعدها إلى تقديم برنامج الساخر "عمّر راسك" الذي بدأ بثه على قناة النهار ثم انتقل إلى قناة بور تيفي.

### 3-3 التعريف ببرنامج "عمّر راسك"

بدأ بث برنامج "عمّر راسك" لمقدمه أسامة وحيد على قناة "النهار" الجزائرية في موسمها الأول سنة 2013، غير أنه تعرض للعديد من المضايقات وتوقف بعدها لعدة سنوات ليعود بموسم ثان على قناة بور تيفي وذلك عام 2016.

هو برنامج تلفزيوني ساخر، يبت ضمن الشبكة البرمجية لقناة بور تيفي، يمزج بين القراءة الساخرة للأوضاع في الجزائر والشخصيات السياسية في البلاد، حيث حقق قاعدة جماهيرية كبيرة والملايين من المشاهدات عبر موقع اليوتيوب، يعرض في الفترة المسائية على الساعة التاسعة (21.00) ليلا، وأحيانا على الساعة العاشرة (22.00)، وذلك باعتباره وقت الذروة.

ويحتوي البرنامج على العديد من الأركان وال فقرات تتنوع في طرحها للمواضيع معتمدة على رأي الجماهير وذلك من خلال الأركان التالية:

- **يحكى أنه** (في زمن مضى): فقرة لا تتجاوز مدتها الزمنية خمس دقائق، حيث يقوم المقدم بسرد حكاية أو قصة أو حادثة سواء كانت حقيقية أو خيالية تحمل رسالة ما ويقوم بإسقاطها على الواقع الجزائري.

- **قالوا وقلنا** (اكتب حتى نراك): هذا الركن عبارة عن قراءة لجزء من المقالات والكتابات عبر الصحف الجزائرية لصحفيين وإعلاميين جزائريين والتي تعبر عن آراءهم حول القضايا الوطنية.

- **فيسبوكيا** (كتبوا على جدرانهم الافتراضية): في هذه الفقرة يتم قراءة تعليقات المتابعين للبرنامج عبر صفحة الفيسبوك والتعليق عليها من قبل مقدم البرنامج.

- **خاتمتها سرك** (السرك فنون وجنون ومجون أحيانا): يتم عرض مجموعة من الصور أو الفيديوهات تعبر عن بعض المشاكل أو الأزمات التي يعيشها أفراد المجتمع الجزائري.



الشكل رقم 02

3-4- عرض وتحليل الجداول حسب فئات الشكل: كيف قيل؟

1- فئة اللغة المستخدمة في برنامج "عمّر راسك"

الجدول رقم (4): يوضح طبيعة اللغة المستخدمة في برنامج "عمّر راسك".

اللغة	التكرار	% النسبة
عربية	57	46.34%
عامية	09	7.32%
أجنبية	/	/
مختلطة	57	46.34%
المجموع	123	100%

\*الجدول من إعداد الطالبين

تحليل وتفسير الجدول:

تقدم بيانات الجدول رقم (4) والشكل رقم (3) الإجابة على التساؤل السادس ضمن التساؤلات المتعلقة بفئات الشكل والذي تمحور حول نوع اللغة المستخدمة في برنامج "عمّر راسك" الذي يتم عرضه على قناة beur tv.

حيث كشفت مؤشرات الجدول الموضح أعلاه تباينا في مستويات اللغة التي يستخدمها البرنامج محل الدراسة حيث حظيت اللغة العربية و المختلطة لكليهما على أعلى نسبة قدرت ب 46.34% تليها اللغة الدارجة "العامية" بنسبة 7.32%، أما بالنسبة للغة الأجنبية فكانت غائبة في البرنامج.

إذ تعد اللغة من أنجع طرق التعبير في ترجمة الأفكار والمشاعر بعبارات وكلمات منطوقة واللغة هي وسيلة للتواصل كما أنها مؤشر كبير في مدركات الجمهور، ويأتي توظيف الفصحى والمختلطة في البرنامج من الواقع الجزائري ولغة الشعب، فمخاطبة الجمهور بلغته يسهل فهم الرسالة ووصولها لكافة شرائح المجتمع، إضافة إلى أن الاستخدام المناسب للغة يساهم في خلق التفاعل والتعمق في التفكير.

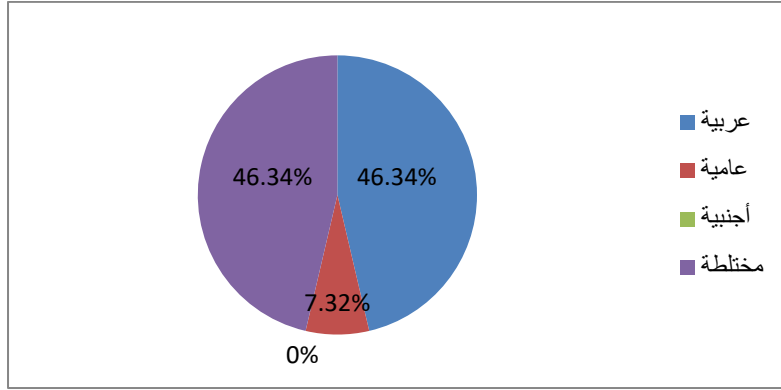
برزت اللغة المختلطة في كلمات وألفاظ هزلية ساخرة من اختراع مقدم البرنامج مثل قوله "البلاد تحولت في محطتها الرئاسية إلى نكتة انتخابية فيها الستاك، السبوعا، الصابون، الروانب... " لعل هذه الأخيرة ما ميزت العمل حيث أصبحت متداولة في الشارع الجزائري، ووظف اللغة العربية في الكثير من الأعداد كقوله في العدد (3) ليوم 11.01.2019 "خروج والي المسيلة من الباب والبئر الضيق" و"هذه هي الجزائر التي لا يفهمون، لا يعلمون...الجزائر البعيدة عن اهتماماتهم..." فهي بمثابة رسالة مترجمة للمشاهد الجزائري للتمسك بلغته الأم. أما عن استعمال الدارجة في بعض الحلقات فقد يرجع إلى رغبة مقدم البرنامج في تبسيط الفكرة للمشاهد بلغته اليومية بعيدا عن أطر اللغة الرسمية و بحجة الاقتراب منه، و من أمثلة استعمال هذا المستوى في برنامج "عمّر راسك" في العدد(2) بتاريخ 28-12-2018، على لسان مقدم البرنامج الذي عبر فيه قائلا: "العقارب ناس ملاح" و"حب يهبلها مول البليغة ريفكا بعبارة "راهي تسوق بالبليغة"، "وزير مور خوه يقول إحنا قاع شياتين"، يا ربي ارحمنا من الشياتين و الشيتا "و"الداب راكب مولاه" و"مخلوف البونباردي" و"ألعبها مهبول تشبع الكسور".

أما فيما يخص استخدام اللغة الأجنبية فكان منعدما في كل حلقات العينة المدروسة، باعتبار أن البرنامج عربي جزائري يث على قناة جزائرية، وكذا نظرا لطبيعة الجمهور الموجه له إذ تعمد مقدم



البرنامج أثناء عرضه لهذا العمل الإعلامي استخدام اللغة العربية الفصحى وكذا العامية، وتجنب استخدام اللغة الأجنبية.

ولتوضيح النسب المئوية أكثر اعتمدنا على الدوائر النسبية كما هو موضح في الشكل الآتي.



الشكل رقم (3) يوضح اللغة المستخدمة في برنامج "عمّر راسك"

2- فئة الأنواع الصحفية المعتمدة في برنامج "عمّر راسك"

الجدول رقم (5): يوضح أهم الأنواع و القوالب الصحفية المعتمدة في برنامج "عمّر راسك"

النسبة %	التكرار	القوالب الصحفية
19.10%	17	تقرير
4.49%	04	خبر
35.96%	32	مقال
7.87%	07	حديث
/	/	ريپورتاج
32.58%	29	تعليق
100%	89	المجموع

تحليل وتفسير الجدول:

تقدم بيانات الجدول رقم (5) والشكل رقم (4) الإجابة على التساؤل رقم (5) ضمن التساؤلات المتعلقة بفئات الشكل الذي تمحور حول الأنواع الصحفية المعتمدة في برنامج عمر راسك الذي كان مضمونه: ما هي الأشكال و القوالب الفنية المستخدمة في برنامج "عمّر راسك"؟، وقد

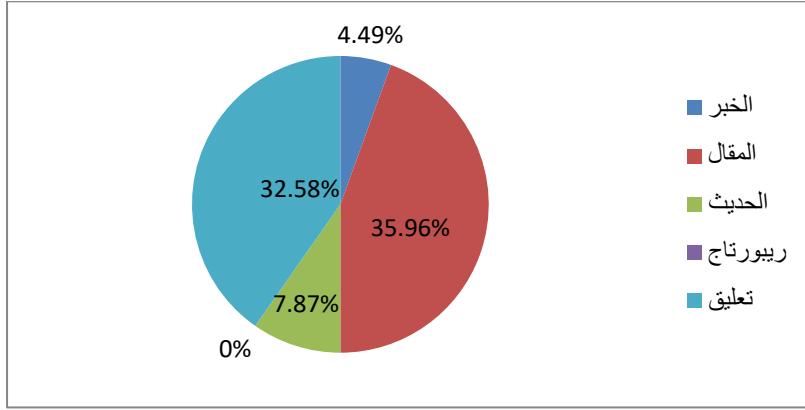
أوضحت البيانات أن أولى القوالب المعتمدة في البرنامج هي المقال بنسبة %35.96 تلتها التعليق بنسبة %32.58، التقرير بنسبة %19.10، ثم الحديث و الخبر بأقل نسبة على التوالي حيث كانت نسبة التقرير %7.87، الخبر %4.49.

يلاحظ من خلال بيانات الجدول السابق أن برنامج "عمّر راسك" يعتمد على مختلف المقالات المنشورة عبر مختلف وسائل الإعلام، التي تكون خادمة للموضوع محل المعالجة والتناول الذي يتماشى مع طبيعة الجمهور المستهدف والمجتمع الذي توجه إليه، بالإضافة إلى أن مقدم البرنامج كان يتناول المواضيع السياسية التي يطرحها في برنامجه في شكل مقال، وهذا يعكس قدرة مقدم البرنامج على عرض المواضيع وتناولها بمصداقية عالية كونه ناقل للخبر بأسلوب ساخر ليترك للمشاهد حرية إدراك و فهم الخبر.

كما أن اعتمد البرنامج على قالب المقال والتعليق راجع لكونهما يتضمنان تحليلاً وشرحاً متصلين بالحدث الراهن فكثيراً ما تتضمن هذه الأنواع تعليقات على الفيسبوك من خلال الركن "فيسبوكيا" التي تزيدها ثراء معلوماتياً يحقق إحاطة شاملة بالموضوع.

ويتضح من خلال هذه النتائج للوهلة الأولى تنوعاً في قوالب تقديم المادة الإعلامية الساخرة في برنامج عمر راسك، وهذا أمر إيجابي إلى حد بعيد، بحيث يجد المشاهد نفسه في كل مرة أمام رسائل تتسم بالتنوع في المضمون والأسلوب والشكل، وهذا من شأنه أن يتخطى عقبات الملل التي تصاحب المادة الجافة.

ولتوضيح هذه النسب أكثر اعتمدنا على الدائرة النسبية كما هي موضحة في الشكل الآتي:



الشكل رقم (4) : الأنواع الصحفية التي يعتمد عليها برنامج "عمّر راسك"

3- فئة إبراز المادة الإعلامية المعروضة (المؤثرات والخلفيات الصوتية)

الجدول رقم (6) يوضح وسائل إبراز المادة الإعلامية المعروضة (المؤثرات والخلفيات الصوتية)

الوسائل	المدة الزمنية / ثا - د	% النسبة
موسيقى + كلام	5.07	1.54%
كلام + صور	311.01	94.73%
أصوات بشرية، اصطناعية	5.10	1.55%
أغاني	7.13	2.17%
المجموع	328.31	100%

\*الجدول من إعداد الطالبتين

تحليل وتفسير الجدول:

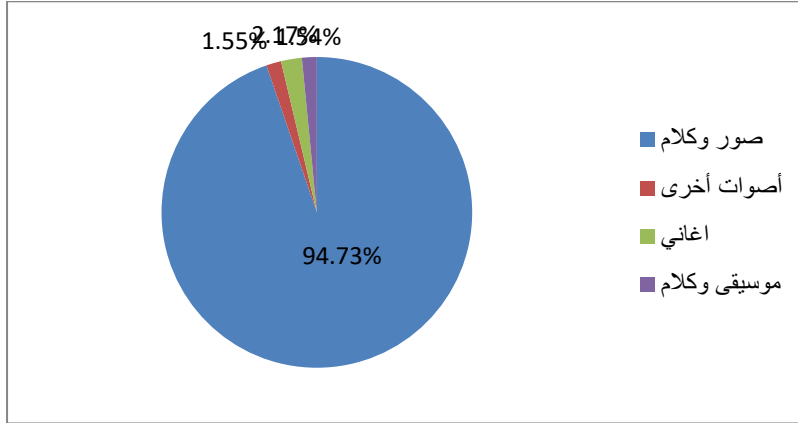
أوضحت بيانات الجدول رقم (6) والشكل رقم (5) الإجابة عن التساؤل (8) ضمن التساؤلات المتعلقة بفئات الشكل، والذي تمحور حول وسائل إبراز المادة المعروضة (المؤثرات والخلفيات الصوتية) في البرنامج محل الدراسة، إذ يظهر من خلال الجدول أعلاه تنوع وسائل إبراز المادة الإعلامية المعروضة والمؤثرات والخلفيات الصوتية في برنامج "عمّر راسك"، فقد جاءت فئة كلام وصور بأعلى نسبة قدرت بـ 94.73%.

في حين قدرت الأغاني بنسبة 2.17%، تليها المؤثرات الصوتية والموسيقى + كلام بنسب على التوالي 1.55% و 1.54%.

يلاحظ من بيانات الجدول السابق أن وسائل إبراز المادة وعرض المعلومات باستعمال الكلام والصور حازت على أعلى نسبة في برنامج "عمّر راسك"، مما يدل على أن الصورة أبلغ وأدق كما يعكس أهمية التركيز على هذه الطريقة في تناول وعرض الموضوع المطروح للنقاش والمعالجة باعتبار أن الجمهور يستقبل كل ما يقدم له عن طريق الصورة والصوت، وكان الاعتماد على هذا المزيج من بداية البرنامج إلى نهايته وبمختلف فقراته من بينها فقرة "خاتمتها سيرك" وفقرة "فيسبوكيا" للتأثير على المشاهد ومحاولة خلق جو مناسب لمتابعة البرنامج، ولكي يؤكد للمتلقي صدق الموضوع بشكل كامل. أما استخدام الأغاني - كما ذكرت سابقا - كان استخدامها بين الحين والآخر ذلك لإراحة المتلقي من كمية المعلومات المقدمة حتى يستطيع استيعابها بسهولة ومكملة للمادة المعروضة أو موضحة لها، كاستعمال أغنية "موطني" في العدد (6) بتاريخ 2019-03-03 أثناء حديثه عن المسيرات السلمية التي عرفتها الجزائر.

