



جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم  
كلية العلوم الاجتماعية



قسم: العلوم الإنسانية

شعبة: علوم الإعلام والاتصال

مخبر الدراسات الإعلامية والاتصالية وتحليل الخطاب

تخصص: تكنولوجيا وسائل الإعلام والمجتمع

اللغة الإعلامية في القنوات الفضائية أثناء الأزمات-حرائق الغابات بالجزائر

دراسة تحليلية لعينة من جمهور قناة الشروق نيوز

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال

تحت إشراف:

أ. د. العربي بوعمامة

إعداد:

عقاد صورية

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الجامعة	الصفة
د. خالدي أمينة	جامعة مستغانم	رئيسا
د. العربي بوعمامة	جامعة مستغانم	مؤظرا ومقررا
د. بعلي محمد السعيد	جامعة مستغانم	مناقشا
د. بغداد باي عبد القادر	جامعة غليزان	مناقشا
د. مالك توفيق شليح	جامعة وهران 2	مناقشا

السنة الجامعية: 2023-2024



جامعة عبد الحميد بن باديس - مستغانم  
كلية العلوم الاجتماعية



قسم: العلوم الإنسانية

شعبة: علوم الإعلام والاتصال

مخبر الدراسات الإعلامية والاتصالية وتحليل الخطاب

تخصص: تكنولوجيا وسائل الإعلام والمجتمع

اللغة الإعلامية في القنوات الفضائية أثناء الأزمات-حرائق الغابات بالجزائر  
صيف 2021-

دراسة تحليلية لعينة من جمهور قناة الشروق نيوز

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه الطور الثالث في علوم الإعلام والاتصال

تحت إشراف:

أ - د. العربي بوعمامة

إعداد:

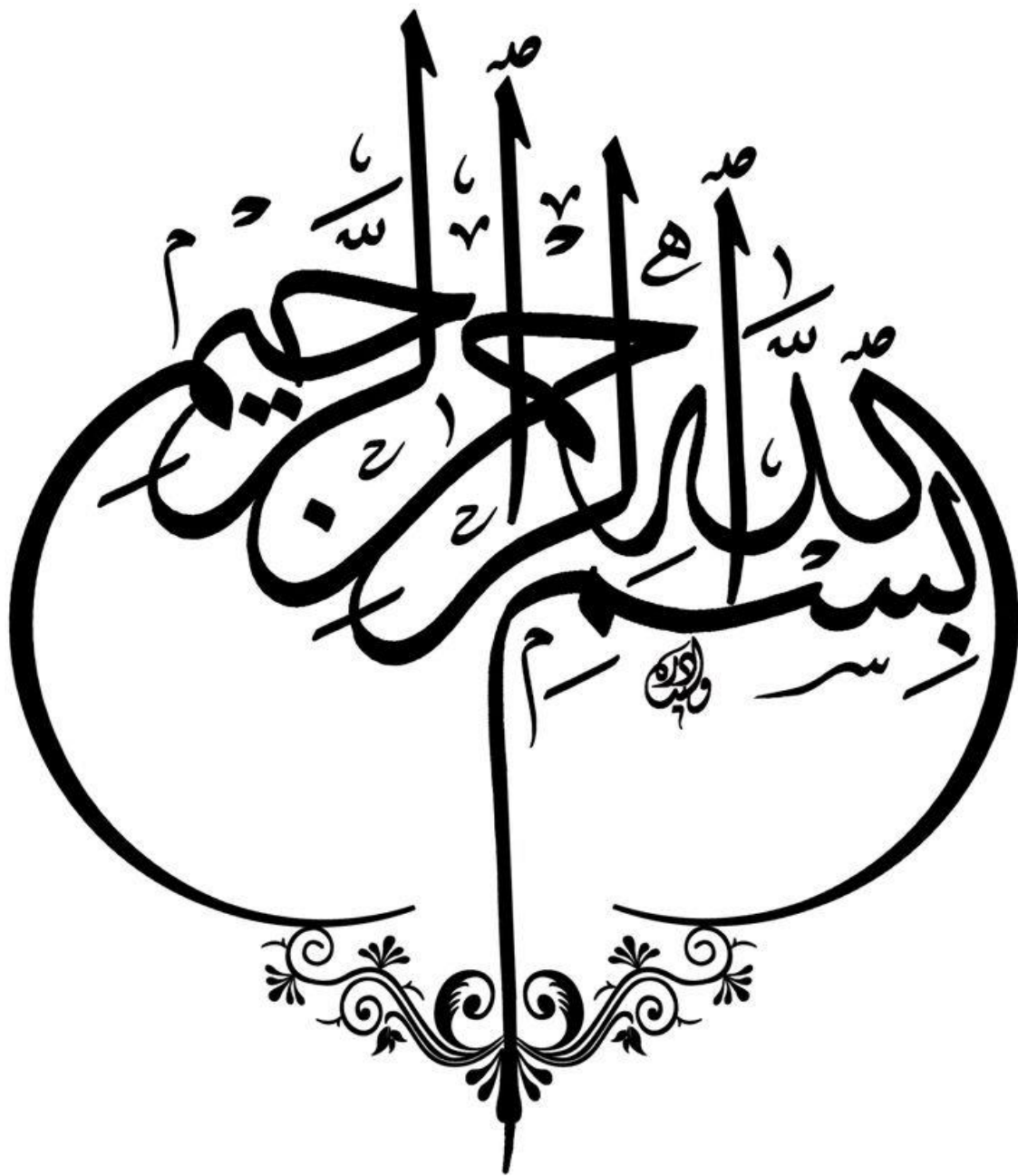
عقاد صورية

أعضاء لجنة المناقشة:

الاسم واللقب	الجامعة	الصفة
د. خالدي أمينة	جامعة مستغانم	رئيسا
د. العربي بوعمامة	جامعة مستغانم	مؤظرا ومقررا
د. بعلي محمد السعيد	جامعة مستغانم	مناقشا
د. بغداد باي عبد القادر	جامعة غليزان	مناقشا
د. مالك توفيق شليح	جامعة وهران 2	مناقشا

السنة الجامعية: 2023-2024





# شكر وتقدير

الحمد لله الذي وفقنا لإنجاز هذه الأطروحة.

بأسمى عبارات الامتنان أتقدم بالشكر الجزيل إلى من رعاني طالبة لتحضير هذه الأطروحة ولم يبخل علي أبدا بنصائحه القيمة، توجيهاته وتحمله وصبره طيلة إنجاز هذا العمل الأستاذ الدكتور العربي بوعمامة.

كما أتقدم بجزيل الشكر إلى الدكتور بعلي محمد على دعمه المستمر وتوجيهاته القيمة. وأتقدم بالشكر والامتنان للدكتورة بن عمار سعيدة خيرة على نصائحتها وتوجيهاتها ودعمها المستمر.

الشكر موصول للدكتور بن عمرة بلقاسم أمين على نصائحه القيمة وتوجيهاته. كما أتقدم بالشكر لأعضاء اللجنة المحترمة على قبولهم مناقشة هذا العمل. لكل هؤلاء جزاكم الله عني خير الجزاء.

عقاد صورية

# إهداء

إلى روح جدتي الغالية الزهرة رحمها الله

إلى والدي الكريمة أطل الله في عمرها على صبرها ودعمها الدائم لي.

إلى والدي الفاضل أطل الله في عمره الذي رافقني طوال المشوار بقلب عامر بالدعوات.

إلى رفيق دربي زوجي الغالي عرفانا على دعمه وصبره، أدامك الله لي سنداً.

إلى قرّة عيني أخي رضوان

إلى اختي الحبيبة عائشة إيمان

إلى حبيبتي أختي فاطمة الزهراء وزوجها عبد الرزاق

إلى أعزائي هيثم وميرال

إلى كل من قدم عوناً وأسدًى لي نصحاً

إلى هؤلاء جميعاً الشكر والامتنان

## ملخص الدراسة:

يتركز موضوع الدراسة في تصورات جمهور قناة الشروق نيوز عن اللغة الإعلامية الموظفة أثناء الأزمة التي شهدتها الجزائر والمتمثلة في حرائق الغابات سنة 2021 في الفترة الممتدة ما بين ديسمبر 2021 إلى ماي 2022.

وهدفت الدراسة إلى التعرف على عادات وأنماط مشاهدة أساتذة علوم الإعلام والاتصال لبرامج قناة "الشروق نيوز" من خلال معرفة نوعية البرامج المفضلة ودوافع المشاهدة. كما سعت الدراسة إلى التعرف على تصورات الجمهور حول اللغة الموظفة أثناء الحرائق من حيث الاستمالات المستخدمة لتوصيل الرسالة الإعلامية ودلالة تفضيل هذه الأساليب، بالإضافة إلى الكشف عن طبيعة أو مستويات اللغة الإعلامية. وقمنا بإجراء البحث الميداني على عينة قصدية مكونة من 151 مفردة من أساتذة وطلبة علوم الاعلام والاتصال بالجزائر، واعتمدنا على المنهج الوصفي التحليلي، باستخدام أداة الاستبيان، للكشف عن التصورات الذهنية التي يحملها الجمهور حول اللغة الإعلامية في قناة "الشروق نيوز" أثناء حرائق الغابات سنة 2021، وتوصلنا إلى جملة من الاستنتاجات من بينها أن القناة تتطرق باستمرار لكل المواضيع التي تخص الشأن المحلي وبالخصوص لما يتعلق الأمر بأزمة أو حدث مفاجئ. واستخدمت في هذه الفترة لغة مختلطة بين لغة عامية ولغة عربية فصحي.

**الكلمات المفتاحية:** اللغة الإعلامية، قناة الشروق نيوز، القنوات الفضائية، الأزمة.

**Abstract:**

The subject of the current study focuses on the perceptions of the Al-Shorouk News channel audience about the media language used during the crisis that Algeria witnessed with relation to the forest fires in 2021, during the period extending from December 2021 to May 2022.

The study aimed to identify the habits and patterns of viewing of professors and students of media and communication studies to “Al-Shorouk News” channel programs through exploring the type of favorite programs and their motives for watching. The study equally sought to identify the audience's perceptions about the language used during fires in terms of the appeals used to convey the media message and the indication of preference for these discursive strategies, in addition to revealing the dynamics or levels of media language.

The field research was conducted on a purposive sample of 151 professors of media and communication studies in Algeria, and we relied on the descriptive analytical approach, using the self-reporting tool of questionnaire, to reveal representations and perceptions that the audience holds on the media language on the “Shorouk News” channel during the forest fires in 2021. We reached several conclusions, namely that the channel constantly addresses all topics related to pertinent local affairs, especially when it comes to a crisis or a sudden event. During this period, a mixed language was used between colloquial language and standard Arabic.

**Keywords:** Media Language, Al Shorouk News Channel, Satellite Channels, Crisis.

**Résumé :**

Le sujet de la présente étude porte sur les perceptions de l'audience de la chaîne Al-Shorouk News sur le langage médiatique utilisé pendant la crise dont l'Algérie a été témoin par rapport aux incendies de forêt en 2021, pendant la période allant de décembre 2021 à mai 2022.

L'étude visait à déterminer les habitudes et les modèles de visualisation des professeurs et des étudiants en études des médias et de la communication aux émissions de la chaîne « Al-Shorouk News » en explorant le type d'émissions préférées et leurs motifs de regarder. L'étude a également cherché à identifier les perceptions du public sur le langage utilisé lors des incendies en termes d'appels utilisés pour transmettre le message médiatique et l'indication de préférence pour ces stratégies discursives, en plus de révéler la dynamique ou les niveaux du langage médiatique.

La recherche sur le terrain a été menée sur un échantillon objectif de 151 professeurs d'études sur les médias et la communication en Algérie, et nous nous sommes appuyés sur l'approche analytique descriptive, en utilisant l'outil du questionnaire, afin de révéler les représentations et les perceptions que le public a du langage médiatique sur la chaîne « Shorouk News » lors des feux de forêt de 2021. Nous sommes arrivés à plusieurs conclusions, à savoir que la chaîne aborde constamment tous les sujets liés aux affaires locales pertinentes, en particulier lorsqu'il s'agit d'une crise ou d'un événement soudain. Pendant cette période, une langue mixte a été utilisée entre la langue courante et l'arabe standard.

**Mots-clés :** langage médiatique, La chaîne Al Shorouk News, Chaînes satellite, Crise.

## خطة البحث

### مقدمة عامة

#### الفصل الأول: الإطار المنهجي

1. إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
2. أهمية الدراسة
3. أهداف الدراسة
4. منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات
5. مجتمع الدراسة والعينة
6. تحديد مفاهيم الدراسة
7. عرض الدراسات السابقة
8. حدود الاستفادة من الدراسات السابقة

#### الفصل الثاني: الإطار النظري

#### أولاً: مدخل إلى اللغة الإعلامية التلفزيونية

##### تمهيد

1. تعريفات اللغة كوسيلة اتصال
2. أهمية اللغة
3. وظائف اللغة الاعلامية
- 1.3- الوظيفة التعبيرية
- 2.3- الوظيفة الإعلامية
- 3.3- الوظيفة الخطابية
4. مدخل إلى اللغة الإعلامية وعلم الاعلام اللغوي
- 1.4- مفهوم اللغة الاعلامية
- 2.4- العلاقة بين اللغة والاعلام
5. مستويات التعبير اللغوي
6. خصائص اللغة الإعلامية التلفزيونية
7. مستويات اللغة الإعلامية التلفزيونية
- 1.7- اللغة العربية الفصحى
- 2.7- اللغة العامية
- 3.7- اللغة المختلطة

8. مفهوم اللغة الإعلامية في التلفزيون
9. واقع اللغة في الممارسة الإعلامية التلفزيونية

## خلاصة

ثانيا: اللغة الإعلامية في القنوات الفضائية الجزائرية interligne راه متدكس

## تمهيد

1. مدخل إلى القنوات الفضائية
2. خصائص البث التلفزيوني
3. وظائف الفضائيات التلفزيونية
4. أنواع الفضائيات التلفزيونية
5. أهمية القنوات الفضائية الجزائرية
6. نشأة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة
7. أنواع برامج القنوات الفضائية الخاصة
8. إيجابيات وسلبيات القنوات التلفزيونية الخاصة
9. أسباب ظهور القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة
10. أنواع القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة
11. الازدواجية اللغوية في ظل الانفتاح الإعلامي بالقنوات الفضائية الجزائرية

## خلاصة

ثالثا: الأزمات البيئية في القنوات الفضائية الجزائرية

## تمهيد

1. مفهوم الأزمة
2. مفاهيم ذات صلة بالأزمة
3. أنواع الأزمات
4. سمات الأزمة
5. خصائص الأزمة
6. مراحل الأزمة
7. الاعلام والأزمات البيئية في الجزائر
- 1.7- دور الاعلام في إدارة الازمات
- 2.7- مفهوم الازمات البيئية
- 3.7- خصائص الازمات البيئية
- 4.7- حرائق الغابات كأزمة بيئية

5.7- برنامج الاعلام والتوعية كإجراء وقائي من حرائق الغابات

6.7- التخطيط الإعلامي لمواجهة حرائق الغابات بالجزائر

## خلاصة

### الفصل الثالث: الإطار الميداني

أولاً: مجتمع البحث وخصائصه.

ثانياً: عرض وتحليل محاور الاستبيان

1. عرض وتحليل الجداول البسيطة

1.1- عرض وتحليل المحور الأول: البيانات العامة لأفراد العينة

2.1- عرض وتحليل المحور الثاني: عادات وأنماط تعرض الأساتذة الجامعيين لبرامج

"الشروق نيوز"

3.1- عرض وتحليل المحور الثالث: التصورات المرتبطة بمهنية قناة الشروق نيوز

وصورتها.

4.1- عرض وتحليل المحور الرابع: تموقع اللغة الإعلامية ببرامج الشروق نيوز.

5.1- عرض وتحليل المحور الخامس: اللغة الإعلامية أثناء الأزمة التي شهدتها الجزائر

حرائق صيف 2021.

2. عرض وتحليل الجداول المركبة

ثالثاً: الاختبارات الإحصائية.

رابعاً: اختبار الفرضيات الإحصائية.

خامساً: نتائج الدراسة الميدانية

سادساً: النتائج العامة للدراسة

- خاتمة.

- قائمة المصادر والمراجع.

- الملاحق.

- فهرس المحتويات

# مقدمة عامة

استطاعت تكنولوجيا الاتصال والمعلومات وتقنياتها المتطورة أن تؤثر على تطور وسائل الاعلام المختلفة من حيث الأداء الإعلامي والمهني والمضمون الإعلامي، ومن هنا ظهرت الحاجة إلى تصميم لغة تستمد صيغتها من الوسيلة التي تُوظف فيها.

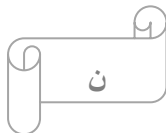
والعلاقة بين اللغة والاعلام لا تسير دوما في خطوط متوازية، فهما لا يتبادلان التأثير، نظرا الى انعدام التكافؤ بينهما، لأن الاعلام هو الطرف الأقوى، ولذلك يكون تأثيره في اللغة بالغا بالدرجة التي تُضعف الخصائص المُميزة للغة، وبالتالي فان وسائل الاعلام لها أشد الأثر في رفع مستوى اللغة العربية، أو تخريبها والإساءة إليها. وبينت العديد من الدراسات ارتباط اللغة بالحياة اليومية، جعل منها لغة متجددة تتفاعل مع المستجدات لتفرض طبيعتها الجديدة على المتلقي. فاللغة الإعلامية سائدة على أوسع نطاق في محيط الجمهور العام، وهي قاسم مشترك أعظم في كل فروع المعرفة والثقافة والصناعة والتجارة والعلوم الإنسانية والاجتماعية.

ومع التطور الهائل الذي يشهده العالم على مختلف الأصعدة تبرز أهمية الإعلام كونه داعما لتطور مختلف القطاعات وما يعنينا هنا التغطية الإعلامية للأحداث الساخنة المتسارعة التي يشهدها الوضع العام الدولي والمحلي اذ تحتل القنوات الفضائية منزلة مهمة بين وسائل الإعلام في عصرنا هذا، والتي تسمح بنقل الأحداث إلى المتلقي المتعطش لمعرفة ما يحيط به من مشاكل وأزمات تؤثر في حياته بكل الطرق والوسائل.

من هنا تأتي أهمية القنوات الفضائية في إلقاء الضوء على الأحداث الدولية والمحلية خاصة الساخنة منها والتي تؤثر في مصير الدولة والشعب على حد سواء.

لذا تنامي اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام في أوقات الأزمات التي تهدد أمن المجتمع إذ أنه كلما زادت درجة عدم الاستقرار في المجتمع زاد اعتماد أفراده على الوسائل الإعلامية، لذلك فإن التغطية الاعلامية لمثل هذه الأزمات يحتم عليها استنفار كل طاقاتها وحشد جهودها لمتابعة الحدث وتقديم تقارير حية عن الوقائع والمستجدات ومنه نوضح أهمية الدور الوسيط الذي تقوم به وسائل الإعلام، وخاصة ما يتعلق بإنجاز المهام التالية:

- تقديم المعلومات.
- شرح أهمية ومغزى الأحداث.



- تخفيف التوتر والقلق.

ويُعد البعد الاعلامي في إدارة الأزمة مكملا للجهود التي تبذلها باقي المؤسسات لاحتوائها، وذلك لما لها من أهمية في تشكيل اتجاهات الجماهير وسلوكياتهم، بالأخص في وقت الأزمات، حيث يكثر الاقبال على وسائل الاعلام المحلية التي تضمن نقل الأحداث والتغطية المباشرة للأزمات، والتوضيح والشرح كمحاولة للوقوف على أسبابها وعوامل استمرارها مما يضع هذه الوسائل الإعلامية أمام مسؤولية اجتماعية ومهنية، لذا وجب عليها التعامل بحذر مع كل تفاصيل الأزمة ويتمثل ذلك في التزام الحيادية والموضوعية في اختيار الألفاظ والعبارات لوصف تطورات الأحداث ومختلف الأطراف الفاعلة ودور كل منها في السيطرة على مجريات الأمور.

ويتعاضد دور وسائل الإعلام لما يتعلق الأمر بحدث ذات طابع اجتماعي، وهذا ما شهدناه في الفترة التي مست حرائق الغابات مساحات كبيرة في الجزائر، إذ تُعد الأخيرة من أعظم الكوارث والمشكلات البيئية التي تواجه الجزائر في السنوات الأخيرة، وهنا يظهر الدور المميز للتلفزيون في تغطية الأزمات والكوارث، وفي نفس الوقت يُشكل حضوره جدلا واسعا عن مدى تفوقه في إدارة الأزمة والتزامه الحياد في التغطية.

وفي هذا الإطار تتجه الدراسة الحالية للبحث عن طبيعة اللغة الإعلامية المستخدمة أثناء حرائق غابات جويلية-أوت 2021 على قناة الشروق نيوز حسب تصورات أساتذة وطلبة علوم الاعلام والاتصال.

ولدراسة الموضوع، تم تقسيم البحث إلى ثلاث فصول، تناولنا في الفصل الأول الإطار المنهجي للدراسة من إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، بالإضافة إلى أهمية وأهداف الدراسة، ثم تطرقنا إلى منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات، وذلك باستخدام المنهج الوصفي التحليلي بالاعتماد على أداة الاستبيان الموجهة لعينة البحث من أساتذة وطلبة علوم الاعلام والاتصال بالجزائر الذين يشاهدون قناة الشروق نيوز، وقمنا بعد ذلك بتحديد مفاهيم الدراسة وعرض الدراسات السابقة.

وتضمن الفصل الثاني من الدراسة، الإطار النظري الذي قسمناه إلى ثلاث أجزاء: في الجزء الأول تطرقنا إلى مفاهيم اللغة باعتبارها وسيلة اتصال وأهميتها في حياة الأفراد ثم وظائف اللغة الإعلامية في ثلاث عناصر: وهي الوظيفة التعبيرية والإعلامية والخطابية، بعدها استعرضنا العلاقة

بين اللغة الإعلامية وعلم الاعلام اللغوي من خلال التطرق إلى مفهوم اللغة الإعلامية ثم العلاقة بين اللغة والإعلام. وفي العنصر الموالي قمنا بالحديث عن مستويات التعبير اللغوي المتكون من ثلاث مستويات هي (المستوى التذوقي الجمالي، المستوى النظري التجريدي والمستوى العلمي الاجتماعي)، أما العنصر الموالي فكان بعنوان خصائص اللغة الإعلامية التلفزيونية، تليه مستويات اللغة الإعلامية والتي تحتوي على ثلاث عناصر، فأما العنصر الأول تحدث عن اللغة العربية الفصحى ومكانتها وخصائصها. والعنصر الثاني انصب في مفهوم العامية وأسباب تشكلها والدعوة إليها كلغة بديلة عن المستوى الفصيح. وآخر عنصر خصصناه للحديث عن اللغة الوسيطة أو الهجينة التي تغطي على وسائل الاعلام السمعية البصرية، وأخيرا خاتمة الفصل.

أما الجزء الثاني بعنوان اللغة الإعلامية في القنوات الفضائية الجزائرية، يضم العنصر الأول بعنوان مدخل إلى القنوات الفضائية، تطرقنا فيه سريعا إلى إنشاء الأقمار الصناعية العربية ودخول البث الفضائي إلى هذه الدول والجزائر بالخصوص، ثم أهم خصائص البث الفضائي ووظائف الفضائيات التلفزيونية، والعنصر التالي عن أنواع الفضائيات التلفزيونية، ثم أهمية الفضائيات الجزائرية ونشأة القنوات الخاصة، ثم تحدثنا عن أنواع برامجها ومختلف إيجابياتها وسلبياتها، وآخر عنصرين كانا للحديث عن أنواع القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة وظاهرة الازدواجية اللغوية في ظل الانفتاح الإعلامي على تكنولوجيا المعلومات بالقنوات الجزائرية.

الجزء الثالث بعنوان الأزمات البيئية في القنوات الفضائية الجزائرية، تطرقنا فيه إلى ثمانية عناصر، تمثلت في: مفهوم الأزمة، مفاهيم ذات صلة بالأزمة، أنواع الأزمات، سمات الأزمة، خصائص الأزمة ومراحل الأزمة، بالإضافة إلى التعرف عن الاعلام والأزمات البيئية في الجزائر من خلال إبراز دور الاعلام في إدارة الأزمات، ثم مفهوم الأزمات البيئية والفرق بينها وبين الكارثة البيئية وتصنيفات هذه الأخيرة، ثم تحدثنا عن خصائص الأزمات البيئية، واستراتيجيات مواجهة هذه الأزمات البيئية كحرائق الغابات، وتطرقنا إلى البرنامج الإعلامي التوعوي الذي تعتمد وسائل الاعلام كإجراء وقائي من حرائق الغابات، وختمنا الجزء الثالث بماهية وكيفية التخطيط الإعلامي لمواجهة حرائق الغابات بالجزائر. وخاتمة.

أما الفصل الثالث، تناولنا فيه الجانب التطبيقي من عرض بيانات الدراسة والتعليق عليها، وكانت هذه المحاور حول: عادات وأنماط تعرض الجمهور لبرامج الشروق نيوز، ثم التصورات المرتبطة بمهنية قناة الشروق نيوز وصورتها، بالإضافة إلى تموقع اللغة الإعلامية ببرامج القناة وتعلق المحور الأخير باللغة الإعلامية أثناء الأزمة التي شهدتها الجزائر سنة 2021 والمُتمثلة في حرائق الغابات. ثم قمنا بتجريب الاختبارات الإحصائية باستخدام معامل الاقتران لدراسة العلاقة بين متغيرين كيفيين نوعيين، فلم يكن لمعظم المتغيرات دلالة إحصائية، ثم تطرقنا إلى نتائج الدراسة وخاتمتها.



# الفصل الأول

## الإطار المنهجي للدراسة

1. إشكالية الدراسة وتساؤلاتها
2. أهمية الدراسة
3. أهداف الدراسة
4. منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات
5. مجتمع الدراسة والعينة
6. تحديد مفاهيم الدراسة
7. عرض الدراسات السابقة
8. حدود الاستفادة من الدراسات السابقة

1. إشكالية الدراسة وتساؤلاتها:

تعد اللغة الأساس الواقعي والحساس لكل تواصل بين طرفين أو أكثر اذ تعتبر الحلقة المهمة التي تقوم بإعداد المعاني وترميزها وفق بناء لغوي محكوم بقواعد متفق عليها ويتخاطب ويتعايش بها الجميع. فهي أداة تواصل وتعارف، وهي وعاء الفكر والعلم، ووسيلة المعرفة و الثقافة، بواسطتها يتواصل الناس فيم بينهم، وعليها تبنى المجتمعات وبها تقوم الامم، وليست اللغة مجرد رموز أو مواصفات فنية، بل هي أسلوب تفكير ونمط بناء وتنقيف للشخصية الإنسانية، وبقدر ما تكون اللغة دقيقة يكون الفكر دقيقا والرأي صائبا، فالإنسان عندما يفكر لا يستطيع ذلك إلا إذا وجد مخرجا لكل عبارة يقولها أو يكتبها، وما لم تتحول الفكرة إلى لغة فإنها تموت ومن هنا فان زيادة الثروة اللغوية يؤدي إلى زيادة الثروة الفكرية، و أي خلل في الفكرة كان تبعا لذلك خلل في اللغة.

باعتبارها ركيزة أساسية من ركائز المجتمع، يرى تشومسكي بأن اللغة نسق رمزي للتواصل واستخدامنا إياها يرتبط بشكل وثيق بالبنى الاجتماعية، من هنا نستخلص أنه يصعب إقامة مجتمع بدون لغة، فاللغة نظام شامل للعلاقات ومؤسسة اجتماعية مرتبطة ارتباطا وثيقا بالسلوك الانساني، حتى لا نكاد نرى جانبا من هذا السلوك، لا تتدخل فيه اللغة أو لا تلعب دورا، حيث تذهب نظرية "سابير وورف" إلى وضع الناس تحت رحمة لغتهم لأنها حسب دليلهم الى فهم الحقيقة الاجتماعية، باعتبار اللغة نشاط اجتماعي، يتشكل خطابها من نسيج البيئة التي تعمل فيها أو المحيطة، ويعد الاتصال الجماهيري محور ذلك النشاط، فهو أحد الوحدات الاجتماعية التي تقوم بنقل الافكار والمعارف بين المجتمعات، وقد وفر لها التقدم التكنولوجي ذلك النقل.

لكل مجتمع نظام لغوي عام يشترك الأفراد في إتباعه ويتخذونه أساسا للتعبير عما يجول بخوابه وفي تقاضاه بعضه مع بعض<sup>1</sup> ، بحيث يرى فندريز أن اللغة فعل اجتماعي من حيث أنها استجابة لحاجة الاتصال بين بني الانسان، لا فرق أن تكون الحاجة عامة لقضاء أمور الناس في حياتهم المختلفة أو خاصة للتعبير عن الأفكار التي تجول في ذهن الفرد.<sup>2</sup>

1 - كمال الحاج، الاعلام النامي، مطبوعات جامعة دمشق، 2008، ص 5.

