

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد بن باديس

كلية الأدب العربي والفنون

قسم الأدب العربي



عنوان المذكرة

القنوات التلفزيونية المخصصة ودورها في تنمية

المرأة الجزائرية * قناة سميرة TV أنموذجا



Samira™

مذكرة لنيل شهادة الماستر

تخصص اللغة العربية والإعلام

إشراف الدكتور:

قوفي أحمد

إعداد:

مومن نسرين

السنة الجامعية: 2014-2015م

الإهداء

إلى كل من وهب حياته في طلب العلا سعياً للفوز العظيم متحدياً لكل الصعاب مؤمناً بالأقدار ، حاملاً راية السلم والسلام، سالكا طريق البر والأمان ، طالبا من الله تنوير القلب بنور الإيمان ومعرفة الحكمة والبيان، راجيا إرضاء الله وإرضاء الوالدين، أهدي ثمرة جهدي إلى التي لم يغمض لي جفن إلا وذكرتها ولم يهدأ لي بال إلا وناديتها إلى التي أفنت عمرها لتراني فقط سعيدة إلى التي لم ولن يجف القلم عن ذكر اسمها ، وإلى أطيب قلب في الوجود ، إلى منبع الحب والحنان، رمز العفة والنقاء، بحر الصدق والصفاء.

أمي الحبيبة أطال الله في عمرها وحفظها لي

إلى الذي رباني وأحسن تربيتي، وزرع في قلبي حب العلم وعلمني الأخلاق والمكارم، إلى الذي ألبسني رداء الكبرياء، إلى من أعطاني حتى أفاض كأس العطاء ، إلى أحق الناس بالشكر.

أبي العزيز أطال الله في عمره وحفظه لي

إلى أختي وحبيبتي ورفيقة دربي سهيلة وإلى إخوتي سعيد ، نبيل، عبد الرزاق، أيمن وإلى برعم الأسرة محمد وإلى الصديق والأخ الذي كان سندا لي ولم يبخل علي بأي مساعدة وكان سندا لي وقت الشدة بحيث كان اسمه على مسمى بحري صديق

وإلى خالي العزيز أحمد أدام الله ابتسامتك لنا و إلى خالتي عائشة

إلى كل من صديقاتي الذين تقاسموا معي التعب: زهيرة، سلطنة، وإلى كل الأصدقاء الذين لم يذكر اسمهم ولكن مكانهم في القلب وأكن لهم الاحترام والتقدير.

وإلى كل من هاني أحمد وين عيسى اللذان أشرفا على عملي هذا وأخرجاه في أبهى حلة

وفي الأخير ، أقدم أخلص تحياتي إلى الأستاذ المشرف "قوفي أحمد" وإلى كل أساتذة الأدب العربي وإلى طلبة

ماستر لغة عربية وإعلام دفعة (2014-2015)

كلمة شكر

"من إجتهده وأصاب فله أجران، ومن اجتهد وأخطأ فله أجر واحد"

الحمد لله الذي وهبنا نعمة العقل سبحانه والشكر له على كل نعمة وفضله وكرمه

تبارك الله ذو الجلال والإكرام

أتقدم بجزيل الشكر وخالص التقدير والاحترام إلى الأستاذ القدير "قوفي أحمد" لتبنيه الموضوع وإشرافه على عملنا وبكل جدية وتفاني

أشكره على إرشادنا وتوجيهنا وفي مساعدتنا على التغلب في إخراج هذه الدراسة العلمية إلى نور

فمرة أخرى أستاذنا إليك خالص الشكر والامتنان ، وجزاكم الله خيرا أن شاء الله

ولا يفوتنا أيضا أن نتقدم بالشكر الجزيل إلى الأستاذ مزارى الذي كان له فضل علينا فجزاك الله ألف خير يا أستاذي الكريم

وأشكر كل من الأستاذ بوقصة الذي لم يتردد في اقتسام فرحة العمل معنا وتوجيهنا فطبت أستاذنا قديرا وتبقى للأجيال منيرا

تعيش المجتمعات أزهى مراحلها في مجال الاتصال والتفاعل الإنساني بفضل التطور التكنولوجي الهائل للأقمار الصناعية في الوقت الراهن، حيث عرفت وسائل الإعلام والاتصال نموا متواصلا من وسائل مسموعة ومقروءة، تندرج من ضمنها القنوات الفضائية التي تلعب دورا مهما في خلق التصورات والقناعات بين أوساط الجمهور من خلال أساليب محددة نعتمدها في تناول الشؤون العامة. وبعد تكاثر عدد الفضائيات في عالمنا وازدياد ساعات البث، كان لا بد لهذه الفضائيات من أن تقتحم حياتنا المعاصرة في كافة تفاصيلها، بدء بالنواحي السياسية مرورا بالنواحي الاجتماعية والمعرفية والترفيهية انتهاء بالنواحي التغذوية. وفي ظل هذا التقدم والتنوع الواسع للقنوات التلفزيونية الواصل بثها إلى كل بيت أصبحت الدول تتنافس فيما بينها وبشكل ملفت للنظر لكسب تأييد الجماهير وهذا من خلال إطلاق باقة من القنوات ومن بينها القنوات الفضائية للطبخ والتغذية، التي أصبحت برامجها من البرامج الأساسية لأي محطة وتسعى في سوق الفضائيات إلى كسب أكبر عدد من المشاهدين بحيث دخلت قنوات الطبخ لتضيف لمسات فعالة من التغيير والتنوع على إطار العادات الغذائية لمجتمعنا العربي بشكل عام، والجزائري بشكل خاص، وتعد الجزائر من هذه الدول حيث شهدت في الآونة الأخيرة إطلاق قناة سميرة TV الفضائية، وهي إحدى القنوات المختصة بشؤون النساء عامة والمرأة الجزائرية خاصة، حيث تعتبر نقلة جيدة في الإعلام العربي والمغاربي فهذه القناة بدأت بجلب أنظار المتابعين كونها تقدم برامج حول فنون الطبخ المتمثلة في أشهى وأطيب الحلويات الاقتصادية والسهلة وكذلك برامج أخرى حول الخياطة الحديثة والتقليدية والطرز وإلى جانب هذا اللهجات المختلفة التي يتكلم بها مقدمي البرامج التي تكون بين العامية تارة وبين الفصحى المبسطة تارة أخرى وحتى أضحت لهجات أخرى من خارج الوطن، وانطلاقا من هذا سنسلط الضوء على مختلف الأسباب التي تدفع إلى متابعة هذه القناة معتمدين في دراستنا الموسومة بـ القنوات التلفزيونية المخصصة ودورها في تنمية المرأة الجزائرية وانتقينا كنموذج للدراسة " قناة سميرة . TV "

ومن أجل التدقيق في هذا الموضوع والإجابة عن الإشكالية المطروحة قسمنا دراستنا إلى:



الإطار المنهجي:

في هذا الإطار حددنا فيه الإشكالية والتساؤلات كما ذكرت أسباب اختياري للموضوع، ثم أهمية الدراسة وأهدافها والمنهج المعتمد في دراستي والذي رأيتُه مناسباً لهذا النوع من المواضيع كما اقتصرت دراستي على عينة قصدية تمثلت في شريحة من المجتمع وهي النساء بمختلف مراكزهنّ.

بينما تناول **الإطار النظري** الذي قسمته إلى فصلين، كل فصل يتناول ستة مباحث، الفصل الأول كان حول اللّغة الإعلام التلفزيوني بحيث ذكرنا في المبحث الأول نشأة القنوات التلفزيونية أما المبحث الثاني تحدثنا فيه عن خصائص القنوات التلفزيونية ودورها، وفي المبحث الثالث تطرقنا إلى وظائف القنوات التلفزيونية لنصل إلى المبحث الرابع الذي تضمّن مستويات اللّغة في الفضائيات التلفزيونية ثمّ المبحث الخامس الذي تناول وظيفة اللّغة في الصورة التلفزيونية لنصل في الأخير إلى المبحث السادس والمعنون بأهمية القنوات التلفزيونية الفضائية أمّا الفصل الثاني فكان عن الفضائيات العربية والمرأة فكان من الضروري أن نتطرق في المبحث الأول عن لمحة حول الفضائيات العربية المخصصة وفي المبحث الثاني تحدثنا عن لغة الفضائيات العربية بين العامي والفصيح، أما المبحث الثالث فكان عن المرأة والفضائيات وبخصوص المبحث الرابع تحدثنا عن أنواع القنوات الفضائية العربية المتخصصة في برامج المرأة لنصل إلى آخر مبحث يوضّح تأثير القنوات التلفزيونية على المتلقي.

وأخيراً **الجانب التطبيقي** الذي تناولنا فيه بطاقة فنية عن القناة، وتحديد مجالها الزمني والمكاني ومسح إحصائي لمقطع فيديو من أحد برامج القناة كما استخدمنا أداة الاستمارة لجمع المعلومات بتوزيعها على عينة الدراسة، ثمّ تحليل النتائج عبر جداول لنصل في الختام بجملة من النتائج وخاتمة ملّمة حول الموضوع.

1. بناء الإشكالية وطرح التساؤلات:

في إطار انفتاح المجال السمعي البصري في الجزائر، شهد الفضاء التلفزيوني إطلاق عدة قنوات مستقلة ومتخصصة موضوعاتية والتي بدورها تمثل مستقبل المجال السمعي البصري والذي من شأنه أن يميّز شخصية المطبخ الجزائري عن غيره، وذلك تحت تأثير مئات القنوات التلفزيونية المختصة في الطبخ، أدّى ظهور هذه الأخيرة إلى تشكيل امتداد لتلفزيون الواقع من جهة وما يدور حوله من تقاليد وعادات خاصة بالمجتمع الجزائري من جهة أخرى.

ففي مسارها من المرسل إلى المستقبل تعتمد على سياسات واستراتيجيات تستهدف أساساً قيم وأفكار توجّه إلى المتلقي بغرض التأثير فيه عن طريق لغة محكمة محمّلة بنفس القيم الاجتماعية والأفكار التي يتبنّاها الأفراد حتى يحدث ما يسمّى بالتفاعل، وحدوث الاتصال هنا مرهون بوجود اللغة فهي متلازمة مع الإعلام كتلازمها مع الإنسان، وهنا يتبين أن للغة عملاً وظيفياً وأنها وسيلة لا غاية. فهي في خدمة المجتمع حيث تواكبه في تطوّره باعتبار أنّ الأفراد يعتمدون على التخاطب الشفهي الذي يتأدّى بدوره عن طريق اللغة وعلى ذلك فهي جزء من النظام الاجتماعي في كلّ تجلّياته سواء في اتصال الفرد مع الآخرين أو في إعلامه الجديد المختلف الأشكال: المكتوب، المسموع أو السمعي البصري ومن جانب آخر فإنّ للإعلام ووسائله دور كبير وفعال في تشكيل أنشطة ذهنية وتغيير الأوضاع فوظيفة اللغة العربية تختلف لدى الأفراد بحكم تركيبتها وتمظهرها المكوّن من العامية والفصحى حيث تنجم عنها إشكالية التلقي والتفاعل مع المضمون الإعلامي والقنوات الجزائرية المخصصة هي من أهم الوسائل التي يقع فيها إشكال توظيف العامية والفصحى في مضامينها التي تتوجّه بها للمشاهدين ونخص بالذكر المرأة الجزائرية.

فالمراة الجزائرية لم تعد منحصرة على الورقة والقلم بحيث عملت على تطوير مهاراتها في شتى الفنون وانتقلت إلى عالم مشاهدة القنوات الفضائية والتي أصبحت تسوق برامج عديدة تخصّ المرأة ومن هذا فن الطبخ الذي يحوز على اهتمام المرأة والذي تتصاعد نسب مشاهدة القنوات الخاصة في هذا المجال "الطبخ" بشكل مبهر مما جعل الكثير من هذه الجنس يستمرون على الشاشة لساعات طويلة بحيث أصبحت فيه المرأة بكل سهولة تتحصل على أشهى الوصفات بمجرد مشاهدة البرامج الخاصة بالطبخ وكل ما يهم المرأة في إدارة شؤون مستلزماتها المنزلية ومن هذا المنطلق جاءت قناة سميرة TV الجزائرية لإيصال كل ما هو جديد في فن الطبخ والتدبير المنزلي بأسلوب مغاير عن باقي القنوات المثيلة وذلك من خلال اهتمامها بأسلوب التقديم المثالي ومراعاة المستويات اللغوية لدى فئات المجتمع.

ومن خلال ما ذكرناه سألنا تسألنا العام على الشكل التالي:

إلى أي مدى تشكّل اللغة المستعملة طرفا في إشكالية التلقي لدى جمهور قناة سميرة TV؟

ومنه تتمخض لدينا التساؤلات الفرعية:

- ما هي المعايير التي تعتمدها المرأة الجزائرية في تلقيها لمضامين قناة سميرة TV ؟
- إلى أي مدى يساهم استخدام اللهجة المحلية أو الفصحى أو غيرها في اختيار المرأة للبرنامج؟
- ما مدى تجاوب المرأة مع هذا الاستخدام؟
- ما هي الميزة الأساسية التي ميزت قناة سميرة TV عن باقي القنوات الفضائية للطبخ؟
- ما هو تقييم المرأة الجزائرية لقناة سميرة TV ؟

2. أسباب اختيار الموضوع:

لكل باحث أسباب ودوافع وراء اختيار الموضوع منها الموضوعاتية والذاتية ونحن بدورنا كباحثين لدينا أسبابنا في اختيار موضوع بحثنا وتتلخص فيما يأتي:

- ظهور قناة سميرة TV وهي أول قناة جزائرية جديدة تهتم بشؤون المرأة مع بثها المتواصل بدون انقطاع.
- انتشار صداها (سميرة TV) في أغلب البيوت الجزائرية.
- إقبال العديد من المتابعين لقناة سميرة TV بحيث أصبحت حديث النساء في جميع المجالس والمناسبات.
- إلى جانب فضولنا لمعرفة ما إذا كانت هذه البرامج المقدمة في قناة سميرة TV تلقى ردا إيجابيا أو سلبيا من طرف المرأة الجزائرية.
- إعجاب المرأة الجزائرية بهذه القناة وهذا ما لمسناه في حياتنا اليومية.
- اهتمامنا كطلبة من قسم اللغة العربي باللغة المستعملة في قناة سميرة TV والدور الذي يمكن أن تحدثه.

3. أهمية الدراسة:

لا شك أننا وجدنا أهمية كبيرة في اختيارنا لهذا الموضوع تكمن أهميته في:

1. أهمية أكاديمية: تتمثل في إثراء البحث العلمي بهذا النوع من الدراسات المتواضعة
2. أهمية إعلامية: تتمثل أهمية الموضوع فيما يأتي:

الأهمية الكبيرة التي تلعبها القنوات المخصصة ببرامج المرأة في حياة كل امرأة

- ظهور قناة سميرة TV كأول قناة جزائرية تغطي جميع الجوانب التي تحتاجها المرأة الجزائرية في إدارة شؤونها سواء العملية أو المنزلية و حتى الفكرية.

4. أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق جملة من الأهداف نذكر منها ما يأتي:

- معرفة مدى مساهمة قناة سميرة TV الجزائرية في الحفاظ على تقاليد وعادات المجتمع كونها تدرج ضمن منظومة الحياة الاجتماعية

- معرفة مدى مساهمة قناة سميرة TV الجزائرية في تثقيف المرأة الجزائرية لغويا.
- معرفة قدرة مساهمة قناة سميرة TV في إشباع رغبات واهتمامات المرأة.
- إلى أي مدى حققت قناة سميرة TV حجم المشاهدة من قبل المرأة الجزائرية
- معرفة مدى مساهمة قناة سميرة TV في استقطاب الجمهور.

5. منهج الدراسة:

تم توظيف المنهج المسحي كأداة أساسية لتجميع البيانات الميدانية فيما يتعلق بموضوع الدراسة الذي يتطرق إلى القنوات التلفزيونية المخصصة ودورها في تنمية المرأة الجزائرية (قناة سميرة TV أنموذجاً) ويعتبر منهج المسح جهداً علمياً منتظماً للحصول على البيانات والمعلومات عن الظاهرة¹، يمكن فيما بعد تحليلها وتفسيرها ومن ثمة الخروج باستنتاجات منها.²

هذا التجمع المنظم للبيانات عن طريق المناهج المسحية يستعمل خصوصا في الدراسات الإعلامية لمعرفة رد فعل الجمهور نحو الرسالة التي أعدها المرسل، أو سلوكه الاتصالي بعد تلقيه للمضمون الإعلامي إضافة إلى اهتماماته، و تفضيله لوسائل الإعلام وتستخدم بعدها نتائج هذه الدراسة لأغراض التخطيط الإعلامي أو تقويم الرسالة.