أما عن استخدام الموسيقى والكلام وأصوات مختلطة كانت بأقل نسبة، باعتبارها مكملة للصورة في تحقيق الأهداف التي يسعى لها القائم على تقديم البرنامج، فالموسيقى مثلا تثير في النفس انفعالات متعددة خاصة إذا كان اختيارها ملائما للموضوع المطروح، وهذا ما لاحظناه في العدد (03) بتاريخ 2019/01/11 أثناء عرضه للموضوع الاجتماعي (الهجرة غير الشرعية).

ويمكن القول بخصوص هذه النتائج أن اهتمام البرنامج باستخدام هذه الوسائل يزيد جاذبية وتأثير للمادة الإعلامية المقدمة عبر برنامج "عمّر راسك".



الشكل رقم (5) يمثل الأنواع أو القوالب المعتمدة في برنامج "عمّر راسك".

4- فئة الأنواع الإعلامية الساخرة المصاحبة للمادة.

الجدول رقم (7) يمثل الأنواع الإعلامية الساخرة المصاحبة للمادة المعروضة.

النسبة %	التكرار	الأنواع الساخرة المصاحبة
16%	04	التصوير الكاريكاتوري التلفزيوني
32%	08	المسلسل التلفزيوني الساخر
20%	05	التمثيلات القصيرة "السكاتش"
24%	06	الرسوم المتحركة الساخرة
8%	02	الكوميديا القصيرة "ست كوم"
100%	25	المجموع

\*الجدول من إعداد الطالبتين

تحليل وتفسير الجدول:

أكدت معطيات الجدول رقم (7) والشكل رقم (6) المتمثلة في الأنواع الإعلامية الساخرة المرافقة للمادة الإعلامية المعروضة أن المسلسل الساخر هو الأكثر استخداماً بنسبة 32%، تليه الرسوم المتحركة الساخرة بنسبة 24%، في حين التمثيلات القصيرة (السكاتش) جاء بنسبة 20% والتصوير الكاريكاتوري التلفزيوني بنسبة 16%، أما أضعف نسبة فكانت للكوميديا القصيرة (ست كوم) بنسبة 8%.

فالبرنامج باعتباره ساخرا استخدم المسلسل التلفزيوني الساخر\* بكثرة، حيث اعتمد البرنامج على العديد من مقاطع المسلسلات الساخرة لتدعيم وجهة نظره للموضوعات المطروحة من جهة، ولإضحاك المشاهد من جهة أخرى، كاستخدامه لمقطع من المسلسل الجزائري الساخر "عمارة الحاج لخضر" في قول الحاج لخضر "واش من كواغط لازم باش نترشح للانتخابات" وهذا أثناء عرض مقدم البرنامج الشخصيات المترشحة للانتخابات الرئاسية لعام 2019، بالإضافة إلى مقاطع من مسلسل عاشور العاشر التي تعكس الواقع الجزائري.

كما استخدم البرنامج الرسوم المتحركة الساخرة# برتبة أقل من المسلسل الساخر، وهذا ما لاحظناه من خلال عرض البرنامج الجزائريين لرسوم متحركة مقابلة لشخصية "ريفكا" وهذا من أجل إيصال رسائل ضمنية عن تلك الشخصيات المثيرة للضحك والسخرية.

كما اعتمد البرنامج على السكاتش بنسبة 20%، وهذا لإضفاء نوع من السخرية والضحك ولتدعيم الفكرة المطروحة، في حين اعتمد على التصوير الكاريكاتوري التلفزيوني<sup>ك</sup> كعرض البرنامج لصور كاريكاتورية بمعالم مضحكة وكوميديية لبعض الوزراء الذين يعتبرهم الشارع الجزائري فاسدين.

في حين السكاتش أو التمثيليات التلفزيونية استخدمت في مواضع قليلة مقارنة بغيرها. وهذا ما أكدته الدراسة السابقة التي قامت بها الباحثة "نجاة بوثلجة"، حيث اعتمدت في تحليلها لمقالات الكاتب "عمار يزلي" على الكوميديا والضحك من أجل إثراء المواضيع الخاضعة للتحليل والدراسة وكذا إحاطة الجمهور المستهدف بها<sup>1</sup>.

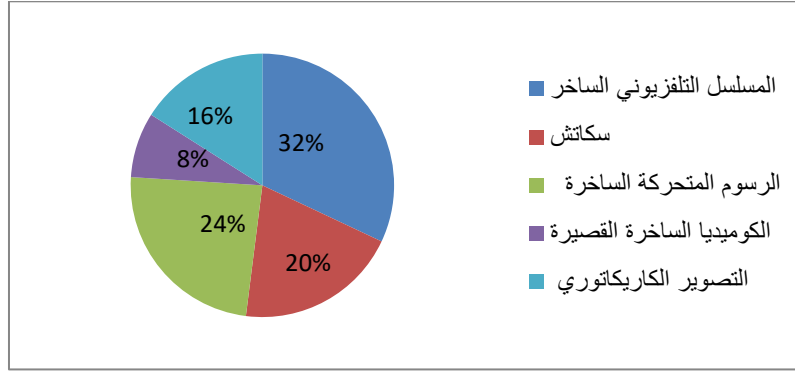
ولتوضيح النسب المئوية أكثر، اعتمدنا على النسب المئوية كما هي موضحة في الشكل الآتي:

\* هو تمثيلية طويلة أو قصيرة تداع عبر حلقات متتالية وبطريقة ساخرة.

# هي رسم يركز على معالم وقسمات معينة من شخص أو موقف أو وضع اجتماعي بشكل غريب ومضحك.

<sup>ك</sup> هي رسم فكاهي يبالغ في إبراز العيوب.

<sup>1</sup> نجاة بوثلجة، الكتابة الصحفية الساخرة بجريدة الشروق - دراسة تحليلية لعمود "منمات" للكاتب عمار يزلي نموذجاً، مرجع سابق.



الشكل رقم (6): يمثل أهم الأنواع الإعلامية الساخرة المستخدمة في برنامج "عمّر راسك"

5- فئة طبيعة البرنامج

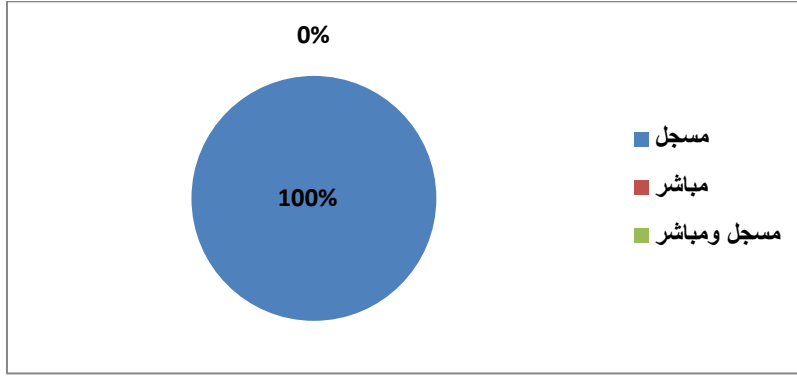
الجدول رقم (8) يمثل كيفية بث البرنامج :

طبيعة البرنامج	التكرار	النسبة %
مسجل	08	100%
مباشر	/	/
مسجل ومباشر	/	/
المجموع	08	100%

\*الجدول من إعداد الطالبتين

تحليل وتفسير الجدول:

من خلال الجدول رقم (8) نجد أن كل أعداد البرنامج التي تم تحليلها والمقدرة بثمانية أعداد، كانت مسجلة 100% ويرجع ذلك كون البرنامج يهتم برصد القضايا والمواضيع التي تهم الرأي العام الجزائري وما يحدث طوال الأسبوع، ليتم تسجيلها ويتسنى بثها في وقت لاحق. لتوضيح النسبة المئوية اعتمدنا على الشكل الآتي:



الشكل رقم (7) يمثل طبيعة البرنامج

6- فئة زمن المواضيع والقضايا المطروحة في برنامج "عمّر راسك"

الجدول رقم (9) يمثل المدة الزمنية لأهم المواضيع والقضايا المطروحة في برنامج "عمّر

راسك".

القضايا	المدة الزمنية/ ثا-د	النسبة %
الاجتماعية	52.04	15.85%
السياسية	233.10	71%
الدينية	11.00	3.35%
الاقتصادية	7.02	2.14%
الثقافية	25.02	7.62%
الرياضية	0.13	0.04%
المجموع	328.31	100%

\*الجدول من إعداد الطالبتين

تحليل وتفسير الجدول:

من خلال قراءتنا لأرقام الجدول الموضوع أعلاه نجد أن أهم القضايا التي طرحها البرنامج هي: البرامج السياسية بأعلى نسبة 71%، تليها المواضيع الاجتماعية بنسبة 15.85%، والمواضيع الثقافية بنسبة 7.62%. أما المواضيع الدينية فكانت بنسبة 3.35%، في حين المواضيع الاقتصادية جاءت بنسبة 2.14% وأقل نسبة كانت للمواضيع الرياضية بنسبة 0.04%.



بلغ الحجم الزمني الكلي للأعداد محل الدراسة 328 دقيقة و31 ثانية أي ما يعادل 5 ساعات و28 دقيقة و31 ثانية. وهذا باقتطاع زمن جنيريك بداية البرنامج ونهايته وكذا اقتطاع زمن الانتقال من ركن إلى آخر في البرنامج، وذلك في كل أعداد العينة والمقدرة بثمانية أعداد.

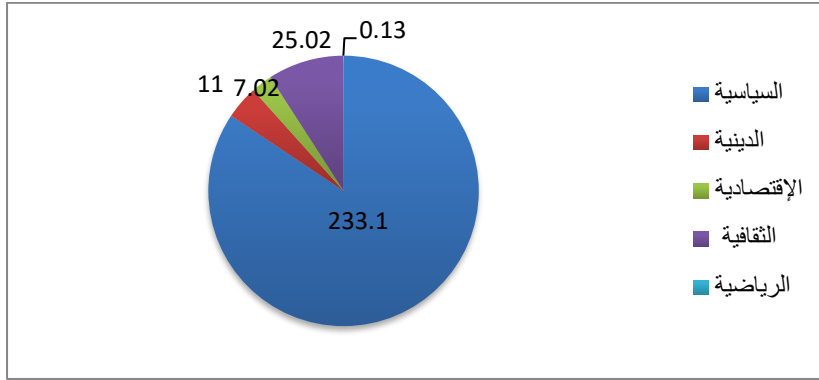
تكمن أهمية الفئة الزمنية في إظهار المواضيع الأكثر تناولا في برنامج "عمّر راسك"، فعنصر الزمن يشير إلى مدى اهتمام البرنامج بعرض الموضوع، وكلما زادت المساحة الزمنية للموضوع المطروح زادت أهميته، وقد حازت المواضيع السياسية على مساحة زمنية كبيرة قدرت ب 233 دقيقة و10 ثوان، في محاولة منه لتسليط الضوء على جل المواضيع السياسية التي يعيشها المجتمع الجزائري، أما بخصوص المواضيع الاجتماعية فقد شغلت مساحة زمنية قدرت ب 52 دقيقة و04 ثوان حيث طرح البرنامج قضايا اجتماعية متنوعة منها الصحة والسكن، التعليم، مشكلات اجتماعية (بطالة محدرات، هجرة غير شرعية...)، وذلك من أجل إطلاع المشاهد حول مختلف الظواهر الاجتماعية.

في حين المواضيع الثقافية كانت في مرتبة أقل حيث قدرت بحجم زمني قدر ب 25 دقيقة و02 ثانية إذ تنوعت المواضيع المطروحة منها شخصيات فنية، فكر وفن، تراث وغيرها من المواضيع الأخرى هذا ما يؤكد أن البرنامج أولى اهتماما بتناول الجانب الثقافي.

أما المواضيع الدينية قد حازت على حجم زمني قدر ب 11 دقيقة، فالبرنامج متناولا فيها أهم الجوانب الدينية و القرارات المتخذة من قبل الجهات القائمة على القطاع كتوحيد الآذان، زيادة أجور الأئمة ترميم كنيسة سانتا كروز بوهران...

في حين كانت أقل مساحة زمنية للمواضيع الاقتصادية والرياضية، حيث حظيت الأولى على مساحة زمنية قدرت ب 07 دقائق و02 ثانية، مما يعكس أن البرنامج لم يولي اهتمام كبير للمواضيع الاقتصادية واقتصر حديثه على بعض المشاريع الاقتصادية في البلاد والأزمات والمشكلات الاقتصادية التي تعرفها الجزائر. أما مساحة المواضيع الرياضية فكانت شبه منعدمة لم تبلغ الدقيقة أي 0.13 ثانية وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على أن المواضيع الرياضية في برنامج عمر راسك كانت في آخر أولوياته.

ولتوضيح النسب أكثر اعتمدنا على الدائرة النسبية الموضحة في الشكل الآتي:



الشكل رقم (8) يوضح فئة زمن المواضيع والقضايا المطروحة في البرنامج

7- فئة الأساليب الإقناعية المتضمنة في برنامج "عمّر راسك"

الجدول رقم (10) يوضح الأساليب الإقناعية المتضمنة في برنامج "عمّر راسك"

الاستمالات الإقناعية	التكرار	% النسبة
عقلية	18	8.57%
عاطفية	192	91.43%
المجموع	210	100%

\*الجدول من إعداد الطالبتين

تحليل وتفسير الجدول:

تقدم بيانات الجدول (10) والشكل رقم (09) والذي تمحور حول الأساليب الإقناعية المتضمنة في برنامج عمر راسك.

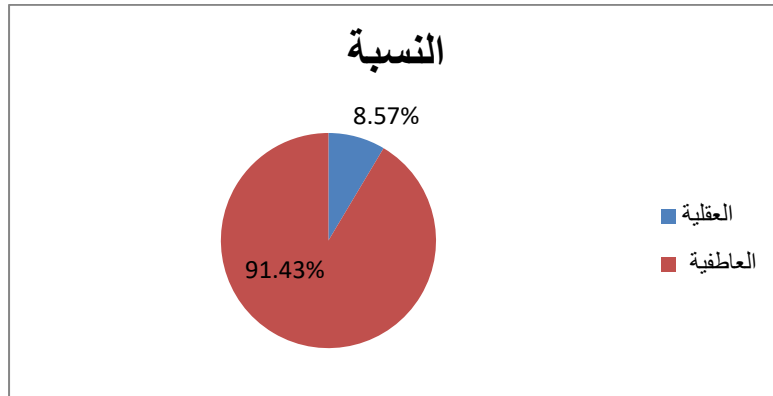
إذ توضح بيانات الجدول أعلاه أن الأساليب العاطفية هي الأكثر توظيفاً بنسبة 88.10%، تليها الأساليب العقلية بنسبة 8.57%، وبأقل نسبة الأساليب التخوفية بنسبة 3.33%.