2 - محمد عبد المطلب البكاء، لغة العالم بين الفصحى والعامية، مجلة الباحث الاعلامي، العدد الأول، كلية الاعلام، جامعة بغداد، 2005، ص 175.

حيث تشهد اللغة العربية واقعا جديدا نتيجة التطور المتسارع في مخزونها وفي ألفاظها وكذا في المجتمعات الناطقة بها، وإذا كان من المسلم به لدى الدارسين على اختلاف مشاربهم، أن هناك مجموعة من العوامل كانت وراء هذا الواقع الجديد الذي تشهده اللغة العربية، فإن أهم هذه العوامل وأشدها تأثيرا إيجابيا أو سلبا هي وسائل الاعلام المكتوبة والسمعية والمرئية وكذا الالكترونية (الاعلام الجديد)، و التي أثرت و تؤثر بشكل عميق، ليس فقط على البنيات الداخلية للمجتمع العربي، بل تؤثر أيضا تأثير في قيمه و ثقافته و على رأسها اللغة بوصفها الأداة الفعالة التي بواسطتها يربط صلته بالمتلقي، ومن ثم بالمجتمع و الجماهير على وجه العموم.

فالتطور الحضاري واكبه تطور تقني مثل اختراع بعض وسائل الإعلام [الراديو، التلفزيون...] ومن هنا اشتدت الحاجة إلى تصميم لغة تستمد صبغتها من الوسيلة التي توظف فيها، سواء كانت مكانية أو زمنية، كما رأى عبد العزيز شرف الذي قال: "...يقصد بالوسائل المكانية تلك التي تشغل حيزا في مكان مثل الصحف، أما الوسائل الزمانية فهي تتسلل في وقت زمني مثل الإذاعة والتلفزيون والأحاديث المسموعة، وتعتبر الأفلام الناطقة والمحادثات الشخصية المباشرة ووسائل مكانية زمانية لأنها تشغل حيزا مكانيا ووقتا زمنيا وهي وسائل سمع-بصرية، وقد أدى هذا التطور الى ظهور لغة من نوع جديد غير اللغة الأدبية بمستواها التذوقي الجمالي، وغير لغة العلم، فاللغة الاعلامية الجديدة تسعى الى جميع فئات القراء وإلى تحقيق المستوى العملي على الصعيد الاجتماعي للغة.<sup>1</sup>

فاللغة الإعلامية تتنوع بتنوع وسائل الإعلام فاللغة المستخدمة في الصحافة تختلف عن اللغة المستخدمة في الإذاعة ولغة التلفاز تختلف بشكل كبير جداً عن لغة الإذاعة فالأخرى تجمع بين الصوت والصورة معاً، وهي بحد ذاتها وضمن منظومتها الخاصة تقدم بأساليب وطرق تختلف حسب البرامج والفئة العمرية وحسب الموضوع المطروح وهذا ما يطلق عليه رموز الإيصال الإعلامي - حيث أن التلفاز يقوم بتوظيف كافة الرموز التعبيرية ليقوم بإرسال رسالته الإعلامية فهناك لغة الصورة ولغة الأشكال المرسومة والأجسام والحركات - لغة الجسد - وهناك لغة اللحن والنغمة والإرشادات البصرية.

وكلا هاتين الحاجتين يحتاجهما رجل الإعلام وعلم الإعلام بشكل خاص الذي يسعى لتحقيق وظائفه الأساسية في الإخبار والإعلام، التفسير والشرح، التوجيه والإرشاد، التسلية والإمتاع، الترويج والإعلان، التعلم أو التنشئة الاجتماعية، وهذه كلها أمور تجول في خاطر رجل الإعلام ومهمته التعبير عنها بنفسه لتوصيلها

1 - عبد العزيز شرف، اللغة الاعلامية، دار الجيل، بيروت - لبنان، 1996، ص 29.

إلى أذهان الجماهير، ذلك أن اللغة الإعلامية تشكل في النهاية جزء من النظام اللغوي العام السائد فإذا اتخذت هذه اللغة منحى مختلف عن النظام اللغوي العام، فإن مصير هذه اللغة، لن يكون إلا الرفض من قبل المتلقي.

وبما أن ظهور وتطور هذا المصطلح ناتج عن تطور وسائل الإعلام، يمكن أن نميز اللغة الإعلامية المستخدمة في التلفاز (لغة الفضائيات) والتي تعتبر الأداة التي يستخدمها الإعلاميون لتحويل الرموز، المعلومات، الآراء والأفكار إلى مادة يمكن تلقيها من قبل الجمهور المستهدف وفهم ما تحمله من مضامين موجّهة ومخطط لها مسبقاً.

وحتى يكون صاحب اللغة الإعلامية -إعلامي- قريباً من جميع فئات المجتمع و أن يكون مقبولاً عندهم فإنه ينبغي أن تتسم لغته كما يرى الدكتور عبد اللطيف حمزة -بسلاسة العبارة، و عذوبة الحديث، و قرب الفكرة<sup>1</sup>. بوصفها " قريبة الدلالة سريعة الفهم تقترب كثيراً من لغة الخطاب اليومي، وتتفاعل مباشرة مع الواقع الخارجي، وفيها الكثير من التراكيب الجديدة، التي تعبر عن معاني حديثة، فالحدث يصنع لغة خاصة به، قد تنتهي بموته وتحمل طابع الدقة والحيوية والوضوح ويختلف الأسلوب باختلاف المشاركين في الحدث ومضمون الموضوع.<sup>2</sup>

وخصوصاً لغة البرامج الجماهيرية التي يعتمد عليها القائمون بالاتصال ويؤمنون بأهميتها باعتبارها من أهم أشكال برامج الرأي وصناعة الديمقراطية خصوصاً أثناء الأزمات باختلاف نوعها.

فعالم اليوم أصبح مرتعاً لإنتاج الأزمات بتنوعها وتعددتها... وهذا ما يستدعي توفير جهود منظمة لمواجهةها، حيث تحدث الأزمات في المجتمعات نتيجة تغيرات مفاجئة في بنائها الداخلي أو الخارجي ولا يمكن تجنبها، ويمكن القول أنّ كل أزمة تحتوي بذور نجاح أو جذور فشل وهذا ما يتحدد من خلال إدارة الأزمة.

كما أن مجالات الأزمات كثيرة ومتعددة قد تأتي عن تسريب معلومات سرية، مشاريع جديدة أو كوارث بشرية أو طبيعية أو وباء ...<sup>3</sup>

1 - عبد اللطيف حمزة، المقالة الصحفية في مصر، دار الفكر العربي، ط1، القاهرة - مصر، 1963، ص214.

2 - عبد العالي رزاق، الخبر في الصحافة والإذاعة والتلفزيون والانترنت، دار هومة، الجزائر، 2011، ص28.

3 - أيمن منصور، اللغة الإعلامية (المفاهيم-الأسس-التطبيقات)، القاهرة- مصر، 2004، ص 23.

ولهذا فإن إدارة الأزمات لها أسس عامة تتحول إلى خطة جاهزة للتطبيق خلال فترة معالجة الأزمة، ومنه فإن مهمة الإعلام الأساسية في أوقات الأزمات مهما كان نوعها هي إرسال معلومات معروفة ومفهومة للمتلقي لكي يحدث التفاعل، ويعتمد العمل الاعلامي على استخدام الكلمات والصور، وغيرها، لنقل أفكار ومعلومات و خبرات يتفاعل بموجبها المتلقي والمرسل على حد سواء في مضامين اجتماعية معينة ومفاهيم متساوية ومتقاربة لدلالات الرموز ومضامينها، بحيث تتوافق مضامين الرسالة عند المرسل والمتلقي بما يحقق فهم المعلومات ويستخدمها في تجاوز الأزمة بأقل الخسائر الممكنة.<sup>1</sup>

لذا فإن توجيه رسائل اعلامية ذات صلة بالأزمات لكل فئات المجتمع ضرورة، ومسؤولية الاعلاميين لإقامة علاقة تقوم على الثقة المتبادلة بإعطاء معلومات رسمية وصحيحة. ومنه فإن إعلام الأزمات يراد به تفعيل دور وسائل الاعلام أثناء حدوث الأزمات وذلك بالانطلاق من استراتيجية إعلامية واضحة تعتمد على التخطيط الاعلامي والتنسيق بين المؤسسات الإعلامية لتوحيد الخطاب الاعلامي ونتاج رسائل إعلامية.

وتعتبر سلسلة الحرائق التي شهدتها معظم ولايات الوطن وخاصة الشمالية الشرقية سنة 2021 من بين العديد من الأزمات المتتالية في ميدان الصحة والسياسة التي تركت أثرا بالغا وتخوفا مستمرا لما آلت إليه الأمور بالجزائر. فالكارثة البيئية هذه خلفت خسائر مادية و بشرية، إذ لعبت القنوات الفضائية دورا بالغا في تغطية هذه الأحداث بسبب سرعة عملية الاتصال و نشر المعلومات و الأخبار المتعلقة بها.<sup>2</sup>

وتعمل الفضائيات الجزائرية على جذب الجمهور ببرامج مختلفة، بعد احتكار إعلامي دام أكثر من 50 سنة في المجال السمعي البصري، سلكت بعدها القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة طريقا مختلفا يعكس واقع المجتمع الجزائري، مما ساهم في تكوين آراء جديدة لدى الجمهور الجزائري بحرية أكثر للتعبير عن الاوضاع الاجتماعية والاقتصادية. ومن بين هذه القنوات التي كانت حاضرة بتلك الفترة هي قناة الشروق نيوز التي ساهمت بفعالية في تزويد الجمهور بالأخبار وآخر التطورات الحاصلة بصفة مستمرة صوتا وصورة، فالحرائق امتدت إلى فترة زمنية طويلة مما أدى إلى جلب انتباه الجمهور الجزائري ومتابعته المستمرة، ولهذا قامت قناة الشروق نيوز بالتغطية الكاملة لكل الأحداث.

1 - عبد الرزاق محمد الدليمي، الاعلام وادارة الأزمات، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، عمان، ط1، 2012، ص18.  
2- Benjamin Vallejo Jr, **Policy responses and government science advice for the COVID 19 pandemic in the Philippines: January to April 2020**, Progress in Disaster Science, 2020, P7.

تتمحور هذه الدراسة حول كيفية استخدام الفضائيات الجزائرية للغة الإعلامية أثناء الأزمات، مع التركيز على التغيرات التي حدثت بعد ظهور القنوات الخاصة.

ويركز البحث على التساؤل التالي:

➤ ما واقع التصورات الفكرية لجمهور الشروق نيوز إزاء اللغة الإعلامية أثناء حرائق غابات

2021؟

ويتفرع من هذا التساؤل عدد من الأسئلة الفرعية:

- ما هي عادات وأنماط مشاهدة أساتذة وطلبة علوم الإعلام والاتصال لبرامج الشروق نيوز؟
- ما هي التصورات المرتبطة بمهنية قناة الشروق نيوز وصورتها لدى جمهورها؟ وما مدى التزامها باستخدام اللغة العربية الفصحى؟
- ما هي تصورات الجمهور حول برامج ومواضيع الشروق نيوز؟
- ما طبيعة اللغة المستخدمة للتعبير عن أزمة حرائق 2021 بقناة الشروق نيوز؟

## 2. أهمية الدراسة:

يستمد البحث أهميته من محورية موضوع اللغة الاعلامية ومدى تأثيرها في صناعة الرأي العام وقدرته على تنميط الجماهير وتوجيه الأحداث وفقا لمصالح وغايات معينة لمنتجيه، والبحث محاولة لإثراء المكتبة الجزائرية في مفهوم اللغة الاعلامية وآفاقها المتعددة لاسيما في أوقات الأزمات، كما يقدم البحث إضافة معرفية في الإطار النظري لمجال اللغة الاعلامية وعلاقتها بالقنوات الفضائية.

وتبرز أهمية هذا البحث من كون وسائل الإعلام التلفزيونية من أهم مصادر الأخبار ذات الصلة الوثيقة بالجمهور و ذلك لاعتمادها تقديم المعلومات والحقائق والآراء للناس مدعومة بالأدلة المباشرة في مختلف الموضوعات السياسية والاقتصادية والثقافية والرياضية والفنية حيث لا يزال اهتمام الجمهور بمتابعة الأحداث على القنوات التلفزيونية لما تقدمه لهم من خدمات شتى وتثير قضايا مباشرة تهم حياتهم، فضلا عن طريقة التقديم المثيرة والمتميزة لبعض البرامج والأخبار خصوصا أثناء الأزمات... حيث يعتمد مقدم البرنامج على عنصري الإثارة والجاذبية في الإعداد وأسلوب التقديم والإخراج واستخدام التقنيات المتطورة جدا سواء

من خلال تأمين الاتصالات الهاتفية المباشرة عبر الأقمار الصناعية أو باستضافة شخصيات مهمة ومصادر الأخبار في مختلف المجالات.

وفي الجانب الميداني والعلمي يعد البحث محاولة في التعريف بالميكانيزمات المهنية المستخدمة من طرف قناة الشروق نيوز الفضائية في التعامل مع أزمة حرائق الغابات بالجزائر سنة 2021 وتوضيح مستوى إدارة الأزمة من خلال تفعيل استراتيجيات إعلامية من خلال توظيف اللغة الاعلامية والتي تساعد على السيطرة في أحداث الأزمة ولنقلها بكل صدق.

وتعتبر المؤسسة الإعلامية مؤسسة من مؤسسات المجتمع التي من واجبها دراسة الأزمة وتحليلها بهدف محاصرتها وتضييق دائرة تأثيرها على أفراد المجتمع، ذلك أن الأزمة تحدث فجأة وبدون مقدمات وينتج عنها نتائج غير مرغوب فيها، خاصة أن هذه النتائج تنعكس على الأفراد بغض النظر عن نوع الأزمة ومستواها، وبما أن القنوات الفضائية تلعب دورا مهما في مثل هذه المواقف إضافة لتمتعها بالمعرفة الكافية لما يدور في خضم الأزمة، وقدرتها الكبيرة على جمع المعلومات فإنها بالتالي تستطيع تغطية أي حدث يتعرض له المجتمع، فالتحدي الذي تفرضه الأزمات يتطلب طريقة فريدة واهتماما بخصائص المشكلة المتأزمة ولا أحد يستطيع تقديم ضمانات حول الأفعال التي ستساعد على الخروج السريع من الأزمة لكن مما لا شك فيه أن مهنية القنوات الاخبارية وخبرتها تختبر بالقدر الذي تستطيع فيه لملمة الأزمة أو على الأقل عدم المساهمة في توسيعها.

وللبحث أهمية اضافية عبر استكشاف اللغة الاعلامية في القنوات التلفزيونية أثناء الأزمات، ما يتيح للقائمين على قناة الشروق نيوز امكانية تطوير الخطاب الاعلامي الموجه للجمهور.

### 3. أهداف الدراسة:

يسعى البحث الى تحقيق الأهداف الآتية:

- ✓ التعرف على عادات وأنماط تعرض الأساتذة الجامعيين لبرامج الشروق نيوز.
- ✓ الكشف عن التصورات المرتبطة بمهنية قناة الشروق نيوز وصورتها لدى الأساتذة الجامعيين.
- ✓ التعرف على تصورات الجمهور حول برامج ومواضيع الشروق نيوز.

✓ الوقوف على طبيعة اللغة المستخدمة للتعبير عن أزمة حرائق الغابات التي واجهتها الجزائر سنة 2021 في قناة الشروق نيوز.

✓ معرفة هل اللغة الإعلامية التي تم استخدامها لتغطية الأزمة تقترب من الواقع الحي.

#### 4. منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات:

##### 1.4 / منهج الدراسة:

من أجل الإجابة على الإشكالية المقدمة تم الاعتماد في هذا البحث على منهج والذي يعرفه موريس أنجرس على أنه: «طريقة منظمة من العمليات تسعى لبلوغ الهدف»<sup>1</sup> ويتم اختيار المنهج المناسب للبحث وفقا لطبيعة مشكلة البحث وفروضه وتساؤلاته، وبما يحقق أهدافه وفقا للسياقات والإجراءات العلمية، وبما يسهم في الوصول الى نتائج موثوقة ومعتمدة.

يعني المنهج العلمي مجموعة الطرق والأدوات والإجراءات التي تستخدم في الدراسة العلمية للظاهرة أو الموضوع، وبعبارة أخرى هو الطرق والإجراءات التي يتبعها الباحث في دراسة المشكلة البحثية سواء بهدف الاستكشاف أو الوصف أو التفسير أو التنبؤ.<sup>2</sup> أي أنه: «استخدام طريقة علمية منظمة في مواجهة مشكلاتنا العامة»<sup>3</sup>. وهو أداة اختبار الفروض ويقع عليه عبء تطويرها وتحقيقها.<sup>4</sup>

تعد الدراسة من البحوث الوصفية التي تستهدف تصوير خصائص مجموعة معينة أو موقف معين وتحليلها وتقييمها، أو دراسة الحقائق الراهنة المتعلقة بطبيعة ظاهرة أو موقف أو مجموعة من الناس أو مجموعة من الأحداث أو مجموعة من الأوضاع، بهدف الحصول على معلومات كافية ودقيقة عنها، دون الدخول في أسبابها أو التحكم فيها.<sup>5</sup>

1 - موريس أنجرس، البحث العلمي في العلوم الإنسانية (تدريبات عملية)، ترجمة (بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، سعيد سبعون)، دار القصة للنشر، ط1، الجزائر، 2004، ص 466.

2 - بركات عبد العزيز، مناهج البحث الإعلامي - الأصول النظرية ومهارات التطبيق، دار الكتاب الحديث، ط2، القاهرة، 2015، ص33-34

3 - أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 2005، ص 283.

4 - محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، ط1، القاهرة، 2004، ص15..

5 - سمير محمد حسين، دراسات في مناهج البحث العلمي - بحوث الاعلام، عالم الكتب، 2006، ص131.

ولغرض تحقيق أهداف البحث، اعتمدنا في دراستنا على المنهج الوصفي التحليلي والذي تتمثل وظيفته في أنه يقوم على جمع البيانات وتصنيفها وتدوينها ومحاولة تفسيرها وتحليلها من أجل قياس ومعرفة أثر وتأثير العوامل على إحداث الظاهرة محل الدراسة بهدف استخلاص النتائج أو معرفة كيفية ضبط والتحكم في هذه العوامل وأيضا التنبؤ بسلوك الظاهرة محل الدراسة في المستقبل.<sup>1</sup>

بحيث تعالج البحوث الوصفية موضوع أو ظاهرة ما وترتكز الدراسات الوصفية على فهم ودراسة حالة تتمثل في الفرد والعائلة أو المؤسسة.

إذا فالمنهج الوصفي التحليلي يعرف بأنه طريقة من طرق التحليل والتفسير بشكل علمي منظم من أجل الوصول إلى أغراض محددة لوضع اجتماعية أو سكان معينين.<sup>2</sup>

وعمدنا الى استخدام هذا المنهج الذي يعنى بدراسة الظاهرة والأوضاع الراهنة لتحليل الواقع من حيث خصائص وطبيعة اللغة الإعلامية الذي تتبناه قناة الشروق نيوز الجزائرية أثناء حرائق غابات الجزائر صيف 2021 من خلال دراسة جمهور المتلقين وتصنيف الدوافع والحاجات بالإضافة إلى الأنماط السلوكية ودرجاتها ومستويات الاهتمام والتفضيل

#### 2.4/ أدوات جمع البيانات:

بعد تحديد المنهج يلجأ الباحث إلى الاستعانة بالتقنية المناسبة لجمع المعلومات المرتبطة بموضوع الدراسة بكل موضوعية، لذا وجب عليه أن يستخدم أداة تحليلية لجمع البيانات والمتمثلة في " الاستبيان" ليتمكن من خلالها الحصول على المعلومات حول موضوعات تتعلق بالخصائص الموضوعية للمبحوثين وسلوكياتهم في الماضي والحاضر، وتتميز استمارة الاستبيان بنسقها وانتظامها وترتيب أسئلتها وتسلسلها في شكل منطقي يبدأ بما هو بسيط ثم يتقدم إلى الأسئلة المعقدة والحساسة.<sup>3</sup>

- 1 - عثمان حسن عثمان، المنهجية في كتابة البحوث والرسائل الجامعية، منشورات الشهاب، 1998، ص 30.
- 2 - عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، 1999، ص 140.
- 3 - محمد ياسر خواجه، البحث العلمي أسس منهجية وتطبيقات عملية، دار المصطفى للطباعة والكمبيوتر، مصر، 2002، ص 403.

ومنه يمكن تعريف استمارة الاستبيان على أنه "مجموعة من الأسئلة يطلق عليها لفظ الاستمارة، ترسل بواسطة البريد أو تسلم إلى عينة الدراسة للإجابة عليها دون مساعدة الباحث، ثم يتم إعادتها ثانية"<sup>1</sup>

كما يعرف بأنه: "تقنية لجمع المعلومات عن طريق استمارة تتضمن مجموعة أسئلة بخصوص موضوع معين يجيب عليها المبحوثين ويدونون الإجابات بأنفسهم.

فهي: "التقنية المباشرة للاستطلاعات العلمية المستعملة للأفراد، والتي تسمح لمساءلتهم بطريقة مباشرة أو غير مباشرة والحصول على نتائج كمية من أجل إيجاد علاقات إحصائية ومن أجل القيام بمقارنات عديدة"<sup>2</sup>.

ويعرف أيضا الاستبيان أنه "أداة علمية تبنى وفق مراحل علمية تكتسب عبرها صدقها وثباتها، وتشتمل بنودها على إمكانية قياس فرضيات البحث، وتحديد العلاقات بين المتغيرات"<sup>3</sup>

تكونت الاستمارة التي ارتكز عليها الباحث في دراسته على مجموعة من الأسئلة المغلقة والمفتوحة تمثل أسئلة الدراسة وتصنف على شكل محاور.

### 3.4/ تصميم استمارة الاستبيان:

يبدأ الباحث بتصميم الاستبيان الكترونيا بالاعتماد على البرامج التي يوفرها محرك google غوغل، وقمنا بتقسيم استمارة الاستبيان إلى أربعة محاور تتعلق بإشكالية الدراسة وتساؤلاتها بشكل يخدم الدراسة، مروراً بتحديد الأسئلة المطلوبة والتي طرحت سابقاً في إشكالية الدراسة والأسئلة الفرعية بعد ضبط المتغيرات الأساسية للدراسة، وإسقاط الأسئلة على المحاور المتبعة في الاستمارة، حيث يظهر ترابط كل محور مع الأسئلة التي طرحت في الإشكالية لتغطية كل الجوانب المتعلقة بالموضوع بشكل يخدم الرسالة بشكل عام<sup>4</sup> ثم قمنا بإرسال هذه الاستمارة إلى الأساتذة المحكمين ممن لديهم خبرة في الجانب المنهجي لبحوث الاعلام

1 - غريب محمد سيد أحمد، تصميم وتنفيذ البحث الاجتماعي، ط3، الإسكندرية، دار المعرفة الجامعية، 2003، ص149.  
 2 Angers Maurice, **Initiation pratique à la méthodologie**, Alger: Casbah Université, 2<sup>ème</sup> ed, 1997, p 60  
 3 - عامر مصباح، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 2010، ص147.

4 - أحمد بن مرسل، مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، 2015، ص226

والإتصال، ولهم كل الفضل في تقديم مجموعة من الملاحظات في الجانب الشكلي والموضوعي لطبيعة الأسئلة المصاغة.

ومنه تمكنا من وضع الهيكل النهائي للاستمارة الموجهة للأساتذة الجامعيين بمختلف تخصصاتهم العلمية، وقد تضمنت الاستمارة المحاور التالية:

**1-البيانات الشخصية لأفراد العينة:** تحتوي على البيانات الشخصية الخاصة بالمبحوثين، وتمثلت المتغيرات في الجنس، السن، المستوى الدراسي والتخصص الجامعي.

**المحور الأول:** ويتعلق بعادات وأنماط تعرض الأساتذة الجامعيين لبرامج الشروق نيوز. ويتضمن العديد من الأسئلة وهي كالاتي:

- هل تتابع برامج "الشروق نيوز"؟ والإجابة تكون ب: دائما، أحيانا أو نادرا.
- تفضيلات مشاهدة برامج "الشروق نيوز" وهنا تكون الإجابة بمفردك، مع الأسرة، مع الأصدقاء أو حسب الظرف.
- نوعية البرامج التي يفضل الجمهور مشاهدتها على قناة الشروق نيوز.
- ثم سؤال عن قنوات مشاهدة برامج قناة الشروق نيوز: هل هو عبر البث الحي، مشاهدة الإعادة في التلفزيون ومقاطع على الميديا الاجتماعية.
- دوافع مشاهدة الجمهور لبرامج "الشروق نيوز"؟ وهنا يمكن اختيار أكثر من إجابة.
- وآخر سؤال بالمحور الأول يتعلق برأي الجمهور عما إذا كانت برامج الشروق نيوز هادفة؟

**المحور الثاني:** يتعلق بالتصورات المرتبطة بمهنية قناة الشروق نيوز وصورتها. ويشمل مجموعة من الأسئلة تتعلق بمتغيرات الدراسة، وهي كالاتي:

- وجهة نظر الجمهور عن درجة اهتمام القناة بالقضايا المحلية.
- مدى توافق البرامج المقدمة في القناة مع اهتمامات الجمهور الجزائري.
- أبرز الوظائف التي تقوم بها برامج الشروق نيوز.
- العوامل التي بإمكانها الزيادة في درجة مشاهدة البرامج.

**المحور الثالث:** يتعلق بتموقع اللغة الإعلامية ببرامج الشروق نيوز. ويضم سبع أسئلة:

- تأثير مقدم برامج " الشروق نيوز " على اختيار الجمهور لمتابعة القناة.
- صفات المُحاور أو المُقدم بالبرامج.
- الأساليب التقديمية التي يستخدمها مقدم البرامج.
- العوامل المؤثرة في تفضيل الأساليب التقديمية التي يستخدمها مقدم البرامج.
- طبيعة اللغة المستخدمة للتعبير عن القضايا المطروحة من قبل المحاور والضيوف.
- اللغة الإعلامية الموظفة بقناة الشروق نيوز ومساهمتها في تأدية وظيفتها الإخبارية من خلال التغطية الشاملة لمجمل الأحداث.
- حول اللغة المستخدمة إذا ما كانت هجومية.

**المحور الرابع والأخير:** يتعلق باللغة الإعلامية أثناء الأزمة التي شهدتها الجزائر-حرائق غابات صيف

2021. ويضم الأسئلة التالية:

- مصداقية اللغة الموظفة عند نقل الأخبار المتعلقة بالأزمة التي شهدتها الجزائر صيف 2021
- الأساليب الإقناعية المعتمدة أثناء تناول موضوع الحرائق بقناة الشروق نيوز.
- مستوى اللغة الإعلامية المستخدمة بقناة "الشروق نيوز" في وصف أزمة الحرائق مقارنة بقنوات تلفزيونية جزائرية.
- مميزات اللغة الإعلامية الموظفة لتناول أزمة حرائق 2021
- حول موضوعية وشفافية اللغة الإعلامية التي وظفت خلال الأزمة.
- وآخر سؤال بالمحور والاستبيان كان حول مدى اقتراب اللغة الإعلامية التي تم استخدامها لتغطية الأزمة من الواقع الحي.

#### 4.4/ تحكيم الاستبيان:

يخضع الاستبيان قبل توزيعه إلى التحكيم من قِبل أساتذة ومتخصصين للتأكد من صحته ومناسبته لموضوع البحث ثم تعديله وفقا لملاحظاتهم، وهي خطوة منهجية مهمة على الباحث القيام بها قبل توزيع استمارة الاستبيان النهائية. وقد تم عرض الاستبيان على مجموعة من الأساتذة المحكمين:

- العربي بوعمامة، أستاذ في علوم الاعلام والاتصال، (جامعة مستغانم)
- بن عمار سعيدة خيرة، أستاذة في علوم الاعلام والاتصال، (جامعة مستغانم)

- بن عمرة بلقاسم أمين، أستاذ في علوم الاعلام والاتصال، (جامعة البويرة)
- يسري صيشي، أستاذ في علوم الاعلام والاتصال، جامعة الشلف)
- بعلي السعيد، أستاذ في أنثروبولوجيا الاتصال، (جامعة مستغانم)

### 5. مجتمع الدراسة والعينة:

بغرض الوصول إلى انتقاء عينة للبحث يجب اتباع عدد من الخطوات الضرورية في تحديد واختيار وانتقاء عينة محددة للبحث، بدءاً بتشخيص وتحديد مجتمع البحث الأصلي والمتكامل، وتنتهي بتحديد العدد المطلوب من الأفراد والوحدات في العينة. مثلاً الأساتذة والطلبة الجامعيين في علوم الإعلام والاتصال الموجودون بالجزائر. أي كل الأساتذة والطلبة من تخصص علوم الإعلام والاتصال بالجامعات.