لذلك فإن المنهج المسحي الذي يتناول الحصول على معلومات من جمهور معين أو عينة منه³.

ويعرف أيضا على أنه "أحد الأشكال الخاصة بجمع المعلومات عن حالة الأفراد وسلوكهم وإدراكهم و مشاعرهم واتجاهاتهم".⁴

كما يعتبر من أنسب المناهج العلمية، للدراسات التي تستهدف وصفا و بناء و تركيب جهود وسائل الإعلام و أنماط سلوكه بصفة خاصة و من خلال تسجيل و تفسير

1 . . سمير محمد حسين، بحوث الإعلام، عالم الكتب، ط1، القاهرة، 1999، ص147.

2. عامر فنديلجي البازوري، البحث العلمي و استخدام مصادر المعلوماتية التقليدية الإلكترونية، ط1 عمان، 2002، ص122.

3. محمد علي محمد، البحث العلمي (دراسة في طرائق البحث) ، دار المعرفة الجامعية، إسكندرية، 1984، ص263.

4. محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1 القاهرة 2004، ص46.

الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة و الكافية عنها و عن مصدرها من خلال مجموعة الإجراءات المنظمة التي تحدد نوع البيانات و مصدرها و طرق الحصول عليها¹

6. الأداة المستخدمة:

اعتمدنا في دراستنا هذه على تقنية الاستبيان التي تعتبر من " أدوات البحث الأساسية شائعة الاستعمال في العلوم الإنسانية والاجتماعية وخاصة في علوم الإعلام والاتصال حيث تستخدم أفراد العينة بطريقة صحيحة وهادفة وموصلة إلى حقائق موضوعية منظمة ومضبوطة عن طريق المساءلة"².

ويعرفها موريس أنجرس " تقنية مباشرة للتقصي العلمي إزاء الأفراد تسمح باستجوابهم بطريقة موجهة، والقيام بسحب كمي بهدف إيجاد علاقات رياضية والقيام بمقارنات رقمية تمكن الباحث من مراقبة تصرفات المبحوثين"³

وكذلك تهدف إلى الوصول إلى نتائج دقيقة وموضوعية، ويعرفها محمد منير حجاب على أنها "أسلوب جمع البيانات، الذي يستهدف استشارة الأفراد أو المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة، لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون تدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات"⁴

وقد عرفها قاموس " لاروسس *Larousse* " بأنها "قائمة من الأسئلة التي يتوجب الإجابة عليها حسابيا في البحث، فهناك أسئلة مفتوحة تكون أجوبتها غير محددة، بحيث تعطي للمبحوث حرية للتعبير عن أفكاره وآرائه وأسئلة أخرى معلقة، أين يتطلب هذا

1. عماد بوحوش ومحمد الذنيات، مناهج البحث العلمي و طرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر ص

06

2. محمد منير حجاب، نظريات الاتصال، القاهرة، دار الفجر للنشر و التوزيع، ط2 2010 ص197

3. موريس أنجرس، منهجية البحث في العلوم الإنسانية، ترجمة بوزيد صحراوي و آخرون، الجزائر، دار القصة للنشر والتوزيع ب ط 2004 ص 204 (بتصرف)

4. محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، مرجع سابق ذكره، ص 46.

المبحوث أن يختار إجابة أو أكثر من بين الأجوبة المقترحة عليه، وهي بمثابة أسئلة تحصر فكر المبحوث في تلك الإجابة".

7. مجتمع البحث والعينة:

يعرفه محمد عبد الحميد على أنه "مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى"¹

ويتمثل مجتمع البحث الذي نحن بصدد دراسته في مجموعة من النساء الجزائريات من متبعي قناة سميرة TV الجزائرية.

8. عينة الدراسة:

العينة هي "عبارة عن عدد محدود من المفردات التي يتعامل معها الباحث منهجيا، يسجل من خلال هذا التعامل مع البيانات الأولية المطلوبة، ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلا لمجتمع البحث في الخصائص والسمات ويوصف من خلالها هذا المجتمع"²

وقد اعتمدنا في دراستنا على العينة القصدية حيث الاختيار يكون مقصودا من طرف الباحث طبقا لمعرفته لمجتمعه البحث، وأن يكون على علم بأن هذه العينة تمثله تمثيلا صحيحا.

وتمثلت عينة دراستنا باختيار 90 امرأة من متبعي قناة سميرة TV الجزائرية نظرا لما استخلصناه حول الاهتمام الكثيف من قبل المرأة لبرامج قناة سميرة TV الجزائرية.

9. تحديد المفاهيم والمصطلحات:

القنوات التلفزيونية الفضائية: محطات تلفزيونية تبث إرسالها عبر الأقمار الصناعية لكي يتجاوز هذا الإرسال نطاق الحدود الجغرافية لمنطقة الإرسال حيث يمكن استقباله في

¹ محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، عالم الكتب، ط 1993.

² محمد عبد الحميد، دراسات الجمهور في بحوث الإعلام، المرجع السابق، ص 188.

مناطق أخرى عبر أجهزة خاصة باستقبال والتقاط الإشارات الوافدة من القمر الصناعي، هذه الأجهزة التي تقوم بمعالجة تلك البيانات وعرضها¹ على شاشة التلفزيون.

القنوات الفضائية المتخصصة: تعرف بأنها القنوات التي تخصص في مضمون معين من مضامين البرامج المقدمة لجمهور محدد ويقصد بالقنوات التلفزيونية المتخصصة، القنوات التي تبث عبر الأقمار الصناعية (فضائياً) و تخصص في جانب محدد ومجال معين من مجالات تخصص القنوات، بحيث تركز نشاطها في إطاره وتجعله مجالها الذي تعمل فيه ولأجله ويكون جل برامجه فيه.²

التنمية لغة: مشتقة من فعل نمى وينمي نمياً ونماء زاد وكثر وأنميت الشيء ونميته، جعلته نامياً أي جعلته زائداً وكثيراً، والتنمية بالفرنسية يطلق عليها مصطلح *Développement* من الفعل *Développer* ومن معانيه يبسط وينشر وينمي ويطور.

والتنمية اصطلاحاً: تغيير اجتماعي إرادي ومقصود للانتقال بالمجتمع من الحال الذي هو عليه فعلاً إلى الحال الذي ينبغي أن يكون عليه أصلاً.

أوهي التغيير الاجتماعي الذي تطرأ من خلاله أفكار جديدة في النسق الاجتماعي بهدف تطوير وتحسين أحوال الناس و توفير الحيز الاجتماعي لهم.³

وتعريف آخر للتنمية: هي التغيير المقصود الموجه والمخطط باتجاه ضمان البقاء وتحقيق الاستمرارية والرفاهية والنمو للمجتمع.⁴

تعريف المرأة: في الواقع مثلما لا يوجد اتفاق حول تحديد ماهية المرأة فإنه لا يوجد أيضاً اجتماع ما بين الباحثين حول مفهوم المرأة ومن التعريف اللغوي حولها نجد أن المرأة لغة: هي أنثى الرجل.

¹ حسين دبي الزويني، القنوات الفضائية والإعلام الاقتصادي، كلية الإعلام، جامعة بغداد، دار أسامة للنشر والتوزيع- عمان-الأردن 2010-ص08

² المنصف المعياري و محمد عبد الكافي، القنوات التلفزيونية القريبة المتخصصة، جامعة الدول العربية، اتحاد إذاعات الدول العربية-تونس 2006 ص 11.

³ د. زينب منصور حبيب - الإعلام وقضايا المرأة - عمان - دار أسامة للنشر و التوزيع 2010ص85

⁴ محمد عطية أبو صوارين رشيد- تنمية مهارات التواصل اللغوي، ط1-دار إلتراك للنشر والتوزيع. مصر 2005.ص71

أما في المفهوم الاصطلاحي: فهي العنصر الأساسي في تشكيل وتوحيد الأسرة باعتبارها كيان إنساني مستقل تتمتع بالقيمة الإنسانية الكاملة ومتساوية مع الرجل ولها واجبات في جميع المجالات دون استثناء¹ وكما قال الشاعر أحمد شوقي:

"الأم مدرسة إذا أعددتها أعددت شعبا طيب الأخلاق"

¹. عدنان أبو مصلح – معجم علم الاجتماع - دار أسامة للنشر والتوزيع و دار المشرق البقائي- عمان ط1 2006 ص 67

تمهيد:

كان لثورة التكنولوجيا وانتشارها السريع في العالم و المتمثلة في تطور وسائل الاتصالات والقنوات الفضائية تأثيرا في التواصل بين شعوب العالم وإلى تحول العالم إلى قرية كونية صغيرة تربطها شبكة اتصالات واحدة عبر الأقمار الصناعية.

ومن هذا المنطلق سنوضح في هذا الفصل نشأة القنوات التلفزيونية مرورا بخصائصها وأدوارها ثم وظائفها ثم مستويات اللغة في القنوات التلفزيونية ووظيفة اللغة في الصورة التلفزيونية لننتقل في الأخير إلى الأهمية التي تتجلى في القنوات التلفزيونية.

المبحث الأول: نشأة القنوات التلفزيونية:

يعد التلفزيون من أهم وسائل الاتصال الجماهيري الحديثة حيث بإمكانه أن ينقل الصورة والصوت من جميع أرجاء العالم إلى ملايين الناس في منازلهم و في أي مكان آخر بفضل الأقمار الصناعية التي تنقل الصورة التلفزيونية عبر المحيطات و القارات ¹

وتتكون كلمة "تلفزيون" من مقطعين الأول "Télé" ويعني عن بعد و الثاني "Vision" تعني الرؤية أي كلمة تلفزيون تعني "الرؤية عن بعد" ويمكن تعريف النظام التلفزيوني من الناحية العملية بأنه طريقة إرسال وانتقال الصورة المرئية المتحركة والصوت المصاحب لها عن طريق موجات كهرومغناطيسية ولقد بدأت التجارب الأولى للتلفزيون على أيدي مجموعة كبيرة من العلماء في الولايات المتحدة الأمريكية في العشرينيات من القرن 20 واستفاد هؤلاء العلماء من التجارب والدراسات التي قام بها رواد في المجالات المختلفة للكهرباء والتصوير الضوئي والمواصلات السلكية واللاسلكية المتعددة وواصل العلماء محاولاتهم لمواجهة وتذليل كل الصعوبات التي كانت تواجه بداية التلفزيون وكان بينهم عالم روسي هاجر إلى الولايات المتحدة الأمريكية وكان من أبرز الذين عملوا في هذا المجال وهو العالم " فلا ديمير زوريكين" الذي استطاع من خلال عمله في شركة "وسنجهوس" اختراع جهاز "الإيكونوسكوب" أي " عين كاميرا التلفزيون الإلكترونية"، ثم العالم "إيلين دومنت" الذي قام باختراع أول جهاز استقبال تلفزيوني منزلي وقام بتطوير شاشات استقبال تلفزيوني منزلي وقام بتطوير شاشات الاستقبال، أخذ التلفزيون في التقدم السريع حيث نجح أحد الباحثين في إرسال صورة تلفزيونية بالدائرة المغلقة من واشنطن إلى نيويورك سنة 1927.

وفي العام الثاني بدأت تجارب الإرسال التلفزيوني الذي قامت به شركة "جنرال إلكتريك" كمرحلة تجريبية وبعدها بعدة أعوام وعلى وجه التحديد في عام 1935 بدأت شركة NBC بث برامجها بطريقة منتظمة من خلال محطة نيويورك الذي أنشأته، وفي عام 1940 أخذ التلفزيون يزداد شهرة وانتشارا وقامت شركة RCA بتصوير مدينة نيويورك من الجو بواسطة جهاز متنقل، ثم نقلها على مستوى التلفزيون، لم تكن الولايات

¹ ربحي مصطفى عليان – عدنان محمود الطوباسي-الاتصال و العلاقات العامة- دار الصفاء للطباعة والنشر والتوزيع- عمان 2005 ص203

المتحدة الأمريكية هي صاحبة السبق الأول، و لكن كانت المملكة المتحدة لها دور بارز في هذا المجال، فقد بدأت هي الأخرى تجاربها من العشرينيات على يد أحد العلماء يدعى "جون لوجي بيرد" الذي أجرى العديد من الأبحاث لعرض الصور تلفزيونيا و لكن بقيام الحرب العالمية الثانية تأخرت الأبحاث المتعلقة بالتلفزيون مما أدى إلى تراجع المملكة المتحدة بعض الشيء قياسا مع التقدم الذي أحرزته الولايات المتحدة في هذا الشأن وبالفعل قد شهدت الثلاثينيات تنافسا كبيرا بين الدول في مجال التلفزيون وناقست دول أخرى إلى جانب المملكة المتحدة والولايات المتحدة الأمريكية منها: إيطاليا- فرنسا-الإتحاد السوفياتي (سابقا) حيث ساهمت العديد من التجارب على ظهور التلفزيون.¹

أما فيما يخص البث التلفزيوني المنتظم، فقد بدأ كما هو معروف سنة 1939م حيث تمكنت بريطانيا وألمانيا من تغطية أربع ساعات يومية للبث ومع ذلك فإن الإرسال الواسع للتلفزيون لم يبدأ إلا في الخمسينيات، حيث طورت صناعة التلفزيون وارتفاع عدد أجهزة الاستقبال، ففي عام 1952. ظهرت الشاشة الملونة في السوق الأمريكية، وتعددت القنوات التلفزيونية بينما لم تتعدى في بلدان أوروبا الرائدة قناتين حتى بداية الستينيات، ولم يحل عام 1970 حتى عمت أجهزة الاستقبال 90% من البيوت الأمريكية وعمّ الإرسال التلفزيوني معظم بلدان العالم فامتدّ نطاقه في القارات الخمس ولم يعد حكرًا على الدول الشمالية المتقدمة حيث أنشأت عدة شبكات جهوية ودولية كانت أهمها الشبكة الأوروبية المعروفة باسم *Eurovision* والتي ترتبط بها أكثر من ألف محطة.

شبكة أوروبا الشرقية سابقا: *Intervision* التي ترتبط بها محطات سبع دول من أوروبا الشرقية، أما في الشرق الأقصى فقد أنشأ اليابانيون شركة آسيوية تحت اسم *Asiavision* تربط الدول الواقعة بين طوكيو وكراسي ولقد تضاءلت فعاليتها نتيجة المنافسة القوية للشبكات و القنوات الخاصة العالمية مثل:

(*CNN. NHK. Sky News. Canal+, ART- Al Jazeera*)

¹ ماجي الحلواني، مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيون الفضائي، عالم الكتب-القاهرة 2002 ص(67-68)

أما في البلاد الغربية فقد ظهر التلفزيون في بعض البلدان قبل استقلالها ومنها الجزائر الذي عرفته سنة 1956 وفي السنة الموالية دخل التلفزيون العراق، ثم لبنان عام 1959 ومصر وسوريا سنة 1960 والكويت سنة 1961 والمغرب والسودان سنة 1962 ثم اليمن، السعودية، تونس وباقي الدول العربية الأخرى والملاحظ حسب بعض البيانات المتوفرة لحد الآن أن قدرات الإرسال التلفزيوني بين الدول العربية متفاوتة جدا لكنّها على العموم في تزايد مستمر ونفس الشيء يمكن قوله من أجهزة الاستقبال التي تضاعفت في نفس الفترة عشرات المرات¹، حيث أشارت إحدى الإحصائيات إلى وجود أزيد من 01 بليون تلفزيون مستقبل في العالم أي أن واحد من كل ثلاثة أفراد لديه تلفزيون مستقبلي²، وتنتشر محطات التلفزيون حاليا في كل بلاد العالم تقريبا و من الصعب أن تجد دولة ليس لها محطة إرسال تلفزيوني ويوجد أنواع من محطات الإرسال التلفزيوني:

أ. محطات عامة:

وهي محطات عمومية لا تهدف إلى الربح وتعتمد في معظم الدول على مساهمات الحكومة لتغطية نفقات التشغيل لذلك فهي تتدخل في محتويات البرامج التي تكون غالبا برامج تثقيفية و إعلامية موجهة.