فالاستمالات هي الأساليب الإقناعية التي تقدم الرسالة في هيئتها الجذابة، فهي بذلك مدخل للتأثير، وقد جاء توظيف الاستمالات العاطفية بشكل أكبر لما لها من قوة للتأثير في المتلقي عن طريق مخاطبة حواسه و حاجاته النفسية، ويعتمد هذا النوع من الاستمالات على توظيف اللغة و الرموز ما يثير الضحك والابتسامة والاستهزاء و كان ذلك بنسبة 50%، وقد استخدم برنامج

"عمّر راسك الساخر" اللغة والمعاني المثيرة للضحك، كقوله "أبو الفقاقير سلال البلاصة ليروح ليها يزهيهها، وعبارة " سيدي مليح زادلو الهوا و الريح...الزوخ والفوخ والعشا قرينة... " وكلها جاءت للتعبير عن سياسة أو وضع معين، حيث استخدمت هذه الكلمات لتبسيط الأفكار وجعل المشاهد يفهم المقصود بسرعة دون أن يستغرق وقتا طويلا في تتبع التفاصيل. و الاستمالات التخوفية فقد اعتمدت بشكل أساسي على الإثارة العاطفية التي تشكل حافزا لدى المتلقي للاستجابة لمحتوى الرسالة، لكنها إثارة ذات أبعاد تخوفية، فعلى سبيل المثال وفي الحلقة 2019/03/03 التي تناول فيها الحراك الشعبي و بالأخص موضوع الانتخابات حيث قدم العديد من الأدلة التي تؤكد أن الخروج على السلمية في المظاهرات لها خطر على البلاد والشعب على حد سواء، وفي قوله " أتعلمون أين تكمن عظمة هذا الشعب الذي أريد إفراغه من محتواه في هذه المواقف في سلمية مسيراته في أنه الشعب الذي يقف أمام مؤسساته ... كما أن عفويته تدل على أصالة المعدن ..."

أما الاستمالات العقلية تعتمد على مخاطبة عقل المتلقي وتقديم الحجج والشواهد المنطقية مع تكذيب الآراء المتضادة وإظهار سلبياتها، و تستخدم في ذلك أرقام وإحصائيات، مثل قوله " تم العثور على تسعة جثث "حراقة" جزائريين بشواطئ تونس" فقد كانت نسبة الإحصائيات والنسب ب 5.71%، يليها الاستدلال بالقرآن والسنة ب 2.38%.

لتوضيح النسب أكثر اعتمدنا على الشكل الآتي



الشكل رقم (09) يمثل الأساليب الإقناعية المعتمدة في البرنامج

3-5- عرض وتحليل الجداول حسب فئات المضمون (ماذا قيل؟)

8- فئة المواضيع:

الجدول رقم (11) يمثل المواضيع المطروحة في برنامج "عمّر راسك".

الموضوع	مواضيع فرعية	التكرار الجزئي	التكرار الكلي	النسبة
السياسية	زيارات واتفاقيات سياسية	07	91	48.15%
	تصريحات سياسية	40		
	قرارات سياسية	07		
	أخرى	37		
الاجتماعية	الصحة والسكن	05	52	27.51%
	مشكلات اجتماعية	34		
	التربية والتعليم	08		
	مشاكل أسرية	05		
الاقتصادية	مشاريع	07	11	5.82%
	أزمة ومشكلة	04		
	صفقات	/		
الرياضية	\	01	01	0.53%
الثقافية	تاريخ وتراث	14	21	11.11%
	فكر وأدب	02		
	شخصيات فنية	05		
الدينية		13	13	6.88%
المجموع		189	189	100%

\*الجدول من إعداد الطالبتين

## تحليل وتفسير الجدول:

أوضحت معطيات الجدول الموضح أعلاه فئة المواضيع المطروحة في برنامج عمّر راسك، حيث تبين من خلالها أن المواضيع السياسية حازت على أعلى نسبة قدّرت بـ 48.15% تليها المواضيع الاجتماعية بنسبة 27,51% وفي مرتبة أقل منها المواضيع الثقافية حيث حازت على نسبة 11.11% في حين كانت نسبة المواضيع الدينية والاقتصادية على التوالي: 6.88% و 5.82% أما المواضيع الرياضية فكانت في مرتبة أخيرة بنسبة 0.53%.

من خلال هذه النسب نستنتج أن البرنامج اهتم بطرح المواضيع والقضايا السياسية بحيث اندرجت تحتها العديد من المواضيع الفرعية منها الزيارات والاتفاقيات السياسية، كزيارة ولي العهد السعودي للجزائر، وزيارة الوزير الأول لفرنسا وغيرها.. والتصريحات السياسية لمختلف الشخصيات السياسية ورؤساء الأحزاب في الجزائر ومن بينها تصريح رئيس حزب الآفلان "جمال ولد عباس" وقوله "...فرنسا حكمت عليا بالإعدام وما خوفتنيش..." بحيث علق مقدم البرنامج على تصريحه بطريقة كوميدية ساخرة بقوله "ولد عباس الشهيد الحي ... ما غلبناش ... مرمدا ومرمدا التاريخ والجغرافيا..." وتصريح الوزير الأول أحمد اويحي حول مؤشرات ارتفاع المستوى المعيشي في الجزائر بقوله: "سجلنا تحسن في أوضاع المجتمع... المثال الأول ملايين الجزائريين لي يصيّفوا في الخارج وملايين السيارات لي راهي تمشي فالبلاد" وتصريح سيدي السعيد بقوله "لي ما يدّيش لعائلة تفوطي نعاقبوه.. وغيرها من التصريحات التي كانت بمثابة المادة الخام لهذا البرنامج الساخر... وذلك لكون تصريحات السياسيين في البلاد مثيرة للضحك والاستهزاء وتوحي بأنهم أناس بلا مسؤولية، بالإضافة إلى القرارات السياسية التي تتخذها السلطات الحاكمة في البلاد كقرار ترشح الرئيس الجزائري عبد العزيز بوتفليقة لعهدة خامسة واستقالة رئيس حزب الآفلان جمال ولد عباس... وإقالة رئيس المجلس الشعبي الوطني السعيد بوحجة.

ومواضيع أخرى منها الانتخابات التي كان من المزمع تنظيمها في شهر افريل 2019، وما تبعها من أحداث سياسية كالأزمة السياسية التي عرفتها البلاد والحراك الشعبي والمسيرات السلمية. (الأعداد 6 و7،8).

كما أن البرنامج اهتم بالقضايا الاجتماعية التي تعرفها الجزائر، كمشاكل السكن، الصحة (انتشار وباء الكوليرا في بعض المدن الجزائرية الصائفة الماضية)، التربية والتعليم، بالإضافة إلى مجموعة من المشكلات الاجتماعية التي لازالت في تطور ونمو داخل المجتمع الجزائري دون أن تجد لها آذانا صاغية من أجل الحد منها أو معالجتها كالبطالة، المخدرات، الهجرة غير الشرعية (الحرقة)، جرائم القتل و الاختطاف، كقضية الشاب الذي وقع في البئر "عياش" ولم يتم إنقاذه، وجريمة قتل الطالب أصيل في إقامته الجامعية، وموت حراقة جزائريين حرقا في البحر،.... والعديد من القضايا الاجتماعية الأخرى فالبرنامج عمد على طرحها بطريقة تثير الغضب والاستنكار لعل وعسى تجد آذانا صاغية. أما المواضيع الثقافية فتنوعت بين تصريحات الشخصيات الفنية والثقافية ووزير الثقافة الجزائري وكذا المشاريع والإنجازات الثقافية التي تقوم بها السلطات المسؤولة عن القطاع بالإضافة إلى طرح قضايا فكرية وأدبية وكذا التاريخ والتراث من خلال الحديث عن الاحتفاليات التي تنظمها الجزائر كاحتفالات رأس السنة الأمازيغية.

ومن بين التصريحات المثيرة للسخرية تصريح الكاتب والروائي الجزائري أمين الزاوي حول ضرورة تعديل بعض الأحاديث النبوية وكذا تصريح الشخصية الفنية المعروفة وسط الشباب الجزائري "ريفكا" وقوله بأنه يستطيع تغيير فكر الشباب الجزائري في أقل مدة زمنية ممكنة، كل هذا يدل على أن البرنامج اهتم بطرح القضايا الثقافية كونها لا تخلو من السخرية والنقد وهذا الأمر يتطلب ضرورة التطرق إليها من أجل كشف المستور وقراءة ما بين السطور.

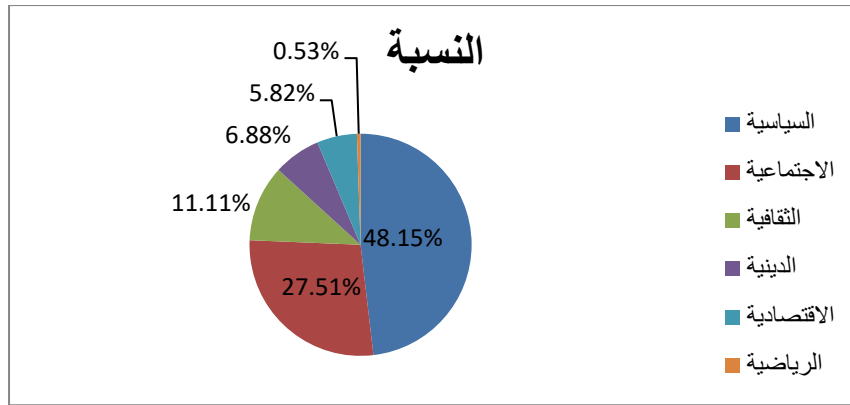
في حين المواضيع الاقتصادية كانت أقل من الثقافية بكثير 5.82% حيث اقتصر البرنامج على طرح أهم المشاريع التي تقوم بها الجهات المسؤولة، كمشروع بناء ناطحات سحاب بالعاصمة ومشروع الجامع الأعظم، كما عرض أهم الاتفاقيات التي تبرمها الدولة الجزائرية مع دول أخرى

كاتفاقية ترميم القصبه بالعاصمة من طرف فرنسا، وعرض بعض المشكلات والأزمات الاقتصادية التي تعيشها البلاد، كتقليص الواردات في بعض المنتجات وارتفاع الأسعار.

والملاحظ أن المواضيع الرياضية كانت بنسبة شبه منعدمة 0.53%، مما يدل على أن البرنامج لا يولي أهمية للشؤون الرياضية في البلاد. (تناوله لتصريح وزير الشباب والرياضة حول إمكانية تنظيم كأس أمم إفريقيا).

نفس النتائج توصل إليها الباحث إسماعيل محمود حسن في دراسته -التي تم ذكرها سابقا- حيث توصل إلى أن المواضيع التي يتم التطرق إليها من قبل البرامج التي تم تحليلها هي المواضيع السياسية بنسبة أعلى ثم المواضيع الاجتماعية<sup>1</sup>.

ولتوضيح النسب أكثر اعتمدنا على الشكل التالي:



الشكل رقم (10) يمثل فئة الموضوعات المطروحة في برنامج "عمّر راسك"،

<sup>1</sup>إسماعيل محمود حسن، أثر البرامج التلفزيونية الساخرة على الاتجاهات السياسية للشباب الجامعي، مرجع سابق.

9- فئة الأهداف

الجدول رقم (12) يمثل الأهداف المرجوة من برنامج "عمّر راسك".

الأهداف	التكرار	% النسبة
الإعلام والإخبار	75	36.06%
التوعية و التثقيف	40	19.23%
الإرشاد والتوجيه	03	4.32%
التحذير	38	18.27%
نشر القيم الحسنة	13	6.25%
الحد من المشاكل والظواهر السلبية(النقد)	33	15.87%
المجموع	208	100%

\*الجدول من إعداد الطالبتين

تحليل وتفسير الجدول:

تقدم بيانات الجدول الموضح أعلاه و الشكل رقم (1) الأهداف التي يسعى إلى تحقيقها برنامج "عمّر راسك" الذي يتم عرضه على قناة بور تيفي، حيث تبين من خلال الجدول السابق أن هدف الإعلام والإخبار حاز على أعلى نسبة قدرت ب 36.06%، تليه التوعية والتثقيف بنسبة 19.23% في حين كانت نسبة التحذير 18.27%، والحد من المشاكل والمظاهر السلبية (النقد) بنسبة 15.87% ونشر القيم ب 6.25%، و في مرتبة أخيرة التوجيه والإرشاد بنسبة 4.32%.

إذا فالأهداف تتنوع بحسب إيديولوجية القائم بالعمل وحسب طبيعة الرسالة والجمهور المستهدف قد برز الإعلام و الإخبار في جل حلقات العينة المدروسة، ويعد هذا الأخير أداة للتعبير

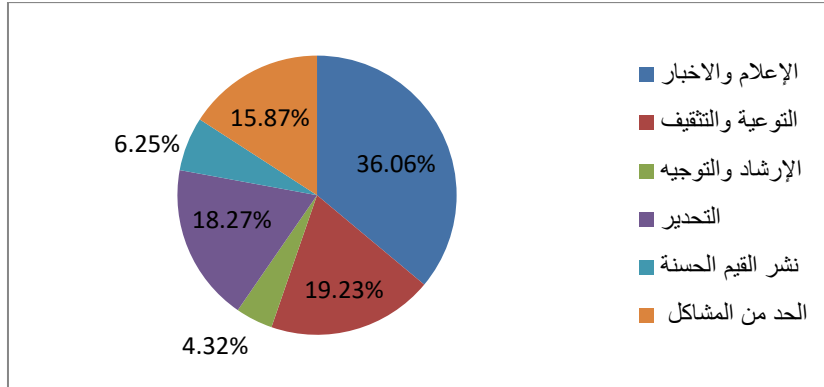


عن حرية الرأي، كما أنه يساهم في جعل الأشخاص يفكرون في تلك القضية بشكل أعمق و دراسة مختلف جوانبها.

أما بالنسبة لهدف التوعية والتثقيف، فهو من أهم وظائف وسائل الإعلام بمختلف المواد السمعية البصرية، ويشمل ذلك التثقيف وزيادة مستوى الدراسة لمختلف القضايا التي يعيشها الفرد في بيئته، والإلمام بالمعلومات حول مختلف القضايا والتعمق فيها يساهم في تكوين اتجاه الفرد وقد حقق برنامج "عمّر راسك" من خلال عرضه لتفاصيل أدق حول القضايا المهمة في الجزائر وذلك باستخدام الفكاهة والسخرية، فهذه الأخيرة تمكن المشاهد من استقبال الكثير من المعلومات دون ملل...، ويأتي التحذير في مرحلة أخرى بعد معرفة القضية والتعمق في فهمها ونقد عيوبها ليأتي التحذير كرد فعل للرأي العام اتجاه القضية، لتأتي باقي الأهداف بنسب متقاربة كنشر القيم الحسنة والتوجيه والإرشاد و ذلك من أجل لفت انتباه المشاهد وجعله يتقبل المواضيع التي يعرضها.

إذا فالعلاقة بين أهداف البرنامج تكاملية بحيث يكمل كل هدف الهدف الذي يليه، و يظهر ذلك من خلال عمل ممزوج بنوع من السخرية و الفكاهة و الاستهزاء، وهذا نظرا لطبيعة العمل الذي هو في الأساس برنامج ساخر غرضه إضحاك وإعلام المشاهد على واقعه المعاش.