ويُعرف على أنه المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يسعى الباحث لدراستها من أجل الوصول إلى نتائج الدراسة ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر للمجتمع المستهدف Target population الذي يهدف الباحث دراسته ويتم تعميم نتائج الدراسة على كل مفرداته، إلا أنه يصعب الوصول إليه لجمع البيانات والذي يعتبر عادة جزءاً ممثلاً للمجتمع المستهدف نختار منه عينة البحث.<sup>1</sup>

ونظراً لاستحالة دراسة كل مجتمع البحث، يلجأ الباحث دائماً إلى العينة التي يحددها بالمعاينة باختيار عينة تكون تمثيلية لمجتمع البحث ككل.

ومنه يمكن تعريف العينة على أنها مجموعة من الأفراد يمكن أن تعمم على نتائج أي دراسة، ولكي يتحقق هذا التعميم يجب أن تكون العينة ممثلة لهؤلاء الأفراد، وتأخذ أشكالاً مختلفة بناءً على نوعية و ظروف البحث، وقد استخدمت لتسهيل عملية البحث العلمي<sup>2</sup>

وبما أنها عبارة عن مجموعة فرعية من عناصر مجتمع البحث محل الدراسة تتماثل من حيث مجموعة الصفات والخصائص يتم اختيارها بطريقة معينة، لإجراء الدراسة عليها من ثم استخدام تلك النتائج وتعميمها على مجتمع البحث الأصلي، ويمكن تعريف العينة Sample، المستخدمة في البحث العلمي، بأنها نموذجاً يشمل ويعكس جانباً أو جزءاً من وحدات المجتمع الأصل المعني بالبحث، تكون ممثلة له، بحيث تحمل

1- محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، ط1، القاهرة - مصر، 2000، ص130.

2- عامر مصباح، مرجع سابق، ص211.

صفاته المشتركة، وهذا النموذج أو الجزء يغني الباحث عن دراسة كل وحدات و مفردات المجتمع الأصل، خاصة في حالة صعوبة أو استحالة دراسة كل تلك وحدات المجتمع المعني بالبحث.<sup>1</sup>

وعلى أساس ما تقدم فإننا نستطيع تعريف المعاينة Sampling بأنها عبارة عن الطريقة أو الأسلوب الذي يتم بموجبه اختيار جزء ممثلاً للكل، تكون نموذج أو عينة ملائمة بهدف تحديد خصائص أو مواصفات معينة في مجتمع الدراسة.<sup>2</sup> لذلك ينبغي أن تعكس العينة المختارة خصائص كل المجتمع الذي أخذت منه. إذ تسحب عينة من مجتمع البحث بانتقاء عناصر مثالية من هذا المجتمع.<sup>3</sup>

ومن هذه المنطلقات التي ذكرناها فإنه يتم اختيار العينة وفق أسس وأساليب علمية متعارف عليها. وعمدنا إلى اختيار عدد من الأساتذة الجامعيين الذين تابعوا برامج الشروق نيوز خلال حرائق الجزائر سنة 2021 لتوجيه الاستبيان لهم ضمن فترة زمنية محددة، بالاعتماد على منهجية العينة المقصودة أو العمدية Purposive sample حيث يكون الاختيار في هذا النوع من العينات على أساس حر، من قبل الباحث وحسب طبيعة بحثه، بحيث يحقق هذا الاختيار هدف الدراسة. أي أنها عينات غير عشوائية، أو غير احتمالية، لأنها عينات مقصودة Purposeful، تكون غنية بالمعلومات من أجل دراسة متعمقة للموقف أو الظاهرة. دونما الرغبة في الحاجة أو التعميم.<sup>4</sup>

وبعبارة أخرى، فإن العينة يتم اختيارها بطريقة غير عشوائية عن قصد وغالبا ما تستخدم العينات القصدية في الدراسات الإعلامية إذ يختار الباحثون الأفراد الذين يستخدمون وسيلة (إعلامية) معينة ويسألونهم أسئلة محددة عن تلك الوسيلة. ويتم اختيار العينة القصدية مع المعرفة بأنها ليست ممثلة للسكان جميعاً.<sup>5</sup>

في دراستنا هذه، قمنا باختيار هذا النوع من العينة للحصول على البيانات اللازمة للدراسة بقدر حاجتنا لها دون التعميم ولا تمثيل أحد ما عدا المبحوثين أنفسهم. بطريقة محكمة لا مجال فيها للصدفة، وتبعاً لذلك

1- عامر إبراهيم قنديلجي، منهجية البحث العلمي، دار اليازوري العلمية، ط1، الأردن، 2013، ص133.

2- المرجع نفسه، ص226.

3 - موريس أنجرس، مرجع سابق، ص، 311.

4 - عامر إبراهيم قنديلجي، مرجع سابق، ص 146.

5 - روجر ويمر وجوزيف دومينيك، مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي، تر: صالح أبو أصعب وفاروق منصور، المنظمة العربية للترجمة، ط1، بيروت، 2013، ص177.

قمنا بانتقاء مفردات العينة التي تمثل ما نبحت عنه من آراء وبيانات، وبلغ عدد مفردات الدراسة 151 مفردة من أساتذة وطلبة علوم الاعلام والاتصال الذين يتابعون قناة الشروق نيوز.

#### 6. تحديد مفاهيم الدراسة:

تعتبر عملية تحديد المفاهيم خطوة أساسية في البحث كونها تسمح بتحديد موضوع الدراسة، ونظرا لطبيعة الموضوع والهدف من دراسته تم تحديد مجموعة من المفاهيم التي انحصرت بين المفاهيم الاصطلاحية والإجرائية فكانت كالآتي:

#### - اللغة الإعلامية:

لغات الإعلام هي لغات محددة<sup>1</sup> مستخدمة في سياق وسائل الاعلام المختلفة، تتميز بعناصر ثقافية قادرة على التكيف. ويشير مفهوم اللغة إلى عناصر دقيقة نسبيا كالكلمات والقواعد النحوية للغة، وقد تم تطوير لغات الوسائط الإعلامية دائما من خلال تكييف وتجميع العناصر القديمة في هيكل جديد يتوافق مع امكانيات التقنيات الجديدة.

ثم إن اللغة في كل مجتمع هي نظام عام يشترك الأفراد في أتباعه، ويتخذونه أساساً للتعبير عما يجول بخواطرهم، فاللغة ليست من صنع فرد أو أفراد، معينين إنما هي بعث عن الحياة الجمعية تخلقها طبيعة الاجتماع الإنساني<sup>2</sup>.

#### - الفضائيات التلفزيونية:

يعتبر البث التلفزيوني عن طريق الأقمار الصناعية أكبر نجاح حققه التفكير العلمي والتكنولوجي في مجال تطوير وسائل الاتصال الجماهيري، وقد ساعد هذا التطور في ظهور مئات القنوات التلفزيونية الفضائية التي تبث ارسالها عبر الأقمار الصناعية لكي يتجاوز هذا الإرسال نطاق الحدود الجغرافية لمنطقة الإرسال حيث يمكن استقباله من مناطق أخرى عبر أجهزة خاصة باستقبال والتقاط الاشارات الوافدة من القمر الصناعي الى هذه الأخيرة التي تقوم بمعالجة تلك البيانات وعرضها على شاشة التلفزيون.

#### - التعريف بقناة الشروق AI-Shorouk News:

1 - هناء السيد، الفضائيات وقادة الرأي، دار العربي للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 2005، ص20.

2 - شرف عبد العزيز، اللغة الإعلامية، دار الجيل، ط1، بيروت، 1991، ص12.

تُعد الشروق نيوز إحدى فروع مجمع الشروق للإعلام والنشر الذي يضم الشروق تي في، الشروق نيوز، الشروق بنة، الشروق أون لاين والشروق بلوس وصحيفة الشروق اليومي.

انطلق البث التجريبي لقناة الشروق نيوز في جانفي 2014، ثم بدأ البث رسميا يوم 19 مارس من نفس السنة، مقرها بالأردن تماما كقناة الشروق تي في.

مدير المُجمع ومالكه سابقا هو الصحفي "علي فضيل" الذي اشتغل في ميدان الاعلام بداية من التسعينات، أسس أسبوعية الشروق العربي ثم أسس بعدها يومية الشروق الجزائرية. وخلفه بعد ذلك "رشيد فضيل".

يتم بث القناة عبر نايل سات مجموعة من البرامج الإخبارية التي تهتم بالأخبار المحلية، الدولية، في شتى الميادين كالسياسة والرياضة والعديد من البرامج الحوارية.

يضم طاقم الشروق نيوز 85 موظفا من الأقسام التالية:

- قسم الإنتاج: الذي يهتم بإعداد مختلف البرامج التي تبث.
  - قسم الأخبار: مهمته جمع الأخبار ونشرها عن طريق الصحفيين.
  - القسم التقني: الذي يضمن تسيير الأجهزة والمعدات المستخدمة في قناة النهار بداخل الاستوديو وخارجه.
  - قسم الإشهار: يتكفل بالعقود الاشهارية.
  - قسم المالية: مهمته ضمان سير المصالح الإدارية والمالي للقناة.
- تمتلك القناة حوالي 100 مراسل على المستوى الوطني، ومكاتب جهوية في: وهران، قسنطينة وعنابة. و15 مراسل موزعين على أهم العواصم العربية والأجنبية.

### مبادئ مجمع الشروق للإعلام:

وأهم المبادئ التي جاء بها ميثاق الشرف المهني لقناة "الشروق تي في" ما يلي:

- التمسك بالقيم الأخلاقية والمهنية الصحفية من توازن واستقلالية ومصداقية.
- الحيادية والموضوعية ونقل الخبر أو المعلومة للمشاهد الجزائري بكل شفافية ومصداقية.
- يجب أن تكون القناة المرآة العاكسة للجمهور الجزائري بكل ما يدور حوله في العالم.

- السعي للوصول إلى الحقيقة وإعلانها في برامجنا ونشراتنا الإخبارية بشكل لا غموض فيه ولا تحريف ولا تزيف.

- ترسيخ الهوية والوحدة الوطنية وكذلك اسماع صوت الجزائر للعالم.

-أما عن أهداف هذه القناة فهي:

- الدفاع عن مصلحة الوطن والمواطن ونقل الحقيقة كما هي خدمة للجزائر وحرية التعبير.

- أن تكون القناة منبرا مفتوحا للمواطن وانشغالاته ومشاكله.

- نقل الأحداث والمستجدات الدولية برؤية موضوعية وحيادية.

- تغطية الأحداث الوطنية والدولية بكل مهنية واحترافية بعيدا عن التزيف أو التحريف.

- الأزمات:

الأزمة هي حادث خطير يؤثر على أمن الإنسان أو البيئة أو سمعة المؤسسة، ويؤدي إلى سير العمل بشكل معاكس لما قُدر له.<sup>1</sup>

وتعد الأزمة من الأحداث المهمة في دورة حياة المؤسسات والمجتمعات كافة باختلاف الجهات التي تتعامل مع الجوانب المهمة لظهور الأزمة وأهدافها ومتطلبات تلك الجهات.

والأزمة في اللغة هي الشدة والقحط والضيق.

ومصطلح الأزمة "Crisis" يرجع إلى الأصل اللاتيني ذات الأصول الإغريقية "Krineir"، وتعني نقطة تحول تحدث عندما يتغير الحال إلى الأفضل أو الأسوأ.<sup>2</sup>

أما الأزمة اصطلاحا فهي تعبر عن حالة توتر ونقطة تحول تتطلب قرارا ينتج عنه مواقف جديدة سلبية كانت أم إيجابية تؤثر في مختلف الكيانات ذات العلاقة.<sup>3</sup>

1 - Michel bland, **communicating out of crisis**, 1st ed, Macmillan Press, London, 1998, P:5

2 - محمود جاد الله، إدارة الأزمات، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2008، ص8.

3 - فهد أحمد الشعلان، إدارة الأزمات، الأسس - المراحل - الآليات، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2002، ص26.

مما يجب اتخاذ قرارات سريعة ومدروسة لتجاوز الأزمة.<sup>1</sup>

وتُعرف أيضا على أنها: حدث وموقف مفاجئ وخارج عن السيطرة يُهدد عددا من الأفراد والمؤسسات على حد سواء.<sup>2</sup>

#### - إدارة الأزمات:

هي طريقة التغلب على الأزمة والتحكم في ضغطها ومسارها واتجاهاتها وتجنب سلبياتها والاستفادة من إيجابياتها وتحقيق أقصى المكاسب في أقصر زمن والحد من الخسائر لأدنى حد ممكن.<sup>3</sup>

وذلك بتطبيق مجموعة من الإجراءات والقواعد والأسس المبتكرة تتجاوز الأشكال التنظيمية المألوفة وأساليب الإدارة الروتينية المتعارف عليها وذلك بهدف السيطرة على الأزمة والتحكم فيها وتوجيهها وفقا لمصلحة الدولة.<sup>4</sup>

#### - المؤسسة الإعلامية:

هي مجموعة إنسانية ذات طابع إداري أو اقتصادي أو تجاري تتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي تقدم خدمات أو منتوجات معينة لفائدة الصالح العام.<sup>5</sup> تهدف إلى تقديم الأخبار ومعالجة الأوضاع بشكل يتمكن فيه القراء من التعرف على الأحداث التي تجري محليا أو حتى على المستوى الدولي.

#### - النخبة الأكاديمية:

تشكل النخبة الأكاديمية إحدى أنواع النخبة بشكل عام، وهي جزء من النخبة العلمية والثقافية التي تضم أساتذة الجامعة والفلاسفة والأدباء والمفكرين، وتتسم النخبة الأكاديمية المثقفة بالتميز العقلي والريادة

1 - علي عوجة وكريمان فريد، إدارة العلاقات العامة بين الإدارة الاستراتيجية وإدارة الأزمات، عالم الكتب، القاهرة - مصر، 2002، ص166.

2 - Mike Thelwall et David Stuart 'RUOK? Blogging Communication Technologies During Crises'. Journal of Computer-Mediated Communication. Vol.12 no.2-2007. p.525.

3 - نزار ميهوب، مدخل إلى العلاقات العامة، الأكاديمية السورية الدولية، ط2، دمشق، 2009م، ص: 93.

4 - قدرى علي عبد المجيد، اتصال الأزمة وإدارة الأزمات، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2011، ص14.

5 - محمد منير حجاب، العلاقات العامة في المؤسسة الحديثة، ط1، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007م، ص،24.

الفكرية، ورؤيتها الشاملة للحاضر والمستقبل، لتمتعهم بدرجة مرتفعة الوعي.<sup>1</sup> مما يساعد على الاتجاه بالمجتمع إلى أوضاع أفضل.<sup>2</sup>

النخبة في المعاجم اللغوية ترادفها في اللغة العربية كلمة صفوة.<sup>3</sup> في حين يصف باريتو ( Vilfero Pareto) النخبة كون أفرادها يتمتعون بكفاءات عالية في مجال من المجالات.<sup>4</sup>

وعند مراجعة المفاهيم السابقة، نرى أن الأساتذة الجامعيين الجزائريين يتمتعون بهذه الصفات التي تميزهم بنشاطهم المهني في الدولة. أما الجزء الثاني من عينة دراستنا يتمثل في طلبة علوم الاعلام والاتصال.

#### - الجمهور:

يُقصد به اصطلاحاً: جماعة من الناس تتميز عن غيرها بخصائص أو صفات خاصة وتجمع أفرادها صفات مشتركة أو روابط معينة.<sup>5</sup>

وتشير كلمة الجمهور إلى الأشخاص الذين يهتمون بعمل فكري، أدبي، فني، ويختلف بتعدد الوسائل الإعلامية.<sup>6</sup> ونقصد بالجمهور في دراستنا مجموعة من المشاهدين والمتابعين لبرامج القناة التلفزيونية الجزائرية الخاصة بالشروق نيوز، وبالتحديد أساتذة وطلبة علوم الاعلام والاتصال الذين يتابعون القناة وشهدوا التغطية الإعلامية للقناة حول أزمة حرائق 2021.

- 1 - رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص 150-151
- 2 - محمد نبيل طالب، البرامج التعليمية والثقافية بالإذاعة والتلفزيون، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009، ص 141.
- 3 - جابر محمد عبد الموجود، اتجاهات النخبة حول تجديد الخطاب الديني، مجلة البحوث الإعلامية-جامعة الأزهر، العدد 18، القاهرة، 2002، ص 69-70
- 4 - موريس دوفرجيه، علم اجتماع السياسة، ترجمة د. سليم حداد، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 2001، ص 162.
- 5 - مروان بدر السميعة، علي الزعبي، إدارة العلاقات العامة، دار اليازوري العلمية، عمان، 2019، ص 190
- 6 - مخلوف بوكروح، التلقي في الثقافة والإعلام، مقامات للنشر والتوزيع، ط1، 2011، ص 99.

7. عرض الدراسات السابقة:

تعد الدراسات السابقة جزءاً من التراث النظري الذي يؤسس لموضوع البحث العلمي ويمنح الباحثين إضاءات منهجية تساهم في رسم ملامح واضحة ومحددة للبحث على وفق مسارات علمية منظمة وسياق متكامل يمثل البحث الحالي فيه امتداداً للبحوث والدراسات السابقة.

فالدراسات السابقة تؤسس للموضوع قيد الدراسة قاعدة معرفية أولية وملحة، وتظهر أهميتها في صياغة الفروض، وبناء الإطار النظري، وتفسير النتائج، وقد تأخذ الدراسات السابقة المجال البشري نفسه، أو الحدود المكانية ذاتها، وربما تتطابق الأهداف مع الفارق الزمني.<sup>1</sup>

قد اطلع الباحث على بعض الدراسات الجزائرية والعربية التي تناولت اللغة الإعلامية في القنوات الفضائية أثناء الأزمات... وكانت كالاتي:

الدراسة الأولى: دراسة الباحث هشام حمزة (2007)

بعنوان (إدارة الأخبار في القنوات التلفزيونية والتي ركز فيها على موضوع إدارة الأخبار في القنوات التلفزيونية في أوقات الأزمات وتناول بالتفصيل تجربة قناة أبو ظبي في تغطية الحرب في أفغانستان والعراق).

في هذه الدراسة تطرق الباحث إلى تعريف الإدارة، والحديث عن أشهر أنواع المدارس والهيكل والنظم الإدارية وأنواع المؤسسات والإدارة الناجحة وفرق العمل وأنواعها، والأزمات وأنواعها وإدارتها والعمل تحت ضغط الأزمات وتناول بالبحث المؤسسات الإعلامية بأنواعها وأقسامها المختلفة، وتطور صناعة الإعلام والتركيز على مركز الأخبار وأقسامه وتخصصاته، وكيفية إدارة القنوات التلفزيونية الإخبارية العربية أقسام الأخبار ومراكزها ووحداتها في أوقات الأزمات والحروب.<sup>2</sup>

وقد أظهر البحث بعض الثغرات في إدارة قناة أبو ظبي لفريقها في أفغانستان وبينت الدراسة مدى الخطر الذي يواجه الصحفيين في ميادين الحروب.

1 - كامل القيم، مناهج وأساليب كتابة البحث العلمي في الدراسات الإنسانية، بغداد، مركز حمورابي، 2012، ص 236.  
2 - هشام حمزة، إدارة الأخبار في القنوات التلفزيونية (دراسة حالة: تجربة قناة أبو ظبي في تغطية الحرب في أفغانستان والعراق)، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، الجامعة الافتراضية الدولية، كلية إدارة الأعمال، 2007.

الدراسة الثانية: دراسة الباحث أديب خضور (1999)

في كتابه (الإعلام والأزمات) التي تطرق لها في ثلاثة فصول والبدائية بالمقدمة ثم تناول في الفصل الأول مفهوم الأزمة وتعريفها أنواع الأزمات، إدارة الأزمات ثم تحدث عن الإعلام -الخصوصية -والمواجهة. ليأتي بعدها الفصل الثاني وفيه شرح دور الإعلام في مواجهة الأزمات وتصور مقترح لإدارة الإعلام أثناء الأزمة ودور الإعلام قبل، أثناء وبعد الأزمة، الحملات المعادية والشائعات.

ثم في الفصل الثالث الذي هو عبارة عن بحث ميداني (دراسة حالة الإعلام الأمريكي أثناء الأزمات (حرب الخليج الثانية) توصل الباحث إلى نتائج أبرزها:

استخدام "تكتيك التغطية عن بعد" أو (التغطية من الخارج) وقد تحقق ذلك من خلال مركزة المصادر عبر المتحدثين الرسميين والرقابة التي فرضها الجيش ومنعت وصول الإعلاميين إلى مناطق العمليات العسكرية، والقيود التي فرضها الصحفيون على أنفسهم لاعتبارات متعددة.<sup>1</sup>

الدراسة الثالثة: دراسة الباحث صلاح يوسف الأشقر (2012)

تحت عنوان: «مدى فاعلية الاتصال في إدارة الأزمات بوزارة الداخلية والأمن الوطني.

هدفت الدراسة إلى التعرف على مدى فاعلية الاتصال في إدارة الأزمات بوزارة الداخلية والأمن الوطني بالتعرف على أنواع أساليب وسائل الاتصال المستخدمة في إدارة الأزمات بوزارة الداخلية والأمن الوطني، وكذلك التعرف على المعوقات التي تقف حائلا دون إتمام فاعلية الاتصال خلال إدارة الأزمات بوزارة الداخلية والأمن الوطني - الشق المدني.

استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، واستخدمت الاستبيان كأداة لجمع البيانات. خلصت الدراسة إلى عدة نتائج أهمها: أن هناك مستوى فاعلية جيد في اتصالات الأزمة بوزارة الداخلية والأمن الوطني، وكذلك أن من أهم أنواع الاتصال المستخدمة في إدارة الأزمة هي الاتصالات الرسمية أما

1 - أديب خضور، الإعلام والأزمات، أكاديمية نايف للعلوم الأمنية، ط1، الرياض، 1999.

بخصوص المعوقات التي تقف حائلا فاعلية الاتصال في إدارة الأزمة بالوزارة كانت عدم كفاية الموارد المالية المخصصة لشراء تقنيات الاتصال الحديثة.<sup>1</sup>

### الدراسة الرابعة: دراسة الباحثة بلجيلالي مريم (2022)

بعنوان: رهن اللغة الإعلامية بين الفصحى والعامية-القنوات الفضائية الجزائرية نموذجا.

هدفت هذه الدراسة إلى التعرف على دور وسائل الإعلام في الممارسات اللغوية المختلفة وتأثيرها على اللغة العربية الفصحى، من خلال كشف رهن اللغة الإعلامية في الإعلام العربي والجزائري بشكل خاص، ومدى تشجيع هذه القنوات بأنواعها على استخدام العامية بلهجاتها واللغات الأجنبية على حساب الفصحى. كما تعالج تأثير الانفتاح المعلوماتي على المتأثرين به خصوصا الشباب والأطفال. بالإضافة إلى توفير الدراسة لمعلومات بإمكانها أن تقيد وسائل الإعلام في انتشار اللغة العربية الفصحى في بلادنا، من خلال توضيح أهمية اللغة العربية الفصحى، خصائصها وقيمتها. ووصف ملامح اللغة التي يصاغ بها الإعلام المعاصر. واتبعت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي، وتمثلت عينة الدراسة مجموعة من البرامج على القنوات الفضائية الجزائرية.

من بين ما توصلت إليه الدراسة من نتائج:

- معاناة المجتمع الجزائري من تعددية لغوية وهي اللغة العربية الفصحى، العامية بلهجاتها المختلفة بحيث كل منطقة من مناطق التراب الجزائري له لهجته الخاصة به، اللغات الأجنبية خاصة اللغة الفرنسية.
- كثرة القنوات الفضائية الجزائرية وقلة الاستعمال اللغوي الفصحى.
- إن الإعلام بمختلف وسائله له دور على الممارسات اللغوية المتعددة.
- تحول بعض القنوات الفضائية إلى استعمال الألفاظ الهجينة والدخيلة التي لا تتناسب مع قيم وثقافة المجتمع الجزائري والابتعاد عن الموضوعية في طرح الانشغالات.<sup>2</sup>

1 - صلاح يوسف الأشقر، مدى فاعلية الاتصال في إدارة الأزمات بوزارة الداخلية والأمن الوطني (دراسة مسحية على المناصب الاستشارية في الإدارات المركزية في الشق المدني بوزارة الداخلية والأمن الوطني- غزة)، إشراف الأستاذ الدكتور يوسف حسين عاشور، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، الجامعة الإسلامية، غزة، كلية التجارة، قسم إدارة الأعمال، 2012.

2 - بلجيلالي مريم، رهن اللغة الإعلامية بين الفصحى والعامية، القنوات الفضائية الجزائرية - نموذجا، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في اللغة والأدب العربي، كلية الأدب العربي والفنون، جامعة مستغانم، الجزائر، 2021-2022.

## الدراسة الخامسة: دراسة الباحثة راضية قراد (2017)

## بعنوان: اللغة الإعلامية المستخدمة في التلفزيون (دراسة نظرية في المستويات والخصائص)

هدفت هذه الدراسة إلى الوقوف على أهم مستويات وخصائص اللغة الإعلامية المستخدمة لتقديم البرامج التلفزيونية وذلك بالتعرف على مواصفات اللغة الإعلامية المستخدمة في التلفزيون من خلال التركيز على التفاوت في استخدام الفصحى والعامية أثناء تقديم البرامج للجمهور المتلقي وتأثير السياق الاجتماعي والتكنولوجي على تطور هذا الاستخدام، وعلاقة هذه المستويات بخصائص الجمهور المتلقي من جهة، وخصائص اللغة الإعلامية من جهة أخرى.

وتوصلت الدراسة إلى أن اللغة تأثرت بالإعلام بصورة عامة، وعلى وجه الخصوص الذي يربط بين الصورة والصوت خاصة التلفزيون ويظهر ذلك في ما يقدمه من رسائل ومضامين إعلامية إلى أعداد معتبرة من الجماهير غير المتجانسة مختلفة الأذواق والمستويات، وهذا ما أدى إلى تطوير لغة خاصة تتماشى مع خصائص التلفزيون و الجمهور المتلقي، فظهرت اللغة الإعلامية التلفزيونية، وهي لغة بنيت على نسق علمي اجتماعي عادي تبتث على جمهور واسع، واللغة الإعلامية التي تستخدم في التلفزيون تشمل أسلوباً يهدف إلى إيصال المعلومات بطريقة سلمية هادفة حسب مل يخدم الجمهور المتلقي بأسلوب لغوي يراعي مستوى تلقيهم للرسائل الإعلامية.

## الدراسة السادسة: دراسة الباحثين أسماء شاوش، فتيحة معتوق (2023)

## بعنوان: المعالجة الإعلامية للأزمات - الأزمة السورية نموذجاً.

قدمت هذه الدراسة عرضاً موجزاً للأزمة السورية ونشأتها وتطورها منذ سنة 2011 مع الإشارة إلى الدور المهم لوسائل الإعلام في إدارة الأزمة، وهدفت هذه الدراسة إلى تحديد وتحليل المحتوى الإعلامي لوسائل الإعلام السورية المؤيدة للنظام والقنوات التي تدعم توجهات الدولة السورية، ومن ناحية أخرى يتم تحليل وتحديد طرق المعالجة الإعلامية لوسائل الإعلام الخارجي المعارضة أو المناهضة للأزمة السورية، وهذا التباين في الاتجاه السياسي لوسائل الإعلام. أدى إلى اختلافات الرأي السياسي للمشاهدين حول الأزمة السورية بين مؤيد ومعارض، كما سعت الدراسة إلى توضيح مراحل الاهتمام الإعلامي بالأزمة في سوريا.

من نتائج هذه الدراسة، أن المعالجة الإعلامية للأزمة في سوريا كانت تخضع لمواقف سياسية لدول معينة فمنها التي كانت تدعم قنوات إعلامية وكانت مع اتجاه الصراع المستمر في سوريا وعلى هذا النحو، أدى ذلك إلى معركة إعلامية دولية.

لعب الإعلام وخاصة الإلكتروني دورا حاسما في هذه الأزمة، حيث وظفه مختلف الأطراف والقوى الفاعلة في الأزمة لمصالحه الخاصة، بما يجعل الوسيلة الإعلامية نابعة في تغطياتها الإعلامية لمواقف دولها، في ظل صراع إعلامي حول الأزمة قدمت من خلاله كل وسيلة رؤية مغايرة للقضية وللأطراف المتنافسة فيها. إذ يمكن القول إن قوة الإعلام في الأزمة لعبت دورا مهما في تحقيق أهدافها، المتعلقة بالسياسة الخارجية. والحفاظ على المصلحة الوطنية، وحل الأزمة سياسيا؛ ويحافظ على استقلاليتها.<sup>1</sup>

### الدراسة السابعة: دراسة الباحثة بشرى داود سبع السنجري (2022)

بعنوان الأساليب الإعلامية لتسييس الأزمات الصحية في القنوات الفضائية الأجنبية الناطقة باللغة العربية - فيروس كورونا أنموذجا.

وهدفت الدراسة إلى الكشف عن الأساليب الإعلامية لتسييس الأزمات الصحية في القنوات التلفزيونية الأجنبية الناطقة باللغة العربية-فيروس كورونا أنموذجا للدراسة، من خلال معرفة المواضيع والقضايا التي تناولتها القنوات عينة الدراسة في سياق جائحة كورونا والكشف عن المعاني والأفكار التي ركزت عليها هذه القنوات، تأشير الفرق والتمايز بين الفضائيات المشمولة في الدراسة، بالإضافة إلى الكشف عن الأساليب والاستراتيجيات التي تم استخدامها لتوظيف أزمة كورونا سياسيا.