ب. محطات الخاصة أو التجارية:

تدار هذه المحطات وتمول من قبل مؤسسات ومنظمات وشركات خاصة وتعتمد غالبا على الإعلانات لتغطية نفقاتها، وتحقيق الأرباح للجهات التي تديرها و تشرف عليها وهناك التلفزيون الكبلي وهي خدمة تلفزيونية يدفع المشاهد اشتراكا للحصول عليها، فبينما ترسل محطات التلفزيون العامة والتجارية إشارات عبر موجات الهوائي، نجد أن الإشارات التلفزيونية الكبلية تصل إلى منازل المشتركين عبر الكبلات وتحمل بعض نظم هذه الكبلات

¹ فضيل دليو – وسائل الإتصال و تكنولوجياه- منشورات جامعة منتوري قسنطينة 2002-ص(110- 109)

² أمين سعيد عبد الغاني- وسائل الإعلام الجديدة الرقمية الثانية- ايتراك للطباعة والنشر التوزيع، القاهرة 2007 ص

أكثر من مائة قناة، تركز العديد من هذه القنوات أنواع معينة من البرامج المتخصصة من الأفلام، الأخبار، الصحة، الدين، وغيرها¹ وهذا تصنيف القنوات من حيث الملكية.

أمّا من حيث تصنيف على أساس آخر وهو تصنيفا وفق المعيار التخصص أو بمعنى آخر المضمون- حيث ظهرت قنوات تلفزيونية متخصصة وأصبحت ظاهرة إعلامية ملفتة للنظر وتنقسم إلى قسمين:

أ. **قنوات متخصصة في المضمون الذي تقدمه:** وهي قنوات تقدم نوعية معينة من البرامج المتخصصة ولكنها تستهدف جمهورا عاما مثل:

1. القنوات الإخبارية المتخصصة مثل: قناة الجزيرة والعربية والنيل الإخبارية.....

2. القنوات الدينية المتخصصة مثل: قناة اقرأ والمجد و الناس...

3. القنوات التعليمية المتخصصة مثل قناة المصرية التعليمية – قناة النيل للتعليم العالي

4. القنوات الترفيهية المتخصصة مثل: الموسيقى-الأفلام و الدراما – برامج حوارية مع الفنانين.

5. القنوات الرياضية المتخصصة مثل: الجزيرة الرياضية.

6. القنوات الصحية المتخصصة مثل:قناة صحي

ب. **قنوات متخصصة في الجمهور الذي تخاطبه:** وهي قنوات تستهدف الوصول إلى قطاع

معين من الجمهور يتميز بخصائص وسمات مشتركة بحيث تقدم هذه القنوات مواد متنوعة تلائم تلك الخصائص والسمات مثل:

• القنوات المتخصصة بالمرأة واهتماماتها: قناة المرأة العربية

• القنوات المتخصصة بالأطفال: *Spacetoon*، طيور الجنة.²

المبحث الثاني: خصائص القنوات التلفزيونية وأدوارها

¹ ربحي مصطفى عليان –عدنان محمود الطوباسي مرجع سابق ص 205.

² محمد شطاح- قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا و الإيديولوجيا – دار الهدى – عين ميله – 2006 ص71.

تعتبر القنوات التلفزيونية من وسائل الإعلام والاتصال المهمة نظرا للدور الخطير الذي تقوم به وتأثيراتها البالغة على كافة شرائح المجتمع ولعل أبرزها شريحة المرأة واكتسبت القنوات التلفزيونية أهمية بالغة نتيجة الخصائص التي تميزها وأهمها.

1.2. خصائص القنوات التلفزيونية:

تعتبر عنصر جذب للكبار والصغار وعلى حد سواء ولما كانت القنوات التلفزيونية وسيلة حضارية وجب استغلالها بطريقة تستفيد منها المرأة خصوصا القنوات التلفزيونية تعتمد على حاستي البصر والسمع في آن واحد كما أنها تعتمد على الحوار والحركة والكلام وحوادث ضمن ديكور خاص ووسط مؤثرات صوتية وموسيقية معينة.

2.2. أدوار القنوات التلفزيونية:

تؤدي وسائل الإعلام دورا مهما في تربية الأفراد وتنميتهم اجتماعيا وسياسيا اقتصاديا وثقافيا، ويأتي التلفزيون في مقدمة وسائل الإعلام لأنه الأكثر تأثيرا في الأفراد لما يتمتع به من عنصر التشويق والإثارة والتنوع، كما أنه يفتح آفاقا متجددة وواسعة من المعرفة بما يقدمه من خدمات برامجية متقدمة الجوانب والأهداف وتشمل الإعلام والتوجيه والتدقيق والإثارة والترفيه والتعليم إضافة إلى المساهمة في حل المشكلات الاجتماعية ودفع عجلة التنمية لذا لم يعد يقتصر دور القنوات التلفزيونية على الترفيه فقط بل أصبح لها أدوار متعددة تشمل حياة الإنسان بجوانبها المختلفة.¹

اعتبر التلفزيون بقنواته معجزة العصر الحالي كما شبه بالمدرسة الإيجابية والعكس صحيح وهو ما ينطبق على دوره في نشر مختلف اللغات بدءا من العربية إلى لغات أخرى ولهجات متنوعة فهو الأكثر تأثيرا خاصة في أوساط الشعب الضعيف أو متوسط المستوى لأن دمج الصورة والصوت يؤدي الفرض أكثر، ويمكن أن يكون للقنوات التلفزيونية دورا فعالا في تنمية حب القراءة والحث عليها، وتشير الدراسات إلى أنّ التلفزيون يمكن أن يقوم

¹ منى حسين - التلفزيون و المرأة دوره في تلبية احتياجاتها التربوية، عالم الكتب، القاهرة - 2003 ص 19.

بدور هام في تعليم مختلف طبقات المجتمع من الصغار إلى الكبار وهذا من خلال البرامج المصممة خصيصا لهذه الغاية ألا وهي التعليم والتنمية بمختلف أبعادها.¹

تقوم القنوات التلفزيونية بدور مهم في حياة الأسرة فقد استطاعت تجميع أفرادها ساعات طويلة أمام شاشة التلفزيون وقللت من مشاحنات الزوجين بحيث قدمت لهم التسلية والترفيه داخل منازلهم وساعدت ربات البيوت في تعلم المهارات الضرورية لإدارة شؤون منازلهم، بالإضافة إلى تقديمها برامج متنوعة تكون تثقيفية وترفيهية وتنموية في آن واحد مما يساعد في الرقي المستمر.

المبحث الثالث: وظائف القنوات التلفزيونية

تقوم القنوات التلفزيونية باعتبارها وسيلة من الوسائل الاتصالية بوظائف متعددة منها:

¹. شاكر إبراهيم - الإعلام و دوره في التنمية: المنشأة التبعية للتفسير-ليبيا 1980.

- **الوظيفة الإعلامية والإخبارية:** وذلك بجمع وتخزين ومعالجة ونشر الأنباء والرسائل والحقائق ولقد أطلق على هذه الوظيفة وظيفة مراقبة البيئة والأخبار وما يجري فيها.
- **وظيفة دعوة التبشير:** وهي وظيفة في غاية الخطورة¹
- **وظيفة خلق الدوافع الاجتماعية:** وهي توفير المعرفة والوعي الاجتماعي ونقل التراث من جيل لآخر²، وهناك من يلقي على هذه الوظيفة وظيفة ترابط المجتمع ونقل تراثه³.
- **وظيفة الحوار والنقاش وتبادل الحقائق والمعارف:** أو ما يعرف بالوظيفة التشاورية حيث يقوم الاتصال بمسايرة التطورات والتحويلات الاجتماعية والسياسية الواقعة في المجتمع من باب تنوع خدماتها الإعلامية وذلك لتوطيد العلاقة بين الأفراد والمسؤولين⁴.
- **وظيفة التربية:** وهذا بنشر المعرفة وتعزيز النمو الثقافي وتكوين الشخصية واكتساب المهارات.
- **وظيفة النهوض الثقافي والإبداع:** أي بالمحافظة على التراث إلى جانب دعم الثقافة وتطويرها وتنميتها⁵.
- **الوظيفة الترفيهية:** على الصعيدين الشخصي والجماعي للتحقيق من المعاناة والصعوبات التي يعاني منها الأفراد.
- **وظيفة التكافل:** بتوفير الفرص لكل الأفراد للحصول على المعرفة والحقائق.
- **وظيفة تفسير الظواهر الجديدة:** أي متابعة كل جديد في كافة المجالات
- **وظيفة الترويج:** للسلع والخدمات التجارية بين الأفراد⁶.

1. محمد علي البدوي- دراسات سوسيلوجية ط1 -دار النهضة العربية - بيروت 2005-ص32

2. محمد حيدر مشيخ- صناعة التلفزيون في القرن العشرين- الهيئة المصرية العامة للكتاب - القاهرة 1999 ص 72

3. عبد الرزاق-محمد الدليمي: عولمة التلفزيون ط1 دار جرير للنشر و التوزيع- عمان-2006 ص14.

4. الأخضر ايدروج-ذكاء الإعلام في عصر المعلوماتية- مطبوعات الملك فهد الوطنية السلسلة الثانية 34،1999 ص 57

5. محمد حيدر مشيخ-مرجع سابق ص22

6. عبد القادر رطاشن- الإعلام ة قضايا الواقع الإسلامي ط1 مكتبة العبيكان- الرياض 1995 ص 90/91.

المبحث الرابع: مستويات اللغة في الفضائيات التلفزيونية

اللغة ببساطة أهم وسيلة تواصلية في المشهد الإعلامي الفضائي وهذا ما أكده "رولان بارث *rolan barth*" في قوله: " إن القيمة الإقناعية للصورة في الخطاب الإعلامي لا تتحقق نجاعتها إلا في ضوء النسق اللغوي"، فأنظمة الحركة واللباس والموسيقى لا تكتسب صفة البنية الدالة إلا إذا مرّت عبر محطة اللغة التي تقاطع دوالها تسمى مدلولاتها وترتبط اللغة في الإعلام على اختلاف صورته بنوع من النسيج اللفظي

يرتبط الخطاب فيه بغاية واحدة وهي حسن التسويق، والإقناع والاقتناء، وهنا قد تتغير صفة اللغة من مجرد الإبداع الخالص إلى خاصية من التركيب والإعجاز والانتقال حيث تظهر مقولة: " أن النص عبارة عن ممارسة دالة تظهر إلى النور بواسطة قواعد التركيب والتحويل والانتقال".

يرعى في هذا النص الإبداعي المتلقي وغياب كلي للمرسل، فلا مجال لظهور شخص، وميول صاحب النص بل العكس فإنّ الشخص والميول كلها للمتلقي، والغاية ملامسة أحاسيس المستهلك وإثارة إعجابه، فالغاية اقتصادية قبل أن تكون لغوية أو فنية لأنّ هدفها خدمة التسويق وليس شيئاً آخر¹، لذا ينبغي أن تكون الكلمة أو الجملة المستخدمة في الإعلان تخدم الهدف الذي يسعى إليه الإعلان وتتمكن من تحقيقه، وهذا يتطلب البراعة والإبداع في استخدام الكلمات لكي يكون لها وقع خاص في أذهان المتسمعين لأنّ النص الإعلاني أحياناً يحتاج لذكر التفاصيل عن السلعة أو الخدمة أو ميزات وأماكن تواجدها وطرق استعمالها والأدلة المؤيدة لصدق هذا الإعلان، وأحياناً أخرى قد يقتصر النص على عدد محدود جداً من الكلمات المصاغة بأسلوب بسيط، وبترتيب منطقي للفكرة، وبشكل مختصر، يعني أن طول النص الإعلاني يتوقف على: نوع الدعوة الإعلانية ومدى صعوبة الفكرة، ودرجة معرفة المستهلك بالسلعة، لأنّ نجاح النص في إقناع المستهلكين وفي البقاء في ذاكرتهم لأطول مدة ممكنة يتوقف على الشروط التالية:

- أ. سهولة النص وبعده عن التعقيد في الصياغة اللغوية من أجل تمكن الجميع من فهمه.
- ب. الاختصار الشديد عن طريق التركيز اللغوي القوي الذي قد يجعل كلمة تحل مكان جملة.
- ج. إسداء أو تقديم النصائح والمعلومات اللازمة حول خصائص ومميزات وطرق استخدام السلعة.
- د. اللجوء إلى تقسيم فقرات النص في حال استخدام النص الطويل².

¹ بوحناني سعاد أمنة، لغة الإشهار بين الإقناع والإبداع، مجلة اللغة العربية والتواصل، العدد 12، الجزائر، 2012، ص118.

² - محمد جودن ناصر، الدعاية وإعلان والعلاقات العامة، ص133.

المبحث الخامس: وظيفة اللغة في الصورة التلفزيونية:

لقد عدّ الفلاسفة القدماء البلاغة أداة اللغة التي يتم من خلالها التأثير في سلوك الأفراد وآرائهم، وإذا نحن طالعنا تعريفات البلاغة نجد أنها تركز على انتقاء الألفاظ المناسبة بغية التأثير في الآخر، وللإحاطة بمضمون هذه التعريفات وبيان صلتها بالإقناع، نشير إلى تعريف أفلاطون للبلاغة، إذ يعرفها بأنّها: (أداة تستهدف كسب عقول الناس بالكلمات).

وأرسطو يعرفها بأنّها: (القدرة على كشف جميع السبل الممكنة للإقناع في كل حالة بعينها).

ونكتفي هنا بهذا القدر من التعريفات، لنتحول بعد ذلك إلى تحليل مضمونها.

إن التعريفات الواردة تشير بصورة لا لبس فيها إلى¹:

1. أن البلاغة تعتمد بالدرجة الأساس على الألفاظ، ولا نعني بذلك الألفاظ الاعتيادية التي يتحدث بها الأفراد لغرض الاتصال مع بعضهم، وإنما نعني بالألفاظ هنا تلك الألفاظ البليغة والدقيقة التي تبلغ صميم المطلوب، أو هي ألفاظ بالغة الدلالة تفضي في الحال إلى إحداث الأثر المطلوب أن يحدث لدى الجمهور المستهدف بها.

وعلى ذلك فإنّ الألفاظ البليغة والدقيقة في معانيها تفضي إلى تحقيق الأهداف المخططة لرسالة.

2. تستهدف البلاغة إقناع الآخر، والإقناع كما هم معلوم يعتمد على اللغة، ولكي يكون الإقناع فعالاً ومؤثراً لا بد من استعمال لغة واضحة ومفهومة، وفي الوقت نفسه تشتمل على ألفاظ بالغة الدلالة، في محاولة لإحداث حالة من الإعجاب لدى المستقبل بدقة الألفاظ، لينتهي بعد ذلك إلى تبني وجهة نظر المرسل.

3- أنّ اللغة التي تفتقر إلى البلاغة تصبح مجرد ألفاظ خالية من قوة التأثير، ذلك التأثير الذي يبلغ بها إلى مستوى الإقناع.

من ذلك يتضح أن ثمة علاقة بين اللغة والبلاغة، إذ تنطلق هذه العلاقة من مقولة أن اللغة توفر الألفاظ عند الاتصال، وأن البلاغة تضي على اللفظ دلالة مؤثرة، أو بعبارة أخرى: إنّ البلاغة تجعل المفردة مطابقة لمقتضى الحال، ولأنّ الإقناع يتم عن طريق اللغة فلا بد- والحال هذه- من انتقاء ألفاظ واضحة المعنى، ومؤثرة دلالاتها.

تلك مسألة تخص وظيفة اللغة في الاتصال المواجهي، أمّا وظيفتها في الاتصال الحادث عبر الصورة فتتخصص في التبليغ أو الإقناع، وهذا ما يلاحظ بصورة واضحة في الحملات الانتخابية، والإعلانات التلفزيونية، والأعمال الدرامية، والمناقشات الجماعية.

¹ محمود شمال حسن، الصورة والإقناع، دار الأفاق العربية للتوزيع والنشر، ط1، القاهرة، 2006، ص56.