و لتوضيح النسب المئوية أكثر اعتمدنا على الدوائر النسبية كما هو موضح في الشكل الآتي:



الشكل رقم (11) يوضح الأهداف المرجوة من برنامج "عمّر راسك"

10- نوع النقد في برنامج "عمّر راسك"

الجدول رقم (13) يمثل نوع النقد في برنامج "عمر راسك".

النقد	التكرار	النسبة
صريح	74	78.72%
ضمني	20	21.28%
المجموع	94	100%

\*الجدول من إعداد الطالبتين

تحليل وتفسير الجدول:

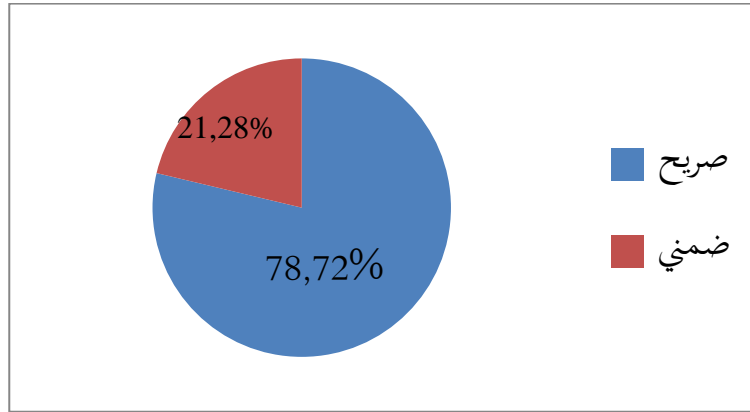
من خلال الجدول الموضح أعلاه نجد أن مقدم برنامج "عمّر راسك" كان صريحاً في نقده للقضايا والمواضيع التي يتناولها والتي قدرت نسبته بـ 78.72% باستخدامه لأساليب مباشرة للتعبير عن رأيه، فمن بين العبارات الدالة على ذلك في العدد رقم (2) بتاريخ 2018/12/28 "التلفزيون الرسمي أفاك وكذاب فهو من تناول خبر "34 مليار سنتيم نتاع الترميم" وقوله في العدد رقم (03) بتاريخ 2019/01/11 "مول الكادنة بوشارب حاب يكادني الحالة..." ونقده لوزيرة التربية في قوله "أين إصلاحاتك يا بن غبريط..."، "سعداء على طول الخط الدليل غول، أويجي، ولد عباس بوشارب خمسة وخموس عليهم وعلياً".

في حين نقده الضمني كان بأساليب غير مباشرة تحيل إليه بعض العبارات أو المصطلحات التي يستخدمها منها: "الآن وانتم كما أنتم، ونحن كما أردتم، وكما عزمتم وتمنيتم، مواطنون صالحون وراضون وثابتون، على حبكم وعلى حب الوطن" وعبارة "نقولكم يا معشر الكبار ... رانا بخير".

وهذا ما توصلت إليه الدراسة السابقة التي قام بها الباحث "عبد الرؤوف رجوب" التي سبق ذكرها أن أغلب الأساليب الإقناعية المعتمد عليها في تحليله هي الأساليب الوجدانية بنسبة قدرت ب 51%<sup>1</sup>. وكذا الدراسة السابقة لـ "نجاه بوتلجة" السالفة الذكر أكدت أن أكثر الأساليب الإقناعية اعتمادا هي الاستمالات العاطفية<sup>2</sup>.

في الأخير نشير مرة أخرى أن الأساليب العاطفية كانت الغالبة، ذلك كون القائم على هذا العمل "البرنامج الساخر عمر راسك" ركز على خصائص معينة سبق ذكرها كالوضع السياسي والنقد و السخرية.

لتوضيح النسب أكثر اعتمدنا على الشكل التالي:



الشكل رقم (12) يمثل فئة النقد في برنامج "عمّر راسك"

<sup>1</sup>رامي علي عبد الرؤوف رجوب، المقال الساخر في الصحافة الالكترونية الأردنية، مرجع سابق.

<sup>2</sup> نجاة بوتلجة، مرجع سابق.

11- فئة اتجاه البرنامج نحو القضايا التي يعرضها البرنامج

الجدول رقم (14) يوضح اتجاه البرنامج نحو القضايا التي يعرضها برنامج "عمر راسك".

الاتجاه	التكرار	النسبة
مؤيد	42	38.89%
محايد	11	10.18%
معارض	55	50.93%
المجموع	108	100%

\*الجدول من إعداد الطالبتين

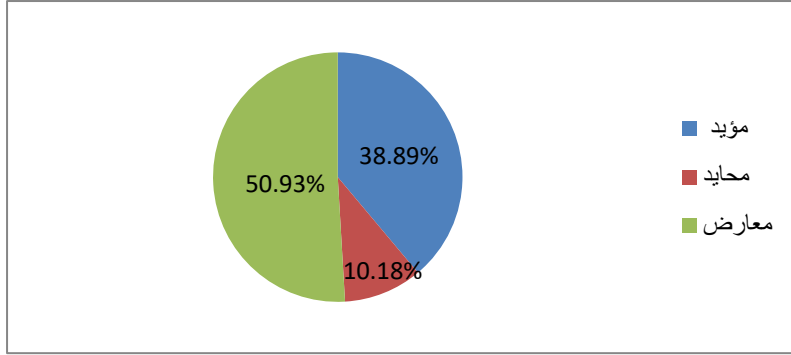
تحليل وتفسير الجدول:

توضح معطيات الجدول الموضح أعلاه النسب المئوية حسب اتجاه البرنامج في تناول المواضيع والقضايا المعروضة، فيلاحظ أنه في أغلب الأعداد الخاضعة للدراسة يكون فيها معارضا بنسبة 50.33%، ثم جاءت تكرارات المؤيد بنسبة 38.89%، وفي المرتبة الأخيرة نسبة المحايد قدرت ب 10.18%.

تشير نتائج التحليل إلى أن البرنامج تبني مواقف معارضة لأهم القضايا التي يطرحها من خلال البرنامج خاصة السياسية منها والمتمثلة في تصريحات الوزراء والسياسيين وأهم القرارات السياسية ويعتبر مقدم برنامج "عمر راسك" أن بعض القرارات المتخذة لا تخدم مصالح الشعب بنسبة كبيرة مثل قوله "لا أعرف شعارا أكثر سفاهة من هذا شعار الرجل المناسب في المكان المناسب..."، في حين كان مؤيدا لبعض المواضيع المطروحة والتي كانت ضمن حلقات العينة المدروسة وبالضبط في الحلقة 2019/03/09 أثناء تغطيته للحراك الشعبي أين كان مؤيدا لسلمية الشعب في المظاهرات وذلك برز في قوله: "قلها جزائري و كل الفخر أنا ... كان يجب أن يفهموا هذا الشعب قبل العالم... كان يجب أن يكونوا في مستوى هذا الوطن هذا الهطول... هذه العزة... تحية لك أيها الشعب ...". وهذا ما لاحظناه من خلال الدراسة التي قامت بها الباحثة "هنيدة أحمد أبو خليل" في تحليلها لبرنامج

"البرنامج" الذي يقدمه باسم يوسف، حيث بينت نتائج التحليل أن باسم يوسف كان يتخذ مواقف معارضة بنسبة (56.5%)<sup>1</sup>، والدراسة التي قام بها الباحث عبد الرؤوف رجوب، أكدت أن الاتجاه المعارض هو الذي جاز على أعلى نسبة قدرت ب 71% في حين كان مؤيدا بنسبة (11.8%)، وحيادي بنسبة (31.7%).

أما الاتجاه المحايد فكان بأقل نسبة وكمثال عنه ما قاله مقدم البرنامج حول موضوع الحرقاة بقوله "حيث يقايض الوطن بقارب موت... نقول لكم فقد فشلتكم... ولا أستثني منكم أحدا...". ولتوضيح هذه النسب المئوية أكثر اعتمدنا على الشكل الآتي:



الشكل رقم (14) يوضح اتجاه البرنامج نحو القضايا المطروحة

<sup>1</sup> هنيذة أحمد أو خليل، درجة توجّه المضمون السياسي لبرنامج باسم يوسف الساخر " البرنامج " خلال المدة 23 تشرين الثاني 2012 إلى 25 تشرين الأول 2013، مرجع سابق.

12- فئة مصادر المعلومات في برنامج "عمّر راسك"

الجدول رقم (15) يوضح مصادر المعلومات المعتمدة في برنامج "عمر راسك"

المصادر	التكرار	النسبة %
خبراء ومختصين	05	2.35%
مصادر مجهولة	50	23.47%
وسائل إعلامية	84	39.44%
مواقع التواصل الاجتماعي	21	9.86%
تصريحات مسؤولين	21	9.86%
صحف وجرائد	32	15.02%
المجموع	213	100%

\*الجدول من إعداد الطالبين

تحليل وتفسير الجدول:

من خلال الجدول رقم (15) نجد أن البرنامج اعتمد على العديد من المصادر للحصول على المعلومات المقدمة، حيث احتلت وسائل الإعلام المرتبة الأولى بنسبة 39.44% المصادر المجهولة بمرتبة ثانية بنسبة 23.47%، تليها الصحف والجرائد بنسبة 15.02% وفي المرتبة الرابعة كل من مواقع التواصل الاجتماعي وتصريحات المسؤولين والوزراء بنسبة 9.86% في حين أقل مرتبة كانت للخبراء والمختصين ب 2.35%.

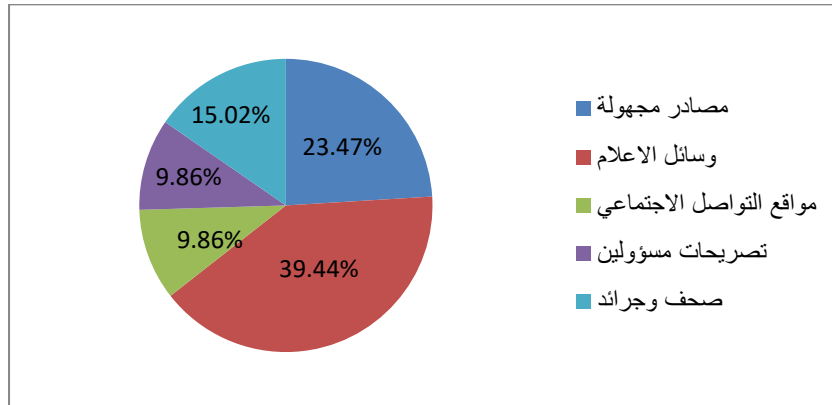
وهذه النسب تؤكد أن معظم معلومات البرنامج كانت من وسائل الإعلام الجزائرية وبالدرجة الأولى القنوات الجزائرية الخاصة (كالجزائرية وان، دزاير tv، البلاد، الشروق، وغيرها بنسبة 88.10% ويمكن إرجاع ذلك إلى الحرية التي تتمتع بها القنوات الخاصة في طرح المواضيع والقضايا التي يعيشها المجتمع الجزائري مقارنة بالقنوات العمومية، هذه الأخيرة (أي القنوات التلفزيونية العمومية اعتمد عليها البرنامج بنسبة 11.90% كمصدر للمعلومات خاصة فيما يتعلق بالقرارات السياسية أو الوزارية، باعتبار أن التلفزيون العمومي ناطق باسم الحكومة الجزائرية والنظام السياسي في البلاد.

في حين المصادر المجهولة جاءت بنسبة 23.47% بحيث تعتبر مجهولة لدى المشاهد والمتلقي ومعلومة لدى القائم بالبرنامج، كما اعتمد على الصحف والجرائد الوطنية بمختلف أنواعها من أجل إبراز مدى أهمية تلك القضايا والمواضيع التي يطرحها ومدى اهتمام الإعلام بها.

أما مواقع التواصل الاجتماعي وبالخصوص الفيسبوك وتصريحات المسؤولين فكانتا بنفس النسبة في الاعتماد عليها كمصدر للمعلومات باعتبار الفيسبوك احد الوسائل التي توفر كل المعلومات حول مواضيع شتى، إذ أصبح بمثابة مرجع المعلومات. وأقل نسبة كانت للمختصين والخبراء بنسبة لم تتجاوز 2.5%، ويمكن إرجاع ذلك إلى عدم منحهم السلطة لإعطاء معلومات حول المواضيع وعدم منحهم حرية لازمة ليكونوا مصدرا للمعلومات.

نجد أن الدراسة التي قامت بها الباحثة "قواسمي سهام" - والتي تم التطرق إليها سابقا- توصلت إلى أن مصادر المعلومات التي يعتمد عليها برنامج الجزائرية weekend هي القنوات التلفزيونية بنسبة 63.63% بحيث استخدمها كمصدر أساسي وتدعيمي لبعض القضايا وذلك من خلال عرضها لتصريحات بعض الشخصيات السامية في البلاد<sup>1</sup>.

ولتوضيح هذه النسب اعتمدنا على الشكل الآتي:



الشكل رقم (15) يوضح مصادر المعلومات المعتمدة في برنامج "عمّر راسك"

<sup>1</sup> قواسمي سهام، تناول الإعلام التلفزيوني الساخر لقضايا المجتمع الجزائري، دراسة وصفية تحليلية لبرنامج الجزائرية WEEKEND على قناة الجزائرية وان، مرجع سابق.

13- فئة الجمهور المستهدف

الجدول رقم (16) يمثل الجمهور المستهدف من برنامج "عمّر راسك"

الجمهور	التكرار	% النسبة
حكومي	52	32.91%
النخبة	06	3.80%
قطاع متخصص	12	7.59%
كل الفئات (عام)	88	55.70%
المجموع	158	100%

\*الجدول من إعداد الطالبتين

تحليل وتفسير الجدول:

من خلال معطيات الجدول رقم (16) والمتعلق بفئة الجمهور المستهدف فإن برنامج "عمّر راسك" يتوجه بالدرجة الأولى إلى كل فئات المجتمع أي جمهور عام بنسبة 55.70% وبالدرجة الثانية إلى جمهور حكومي بنسبة 32.91% أما القطاع المتخصص فكان بمرتبة ثالثة بنسبة 7.59% والمرتبة الأخيرة للنخبة بنسبة 3.80%.

إن بعض البرامج التلفزيونية تأتي أن تحدد جمهورها، وذلك من أجل الوصول إلى أكبر عدد ممكن من الجماهير وبذلك تحقق هدفها، وهذا ما لاحظناه من خلال هذا البرنامج، بحيث توجه إلى كل فئات المجتمع الجزائري (شباب، نساء، رجال، أطفال، كهول...) وذلك بنسبة تجاوزت 50% لإطلاعهم على ما يحدث في الجزائر وبطريقة ساخرة ومضحكة تجعل المتلقي يقبل عليه ويشاهده دون الشعور بالملل، وبدا ذلك واضحا من خلال قول مقدم البرنامج في بداية كل عدد "هذا البرنامج موجه لمشاهدنا الكرام في كوكب المريخ...". وهذا ما لاحظناه في الدراسة السابقة السالفة الذكر "العبد الرؤوف رجوب"، أن الجمهور المستهدف من خلال دراسته هو الجمهور العام بنسبة 65%.