ولتحقيق أهداف البحث استخدمت الباحثة المنهج المسحي التحليلي، الذي مكنا من مسح عينة البحث التي تمثلت في برنامج داخل واشنطن الذي يعرض على قناة شاشة الحرة، وبرنامج حوار وتعليق الذي يعرض على شاشة قناة (سي جي تي ان) الصينية الناطقة بالعربية، للمدة من 3/1 ولغاية 2020/05/30 حيث بلغ مجموع العينة 14 حلقة. وتم توظيف أدواتي الملاحظة العلمية البسيطة وتحليل المضمون.

تشير الدراسة إلى مجموعة من النتائج منها:

1 - أسماء شاوش، فتحة معتوق، المعالجة الإعلامية للأزمات-الأزمة السورية نموذجا، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 07، العدد 2، جوان 2023.

-استخدام مزيج بين اللغة الفصحى والعامية في المرتبة الأولى في برنامج داخل واشنطن بينما حصلت هذه الفئة على المرتبة الثانية في برنامج حوار وتعليق، وهذا يدل على أن قناة الحرة تحرص دائما على مخاطبة الجمهور باللغة الدارجة كأسلوب من أساليب زيادة تفاعل الجمهور مع برامجها على العكس من القناة الصينية التي تركز على اللغة الفصحى والتي حازت على المرتبة الأولى كنمط سائد لبرامجها فيما احتلت الفصحى المرتبة الثالثة في داخل واشنطن.

حازت الاستمالات العاطفية المرتبة الأولى في برنامج داخل واشنطن، فيما احتلت هذه الفئة المرتبة الثانية في برنامج حوار وتعليق، وتدل هذه النتيجة على أن قناة الحرة تعتمد على إثارة العواطف عند تناول قضايا مهمة مثل قضايا متعلقة بالمجال السياسي، وهذا حاضر تقريبا في كل الحلقات، أما برنامج حوار وتعليق، فيستخدم الإستمالات العقلية في المرتبة الأولى، إذ يعتمد على حجج علمية وعلى تقارير تصدرها المنظمات الدولية، وتصريحات الأطباء والشخصيات العلمية لتدعيم قضية انتشار وباء كورونا وإيضاحها بالأدلة والبراهين الملموسة.<sup>1</sup>

### الدراسة الثامنة: دراسة الباحثين خليل سعدي، مرزوق بن مهدي (2021)

بعنوان واقع الخطاب اللغوي في المضمون الخبري المصور في الفضائيات الإخبارية الوطنية-دراسة تحليلية على عينة من المضامين الإخبارية بقناة النهار الجزائرية.

تناولت الدراسة واقع استخدام اللغة العربية في المضامين الإعلامية، إذ تمحورت إشكالية الدراسة حول الخطاب اللغوي في المضمون الخبري المصور من خلال تقارير قناة النهار الإخبارية وذلك بالكشف عن تجليات اللغة الإعلامية المتبناة في الفضائيات الإخبارية الوطنية وأساس بنية الخطاب اللغوي في المضمون الخبري المصور، والتداخل اللغوي في الخطاب الإعلامي المصور في الفضائيات الوطنية.

وقد اعتمدت الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، فهو يصبو إلى استكشاف وتسجيل وتحليل مختلف معطيات الظاهرة المدروسة، وقسمت الدراسة إلى جانب منهجي يتضمن النطاق المنهجي للبحث والإجراءات المنهجية وجانب ميداني مرفق بنتائج الدراسة ومناقشة النتائج.

1 - بشرى داود سبع السنجري، الأساليب الإعلامية لتسييس الأزمات الصحية في القنوات الفضائية الأجنبية الناطقة باللغة العربية-فيروس كورونا أنموذجا، مجلة الدراسات الإعلامية - المركز الديمقراطي العربي- برلين ألمانيا، المجلد 05، العدد 19، ماي 2022.

وتلخصت أهم نتائج الدراسة في النقاط التالية:

- معظم اللغة المستخدمة في نشرات الأخبار ضعيفة وغير متسعة، من خلال ضعف الاتصال الخارجي والترجمات لبعض المفاهيم والمصطلحات التي من شأنها زيادة حجم اللغة الإعلامية واتساعها.
- تداخل بين اللغة العربية واللهجات العامية، فالعربية العامية لا تختلف كثيرا عن العربية الفصحى، لكن العامية أصابها تغير في جانبها النحوي والصرفي، أي فيم يخص علامات الشكل.
- اعتماد الصحفيين في إعداد التقارير الإعلامية على الكلمات المستحدثة في اللغة العامية من طرف الشباب والمتواترة عبر مواقع التواصل الاجتماعي.<sup>1</sup>

الدراسة التاسعة: دراسة الباحثين مصعب بلفار، عبد الرزاق غزال (2022)

بعنوان مشاركة المضامين الإخبارية عبر الفاييس بوك فترة الأزمات -فضاءات نشر ومشاركة المضامين الإخبارية عبر مواقع الشبكات الاجتماعية بين تعدد الأشكال وتنوع الأنماط-دراسة تطبيقية على عينة من أساتذة علوم الإعلام والاتصال بالجزائر.

هدفت الدراسة إلى الكشف عن مختلف الأنماط التفاعلية والأنماط التواصلية عبر مواقع الشبكات الاجتماعية لأساتذة علوم الإعلام والاتصال بالجزائر وخاصة عبر موقع الفيسبوك ودوافع وأهداف مشاركة مستخدميها لمختلف المضامين الإخبارية في ظل جائحة كوفيد 19 باستخدام أداة الاستبيان.

-التعريج على تداول الأخبار الزائفة والتحري عنها وتبيان انعكاساتها السلبية على نفسيات وسلوكيات المتلقي أو جمهور وسائل الاتصال الجماهيرية.

-الوقوف على مشاركة المضامين الإخبارية عبر موقع الفيسبوك أثناء الأزمات.

وذلك بتسليط الضوء على المواقع المستخدمة في تداول المضامين الإخبارية حول الوباء، طبيعة المضامين التي يتم تداولها عبر موقع التواصل الاجتماعي فيسبوك، ونوعية المضامين الإخبارية المتعلقة بالوباء التي يتم تداولها عبر هذا الموقع، بالإضافة إلى أنماط التفاعل مع المضامين الإخبارية المتعلقة

1 - خليل سعدي، مرزوق بن مهدي، واقع الخطاب اللغوي في المضمون الخبري المصور في الفضائيات الإخبارية الوطنية- دراسة تحليلية على عينة من المضامين الإخبارية بقناة النهار الجزائرية، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 05، العدد 03، أكتوبر 2021.

بالوباء التي يتم تناولها عبر موقع فيسبوك، ثم سلوكيات ومصادر مشاركة المضامين الإخبارية المتعلقة بالوباء التي يتم تناولها عبر موقع فيسبوك.

من أهم ما توصلت إليه الدراسة:

-اختلاف أشكال التفاعل وأنماط التواصل التي تبناها المبحوثون في التعاطي مع فترة الأزمات خاصة ما تعلق بالأحداث المتعلقة بفيروس كورونا بشكل خاص، وأثبتت أن تحري صدقية المضامين وثبوتية الأحداث تكون برصد ومتابعة المصادر الرسمية وعدم الانسياق خلف مشاركتها وتداولها من مرئية تلك الصفحات.

-مشاركة المضامين الإخبارية لصفحات الصحفيين المحترفين ضئيلة جدا تعكس قلة الثقة بين جمهور تلك الفضاءات الافتراضية ومكونات الأسرة الإعلامية الرسمية.<sup>1</sup>

### الدراسة العاشرة: دراسة الباحث مني طبي (2017)

بعنوان اللغة الإعلامية في الفضائيات الجزائرية الخاصة-دراسة وصفية تحليلية لعينة من نشرات الأخبار.

هدفت الدراسة إلى تحليل لغة الخطاب الإعلامي في الفضائيات الجزائرية الخاصة من خلال التعرف على مضمون وشكل اللغة الإعلامية المستخدمة في نشرات أخبار تلك الفضائيات. واستخدم في هذه الدراسة المنهج الوصفي، بتوظيف أسلوب تحليل المضمون لعينة من النشرات الإخبارية في قنوات الشروق نيوز، فضائية النهار وفضائية " دزاير نيوز" طوال فترة ثلاث أشهر.

من أبرز نتائج الدراسة ما يلي:

-جاءت لغة نشرات الأخبار في الفضائيات الجزائرية الخاصة في أغلبها واضحة الكلمات والجمل والمعاني، فيم أعيب عليها في بعض الأحيان استخدامها للجمل المركبة والتراكيب والتعابير اللغوية، التي لم تكن أحيانا مناسبة للغة الإعلامية.

1 - مصعب بلفار، عبد الرزاق غزال، مشاركة المضامين الإخبارية عبر الفاييس بوك فترة الأزمات -فضاءات نشر ومشاركة المضامين الإخبارية عبر مواقع الشبكات الاجتماعية بين تعدد الأشكال وتنوع الأنماط-دراسة تطبيقية على عينة من أساتذة علوم الإعلام والاتصال بالجزائر، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 7، العدد 2، أبريل 2022.

-جاءت معظم اللغة المستخدمة في النشرات الإخبارية غير ملائمة سواء على مستوى خصائص الوسيلة أو على مستوى خصائص الجمهور، فبدأت وكأن محرري النشرات الإخبارية يكتبون للصحافة المكتوبة وليس للتلفزيون، فالفرق شاسع بين الكتابة للصحافة والكتابة للتلفزيون. وقد يرجع ذلك إلى أن معظم العاملين في الفضائيات الجزائرية الخاصة، هم بالأساس عاملين بالصحف التابعة لهذه الفضائيات.

-تميزت اللغة الإعلامية في نشرات أخبار الفضائيات الجزائرية عينة الدراسة بضعف الجاذبية وعدم قدرة الكلمة المنطوقة على الحكي والشرح، والوصف بطريقة حية، مسلية ومشوقة.<sup>1</sup>

### 8. حدود الاستفادة من الدراسات السابقة:

ساعدت الدراسات السابقة التي قمنا بالاطلاع عليها في مرحلة الإعداد لخطة هذا البحث إلى التعرف على أساليب البحث، ومنهجيته وكيفية تناول المشكلة البحثية، فقد تم عرض الدراسات السابقة الأكثر قربا من موضوع دراستنا. ويمكن إجمال ملاحظتنا بشأن الدراسات السابقة كالاتي:

من خلال تتبع الدراسات السابقة لاحظنا وجود مجموعة من نقاط التلاقي بين دراستنا وبينها، فقد توافقت معها في محاولة التعرف على الدور الذي تؤديه القنوات الفضائية من خلال معالجتها للأزمات. ومستوى اللغة الأنسب في إيصال الرسالة لجمهور المتلقين.

كما أجمعت الدراسات على أهمية دور القنوات التلفزيونية الفضائية في التأثير على استعمال لغة مناسبة لكل فئات المجتمع وهو ما يعرف باللغة الإعلامية.

أما الاختلاف بين دراستنا ومعظم الدراسات السابقة يكمن في اختيار منهج الدراسة، أدوات جمع البيانات والعينات، إذ أن أغلب الدراسات اعتمدت على المنهج الوصفي، وأسلوب تحليل المضمون. لكن هناك من الباحثين من اعتمد على استمارة الاستبيان لتوضيح اتجاهات ووجهات نظر المُستقبل للرسائل الإعلامية.

-اقتصار البحث في العديد من البحوث على تحليل المضامين الإعلامية وذلك بالاهتمام باللغة المستخدمة فقط دون محاولة التعرف على تصورات الجمهور المستقبل لمستوى هذه اللغة.

<sup>1</sup> -منير طبي، اللغة الإعلامية في الفضائيات الجزائرية الخاصة-دراسة وصفية تحليلية لعينة من نشرات الأخبار، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد الأول، العدد الثالث والرابع، ديسمبر 2017.

# الفصل الثاني

الإطار النظري للدراسة

# أولاً: مدخل الى اللغة الإعلامية التلفزيونية

## تمهيد.

- 1- تعريفات اللغة كوسيلة اتصال
- 2- أهمية اللغة
- 3- وظائف اللغة الاعلامية
- 4- مدخل إلى اللغة الإعلامية وعلم الاعلام اللغوي
- 5- مستويات التعبير اللغوي
- 6- خصائص اللغة الإعلامية التلفزيونية
- 7- مستويات اللغة الإعلامية التلفزيونية
- 8- مفهوم اللغة الإعلامية التلفزيونية.
- 9- واقع اللغة في الممارسة الإعلامية التلفزيونية

## خلاصة.

أولاً: مدخل إلى اللغة الإعلامية التلفزيونية

تمهيد:

تعد اللغة أرقى ما لدى الإنسان من مصادر القوة و التفرد، وعلى حد تعبير عالم النحو البصري " عثمان ابن جني" اللغة " أصوات يُعبر بها كل قوم عن أغراضهم<sup>1</sup> ، فهي أساس الحضارة البشرية، وتُمثل الوسيلة الرئيسية التي تتواصل بها الأجيال، وعن طريقها تنتقل الخبرات و المعارف و المنجزات الحضارية بمختلف صورها، وعن طريقها أيضا. وتعد اللغة الإعلامية التلفزيونية محورا أساسيا في منظومة الاتصال الجماهيري المعاصر، باعتبارها الأداة الرئيسية التي يبني عليها نقل الرسائل الإعلامية. والتلفزيون بصفته وسيلة إعلامية واسعة الانتشار والتأثير، فإنه يعتمد بشكل جوهري على اللغة في إيصال الأفكار والمعلومات إلى جمهور متنوع من حيث الثقافة والاهتمامات والمعرفة. وهنا تبرز أهمية دراسة اللغة الإعلامية التلفزيونية في ظل التحولات المتسارعة التي يشهدها المشهد الإعلامي.

1. تعريفات اللغة كوسيلة اتصال:

في محاولاتهم لتحديد مصطلح اللغة " Language " وضع الباحثون تعريفات عديدة لها يذكر الدكتور بركات عبد العزيز منها:

- تُشكل اللغة نسقا من عدة رموز صوتية شاعت وانتشرت بشتى الوسائل لكي يتعامل بها الأفراد.
- وظيفة اللغة هي التعبير اللفظي عن الفكر داخليا كان أو خارجيا.
- كما أن اللغة هي نظام من العلاقات الدالة تُستخدم كوسيلة اتصال.<sup>2</sup>
- وهناك من يرى أن اللغة هي القدرة على اختراع العلامات الدالة أو استعمالها قصدا أو عمدا.<sup>3</sup>

1 - ابن جني، الخصائص، تحقيق محمد علي النجار، عالم الكتب، ط3، بيروت، 1983، ص33  
 2 - سامي الشريف، أيمن منصور ندا، اللغة الإعلامية: المفاهيم-الأسس-التطبيقات، مداخلات تكنولوجيا التعليم، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، 2004، ص13.  
 3 - المرجع نفسه، ص 14.

وفي هذا السياق يقول أرسطو أن اللغة هي " نظام لفظي محدد نشأ نتيجة اتفاق بين أفراد المجموعة البشرية في مكان ما".<sup>1</sup>

ويُعرف "سابير" في كتابه "اللغة" أنها " وسيلة لتوصيل الأفكار، والانفعالات، والرغبات عن طريق نظام من الرموز التي يستخدمها الفرد باختياره"<sup>2</sup>، كما يرى " سابيير " أن اللغة تحدد نظرة المجتمع للعالم المحيط بالإنسان الذي ينتمي إلى نمط ثقافي معين، كما أن لها تأثيراً في الطريقة التي يُفكر بها أفراد المجتمع الذين يتكلمون لغة متجانسة.<sup>3</sup>

- واللغة أيضاً هي نظام موضوع من العلامات بين رموز منطوقة في ثقافة معينة للتعبير عن معنى معين.

- وهي مجموعة علامات ذات دلالة جمعية مشتركة مُمكنة النطق من كل أفراد المجتمع المتكلم بها، أو ذات ثبات نسبي في كل موقف تظهر فيه، ويكون لها نظام محدد تتألف بموجبه حسب أصول معينة، وذلك لتركيب علاقات أكثر تعقيداً.

من خلال كل هذه التعريفات، يرى الباحث أنها أجمعت على أن اللغة أداة تواصل بين الأفراد ووسيلة للتعبير عن الأفكار.<sup>4</sup>

والأسلوب هو طريقة الأداء التي ينتهجها كل شخص في مجال اختصاصه فالأديب يلجأ الى الأسلوب الأدبي والعالم يلجأ الى الأسلوب العلمي والصحفي يلجأ إلى الأسلوب الاعلامي.<sup>5</sup>

كما يُعرف تشومسكي اللغة بأنها عبارة عن مجموعة متناهية أو غير متناهية من الجمل، تتسم بخصائص مميزة أهمها الإبداعية،<sup>6</sup> فاللغة الإنسانية هي لغات حية سواء كانت منطوقة أو مكتوبة.

1 - شرف عبد العزيز، علم الاعلام اللغوي، الشركة المصرية العالمية للنشر، ط1، القاهرة، 2000، ص72

2 - المرجع نفسه، ص70.

3 - أحمد حساني، مباحث في اللسانيات، الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، 1999، ص19.

4 - محمد سلمان، اللغة العربية والاعلام، مجلة مجمع اللغة العربية بدمشق، ج3، مجلد74، 1999، ص483.

5 - عبد العالي رزاق، كيف تصبح صحفياً: الخبر في الصحافة، الإذاعة، التلفزيون والانترنت، سلسلة الإعلامي المحترف، الجزائر، 2004، ص13.

6 - أحمد مومن، عن اللسانيات-النشأة والتطور، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005، ص 208.

## 2. أهمية اللغة:

لغة الأمة هي واجهتها الحضارية وتاريخها وعنوان هويتها، لهذا تبذل الدول جهداً في سبيل ترسيخها والمحافظة عليها باعتبارها أحد عناصر الهوية التي تحفظ لكل شعب خصوصيته، فاللغة رمز وجود الأمة، وبقدر أصالة اللغة وتجديدها أو التخلي عنها تتميز الأمة أو تصبح مجرد نسخة من الآخر عندما تتخلى عن مرتكزاتها الشخصية.

واللغة تحافظ على كيان الشعوب، وتحافظ على عناصرها وتعطيها استقلالية.

اللغة تُكوّن الإنسان وتُؤثر فيه، وليست مجرد أداة يُعبر بها عن نفسه، بل هي طبيعته الإنسانية التي تبرز منه في شكل أصوات خاصة معينة بما تحمله من شحنات عاطفية وتصورات ومفاهيم وذكريات مشتركة يتفاهم الإنسان فيها مع من يُشاركونه نفس التصورات، ونفس المفاهيم والطبائع، والتقاليد والعادات والذكريات، ولو ولدوا في قارات أخرى مختلفة.<sup>1</sup>

وهذا ما نلاحظه في اللغة المشتركة بين الأفراد الذين يعيشون ببلدان غير بلدانهم الأصلية مع غيرهم من أبناء شعبهم. فالذي يفقد لغته، يفقد كل ما يتعلق بها من ماضي أجداده، وهذا يؤدي إلى حدوث فجوة عميقة في حاضره تعيق تطوره وتقطع أصله، فالأمة المغلوبة عندما تفقد لغتها، تذوب في الآخر، ذلك أن اللغة تؤثر في الشعب المتكلم بها تأثيراً لا حدود له، يمتد إلى تفكيره، إرادته، وعواطفه وتصورات، وتصبح كل تصرفاته مشروطة بهذا التأثير ومتكيفة به.<sup>2</sup>

## 3. وظائف اللغة الإعلامية:

الوظيفة **Fonctionnalisme** هو مصطلح يدل على الدور الذي يحققه عنصر ما، أما في اللسانيات فمفهوم الوظيفة مُقترن باللغة، وبالعناصر اللغوية، التي تحدد وظيفة اللفظ، داخل العبارة.

ويعود ظهور مصطلح وظائف اللغة مع المدرسة الوظيفية أو ما يعرف بحلقة براغ اللسانية **Cercle linguistique de Prague** التي ضمت علماء روس وعلى رأسهم **جاكوبسون Roman Jakobson** وغيره...، وكان اهتمامها يتجه نحو الطابع الوظيفي للغة من خلال دراسة المستوى النحوي والصوتي والدلالي

1 - مولود قاسم، اللغة والشخصية في حياة الأمم، مجلة الأصالة، وزارة التعليم الأصلي والشؤون الدينية، العدد 17، 1973، الجزائر، ص 52.

2 - المرجع نفسه، ص 53.

للغة، مع التركيز على توسيع نطاق البحث في اللغة، وعدم البحث فيها كنظام ولكن دراسة كيفية قيام هذا النظام بوظيفته الأساسية والتي هي التواصل.<sup>1</sup>

وتأثر لسانيون كثير بظهور تيارات لسانية وظيفية مختلفة في النصف الثاني من القرن العشرين حتى السبعينيات، وأهمهم تروباتسكوي Troubetzkoy الذي ميز بين اللغة والكلام قائلاً: "إن فعل الكلام دائماً ما يكون ملموساً، ويشترط التوجه إلى مخاطب، كما أنه يحدث في مكان وزمان محددين، ويشترط وجود لغة مشتركة بين المتحدثين، فاللغة هي شيء محدد وثابت، أما الكلام فهو الفعل الملموس الذي من دونه لا وجود للغة."<sup>2</sup>

ولعل أبرز تعريف نستدل به للبحث في وظائف اللغة هو تعريف ابن جني في قوله "اللغة أصوات يعبر بها كل قوم عن أغراضهم" ما يؤكد تعدد وظائف اللغة بتعدد استعمالاتها، مادامت اللغة تُرافق الإنسان عبر تطور أزمته وعالمه وحاجياته، فهو لا يتحدث من أجل التبليغ أو التعبير أو التواصل فقط، بل تخضع اللغة لتغيرات بتغير حياة مستعمليها. وهذا التعريف يُبرز وظيفة تُعد الأبرز باعتبارها أداة تواصل مع العالم.<sup>3</sup>

وللغة وظائف متعددة، حاول العديد من العلماء والباحثين تحديدها وتصنيفها، إذ يرى علماء الفكر والفلسفة أنها وسيلة للتوصيل، ومساعد له للتفكير وأداة للتسجيل والرجوع.

ويرى أولبرت، على النحو الذي أشار إليه **محمد علي الأصفر**، أن اللغة وظائف اجتماعية يمكن حصرها فيما يلي:

أ- أنها تجعل للمعارف والأفكار البشرية قيمة اجتماعية.

ب- تسهم اللغة في الاحتفاظ بالتراث الثقافي والتقاليد الاجتماعية من جيل إلى جيل.

ج- اللغة تسهم في تعليم الفرد وتكييف سلوكه بما يلائم سلوك وتقاليد المجتمع الذي يعيش فيه.

د- اللغة تزود الفرد بأدوات التفكير، وما توصل إليه المجتمع البشري من تقدم وتطور حضاري.

1 - أسماء مجيدي، رضا زلاقي، وظائف اللغة في الخطاب الإعلامي، مجلة اللسانيات التطبيقية، المجلد 05، العدد 09، 2021، ص172.

2 - Troubetzkoy, **Principes de phonologie**, traduit par J. Cantineau., nouveau tirage corrigé par Luis. Prieto, éditions Klincksiek, Paris, P30.

3 - أسماء مجيدي، رضا زلاقي، المرجع نفسه، ص 175.

أما بوهلر، وهو عالم لغوي بارز، فيرى أن اللغة الإعلامية التلفزيونية ثلاث وظائف أساسية وهي وظائف اعتمدها العالم الروسي ياكوبسون وأكد عليها، والوظائف الثلاث هي:

### 1.3- الوظيفة التعبيرية:

وذلك باعتماد اللغة الإعلامية على ألفاظ وعبارات تؤدي معناها والغرض منها يتمثل في التعبير عن المشاعر أو تحريكها لدى المتلقي حيث تكون مفهومة لديه، وتُعرض بطريقة جذابة، وتظهر هذه الوظيفة في البرامج الإعلامية التي تهتم بالشعر الغنائي، والأدب القصصي والمسرحي، إضافة إلى البيانات الرسمية والمراسلات والوثائق السياسية أو القانونية والأعمال الفلسفية العلمية الموثقة.

### 2.3- الوظيفة الإعلامية:

لُب هذه الوظيفة هو المقام الخارجي أو حقائق الموضوع أو الحقيقة الواقعة خارج اللغة، وتتمثل في الصيغ الإعلامية في المقررات الدراسية والتقارير الفنية، أو المقالات الصحفية وأوراق البحث العلمي والأطروحات الدراسية وغيرها.

كذلك، فالوظيفة الإعلامية للغة تظهر حين تُستخدم في الإخبار عن الحقائق أو أحداث معينة، أو عن نوع من المعرفة أو في شرح معين أو تقديم تقرير عن موضوع معين، كالتقارير والنشرات الإخبارية، والمعلومات العلمية المختلفة، والمعلومات العامة التي يتناقلها الأفراد في أحاديثهم اليومية، أو تنشرها الصحف والإذاعات أو تتناقلها النشرات أو المجالات العلمية العامة، وما إلى ذلك.

ومنه يمكننا القول أن تبليغ الأفكار والمشاعر ونقلها من متكلم إلى متلقٍ لا يتم إلا باستعمال وسيلة جوهرية ألا وهي اللغة، لضمان التواصل ونقل رسالة إعلامية باختلاف المضمون. وباستعمال عبارات وتراكيب واضحة، مُيسرة وبعيدة عن الغموض والتعقيد والتضليل والمغالطة. لنقل محتوى موضوعي ودقيق.

### 3.3- الوظيفة الخطابية:

جوهر هذه الوظيفة هو جمهور القراء و المخاطبين، وتتعلق هذه الوظيفة في مخاطبة الجمهور ليفعلوا شيئاً ما، أو يفكروا بشيء ما، وأهم شيء في هذه الوظيفة، هو رد الفعل الذي يقوم به المتلقون.<sup>1</sup>

أي أن هذه الوظيفة هي إقناع المتلقين والسعي لتغيير آرائهم واعتقاداتهم أو تعزيزها.

1 - سامي الشريف، أيمن منصور ندا، مرجع سابق، ص ص 20-21.

لهذا فإن أي خطاب إعلامي يهدف عموماً إلى التأثير والإقناع بتوظيف أساليب الاستمالة، فإما يعتمد المرسل على سطوة الحجاج عبر أدلة وبراهين عقلية وإما أن يلجأ إلى وسائل التأثير النفسي والعاطفي،<sup>1</sup> أو بالاعتماد على آليات التخويف.

وحدد "هارولد لازويل" ثلاثاً من وظائف اللغة الإعلامية وهي:

-مراقبة البيئة.

-ربط فئات المجتمع في استجابتها للبيئة.

-نقل التراث الاجتماعي.

كما استخدم "ولبر شرام" مصطلحات أبسط وهي: الحارس والمنبر والمعلم.

كما يضيف "ولبر شرام" وغيره وظيفة رابعة هي: الترفيه، ويوضح الأستاذ بجامعة "بنسلفانيا" "تشارلس رايت" أن اللغة الإعلامية تُزود الفرد بالراحة وتساعد على الاستمرار في التعرض لوسائل الاعلام ومختلف ما يُعرض فيها لكي يحيا في العالم الحديث.<sup>2</sup>

#### 4. مدخل إلى اللغة الإعلامية وعلم الاعلام اللغوي:

##### 1.4 - مفهوم اللغة الاعلامية:

على الرغم من شيوع مصطلح اللغة الإعلامية وتداوله في كثير من الكتب والدراسات فإنه لا يوجد تعريف محدد أو معين لهذا المصطلح، إذ أن كل الكتب والدراسات تجنح لتوصيف هذه اللغة أكثر مما تجنح لتعريفها، وتميل إلى ذكر عناصرها ومحددات اختلافها وتميزها، ومن ذلك ما ذهب إليه البعض من أن اللغة الإعلامية هي "اللغة التي تشيع على أوسع نطاق، في محيط الجمهور العام، وهي قاسم مشترك أعظم في كل فروع المعرفة والثقافة والتجارة والعلوم البحتة والعلوم الاجتماعية والانسانية والفنون والآداب. ذلك لأن مادة الاعلام، في التعبير عن المجتمع والبيئة، تستمد عناصرها من كل فن وعلم ومعرفة"

ويذهب الدكتور عبد العزيز شرف كذلك الى أن الكلمات، في وسائل الإعلام، لها صورتان من الوجود: وجود بالقوة ووجود بالفعل. فكل كلمة تسمع أو تنطق تترك في أثرها مجموعة من الانطباعات في

1 - أسماء مجيدي، رضا زلاقي، مرجع سابق، ص 179.

2 - شرف عبد العزيز، اللغة العربية والفكر المستقبلي، دار الجيل للطبع والنشر والتوزيع، ط1، 1991، ص 90.