ففي الحملات الانتخابية يعمد المرسل إلى تنظيم دعاية تستهدف تعريف المرشح، مع بيان الأعمال التي ينوي تنفيذها عند نجاحه في الانتخابات، وهذا كله يعتمد على الدقة في استعمال اللغة المصاحبة للصورة وهي تعرض المرشح أثناء لقائه بالناخبين وحديثه معهم، والإجابة عن التساؤلات التي يطرحونها عليه، ووجهة نظره في معالجة بعض المشكلات التي يعانيتها المجتمع، فالدقة والوضوح في استعمال اللغة، مع إبراز صور تعكس ثقته بنفسه وقدرته على تحمل مسؤولية المنصب المرشح له، سيفضي إلى تكوين انطباعات حسنة عنه، ولاسيما في اللقاءات الأولى من الحملة الانتخابية، لذا يحرص المرشحون في هذه اللقاءات على أن تكون لافتة للانتباه، ولكي تكون كذلك ينبغي أن تكون لغة مرشح واضحة المعاني، وبالغة الدلالة، مع مراعاة الإيجاز في الحديث، والتركيز على الألفاظ الدالة على الفعل العملي الذي تسمح أحوال المجتمع وظروفه بتحقيقه¹.

وفيما يخص الإعلانات التلفزيونية تكون وظيفة اللغة إقناع المستهلك بحاجاته إلى السلعة، أو الخدمة المعلن عنها، ومخاطبته أنه سيعاني بعض المتاعب في منزله أو في حياته العامة إن لم يسارع إلى اقتناء هذه السلعة، أو الاتصال بالخدمة المعلن عنها.

وثمة وظيفة أخرى للغة في الإعلانات التلفزيونية، تلك الوظيفة التي تتمثل بألية استعمال السلعة المعلن عنها، وذلك بتقديم ألفاظ سهلة ومفهومة عن هذه الآلية.

وهناك وظيفة ثالثة للغة في الإعلانات التلفزيونية، هذه وظيفة تنحصر في تبليغ المستهلك عن مكان بيع السلعة، أو مكان الخدمة المعلن عنها، ثم بعد ذلك تختتم لغة الإعلان بذكر هواتف هذه الأماكن، في محاولة لحث المستهلك على الاتصال، بهدف تقديم المعلومات الكافية عن السلعة أو الخدمة المعلن عنها.

وفيما يتعلق بالأعمال الدرامية تكون وظيفة اللغة المصاحبة للصورة هي إيضاح الحدث للمشاهد، وذلك من خلال الحوار الذي يجري بين الشخصيات، كذلك تكون وظيفة اللغة في الصورة معرفة دور كل شخصية في الحبكة الدرامية، إلى جانب معرفة الفكرة الرئيسية للفيلم أو المسلسل، وهنا تكون وظيفة التبليغ قد تحققت، أما الوظيفة الإقناعية فإن

¹. محمود شمال حسن، الصورة والإقناع، المرجع السابق، ص58.

تحقيقها يعتمد على طبيعة الحوار الذي يجري على ألسنة الشخصيات، فإذا كان الحوار ينطوي على ألفاظ واضحة وبالغة الدلالة، تكون الوظيفة الإقناعية قد تحققت، أمّا إذا كان الحوار يفتقر إلى الدقة في الألفاظ، إلى جانب خلو المفردات من المعاني الدقيقة، فإنّ الإقناع يغدو ضعيفاً.

المبحث السادس: أهمية القنوات التلفزيونية الفضائية

1. إن القنوات الفضائية تجمع بين الكلمة المسموعة والصورة المرئية مما يزيد من قوة تأثيرها
2. إن القنوات الفضائية تتميز بقدرتها على جذب المشاهد وتحقيق درجة عالية من المشاركة من خلال ما تقدمه من مواد تعليمية وترفيهية إضافة إلى التأثير الاجتماعي الذي تقوم به.
3. تتعامل مع المشاهد مباشرة، فالمرسل في هذه الوسيلة يخاطب المستقبل وجها لوجه حيث يخزن الوقائع والصور ويختصر الزمن بين وقوع الأحداث وعرضها على المشاهدين مباشرة أو بتسجيل أو بعد حين.
4. إمكانية نقل الأحداث الاجتماعية على الهواء ساعة وقوعها ونقل الكثير من الجوانب الثقافية والمعنوية والمادية للمشاهد ونقل خبرات الأشخاص ذوي المواهب والتخصصات النادرة وإلقاء المحاضرات وعرض البرامج والندوات والأفلام العلمية والوثائقية والتاريخية والترفيهية والدراسية ونقل حياة الشعوب وأساليب حياتهم وعادات مجتمع وتقاليده.
5. الصورة المتحركة الملونة الباهية الناطقة التي تقدمها القنوات الفضائية تجعل المشاهد يتابع الأحداث في مكانه دون أن يكلف نفسه عناء السفر أو الخروج من منزله للبحث عنها وبهذا يكون وفر على نفسه الوقت والجهد والمال.
6. تتميز القنوات التلفزيونية الفضائية بقدرتها على تحويل المجردات إلى محسوسات وتعد وسيلة جذابة للكبار والصغار فهي تمتلك القدرة الفنية التي تمكنها من تحويل الخيال إلى صورة واقعية والواقع إلى الخيال وبهذا تعد القنوات التلفزيونية الفضائية إبداعا وتكنولوجية هائلة تطلعننا على كل مستجدات العصر في عصر الإعلام والعولمة¹.

خلاصة الفصل الأول:

¹ حسين دبي الزويني، القنوات الفضائية والإعلام الاقتصادي، مرجع سابق، ص54.

مما سبق ذكره يتضح أن المكانة التي تحتلها القنوات التلفزيونية داخل أي مجتمع لا تتحقق إلا من خلال الوظائف التي تؤديها بداخله وذلك على المستوى العديد من المجالات و الأصدء و هذا لميزتها المتمثلة في نقل المعلومات والأخبار على الجمهور العريض فمكانة القنوات داخل السياق الاجتماعي الذي تتواجد به ترتبط بمدى الوظائف التي تؤديها والتأثيرات المختلفة التي تحدثها وبهذا تكون القنوات التلفزيونية قوى لا غنى عنها تتمحور ضمن حياة كل فرد يتواكب مع التطور التكنولوجي ووسائله.

تمهيد:

نظرا لأن القنوات الفضائية هي الوسيلة الأقوى والأهم في التأثير على المجتمعات الإنسانية لما تملكه من الإشارة الصوتية والصور التقنية وبتّ الحصص أو الأفلام الواقعية وشبه الواقعية أو البرامج التي تحاكي جمهور مستهدف من المجتمع بكافة شرائحه وطبقاته وخاصة أهم عنصر في المجتمع باعتباره الركيزة الأساسية في استمرارية المجتمع وكيونته وهي المرأة التي تراها دائما تسعى إلى التغيير والتطلع نحو التطور والرقى فلها دور مؤثر في الحياة بكل مجالاتها فهي تعمل دائما لتتواكب مع مستجدات العصر الذي تعيشه بجميع وسائله التكنولوجية.

المبحث الأول: القنوات الفضائية العربية الخاصة

تعد القنوات العربية الخاصة التي تمتلكها وتديرها رؤوس الأموال العربية إحدى المعالم الحديثة للإعلام العربي، برزت هذه القنوات كنتيجة لثورة الاتصالات بعد عقود طويلة من احتكار الحكومات العربية للإعلام المرئي والمسموع وقد شهدت السنوات القليلة الماضية تدققاً هائلاً لرأس المال العربي الخاص في مجال إطلاق القنوات الفضائية العربية سواء من خارج المنطقة أو من داخلها، واستطاعت العديد من القنوات الفضائية جذب اهتمام المشاهد العربي وحقق بعضها رغم قصر المدة الزمنية على إطلاقها نجاحاً جماهيرياً برغم وجود وجهات النظر التي تلخص فكرة الاستقلال التام لبعض المحطات الخاصة، مع ذلك فإن القنوات الفضائية الخاصة قد استطاعت تحريك المياه الراكدة في مجال الإعلام التلفزيوني الفضائي العربي.

وتمثل القنوات الفضائية المتخصصة إحدى خطوات تطور الخدمات الاتصالية العالمية والتي بدأت بمرحلة الصفوة التي تستهدف الوصول إلى صفوة المجتمع وتطورت إلى مرحلة الحشد التي تستهدف ملاقة اهتمامات جميع أفراد الجمهور إلى مرحلة التخصص التي تستهدف خدمة احتياجات جماهير محددة، وأخيراً مرحلة التفاعل التي تهدف إلى التبادل والتفاعل بين الجمهور وقنوات الاتصال ويتزايد خلالها التحكم الانتقائي للجمهور في المعلومات التي يتم اختيارها¹

تسعى القنوات الفضائية العربية المتخصصة لمخاطبة جمهور محدد بتقديم مواد إعلامية معينة وتختلف ما بين قنوات متخصصة أخرى وهذا من حيث نوعية الجمهور والمتلقي لهذه الخدمة ولهذه القناة المتخصصة مثل: قنوات الأطفال المتخصصة – قنوات المرأة المتخصصة إلى جانب قنوات متخصصة من حيث نوعية المضمون المقدم من خلالها مثلاً: قنوات متخصصة بالرياضة – قنوات متخصصة بالموسيقى – قنوات متخصصة بالأفلام وأخرى متخصصة بالطبخ وغيرها.

يمثل الاتجاه نحو التخصص اتجاهاً شائعاً في مجال البث الفضائي العربي وبرز الاتجاه نحو التخصص بدرجة أكبر في مجال القنوات الخاصة، حيث ارتبط التخصص في مجال البث الفضائي العربي بانطلاق مجموعة قنوات الراديو التلفزيوني العرب **ART** التي تضم

¹. فارس عطوان، الإبداع الإعلامي في الفضائيات العربية، دار أسامة للنشر و التوزيع – ط1، 2009، ص20.

مجموعة من القنوات العربية المتخصصة، وتقدم مجموعة **MBC** مجموعة من القنوات المتخصصة في مجالات الأطفال. الأفلام- الدراما الأجنبية، كذلك الحال بالنسبة لمجموعة من قنوات الجزيرة التي تجمع ما بين قنوات الأخبار- الرياضة – الأطفال- قناة البث المباشر- القناة الوثائقية... إلخ¹

وبهذا يكون المجال واسع في إطار التخصص ليشمل العديد من المجالات.

المبحث الثاني: لغة الفضائيات العربية بين الفصحى والعامية

¹ . هبة شاهين- التلفزيون الفضائي العربي –الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، الطبعة الأولى 2008 ص 39-38.

تغيب اللّغة العربية الفصحى عن اهتمام الإعلاميين العرب وتقتصر على نشرات الأخبار والتعليقات الإخبارية وهو ما يهدّد مستقبل اللغة العربية على أهم منافذها الحديثة كوسيلة أولى للتواصل مع المتلقي العربي.

تزايدت بشكل كبير العوامل التي تؤثر على اللغة العربية كمعبر أساسي عن الثقافة والهوية العربيّتين، ومن أبرز المخاطر التي تهدّد اللّغة العربية اليوم هو تزايد الاعتماد على المصطلحات الأجنبية خاصة في الفضائيات العربية الخاصة الناطقة بلسان العرب وأحد أبرز الأدوات لنشر الثقافة العربية، فقط سقطت الفضائيات العربية في فخ اللغات الأجنبية واللّغة العامية المتداولة بين العامّة فأصبح المذيعون ومقدمي البرامج يحرصون على تطعيم حديثهم بإدخال كلمات أجنبية فهل السبب أن مصطلحات اللغة العربية الفصحى أصبحت قاصرة ولم تعد تواكب تطور العصر؟ أم هو تظاهر بالمدنية والثقافة الغربية؟

يتحدث عن هذه الظاهرة عبد الفتاح أبو الفتوح أستاذ أصول اللغة العربية بجامعة الأزهر بالقول "إنّ انحدار مستوى اللغة العربية أصبح سمة عامّة في حياتنا في الجامعات والمدارس وأجهزة الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية وبخاصة في الفضائيات التي انتشرت في الآونة الأخيرة وهذا يشكل خطورة على اللّغة العربية لأن الفضائيات لها تأثير قوي على المشاهد".

وفي ظل الحديث عن الوسائل المرئية والمسموعة لا تغيب عن أذهاننا أننا نتحدث عن التلفزيون باعتباره الوسيلة الأكثر استخداما داخل كل بيت فاللغة في التلفزيون تتعرض لموجات من التذبذبات وأحيانا من التسوية والتعريف والواقع أنّ لغة التلفزيون في شتى البرامج والأفلام تخترق حرمة اللغة العربية فتارة بين العامية وتارة بين الفصحى وأخرى لغات أجنبية عديدة.

والحقيقة أنّه لا يطلب من رجل الإعلام أن يتحدث إلى الجمهور بلغة سبوية بأن يبالغ في التقعر والتفاحح وإنّما أقصى ما يطلب منه هو احترام قواعد اللغة والمعايير المنظمة لها مما يضيف على أسلوبه مسحة من الأناقة والجمالية وينأى عن الرداءة والقصور.

إنّ ما يحدث من تدني لمستوى اللغة العربية وخاصة في وسائل الإعلام يمثل انحدارا في استخدام اللغة القومية ويعطي انطبعا للمتلقي أنّ اللّغة العامية واللغات الأجنبية في درجة أرقى من لغته الأم وهو ما يجعله يختلط في ذهنه أنّ اللّغة تستلزم التشبه بالغرب والنتيجة ستكون السقوط في هوة التقليد الأعمى.

الإعلام بطبيعة الحال له أهمية كبرى وتأثير على النشء إذ له رسالة خطيرة في طريقة التعليم والتنقيف وتنمية السلوكيات والقدرات للمتلقي، فإذا كانت اللّغة الإعلامية المتداولة في الفضائيات لغة ركيكة لا ترقى إلى المستوى المطلوب فسوف تضعف اللغة العربية في نفوس متلقيها من أطفال ونساء وشباب اعتبارا أنّ هذه الفئة من المتلقين هم الفئة المستهدفة في مجال الإعلام.

ومن هنا لا بد من الاهتمام باللّغة الفصحى المبسطة المفهومة خاصة في البرامج الفضائية واختيار خبراء وإعلاميين يجيدون الحديث بالفصحى السليمة البسيطة في آن واحد. كما يجب عقد دورات متخصصة للمذيعات و المذيعون لتعليمهم أبسط قواعد الحديث باللّغة العربية السليمة الفصيحة حتى لا تصبح اللغة العربية غريبة بين أهلها ولابد من المحافظة على الاستخدام المبسط للغة العربية خاصة في أجهزة الإعلام لما في ذلك من أثر على المتلقي¹.

المبحث الثالث: المرأة والفضائيات

منذ أن عرف الإنسان العربي و شهد انطلاق عمل الفضائيات من خلال منظومة الستلايت ورؤية البرامج والدراما التي تبغي التعبير عن واقع أو ظواهر أو حالات معينة ومن خلال الشاشة برزت الحاجة الشديدة إلى وجود المرأة في ثنايا عمل هذه الفضائيات

¹. عبد العزيز شرف، علم الإعلام اللغوي، شركة مصرية / لونجان، ط1، 2000، ص65.

ورأينا استقطاب الكثير من هذه الفضائيات للمرأة و هذا من خلال مختلف البرامج التي تبث ولقد كان مؤملا من هذه الفضائيات كنوات كبيرة وهائلة الإمكانيات والمؤهلات تدشين سياسة تقدمية ترفع من شأن المرأة وتبرز الوجه البهي والواقع الذي يفترض أن يليق بها باعتبارها كانت مهمشة وفقدت العديد من حقوقها على مر تاريخها الإنساني وبهذا جاء عمل الفضائيات كأداة تثقيفية وتنموية وترفيهية وغيرها من المجالات التي تلبي حاجياتها المتنوعة وترفع من معنوياتها وحتى ترقى سلوكياتها اعتبارا من ميزة وجود هذه الفضائيات ودخولها إلى كل بيت ووصولها إلى المرأة وهي في منزلها.

فالمرأة ومن خلال نوعية البرامج التي تبث عبر الفضائيات هي المرأة التي كانت افتقرت إلى الوعي والمعرفة ولأبسط الأمور التي لم تكن على دراية بها مسبقا فتراها تبحث دائما عن القنوات التي تهتم بشؤونها الخاصة فمثلا نجدنا تميل نحو القنوات التي تنشر برامج الموضة والأناقة و الأزياء والإكسسوارات والطبخ والجمال فهذه كلها من أولويات الأمور التي تميل نحوها المرأة اعتبارا بكونها إنسان رقيق محب إلى كل ما يجعلها تتواكب مع العصر والحضارة.