كما تشير النتائج إلى أن البرنامج موجه بدرجة ثانية إلى الحكوميين. بحيث يوجه رسالة إلى المسؤولين وأصحاب المناصب العليا بالبلاد إلى ضرورة التحلي بالمسؤولية وخدمة الشعب وتحقيق آماله



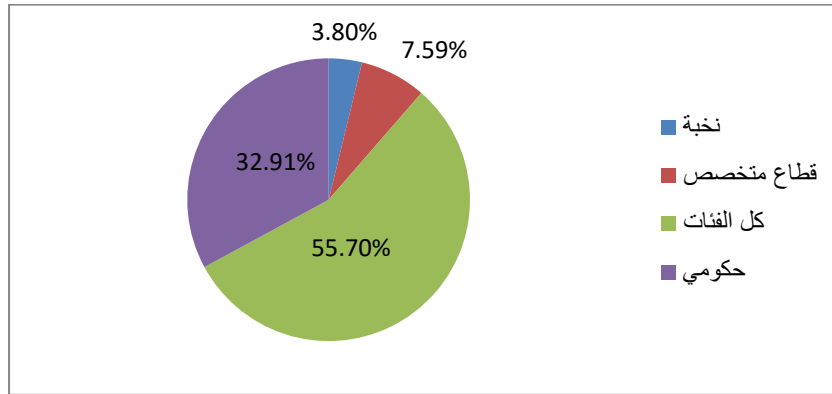
وطموحاته بعيدا عن المصالح الشخصية والعمل على تحسين الأوضاع لا تأزمها. وهذا ما لاحظناه من خلال قول مقدم البرنامج " حين يقايز الوطن بقارب الموت... نقول لكم... قد فشلتم... تحشموا على رواحكم... ولا استثني فيكم ومنكم أحدا... " وقوله أيضا "هل تعلمون ماذا يعني أن تسعة جثث لفظها البحر؟؟؟!!!" و"لو تجيبوا يدكم خضرا من الجنة... ما تزيدو نهار هنا".

في حين القطاع المتخصص توجه إليه بنسبة 7.59% بتوجيه رسائل صريحة لهم بضرورة الإشراف على قطاعاتهم وتحسين خدماتها (كقطاع التربية، قطاع الصحة،...)

أما جمهور النخبة فتوجه إليه في مطارح معينة بقوله " كل هذا يحدث في غياب النخبة" في إشارة إلى ضرورة وجود النخبة لمعالجة بعض المواضيع التي تستدعي وجودهم.

وفي الأخير نستنتج أن البرنامج توجه إلى جميع أطراف المجتمع دون أن يستثني أحدا.

والشكل الآتي يوضح النسب المئوية أكثر:



الشكل رقم (16) يوضح الجمهور المستهدف من قبل برنامج "عمّر راسك"

14- فئة القيم الموجودة في برنامج "عمّر راسك":  
الجدول رقم (17) يمثل القيم الموجودة في البرنامج

النسبة %	التكرار	القيم
42.28%	41	احترام الآخرين
28.35%	36	احترام حقوق الإنسان
05.51%	07	احترام القانون
20.47%	26	العدالة
13.39%	17	المساواة
100%	127	المجموع

\*الجدول من إعداد الطالبتين

تحليل وتفسير الجدول:

من خلال الجدول رقم (17) نلاحظ أن البرنامج يسعى إلى تحقيق مجموعة من القيم منها قيمة احترام الآخرين بنسبة 42.28%، واحترام حقوق الإنسان بنسبة 28.35%، بعدها العدالة بنسبة 20.47% تليها المساواة بنسبة 13.91% وفي الأخير احترام القانون ب 5.51%.

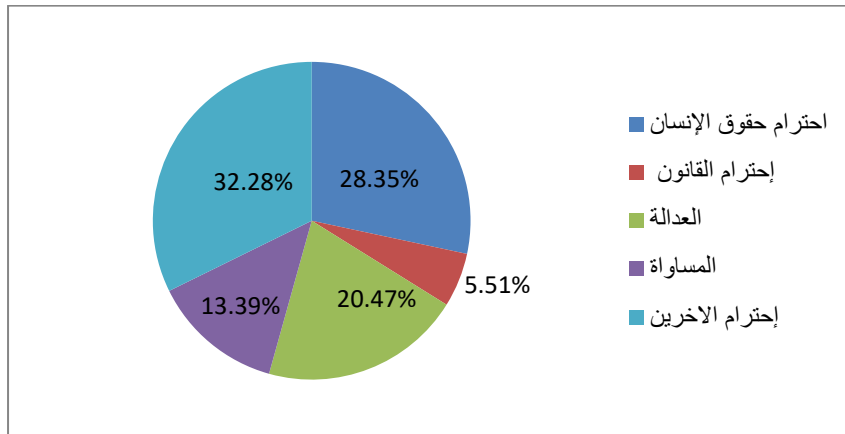
فالإعلام التلفزيوني لا بد عليه أن يعزز بعض القيم من خلال البرامج التي يقدمها، ويعمل على تنميتها وسط أفراد المجتمع، وهذا ما التمسناه من خلال هذا البرنامج الساخر، حيث دعا إلى ضرورة احترام الآخرين وحقوقهم سواء كان ذلك في علاقة الحاكم بالمحكوم أو في علاقة الأفراد فيما بينهم وهذا ما وجدناه في قول مقدم البرنامج حول قضية أجور الأئمة: "على محمد عيسى - وزير الشؤون الدينية والأوقاف - وقبل أن يمدد قدميه على الإسلام المحفوظ من سبع سماوات أن يصلح ذات بينه مع أئمة".

كما حث البرنامج على ضرورة احترام حقوق الإنسان كحق العيش بكرامه، توفير العمل، السكن الصحة، التعليم، وغيرها من الحقوق المكفولة شرعا وقانونا، حيث قام بعقد مقارنة بين الحياة التي تعيشها طفلة صغيرة بالجزائر وقطة، فالأولى تعيش حياة بائسة ومزربة مع والدها المريض، عكس القطة كالينا التي تعيش حياة الرفاهية مع مربيتها: "أولا أهني القطة كالينا على حملها... وأقول عذرا

للطفلة آية ولمرض والدها جلول... فإنهما في بلاد القطط أوطاني ..... الصورة واضحة والشرح لا يحتاج للكثير من التعليق والشرح."

كما يدعو البرنامج إلى ضرورة تطبيق العدالة وعدم إهدار حق المواطنين و جعلها حبر على ورق كقصة الفتى الذي تعرض لحادث مرور من قبل سيارة تابعة للتلفزيون العمومي أثناء تدشين مؤسسة ولم يتم التكفل به ومعاقبة المسؤول عن ذلك، (العدد "3" ليوم 11-03-2019)، وضرورة وجود مساواة بين أفراد المجتمع الجزائري وعدم التمييز بينهم في الحقوق والواجبات أو التفريق بين منطقة أو ولاية وأخرى، وقول مقدم البرنامج "بعيدا عن أي تأثير عاطفي وإنساني لمشهد شيخ ووالد كريم اغتصبتم دموعه في أرذل العمر... فصرخ فيكم زمنا... وبعيدا عن صرخة شاب منهك يتكلم بلسان جيل منتهك من طرف عصبتكم.." في دعوة منه لضرورة وجود مساواة بين الأفراد. (العدد 8 ليوم 26-03-2019).

وكآخر قيمة نجد احترام القانون وان لا شيء يعلو فوقه وضرورة احترامه وعدم تجاوزه وضرب المقدم مثال على ذلك بقول الرئيس الأمريكي السابق باراك أوباما بما معناه: "حتى لو كنت رئيسا فالقانون هو القانون ولا يمكن تجاوزه ..."، وهذا يعقد مقارنه بين القانون في الجزائر والدول الأخرى فاعتبر الدستور في الجزائر "كراس محاولة".



الشكل رقم (17) يمثل القيم الموجودة في برنامج "عمّر راسك"

3-6- نتائج الدراسة التحليلية

✓ نتائج عامة

بعد ما قمنا بعرض دراستنا في إطارها المنهجي و النظري و التطبيقي، سنقوم بعرض أهم النتائج التي توصلنا إليها و المبنية على حقائق علمية موضوعية انطلاقاً من تحليلنا لعينة من أعداد برنامج "عمّر راسك".

من أهم ما توصلت إليه دراستنا حول التناول الإعلامي التلفزيوني الساخر لقضايا المجتمع الجزائري من خلال البرنامج ما يلي:

1. بينت الدراسة التحليلية أن البرنامج اعتمد على اللغة العربية الفصحى والمختلطة (مزيج بين الفصحى والعامية) بنسبة 46.34%، واللغة العامية بنسبة 7.32%، أما الأجنبية فكانت منعدمة.

2. اعتمد البرنامج على المقال كنوع صحفي بنسبة 35.96%، والتعليق بنسبة 32.58%، أما التقرير فكان بنسبة 19.10% والحديث قدر بنسبة 7.87%، في حين الخبر جاء بنسبة 4.49%.

3. أكدت نتائج الدراسة أن عرض المادة الإعلامية في برنامج عمّر راسك كانت في شكل كلام وصور بنسبة كبيرة قدرت ب 94.73%، وبنسب متتالية كل من الأغاني ب 2.17% وأصوات مختلطة بنسبة 1.55% والموسيقى وكلام بنسبة 1.44%.

4. استخدم البرنامج المسلسل التلفزيوني الساخر كنوع إعلامي مصاحب للمادة المعروضة بنسبة 32%، في حين كانت نسبة الرسوم المتحركة الساخرة بنسبة قدرت ب 24%، والتمثيلات القصيرة (سكاتش) بنسبة 20%، أما التصوير الكاريكاتوري التلفزيوني كان بنسبة 16% والكوميديا القصيرة ب 8%.

5. برنامج "عمّر راسك" كان مسجل بنسبة 100% في كل الأعداد التي تم تحليلها.

6. جاءت المدة الزمنية للمواضيع السياسية ب 233 دقيقة و 10 ثوان، أي بنسبة 71% والمواضيع الاجتماعية بمدة زمنية قدرها 521 دقيقة و 4 ثوان، والثقافية ب 25 دقيقة و ثانيتين بنسبة

- 7.62%، في حين كانت المدة الزمنية للمواضيع الدينية ب11 دقيقة أي بنسبة 3.35%، أما المواضيع الاقتصادية بلغت مدتها الزمنية 7 دقائق وثانيتين أي ما يعادل 2.14 % وبأقل مدة زمنية تأتي المواضيع الرياضية ب0.13 ثانية بنسبة 0.54% .
7. جاء تناول المواضيع السياسية بأعلى نسبة قدرت ب48.15%، والاجتماعية ب27.51% والثقافية ب11.11%، والدينية بنسبة 6.88%، أما المواضيع الاقتصادية فكانت نسبتها 5.82% وفي آخر نسبة المواضيع الرياضية بنسبة 0.53%.
8. يهدف البرنامج إلى الإعلام والإخبار بدرجة أولى بنسبة 36.06%، والتوعية والتثقيف بنسبة 19.23%، والتحذير بنسبة بلغت 18.27%، أما الحد من المشاكل والظواهر السلبية فكان بنسبة 15.87%، ونشر القيم الحسنة بنسبة 6.25%.
9. كان البرنامج صريحا ومباشرا في نقده لمختلف المواضيع المطروحة بنسبة 78.72%، وضمني أي بطريقة غير مباشرة بنسبة 21.28%.
10. استخدم البرنامج الأساليب الإقناعية العاطفية بنسبة 88.10%، والعقلية ب8.57%، أما التخويفية فكانت بنسبة 3.33%.
11. كان اتجاه البرنامج معارضا بنسبة 50.93%، ومحايدا بنسبة 10.18%، ومؤيدا بنسبة 38.89%.
12. استقى البرنامج معلوماته من وسائل الإعلام بنسبة 39.44%، ومن المصادر المجهولة بنسبة 23.47%، أما الصحف والجرائد فكانت نسبتها 15.02%، و مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 9.86%، في حين كانت نسبة الخبراء والمختصين 2.32%.
13. استهدف البرنامج الجمهور العام بنسبة 55.70%، والجمهور الحكومي بنسبة 32.91%، أما القطاع المتخصص فكان بنسبة 7.59%، والنخبة ب3.80%.

14. حث البرنامج على مجموعة من القيم منها احترام الآخرين بنسبة 42.28%، واحترام حقوق الإنسان بنسبة 28.35%، والعدالة بنسبة قدرت ب 20.47%، والمساواة بنسبة، 13.39%، أما احترام القوانين بلغت نسبته 5.51%.

### مناقشة النتائج:

#### 3-6-1- في ظل تساؤلات الدراسة:

#### ✓ فئات الشكل:

##### 1- فئة اللغة المستخدمة

أظهرت الدراسة تباينا في مستويات اللغة المستخدمة في برنامج عمر راسك، حيث تراوحت بين الفصحى والمختلطة والعامية، لكن اللغة العربية والمختلطة كانت بارزة في كل أعداد العينة المدروسة، حيث قدرت ب 46.34%، ويترجم هذه النسبة حرص القائم بالاتصال في هذا البرنامج على تعميم استعمال اللغة الأم، وضمان الوصول إلى أعلى نسبة مشاهدة وبالتالي زيادة في مدى البرنامج وحصوله على مصداقية أكبر لأن اللغة العربية والمختلطة هي لغة أغلب الجزائريين.

##### 2- فئة وسائل إبراز المادة (الخلفيات والمؤثرات الصوتية):

اعتنى برنامج "عمّر راسك" باستخدام المؤثرات والخلفيات الصوتية، وقد تنوعت بين كلام وصور، موسيقى وكلام، أغاني، أصوات مختلطة (تصفيق-ضحك-أنين...)، كانت فئة كلام وصور بأعلى نسبة قدرت ب 94.73%، مما يعكس مدى التزام مقدم البرنامج بعرض المعلومات بحقائق كاملة بكل موضوعية.

##### 3- فئة الأنواع الساخرة المصاحبة للمادة الإعلامية

يعتمد البرنامج كثيرا على مقاطع من المسلسل الساخر بنسبة 32%، ذلك من أجل ترسيخ المعلومات والتعبير عن القضية المراد تناولها ومعالجتها بطريقة مضحكة وكوميدية ساخرة، لتقريب الواقع من المشاهد وجعله يتابعها دون الشعور بالملل.

4- فئة القوالب الصحفية المعتمدة في برنامج عمّر راسك:

اعتمد برنامج "عمّر راسك" على الأنواع الصحفية المعروفة التي تقدم بها البرامج التلفزيونية، فقد تنوعت قوالب تقديم المادة بين حوار وحديث و مقال و تقرير وخبر، وقد اعتمد البرنامج على هذه القوالب. أما بخصوص أكثر هذه القوالب استخداما من قبل برنامج "عمّر راسك" فقد كان المقال بنسبة %35.96، والتعليق بنسبة %32.58، والتقرير بنسبة %19.10.

5- الأساليب الإقناعية:

ركز البرنامج على استخدام الأساليب العاطفية ( %88.10) لإقناع المشاهد وجذبه، وفي نفس الوقت التأثير فيه باعتبار أن الأساليب العاطفية تلامس وجدان المشاهد.