ذهن كل من المتكلم و السامع، يشترك الأول بطريق إيجابي، وخاصة في وسائل الإعلام، بوصفه بادئًا بالاتصال، والثاني بطريق سلبي، بوصفه مستقبل(بكسر الباء)، و يشكل المعنى المشكلة الجوهرية في علم الإعلام اللغوي"<sup>1</sup>

والحقل المشترك بين اللغة والإعلام في العلاقة بين اللفظ والمعنى هو حقل الدلالة، فعلماء اللغة يعنون "بعلم الدلالات" وعلماء الإعلام يهتمون بالإطار المشترك بين مرسل الرسالة ومستقبلها حتى يتم الإعلام في هذا الإطار المشترك ولا تسقط الرسالة خارجه. ويمثل اللفظ القاسم المشترك في هذا الحقل، حقل الدلالة، بين اللغة والإعلام.

ولإتمام عملية الاتصال يُشترط أن تكون الألفاظ مقننة، فالمستقبل يقنن الرسالة الإعلامية على أساس المقياس الذي يعرفه من اللغة، وعلى ذلك فإن قيمة اللغة ليست فيما تنقله وسائل الإعلام المختلفة، وإنما قيمتها في تملك المرسل لخاصيتها. اللغة إذن في ذاتها ليست وسيلة (إعلام) وإنما يمكننا القول بأن اللغة تؤدي وظيفة اتصالية، أو بمعنى آخر: إن الاتصال وظيفية من وظائف اللغة.<sup>2</sup>

#### 2.4 العلاقة بين اللغة والإعلام:

يعود ظهور هذا المصطلح الحديث الذي يتناول لغة وسائل الاعلام، والأساليب التي تتبعها في التواصل مع الجماهير حيث عُرف هذا النوع من الدراسة بعلم اللغة الاعلامي، أو علم الاعلام اللغوي، الذي يُعرف بأنه العلم الذي يدرس اللغة في ضوء فكرة الاتصال إضافة إلى المضمون، والعوامل الأخرى التي تؤثر في عملية الاتصال...وتعد اللغة من أهم العناصر التي تشارك في عملية الاتصال، وتتممها عناصر أخرى مثل: طريقة التوصيل، والاستيعاب، والإفهام، وتطوير المعلومات، وسرعة الارسال، ودقة التوجيه، وقوة الإقناع.

وقد بحث الباحثون عوامل نجاح الاتصال، وأسباب فشله أيضا، وقدرة الخطاب على الإبلاغ والتأثير والإقناع والحجاج.<sup>3</sup>

1 - سامي الشريف، أيمن منصور ندا، مرجع سابق، ص35.

2 - المرجع نفسه، ص 35-36.

3 - محمود عكاشة، خطاب السلطة الاعلامي، الاكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، ط1، القاهرة - مصر، 2005، ص63.

كما كان علماء الدلالة قد أثبتوا أن الألفاظ تؤثر على الجهاز العصبي للإنسان، كما أن اختيار الألفاظ هو الذي يساعد على التحكم في اتجاهات الناس وتصرفاتهم.<sup>1</sup>

ولما كان خبراء الإعلام يهدفون إلى تعديل الاتجاهات وتكوين الآراء لكسب التأييد وتعبئة الشعور عن طريق الوعي والتتوير، مما يؤدي إلى تصرفات اجتماعية سليمة، فإن نتائج علم الدلالة من أهم البحوث التي يستفيد منها هؤلاء الخبراء.

وعلى ذلك يمكننا القول: إن علم اللغة قد حقق بمنهجه في تحليل البنية والدلالة درجة عالية من الدقة بحيث أصبح كثيرون من المشتغلين بعلوم الاتصال بالجماهير يطبقون الأسس المنهجية للتحليل اللغوي أو تحليل البنية اللغوية في بحث عمليات الاتصال بالجماهير المختلفة، فبدأ التمييز بين الدراسة الوصفية للبنية وبين الدراسة التطورية لها، وتوصلوا بالتمييز بين العناصر الرمزية الدالة وما تدل عليه في إطار المجتمع، وأخذ الباحثون في الاتصال بالجماهير يبحثون في اللغة باعتبارها عنصر أساسي في عملية الاتصال الإعلامي.<sup>2</sup>

فاللغة إذن هي العروة الوثقى التي جعلت الاتصال عملية اجتماعية وهي التي تحدد الكيان الاجتماعي للاتصال الإعلامي أو اضطرابه في مواجهة المعايير التي يفرضها المجتمع في المظهر والسلوك، وعلى ذلك فإن منهج البحث الإعلامي في اللغة إنما يهدف إلى البحث في ماهية اللغة من حيث كونها أداة اتصال يستعملها المشتغلون في الأجهزة الإعلامية بحيث ينصب المنهج على البحث بشكل خاص في اللغة الإعلامية بمستواها العلمي الاجتماعي باعتبارها كيانا خاصا متميز الملامح والسمات مستقلا عن اللغة بمستوييها التدقيقي الفني الجمالي والعلمي النظري التجريدي، ذلك أن اللغة الإعلامية لا تهدف إلى مناشدة حاسة الجمال للقارئ بل على العكس من ذلك تتضمن اتصالا ناجحا أساسه الوضوح والسهولة .

ويمكننا بالاستعارة، تشبيه اللغة بأنها سيارة أو حافلة من الأفكار التي يكون من الطبيعي أن الاحتكاك والقصور الذاتي في كل أحوالها يحدان كفاءتها، والهدف الأساسي هو أن نقلل من هذا الاحتكاك والقصور إلى أقل درجة ممكنة.<sup>3</sup>

1 - عبد الجليل منقور، علم الدلالة، اتحاد الكتاب العرب، ط1، دمشق، 2001، ص57.

2 - خوري صقر، الفكر واللغة، مجلة المعرفة السورية، العدد 496، دمشق، 2005، ص179.

3 - شرف عبد العزيز، اللغة العربية والفكر المستقبلي، مرجع سابق، ص 56.

ولعل علم الدلالة هو أقرب الفروع اللغوية اتصالاً بمناهج البحث الإعلامي، حيث يفيد في كيفية إرسال الرسائل إلى الجمهور بوسائله المختلفة، أين تنتقل المعاني كاملة ودقيقة، كما يساعد الإعلاميين على فهم قدرة اللغة على الخداع والتضليل وليأمنوا شرها ويجنب الناس خطر الانزلاق.

إن اللغة تحتل موضعاً رئيسياً في عملية الاتصال الإعلامي التي تسري في كيان المجتمع على مستويات مختلفة من حيث استخدام اللغة والرموز، على اعتبار أن الرسالة الإعلامية هي من أهم عناصر عملية الاتصال الإعلامي بأبعادها النفسية والاجتماعية والثقافية، ولهذا كانت العبارة التقليدية تحدد عملية الاتصال في ( من، ماذا يقول، لمن، وكيف، وبأي تأثير ) فإن أهم عناصر الاتصال يتمثل في " اللغة " أو " الرسالة الإعلامية " التي يتصل من خلالها فرد بأخر أو جهة بأخرى<sup>1</sup> وبحكم أن اللغة تعد شرطاً ضرورياً لتماسك المجتمع، فإن الفرد الواحد من أفراد المجتمع ( سواء كان مرسلًا أو مستقبلًا ) يضطر إلى الالتزام بوجهة نظر سائر الأفراد الآخرين والنظر إلى الأمور والبحث عنها بما لا يقتصر على فريته الذاتية وحدها، بل تكون العملية مشتركة بينه وبين الآخرين باعتبارهم شركاء في هذه العملية، أو أطرافاً متعاقدين، فهي مشروع مشترك، فوسيلة التفاهم بين المرسل والمستقبل تقيم شيئاً مشتركاً، ومن ثم بمقدار ما يكون للغة حظ من هذا الاشتراك فإن العملية تصبح عامة وموضوعية... إذا فالتفاهم اللغوي السليم الذي يتم عبر الرسالة هو الذي يحقق النجاح للعملية الاتصالية.<sup>2</sup>

ويرى بعض الباحثين أن الاتصال هو أساس كل تفاعل إعلامي ثقافي حيث يتيح نقل المعارف والمعلومات، وييسر التفاهم بين الأفراد والجماعات، ومن هنا كان الاتصال في مفهومهم نشاطاً يستهدف تحقيق انتشار أو ذبوع معلومات أو أفكار أو آراء بين أفراد أو جماعات، باستخدام رموز ذات معنى موحد ومفهوم بنفس الدرجة لدى كل من الطرفين، ولا يتحقق الانتشار المطلوب إلا إذا تم الاتصال عن طريق بث رسائل واقعية أو خيالية موحدة ومفهومة من قبل جميع المشتركين في العملية الاتصالية.<sup>3</sup>

فعملية الاتصال لا تتحقق بطريقة مبسطة، لأنها تتطلب العديد من الخطوات العقلية مثل التفكير والتذكر والتخيل واختيار الطريقة التي سيتم بها الاتصال واختيار الألفاظ والوقت والنقطة الوجداني أي قدرة الإنسان على تخيل نفسه مكان الآخر.

1 - شرف عبد العزيز، اللغة العربية والفكر المستقبلي، مرجع سابق، ص 79.

2 - السيد محمد نادر، لغة الخطاب الإعلامي، دار الفكر العربي، ط1، القاهرة - مصر، 2006 ص ص 17 - 18.

3 - المرجع نفسه، ص 19.

لذلك فإنه لابد من توافر التناغم والتوافق بين المرسل والمستقبل، وهذا يعني وجود معان وخبرات مشتركة بين المرسل والمستقبل، وكلما كان المرسل والمستقبل متفاهمان في إطار دلالي واحد كان ذلك أقرب ما يكون إلى الفهم.

ويمكن القول: أنه عند إرسال الرسالة الإعلامية، هناك احتمال كبير في أن يفهم المستقبل (أ) رسالة المرسل فهما تاما، ولكن المستقبل (ب) لن يتمكن من فهم الرسالة بشكل تام لأنه لا يجمعه بالمرسل إطار دلالي واحد، وربما يعود ذلك لعدم إجادة هذا المستقبل لغة المرسل، وهذا الانقطاع يمثل ما يسمى بالتشويش الدلالي والذي يعني عدم وجود معان وخبرات مشتركة بين المرسل والمستقبل أو هما لا يشتركان فيها أبداً، أما المستقبل (ج) فلا يشترك مع المرسل في الإطار الدلالي (فهو خارج الإطار الدلالي تماما) لذا لن يفهم الرسالة الموجهة من المرسل وقد يرجع ذلك لعدم معرفته بلغة المرسل.

إن آلية الاتصال والاستقبال مرهونة بالمرسل والمستقبل فكلما كانت المرتكزات الأساسية بينهما مشتركة مثل الخبرات، والظروف الاجتماعية والاقتصادية والنفسية والسياسية والثقافية والجغرافية والتاريخية والوجدانية كانت عملية الاتصال أوضح وأسرع وأبعد عن التشويش.<sup>1</sup>

ويتحكم في غلو نسبة التشويش أو انخفاضها في عملية الاستقبال " قالب الرسالة " إذ لابد للمرسل أن يضع رسالته في شكل معين أو صيغة محددة من الرموز والكلمات، فإذا كان المرسل ضعيفا في كتابته أو غير واثق من نفسه أو ليست لديه المعلومات الكافية عن موضوعه، فإن ذلك يؤثر سلبا على الاتصال، وكذلك، تلعب الوسيلة التي تنقل الرسالة دورا مهما في عملية الاتصال، إذ لابد أن تكون من القوة والمتانة والمرونة بحيث تصل الإشارات إلى المستقبل في الوقت المناسب والمكان المناسب مهما حدث من تداخل أو تنافس مع الوسائل الأخرى... وأيضا للمستقبل دوره كما رأينا فكلما كان قادرا على فك رموز رسالة المرسل بالطريقة المطلوبة ارتفعت نسبة نجاح العملية الاتصالية<sup>2</sup>

من هنا يمكن القول إنه بين اللغة والإعلام علاقة متينة حيث لا يمكن لأحدهما أداء وظيفته دون الآخر، فالإعلام يستعمل اللغة للتعبير عن مختلف النشاطات التي تحدث في المجتمع عن طريق نقل أفكار وأحداث، وفي الجهة الأخرى اللغة التي تعتمد على وسائل الاعلام لانتشار الأخبار على أوسع نطاق من

1 - شرف عبد العزيز، اللغة الإعلامية، مرجع سابق، ص ص 20-21.

2 - المرجع نفسه، ص 35.

الجمهور وهذا ما يُكسب اللغة حجماً أكبر من المفردات ناتجة عن تبادل الخبرات والمصطلحات اللغوية بين هؤلاء الأفراد.

هناك تلازم بين اللغة العربية والإعلام حيث تُساهم اللغة المُبسطة الواضحة في إعلام هادف، ويقوم الأخير بالحفاظ على انتشار اللغة لكي تُؤدي دورها باعتبارها جزء مهم من مكونات الحضارة، فهي رسالة ووسيلة.<sup>1</sup>

### 5. مستويات التعبير اللغوي:

تختلف مستويات التعبير اللغوي باختلاف موضوع الحديث أو الكتابة ويمكن الحديث عن ثلاثة مستويات له:

**1.5 المستوى التذوقي الفني الجمالي:** ويستعمل في الأدب والفن للتعبير عن المشاعر والتجارب الحياتية وتغلب عليه العاطفة في التعبير.

**2.5 المستوى العلمي النظري التجريدي:** ويستعمل في العلوم للتعبير عن الحقائق العلمية والنتائج وذلك باستخدام ألفاظ دقيقة مُعبّرة عن الحقائق بعقلانية.

**3.5 المستوى العلمي الاجتماعي:** العادي الذي يستخدم في الصحافة والإعلام بوجه عام لنقل الحقائق والأخبار بلغة مفهومة لدى كل طبقات المجتمع وفئاته العمرية.

وهذه المستويات الثلاثة التي حددها د. عبد العزيز شرف، كائنة في كل مجتمع إنساني<sup>2</sup> فالفرق بين المجتمع المتكامل السليم والمجتمع المنحل المريض، هو تقارب المستويات اللغوية في الأول وتباعدها في الآخر – فتقارب مستويات التعبير اللغوي دليل على تجانس المجتمع، وتآلف طبقاته، وحيوية ثقافته، ومن ثم تكامله وسلامته العقلية، فمن الثابت أن العصور التي يسود فيها نوع من التآلف بين المستويات العلمية والأدبية والعملية، هي غالباً أزهى العصور وأرقاها، أما إذا كان كل مستوى لغوي بعيد عن الآخر كل البعد فهو دليل على الانفصام العقلي في المجتمع، وهذا يؤدي إلى التدهور والانحطاط والشيخوخة والانحلال.<sup>3</sup>

1 - مصمودي دليلة، الفضائيات العربية بين اللغة الإعلامية والاستعمال اللغوي، مجلة علوم اللغة العربية وآدابها، المجلد 1، العدد 1، 2009، ص 281

2 - شرف عبد العزيز، علم الإعلام اللغوي، المركز الثقافي الجامعي، القاهرة، ط1، 1981، ص63.

3 - شرف عبد العزيز، اللغة الإعلامية، مرجع سابق، ص84.

إن العلماء والأدباء قد يعملون على تنمية اللغة وجعلها غنية، إلا أن جذور اللغة لا تعمق إلا في التربة العامة التي منها تستمد اللغة عصيرها وغذائها - هذا إذا قدر للغة ألا تموت وتندثر كما اندثرت تلك اللغات القديمة التي انقطعت صلتها بكلام الناس وخطابهم، لهذا يجب ألا تكون هناك فجوة بين لغة الأدب والعلم وألفاظهما والحديث اليومي، فقد تتطور تلك الفجوة وتصبح لغة الأدب والعلم أشبه باللغة المصنوعة التي تتقرر صيغها وأشكالها بوساطة سلطة عليا كما هو الشأن في المجامع اللغوية بأوروبا.<sup>1</sup>

إن لغة الصحفي والإعلامي تقوم على الوظيفة الهادفة والوضوح والإشراق، فالفن الصحفي والإعلامي تعبير اجتماعي شامل ولغته ظاهرة مركبة خاضعة لكل مظاهر النشاط الثقافي من علم وفن وموسيقى وفن تشكيلي إلى جانب السياسة والتجارة والاقتصاد والموضوعات العامة... ومن ذلك يتبين أن الفن الصحفي والإعلامي فن تطبيقي يهدف إلى الاتصال بالناس ونقل المعاني والأفكار إليهم، فهو أداة وظيفية وليس فنا جماليا لذاته، لكن مع ذلك فلغة الفن الصحفي تختلف عن كل هذه جميعا لأنها تتضمنها كلها ولا تقتصر على أي منها- لأن الجمهور المستقبلي ليسوا قطاعا واحدا من الناس وإنما كل الناس .. ولأن الصحفي يكتب لكل الناس فإنه يجب عليه أن يجاهد لتحقيق هدف عام وهو جعل رسالته مفهومة لدى الجميع.

## 6. خصائص اللغة الإعلامية التلفزيونية:

تختلف طبيعة كل وسيلة إعلامية باختلاف خصوصياتها، لذا يجب توظيف لغة خاصة تتلاءم وحاجاتها، وتتميز اللغة الإعلامية بخصائص عدة، تحدث الدكتور جابر قميحة عن بعضها " بأنها لغة تتجنب المقدمات الطويلة عند قيامها بمعالجة المواضيع وطرحها على المتلقي لضمان الوصول المباشر للأفكار والموضوع. وبطريقة مباشرة"<sup>2</sup>

بالإضافة إلى ما تم ذكره، أشار الحسنوي<sup>3</sup> إلى العديد من الخصائص يمكن ذكرها كالاتي:

- **الوضوح:** وهو من أهم ما يميز لغة الاعلام، فطبيعة وسائل الاعلام وخصائص جمهورها تحتاج كلمات وأفكار واضحة ليكون المضمون هادفا ينقل المعاني المنشودة للمستقبل.

1 - شرف عبد العزيز، اللغة الإعلامية، مرجع سابق، ص 86.

2 - جابر قميحة، أثر وسائل الاعلام المقروءة والمسموعة والمرئية في اللغة العربية، نادي المدينة المنورة الأدبي، المدينة المنورة، 1997، ص 86.

3 - مصطفى محمد الحسنوي، واقع لغة الاعلام المعاصر، دار أسامة، عمان، 2011، ص ص 63-64.

- **المعاصرة:** يجب أن تتناسب اللغة الإعلامية مع المواضيع التي تعالجها وسائل الاعلام بما يتماشى مع الواقع وتغيراته، وذلك باختيار كلمات وعبارات وتعبيرات لغوية مُعبّرة عما يدور في الفترة الراهنة.
  - **الملائمة:** وذلك باختيار لغة تتناسب ونوع الوسيلة الإعلامية من جهة والجمهور المتلقي من جهة أخرى.
  - **الجاذبية:** بالاعتماد على عوامل لجعل المحتوى الإعلامي أكثر تشويقاً وجاذبية من خلال توظيف لغة قادرة على إيصال المعاني ووصف الأحداث بطريقة حية وليس بالاعتماد على مضمون جاف.<sup>1</sup>
  - **المرونة:** وذلك بأن تكون اللغة قادرة على التعبير عن مختلف القضايا والمواضيع لتستطيع مخاطبة الجمهور بكل مستوياته لإفهامه وحسن إيصال المعلومات إليه بصيغ سهلة بسيطة تعكس قدرة اللغة العربية على الانسجام واستيعاب المنجزات الحضارية من نواحي التسمية اللفظية والدلالة المعنوية.
  - **الاختصار:** وهو من أهم خصائصها، حيث تتميز اللغة الإعلامية عن لغة الأدب بالإيجاز واختصار الجمل.
  - **الاتساع:** ونقصد به أن تتماشى اللغة الإعلامية مع الحاجيات المختلفة لما يعرفه المجتمع من تقلبات، ويأتي هذا عن طريق استخدام مفردات جديدة قد تأتي بها الترجمة، أو ما يُخلفه الاعلام الجديد على اللغة خصوصاً لغة الشباب التي زادت حجم المفردات.
  - **القابلية للتطور:** من المؤكد أن اللغة المستخدمة في الإعلام تُعبر عن الفترة التي تُوظف فيها بالرغم من وجود أخطاء لغوية أحياناً، وهذا ما يُؤكد تطور اللغة.<sup>2</sup>
- مما سبق يمكن أن نستنتج أن المستوى اللغوي الذي يُوظفه الإعلامي لابد أن يتناسب والاستيعاب الفكري للمُشاهد، ذلك أن هدف الإعلام هو مخاطبة الجماهير لاستمالتها واقناعها ودفعها للتصرف وفق ما تريده رسالته الإعلامية، ولضمان ذلك لابد ان تتحلى اللغة الإعلامية بمزايا أساسية نذكر منها:
- تتطلب اللغة الإعلامية مباشرة من الإعلامي لتصل إلى الجمهور المستهدف بطريقة سريعة.
  - يجب ألا تتضمن اللغة الإعلامية الصيغ الأدبية الراقية، لأن الأفراد يُحبذون الاستماع للغة تتوافق وقدراتهم على الفهم السريع من دون معوقات لغوية أو معنوية.

1 - سامي الشريف، أيمن منصور ندا، مرجع سابق، ص 38.

2 - المرجع نفسه، ص 39.

-يحرص الإعلامي على سرعة نقل وإدراك المُتلقي للمعاني بتجنب المظاهر البلاغية والايحاءات الجمالية والفنية للألفاظ.

-يجب أن تحرص اللغة الإعلامية على مراعاة القواعد النحوية والصرفية، فأى غلط في التصريف أو التغيير في بنية الكلمات يؤدي إلى تشويه المعاني وغموضها<sup>1</sup>

## 7. مستويات اللغة الإعلامية التلفزيونية:

اهتمت اللسانيات في بداياتها على دراسة الرسالة الإعلامية من حيث مراعاتها لقواعد المنطق والبلاغة والفصاحة اللغوية لتحديد طبيعة المفردات والتراكيب المستعملة التي تُؤثر على تلقي مضمون الرسالة الإعلامية، ثم أخذت هذه الدراسات منحى آخر في اهتمامها بعلم النفس وعلم الاجتماع أيضاً. ومنه تمكن الباحثين من تحديد أنواع اللغة الإعلامية التي تتلاءم وعرض الرسائل الإعلامية بالخصوص في مجال السمعى البصري.

ويمكن تصنيف طبيعة اللغة الإعلامية إلى لغة عربية فصحي وأخرى عامية وثالثة مختلطة، بالإضافة إلى مصطلحات من نحو: عامية، اللهجة، الهجين، الفصحى، الفصيحة، اللغة المشتركة، اللغة العربية، لغة المثقفين، العربية الحديثة وسندرج التقسيم الآتي لمستويات اللغة الإعلامية.

### 1.7- اللغة العربية الفصحى:

هي اللغة الجامعة للأمة العربية والتي نزل بها القرآن الكريم والحديث الشريف، تتميز بقواعد ثابتة في الصرف والنحو، ونقصد بها المستوى الأدبي الراقي الذي كانت تُنظم به القصائد، ويخطب به قبل الإسلام. كما عرفها **محمد البرازي** أنها "لغة الكتاب التي تُدون بها المؤلفات والصحف والمجلات وشؤون القضاء، والتشريع والإدارة، ويُؤلف بها الشعر والنثر، وتُستخدم في الخطابة والتدريس<sup>2</sup> وهي اللغة المستعملة في التعليم الرسمي والمحافل الدولية ولأغراض دينية أيضاً.

1 - سمير كبريت، اللغة العربية وإعداد رجال الإعلام، دار النهضة العربية للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، 2010، ص 42-43.

2 - سامية بن زروق، اللغة العربية الفصحى في مواجهة العامية التي تهدد سلامتها، مجلة اللغة العربية، المجلد 21، العدد 46، 2019، ص 438.

واللغة العربية الفصحى هي اللغة الرسمية في الجزائر بالإضافة إلى اللغة الأمازيغية، تُوظف في كل المعاملات الرسمية<sup>1</sup> كما تُستخدم على نطاق واسع في وسائل الاعلام المختلفة.

كما تعرف أنها لغة القرآن الكريم والحديث النبوي الشريف والشعر والنثر والخطابة وسائر مجالات الإنتاج الفكري، وتعلم بالمدارس ويجرى بها التدريس في مختلف المواد الدراسية في المدارس والمعاهد والجامعات، كما أنها لغة تصدر بها الكتب والمجلات والإعلانات الرسمية وغيرها.

تخضع اللغة العربية لقوانين تضبطها وتحكم عباراتها أهمها قواعد الصرف والنحو.<sup>2</sup>

ولا تنتقل اللغة الفصحى إلى الأفراد عن طريق التقليد كما تنتقل العامية، بل نتعلمها في مراحل تكويننا العلمي.

تُركز البرامج ذات المواضيع الأدبية والفنية والتعليمية على استخدام الفصحى، مع أن هذا المستوى اللغوي عرف تطورات جديدة ترجع أهم عواملها الترجمات من اللغات الأجنبية بمفردات عربية تُعبر عن مصطلحات علمية، أو آلات حديثة.

وتركز اللغة الإعلامية على استخدام الفصحى إذ يمكنها أن توجه الاهتمام من حين إلى حين إلى عادة جديدة أو سلوك لغوي، كما أن لها القدرة على تربية الذوق اللغوي للجمهور المتلقي.

ومن نقاط قوة وسائل الإعلام أنها تساعد في توسيع وتطوير اللغة الفصحى حيث تجعل اللفظ مألوفا وهذا ما يبني الذوق اللغوي.

وعلى حد تعبير ولبر شرام" اللغة الفصحى هي جسر الثقافة، تتطور ككل اللغات.

### 1.1.7- مكانة اللغة العربية:

تُعتبر اللغة العربية الفصيحة هي هوية الفرد وأمته، وهي التي وحدت بين العرب خصوصا بنزول القرآن الكريم. وهي ذاكرة الأمة والرابطة التي تجمعهم تاريخيا، ولا تزال تجمع بينهم في الحاضر والمستقبل.

<sup>1</sup> - مهديان ليلي، لعواص ريمة، راهن اللغة العربية في التلفزيون الجزائري (بحث في إشكالية التعدد اللغوي وانعكاساته)، مجلة التعبير، المجلد 3، العدد 1، جوان 2021، ص 4.

<sup>2</sup> - ميلود مراد، ازدواجية استخدام اللغة العربية في الخطاب الإعلامي العربي ما بين العربية والفصحى واللغة المنطوقة العامية، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد 6، العدد 3، سبتمبر 2021، ص 187

-اللغة العربية لغة حضارية متميزة استطاعت أن تحقق خلال مسيرتها العديد من الانجازات الحضارية.

-كما تُعتبر اللغة العربية الفصحى لغة عالمية تتجاوز الحدود الإقليمية، تعدى نطاق الاهتمام بها البلدان العربية فهي لغة أمة عظيمة العدد في عديد الأوطان.<sup>1</sup>

-اللغة العربية وسيلة الفرد العربي للتعبير عن مشاعره المختلفة، كما أنه يُوظفها للتعبير عن حاجياته وأفكاره المختلفة.

### 2.1.7- خصائص اللغة العربية:

تتميز اللغة العربية بمفرداتها وحروفها وإعرابها ودقة تعبيرها وإيجازها، واتسمت بسمات متعددة جعلت أرنست رينان يقول عنها: " من أغرب المدهشات أن تثبت تلك اللغة القومية، وتصل إلى درجة الكمال وسط الصحاري، عند أمة الرحل، تلك اللغة التي فاقت أخواتها بكثرة مفرداتها، ودقة معانيها، وحسن نظام مبانيها"

ويرى المستشرق الإيطالي جويدي " اللغة العربية الشريفة آية للتعبير عن الأفكار، وحروفها تميزت بانفرادها بحروف لا توجد في اللغات الأخرى، كالضاد والطاء والعين والغين والحاء والطاء والقاف.

كما تميزت مفرداتها بالمعنى، والاتساع والتكاثر، والتوالد والمنطقية في قوالها، ودقة تعبيرها من حيث الدقة في الدلالة والإيجاز، ودقة التعبير عن المعاني.<sup>2</sup>

### 2.7- اللغة العامية:

أو ما يُعرف بالدارجة، وهي ما نستخدم في حياتنا اليومية في البيت والشارع وفي كل حواراتنا اليومية العادية، وهي المستوى الثاني للغة بعد اللغة العربية الفصحى.

اختلف اللغويون كثيرا في تحديد مصطلح العامية فهناك من جعلها واللهجة شيئا واحدا لا يختلفان، في حين هناك من رآها لغة قائمة بذاتها كالفصحى، ذلك أنها اللغة الأولى للتخاطب في حياة الأفراد، لذا يُحسنها كل فرد سواء كبيرا كان أم صغيرا ولا تشترط أي مستوى تعليمي، ولا تخضع لقواعد تحكمها حيث تتغير بتغير الظروف المحيطة بأفراد المجتمع.

1 - صالح بلعيد، فقه اللغة العربية، دار هومة، الجزائر، 1998، ص17.

2 - المرجع نفسه، ص 14.