فالقنوات الفضائية لها دور كبير داخل كل إنسان سواء على بناءه الفكري أو الاجتماعي أو النفسي فهي تدخل الديار لتنتشر بين الأفراد وتصنع الأذواق ويصبح لكل فرد ذوقه وميله لبرنامج معين¹.

المبحث الرابع: أنواع القنوات الفضائية العربية المتخصصة في برامج المرأة:

شهدت الساحة الإعلامية العربية بروز قنوات عربية متخصصة من حيث البرامج التي تقدمها تتوجه إلى فئة معينة لتصبح هذه القنوات مركز اهتمام لدى كل امرأة من

¹ . موقع الحوار بتاريخ 25 أبريل 2015 على الساعة 30:20 www.elhewar.org .

المجتمع العربي ونقطة بداية للتغير والتطلع على كل ما هو جديد ومستحدث على حسب ميول ورغبات كل امرأة.

فهذه القنوات المتخصصة بالمرأة تعتمد في غالب برامجها على تقديم برامج من موضة وجمال و أناقة و ديكور- وفن وإبداع المرأة العربية وهمومها و تتمثل هذه القناة في:

قناة هي: قناة عربية لبنانية تبث على المباشر وشعارها " أصبح للمرأة العربية عنوان " فهي قناة متنوعة تهتم بشؤون المرأة وعالم الأزياء والمكياج والإعتناء بالشعر إلى جانب الطبخ وتربية الأطفال والديكور والتطريز وبرامج عن المراهقات، فهي بذلك تلبي احتياجات المرأة وتقدم الجديد لها.¹

قناة الآن: أطلقت في شهر أغسطس 2006 وهي تبث برامجها من مدينة دبي للإعلام شعارها " إبدأ الحوار " فهي محطة تبث برامجها لكافة الدول العربية بأسلوب ممتع ومحبب للجميع ليتمكنوا من التفاعل مع القناة براحة وسهولة حيث تعرض مجموعة متنوعة من البرامج التثقيفية والترفيهية التي تهدف إلى إثراء فكر المرأة العربية و توسيع أفاقها حول كافة المواضيع المتعلقة بها و بأسرتها.²

قناة فتافيت: هي أول قناة طبخ مجانية تبث على مدار 24 ساعة من الشرق الأوسط،تهدف هذه القناة إلى تعريف المشاهدين بقوائم و أطباق الطعام الغربية من خلال رحلات الطبخ المثيرة و المسلية مع أفضل العروض التلفزيونية العالمية وأشهر الطهاة وأكثر البرامج ابتكارا و تميزا.³

قناة سميرة TV: تم إطلاق قناة سميرة TV الجزائرية مؤخرا على قمر نايل سات مقرها ببرج الكيفان، وهي قناة موجهة للمرأة الجزائرية والعربية تهتم هذه القناة بالطبخ الجزائري

¹ . www.hiaarabia.com موقع الحيارى بتاريخ 03 أبريل 2015 على الساعة 18:07

² . www.elane.com موقع الآن بتاريخ 03 أبريل 2015 على الساعة 18:19

³ . www.fatafeat.com موقع فتافيت بتاريخ 10 أبريل 2015 على الساعة 01:48

تبت حصص خاصة بمجال الخياطة والتفصيل والتدبير المنزلي وكل ما يخص شؤون البيت¹.

المبحث الخامس: تأثير القنوات الفضائية العربية على المتلقي

قيل الخوض في مسألة المآخذ الإيجابية أو السلبية للقنوات الفضائية العربية لا بد أن نبين نقطة مهمة، وهي لا ينبغي أن نطلق الأحكام على القنوات الفضائية العربية التي تمتلكها دولة كافترة أو أشخاص كفار و هذا لا يعني أنه لا يوجد سلبيات أو إيجابيات مشتركة على اعتبار أن القنوات التلفزيونية هي سلاح ذو حدين ذخيرته الأساسية في الحقيقة هي المعلومات.

فالحكم على إيجابيات القنوات الفضائية العربية مرتبط بطبيعة الاستخدام باعتبارها وسيلة اتصال ومن بينها:²

- وسيلة اتصال الأكثر انتشارا والأوسع مدى وجذبا وإغراء لجمعها بين الصوت والصورة والضوء واللون والحركة.
- وسيلة العصر من شأنها أن تجعل التدين ثقافة للناس وتزكي جذوة الإيمان في النفوس وتؤكد الترابط الاجتماعي، وتسهم في بناء المجتمع الفاضل والأمة الملتزمة.
- تساعد الإنسان على توفير أسباب الراحة وتحقيق المصالح.
- محو الأمية ونشر التعليم وثقافة الجماهير والنقل الحي للأحداث.
- تطوير سبل أو صور التبادل العلمي والثقافي وهو فرصة للتجاوز الحضاري.³

وكذلك من مزايا البث الفضائي العربي:

- تفاعل العرب مع التكنولوجيا الاتصالية ساعد على التصدي لهجوم القنوات التلفزيونية الأجنبية وبتأثيرها الثقافي والاجتماعي المتناقض مع القيم والعادات العربية والإسلامية.

¹ www.samiratv.com موقع فتافيت بتاريخ 10 أبريل 2015 على الساعة 00:03

² . هبة شاهين- التلفزيون الفضائي العربي- مرجع سبق ذكره ص 48/49.

³ فاطمة حسين عواد - الإعلام الفضائي- دار أسامة للنشر و التوزيع - الأردن ط1؛ 2010 ص 98/97.

- إن تعدد القنوات الفضائية العربية وتزايدها ساهم في تنويع المضامين الإعلامية من رياضية، الأفلام العربية، برامج المرأة، الأطفال، غنائية، دينية، الحوار، قنوات الشراء والتسويق، الطبخ الأدب والشعر.
- تزايد حجم الجمهور مما يساهم في تراجع سيطرة الإعلام الحكومي على عقول الجماهير العربية.
- احتلال القنوات الفضائية العربية قائمة القنوات الفضائية الأكثر مشاهدة من طرف الجمهور العربي، وهذا يؤثر على مستوى أدائها.
- الإسهام في رفع سقف الحرية وتحقيق حرية الإعلام ومبدأ ديمقراطية الاتصال من خلال القنوات الإخبارية العربية.¹
- الدور الفعال لمؤسستنا "عربسات" و"نايلسات" في تعزيز الحضور العربي في الفضاء.
- بروز مدن البث والإنتاج الإعلامي العربية الثلاث: القاهرة، دبي وعمان استطاعت هذه المدن جذب الاستثمارات العربية التي نمت بالخارج مثل MBC في مدينة دبي.
- تحقيق التواصل مع المهاجرين العرب، وتعيد العائلة المهاجرة بشكل رمزي إلى أجواء الوطن من خلال الموسيقى والأصوات العربية.
- نمو شبكات التلفزيون المدفوع في المنطقة العربية والتي ثبت إرسالها مشفرا للجمهور المشترك في خدماتها، بهدف تطوير مستوى الخدمة التلفزيونية المقدمة.

وهناك تأثيرات سلبية عديدة للبيئة الاتصالية الحديثة بمعنى القنوات الفضائية العربية وتمثلت في :

1. التأثيرات الإنسانية في الحياة البشرية عموماً وفي الحياة الإسلامية خصوصاً، فهي تقوم بعرض برامج و نصوص غير ملائمة لفكر البشر السوية، كالأفلام الرياضية وفرض سياسات كونية لم يكن لها أن تقبل لولا ترويج القنوات الفضائية تعميماً وتسويقاً.¹

¹ أديب خضور -دراسات تلفزيونية -المكتبة المركزية ، دمشق ط1، 1998 ص 22.

2. إهدار الوقت وعدم الاستفادة منه في الدراسة وعرض مشاعر الإغتراب والسيطرة على الأفكار، وتغيير نمط الحياة والقيم واللغة، وأشكال التعامل والسلوك في المجتمع.
3. افتقاد خارطة البث الفضائي العربي إلى التنسيق بين القنوات المختلفة والكثرة العددية هي السمة الغالبة على البث التي من خلالها يتم تقديم إعلام متشابه مكرر.
4. عجز القنوات الفضائية العربية على تلبية احتياجاتها المتزايدة من البرامج في ظل التعدد و ضعف الإنتاج العربي، وضغوط المنافسة مع القنوات الأخرى.
5. فشل القنوات الفضائية العربية في تثبيت شعارها وقيامها بتغيير شعارها من وقت لآخر، كما تتسم الشعارات بالفقر البصري، و بعدم الارتباط بالهوية العربية.
6. تصوّر القنوات الفضائية العربية في مجال الإعلام الدولي الموجه للجمهور الأجنبي ومخاطبته بلغاته وذلك لشرح بعض وجهات النظر في القضايا التي تهتم وتمس مصالحه بهدف مد جسور التفاعل بين الثقافتين العربية والغربية، وتصحيح صورة العرب بالخارج.
7. غياب حريات الاتصال وتضييق هامش الحريات فالقنوات الفضائية العربية الخاصة ليست مستقلة على ضغوط الحكومات وسيطرة رأس المال.
8. سيطرة روح القطرية الضيقة والتعالي مما يؤدي إلى قطع جذور المحبة بين الشعوب العربية.
9. استغلال مناخ الانفتاح الإعلامي في بعض الدول العربية كالعراق 2003 مما أدى إلى انطلاق قنوات من إيديولوجيا مختلفة لها أبعاد طائفية- دينية - ثقافية - سياسية.

¹ فاطمة حسين عواد- الإعلام الفضائي - مرجع سبق ذكره ص 88-94

10. عدم وضوح ملكية وأهداف العديد من القنوات الفضائية التلفزيونية العربية التي تعدم

الهوية العربية في ثوب عربي يخدع المشاهد العربي.¹

خلاصة الفصل الثاني:

لقد تحولت القنوات الفضائية العربية المخصصة في شؤون المرأة أداة للتأثير على شخصياتها وسلوكها الاجتماعي بحيث أضحت القنوات الفضائية العربية المخصصة ذو أهمية بالغة الأثر ليس على الصعيد الإعلامي فحسب وإنما في أنساق متعددة سواء كانت اجتماعية أو ثقافية أو غيرها من المجالات التي تتمحور في إطار اهتمامات المرأة التي تتجلى ضمن حياتها اليومية فالقنوات الفضائية العربية المخصصة ما هي إلا سيف ذو حدين إما تعمل إيجاباً في حياة الفرد وهذا ينطبع على نوع التنمية والتطور والتغيير الذي يطرأ أو سلباً بتدهور آفاقه وهذا طبعاً نابعا من عدم الاستخدام الجيد للفضائيات.

¹. نهود القادري - عيسى قراءة في ثقافة الفضائيات العربية - الوقوف على تخوم التفكيك - مركز دراسات الوحدة العربية - بيروت - طبعة أولى- 2008- ص15

تمهيد:

تعتبر الدراسة التطبيقية من الدراسات المهمة في أي بحث تقوم به بحيث أنّها تدعيم للدراسة النظرية من خلال التأكد من الإشكالية والتساؤلات المطروحة سلفاً ويجعل موضوع دراستنا ذا أهمية وأثر فعال وسوف نتعرض في هذا الجانب إلى تحليل النتائج والإجابة عن التساؤلات.

تحديد المجال الزمني والمكاني للدراسة:

يعد البحث العلمي مزج وتكامل بين المعطيات الميدانية و النظرية و العلمية المنتقاة من قاعدة مرجعية ترتبط بالبحث و هو ما قمنا بالعمل عليه من شهر جانفي 2015 بجمع المعلومات الخاصة بموضوع الدراسة.

وبعد الانتهاء من الإطار المنهجي والنظري المكون من فصلين اتضحت لنا الرؤية السليمة للإطار التطبيقي حيث قمنا في شهر ماي 2015 وتزامنا مع ملتقى أعلام مستغانم في اللغة والفكر يومي 12 و 13 ماي 2015 الذي انعقد بجامعة مستغانم قمت بتوزيع الاستمارات على مجموعة من طالبات وعاملات وماكثات بالبيت من أجل الحصول على إجابات الأسئلة المطروحة في الاستمارة و بإجمال كانت الأسئلة تنحصر في 11 سؤال تتمحور أسئلتها حول قناة سميرة TV وهكذا لئنتمه من جمع الاستمارات أنعرضها على الجانب الإحصائي من أجل الحصول على نسب مئوية التي هي أساس الإجابة عن الإشكالية المطروحة في موضوع الدراسة.

بطاقة فنية لقناة سميرة TV:

هي قناة موجهة ومخصصة للنساء الجزائريات خاصة تم إطلاقها على قمر نايل سات في جويلية 2013 على التردد 12418 مقرها برج الكيفان.

تملكها السيدة سميرة بزواوية والتي لها العديد من المؤلفات في مجال الطبخ والحلويات والخياطة، فهي تقدم للمشاهدين برامج متنوعة في فن الطبخ الجزائري التقليدي والطبخ الحديث مع مجموعة من الطهاة المحترفين بالأصالة سواء من داخل الوطن أو من خارجه مثل: (مصر- سوريا - تركيا - روسيا - فرنسا) بالإضافة إلى برامج أخرى تهتم بالطرز والخياطة و برامج أخرى حول بعض الأعمال اليدوية المنزلية الخاصة بالديكور، فن و إبداع مما تضيفي لمساة عصرية و تقليدية على برامجها و تكسب متابعيها خبرة في أي برنامج من برامجها المتنوعة، و تحظى قناة سميرة TV بمشاهدات مميزة من قبل المرأة الجزائرية خاصة.

من طرف الجمهور العربي الكبير سواء من داخل الوطن أو من خارجه وتسعى القناة إلى التمييز أكثر وهي تسعى دائما إلى التغيير نحو الرقي وجلب كل ما ينال إعجاب متابعيها خصوصا أن قنوات الطبخ العربية عددها محدود ليست كباقي القنوات بمختلف التخصصات¹

الرقم الهاتفي للقناة 00213.03.11.21.21 / 00213.99.33.20.12

الإيميل: samiratv.dz@gmail.com

الجانب التحليلي والتطبيقي للدراسة:

1 - السمات العامة:

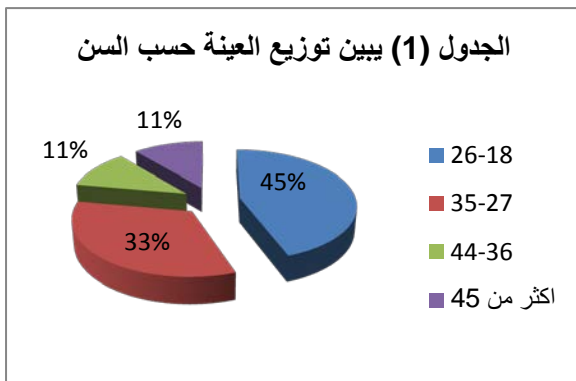
الجدول (1) يبين توزيع العينة حسب السن:

النسبة المئوية	التكرارات	التوزيع
		السن
%44.4	40	26 - 18
%33.3	30	35 - 27
%11.1	10	44 - 36
%11.1	10	أكثر من 45
%100	90	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على أساتذة الاستمارة

تحليل و مناقشة النتائج:

من خلال تحليل و مناقشة الجدول رقم (1) يبين لنا 40 تكرار من مجموع التكرارات وهو ما يمثل نسبة 44.4% من الفئة العمرية ما بين (18- 26 سنة) و تليها 30 تكرار من مجموع التكرارات وهو ما يمثل نسبة 33.3% من الفئة (27-35) ليمثل لنا 10 تكرار من مجموع التكرارات بالنسبة للفئة العمرية (36- 44)سوى نسبة 11.1% وهذا التكرار كان متقابل مع الفئة العمرية أكثر من 45 سنة بالتساوي بينهما.



الاستنتاج: يمكن أن نستنتج من مناقشتنا لنتائج الجداول أن أغلب نسبة كانت من نصيب الفئة العمرية (18 – 26) بحيث قدرت ب 44.4% و هذا راجع لكون المجتمع الجزائري يغلب عليه فئة الشباب.