✓ فئات المضمون:

6- فئة الموضوع:

توصلت دراستنا إلى أن المواضيع و القضايا التي تناولها برنامج "عمّر راسك" هي المواضيع السياسية بالدرجة الأولى (%48.15)، مع وجود تباين في نقد السياسة الجزائرية، حيث أن البرنامج لم يركز على نقد جانب معين وإنما تطرق لمختلف الجوانب والموضوعات السياسية (نقد للقرارات السياسية، تصريحات الوزراء، انتقاد لرؤساء الأحزاب السياسية)، نتيجة لما عاشه المجتمع الجزائري هذا العام من مشاكل سياسية دفعت مقدم البرنامج إلى طرحها وتسليط الضوء عليها لإطلاع المجتمع عليها. في حين المواضيع الاجتماعية كانت في المرتبة الثانية بنسبة %27.51.

7- فئة الأهداف:

تعددت أهداف البرنامج وتنوعت، إلا أنه أكد وركز في أغلب الأعداد المدروسة على هدف الإعلام والإخبار بنسبة بلغت %36.06، أما في بعض الأعداد فقد ركز على هدف التوعية و نقد الظواهر السلبية الموجودة في المجتمع الجزائري ذلك تجلّى من خلال نسبته التي بلغت %15.87.

8- فئة النقد:

أوضحت دراستنا أن التناول الإعلامي الساخر في البرنامج برز بشكل صريح في جل أعداد العينة المدروسة (78.72%)، بينما ظهر الإيحاء من خلال استخدام الرموز و الألفاظ الدالة على المعنى بطريقة ضمنية، تجعل المشاهد يدرك ما يحاول البرنامج توصيله

9- فئة المصادر:

تنوعت مصادر الحصول على المعلومات في برنامج عمر راسك، بحيث كانت وسائل الإعلام الجزائرية أكثر المصادر اعتمادا بنسبة (39.44%) ومن خلال قنواته الخاصة بنسبة (88.10%) والتلفزيون العمومي (11.90%).

10- فئة الاتجاه:

استحوذ الاتجاه المعارض على البرنامج بنسبة (50.93%)، مما يدل على أن البرنامج ركز في تحليله على سلبات القضية، وهذا لا ينفي أنه كان يؤيد بعض المواضيع المطروحة (38.89%).

11- فئة الجمهور المستهدف:

توجه البرنامج من خلال مضمونه إلى جمهور عام ومتنوع نساء رجال أطفال شباب.. بنسبة كبيرة (50.70%) وهذا كون البرنامج ذو طابع ساخر ويجذب اهتمام الجماهير، كما توجه بدرجة ثانية إلى الجمهور الحكومي بنسبة (32.91%) من أجل إيصال رسالة للمسؤولين الحكوميين.

3-6-2- نتائج الدراسة في ظل الدراسات السابقة:

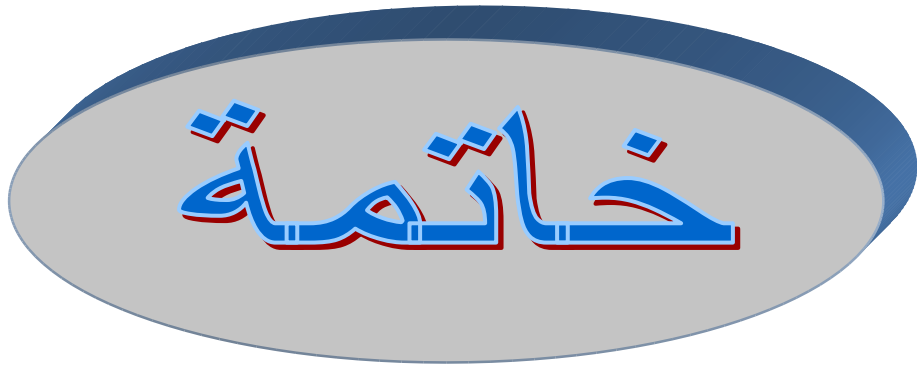
جاءت نتائج دراستنا مشابهة مع أغلب الدراسات السابقة وخاصة منها التحليلية والتي تم التطرق إليها، من بينها دراسة "رامي علي عبد الرؤوف رجوب"، "إسماعيل محمود حسن" "قواسمي سهام" ودراسة "هنيدة احمد أبو خليل"، بحيث أجمعت جل هذه الدراسات على أن الإعلام الساخر متمثلا في برامجها الساخرة يهتم بطرح المواضيع السياسية أكثر من غيرها متخذة مواقف معارضة منها، ومستخدمة الأساليب الإقناعية العاطفية بما يثير عاطفة المتلقي .



وتتناول القضايا والمشاكل الخاصة بكل مجتمع بطريقة ساخرة منتقدة الأوضاع السائدة التي يعيشها الأفراد. باعتبار الإعلام الساخر يهتم بنقد الأوضاع ( السياسية، الاجتماعية، الاقتصادية الثقافية... ) غير السوية في المجتمعات محاولا لفت الانتباه إليها وإعلام وتوعية الأفراد بمدى خطورة بعضها، كل هذا بأسلوب هزلي لا يمله المشاهد

### خلاصة الفصل

تناولنا في هذا الفصل الدراسة التحليلية لبرنامج "عمّر راسك" وفي البداية قمنا بتعريف القناة التي تبثه (بور تيفي) ثم تعريف بمقدم البرنامج "أسامة وحيد"، بعدها عرفنا البرنامج وانتقلنا إلى نتائج الدراسة ومناقشتها في ظل تساؤلات الدراسة والدراسات السابقة.



## خاتمة:

إن الانتشار الذي عرفته البرامج الساخرة في الآونة الأخيرة، جعلتها تحظى بالاهتمام من الجميع سواء من قبل الجماهير أو المختصين في المجال الإعلامي، وذلك في ظل الارتفاع النسبي لسقف الحرية خاصة بالدول الديموقراطية التي أعطت أهمية للإعلام، واعتبرت مثل هذه البرامج متنفس للمواطن.

قد لاحظنا في الآونة الأخيرة وجود العديد من البرامج الساخرة في الجزائر مع ظهور وسائل إعلامية مستقلة، بحيث تفننت في عرض هذه المواد، الأمر الذي جعلنا نهتم بهذا النوع من البرامج الإعلامية، ومن خلال دراستنا للبرنامج الساخر "عمر راسك" أكدت لنا نتائج الدراسة أن البرنامج اهتم بطرح القضايا التي تخص المجتمع الجزائري، خاصة السياسية منها، بأسلوب لا يخلو من السخرية والنقد، وحملت العديد من المعاني والقيم والرسائل.

ويبقى موضوع الإعلام الساخر في الجزائر بحاجة إلى الكثير من البحث والدراسة وذلك نظرا لما له من أهمية تستدعي إعطائه الأولوية في الدراسة، خاصة لما لها من تأثير على الجماهير، وتدهور للعلاقة بين المواطن والسلطة في الجزائر.

# ملخص الدراسة

الملحق رقم (1): استمارة التحليل.

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة تحليل المحتوى بعنوان:

# التناول الإعلامي التلفزيوني الساخر لقضايا المجتمع الجزائري

دراسة تحليلية لعينة من برنامج عمّر راسك على قناة beur TV

إشراف الاستاذة

حورية بولعويدات

إعداد الطالبتين.

- شفاء بومحروق.

- ابتسام حمدان

السنة الجامعية 2018 - 2019

## استمارة تحليل المحتوى

تم تصميم استمارة التحليل على ضوء إشكالية الدراسة وتساؤلاتها وأهدافها.

### المحور الأول: البيانات الخاصة بالبرنامج

- 1- اسم القناة
- 2 - اسم البرنامج.
- 3 - يوم البث.
- 4- توقيت البث
- 5 - المدة الزمنية للبرنامج

### المحور الثاني: فئات الشكل (كيف قيل؟)

- 6- طبيعة اللغة المستخدمة
- 7- الأنواع الصحفية المستخدمة في البرنامج
- 8- فئة المؤثرات والخلفيات الصوتية
- 9- الأنواع الساخرة المصاحبة للمادة الإعلامية
- 10- فئة طبيعة البرنامج

11- فئة الزمن  
32

12- فئة الأساليب الإقناعية

1-12 الأساليب العقلية  
35  34  33   
39  38  37  36

2-12 الأساليب العاطفية

المحور الثالث: فئات المضمون ( ماذا قيل؟ )

13- فئة الموضوعات  
45  44  43  42  41  40

14- فئة الأهداف  
52  51  50  49  48  47  46

15- فئة النقد  
54  53

16- فئة الاتجاه  
57  56  55

17- فئة مصادر المعلومات  
62  61  60  59  58  58

18- فئة الجمهور المستهدف  
66  65  64  63

19- فئة القيم  
72  71  70  69  68  67



## دليل الاستمارة

### المحور الأول: البيانات الخاصة بالمادة

- 1- المربع رقم (1) يشير على اسم القناة :1- بور تيفي.
- 2- المربع رقم (2) يشير إلى اسم البرنامج: 2- عمّر راسك.
- 3- المربع رقم (3) يشير إلى يوم بث البرنامج: 3- الجمعة.
- 4- المربعات من (4) إلى (6) تشير إلى توقيت بث البرنامج:4- اليوم 5- الشهر 6- السنة.
- 5- المربعات من (7) إلى (9) تشير إلى المدة الزمنية للبرنامج: 7- الثانية 8- الدقيقة 9- الساعة.

### المحور الثاني: فئات الشكل (كيف قيل؟)

- 6- المربعات من (10) إلى (13) تشير إلى اللغة المستخدمة في البرنامج:10- عربية فصحي
- 11- عامية(دارجة) 12- أجنبية 13- مختلطة.
- 7- المربعات من (14) إلى (19) تشير إلى الأنواع الصحفية المعتمدة في البرنامج: 14- تقرير
- 15- خبر 16- مقال 17- حديث 18- ريبورتاج 19- أخرى.
- 8- المربعات من (20) إلى (23) تشير إلى وسائل إبراز المادة الإعلامية ( المؤثرات والخلفيات الصوتية):20- موسيقى وكلام 21- كلام وصور 22- مؤثرات صوتية أخرى 23- أغاني.
- 9- المربعات من (24) إلى (28) تشير إلى الأنواع الإعلامية الساخرة المصاحبة للمادة المعروضة: 24- التصوير الكاريكاتوري التلفزيوني 25- المسلسل التلفزيوني الساخر
- 26- التمثيليات ( سكاتش) 27- الرسوم المتحركة الساخرة 28- الكوميديا القصيرة الساخرة ( ست كوم).

10- المربعات من (29) إلى (31) تشير إلى طبيعة البرنامج: 29- مسجل 30- مباشر 31- مسجل ومباشر.

11- المربع رقم (32) يشير إلى الزمن.

12- المربع من (33) إلى (39) تشير إلى الأساليب الإقناعية المعتمدة في البرنامج:

1-12 العقلية: 33- الإحصائيات والأرقام والنسب 34- الاستدلال بالقرآن والسنة 35- التشريعات والقوانين. 36- الأساليب التخويفية.

2-12 العاطفية: 37- ابتسامة وضحك (استهزاء) 38- غضب واستنكار 39- حزن.

### المحور الثاني: فئات المضمون (ماذا قيل؟)

13- المربعات من (40) إلى (45) تشير إلى المواضيع والقضايا المطروحة في البرنامج: 40-

سياسية 41- اجتماعية 42- دينية 43- اقتصادية 44- ثقافية 45- رياضية

14- المربعات من (46) إلى (52) تشير إلى الأهداف المرجوة من البرنامج: 46- الإعلام

والإخبار 47- التوعية 48- الإرشاد 49- التوجيه 50- التحذير 51- نشر القيم

الحسنة 52- الحد من المظاهر السلبية المشاكل (النقد).

15- المربعات من (53) إلى (54) تشير إلى طريقة النقد في البرنامج: 53- صريح 54- ضمني.

16- المربعات من (55) إلى (57) تشير إلى اتجاه البرنامج نحو القضايا التي يعرضها: 55-

مؤيد 56- محايد 57- معارض.

17- المربعات من (58) إلى (63) تشير إلى مصادر معلومات البرنامج: 58- خبراء

ومختصين 59- مصادر مجهولة 60- وسائل الإعلام 61- مواقع التواصل الاجتماعي

62- صحف وجرائد 63- تصريحات مسؤولين.

18- المربعات من (64) إلى (67) تشير إلى الجمهور المستهدف من البرنامج: 64-

حكومي 65- نخبة 66- قطاع متخصص 67- كل الفئات (جمهور عام).

19- المربعات من (68) إلى (72) تشير إلى القيم الموجودة في البرنامج: 68- احترام الآخرين 69- احترام حقوق الإنسان 70- احترام القانون 71- العدالة 72- المساواة.

# قائمة المصادر والمراجع

## قائمة المصادر والمراجع

### 1/ باللغة العربية

#### المصادر

1. القرآن الكريم.
2. قانون الإعلام 1990.
3. قانون الإعلام 2012.
4. قانون الإعلام 2014.

#### المراجع

#### القواميس والمعاجم

5. ابن منظور، لسان العرب، مج2، بيروت: دار المصادر للطباعة والنشر، 1995.
6. إيراغن محمود ، قاموس موسوعي للإعلام والاتصال، الجزائر: منشورات المجلس الأعلى للغة العربية، 2001.
7. بدوي أحمد زكي ، معجم المصطلحات العلوم الاجتماعية، ط2، بيروت: مكتبة لبنان، 1990.
8. بدوي أحمد زكي ، معجم مصطلحات الإعلام، القاهرة : دار الكتاب المصري، 1985.
9. حجاب محمد منير ، الموسوعة الإعلامية، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، مج2.
10. الفيروز أبدي، المعجم الوسيط، مجمع اللغة العربية، ط4، القاهرة: مكتبة الشروق الدولية 200.
11. المعجم العربي الأساسي، د.م.ن: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، د.س.ن.

#### الكتب

12. أبو عرقوب إياد عمرو ، الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، عمان: دار الراية، 2012.
13. أبو نضال نزيه، الساخرون، الأردن، دار أزمنة، 2013.
14. إحدادن زهير ، تاريخ الإذاعة والتلفزة: ترجمة محمد قدوش، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1998.

15. إحدادن زهير ، مدخل إلى علوم الإعلام والاتصال، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية 1991.
16. أحمد محمد جاد، الإعلام الفضائي وآثاره التربوية، الإسكندرية: دار العلم والإيمان للنشر والتوزيع، 2008.
17. أحمد مصطفى عمر، البحث العلمي - إجراءاته ومنهجه، القاهرة: مكتبة الفلاح، 2002.
18. أستيتية سمير شريف ، اللسانيات - المجال والوظيفة والمنهج، ط2، عمان: عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع، 2008.
19. استيتية سمير شريف ، اللغة وسيكولوجية الخطاب، عمان: المؤسسة العربية للدراسات والنشر 2002.
20. البطل هاني إبراهيم ، الإنتاج الإذاعي والتلفزيوني، القاهرة: عالم الكتب، 2011.
21. بركات عبد العزيز، اتجاهات حديثة في إنتاج البرامج الإذاعية والتلفزيونية، القاهرة: دار الكتاب الحديث، 2000.
22. بوعلي نصير ، التلفزيون الفضائي وأثره على الشباب في الجزائر، الجزائر: دار الهدى للنشر والتوزيع، د.س.ن.
23. تمار يوسف ، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، الجزائر، طاكسيج كوم للدراسات والنشر والتوزيع، 2007.
24. جابر هشام ، النكتة السياسية عند العرب، بين السخرية البريئة والحرب النفسية، بيروت: الشركة العالمية للكتاب، 2009.
25. جاد سمير ، الإعلام الثقافي والبرامج التلفزيونية، ط3، القاهرة: هيئة الكتاب، 1999.
26. جاد سمير، البرامج الثقافية في الراديو والتلفزيون، القاهرة: دار الفكر العربي، 1993.
27. الجبور سناء ، الإعلام الاجتماعي، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010.
28. الجفيري محمد ، إعداد وتقديم البرامج الإذاعية والتلفزيونية، القاهرة : دار صناع للإبداع والإنتاج والتوزيع، 2010.
29. حفيري عبد الحميد ، التلفزيون الجزائري واقع وآفاق، الجزائر: المؤسسة الوطنية للكتاب 1985.