ذهب كمال يوسف الحاج إلى تعريفها على أنها " لغة الحس والعجلة والفجأة، تُميزها التلقائية والانفعالية حيث لا تبالي باحترام القواعد النحوية بل تستمد معناها من الإيحاءات والإشارات المختصرة التي ترافق مفرداتها بدون أن تتركب من جمل بمعنى النحو والصرف، فللعامية ألفاظ ذات معنى وللغة الفصحى جمل ذات معنى، أي أن المتلقي يُدرك بالحدس العلاقة بين الكلمات.<sup>1</sup>

وهناك من يعرف العامية بأنها لهجة تشيع على ألسنة العامة في إطار تعاملهم اليومي وهي خليط بين الفصحى ولغات أخرى تأثرت بها من خلال الاحتكاك الحضاري على المدى الطويل<sup>2</sup> وتختلف العامية في مفرداتها من بلد لآخر وهي بمثابة موروث ثقافي يُميز كل منه.

وجاء تعريف العامية عند الدكتور صالح بلعيد بأنها: مستوى بسيط وظيفي آني محلي يلجأ الفرد إليه بغية استعمال لغة الأُنس التي تستعمل الاختلاس، والتبسيط، والإشمام، فهي لسان يستعمله عامة الناس مشافهة في حياتهم اليومية لقضاء حاجتهم والتفاهم بينهم.<sup>3</sup>

وتتميز كل دولة عربية بوجود عدة عاميات بها، أي لا توجد عامية واحدة في البلد بل لكل عامية تآديات مختلفة وهذا ما يسمى باللّهجات، وظهرت هذه الفوارق نتيجة اختلاط المجتمعات العربية بغيرها من العجم بالإضافة إلى ما خلفه الاستعمار الأجنبي من محاولة إحلال العامية محل اللغة الفصحى ليسود الجهل والتخلف، فهي لغة حديث وليست لها قواعد ثابتة كي ترقى للكتابة وحفظ تراث الأمم وعلومه.

والعامية بالجزائر يستعملها الأفراد بعيدا عن صرامة قواعد اللغة الفصحى، مع أن أصل اللّهجات المختلفة ينبثق منها-أي من اللغة العربية الفصحى- ويستند على بعض ركائزها ويستعير مفرداتها.

### 1.2.7- الدعوة إلى العامية:

ويُمكن أن نقول أنّ جمهور وسائل الإعلام ينساق وراء الدعوة إلى العامية بقصد أو غير قصد جراء أصحاب الدعوة إلى العامية الذين عملوا على إيصالها للجمهور المتلقي عن طريق:

- 1 - راضية قراد، اللغة الإعلامية المستخدمة في التلفزيون، دراسة نظرية في المستويات والخصائص، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد الأول، العدد الأول، جانفي 2017، ص 106
- 2 - ياسر الصالح، الفصحى والعامية في الإذاعة والتلفزيون، منشورات اتحاد إذاعات الدول العربية، جامعة الدول العربية، العدد 2، القاهرة، 2000، ص 10.
- 3 - صالح بلعيد، في المواطنة اللغوية وأشياء أخرى، دار هومة، الجزائر، 2008، ص 121.

-كان المستشرق الفرنسي سيلفرستردى أول من قام بتدريس اللغة العامية في مدرسة باريس "اللغات الشرقية الحية" بالإضافة إلى عدد من المدارس والجامعات في إيطاليا والنمسا وروسيا وألمانيا والمجر وإنجلترا...

-الاهتمام بالتأليف في اللهجات وفي المقدمة كتاب "قواعد العربي العامية في مصر"

-بالإضافة إلى اعتماد هذا التيار من دعاة العامية إلى النشر في الصحف، التلفزيون، الإذاعة، الكتب، وغيرها، وزعمهم أن اللغة العربية تقلل ملكة الابتكار للقارئ ولا تقوم بإيصال معنى الرسالة الإعلامية، ومن بين أشهر العرب الذين تبناوا هذا الاتجاه نجد: مصطفى كمال، داود جيلي، عبد العزيز فهمي، أحمد لظفي السيد سلامة موسى، سعيد عقيل، هارون غصن، أنيس فريحة وغيرهم.<sup>1</sup>

-وهناك من ذهب إلى تفسير القرآن باللهجة العامية، كتفسير عبد الله الطيب باللهجة السودانية، وقد لقي انتقادات بهذا الخصوص وأنها لا ترقى لفهم القرآن الكريم ومدلولاته الفصيحة.

### 2.2.7- أسباب تشكل العامية بلهجاتها المختلفة:

ليس من الضروري أن تكون الأسباب كلها مُجمعة أو مُتساوية لتتكوّن اللهجات، ومن أهم هذه الأسباب التي تُسهم في نشأة اللهجات هي:

#### • اختلاف البيئات الجغرافية:

تختلف الأرض التي يعيش فيها الأفراد من أراضي فلاحية، جبال وسهول، وهذا يؤدي حتماً إلى اختلاف اللغة، فكل جماعة لغوية تعيش بمكان ما تنعزل بمرور الوقت عن مجموعة أخرى وتختلف طبيعتهم الفيزيائية والنفسية كما تؤثر أيضاً على أعضاء النطق وطريقة الكلام.

#### • عوامل اجتماعية:

يؤدي تعدد الطبقات الاجتماعية إلى اختلاف اللهجات، بمعنى أنه لكل طبقة لهجة خاصة بها، فلهجة الأغنياء تختلف عن غيرها من الطبقة المتوسطة والفقيرة، كما يلعب المستوى الدراسي دوراً أيضاً في تشكل اللهجات، فاللهجة التي يتداولها المثقفين تختلف عن أصحاب المهن والحرف. بالإضافة إلى تنوع العادات والتقاليد.

1 - ميلود مراد، مرجع سابق، ص 188.

ومنه نستنتج أنه كلما اتسعت الحضارة وتعددت الحاجات نهضت اللغة وتعددت فيها اللهجات وزاد حجم المفردات عن طريق الوضع والاشتقاق، والاقتراب للتعبير عن متطلبات العصر.<sup>1</sup>

• عوامل سياسية:

يؤدي الانقسام السياسي انقساماً في الوحدة الفكرية واللغوية، ويعد اتساع الرقعة الجغرافية للدولة الإسلامية ومن ثم انقسامها إلى دويلات صغيرة سبباً في ظهور رطانات لغوية وشاع اللحن على الألسنة، واختصر استعمال اللغة العربية الفصحى في المقامات الرسمية.

• العامل اللغوي:

عرفت الفتوحات الإسلامية امتزاج الثقافة الإسلامية بالبلدان المفتوحة ولغاتها المحلية، وهذا الاحتكاك بين لغتين أو لهجتين أثر على كل منهما، بالإضافة إلى الاستعمار الحديث والهجرات وهذا ما أثر بشكل بارز في تعميق الاختلافات بين اللهجات العربية المعاصرة، وبذلك ظهرت عاميات فيقال عامية مصر، عامية العراق، عامية المغرب... بالإضافة إلى أنه يستحيل أن تحافظ اللغة على خصوصياتها في ظل انتشارها بين المتكلمين.

• عوامل فردية:

تتجلى فيما قاله فنديس " أن اللغة وإن كانت واحدة فهي متعددة بتعدد الأفراد الذين يتكلمونها ولا يمكن أن يتكلم شخصان دون أن يكون هناك فرق بسيط واختلاف في لغتهم، والأفراد معرضون إلى الاستماع للغة العربية في المساجد والمدارس ووسائل الإعلام المختلفة<sup>2</sup>

• عوامل جسدية فيزيولوجية:

يعرف سكان المناطق المختلفة فروقا في التكوين الطبيعي لأعضاء النطق مما يؤدي إلى تطور في النواحي الصوتية والدلالية.<sup>3</sup>

1 - بلجيلالي مريم، مرجع سابق، ص 91.

2 - المرجع نفسه، ص 92.

3 - عبد الكريم الخلايلية، عفاف اللبابيدي، تطور لغة الطفل، دار الفكر للنشر والتوزيع، عمان، 1990، ص 19.

فالتطور الطبيعي لأعضاء النطق لدى الأفراد يظهر أثره على أصوات الكلمات، مما ينتج عنه تحريف في نطقها، وما حدث في اللغة العربية أن بعض الأصوات أصبحت ثقيلة على أعضاء النطق في بعض البلدان العربية مثل حرف: الجيم والثاء، الذال والطاء والقاف.

### 3.7- اللغة المختلطة (اللغة الوسطى):

ظهرت وتطورت اللغة الفصحى بالعامية مع ظهور وسائل الإعلام المختلفة، خصوصا التلفزيون الذي أحدث ثورة في عالم الاعلام والاتصال لما يتمتع به من قدرته على التأثير في المُستقبل لذا بدأ باستخدام لغة إعلامية تتماشى والأهداف المرجوة لتوصيل الرسالة الإعلامية إلى الجمهور المُستهدف.

أطلق على لغة الإعلام العديد من التسميات نظرا للسياق التي أتت فيه كونها اللغة التي تتماشى مع العصر ومستجداته، لأنها قادرة على التعبير عن حاجيات الناطقين بها، ومن بين هذه التسميات (الفصحى المعاصرة، اللغة الثالثة) وجاءت هذه التسميات تمييزا لها عن اللغة العربية الفصحى والعامية. وأشار البروفيسور صالح بلعيد لمفهوم هذا المستوى اللغوي قائلا: اللغة الوسطى هي لغة عادية تعتمد الجوانب النظامية، حيث تتبع أنماط التطور في اللغة المعيارية، تتضمن قواعد الصرف والتركيب والدلالة بالإضافة إلى الصوت، لها سمات تُسهل الفهم، وهي لغة دون المستوى العالي وفي نفس الوقت بعيدة عن المستوى السوقي، فيها بعض التسامح اللغوي وتُسرب نماذج جديدة من لغة الاستعمال اليومي.<sup>1</sup>

ومن هنا يُمكننا الحديث عن بعض المفاهيم المتعلقة باللغة، من بينها:

**الازدواجية اللغوية:** التي يقصد بها استخدام مجموعة لغوية لمستويين أو تنوعين من اللغة المشتركة الواحدة، أحدهما ذو مستوى راق يستعمل في الأدب والكتابات العلمية والخطب الرسمية، وآخر ذو مستوى عامي يصلح للحياة اليومية والمحادثات العفوية. فالازدواجية اللغوية هي خاصة من خصائص التنظيم اللغوي على مستوى المجتمع.<sup>2</sup> وسنُفصل في هذا العنصر لاحقا في البحث.

1 - صالح بلعيد، حسن استعمال اللغة العربية في وسائل الاعلام، منشورات المجلس الأعلى للغة العربية، دار الخلدونية للطباعة والنشر والتوزيع، ط2، الجزائر، 2018، ص 26.

2 - سامية بن زروق، مرجع سابق، ص 442.

الثنائية اللغوية: هي سمة الاستخدام اللغوي من قبل الأفراد، أي وجود لغتين متنافستين في الاستعمال، حيث تتمتعان بمنزلة واحدة من حيث الكتابة والاستعمال الرسمي، كاستخدام اللغة العربية بجانب اللغة الفرنسية أو الإنجليزية. أي لغتين رسميتين معا.

### 8. مفهوم اللغة الإعلامية التلفزيونية:

إن امتلاك اللغة هو أحد الشروط المهنية للإعلامي، إذ أن عدم معرفة قدرات اللغة وعدم معرفة استعمال هذه القدرات من أجل تحقيق الأهداف المطلوبة، قادرة على جعل عمله قليل الإقناع ولا حول له، وإن معنى بعض الكلمات والتعبيرات لا يتوقف عليها ذاتها فحسب، بل وعلى ما حولها، إذ إن الكثير من الاتفاقات بخصوص استخدام الكلمات لا تصاغ بصورة جلية، إنها تفترض فقط، حيث أن جميع الكلمات تقريبا لا تمتلك معنى واحدا بل عدة معان، فالأشياء ذاتها يمكن إن تسمى أحيانا بأشكال مختلفة، أو يمكن أن تمتلك مجموعة من التسميات، فإحدى الصعوبات الأساسية للفهم المتساوي للمتكلمين تكمن في إن الكلمات على العموم متعددة المعاني وتمتلك معنيين وأكثر.<sup>1</sup>

فتعددية المعاني في الكلمة الواحدة أمر لا بد إدراكه، وعلى القائم بالاتصال أن يحسن استخدام الكلمة في الموضوع الذي لا يمكن أن يقدم إلا المعني المراد إيصاله إلى المتلقي، إذا كانت قابلية القراءة تتوقف على اهتمام القارئ وخبرته فان الرسالة الإعلامية تفقد قيمتها عندما ينعدم الفهم أو تتعدد المعاني في الرسالة الواحدة.

ومنه يمكن تعريف اللغة الإعلامية التلفزيونية بأنها "اللغة التي تستخدم في الإعلام السمعي البصري وتعتمد على مزايا التلفزيون الصوتية، كما أنها لغة بسيطة ومفهومة للمتعلمين والأميين على حد سواء"<sup>2</sup>

إن لكل جماعة مجموعة من التصورات والاتجاهات تتحكم في سلوكها وفي نظرتها للأشياء، فالإنسان يعيش في عالمين، عالم خارجي موضوعي وعالم ذاتي باطني هو مجموعة تصوراته للعالم الخارجي أو مجموعة المفاهيم والدلالات<sup>3</sup> ولا يستطيع الإعلامي أن ينجح في تحقيق هدفه إلا إذا عرف هذه العوالم الباطنية أو التطورات الخاصة أو الدلالات الحقيقية للأشياء في ذهن المستقبل، ذلك أن لكل فرد عالمه الخاص وتصوراتهِ الذاتية المشتقة من بيئته وثقافته، ويخطئ الإعلامي حين يظن أن ما يقدمه من معلومات

1 - الرمحين عطا الله، المنطق واللامنطق في الخطاب الإعلامي، مطبوعات جامعة دمشق، دمشق، ط1، ص 93-96.

2 - راضية قراد، مرجع لسابق، ص 98.

3 - شرف عبد العزيز، اللغة الإعلامية، مرجع سابق، ص 97

وأفكار سوف تفهم بالطريقة التي يفهمها هو بها، فهناك عقبات عديدة في سبيل ذلك مثل التحيز والتعصب والخرافات والأوهام بالإضافة إلى السن واللغة والدين والاتجاهات.

تقوم اللغات المشتركة دائماً على أساس لغة موجودة تتخذ لغة مشتركة من جانب أفراد وجماعات، تختلف لديهم صور التكلم، والظروف التاريخية هي التي تفسر لنا تغلب هذه اللغة، وتعلل انتشارها في جميع مناطق التكلم المشتركة، فهي دائماً لغة وسطى، تقوم بين لغات أولئك الذين يكلمونها.<sup>1</sup>

وهذه السمة المشتركة لكل لغة مشتركة، إذا أتيج لها أن تنتشر في قطر من الأقطار أو في دولة من الدول، أخذت العناصر المشتركة التي تدخل في تكوينها، ويؤدي ذلك إلى النزول بمستواها كلما ازدادت انتشاراً وازدادت العناصر التي تستعيرها من صور اللهجات المحلية... وقد فرضت طبيعة المتلقي من حيث ثقافته وطبقته الاجتماعية على كتاب الصحف والبرامج الإخبارية الإذاعية (مسموعة - مرئية) بشكل عام مستوى لغويًا معيناً هو مستوى الفصحى، إلا أن الفصحى يتفاوت في فهمها ذلك الجمهور العريض من المتلقين بمختلف فئاته وطبقاته. والكاتب الصحفي لا يريد إن يخاطب فئة أو طبقة دون الأخرى بل يريد مخاطبة الجميع<sup>2</sup> وقد ناقش هذه المشكلة ككتاب وباحثون من قبل مثل فرح انطون الذي رأى أنه لا يوجد في واقعنا اللغوي "عامية وفصحى فقط بل يوجد إلى جانبها لغة وسطى وهي ما أطلق عليه فرح انطون اصطلاح "الفصحى المخففة" أو "العامية المشرقة" أو "اللغة المتوسطة" وهي تشبه إلى حد ما اللغة التي أطلق عليها توفيق الحكيم اسم "اللغة الثالثة" وما وصفه الأستاذ عباس خضر في مقال له صفة "اللغة الخنثى".<sup>3</sup>

إن استخدام الفصحى وحدها أو العامية وحدها غير مقبول.. لذا فإنه كان من الضروري إيجاد لغة ثالثة صحيحة لا تجافي قواعد الفصحى وهي في نفس الوقت ما يمكن أن ينطقه الأشخاص، لغة سليمة يفهمها كل جيل، وكل قطر وكل إقليم، بمعنى آخر، لغة موحدة مشتركة مخففة.

فاللغة اللفظية في التلفزيون هي عنصر أساسي في أغلب المواد التلفزيونية، قد تكون عنصراً مكملاً أو ثانوياً لما لها من أهمية في إيضاح المعاني أو إتمامها أو إعطاء الصورة قوة، أما اللغة غير اللفظية تتمثل

1 - فلفل محمد عبدو، اللغة العربية بين الثبات والتغيير، مجلة المعرفة السورية، العدد 403، 1997، ص115.

2 - السيد محمد نادر، لغة الخطاب الإعلامي، دار الفكر العربي، القاهرة - مصر، ط1، صص38-39.

3 - المرجع نفسه، ص 40.

في الصورة والمؤثرات الصوتية والمؤثرات الصورية والحركات والإشارات والعلامات والتعبيرات الحسية والإيماءات والألوان والظلال.<sup>1</sup>

## 9. واقع اللغة في الممارسة الإعلامية التلفزيونية:

إذا كانت اللغة العربية هي لغة الشعر كما وصفها الأستاذ العقاد، أي لغة بنيت على نسق الشعر في أصوله الفنية والموسيقية، فهي في جملتها فن منظوم منسق الأوزان والأصوات لا تتفصل عن الشعر في كلام تألفت منه، فإن اللغة العربية كذلك لغة إعلامية، ونريد بذلك أنها لغة بنيت على نسق الفن الإعلامي بمفهومه الحديث، تعرض مواد مبسطة يسهل على الجماهير فهمها كما أنها تتمشى مع قيم المجتمع وعاداته وتقاليده، فالألفاظ العربية تدل على تفكير العرب ونظرتهم إلى الأشياء<sup>2</sup> واللغة العربية لغة دالة، ترمي إلى النمذجة والتبسيط من خلال منهج لوضع الألفاظ للمعاني الجديدة، يختار صفة من صفات الشيء الذي يراد تسميته أو بعض أجزائه أو نواحيه أو تحديد وظيفته وعمله<sup>3</sup> وعليه فإن اللغة الإعلامية لا تختلف في منهج تطويرها للغة عما يريده اللغويون وحراس اللغة، ورغم أن الصحفي مطالب بتكثيف أخباره ومقالاته وفنونه التحريرية وفقاً للقوالب الصحفية المنشورة، عليه الحرص على القواعد المصطلح عليها في النحو والصرف والبلاغة وما إليها.

وإذا كانت اللغة الإعلامية تحرص على مراعاة القواعد اللغوية المصطلح عليها فإنها تحاول كذلك أن تحرص على خصائص أخرى من بساطة وإيجاز ووضوح ونفاذ مباشر وتأكيد وأصالة وجلاء<sup>4</sup>. ذلك أن كل كلمة في اللغة الإعلامية يجب أن تكون مفهومة من قبل الجمهور المستقبل كما يجب أن تعرض بطريقة جذابة تحقق يسر القراءة أو الاستماع، أما أنواع التورية وازدواج المعاني أو الهالات الانفعالية حول الألفاظ وغيرها من فنون الأدب التي تؤدي إلى المعاني الخاصة في الشعر فهي بعيدة تماماً عن لغة الإعلام لأنها تقطع تيار الاتصال الذي يجب أن يظل مجراه صافياً.

إن اللغة العربية لغة غنية وثرية وبالتالي فهي تقبل أي تجديد أو أي ألفاظ جديدة تطراً عليها، تلك التي يفرضها واقع الحال أو المرحلة الزمنية التي تتطلب ألفاظاً خاصة بها لتعبر عن الأحداث والوقائع التي

1 - هادي نعمان الهيبي، في فلسفة اللغة والإعلام، الدار الثقافية للنشر، ط1، القاهرة، 2007، ص 26.

2 - شرف عبد العزيز، اللغة الإعلامية، مرجع سابق، ص 133.

3 - فلفل محمد عبده، مرجع سابق، ص 116.

4 - شرف عبد العزيز، اللغة الإعلامية، مرجع سابق، ص 134.

ترافق تلك المرحلة الزمنية والتي لا يمكن التعبير عنها بالألفاظ القديمة التي هي أيضا لم تكن إلا وليدة مرحلة زمنية، فمن أهم المقاييس التي يعرف بها ارتقاء اللغات، هو مقياس الدلالة على الزمن، وهذا المقياس يصبح من أهم مظاهر اللغة الإعلامية، لأن الصحفيين ورجال الإعلام يكتبون لكل الناس في كل الأوقات وليس لجزء من الناس في كل الأوقات أو لكل الناس بعضا من الوقت، فكل كلمة تتضمنها عبارات النص الإعلامي يجب أن تكون مفهومة من عامة القراء وجمهور المستقبلين، ولهذا تظهر بلاغة اللغة الإعلامية من علامات الزمن في أفعال لغتها الأم لأن عامل الوقت يلعب دورا رئيسيا في تغطية الأخبار وتحريرها وإخراجها من جهة، كما يتميز الإعلام بالدورية والإيقاع من جهة أخرى، فهو يروي حدثا بعينه في إطار زمن محدد، فاللغة التي تدل على الزمن بعلامات مقررة في الفعل انبسط وأصلح للإعلام من اللغة التي خلت من تلك العلامات وبمقدار الدلالة تكون هذه اللغة الإعلامية أكثر من تلك.

إن الكلمات لا تُستعمل في واقع اللغة الإعلامية تبعا لقيمتها التاريخية، ذلك أن للألفاظ في الإعلام قيمة وقتية أي محددة باللحظة التي تستعمل فيها وقيمة المفردات خاصة بالاستعمال الوقتي الذي تستعمله، وقد تمر لحظة تستعمل فيها كلمة ما استعمالا مجازيا، ولكن هذه اللحظة لا تطول لأن اللفظة في اللغة ليس لها إلا معنى واحد في الوقت الواحد<sup>1</sup>

إن استخدام اللغة العربية بشطريها الفصيح والعامي في وسائل الإعلام ومدى ملائمة وعدم ملائمة كل منهما في الوقت نفسه، أدى إلى ظهور تيارين، تيار يؤيد استخدام اللغة العربية الفصحى في وسائل الإعلام والآخر يرفض هذا المبدأ داعيا إلى استخدام العامية بدلا منها، إذ يرى التيار الأول (الفصيح) أن استخدام العاميات تعتبر تهجينا وإفسادا للغة والثقافة، وأن اللغة العربية الفصحى تؤدي إلى فوائد عدة منها تنمية الحس الفني لجمالية اللغة وخلق مناعة مستمرة تجاه عوامل التجزئة على الصعيد القومي والوطني، بينما سيؤدي استخدام العامية إلى تكريس التجزئة الوطنية والقومية وبالتالي فهي انتحار، بينما يرى التيار الآخر أن واقع الحال يفرض استخدام العامية فهي اللغة المشتركة الأقرب إلى فهم الجمهور.<sup>2</sup>

ترجع الباحثة " فريال مهنا " جنوح اللغة الإعلامية إلى الاستعانة بالعاميات إلى عدة أسباب منها:

1 - شرف عبد العزيز، اللغة الإعلامية، مرجع سابق، ص ص 135 - 136.

2 - الحاج كمال، مرجع سابق، ص 406.

إن وسائل الإعلام الجماهيري صنعت جمهورا إعلاميا يحتوي على شرائح أمية أو شبه أمية أبجديا وثقافيا مما جعل الفصحى تشكل حائلا اصطلاحيا وتواصليا وتأثيريا لا يمكن تخطيه إلا باللجوء إلى العاميات.

- اعتقاد بعض الوسائل الإعلامية التي تدخل العاميات إلى أغلب موادها، أن ذلك هو الوسيلة المثلى لاستقطاب الجمهور، مدفوعة باعتقاد أن مواكبة العصر والتطور ومحاكاة الأمم الأكثر تقدما تستوجب الابتعاد عن الفصحى واللجوء إلى العاميات.

- المضامين الهابطة لبعض المواد (البرامج) وخاصة الترفيهية، تحتم استخدام العاميات، لأن الفصحى لا تتلاءم بطبيعتها مع هذا النوع من الثقافات الترفيهية.

- تمسك بعض الأوساط الثقافية والأكاديمية بحرفية اللغة العربية التراثية إلى حد التعصب مما يدفع العديد من القائمين على الإعلام نحو التخلي التدريجي عن اللغة<sup>1</sup>

واللغة العربية بسبب هذا الواقع تبدو اليوم من أكثر اللغات حيرة بين الولاء لماضيها وماضي أصحابها الثقافي، وبين الالتزام بمتطلبات الوقائع والأحداث الجديدة، وحرصا على سلامة اللغة العربية الفصحى من التجزئة والتشتت والضياع وعدم الهبوط بالمستوى الثقافي اللغوي لدى الجمهور، وفي الوقت نفسه عدم استخدام لغة غير قادرة على التعبير عما يجري على أرض الواقع من مجريات جديدة، فإن المطلوب هو السعي إلى توازن لغوي خلاق بين الولاء للماضي والالتزام بالحاضر كما أسلفنا الذكر.<sup>2</sup>

أخيرا... سواء كان النمط الاتصالي شخصيا أو جماعيا أو جماهيريا، فثمة حقيقة واقعة، وهي أن عملية الاتصال الإعلامي في جميع أنماطها تتوقف على انتقال الرموز ذات المعنى وتبادلها بين الأفراد، كما أن أوجه النشاط الجماعية ومعانيها الثقافية تتوقف إلى حد كبير على الخبرات المشتركة من المعاني.<sup>3</sup>

فالالاتصال في جوهره هو نقل المعاني عن طريق الرموز المتعارف عليها والتي يستخدمها الإنسان من أجل التوافق النفسي مع العالم الخارجي، فالرموز هي جوهر وسائل الإعلام وعمودها الفقري وبدونها لا يمكن

1 - الحاج كمال، مرجع سابق، ص 407.

2 - فلفل محمد عبود، مرجع سابق، ص 115.

3 - شرف عبد العزيز، اللغة الإعلامية، مرجع سابق، ص 38.

أن تعمل، ولكي تتمكن هذه الرموز من الوصول إلى أذهان الجمهور العام لابد من وجود لغة إعلامية بسيطة ومفهومة وموحدة ومشاركة.

حيث تعتبر اللغة في كل مجتمع عبارة عن نظام عام يشترك الأفراد في اتباعه و يتخذونه أساساً للتعبير عما يجول بخواطرهم وفي تفاهمهم بعضهم مع بعض<sup>1</sup> لذا كانت اللغة ومازالت محط اهتمام العديد من ميادين الفكر الإنساني، بوصفها الوعاء الذي يحتوي هذا الفكر، لكن وجهات النظر فيها اختلفت باختلاف دورها الوظيفي في الميدان المعني، فهي أي- اللغة- تارة أداة تعبير غايتها الكبرى منوطة بالتأثير الذي تحدثه في المتلقي، وتارة أداة توصيل غايتها الكبرى نقل الأفكار، وهذا صميم غاية لغة الإعلام.

فاللغة ليست من الأمور التي يصنعها فرد معين أو أفراد معينين، وإنما تخلقها طبيعة الاجتماع وتتبعث عن الحياة الجمعية، وما تقتضيه هذه الحياة من تعبير عن الخواطر وتبادل للأفكار، وكل فرد منا ينشأ فيجد بين يديه نظاماً لغوياً يسير عليه مجتمعه، فيتلقاه عنه تلقائياً بطريق التعلم والتقليد، كما يتلقى عنه سائر النظم الاجتماعية الأخرى، ويصب أصواته في قوالبه ويحتديه في تفاهمه وتعبيره<sup>2</sup> واللغة - خصوصاً اللغة الإعلامية- من الأمور التي يرى كل فرد نفسه (المرسل- المتلقي) مضطراً إلى الخضوع لما ترسمه، وكل خروج على نطاقها ولو كان عن خطأ أو جهل يلقي من الرأي العام مقاومة، تكفل رد الأمور إلى نصابها الصحيح وتأخذ المخالف ببعض أنواع الجزاء<sup>3</sup>

ذلك لأن اللغة الإعلامية تُشكل في النهاية جزءاً من النظام اللغوي العام السائد فإذا اتخذت هذه اللغة منحى مختلفاً عن النظام اللغوي العام، فإن مصير هذه اللغة، لن يكون إلا الرفض من قبل المتلقي.

لذا فإن تحديد مفهوم اللغة الإعلامية لا يستغني عن نتائج الدراسات اللغوية بمختلف ميادينها، إذ تمددها بما تهتدي إليه من ظواهر لغوية، وما تكشفه من بحوث فنية تقيد في دراسة لغة الإعلام وتهذيب ألفاظها وتوسيع نطاقها وترقية مفرداتها وإدخال مفردات جديدة على مفرداتها، وتدعيم خصائص هذه اللغة الإعلامية من تبسيط وسلامة ووضوح، واقتراب شديد من لغة الواقع الحي المتقف دون إسفاف أو هبوط إلى العامية... واستخدام اللغة العملية التي تعبر عن الحياة والحركة والعمل والانجاز هي اللغة الإعلامية المؤثرة حقاً.