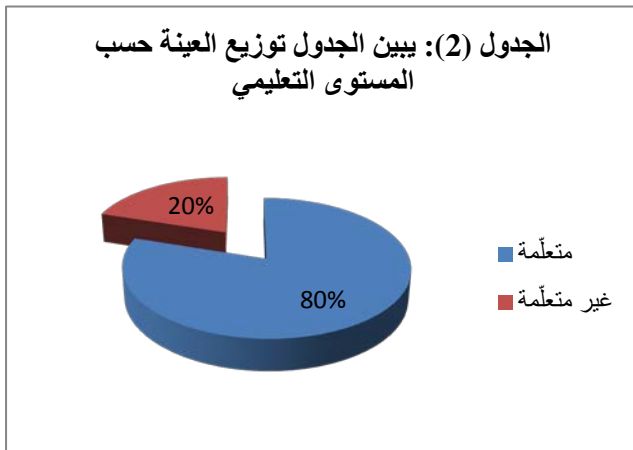
الجدول (2): يبين الجدول توزيع العينة حسب المستوى التعليمي:

النسبة المئوية	التكرارات	التوزيع المستوى التعليمي
80%	72	متعلمة
20%	18	غير متعلمة
100%	90	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على الاستمارة

تحليل و مناقشة النتائج:

من خلال تحليل ومناقشة جدول (2) يبين لنا 72 تكرار من مجموع التكرارات وهو ما يمثل نسبة 80% من الفئة المتعلمة و 18 تكرار من مجموع التكرارات ما يمثل نسبة 20% من الفئة الغير متعلمة



الاستنتاج: يمكن أن نستنتج من مناقشة نتائج الجدول أن أغلب الفئة متعلمة وهذا إن دل على شيء فإنه يدل على ارتفاع المستوى التعليمي في الجزائر بصفة إيجابية بحيث قدرت النسبة ب 80 % وهي نسبة عالية جدا.

الجدول (3): يبين الجدول توزيع العينة حسب المهنة:

النسبة المئوية	التكرارات	التوزيع المهنة
44.4%	40	طالبة
38.8%	35	عاملة
16%	15	ماكثة بالبيت
100%	90	المجموع

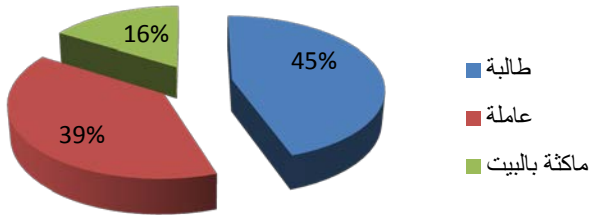
المصدر : من إعداد الطالبة اعتمادا على الاستمارة

تحليل و مناقشة الجدول

من خلال تحليل و مناقشة الجدول رقم (3) يتبين لنا التكرار 40 من مجموع التكرارات و هو ما يمثل 44.4% من الطالبات لتليها فئة العاملات بنسبة 38.8% بينما لم تمثل نسبة الماكثات بالبيت سوى نسبة 16.66%

الاستنتاج: يمكن أن نستنتج من مناقشتنا لنتائج الجداول أن أغلب نسبة كانت من نصيب الطالبات بحيث قدرت 44.4% وهذا ما يساعد بدوره في تحديد كيفية تعامل الطالبات مع قناة سميرة TV وما تسعى الى اكتشافه كل مبحوثة من خلال هذه القناة.

الشكل (3): يبين الجدول توزيع العينة حسب المهنة



الجدول (4): المحور الأول: عادات المشاهدة

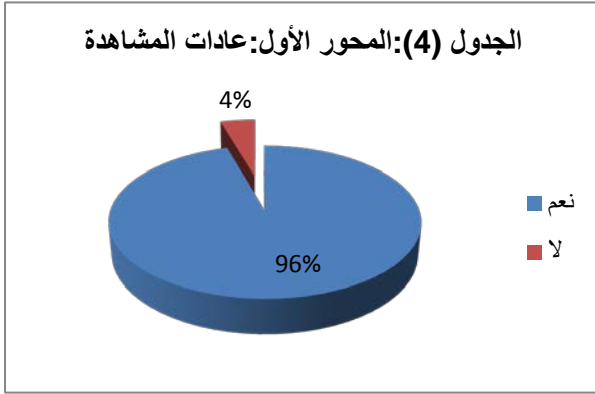
النسبة المئوية	التكرارات	التوزيع مشاهدة قناة سميرة TV
%95.5	86	نعم
%4.4	4	لا
%100	90	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على الاستمارة

تحليل و مناقشة النتائج:

من خلال تحليل الجدول رقم (4) تبين لنا 86 تكرار من مجموع التكرارات و هو ما يمثل نسبة 95.5% من مفردات العينة يشاهدن قناة سميرة TV في حين أن 4 تكرار من مجموع التكرارات و هو ما يمثل 4.4% لا يشاهدن قناة سميرة TV.

الاستنتاج:



نستنتج من تحليلنا ومناقشتنا للجدول أن أغلب نسبة كانت ممن يشاهدن قناة سميرة TV بحيث كانت النسبة مرتفعة قدرت بـ 95.5% وهذا يعني أن قناة سميرة TV تحظى باهتمام غالبية مفردات العينة.

الجدول (5): يبين وسيلة مشاهدة قناة سميرة TV

التوزيع

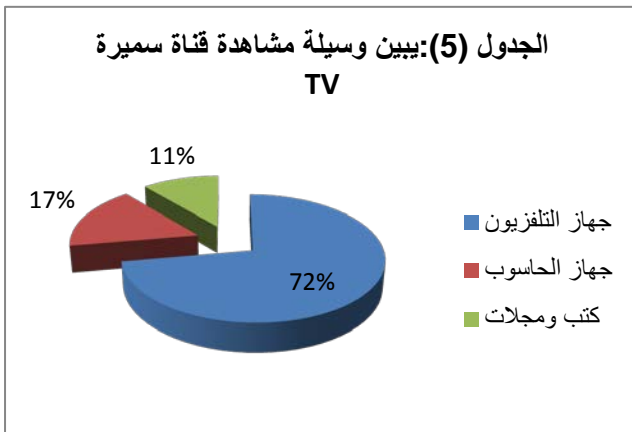
النسبة المئوية	التكرارات	وسيلة مشاهدة القناة
72.2%	74	جهاز التلفزيون
16.6%	9	جهاز الحاسوب
11.1%	7	كتب و مجالات
100%	90	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على الاستمارة

تحليل و مناقشة النتائج:

من خلال تحليل و مناقشة الجدول رقم (5) تبين لنا 74 تكرار من مجموع التكرارات وهو ما يمثل نسبة 82.2% في مشاهدة قناة سميرة TV من خلال جهاز التلفزيون ويليها 09 تكرار من مجموع التكرارات بنسبة 10% ممن يشاهدونها عبر جهاز الحاسوب و يبقى 07 تكرار من مجموع التكرارات ممن يستخدمون الكتب و المجالات وهي نسبة متدنية قدرت بـ 7.7%

الاستنتاج:



نستنتج من خلال مناقشة نتائج الجدول أن أغلب متابعي قناة سميرة TV من خلال جهاز التلفزيون وهذا يرجع لكون أن التلفزيون هو الوسيلة المتوفرة داخل كل أسرة مهما كان وضعها الاجتماعي حيث قدرت النسبة 82.2%.

الجدول (6): يوضح أوقات مشاهدة قناة سميرة TV :

النسبة المئوية	التكرارات	التوزيع أوقات مشاهدة قناة سميرة TV
11.1%	10	الفترة الصباحية
72.2%	65	الفترة المسائية
16.6%	15	في السهرة
100%	90	المجموع

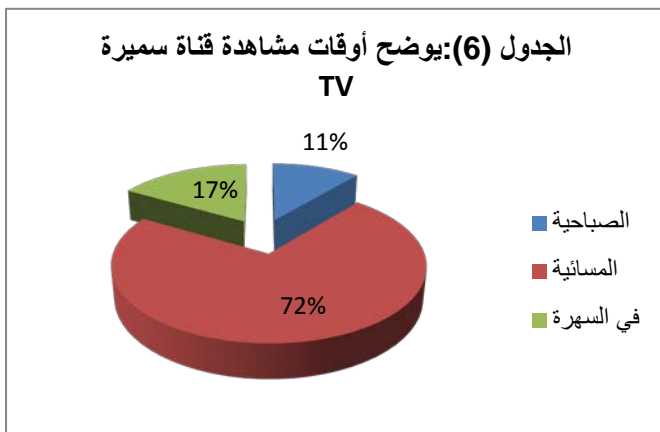
المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على الاستمارة

تحليل و مناقشة النتائج:

من خلال تحليل و مناقشة الجدول (6) يتبين لنا 65 تكرار من مجموع التكرارات و هو ما يمثل نسبة 72.2% ممن يفضلن قناة سميرة TV في الفترة المسائية و يليه 15 تكرار من مجموع التكرارات بنسبة 16.6% من المبحوثات الذين يفضلن مشاهدة قناة سميرة TV في السهرة في حين أن 10 تكرار من مجموع التكرارات كان من نصيب الذين يفضلن مشاهدة قناة سميرة TV في الفترة الصباحية بحيث قدر بنسبة 11.1%

الاستنتاج:

نستنتج من مناقشة نتائج الجدول أن أغلب المبحوثات فضلن مشاهدة قناة سميرة TV في الفترة المسائية و هذا يعود إلى أن عادة ما تنته المرأة من أشغال البيت اعتبارا أن الفترة المسائية هي التي لا يكون فيها شغل و انتهاء المرأة العاملة من عملها لتعود لبيتها وهذا ما حصدها بنسبة 72.2%.



الجدول (7): يوضح لنا الفترة الزمنية لمشاهدة قناة سميرة TV

النسبة المئوية	التكرارات	التوزيع الفترة الزمنية
16.6%	15	من ساعة إلى ساعتين
5.5%	5	من ساعتين إلى ثلاث
22.2%	20	أكثر من ثلاث ساعات
40%	36	حسب ما توفر من الوقت
100%	90	المجموع

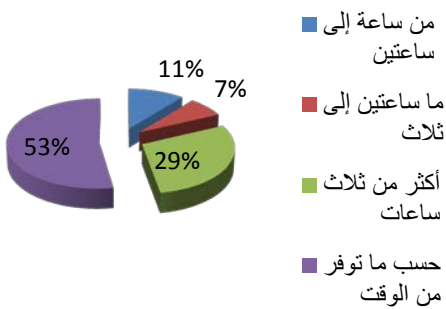
المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على الاستمارة

تحليل و مناقشة النتائج:

من خلال تحليل و مناقشة الجدول (7) يتبين لنا 36 تكرار من مجموع التكرارات وهو ما يمثل نسبة 40% ممن يشاهدن قناة سميرة TV حسب ملائمة الوقت و يليها 20 تكرار من مجموع التكرارات وهو ما قدر بنسبة 22.2% ممن يشاهدن قناة سميرة TV لأكثر من ثلاث ساعات ثم جاءت نسبة 16.6% من المبحوثات الذين فضلن مشاهدة قناة سميرة TV من ساعة إلى ساعتين لنصل في الأخير إلى نسبة 5.5% ممن يشاهدن قناة سميرة TV من ساعتين إلى ثلاث ساعات.

الاستنتاج:

الجدول (7): يوضح لنا الفترة الزمنية لمشاهدة قناة سميرة TV



نستنتج من تحليلنا ومناقشتنا للجدول أن أغلب نسبة كانت ممن يشاهدن قناة سميرة TV بحسب ما توفر لديهن من الوقت بحيث قدرت بنسبة 40% وهذا أمر طبيعي عند كل امرأة جزائرية يرجع إلى انشغالاتها سواء داخل البيت بممارستها أعمالها المنزلية أو خارجه سواء كانت عاملة أو طالبة .

الجدول (8): يوضح لنا الأسباب المحفزة لتفضيل برامج عن أخرى :

النسبة المئوية	التكرارات	التوزيع
----------------	-----------	---------

الأسباب المحفزة		
يرجع للغة الإعلامية	35	%38.88
تقارب الخصوصيات	15	%16.66
تتضمن العادات والتقاليد	40	%44.44
المجموع	90	%100

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على الاستمارة

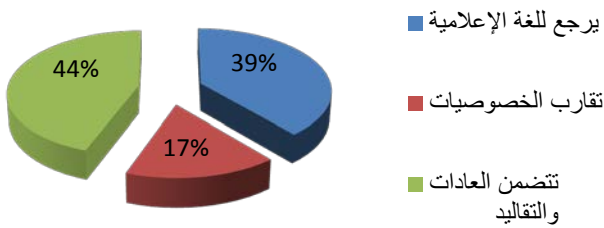
تحليل و مناقشة النتائج

من خلال تحليل الجدول رقم (8) تبين لنا 40 تكرارا من مجموع التكرارات بنسبة %44.44 التي تمثل العادات والتقاليد وهذا راجع إلى طبيعة المجتمع الجزائري وأصالة عاداته وتقاليده وتمسكه بها لنصل إلى نسبة %38.88 من متبعي القناة والذي يرجع حسب الاستبيان إلى اللغة الإعلامية في حين نجد 15 تكرار من مجموع التكرارات قدرت بنسبة 16.66 كأدنى نسبة.

الاستنتاج:

نستخلص من خلال التحليل أن أغلبية المشاهدات يرجعن سبب تفضيلهن للبرامج يرجع إلى العادات والتقاليد، نظرا لاهتمام المرأة الجزائرية بعادات المجتمع الذي تنتمي إليه.

الجدول (8): يوضح لنا الأسباب المحفزة لتفضيل TV برامج عن أخرى



المحور الثاني: التلقي وعلاقته باللغة المستخدمة في قناة سميرة TV

الجدول (9) : يمثل مدى ميل المشاهدات للقناة على أساس اللغة المستخدمة

النسبة المئوية	التكرارات	التوزيع
		ميل المشاهدات
%83.33	75	نعم
%16.66	15	لا
%100	90	المجموع

المصدر: من إعداد الطلبة اعتمادا على الاستمارة

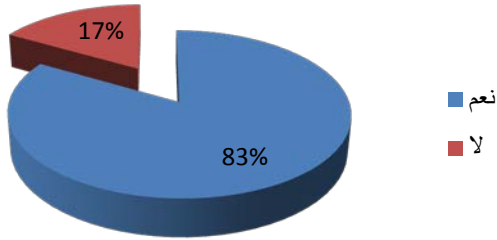
تحليل ومناقشة النتائج

من خلال تحليل الجدول رقم (09) تبين لنا 75 تكرارا من مجموع التكرارات وهو ما يمثل نسبة 83.33% بأن أغلبية المبحوثات وافقن على أن اللّغة تساهم في ميلهن لبرامج القناة، ويليهما 15 تكرارا من مجموع التكرارات بنسبة 16.66% ممن رفضن.

الاستنتاج:

نستنتج من خلال مناقشة نتائج الجدول رقم (09) أن أغلب نسبة كانت ممن وافقن على ميلهن لبرامج القناة راجع إلى اللغة المستخدمة.

الجدول (9) : يمثل مدى ميل المشاهدات للقناة على أساس اللغة المستخدمة



الجدول (10): يوضح لنا مدى تحكم اللغة الإعلامية الموظفة في اختيار البرامج إذا كانت

الإجابة بنعم tv

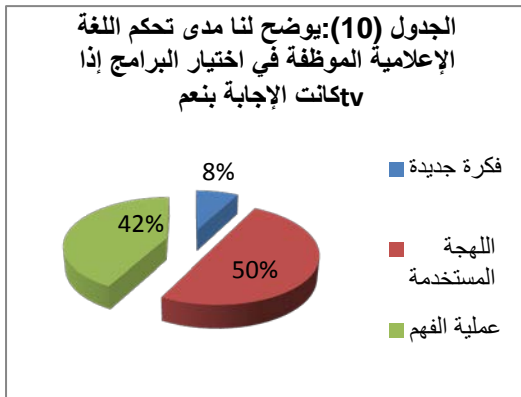
النسبة المئوية	التكرارات	التوزيع
		طبيعة البرامج المفضلة
7.77%	07	تعطي فكرة جديدة دون مشقة
50%	45	تتطابق مع اللهجة المستخدمة
42.22%	38	لتسهيل عملية الإدراك والفهم
100%	90	المجموع

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على الاستمارة

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على الاستمارة

تحليل ومناقشة النتائج:

من خلال الجدول رقم (10) يتبين لنا 63 تكرار من مجموع التكرارات تمثل 70% من المشاهدات اللواتي أجبن بنعم في الجدول السابق، ويعيدن السبب إلى كون اللغة تتطابق مع اللغة المستخدمة بالمجتمع، أما النسبة المتبقية قدرت بـ 30% عبرن بأنها تعطي فكرة جديدة عن الشيء دون مشقة.