30. حمدان خضر السالم، صحافة السخرية والفكاهة في العراق، ط2، بغداد: دار الجواهري للنشر  
2014.
31. حمدي محمد الفاتح ، منهجية البحث في علوم الإعلام و الاتصال، عمان: دار أسامة للنشر  
و التوزيع، 2017.
32. الحوات علي ، النظرية الاجتماعية، اتجاهات أساسية، مالطة، منشورات ألفا، 1998.
33. الحوفي، أحمد محمد، الفكاهة في الأدب أصولها وأنواعها، ط2، القاهرة: نخضة مصر 2005.
34. خضور أديب ، الحديث التلفزيوني، دمشق: المكتبة الإعلامية، 2002.
35. الخوالدة جلال ، المذيع التلفزيوني، عمان: دار زهران للنشر والتوزيع.
36. الدليمي عبد الرزاق محمد ، المدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال، عمان: دار الثقافة والنشر  
والتوزيع، 2011.
37. دليو فضيل ، الاتصال - مفاهيمه - نظرياته ووسائله، القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع 2003.
38. رشتي جيهان محمد ، الأسس العلمية لنظريات الإعلان، القاهرة: دار الفكر الغربي، د.س.ن.
39. زرواتي رشيد ، تدريبات على المنهجية والبحث العلمي في العلوم الاجتماعية، الجزائر: دار  
هومة للنشر والتوزيع، 2003.
40. زيتون كمال عبد الحميد ، تصميم البحوث الكيفية ومعالجة بياناتها الكترونياً، القاهرة: عالم  
الكتب للنشر والتوزيع، 2006.
41. الساري فؤاد أحمد ، وسائل الإعلام - النشأة والتطور، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع  
2011.
42. السّطومي سها، السخرية في الأدب الغربي الحديث، القاهرة: الهيئة المصرية العامة للكتاب  
2007.
43. سعد سلمان عبد الله، الصحافة المتخصصة في العراق - الصحافة الساخرة، عمان: دار أسامة  
للنشر والتوزيع، د.س.ن.
44. شاكر عبد الحميد، الفكاهة والضحك رؤية جديدة، الكويت: المجلس الوطني للثقافة والفنون  
والأدب، 2013.

45. شايوي برهان ، مدخل إلى الاتصال الجماهيري ونظرياته، عمان: دار الكندي، 2003.
46. شطّاح محمد ، الإعلام التلفزيوني- نشرات الأخبار المحتوى والجمهور، عمان: دار الكتاب الحديث 2006.
47. صبّطي فؤاد شعبان، عبّيدة ، تاريخ وسائل الاتصال وتكنولوجياه الحديثة، الجزائر: دار الخلدونية للنشر والتوزيع، 2012.
48. ضياء مصطفى، السخرية في البرامج التلفزيونية، بغداد: دار ميزوبوتاميا، 2014.
49. الطائي مصطفى حميد كاظم، الفنون الإذاعية والتلفزيونية وفلسفة الإقناع، الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2007.
50. الطرايشي صرفت ، عبد العزيز السيد، نظريات الاتصال، القاهرة: دار النهضة العربية 2006.
51. عبد الدائم عمر حسن، إنتاج البرامج التلفزيونية، القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية، 1997.
52. عبد الله محمد عبد الرحمن سوسيولوجيا الاتصال والإعلام، الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية 2006.
53. عبد النبي سليم، الإعلام التلفزيوني، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010.
54. عبّيدات دوقان وآخرون، البحث العلمي مفهومه وأدواته وأساليبه، عمان: دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، 1990.
55. عدلي العبد عاطف ، نهي عاطف العبد، نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، د.م.ن: دار الفكر العربي، 2008.
56. عدلي رضا، إدارة المؤسسات الإعلامية، الأسس النظرية والنماذج، القاهرة: دار الفكر العربي، 2002.
57. عزام أبو حمّام، الإعلام الثقافي-جدليات وتحديات، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع 2010.
58. عزام أبو حمّام، الإعلام والمجتمع، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011.
59. عزي عبد الرحمن، عالم الاتصال، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1992.
60. علي عبد الرحمن، التلفزيون وبرامج الأطفال، د م ن: دار الشروق للنشر والتوزيع 2008.



61. علي عبد الفتاح، الإعلام والتنشئة الاجتماعية، عمان: دار الأيام للنشر والتوزيع، 2015.
62. علي كنعان، مدخل إلى الصحافة والإعلام، عمان: دار الأيام للنشر والتوزيع، 2015.
63. علي معمر عبد المؤمن، مناهج البحث في العلوم الاجتماعية الأساسيات والتقنيات والأساليب، د.م.ن: منشورات جامعة 7 أكتوبر، 2008.
64. عوض محمد ، المدخل إلى فنون العمل التلفزيوني، القاهرة: دار الفكر العربي، 1986.
65. عويش خير الدين علي ، عطا حسن عبد الرحيم، الإعلام الرياضي، القاهرة: مركز الكتاب للنشر، 1998.
66. العيسوي عبد الفتاح محمد ، عبد الرحمن محمد العيسوي، مناهج البحث العلمي في الفكر الإسلامي والفكر الحديث ، د.م.ن: دار الراتب الجامعية، 1997/1996.
67. الغزوي فهمي سليم ، المدخل إلى علم الاجتماع، عمان: دار الشروق للنشر والتوزيع 2006.
68. غسان عبد الوهاب الحسن، الصحافة التلفزيونية، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع 2013.
69. فاروق ناجي محمود، البرنامج التلفزيوني، كتابة مقومات نجاحه، بغداد: دار الفجر للطباعة والنشر ودار النفائس للنشر والتوزيع، 2007.
70. فهد فوزية ، التلفزيون فن، ط2، القاهرة: دار النهضة العربية، 1987.
71. القاضي أنطوان الناشف، البث الإذاعي والتلفزيوني والبث الفضائي، بيروت: منشورات المجبلي الحقوقية، 2003.
72. قناطر محمد ، إنتاج البرامج العلمية والتكنولوجية في الإذاعات والتلفزيونات العربية تونس: دار اتحاد الإذاعات الدول العربية، 2006.
73. كبراة أسامة ظافر ، برامج التلفزيون والتنشئة التربوية والاجتماعية للأطفال، بيروت: دار النهضة العربية، 2003.
74. كريب أيان، النظرية الاجتماعية من بارسونز إلى هابرماس، ترجمة محمد حسين غلوم، ع 244 الكويت: عالم المعرفة، 1999.
75. لعبيي فيصل ، فن الكاريكاتير وصحافته الساخرة في العراق، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع 2014.

76. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، القاهرة: عالم الكتب، 2004.
77. محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، بيروت: دار مكتبة الهلال للنشر والتوزيع، 2009.
78. المدخلي، محمد بن عمر منهج تحليل المحتوى تطبيقات على مناهج البحث جدة: جامعة الملك عبد العزيز، كلية المعلمين.
79. مزيد محمد أحمد ، التلفزيون والطفل، الجزيرة، الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2008.
80. المشهداني سعد سلمان ، تاريخ وسائل الإعلام في العراق، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، ط2، 2014.
81. مكاوي حسن عماد ، ليلي حسين السيد، الاتصال ونظرياته المعاصرة، القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2003.
82. منصور حسن عبد الرزاق ، بناء الإنسان، ط2، عمان: دار أمواج للنشر والتوزيع.
83. منصور عبد الله خلدون ، الإعلام وعلم النفس، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع 2010.
84. مي العبد الله، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال، بيروت: دار النهضة العربية، 2016.
85. نيكولا تيما شيف، نظرية علم الاجتماع، طبيعتها وتطورها، ترجمة محمود عودة وآخرون الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 1999.
86. ياسين فضل ياسين، الإعلام الرياضي، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2011.
- الرسائل الجامعية:
87. أبو خليل هنيذة أحمد ، درجة توجه المضمون السياسي لبرنامج باسم يوسف الساخر "البرنامج"، رسالة ماجستير: قسم الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان: 2015.
88. إسماعيل محمود حسن، أثر البرامج التلفزيونية الساخرة على الاتجاهات السياسية للشباب الجامعي، أطروحة دكتوراه: قسم الإعلام وثقافة الطفل، جامعة عين الشمس مصر 2017 متوفرة عبر الرابط [Shamaa.org/fall Record P/D](http://Shamaa.org/fall Record P/D).

89. البار الطيب، المعالجة الإعلامية لظاهرة التنصير في الصحافة الجزائرية المكتوبة: مذكرة لنيل شهادة الماجستير: قسم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري، قسنطينة، 2009-2010.
90. بانسي نجا ، المعالجة الإعلامية لقضايا الأسرة في الإذاعة الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة الماستر: قسم الإعلام، جامعة الوادي، 2014-2015.
91. برادشة سعيدة، الاستمالات الإقناعية في الإعلام التلفزيوني، رسالة ماجستير: قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، 2016-2017.
92. بوثلجة نجا ، الكتابة الصحفية الساخرة بجريدة الشروق- دراسة تحليلية لعمود "منمات" للكاتب عمار يزليا نمودجا، أطروحة دكتوراه: قسم الإعلام، جامعة قسنطينة 3 2017.
93. بوظهر حنان ، اتجاهات الخطاب الكاريكاتوري في الصحافة الجزائرية حيال العدوان الصهيوني على غزة، دراسة تحليلية لكاريكاتير "الشروق اليومي" و "الشعب"، رسالة ماجستير: قسم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر3، 2012-2013.
94. تومي فضيلة ، التفاعلية ووسائلها في التلفزيون الجزائري، مذكرة ماجستير: قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2007-2008.
95. حكيمة شايب الدور، صليحة سويس، التمثيلات الثقافية في الدراما الجزائرية، دراسة تحليلية سيمولوجية مذكرة لنيل شهادة الماستر: قسم الإعلام والاتصال، جامعة جيجل 2017-2018.
96. حمادي كنزة ، البرامج الموجهة للمرأة في الفضائيات العربية، مذكرة ماستر : قسم الإعلام والاتصال، جامعة تبسة، 2015-2016.
97. حنون فايزة ، نادية بوشابو، المشهد السياسي في الدراما الجزائرية، مذكرة ماستر: قسم الإعلام والاتصال، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل، 2017-2018.
98. درنون مروة ، النقد السياسي الساخر في سلسلة السلطان عاشور العاشر الفكاهية، مذكرة ماستر: قسم الصحافة، جامعة قسنطينة، 2017/2018.

- 99.رامي علي عبد الرؤوف رجوب، المقال الساخر في الصحافة الالكترونية الأردنية مقالات الكاتب كامل نصيرات أنمودجا، رسالة ماجستير: قسم الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، عمان 2016/ 2017.
100. رزيق سامية، البرامج الاجتماعية في الفضائيات الجزائرية الخاصة، مذكر الماستر: جامعة العربي التبسي تبسة، 2015/2016.
101. زعتر مريم ، الإعلان في التلفزيون الجزائري، تحليل مضمون إعلانات القناة الوطنية رسالة ماجستير: قسم الإعلام والاتصال، جامعة قسنطينة، 2007/2008.
102. سليمان لمياء ، قضايا الرأي العام في البرامج التلفزيونية الحوارية، مذكر ماستر: قسم الإعلام والاتصال، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2014-2015.
103. سمايلية حنان ، البرامج الثقافية في الفضائيات العربية، مذكر الماستر: قسم الإعلام
104. شلغام سحبة وآخرون، البرامج التلفزيونية وتأثيرها على القيم الأخلاقية للمرأة الجزائرية مذكر ماستر، علم اجتماع الاتصال، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل، 2016/ 2017.
105. صفوري أمجد عمر ، مدخل إلى الإذاعة والتلفزيون، عمان: كلية الصحافة والإعلام جامعة الزرقاء.د.س.ن.
106. صوكو مريم وآخرون، أنماط وعادات تلقي البرامج التلفزيونية لدى المرأة الماكثة في البيت، مذكر ماستر: قسم الإعلام والاتصال، جامعة محمد الصديق بن يحي جيجل، 2015-2016.
107. طبشي إيمان ، النزعة الساخرة في قصص السعيد بوطاجين، رسالة ماجستير: أدب جزائري معاصر، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، 2010-2011.
108. عكريش كنزة، تفاعل الجمهور مع البرامج التلفزيونية الساخرة، مذكر ماستر: قسم العلوم الإنسانية، 2017-2018.
109. فلاق أحمد ، تأثير الإعلام التلفزيوني على دوافع المراهقين للممارسة الرياضية، مذكر لنيل شهادة الماجستير: قسم التربية البدنية والرياضية، جامعة الجزائر، 2001.

110. قواسمي سهام، تناول الإعلام التلفزيوني الساخر لقضايا المجتمع الجزائري، دراسة وصفية تحليلية لبرنامج الجزائرية WEEKEND، مذكرة ماستر: قسم الإعلام و الاتصال، جامعة محمد خيضر بسكرة 2015/ 2016.

111. لعرج سمير ، دور التلفزيون في تشكيل القيم الجمالية لدى الشباب الجامعي، أطروحة دكتوراه: قسم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2006/2007.

112. المبرز إبراهيم حمد ، القنوات الفضائية وتأثيرها على منظومة القيم الاجتماعية لدى طلاب الثانوية العام، الرياض: قسم الإعلام، 2011.

113. مشتوب سامية ، السخرية وتحليلاتها الدلالية في القصة الجزائرية المعاصرة، رسالة ماجستير: تخصص آداب، جامعة مولود معمري تيزي وزو، 2011.

114. مناخي بن نايف التجاني، المعالجة الصحفية لجرائم العنف الأسري، رسالة ماجستير: جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، د.س.ن.

115. منذر ريم، فن الكاريكاتير العربي ودوره في الدفاع عن حقوق الإنسان، رسالة ماجستير: جامعة دمشق، سوريا، 2008.

116. الهلبي مسعود، المعالجة الإعلامية للانقلاب العسكري، مذكرة ماستر: تخصص إعلام واتصال، جامعة بسكرة، 2016- 2017.

117. هميسي نور الدين ، أنماط الإعلان في الصحافة الجزائرية المكتوبة، دراسة ماجستير غير منشورة: قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، الجزائر، 2007.