1 - كمال الحاج، مرجع سابق، ص54.

2 - شرف عبد العزيز، اللغة الإعلامية، مرجع سابق، ص13.

3 - شرف عبد العزيز، علم الإعلام اللغوي، مرجع سابق، ص9.

وفي الوقت نفسه يمكن لعلم اللغة أن يفيد من اللغة الإعلامية، ذلك لأن علاقة اللغة الإعلامية بعلم اللغة هي علاقة تأثير وتأثر... فعلاقة التأثير بين اللغة الإعلامية وعلم اللغة هي علاقة التتمية اللغوية، فوسائل الاتصال الإعلامية تساهم في نشأة كلمات لم تكن موجودة في اللغة من قبل، وفي هجر كلمات كانت مستخدمة فيها أو انقراضها انقراضاً تاماً. ذلك أن وسائل الاتصال الإعلامية تعكس أهم العوامل التي تدعو إلى نشأة كلمات في اللغة، كمقتضيات الحاجة إلى تسمية مستحدث اجتماعي جديد، سواء أكان نظاماً اجتماعياً أم اقتصادياً، أم نظرية علمية جديدة أو فلسفية أو مخترعاً مادياً جديداً، مثال ذلك، ما ظهر من مفردات كثر تداولها على الصعيد الاقتصادي والسياسي كالخصخصة أو العولمة أو القطب الواحد...<sup>1</sup>

وغني عن ذكر التفاصيل أن التطور الحضاري واكبه تطور تقني مثل اختراع بعض وسائل الإعلام (الراديو -التلفزيون... الخ) ومن هنا اشتدت الحاجة إلى تصميم لغة تستمد صبغتها من الوسيلة التي توظف فيها، سواء كانت مكانية أو زمانية، كما رأى عبد العزيز شرف الذي قال: "... يقصد بالوسائل المكانية تلك التي تشغل حيزاً في مكان مثل الصحف، أما الوسائل الزمانية فهي تتسلسل في وقت زمني مثل الإذاعة والتلفزيون والأحاديث المسموعة، وتعتبر الأفلام الناطقة والمحادثات الشخصية المباشرة وسائل مكانية زمانية لأنها تشغل حيزاً مكانياً ووقتها زمنياً وهي وسائل سمعية بصرية. وقد أدى هذا التطور إلى ظهور لغة من نوع جديد غير اللغة الأدبية بمستواها التذوقي الجمالي، وغير لغة العلم، فاللغة الإعلامية الجديدة تسعى إلى جميع فئات القراء وإلى تحقيق المستوى العملي على الصعيد الاجتماعي للغة<sup>2</sup>

بحيث يرى فندزير أن اللغة فعل اجتماعي من حيث أنها استجابة لحاجة الاتصال بين بني الإنسان، لا فرق أن تكون الحاجة عامة لقضاء أمور الناس في حياتهم المختلفة أو خاصة للتعبير عن الأفكار التي تجول في ذهن الفرد<sup>3</sup>

وكلا هاتين الحاجتين يحتاجهما رجل الاعلام وعلم الإعلام بشكل خاص الذي يسعى لتحقيق وظائفه الأساسية في الإخبار والإعلام، التفسير والشرح، التوجيه والإرشاد، التسلية والإمتاع، الترويج والإعلان، التعلم أو التنشئة الاجتماعية، وهذه كلها أمور تجول في خاطر رجل الإعلام ومهمته التعبير عنها بنفسه لتوصيلها

1 - السيد محمد نادر، مرجع سابق، ص ص 15-17

2 - شرف عبد العزيز، اللغة الإعلامية، مرجع سابق، ص 29.

3 - محمد عبد المطلب البكاء، لغة الاعلام بين الفصحى والعامية، جامعة بغداد كلية الاعلام، مجلة الباحث الاعلامي، العدد الأول، 2005، ص 175.

الى أذهان الجماهير، ويبدو أن تعريف الاجتماعيين للغة تعريف يتناسب وما يريده الاعلاميون من اللغة الاعلامية أو الاتصال بالجماهير بوجه خاص.

### خلاصة:

لقد حاولنا من خلال هذا الفصل، تقديم قراءة لمفهوم اللغة الإعلامية أو ما يسمى باللغة الثالثة وتطرقنا إلى أهم خصائص هذه اللغة باعتبارها وسيلة اتصال وأهميتها بالنسبة للفرد في التعبير عن حاجاته، بالإضافة إلى وظائف اللغة المتعددة ومنها الوظيفة الإعلامية التي يُوظفها القائمون بالاتصال بترميز رسائل ومضامين متعددة باختلاف الهدف والجمهور المستهدف، وهذه اللغة هي اللغة الإعلامية التي تتوسط اللغة العربية الفصحى واللغة العامية، لكنها أضفت عليهما لمسة شبابية من ظهور تراكيب ومعان جديدة وغير مألوفة. حيث نتج عن تقاطع العامية مع الفصحى ظهور أنماط لغوية جديدة تستجيب لمتطلبات العصر وسرعة الإيقاع الإعلامي.

وقد أثارت هذه التحولات في طبيعة اللغة الإعلامية جدلا واسعا، إذ يرى بعض الباحثين أن انتشار العامية بلهجاتها المختلفة أسهم في إضعاف اللغة الفصحى وتشويهها، بينما يرى آخرون أن تبسيط اللغة الإعلامية أمر ضروري لجعلها أكثر قربا وفهما لمختلف المستويات الثقافية للجمهور، وأخيرا تطرقنا إلى واقع اللغة الإعلامية في الوسائل السمعية البصرية وكيف تأثرت هذه اللغة بالتطورات التقنية وتكنولوجيا الاتصال، مما فرض تحديات جديدة وفرصا لتطوير الخطاب الإعلامي بما يتناسب مع متطلبات العصر الرقمي. التي واكبت التطور التقني وتكنولوجيا الاتصال.

# ثانيا: اللغة الإعلامية في القنوات الفضائية الجزائرية

تمهيد.

- 1- مدخل إلى القنوات الفضائية
- 2- خصائص البث التلفزيوني
- 3- وظائف الفضائيات التلفزيونية
- 4- أنواع الفضائيات التلفزيونية
- 5- أهمية القنوات الفضائية الجزائرية
- 6- نشأة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة
- 7- أنواع برامج القنوات الفضائية الخاصة
- 8- إيجابيات وسلبيات القنوات التلفزيونية الخاصة
- 9- أسباب ظهور القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة
- 10- أنواع القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة
- 11- الازدواجية اللغوية في ظل الانفتاح الإعلامي بالقنوات الفضائية الجزائرية

خلاصة.

## ثانيا: اللغة الإعلامية في القنوات الفضائية الجزائرية

تمهيد:

تحتل اللغة الإعلامية في القنوات الفضائية الجزائرية مكانة محورية في صناعة المحتوى الإعلامي، إذ تمثل الأداة الأساسية لنقل المعلومات والأفكار إلى جمهور واسع ومتنوع ثقافيا واجتماعيا. وقد تزامن ظهور مصطلح "اللغة الإعلامية" مع التطور الهائل لوسائل الإعلام، خصوصا مع بروز القنوات الفضائية التي فرضت تحديات جديدة على مستوى اختيار اللغة المناسبة للتواصل مع المشاهدين خصوصا في السياق الجزائري الذي يتميز بالتعدد اللغوي واللهجات المحلية، مما جعل القنوات الفضائية تتأرجح بين استخدام العربية الفصحى التي تعد رمزا من رموز الهوية الثقافية والوحدة الوطنية، وبين العامية التي تفرضها ضرورات القرب من الجمهور وسهولة الفهم. لقد أفرز هذا الواقع اللغوي أنماطا تعبيرية جديدة، حيث ظهرت لغة إعلامية بسيطة ووسطى تجمع بين متطلبات العصر من وضوح وبساطة وتواجه في الوقت ذاته تحديات وانتقادات حول تأثيرها على سلامة اللغة العربية الفصحى.

كما أن انتشار الإعلام الرقمي الناتج عن التطورات التكنولوجية زاد من تعقيد المشهد اللغوي مما دفع القنوات الفضائية إلى البحث الدائم عن التوازن الدقيق للمحافظة على الفصحى ومواكبة متغيرات الواقع الاتصالي والاجتماعي في نفس الوقت.

### 1. مدخل إلى القنوات الفضائية:

نعيش اليوم انفجارا فضائيا بفضل الأقمار الصناعية والثورات المعلوماتية، التي أدت الى بروز عدد لامحدود من القنوات الفضائية، بالإضافة الى توفر شبكة الانترنت، ويعتبر التلفزيون أحد اهم الوسائل الاعلامية الجماهيرية بين باقي الوسائل، لامتلاكه مجموعة من الخصائص التي تميزه عن غيره من الوسائل الاعلامية، فهو يعتمد على الصوت والصورة والحركة معا.

التطور الرقمي الذي يشهده العالم مع ظهور خاصية البث الفضائي والرقمي من خلال الأقمار الصناعية، استفاد منها التلفزيون وازدادت أهميته مع ظهور القنوات الفضائية على نطاق واسع بين عمومية وخاصة وعامة ومتخصصة مما زاد من حدة التنافس فيما بينها، وأدى إلى اثناء الحركة الإعلامية وتنشيطها والمساهمة في إحداث نقلة في المجال، فكل قناة تسعى إلى تحقيق وظيفة إعلامية تتماشى وسياستها الاعلامية المرسومة.

تضاعف عدد القنوات الفضائية في السنوات الأخيرة في جميع الدول والتي تحتوي على عدة مضامين إعلامية من أخبار وبرامج في مختلف الميادين مع استعمال لغات مختلفة لتحقيق التواصل مع الجمهور المتلقي، وهذا جراء التطور التكنولوجي في مجال الاتصالات عبر الأقمار الصناعية.

**لغة:** القناة هي الرمح الأجوف وهي بمعنى مجرى الماء.<sup>1</sup>

**اصطلاحاً:** هي وسيلة اتصال يمكن بواسطتها نقل الرسالة من المرسل إلى المرسل إليه ويقصد بالقناة الخط أو المسار الذي تتخذه الرسالة عند تحريكها من المرسل حتى تصل إلى المستقبل<sup>2</sup>

كما تعرف القنوات الفضائية على أنها قنوات تبث عبر شبكة من الأقمار الصناعية التي تدور حول الأرض في مسارات محددة ومعروفة تحدد عموماً بالزاوية والاتجاه على البوصلة لتحديد اتجاه الالتقاط<sup>3</sup>

فالقنوات الفضائية كما تسمى أيضاً بالمحطة التلفزيونية هي منصة إعلامية، خاصة بدولة ما أو مؤسسة ما تكون في مجال الإعلام، تهدف إلى تقديم محتوى معين، أو مجموعة من المجالات الإعلامية والتلفزيونية المتنوعة، وسميت بالفضائية لأن بثها مرتبط بالاتصال بالأقمار الصناعية، حتى تصل إلى جميع أنحاء العالم أو إلى المناطق التي يغطيها البث الخاص بها.

تعمل هذه القنوات الفضائية مع مختصين وذوي الخبرة في مجال الاعلام والاتصال، من مخرجين ومصورين وإعلاميين ومنتجين ومنسقين وتتصف هذه القنوات بسمة الشمولية، أي تقديم محتوى إعلامي بجوانبه المختلفة التي يمكن من خلالها جذب أكبر عدد من المشاهدين أو تتسم بصفة التخصص، أي تناول جانب واحد من قطاعات الإعلام، مثل السياسة، الاقتصاد، الرياضة، السينما، الترفيه، الثقافة، والفن حيث يسعى جميع القائمين على أي قناة فضائية إلى مواكبة جميع الأحداث التي يمكن من خلالها إنجاح وتطوير القناة.<sup>4</sup>

1 - نسيمه طبشوش، القنوات الفضائية وأثرها على القيم الأسرية، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، دط، 2011، ص 26.

2 - محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة - مصر، 2004، ص 90.

3 - سليم عبد النبي، الإعلام التلفزيوني، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2010، ص 25.

4 - ماجي الحلواني، الفن الإذاعي والتلفزيوني الفضائي، عالم الكتاب، مصر، 2008، ص 90.

## 2. خصائص البث التلفزيوني:

فرض البث الفضائي واقعا إعلاميا جديدا بكل المقاييس حيث انتقل بالإعلام إلى مستوى السيادة المطلقة من حيث الانتشار عبر الكون المترامي الأطراف إلى مختلف أنحاء العالم.

واخترق الموانع الطبيعية والسياسية على عكس البث الأرضي الذي كان مقيدا بمساحة جغرافية ضيقة وعدد محدود من المتلقين والتنوع اللامتناهي في المحتوى، لما يملكه من تقنيات وأدوات واستخدامات وخصائص والتي نذكر منها:

- هو إعلام مفتوح بدون أي محاذير أو قيود.
- ينقل الحدث للمشاهدين ساعة وقوعه.
- يوفر صورة نقية وصوتا واضحا.
- يتخطى الحدود السياسية والجغرافية بين الدول ولكن ليس مطلقا.
- يتيح تبادل وجهات النظر والتعرف على توجهات أطراف العملية الاتصالية.
- يتيح تنوعا غير محدود المحتوى لوجود المساحة الزمنية الكافية على مدار الساعة.
- يتيح سهولة الوصول إلى المعلومة من خلال البث المتدفق عبر المنصات الإلكترونية والشبكات الاتصالية وعبر المواقع الإلكترونية للمحطات.
- يوسع دائرة التناقص الإعلامي.
- يوفر خدمات تفاعلية مما يدخل الجمهور كشريك أساسي في صنع المحتوى الإعلامي.
- يعمل على تنامي دور القطاع الخاص في العمل الإعلامي.<sup>1</sup>

## 3. وظائف الفضائيات التلفزيونية:

اهتم منظرو الإعلام اهتماما متزايدا في تحديد الوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام عموما ولقد حددها "Harold Lasswell" في ثلاثة وظائف هي:

- **وظيفة مراقبة البيئة:** ونعني بها تجميع وتوزيع المعلومات المتعلقة بالبيئة سواء داخل المجتمع أو خارجه وتقديم إنذارات حول المخاطر والتهديدات الوشيكة على نطاق قيم الجماعة وأقسامها.

1 - براهيم إسماعيل، الإعلام المعاصر وسائله مهاراته، تأثيراته، أخلاقياته، ط1، وزارة الثقافة والفنون والتراث، قطر، 2014، ص ص 124 - 125.

- **وظيفة الترابط:** ونعني بها تفسير وتحليل الأحداث التي تقع في البيئة وتوجيه سلوك كل فرد نحو هذه الأحداث وربط أقسام المجتمع وفق متطلبات البيئة المحيطة به وهو ما يعني إيجاد الرأي العام.
  - **وظيفة نقل التراث الاجتماعي:** أي وظيفة توصيل المعلومات والقيم والمعايير من جيل لآخر ومن جماعة لأخرى.
- وقد أضاف عالما الاجتماع كل من "لازار سفيلد" و "روبرت ميرتون" وظيفة رابعة لوسائل الاعلام وهي وظيفة التسلية.<sup>1</sup>
- وتسعى أيضا القنوات الفضائية لتحقيق العديد من الوظائف التي يمكن إنجازها في الآتي:
- **الوظيفة التربوية:** أي مهمة نشر المعلومات والثقافة والمساهمة في التنشئة الاجتماعية.
  - **الوظيفة الإعلامية والإخبارية:** أي جمع الأخبار ونشرها وتعزيز حق المجتمع في الحصول على المعلومات، سواء كانت محلية أم إقليمية أم دولية.
  - **وظيفة التفاعل الاجتماعي:** أي تلبية حاجة الفرد في الحوار والتواصل والشعور بالانتماء.
  - **وظيفة الترفيه:** أي تحقيق الراحة والترفيه وتسلية الجمهور وشغله عن الهموم اليومية لتحقيق الاشباع النفسية والاجتماعية
  - **الوظيفة الاعلانية التسويقية:** أي تؤدي وظيفة التسويق للمنتجات والبضائع والخدمات عبر برامجها وبأساليب مباحة.
  - **وظيفة الرقابة:** لحماية وصيانة المجتمع من الفساد.
  - **وظيفة ترابط المجتمع ونقل تراثه:** وذلك عن طريق تعزيز القيم والمبادئ التي يقوم عليها المجتمع للحفاظ على عاداته وتقاليده ولغته، وهذا ما يعمل على ترابط أفراد المجتمع والحفاظ على تماسكه وكيانه ومعتقداته.<sup>2</sup>

1 - طه أحمد الزيايدي وآخرون، دراسات في تأثير القنوات الفضائية على المجتمع وفتاته، ط1، دار النفائس، الأردن، 2006، ص30.

2 - المرجع نفسه، ص ص 31 - 34.

#### 4. أنواع الفضائيات التلفزيونية:

هناك عدة تقسيمات لأنواع القنوات الفضائية التلفزيونية والتي تختلف باختلاف المعايير المتبعة في عملية التصنيف، فيمكن أن تقسم عبر الأقمار التي تبث منها، أو وفق أنواع البث، أو وفق تخصص القناة، كما يمكن تقسيمها تبعاً للغة المستخدمة في البث وغيرها، سنعرض أهم التصنيفات المتبعة لأنواع القنوات الفضائية:

##### 1.4- من حيث الملكية: (مصادر التمويل) فنجد:

- **قنوات فضائية عمومية:** وهي القناة التي تعود كامل ملكيتها إلى حكومة هذه الدولة أو تلك ويأتي أغلب تمويل هذه القناة من ميزانية الدولة المالكة بغض النظر عن التمويل الذاتي وعن رسوم الاستهلاك على الأجهزة فالقناة العمومية هي القناة الحكومية.
- **قنوات فضائية خاصة:** هي القناة التي يأتي رأس مالها كله أو معظمه من القطاع الخاص و تكون ملكيتها للرأس المال الغالب.
- **قنوات فضائية يشارك في تمويلها القطاع العام والخاص:** حيث تقوم الحكومة بمنح تراخيص لتلك القنوات التي يشارك في تمويلها القطاع الخاص بنسبة محددة<sup>1</sup>.

##### 2.4- من حيث الإنتاج: وينقسم بدوره إلى:

- **قنوات تلجأ إلى الإنتاج الخارجي:** وهي القنوات التي تعتمد على تكليف مؤسسات خاصة بالإنتاج لإنتاج المواد الإعلامية التي تبثها.
- **قنوات تلجأ إلى الإنتاج الداخلي:** وهي القنوات التي تتولى الإنتاج لنفسها وذلك بالاعتماد على مراكز الإنتاج الخاصة بها.

##### 3.4- من حيث المضمون ونجد:

- **القنوات العامة:** وهي قنوات تقدم كافة أنواع البرامج المختلفة للجمهور فنجد مثلاً قنوات الموسيقى والمنوعات، قنوات الدراما العربية، القنوات الرياضية، قنوات تعليمية، قنوات خاصة بالمرأة، قنوات أطفال، قنوات دينية... وهي في التشريع الجزائري تسمى القنوات الموضوعاتية.

1 - المنصف العيادي، محمد عبد الكافي، القنوات التلفزيونية المتخصصة، سلسلة البحوث والدراسات الإذاعية، تونس، اتحاد إذاعات الدول العربية، 2006، ص 11.

• **القنوات المتخصصة:** وهي تلك القنوات التي تقدم مضامين إعلامية محددة فنجد مثلا قنوات الموسيقى والمنوعات، قنوات الدراما العربية، قنوات الرياضية، قنوات تعليمية... الخ.<sup>1</sup>

### 5. أهمية القنوات الفضائية الجزائرية وشروط بثها:

تعد القنوات الفضائية الجزائرية من أبرز الوسائل في مجال نقل المعلومات والاتصالات جراء البث التلفزيوني عبر الاقمار الصناعية، خصوصا أنه مع التطور التكنولوجي تضاعف عدد القنوات الفضائية الجزائرية في السنوات الأخيرة التي تحتوي على عدة مضامين إعلامية، من أخبار وبرامج وعدة أمور في مختلف الميادين.

والهدف منها تقديم محتوى ذو طبيعة إعلامية متنوعة، كذلك تستعمل اللغات العالمية لتحقيق التفاهم والتواصل مع الجمهور، حيث تجذب مختلف الأعمار لاحتوائها على خصائص تقديم الأخبار والمعارف والمعلومات، وتبثها على شكل أكثر من طابع وقالب فني إعلامي مضمونا وشكلا.

كما ظهر العديد من القنوات الفضائية التي تتنوع بين العمومية والخاصة، مما خلق تنافس كبير بين مختلف هذه القنوات، التي تسعى إلى تلبية رغبات الجمهور، وقد شكل ظهور القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة في مختلف التخصصات انعطافا حاسما في سيرة الإعلام الجزائري، حيث ساهمت وساعدت هذه القنوات الخاصة في التكوين ومنحتهم حرية التعبير عن الاوضاع الاجتماعية والاقتصادية وغيرها.

حيث فتحت المجال للرأي الذي يختلف عن رأي القطاع العمومي للتلفزيون الجزائري، وغيرها من المعطيات التي جعلت هذه القنوات موضوعا جاذبا للكثير من الباحثين والمختصين.

وتمثل القنوات الفضائية الجزائرية ثورة في ميدان الاتصال البشري، وقد استطاعت أن تشد اهتمام الناس إليها بدرجة كبيرة، وذلك عندما تنقل إليهم سلسلة من العروض الحية و الفورية التي حولت هذا الجهاز من لعبة غالية الثمن إلى ضرورة حقيقية.<sup>2</sup>

كما تتجسد أهمية القنوات الفضائية الجزائرية في تميزها بقدرة خارقة على الإقناع والتأثير والسيطرة حتى أصبحت رمز السلطة وعصر الاتصال... فالثورات والانقلابات تقوم اليوم بالاستيلاء على مقرات

1 - بيبيرورديو، التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول، ترجمة وتقديم درويش الحلوجي، ط1، دار كنعان للدراسات والنشر والخدمات الإعلامية، دمشق، 2004، ص 44.

2 - نسيمة طبشوش، مرجع سابق، ص 12.

المحطات التلفزيونية بدلا من القصور الرئاسية، فلا توجد سلطة سياسية أو اقتصادية أو دينية لا تحلم بالسيطرة عليها<sup>1</sup>. وهذا لقدرتها الهائلة على هيكله خيال الفرد والجماعة والتحكم في الرأي العام.

كذلك هيمنة القنوات الفضائية حتى على مجال الإعلام والصحافة فيقول بورديو "يمارس التلفزيون تأثيره في الصحف حتى تلك الأكثر نقاء و كذلك في الصحفيين الذين يستسلمون لموضوعات التلفزيون وقضاياها وباستطاعته أن يجمع حول نشرة أخبار الثامنة مساء عدد من المشاهدين أكثر من كل هؤلاء الذين يطلعون على صحف الصباح والمساء مجتمعين"<sup>2</sup>

وهكذا فإن القنوات الفضائية الجزائرية بفضل مميزات وقدراتها الهائلة من بين كل وسائل الاعلام، حققت رغبة إنسانية لم يسبق أن تحققت من قبل إذ استطاعت أن تجعل الإنسان يتعايش مع مكانين أو أكثر في آن واحد ويدرك أن ما يشاهده أو يسمعه هو في الحقيقة واقع بالحال.<sup>3</sup>

يوجد العديد من الشروط التي يجب توفرها على القنوات الفضائية لكي تبث، من بين الشروط منها:

- **مراكز البث:** يحتوي كل مركز على مجموعة كبيرة من البيانات التي تصل قدرتها إلى 270 ميغا بايت في الثانية، وذلك من أجل نقل الإشارة بسرعة دون وجود أي عائق.
- **التشفير والبث:** يجب على المزود بتشفير الفيديو، وضغطه وذلك لكي يمنع وصوله إلى الآخرين مجانا من خلال مزج التشفير مع البيانات ذات الطبيعة الرقمية، ثم تحويلها إلى البيانات يمكن استخدامها.
- **التطبيق:** إن هذا النوع خاص من أشكال الهوائيات المصمم لغاية التركيز على مصدر معين للبث، ويتم من خلاله استقبال الإشارات.

1 - رائد محمد عبد ربه، عكاشة محمد الصالح، مدخل إلى السينما والتلفزيون، دار الجنادرية للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص 103 - 104.

2 - فضيل دليو، تاريخ وسائل الإعلام والاتصال، دار الخلدونية، الجزائر، 2013، ص 141.

3 - بيير بورديو، مرجع سابق، ص 21.

## 6. نشأة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة:

بالنسبة للدول العربية: فيمكن القول أنه بداية تعرضهم للبث التلفزيوني المباشر كان عبر القنوات بداية الثمانينيات بواسطة البث التلفزيوني المباشر للقنوات الفرنسية الذي يستهدف الدول العربية الواقعة في شمال إفريقيا.<sup>1</sup>

وتتوفر المنطقة العربية على نظامين فضائيين عربيين هما نايل سات وعربسات.

عربسات هي سلسلة من الأقمار الصناعية للاتصالات والبث الفضائي تملكها 21 دولة من الدول الأعضاء في جامعة الدول العربية وتصنيفها هو الأول في الشرق الأوسط والعاشر عالمياً يستفيد من خدماتها أكثر من مئة بلد في الشرق الأوسط وإفريقيا وأوروبا في مجال خدمات البث الفضائي التلفزيوني والاذاعي والاتصالات السلكية واللاسلكية.

انطلق أول قمر في 8 فبراير 1985 ثم أُطبق الثاني في يونيو 1985 ثم الثالث في نهاية نفس العام، وتمكنت مؤسسة عرب سات حتى يونيو 2010 من إطلاق خمسة أجيال من الأقمار الصناعية، وأسهم القمر في ظهور القنوات الفضائية التلفزيونية العربية ومن أبرزها: مركز تلفزيون الشرق الأوسط، المدار، المجد، روتانا، والجزيرة.<sup>2</sup>

بالنسبة للقمر الصناعي نايل سات أطلقه المصريون عام 1996 بقرار من اتحاد الإذاعة والتلفزيون المصري بعد تعليق عضوية هذه الدولة في المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية **Arab sat** إثر التوقيع على اتفاقية كامب ديفيد مع الإسرائيليين، وذلك لضمان التغطية الاتصالية لكل أراضيها. وبذلك أصبحت مصر أول دولة في الشرق الأوسط تستخدم التقنية الرقمية **Digital technology**، وتمتلك مصر حالياً أربعة أقمار للاتصالات.<sup>3</sup>

1 - محمد معوض وآخرون، الاتجاهات الحديثة في إعلام الطفل وذوي الاحتياجات الخاصة، دراسات إعلامية الجزء الرابع، دار الكتاب الحديث، ط1، القاهرة - مصر، 2007، ص38

2 - علي محمد شمو، تكنولوجيا الفضاء وأقمار الاتصالات، مكتب الإشعاع، الإسكندرية، القاهرة - مصر، 2002، ص130-131.

3 - المرجع نفسه، ص ص 306-307.

وكان لهذين القمرين دورهما في توفير البديل الملائم نسبيا للمواطن العربي وإغناؤه عما يعرض في الأقمار الأجنبية حيث اتسع الحقل الاجتماعي للتعامل العربي مع القنوات الفضائية وذلك بواسطة الهوائيات المقعرة.<sup>1</sup>

أما في الجزائر: فلم تعرف البث الفضائي المباشر حتى منتصف الثمانينيات وذلك من جراء إطلاق فرنسا لقمرها الصناعي (tdf1) الخاص بالبث المباشر وقد كانت عملية البث مقتصرة فقط على الأماكن العمومية كالسينما وذلك راجع للصعوبات التقنية والتكلفة الباهظة للهوائيات المقعرة التي كان امتلاكها مقتصرًا على المؤسسات العمومية والفئات الميسورة اجتماعيا، إلا أنه مع تنامي تصنيع وتطوير الأقمار الصناعية وتعاضم ظاهرة القنوات الفضائية فإن ذلك قلص من حجم التكلفة وضاعف أعداد جمهورها وخاصة بعد ظهور النظام الرقمي، الذي أتاح للمشاهد فرصة الاختيار الواسع للبرامج التلفزيونية.

تعود نشأة القطاع السمعي البصري في الجزائر إلى الفترة الاستعمارية و بالضبط حينما أدخل الفرنسيون الإذاعة لأول مرة عام 1924، التي كانت موجة حينها إلى الأقلية الأوروبية من المعمرين في البلد، أما عن التلفزيون فيعتبر تاريخ 1956/12/24، هو تاريخ نشأة أول محطة تلفزيون بالجزائر حيث قامت السلطات الفرنسية بإنشائها بالعاصمة لدعم محطة الراديو في تعبئة الشعب الجزائري ضد القيم الوطنية و الدينية، وعموما لم تكن هذه المحطة التلفزيونية إلا مجرد محطة إرسال فرنسية وامتداد للتلفزة الفرنسية في باريس.<sup>2</sup>

وردا على السياسة الاستعمارية الجديدة الهادفة إلى إبعاد الجزائريين عن واقع الثورة في وطنهم عبر ما تبثه من محتويات عبر مختلف مراكز إرسالها " جاء ميلاد إذاعة صوت الجزائر " في تونس 1956، والتي كانت تبث برامج محدودة الزمن أي حوالي 15 دقيقة، وكان الهدف من هذه الإذاعة الوقوف في وجه الاستعمار واقناع الرأي العام الدولي بعدالة القضية الجزائرية.<sup>3</sup>

وظلت الهيمنة الاستعمارية على الإذاعة والتلفزيون لاسيما بعد مفاوضات "إيفيان" التي عملت السلطات الاستعمارية من خلالها للإبقاء على سيطرتها على بعض المؤسسات الاستراتيجية في البلاد.