استنتاج:

نستنتج من مناقشتنا للجدول أن أغلب نسبة كانت في تتطابق مع اللغة و هذا نظرا للغة البسيطة والمتناولة من طرف المجتمع.

الجدول(11): يوضح لنا توظيف التعددية اللغوية المتمثلة في العامية والفصحى ولغات أخرى ودورها في المشاهدة

النسبة المئوية	التكرارات	التوزيع
----------------	-----------	---------

توظيف التعددية اللغوية		
نعم	53	58.88%
لا	37	41.11%
المجموع	90	100%

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على الاستمارة

المصدر: من إعداد الطالبة اعتمادا على الاستمارة

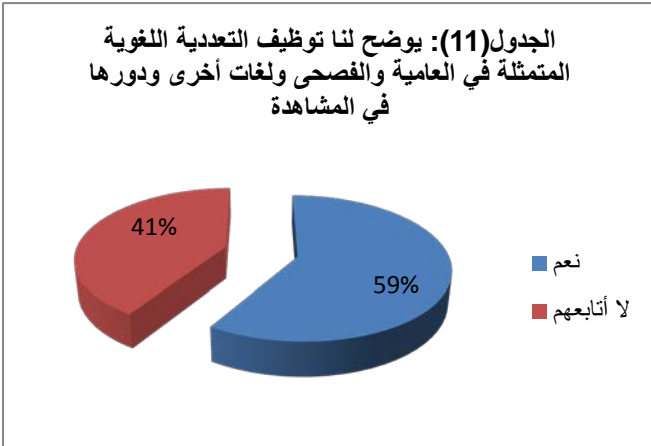
تحليل ومناقشة النتائج:

من خلال تحليل ومناقشة الجدول رقم (11) تبين لنا 53 تكرارا من مجموع التكرارات وهو ما يمثل نسبة 58.88 % ممن يفضلن التعددية اللغوية ليليهها 37 تكرار من مجموع التكرارات بنسبة 41.11% رأين ان لا دور

لها في عملية المشاهدة

الاستنتاج:

نستنتج من خلال مناقشة نتائج الجدول أن أغلبية المبحوثات تمحورت إجابتهن على أن توظيف التعددية اللغوية أثرا في اختيار البرامج.



من خلال ما جمعناه من معلومات جراء تحليلنا للاستمارة المقدمة لعينة البحث المتمثلة لقناة سميرة TV حول موضوع دراستنا المتمثل في القنوات التلفزيونية المخصصة ودورها في تنمية المرأة الجزائرية حيث تم تبويب الأسئلة الموجهة لهن من

خلال 11 سؤالاً في شكل جداول بسيطة مع التعليق عليها للوصول إلى الاستنتاجات العامة التي تجيب عن تساؤلات الدراسة وإشكالياتها الجوهرية.

والعينة التي وزعت عليها الاستمارة تتركب من 90 امرأة مقسمة إلى 40 امرأة ما بين سن 18-26 و 30 امرأة ما بين 27-35 و 10 نساء ما بين 36-44 و 120 نساء أكثر ممن 45 سنة.

فيما كان توزيع المستوى التعليمي على الترتيب 40 طالبة و 35 عاملو و 15 مائة بالبيت.

أما بالنسبة للمستوى التعليمي فقد تمثلت عينتنا في 72 متعلمة و 18 غير متعلمة.

وقد حاولنا من خلال المحو الثاني التطرق إلى حجم التعرض وكيفيته لدى مشاهدات قناة سميرة TV وكذا الأسلوب التخاطبي الذي توظفه هذه القناة في رسائلها الإعلامية.

واعتمدنا كذلك على معرفة نمط التعرض لدى أفراد العينة ونوع الوسيلة المملوكة.

من خلال البحث عن نوع الوسيلة المستخدمة توصلنا إلى أن أغلب متابعي قناة سميرة TV يستخدمون جهاز تلفزيون أما بالنسبة لمدى مشاهدة قناة سميرة TV فقد أثبتت النسب المتحصل عليها أن هناك تعاملًا كثيفًا مع مضامين برامج القناة، أما فيما يخص فترات المشاهدة فتشير النسب إلى ترجيح الفترة المسائية كونها تتمثل الفترة التي تنتهي فيها المرأة المائة بالبيت من أشغالها والمرأة العاملة والطالبة من انشغالهم العملية و الدراسية.

أما بالنسبة للفترة الزمانية لمشاهدة قناة سميرة TV فقد أشارت أغلبية المبحوثات بأنهن يشاهدنها حسب ما توفر لديهن من الوقت، وهذا أمر طبيعي سواء يرجع إلى كون انشغالتهن بأمر منزلية أو عملية أو دراسية أو انتقلهن إلى قنوات أخرى.

أما عن تقييم المشاهدات لقناة سميرة TV فنلاحظ أن أغليتهن أشرن بأنها ذات مستوى رائع وهذا ما يوضح لنا نسبة القبول والرضا على هذه القناة.

جدول رقم (12) لدراسة تحليلية لحصة ببرنامج من برامج قناة سبوتنك 4TV. يوضح نسب الألفاظ الجزائرية الفصح منها (العلمي والكلمات الأجنبية

الرقم	الكلمة	نوعها	أصلها	معناها
-------	--------	-------	-------	--------

والتقاليد من خلال الوصفات التقليدية الجزائرية وكذلك الديكور المتماشي مع البيئة الثقافية للمجتمع الجزائري.

أما بالنسبة لدور اللغة المستخدمة في برامج القناة فقد أبدت غالبية المشاهدات رأيهن على أن اللغة المستخدمة في القناة ساهمت في ميلهن لمشاهدتهن للقناة على حساب قنوات أخرى من النوع نفسه.

وفيما يخص تحكّم اللغة في اختيار البرامج فقد أرجعت غالبية المبحوثات إلى تطابقها مع اللهجة المستخدمة لديهن (الجزائرية) لسهولة إدراكها وفهمها.

كما فضلت نسبة كبيرة من المشاهدات على توظيف عدة لغات في القناة من أجل تزودها بمصطلحات عديدة.

01	سّلام عليكم مرحبا ببيكم	فصيحة/عامية	عربية	تحية السلام
02	هاد لمرّا	عامية	عربية	هذه المرة
03	جنبالكم	عامية	عربية	أتينا لكم بـ
04	شويّا	عامية	عربية	قليل
05	مختلفين	عامية	عربية	مختلفين
06	Généralement جينيرالمون	أجنبية	فرنسية	عامية
07	على لعادا	عامية	عربية	على العادة
08	بدّلنا فيهم	عامية	عربية	غيرنا
09	لعلّ يعجبوكم	فصيحة	عربية	لعلّ تعجبكم
10	نشا الله	فصيحة	عربية	إن شاء الله
11	Effilé ايفيلي	أجنبية	فرنسية	رقائق
12	Rappé رابي	أجنبية	فرنسية	مطحون
13	نوعية رفيعة	فصيحة	عربية	
14	تتجح	فصيحة	عربية	
15	Bien sur بيان سوغ	أجنبية	فرنسية	أكيد
16	شائبة	فصيحة	عربية	
17	أفراد العائلة	فصيحة	عربية	
18	كيما شفت يما وجدا	عامية	عربي	كما رأيت أمي وجدّتي
19	بكري	عامية	عربية	قديما
20	زمان	فصيحة	عربية	الزمن الماضي
21	De préférence دو بريفيرونس	أجنبية	فرنسية	الأفضلية
23	نبدو نزيدو فلما	عامية	عربية	نزيد من قدر الماء
22	نلمو	عامية	عربية	نجمع
23	قصعة	عامية	عربية	جفنة
24	دونك Donc	أجنبية	فرنسية	يعني

	عربية	فصيحة	مبتدئات	25
	عربية	فصيحة	جفنة	26
	عربية	فصيحة	تقنية	27
أرفع	عربية	عامية	ترفدي يد	28
أضع	عربية	عامية	تحطي يد	29
	عربية	فصيحة	تستعملي	30
ساعة واحدة	فرنسية	أجنبية	اين اوغ Une heur	31
	عربية	فصيحة	شرط من شروط نجاح الوصفة	32
لم تتركها ترتاح	عربية	عامية	ما خليتنيهاش تريح	33
الكفين	فرنسية	أجنبية	لي پون دي مان Les Pons des mains	34
العجان الكهربائي	فرنسية	أجنبية	بيتران Pétrin	35
اللحم المفروم	فرنسية	أجنبية	لافيوند La viande haché أشي	36
	عربية	فصيحة	صبورة	37
	عربية	فصيحة	تتحصلي على نتيجة هائلة	38
الجهة الثانية	فرنسية	أجنبية	فورجوزيام Gorge deuxième	39
تماما	فرنسية	أجنبية	كومپلاتمون Complètement	40
	عربية	فصيحة	حركة	41
	عربية	فصيحة	ربي يبارك	42
	عربية	فصيحة	الخطوة	43
	عربية	فصيحة	مناسبات	44
من لا يحب	عربية	عامية	شكون ما يحبش	45
ضعي	عربية	عامية	ديرو	46
	عربية	فصيحة	الإتقان	47

دايرة حسابها	عامية	عربية	ليكن في علمك	48
تنوض صباح بكري	عامية	عربية	تنهض في الصباح الباكر	49
توجدهم	عامية	عربية	تحضر	50
لا بدّ	فصيحة	عربية		51
ماكسيموم Maximum	أجنبية	فرنسية	أقصى	52
أفوترشوا à votre choix	أجنبية	فرنسية	حسب الإختيار	53
دوبلي Doublé	أجنبية	فرنسية	مزدوجة	54
الفوائد العظيمة	فصيحة	عربية		55
نجيبو لما	عامية	عربية		56
بارسوكو Parce que	أجنبية	فرنسية	لأن	57
مشمخين	عامية	عربية	مبللين	58
لا كوننتيتي La quantité	أجنبية	فرنسية	الكمية	59
على الأقل ساعة	فصيحة	عربية		60
ما خليتهاش	عامية	عربية	لم أتركها	61
طوماطيش	عامية	عربية	طماطم	62
أون بول Une boule	أجنبية	فرنسية	كرية	63
توجوغ Toujours	أجنبية	فرنسية	دائما	64
باش	عامية	عربية	لكي	65
خاطش هادي	عامية	عربية	لأن هذه	66
كمية قليلة	فصيحة	عربية		67
نعطوكم	عامية	عربية	أقدم لكم	68
الفكرة فقط	فصيحة	عربية		69
كاينة حاجة	عامية	عربية	هناك شيء	70
رانا	عامية	عربية	نحن	71
في الهواء الطلق	فصيحة	عربية		72
لازم	عامية	عربية	لا بد	73

	عربية	فصيحة	لا بد	74
الورق الرقيق	فرنسية	أجنبية	Papier fine بابي فين	75
قليلة	عربية	عامية	جاتتي شوية	76
	عربية	فصيحة	صعوبة	77
	عربية	فصيحة	قبل الحلقة	78
	عربية	فصيحة	خطوات بديهية	79
لكي لا تشعري	عربية	عامية	باش ما تشعروش	80
	عربية	فصيحة	بالممل	81
3 دقائق كأقصى حد	فرنسية	أجنبية	Trios تروا مينت ماكسيموم minutes maximum	82
بداية	فرنسية	أجنبية	D'abbord دابور	83
جيد جدا	فرنسية	أجنبية	Très bien تري بيان	84
مسح	فرنسية	أجنبية	Supprimé سوبريمي	85
ملغى	فرنسية	أجنبية	Éliminé إيليمييني	86
	عربية	فصيحة	لهجات مختلفة	87
	عربية	فصيحة	باذن الله كل اللهجات	88
الطماطم	فرنسية	أجنبية	la tomate لا تومات	89
أتكلم وأكرر كثيرا	عربية	عامية	نتكلم ونكرر بزاف	90
	عربية	فصيحة	طريقة التكرار	91
ننزع	عربية	عامية	نحُوهم	92
	عربية	فصيحة	نفس الطريقة	93
أفضل	فرنسية	أجنبية	Je préfère جو بريفيغ	94
الأفضلية	فرنسية	أجنبية	De دو بريفيرونس préférence	95
	عربية	فصيحة	خاصة الأكل التقليدي	96
نفتح	عربية	عامية	نحلُو	97

نترك	عربية	عامية	نخيلهاكم	98
	عربية	فصيحة	مفاجأة	99
الموجودة في السبانخ	عربية	عامية	لي كاينة فالسلق	100
عادة	عربية	عامية	كيما العادة	101
تقنية	فرنسية	أجنبية	لاستوس L'astuce	102
يساعدنا	عربية	عامية	يعاوننا بزاف	103
لا ننسى	عربية	عامية	ما ننساو هاش	104
	عربية	عامية	تدخل لمعلومة	105
رتبي	عربية	عامية	سقمي	106
لا عليك	عربية	عامية	ما عليش	107
كرري	عربية	عامية	تعاودي	108
بعد الطهي	عربية	عامية	بعد ما طابو	109
نفصل	فرنسية	أجنبية	أون سيبار On sépare	110
	عربية	فصيحة	المرحلة الثانية	111
	عربية	فصيحة	نفس الطريقة	112
أضيفي القليل من السبانخ	عربية	عامية	تزيدو شوية سلق	113
الإجابة	فرنسية	أجنبية	لا ريبونس La réponse	114
في الحين	فرنسية	أجنبية	توت دو Tout de suite	115
	عربية	فصيحة	سويت	
	عربية	فصيحة	نفس العملية	116
معتادة	عربية	عامية	موالفة	117
مزاج	فرنسية	أجنبية	morale مورال	118
	عربية	عامية	نستعمل يدي	119
ذهبي	فرنسية	أجنبية	doré دوغي	120
الثانية	فرنسية	أجنبية	لا دوزيام La deuxiem	121
	عربية	فصيحة	هذه الوصفة تقليدية جزائرية	122

123	الجزائر أكثر بلد عربي متنوع الأطباق	فصيحة	عربية
124	بفضل هذه القناة	فصيحة	عربية
125	أطباق كثيرة وتقليدية مبتكرة	فصيحة	عربية
126	أتونسبون Attention	أجنبية	فرنسية حذار
127	كيما ختها	عامية	عربية أخرى
128	لي كوتي Les cotés	أجنبية	فرنسية الجوانب
129	نتلاقاو	عامية	عربية نلتقي
130	في الحلقات القادمة	فصيحة	عربية
131	بإذن الله	فصيحة	عربية
132	والسلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته	فصيحة	عربية

المجموع	الأجنبية	العامية	الفصيحة	الكلمات
132	37	48	47	العدد
%100	%28,00	%36,03	%35,06	النسبة المئوية

تحليل ومناقشة الجدول:

من خلال دراستنا لمقطع الفيديو المحمل من اليوتيوب والمقدم من خلال قناة سميرة TV لبرنامج جنان لالة.

مدة الفيديو: 20:58 د

تقديم: نعيمة درويش.

من خلال دراستنا للجدول نلاحظ توازن وتباين في نسب الكلمات المذكورة حيث قَدّرت الكلمات العربية الفصيحة بـ 47 كلمة أي بنسبة 35,06% أما الكلمات العربية العامية فقَدّرت بـ 48 كلمة بنسبة 36,03% وصولاً إلى الكلمات الأجنبية والتي بلغت 37 كلمة وذلك بنسبة 28,00%.

الاستنتاج:

يتمحور مقطع الفيديو حول موضوع الأكلات التقليدية الجزائرية والذي تحرص فيه السيدة نعيمة درويش على تقديمه بطريقة تتماشى مع مستويات المرأة الجزائرية، بحيث تراعي فيه المستوى اللغوي للمرأة الجزائرية من الماكثة بالبيت إلى المرأة الجزائرية المثقفة، بحيث نجد لغة السيدة نعيمة درويش متوازنة في تقديمها، ما بين العامي والفصيح والأجنبي، فوفق تحليلنا للجدول رأينا تناسبا وتوازنا في الكلمات والمصطلحات المستعملة.