#### المجلات والدوريات:

118. البرامج العربية الساخرة، حرية في تراجع، مجلة الشرق الأدنى، متوفر عبر الرابط

[www.al.masdar.net](http://www.al.masdar.net)

119. أحمد حامد خليل وآخرون، أثر التصوير الرقمي على تطور الرسوم الساخرة، فن

الكاريكاتير، مجلة العمارة والفن، ع12، ج1، د.س. ن.

120. أشهر مقدم برامج ساخرة في لبنان أمام القضاء، جريدة رأي اليوم، بيروت، 25 جانفي 2018، متاح على الرابط [www.Raialyoun.com](http://www.Raialyoun.com).
121. التميمي فاضل، بحث في التجسيد في الدرس البلاغي والنقدي عند العرب، مجلة الفتح ع 29، جامعة ديالي العراق، 2007.
122. جمال محمد عبد الحي، مدخل تاريخي لنشأة وتطور التلفاز، مجلة أماراباك، مج3، ع2
- الإعلام الساخر والصحافة الساخرة، جريدة صوت البلد، متاح على الرابط [www.baladwews.com/https://](http://www.baladwews.com/https://)
123. حمدي عبد المقصود، البرامج التلفزيونية: مفهوم الإعداد بين السائد والمهمش، القاهرة: مجلة مهديات، ع3.
124. راشد عيسى، الصورة الفنية في المقالة الصحفية الساخرة، مجلة جامعة النجاح للأبحاث ع 11، مج 30، عمان، 2016.
125. الشمري ربيع ، الإعلام الساخر، مقال منشور في جريدة الكويتية، نشر يوم 03/10/2017 متاح على الرابط، <https://www.alkuwaityah.com>
126. سامي عبد الحميد، معالجة الدراما في الحبكة الإذاعية، بيروت: مجلة الأكاديمي، ع10.
127. وهيب عدنان سمير ، المعالجة الصحفية الساخرة للفساد - صحيفة المدى أمودجا - مجلة الباحث الإعلامي، ع 38، جامعة المثني، د. س. ن، 1995.
128. واقف زاده شمسي ، الأدب الساخر، أنواعه وتطوره مدى العصور الماضية، فصلية دراسات الأدب المعاصر، السنة الثالثة، ع 12.
129. عامر أمال، يوسفى أعمار ، الخطاب الإعلامي الساخر، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية ع5، جامعة الجزائر 3، قسم الإعلام، 2018.
130. بن ساعد عبد الرحيم ، من افتكاك السيادة إلى امتلاك ناصية التكنولوجيا، مجلة الشاشة الصغيرة، أكتوبر، 2007.

131. بوجلال عبد الله ، إشكالية تحديد مفهوم الوعي الاجتماعي، المجلة الجزائرية للاتصال، ع4  
1990.
132. عدلي عزت ، فن الأدب الساخر، مجلة الجديد، ع122، جامعة الشرق الأوسط، 1999.
133. عماد إيهاب، برامج السخرية الهزلية تجتاح الفضائيات المصرية، جريدة الراي الكويتية متاح  
عبر الرابط، [www.ariamedia.com](http://www.ariamedia.com)
134. الشماس عيسى ، تأثيرات الفضائيات التلفزيونية الأجنبية في الشباب، مجلة جامعة دمشق:  
ع2، 2015.
135. مالك شعباني: دور التلفزيون في التنشئة الاجتماعية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية  
ع7، جانفي، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2012.
136. الصوايفي محمد خلفان ، الإعلام الساخر بين المسؤولية والإساءة، صحيفة الإتحاد، 31  
مايو 2013، متاح على الرابط .[www.alittihad.ae/wejhatarticle](http://www.alittihad.ae/wejhatarticle).
137. معوض إبراهيم محمد ، برامج الحوار في القنوات الفضائية، تونس: مجلة الإذاعات العربية  
ع3، 2002.
138. منال جوهر، البرامج الانتقادية الساخرة في لبنان، منافسة غير شريفة، جريدة الشرق  
الأوسط ع 8340، متوفر على [www.archive.aawsat.com](http://www.archive.aawsat.com)
139. عبادة نور الهدى ، الشريفة طيب ، قانون الإعلام في الجزائر من (1982 إلى 2012) بين  
الثابت والمتغير، مجلة الدراسات الإعلامية، ع5/ نوفمبر 2018.
140. الحلفاوي هالة ، البرامج الساخرة: جدل غير محسوم حول تأثيراتها السياسية، مجلة اتجاهات  
الأحداث، ع2، مايو يونيو 2017.
141. الشيمي هدى ، الإعلام الساخر مطلوب، ولماذا نحاسب باسم يوسف، جريدة المصراوي  
ليوم 23 نوفمبر 2013، متاح على الرابط [www.masrawy.com](http://www.masrawy.com)

142. تمار يوسف ، الإرهاب وإشكالية العمل الإعلامي، مجلة اتحاد الإذاعات العربية، تونس: عدد خاص، 04/03 /2008.

### المواقع الإلكترونية:

143. دولينغ ستيفن ، الإعلام الساخر إلى أين؟، مقال متاح على الرابط: <https://www.alsijel.com>
144. خالد سهي ، كتابات عن الإعلام الساخر، مقال متاح على الرابط: [www.dw.de/](http://www.dw.de/)
145. لهواريشيما، تأثير الإعلام الساخر على شعوب الربيع العربي، المركز الديمقراطي العربي 20 سبتمبر 2016، متاح على الرابط [www.politics.dz.com](http://www.politics.dz.com)
146. وجبة العراقيين الفكاهية، "البشير شو" يتصدر قائمة البرامج الأكثر متابعة"، بغداد: موقع إدم نيوز، متاح على الرابط [www.erev/eveus.com](http://www.erev/eveus.com)
147. ميس الرمضاني، الكوميديا الساخرة في العراق، بين الانتشار والقمع، مقالات نون بوسط، متاح على الرابط [www.erev/eveus.com](http://www.erev/eveus.com)
148. البرامج الساخرة في التلفزيونات اللبنانية " طفرة" محبة "لانتقام" من السياسيين، موقع الرأي متاح على الرابط [www.araimedia.com](http://www.araimedia.com)
149. سليمان جازية ، الفضائيات الخاصة بالجزائر، اعتمادا على الدولة وتقليد للصحافة المكتوبة، موقع العربي الجديد، 29 أبريل 2014.
150. البرامج الساخرة تزعج الحكومة التونسية، موقع الجزيرة نت، متاح على الرابط [www.aljazeera.net](http://www.aljazeera.net)
151. المغاربة يكتفون السخرية من سياستهم في البرنامج التلفزيوني " دمي المغرب العربي" موقع فرانس 24، متاح على الرابط [www.france24.com](http://www.france24.com)
152. السخرية في الإعلام التونسي بين النقد السياسي والأجندات المبطنة، موقع دوتشه فيليه، متاح على الرابط [www.DW.com](http://www.DW.com)
153. قوراية فوزية ، البرامج الساخرة، سلاح الشباب الجزائري لكسر الطابوهات، متاح عبر الرابط [www.dw.com](http://www.dw.com)



154. جامعيون بطالون يصنعون الشهرة في مجال البرامج الساخرة، موقع جرایس، متاح على الرابط [www.djazairess.com](http://www.djazairess.com).
155. زماموش فتيحة ، إيقاف برنامجيين ساخرين في الجزائر، موقع الترا لايت متاح على الرابط [www.ultrasawat.com](http://www.ultrasawat.com).
156. البوتيكة برنامج سياسي ساخر، متوفر على الرابط [www.123vivadz.com](http://www.123vivadz.com) .
157. نهي رضوان ، الصحافة الساخرة، إبتسامة بطعم الوجد، موقع صحيفة فيثو، مج 39 متاح على الرابط <http://www.vetogate.com/232255>.
158. خلفان الضوافي محمد ، مقال بعنوان: الإعلام الساخر بين المسؤولية والإساءة، متاح على الرابط <http://www.alittihad.re/mob>
159. رامي سلّوم، مقال بعنوان: الإعلام الساخر، الوظائف، الضوابط والمعايير <http://www.emarat alyoum.com> متاح عبر الرابط.
160. حجاب نادية ، آليات تأثير الرسوم الساخرة في الصحافة، مقال متاح على الرابط: <http://www.loha on line.com/articles.view/2050/>
161. الكعبي حيدر محمد ، الضحك على المأساة برامج الكوميديا السياسية وتأثيراتها، المركز الإعلامي للدراسات الإستراتيجية، متاح عبر الرابط، [www.iicss.iq](http://www.iicss.iq).
162. اللبان شريف درويش ، الإعلام الساخر من يعقوب صنوع إلى أحمد رجب وباسم يوسف المركز العربي للبحوث والدراسات، متاح عبر الرابط [www.acrse.org](http://www.acrse.org).
163. [www.al.masdar.net](http://www.al.masdar.net)
164. [www.yom7.com/story\\_kok\\_5/3/7/2095930](http://www.yom7.com/story_kok_5/3/7/2095930) 19/ 1/
165. <https://ar.m.wikipedia.org>.

باللغة الأجنبية

166. Hachette, Dictionnaire de Français, Algérie, NAG ,1993
167. Parsons alcott, le système des sociétés modernes, paris, tourd, millerag, 1973

## ملخص الدراسة:

### باللغة العربية:

استطاع الإعلام الساخر بمختلف أنواعه في الآونة الأخيرة أن يمتلك قاعدة جماهيرية كبيرة، وهذا نتيجة اهتمامه بقضايا المجتمعات، وطرح مشاكله بطريقة ساخرة نقدية، معتمداً في ذلك على عناصر جذب والمستمدة من الوسيلة الإعلامية نفسها (التلفزيون)، كالصورة و الصوت وما يتميزان به من قوة التأثير والجذب. ومن هذا المنطلق ارتأينا من خلال هذه الدراسة إلى معرفة كيفية تناول الإعلام التلفزيوني الساخر لقضايا المجتمع الجزائري من خلال برنامج "عمر راسك" الذي يعرض على قناة بور تيفي. وكان التساؤل الرئيسي كالتالي: كيف يتناول البرنامج الساخر "عمر راسك" الذي يبث على قناة بور تيفي قضايا المجتمع الجزائري؟ وقد اندرجت تحته مجموعة من التساؤلات الفرعية متعلقة بالشكل والمضمون معا.

#### • على مستوى الشكل:

- ماهي اللغة المستخدمة في برنامج "عمر راسك"؟
- ما أهم الأنواع الساخرة المصاحبة للمادة المعروضة؟
- فيما تتمثل القوالب الصحفية المعتمدة في برنامج "عمر راسك"؟

#### • على مستوى المضمون:

- ما هي المواضيع والقضايا المطروحة في برنامج "عمر راسك"؟
  - ما هي الأهداف التي يسعى البرنامج إلى تحقيقها؟
  - ما هي أهم المصادر التي اعتمد عليها البرنامج لاستقاء معلوماته؟
- ومن أجل التوصل إلى إجابات على هذه التساؤلات اعتمدنا على المنهج الوصفي وأسلوب تحليل المحتوى من خلال فئات ووحدات التحليل، واعتمدنا على العينة العشوائية البسيطة حيث شملت ثمانية أعداد من البرنامج.

من خلال التحليل الكمي والكيفي لأعداد البرنامج توصلنا إلى مجموعة من النتائج ندرجها كالتالي:

#### • من حيث الشكل:

-استخدم برنامج "عمر راسك" اللغة العربية والمختلطة أكثر من العامية، وهذا للحفاظ على اللغة السائدة في المجتمع وجذب المشاهد لها.  
-اعتمد برنامج "عمر راسك" على المسلسل التلفزيوني الساخر بدرجة كبيرة وهذا لتدعيم المواضيع المطروحة، وإضفاء نوع من المرح والكوميديا عليها.  
-ركز برنامج "عمر راسك" على استعمال الصور والكلام في تناوله للقضايا ذلك من أجل ترسيخ المعلومات وتركيز المنتبع للبرنامج وفهم المواضيع وإدراكها.  
-أوضحت الدراسة أن البرنامج اعتمد بشكل كبير على المقال في طرحه للمادة الإعلامية.

• من حيث المضمون:

-اهتم برنامج "عمر راسك" بطرح القضايا السياسية واندرجت تحتها مواضيع فرعية تمثلت في الزيارات والتصريحات السياسية وأهم القرارات المتخذة.  
-اعتمد برنامج "عمر راسك" على الأساليب الإقناعية العاطفية أكثر من غيرها، وذلك لكسب المشاهد وإثارة مشاعره وعواطفه.  
-اعتمد البرنامج على مصادر مختلفة للحصول على المعلومات الخاصة بالمواضيع المطروحة من قنوات تلفزيونية خاصة ومواقع التواصل الاجتماعي، جرائد وصحف...

و كخلاصة فإن هذه الدراسة حاولت أن تتعرف على أهم المواضيع التي يتناولها برنامج "عمر راسك" وكيف يعالجها بطريقة ساخرة.  
الكلمات المفتاحية: التناول الإعلامي – الإعلام الساخر - البرنامج التلفزيوني.

### **Summary of the study :**

The ironic media of various kinds in recent times have a great mass base which is the result of its interest in issues of communities and put up its problems in an ironic critical manner, relying on the elements of attraction that derived from the media itself (television as picture and sound) and their power of influence and attraction.

From this point on, we have looked through this study to learn how to deal with the issues of Algerian Society through the TV show " fill your head" which is presented in Beur Channel. The main question was: How does the ironic program "fill your head" which is presented on Beur channel address the issues of Algerian society?

A series of sub-questions related to both form and content were included.

- **On the form level:**

- What is the language used in " Fill your Head"?
- What are the most important ironic types that associated with the presented article ?
- what are the press templates adopted in "fill your head" program?

- **On the content level:**

- What are the subjects and issues that presented in "fill your head" program?
- What are the goals that the program seeks to achieve?
- What are the most important sources that the program relied on to select its information?

In order to reach answers to these questions, we relied on the descriptive approach and the method of analysis of the content through the categories and units of analysis, and we relied on the simple random sample, which included eight episodes of the program.

Through the quantitative and qualitative analysis of the preparation of the program we have reached a set of the results listed as follows:

- **In terms of form:**

- The program of "fill your head" used the Arabic language and mixed more than colloquial in order to maintain the prevailing language in the community and attract the viewer to it.
- The program of "fill your head" was based on the television ironic series in a large extent to strengthen the topics and put a kind of fun and comedy on them. The program of " fill your head" focused on the use of images and speech to deal with the issues in order to consolidate the information and focus of the program's follower and understand the subjects.

- The study showed that the program relies significantly on the article to introduce the media's matter.

• **In terms of content:**

- The program focused on the political issues and included sub-themes, which were the visits, political statements and the most important decisions taken.

- The program of "fill your head" relied on the persuasive and emotional techniques than the other to gain the viewer and stir feelings and emotions.

- The program relied on various sources to obtain information on topics from private television channels and social networking sites, magazines and newspapers.

In conclusion, this study tried to identify the most important topics dealt by the program of " fill your head" and how to deal with it in an ironic way.

**key words:** the media coverage, the ironic media and the TV programs.