ومنه يمكن للمرأة الجزائرية الماكثة بالبيت الفهم والاستيعاب وفي الوقت نفسه ينمي رصيدها اللغوي بحيث تمكّنها المتابعة المستمرة للحصة من إثراء قاموسها وخاصة الفصيح منه.

كما يساعد أيضا شريحة من المجتمع النسوي الفرونكوفوني من إدراك العديد من المصطلحات اللغوية من خلال مزج السيدة نعيمة درويش للأجنبي ضمن التقديم واستخدام الترجمة في عديد المرات.

خلاصة عامة:

من خلال عرضنا للنتائج العامة للدراسة الميدانية يمكن ان نستخلص مجموعة من الاستنتاجات وفقا لما تمليه لنا أسئلتنا الفرعية التي تمخضت عن التساؤل العام الجوهري لدراستنا و هي كالاتي :

تعتمد المرأة الجزائرية في تلقيها لمضامين قناة سميرة على مجموعة من المعايير تعتمد أساسا على طبيعة البرامج المطروحة التي تبث و تشمل كل ما يلبي احتياجاتها و رغباتها من أطباق ووصفات متنوعة سواء كانت عصرية أو تقليدية إلى جانب اللغة البسيطة المتداولة من قبل مقدميها.

تساهم نوعية اللغة المستخدمة في برامج قناة سميرة في تفصيل المرأة الجزائرية لبرامج دون الأخرى لان اللغة لها تأثير قوي سواء كانت عامية أو فصيحة أو مختلطة بلغات أخرى فيبقى دورها الأساسي هو إيصال الإدراك والفهم البسيط الذي يتناسب مع مختلف شرائح المستويات التعليمية و الثقافية للمرأة

تتجاوب المرأة الجزائرية مع مختلف اللغات لبرامج قناة سميرة بحسب مستواها الثقافي أو اللغة التي تكون اقرب إليها

استحوذت قناة سميرة على أغلبية المشاهدة من قبل المرأة الجزائرية على خلاف القنوات المماثلة لها، يرجع لكون هذه القناة جزائرية ضف إلى ذلك مراعاتها لرغبات المرأة الجزائرية وحرصها على بث كل ما هو مرغوب لديها إلى جانب احترافيتها في الديكورات والاستوديوهات المميّزة والتي تجذب المشاهد إضافة إلى تناسق الصورة والألوان وتنوع أماكن التصوير ما بين الطبيعة والمنازل الفاخرة التي تصوّر فيها البرامج والحصص ونوع الصورة من حيث الصفاء

إنّ أي عمل علمي أو بحث أكاديمي يكال في الأخير بنتيجة عامة تعكس ما تمّ التطرق إليه من مقدمات وتساؤلات وبناء على أنّ لكل سؤال جواب، فإننا نحاول نختم بحثنا هذا بإجابة عامة عن الإشكالية المطروحة في بداية هذا العمل والخاصة بالأبعاد الإعلامية والاتصالية بالتلقي لدى جمهور قناة سميرة TV بين العامية والفصحى في قناة سميرة TV بشكل خاص، وانطلاقاً من البيانات والمعطيات والتفسيرات والنتائج العامة للدراسة فإنّه يخلص لنا في الأخير أن العمل الإعلامي جهداً تتدخل فيه عدة عوامل إعلامية واتصالية واجتماعية وثقافية وسياسية تحدد مستواه وعمله وهدفه ومبتغاه، وكذا طبيعته سواء كان إعلاماً موجّهاً أو إعلاماً هادفاً أو إعلاماً محلياً أو إعلاماً وطنياً، هذا الأخير هو بيت القصيد إذ تستعمل فيه اللغة التي تكون بين العامية والفصيحة ولغات أخرى، وهنا نتحدث عن القناة بالتحديد حيث تميّزت بتعددية اللغات ليبقى الغرض منها هو إيصال المعلومة، فقناة سميرة TV تعتمد في إعدادها للبرامج على مختلف اللهجات المحلية تارة والفصيحة منها تارة أخرى مع دمجها بلغات أخرى أجنبية، ومع ذلك فهي تراعي جميع المستويات اللغوية لدى الشريحة القصدية للقناة، من خلال برامجها التي تتميز بالتنوع في مستوياتها العلمية فمنه غير المتعلم ومنه المثقف ولهذا لا بدّ من مراعاة المستويات لتحقيق الأبعاد الإعلامية البالغة الذكر وهذا باستعمال اللهجة المحلية العامية في البث التلفزيوني بشكل تنظيمي وفقاً للهدف النهائي المنتظر.

هذا بشكل عام ما توصلنا إليه من خلاصة حول البحث الذي قمنا به لنترك المجال لتطلعات أخرى تثري هذا العمل بشكل من الأشكال ومعالجة الموضوع من زوايا أخرى، ليكون هذا البحث بداية لأبحاث أخرى في المستقبل وسؤال جديد ينتظر إجابة جديدة ومقدّمة أخرى تحتاج على خاتمة مكملّة.

الكتب

1. أبو مصلح عدنان، معجم علم الاجتماع، دار أسامة للنشر والتوزيع، المشرف الثقافي، عمان ، الأردن، ط1، 2006
2. الأحضر ايدروج .نكاء الإعلام في عصر المعلوماتية، مطبوعات الملك فهد الوطنية-سلسلة الثانية (34) 1999
3. أحمد بن مرسل-مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال.الجزائر.ديوان المطبوعات الجامعية.ب.ط.2003
4. أديب خضور، دراسات تلفزيونية، المكتبة المركزية دمشق ط1، 1998
5. أمين سعيد عبد الغني، وسائل الإعلام الجديدة الرقمية الثانية ايتراك للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة 2007
- أنجرس موريس، ترجمة صحراوي بوزيد وآخرون، منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية ب، ط دار القصة للنشر والتوزيع .الجزائر 2004
6. حسين دبي الزويني، القنوات الفضائية والإعلام الاقتصادي، كلية الإعلام جامعة بغداد ، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان ، الأردن 2010
7. ربحي مصطفى عليان، عدنان محمود الطوباسي،الاتصال والعلاقات العامة دار الصفاء للطباعة والنشر والتوزيع عمان 2005
8. زيني منصور حبيب ، الاعلام وقضايا المرأة، عمان، دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010
9. سمير محمد حسين بحوث الإعلام، عالم الكتب، ط1 القاهرة 1999
10. شاكر إبراهيم ، الإعلام ودوره في التنمية ، المنشأة التبعية للتفسير، ليبيا، 1980
11. شرف عبد العزيز
12. عامر فنديلجي البازوري، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلوماتية التقليدية الالكترونية ط1 ، عمان 2002

13. عبد الرزاق، محمد الدليمي، عولمة التلفزيون ط1، دار جرير للنشر والتوزيع عمان 2006
14. عبد العزيز شرف، علم الإعلام اللغوي، شركة مصرية/ لونجان، ط1، 2009
15. عبد القادر طاشن الإعلام وقضايا الواقع الإسلامي، ط1، مكتبة العبيكان، الرياض 1995
16. عماد بوحوش ومحمد الذبيات ، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر
17. فارس عطوان، الايداع الإعلامي في الفضائيات القريبة ، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، 2009
18. فاطمة حسين عواد، الإعلام الفضائي ،دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ط1 2010
19. فضيل دليو، وسائل الاتصال وتكنولوجياته، منشورات جامعة متوري قسنطينة 2002
20. ماجي الحلواني مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيون القضائي، عالم الكتب، القاهرة، 2002
21. محمد جودن ناصر، الدعاية و اعلان العلاقات العامة، 2001
22. محمد حيدر مشيخ، صناعة التلفزيون في القرن العشرين، الهيئة المصرية العامة للكتاب القاهرة 1999
23. محمد زيان عمر، البحث العلمي مناهجه وتقنياته ، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية ب، ط 1983
24. محمد شطاح، قضايا الاعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والأيدولوجيا ، دار الهدى عين ميله 2006
25. محمد عبد الحميد-دراسات الجمهور في بحوث الإعلام عالم الكتب، ب، ط 1993
26. محمد عطية أبو صوارين رشيد، تنمية مهارات التواصل الشفوي، ط1، ايتراك للنشر والتوزيع، مصر 2005
27. محمد علي البدوي، دراسات سوسيولوجية ط1 دار النهضة القريبة بيروت، 2006

28. محمد علي محمد ، البحث العلمي (دراسة في طرائق البحث) دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية 1984

1 - محمد منير حجاب ، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة 2004

29. محمد منير حجاب-نظريات الاتصال، القاهرة ، دار الفجر للنشر والتوزيع ط2 2010

30. محمود شمال حسن، الصورة والإقناع، دار الأفق العربية للتوزيع والنشر، ط1 القاهرة 2006

(1) المعاجم والقواميس:

31. المنصف المعياري ومحمد عبد الكافي، القنوات التلفزيونية القريبة والمتخصصة. جامعة الأول القريبة. اتحاد إذاعات الأول قريبة. تونس. 2006

32. منى حسين التلفزيون والمرأة دوره في تلبية احتياجاتها التربوية عالم الكتب القاهرة 2003

33. نهوهد القادري، عيسى، قراءة في ثقافة الفضائيات القريبة، الوقوف على تخوم التفكيك، مركز دراسات الوحدة القريبة، بيروت ط 3008

34. هبة شاهين، التلفزيون الفضائي العربي، الدار المصرية اللبنانية، القاهرة، ط1، 2008.

المجلات:

35. مجلة اللغة العربية والتواصل، بوعناني سعاد أمينة ، لغة الإشهار بين الإقناع والإبداع ع12، الجزائر، 2012

مواقع الإنترنت:

36. www.hiaarabia.com.

37. www.fatafeat.com

38. www.elane.com
39. www.samiratv.com
40. www.elhiwer.org

الفهرس

الشكر والقدير

الإهداء

قائمة الجداول

الفهرس

مقدمة:

أ

الإطار المنهجي

1. بناء الإشكالية وطرح التساؤلات: Erreur ! Signet non défini.....
2. أسباب اختيار الموضوع: Erreur ! Signet non défini.....
3. أهمية الدراسة: Erreur ! Signet non défini.....
4. أهداف الدراسة: Erreur ! Signet non défini.....
5. منهج الدراسة: Erreur ! Signet non défini.....
6. الأداة المستخدمة: Erreur ! Signet non défini.....
7. مجتمع البحث والعينة: Erreur ! Signet non défini.....
8. عينة الدراسة: Erreur ! Signet non défini.....
9. تحديد المفاهيم: Erreur ! Signet non défini.....

الفصل الأول: اللّغة في الإعلام التلفزيوني

- تمهيد: Erreur ! Signet non défini.....
- المبحث الأول: نشأة القنوات التلفزيونية: Erreur ! Signet non défini.....
- المبحث الثاني: خصائص القنوات التلفزيونية وأدوارها Erreur ! Signet non défini..
- المبحث الثالث: وظائف القنوات التلفزيونية Erreur ! Signet non défini..
- المبحث الرابع: مستويات اللّغة في الفضائيات التلفزيونية Erreur ! Signet non défini..
- المبحث الخامس: وظيفة اللّغة في الصّورة التلفزيونية: Erreur ! Signet non défini..
- المبحث السادس: أهمية القنوات التلفزيونية الفضائية Erreur ! Signet non défini..
- خلاصة الفصل الأول: Erreur ! Signet non défini.....

الفصل الثاني: الفضائيات العربية والمرأة

- تمهيد: Erreur ! Signet non défini.....
- المبحث الأول: القنوات الفضائية العربية الخاصة Erreur ! Signet non défini..

المبحث الثاني: لغة الفضائيات العربية بين الفصحى والعامية

المبحث الثالث: المرأة والفضائيات

المبحث الرابع: أنواع القنوات الفضائية العربية المتخصصة في برامج المرأة: **Erreur ! Signet non défini.**

المبحث الخامس: تأثير القنوات الفضائية العربية على المتلقي

خلاصة الفصل الثاني:

الفصل التطبيقي: دراسة ميدانية وتحليلية لقناة سميرة TV

تمهيد:

تحديد المجال الزمني و المكاني للدراسة:

بطاقة فنية لقناة سميرة TV:

الجانب التحليلي والتطبيقي للدراسة:

الاستنتاج:

خلاصة عامة:

خاتمة:

قائمة المصادر والمراجع:

قائمة الجداول:

الملاحق

جامعة عبد الحميد بن باديس –مستغانم-

قسم الأدب العربي

تخصص لغة عربية وإعلام

نحن طالبة سنة ثانية ماستير أدب عربي تخصص لغة عربية وإعلام بصدد التحضير
لمذكرة تخرج بعنوان القنوات التلفزيونية المخصصة ودورها في تنمية المرأة الجزائرية
قناة سميرة tv نموذجا- هذه الإستمارة التي بين أيديكم تعتبر أداة مهمة جدا لدراستنا،
لهذا السبب نلتمس منكم العون بالإجابة عن الأسئلة التالية بكل دقة وموضوعية وذلك بوضع
علامة (x) في المكان المناسب تقبلوا منا فائق الاحترام والتقدير.

إشراف الدكتور:

قوفي أحمد

إعداد:

مومن نسرين

السنة الجامعية: 2014-2015م

ضع العلامة (x) أمام الخانة المناسبة:

1_ السمات العامة: السن:

من 18 إلى	من 27 إلى	من 36 إلى	أكثر من
26	35	44	45

2_ المستوى التعليمي:

متعلمة	غير متعلمة

3_ المهنة:

طالبة	عاملة	ماكثة بالبيت

المحور الأول: عادات المشاهدة:

4Tv: هل تشاهدين قناة سميرة

نعم	لا

5Tv: من أي وسيلة تشاهدين من خلالها قناة سميرة

جهاز التلفزيون	جهاز الحاسوب	كتب و مجلات

6:Tv في أي فترة تفضلين فيها مشاهدة قناة سميرة

الفترة الصباحية	الفترة المسائية	في السهرة

مقدار الوقت الذي تقضينه في مشاهدة قناة سميرة

من ساعة إلى ساعتين	من ساعتين إلى ثلاث ساعات	أكثر من ثلاث ساعات	حسب ما توفر لي الوقت

8TV_ ما رأيك في البرامج التي تقدمها قناة سميرة

في المستوى	رائعة	لا بأس بها

المحور الثاني: التلقي وعلاقته باللغة المستخدمة في قناة سميرة TV

09TV_ أي الأسباب تدفعك لتفضيل بعض البرامج عن الأخرى في قناة سميرة

يرجع إلى كون أن بعض البرامج توظف لغة إعلامية مفهومة	
تقارب وتوافق البرامج مع الخصوصيات العامة للمجتمع الجزائري	
كون أن البرامج تتضمن العادات و التقاليد لهذا المجتمع	

10_ هل ترين في اللغة التي تستخدمها برامج قناة سميرة دورا في ميلك لبرامجها ؟

نعم	
لا	

11_ إذا كان جوابك بنعم فلماذا برأيك تتحكم اللغة في اختيار برنامج دون آخر ؟

لتسهيل عملية الإدراك و الفهم	
تعطي فكرة جديدة عن شيء دون مشقة	
لكونها تتطابق مع اللهجة المستخدمة بالمجتمع الجزائري	

12_ هل توافقين على توظيف التعددية اللغوية والمتمثلة في العامية والفصحى ولغات أخرى في قناة سميرة TV؟

نعم	
لا	

الصفحة	العنوان	الرقم
	توزيع أفراد العينة حسب السن	01
	توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	02
	توزيع أفراد العينة حسب المهنة	03
	مشاهدة قناة سميرة tv	04
	وسيلة مشاهدة قناة سميرة tv	05
	أوقات مشاهدة قناة سميرة tv	06
	مدة مشاهدة قناة سميرة tv	07
	الأسباب المحفزة لتفضيل برامج عن أخرى: آراء المشاهدين حول	08
	ميل المشاهدات للقناة على أساس اللغة المستخدمة طبيعة البرامج	09
	مدى تحكم اللغة الإعلامية الموظفة في اختيار البرامج	10
	توظيف التعددية اللغوية المتمثلة في العامية والفصحى ولغات	11
	دراسة تحليلية لنسب الألفاظ العامية والفصيحة ولغات أخرى	12