1 - نسيمه طبشوش، مرجع سابق، ص ص 8 - 9.

2 - نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2009، ص 103.

3 - يوسف تمار، العينة في الدراسات الإعلامية والاتصالية، دار بغداد للطباعة والنشر، الجزائر، 2010، ص 101.

استقلت الجزائر في 05 جويلية 1962 وفي 28 أكتوبر كان لابد أن تهتم السلطة بهذه الوسيلة الإعلامية والاعتماد على نفسها وعلى أبنائها داعية كل الإطارات الوطنية التي سبق لها العمل في مجال الاتصال في صفوف جيش التحرير إلى تسلم الإذاعة و التلفزيون.<sup>1</sup>

حيث صدر قرار من الجهات العليا في الدولة لاسترجاع السيادة على هذا القطاع وتم احتلال مبنى الإذاعة والتلفزيون في نفس اليوم وتم نزع العلم الفرنسي ورفع راية العالم الجزائري وأمام هذا الإجراء قدم العمال الفرنسيون استقالتهم، وكلهم اقتناع بأن البث سيتوقف في اليوم الموالي.<sup>2</sup>

لكن رهان الفرنسيين لم يتحقق أمام مجموعة مكونة من 21 تقنيا 19 منهم مكونون في الجيش الوطني، أخذت على عاتقها مهمة استمرارية الإرسال وهو ما حدث فعلا، ورغم الظروف الصعبة وقلة الكفاءات وضعف القدرات المالية فقد كان التحدي كبير أمام السلطة الجزائرية التي أدركت بصفة واضحة الدور الاستراتيجي لهذه الوسيلة الإعلامية وإلى ضرورة تطويرها وتكييفها في الجزائر المستقلة.

وصادف استقلال الجزائر ظرفين كان لهما الأثر البالغ في توجيه الاعلام السمعي البصري يتمثلان في:

1-انتشار الأمية في أوساط المجتمع الجزائري نتيجة الاستعمار الفرنسي مما جعل السلطات الجزائرية تستعمل وسائل الاتصال الشفوية بالدرجة الأولى خاصة الإذاعة والتلفزيون.

2-صادف استقلال الجزائر انتشار التلفزيون في العالم الغربي وأصبح من الضروريات التي لابد للدول أن تهتم بها، وهذا ما قامت به السلطات الجزائرية.

أنشأت دار الإذاعة والتلفزيون بقسنطينة سنة 1968 وتم بعد ذلك ربط عدة محطات للتوزيع والبث، وبحلول سنة 1976 تمكن 95% من التراب الوطني من مشاهدة التلفزيون.

### 1.6- الطبيعة الحكومية للتلفزيون الجزائري:

فتح قانون الاعلام لعام 1990 المجال أمام الإعلاميين لتأسيس وإنشاء الصحف ورفع وسائل الرقابة التي كانت مسطرة من قبل الحزب الواحد، غير أن قطاع السمعي البصري أستثنى من هذه التغييرات وفي

1 - نور الدين تواتي، مرجع سابق، ص 106.

2 - فضيل دليو، تاريخ وسائل الإعلام والاتصال، دار الخلدونية، الجزائر، 2013، ص 145.

مقدمتها التلفزيون، وشددت الدولة الوصاية على هذه الوسيلة، وسبق كل هذا إصلاحات هيكلية تمت في عام 1986 بإعادة هيكلة الإذاعة والتلفزيون الجزائري وبرز أربع مؤسسات هي:

- **ENTV** المؤسسة الوطنية للتلفزة

- **ENRS** المؤسسة الوطنية للإذاعة

- **TDA** المؤسسة الوطنية للبث الإذاعي والتلفزي

- **ENPA** المؤسسة الوطنية للإنتاج السمعي البصري<sup>1</sup>

وظهرت القنوات الفضائية بالجزائر ابتداء من سنة 1985 جراء إطلاق فرنسا لقمرها الصناعي الأول TDF 1 الخاص بالبث المباشر، حيث قامت باستيراد 33000 هوائي مقعر وقد انتشر فقط في أوساط الطبقات الاجتماعية من طرف ذوي الدخل العالي لتنتشر فيم بعد إلى الطبقات ذوي الدخل المحدود أيضا، حيث أصبح امتلاكها لا يتوقف على المستوى الاقتصادي للأسرة<sup>2</sup> و تعتبر الدولة هي المحتكر الأول للإعلام و ذلك بامتلاكها لمؤسسة التلفزة الوطنية و القناة الفضائية الجزائرية.

ونقصد بالبث المباشر عبر الأقمار الصناعية ذلك الاتصال الذي يتم إرساله مباشرة من القمر الصناعي ويستلمه جهاز تلفزيون فردي عبر كابل مرتبط بمحطة استقبال وتوزيع ترددات القمر دون وسيط سوى باستعمال هوائية مقعرة.

ومن أهم الإنجازات التي تحققت مع بداية التسعينات، إنشاء المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري قنوات تعبر الحدود وتساعد على تواصل الأفراد من داخل الجزائر وخارجها، منها قناة **Canal Algérie** في أكتوبر 1994 التي كانت تبث نشرتها الإخبارية على الساعة السابعة مساء ثم أصبحت ثلاثة نشرات، لينتقل البث عبر النظام التماثلي في أوت 2001.

ثم عرفت الجزائر ميلاد القناة التلفزيونية الثالثة عبر القمر الصناعي عرب سات في جويلية 2001.

1 - بن يوسف بن خدة، نهاية حرب التحرير في الجزائر-اتفاقيات ايفيان، ترجمة لحسن زغدار، مح العين جبايلي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1987، ص 40.

2 - نجاة بويدي، عادات وانماط مشاهدة الاولياء لبرامج التلفزيون، رسالة ماجستير، تخصص علم الاجتماع، معهد العلوم الاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة، 1998، ص 85.

لتشهد الساحة السياسية في الوطن العربي تغييرات أدت الى بروز قنوات جزائرية خاصة تدار سواء من داخل الوطن أو من خارجه، حيث تمكنت هذه القنوات من جذب اهتمام المشاهد الجزائري، حيث بدأت بمرحلة الحشد التي تستهدف ملاقة اهتمامات جميع أفراد المجتمع، إلى مرحلة التخصص التي تستهدف خدمة احتياجات جماهير محددة وأخيرا مرحلة التفاعل التي تهدف إلى التبادل والتفاعل بين الجمهور وقنوات الاتصال، حيث يتزايد انتقاء الجمهور للمعلومات التي يتم بثها، وهذا بتخصيص القنوات الفضائية الجزائرية لمواد إعلامية بعينها. بالخصوص أن الاعلام أثناء الأزمات يجب أن يكون معادلة تجمع بين الرسالة والقيمة.<sup>1</sup>

قامت الجزائر في 15 أفريل 2011 بحزمة من الإصلاحات السياسية والإعلامية مُعلنة مرحلة جديدة في إرساء مسارها الديمقراطي فسخرت لقطاع الإعلام والاتصال الإمكانيات اللازمة لتمكينه من استيعاب وتوظيف الانفجار المعلوماتي والتكنولوجي وذلك من أجل تأطير الممارسة الإعلامية والمهنية للصحفيين وقطاع الإعلام في الجزائر بانتظار القانون الرامي إلى رفع احتكار الدولة لهذا القطاع، الأمر الذي تطلب وضع إطار قانوني والمتمثل في القانون العضوي (05 . 12 ) والذي يعد بمثابة شهادة ميلاد القنوات الإذاعية والتلفزيونية الجزائرية الخاصة.

حيث عرف المشهد السمعي البصري في الجزائر ثورة في القنوات الفضائية من خلال ظهور عدد من القنوات التلفزيونية تنوعت بين عامة ومتخصصة (إخبارية، فنية، اجتماعية، سياسية...إلخ) تبث برامج تتعلق بالجزائر بالدرجة الأولى، وكما ذكرنا سابقا فإن هذه القنوات مسجلة لدى وزارة الاتصال كقنوات أجنبية معتمدة للعمل في الجزائر، فمعظمها يبث من الأردن، تونس، الإمارات، فرنسا، لندن وذلك نظرا لعدم تحرير السلطة لمجال البث التلفزيوني واحتكارها له.

## 7. أنواع برامج القنوات الفضائية الخاصة:

سننطلق أولا إلى مفهوم البرامج التلفزيونية، والتي تعني انتقال رسالة من مُرسل إلى مُستقبل عبر قناة (أي قناة اتصال عبر أجهزة البث الموجودة في المحطات التلفزيونية) من أجل تحقيق أهداف مُسطرة عبر إشارات ورموز تتمثل في مجموعة من الصور يُصاحبها صوت، لتُحقق اشباعات وحاجات المستقبل وفق ما يتناسب مع ميوله ورغباته.

1 - العربي بوعامة، مركزية القيمة في المعالجة الإعلامية للأزمات، دار ألفا للوثائق، ط1، الجزائر، 2022، ص50.

أي أن البرامج التلفزيونية هي شكل من أشكال الإنتاج التلفزيوني التي يقوم فيها المُقدم التلفزيوني باختيار موضوع ونقله إلى المُشاهد.

أي أنه فكرة تُعد وتعالج في القنوات الفضائية، تعتمد في الأساس على الصورة المرئية سواء كانت مُسجلة أو مباشرة، لتُجسد أفكارا مُحددة تقدمها المؤسسات الإعلامية للإنسان من أجل اطلاعه بالأخبار التي تدور حوله والعمل على إثراء معلوماته وثقافته والترويح عنه.

كما جاء في معجم المصطلحات الإعلامية أن مصطلح برنامج في الإذاعة والتلفزيون يشير إلى "شكل فني يشغل مساحة زمنية محددة وله اسم ثابت ويقدم في مواعيد محددة يوميا أو أسبوعيا أو شهريا...يقوم بعرض مواد فنية أو ثقافية أو علمية...مُستعملا بذلك الفنون المختلفة من سرد وتعليق وحوارات أو ندوات ومقابلات.<sup>1</sup>

ومنه تنقسم هذه البرامج التلفزيونية في القنوات الفضائية الخاصة إلى:

### 1.7- البرامج الإخبارية:

يكون هدف هذا النوع من البرامج هو الإعلام والإخبار وتزويد المشاهدين ببيانات وآراء تحظى باهتمامهم ولم يسبق لهم أن عرفوها، فتكون تغطية الأحداث وإحاطة المشاهد فورا هي مهمتها الأساسية، وتُقدم النشرات الإخبارية عدة مرات في اليوم وتقدم باللغة الفصحى وقد تُوظف العامية أحيانا عند حضور ضيوف أو ربط على المباشر مع مراسلين وصحفيين، كما تُقدم بعض القنوات نشراتها الإخبارية باللغة الفرنسية. ومن أشكال البرامج الإخبارية ما يلي:

- نشرات الأخبار.
- مواجيز الأخبار
- تقارير إخبارية
- التحليلات الإخبارية
- الندوات

1 - محمد زكرياء خراب، محمد ميلود، التفاعلية في البرامج الدينية، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد 6، العدد الرابع، الجزائر، 2019، ص 73.

- البرامج الحوارية والتسجيلية.<sup>1</sup>

### 2.7- البرامج الاجتماعية:

زاد اهتمام الإعلام الجزائري الخاص بتقديم هذا النوع من البرامج لما يلقاه من اهتمام ومتابعة من طرف الجمهور، وقد يرجع نجاح وانتشار البرامج الاجتماعية إلى اللغة الموظفة فيه، حيث تنعدم الفصحى تقريبا وتحل محلها العامية بلهجاتها المختلفة حسب مقدمي البرامج وضيوفهم. وكما هو متعارف عليه أن اللهجات في الجزائر تختلف باختلاف المناطق في البلاد وحتى في المنطقة الواحدة، بالإضافة إلى استعمال مفردات من الأمازيغية في ظل ما يسمى التعايش اللغوي، ثم نجد مصطلحات من اللغة الفرنسية التي تنتشر في أوساط المجتمع ككل.

### 3.7- البرامج الدينية:

هذا النوع من النشاطات الإعلامية يشرح تعاليم الدين الإسلامي ونشر الفتاوى وتلاوة القرآن، كما يحتوي على اللقاءات والندوات بغرض توعية الجمهور بما يتعلق بالعبادات والمعاملات. سابقا كانت القنوات الفضائية العمومية تقتصر على توظيف اللغة الفصحى، ومع الانتشار الكبير للقنوات الفضائية الخاصة أصبحت تستعمل اللغة الأمازيغية واللغة العامة بلهجاتها.

### 4.7- البرامج الثقافية:

تمتاز لغة هذه البرامج الثقافية بالتنوع حيث تستعمل العامية بلهجاتها وترافقها اللغة الفرنسية غالبا، أما اللغة العربية الفصحى فننادرا ما تُوظف.<sup>2</sup>

### 5.7- البرامج الرياضية:

يحتوي هذا النوع من البرامج على أخبار خاصة بالأنشطة الرياضية بهدف نشر الثقافة الرياضية بين الجماهير وتنمية الحس الرياضي لدى الذكور خصوصا، فالبرامج الرياضية تحظى باهتمام بالغ من قبل

1 - عبد النبي خزعل، فن تحرير الأخبار والبرامج في الفضائيات التلفزيونية والقنوات الإذاعية، ط1، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت - لبنان، 2010، ص23.

2 - بلجيلالي مريم، حنيفي بن ناصر، واقع اللغة الإعلامية في الاعلام الجزائري، مجلة الموروث، المجلد 8، العدد الأول، 2020 خاص، ص 18.

المشاهدين سواء كان النقل مباشرا أو عبر إعادة البث في أوقات لاحقة، وهنا نجد اللغة العامية هي الغالبة مع قليل من الفصحى والكثير من الألفاظ الفرنسية.

### 5.7- النشرات الجوية:

تستعمل الفصحى والعامية.

### 6.7- الإعلانات التجارية:

من دعائم استمرارية بث القنوات الفضائية الخاصة هي الإشهارات التي تقوم بالترويج للسلع وأصحابها، وتعرف جمعية التسويق الأمريكية الإعلان أنه " وسيلة غير شخصية لتقديم الأفكار أو السلع أو الخدمات بواسطة جهة معلومة مقابل أجر مدفوع" وتكون اللغة الموظفة غالبا هي العامية لضمان فهم كافة الجمهور بمستوياته العلمية والثقافية المختلفة.<sup>1</sup>

### 7.7- البرامج الدرامية:

تشمل المسلسلات والأفلام بمواضيعها المختلفة ولغاتها المتعددة، فجد القنوات الفضائية الجزائرية تبث مسلسلات جزائرية بلهجات مختلفة، ويكثر هذا النوع من البرامج في الشبكة البرمجية الرمضانية، بالإضافة إلى المسلسلات باللغات المصرية والسورية، والمسلسلات التركية باللغة التركية المترجمة باللغة العربية، كما تبث العديد من القنوات أفلاما أجنبية باللغة الفرنسية أو الإنجليزية مع ترجمة في الأسفل إلى اللغة العربية الفصحى. بالإضافة إلى المسلسلات الدينية التي تبث حصرا باللغة العربية الفصحى.

### 8.7- البرامج الترفيهية: تشمل البرامج التالية:

- برامج المسابقات والألغاز تتنوع بين اللغة الفصحى والعامية.
- برامج المقالب مثل الكاميرا المخفية التي تعرف انتشارا معتبرا في برامج رمضان من كل سنة. وتكون دوما باللغة العامية.
- برامج الموسيقى والغناء والرقص بأنواعها ولغاتها المختلفة.
- برامج الفنون كالشعر والأدب وغيرها.

1 - علي فلاح الزعبي، الإعلان الفعال (منظور تطبيقي متكامل)، دار اليازوردي العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2009، ص33.

### 9.7- البرامج الحوارية:

يعتمد هذا النوع من البرامج على أحاديث وحوارات ومناقشات تتنوع بتنوع المواضيع من: سياسية واقتصادية وثقافية وإنسانية ك معالجة الأزمات...وتكون لغة هذه الحوارات حسب الضيوف ومستواهم، والملاحظ في القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة أنها تستعمل العامية ثم القليل من الفصح، كما تلجأ إلى توظيف اللغة الفرنسية أحيانا. وتأخذ هذه البرامج أحيانا شكل المائدة المستديرة أو غيره من الأشكال.

### 8. إيجابيات وسلبيات القنوات التلفزيونية الخاصة:

للثب الفضائي العديد من الأهداف التي يسعى للوصول إليها، منها ما هو إيجابي وآخر قد تترتب عنه آثار سلبية، ولا شك أن الحديث عن البث الفضائي ومضمونه الإعلامي يُعد من القضايا الزاهنة لما يميزه من مقومات ساهمت في التأثير على المجتمعات بشتى الوسائل.

وقد نتج عن التطورات الدولية في ميادين الاقتصاد والسياسة والثقافة وغيرها، العديد من الظواهر التي تصدرت مراتب مختلفة من الاهتمام والدراسة والتحليل، ويُعتبر ظهور البث الفضائي المباشر أبرزها، والحديث عن إيجابياتها وسلبياتها مرتبط بطبيعة استخدامها وطبيعة رسالتها الموجهة إلى الجمهور، وفيه يلي نوضح إيجابيات وسلبيات البث الفضائي:

### 1.8- الإيجابيات:

- تُعد القنوات الفضائية في الجزائر من بين وسائل الاعلام الأكثر إغراء لما تتميز به في الجمع بين الصوت والصورة، تتيح من خلالها إمكانية الوصول إلى أي مشاهد، وبالتالي امتلاكها قاعدة جماهيرية واسعة على المستوى الوطني والخارجي، وهذا لما تُقدمه من أخبار محلية تعبر عن مشاكل وانشغالات المواطن وتجذب اهتمام المشاهد الجزائري.
- يجري إرسال عبرها بعدة لغات<sup>1</sup> ولهجات، تختلف باختلاف الجمهور المستهدف ونوع البرنامج، كما تعتمد على مستوى الإعلامي أحيانا.
- تُحقق القنوات الفضائية التنمية والتعليم من خلال مواد إعلامية، كما تضمن سرعة إيصال المعلومات إلى جل المناطق في الجزائر، فالمشاهد الجزائري أصبحت له الحرية في اختيار القنوات والبرامج التي تناسب احتياجاته.

1 - فاطمة حسين عواد، الاعلام الفضائي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2010، ص ص 94-96.

- تُعتبر الفضائيات العامل الرئيسي في تشكيل وعي الناس حالياً لاسيما بعد احتكار الحكومة الجزائرية لحرية الإعلام منذ سنوات طويلة، وحرصها على التعتيم ومنع تدفق المعلومات والحقائق الغير مرغوب فيها إلى الرأي العام فيم يخص بعض القضايا، وقامت هذه الفضائيات التابعة للقطاع الخاص برفع الستار ووضعت تصرفات الحكومة تحت أعين الجماهير<sup>1</sup> أي أنها أداة لرقابة السلطة.
- تضمن القنوات الفضائية الاطلاع على الأحداث الجارية من خلال تغطية الأحداث المحلية<sup>2</sup> حيث ساهمت القنوات الخاصة الجزائرية رغم حداثة وقلة الإمكانيات المادية والبشرية في تغطية ما يحدث محليا، إقليميا ودوليا، حيث أصبح الجمهور الجزائري يستقي أخباره منها، وبالخصوص عندما يتعلق الأمر بالأحداث المحلية لما تعرفه هذه الأخيرة من انتشار مكاتبها ومراسليها عبر كافة القطب الوطني، مما سهل مهمتها وأعطاه طابع القرب والجهوية التي أدت إلى جذب عدد كبير من الجمهور الجزائري، فالحق في الإعلام هو حق المواطن وظهور القنوات الخاصة هو ظاهرة صحية، خصوصا مع تشكيل سلطة ضبط السمعي البصري من خلال قانون الإعلام وقانون النشاط السمعي البصري، وتكفل هذه السلطة احترام الاعلاميين لأخلاقيات المهنة وأحكام الدستور في نشر الأخبار الصحيحة وعدم المساس بحريات الغير رغم التحديات التي تواجه الاعلاميين في الحفاظ على القيم المهنية والأخلاقية في ظل المنافسة والسرعة والضغط الاقتصادي والسياسية.<sup>3</sup>

ويجب على القائمين بالاتصال في هذه القنوات أوقات الأزمات خصوصا، اختيار الأساليب المناسبة لوصول المعلومات إلى كافة الجمهور، وتوظيف لغة مناسبة للوسيلة الإعلامية من جهة والمستويات الفكرية المختلفة للمتلقي من جهة أخرى.

- تختلف برامج القنوات الفضائية الخاصة وتساير التغييرات الاجتماعية والسياسية في البلاد، وجاء هذا الانفتاح نتيجة لسيرورة التشريعات الإعلامية 1982، 1990، 2012 وقانون السمعي البصري 2014، التي حرصت على فرض احترام القنوات الفضائية لقيم المجتمع وتركيبته.

1 - إسماعيل بشرى جميل، الإبداع الإعلامي في الفضائيات العربية، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2012، ص 249.

2 - بن عودة موسى، القيم الإخبارية في القنوات الفضائية الجزائرية-دراسة تحليلية مقارنة في المضمون والقائم بالاتصال في قنوات (الجزائرية الثالثة، دزاير تي. في وقناة الخبر)، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه لطور الثالث في علوم الاعلام والاتصال، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، الجزائر، 2017-2018، ص 189.

3 - العربي بوعمامة وآخرون، القيمة في الدراسات الإعلامية والاتصالية المعاصرة، دار ألفا للوثائق للنشر والتوزيع، ط1، الجزائر، 2021، ص 88.

- أدى ظهور القنوات الفضائية الخاصة إلى خلق منافسة شرسة بينها وبين القنوات الجزائرية العمومية وحتى العربية والأجنبية الرائدة في العالم.

## 2.8- السلبيات:

- من نتائج العولمة انتشار تكنولوجيات وسائل الاتصال والإعلام، حيث أدت بعض البرامج الإعلامية في الفضائيات الخاصة إلى إسقاط الارتباطات العائلية والوطنية والأخلاقية والدينية جراء ضعف البرامج وردائها أحيانا مما أدى بالقنوات الفضائية المحلية إلى الاستعانة بالبرامج الأجنبية التي تُكرس ثقافتها من جهة، أو عدم الإيفاء بالقوانين المهنية والأخلاقية... كما أنها تُكرس لثقافة العنف من خلال ما تنشره من برامج تحمل هذا النوع من القيم والسلوكيات، كما تعمل على نشر الطائفية أحيانا<sup>1</sup> وقد تعمل على الترويج للسلوك العدواني والعنف والسلوك الإجرامي من خلال ما تعرضه من أفلام عنيفة.
- تؤثر القنوات الفضائية تأثيرا مباشرا على التنشئة الاجتماعية لدخولها بدون استئذان إلى كل البيوت والعمل على تغيير القيم الاجتماعية و تبديل السلوك الجمعي للمجتمع.<sup>2</sup>
- كثرة البرامج التلفزيونية وتعدد القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة قد تجعل المشاهدين يقضون ساعات طويلة أمام التلفاز ما يؤدي إلى تقليل التفاعل الاجتماعي بينهم واغتراب الأفراد.
- تشهد القنوات الفضائية الجزائرية بداياتها الأولى مع فتح المجال الإعلامي لها من خلال قانون السمعي البصري 2014، ورغم المُحاولات الكثيفة في ترقية هذه القنوات وبرامجها، إلا أن الجمهور الجزائري يُجمع على وجود العديد من النقائص في هذه الميدان في ظل غياب استراتيجية إعلامية تتماشى والظروف الحالية، ويرجع السبب في ذلك إلى استحواذ رجال الأعمال على ملكية القنوات وتهميش الكفاءات العلمية وخريجي تخصصات الإعلام والاتصال وتعويضهم بالمؤثرين والمؤثرات الذين يمتلكون حسابات في وسائل التواصل الاجتماعي من المشهورين فيها، وهذا ما أدى إلى تدني المستوى اللغوي والثقافي للمحتوى الإعلامي.<sup>3</sup>

1 - علي حميد العبيدي، القنوات الفضائية ومبدأ السيادة في العصر الحديث، كلية المأمون الجامعة، ص 212-213.  
على الرابط: <https://www.iasj.net/iasj/download/aac58cd4c21c1782> ... شوهد يوم 14-6-2021 سا 23.

2 - حفصة بن عابد، زوزو رشيد، مشاهدة القنوات الفضائية وكيفية تأثيرها على التنشئة الاجتماعية للناشئة، مجلة علوم الانسان، المجلد 8، العدد 5، 2019، ص38.

3 - بن عودة موسى، مرجع سابق، ص 194

- تؤدي رقابة السلطة إلى تضيق الخناق على القنوات الفضائية ومنحها التراخيص القانونية كي تقوم بتأدية نشاطاتها الإعلامية، أو منع تغطية بعض النشاطات الحكومية الرسمية بالإضافة إلى التوزيع غير العادل في منح الإشهارات وأسعارها مما يخلق الفوضى.
- وبهذا فهي تعمل إلى الترويج لأهداف ومضامين تتناسب مع أيديولوجية وميول أصحابها، وتعتمد الكثير منها إلى تضليل وعي الأفراد إزاء قضايا معينة بمحاولة تشكيل وعيهم طبقاً لإيديولوجية النظام المهيمن على الاتصال.
- من جهة أخرى تقوم سلطة ضبط السمعي البصري بمراقبة أنشطة القنوات الفضائية الخاصة وهذا تعد صارخ على حرية الإعلام، حيث تقوم بتوجيه ملاحظات سلبية تارة وتهديدات بالغلاق تارة أخرى، وهذا يجعل السياسة الإعلامية للقنوات العمومية والخاصة على حد سواء تصب في اتجاه واحد، ومن مظاهر هذا التضيق، التحفظ على عرض بعض المشكلات التي يواجهها المواطن الجزائري.
- بروز حالة التحدي التقني المتمثل في التطور المادي الحاصل في مجال البث الفضائي المباشر، واحتكار السيطرة على تكنولوجيا الإعلام والمعلومات من قبل الدول الموجهة والمصنعة<sup>1</sup> لهذا تبقى القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة وتطورها التقني يُسايران التطورات التقنية التي يُصدرها العالم العربي والغربي.

## 9. أسباب ظهور القنوات التلفزيونية الخاصة:

جاءت هذه القنوات استجابة للتعطش الذي كان من قبل الجزائريين لرؤية قنوات جزائرية خاصة، بمضمون جزائري، يعكس ثقافتهم وينقل انشغالاتهم ويعبر عن واقعهم المعيشي، وينافس التلفزيون الجزائري الذي ظل يحتكر المشهد المرئي منذ أكثر من نصف قرن من الزمن، وقد تم السماح بإنشاء هذه القنوات التلفزيونية الخاصة منذ بداية 2011 في ظل غياب نص قانوني ينص عن ذلك، وظلت تلك القنوات ناشطة إلى غاية إصدار قانون الإعلام لسنة 2012 الذي صرح بذلك من خلال مادته 61، ليتم في عام 2014 إصدار أول قانون يحرر وينظم نشاط هذه القنوات ويحدد مهام سلطة الضبط السمعي البصري.

1 - على حميد العبيدي: القنوات الفضائية ومبدأ السيادة في العصر الحديث، دراسة منشورة، كلية المأمون الجامعة، العراق، 2011، ص ص 212 - 213.

بالإضافة إلى الضغط الذي خلفته ثورات الربيع العربي المطالبة بحرية الشعوب والمتابعة الكبيرة التي حظيت بها من قبل الجمهور الجزائري، هذا ما دفع الدولة لتسهيل نشاط هذه القنوات لتقريب المشاهد لها وإبعاده نوعاً ما عن القنوات الخارجية خوفاً من حدوث انقلاب على السلطة، وهذا يدل على أنها بديل للقنوات العمومية ولا تشكل معارضة لأنها تحت الرقابة.

### 10. أنواع القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة:

القنوات الخاصة هي التي تكون ملكيتها وتمويلها من القطاع الخاص، وظهرت الخليفة أول قناة خاصة سنة 2002 ولم تدم إلا ثمانية أشهر لأنها لم تمتلك رخصة.

وعلى إثر فتح المجال السمعي البصري الجزائري أمام الخواص ظهرت قنوات خاصة بمختلف التصنيفات، منها العامة ومنها المتخصصة في مجال معين وأبرز هذه القنوات:

#### 1.10 - قناة النهار تي في:

قناة جزائرية إخبارية مستقلة تابعة لجريدة النهار، انطلق البث التجريبي لها يوم 06 مارس 2012، حيث اتخذت القناة مقرها الرئيسي في العاصمة الأردنية عمان ليبدأ البث من هناك على القمر الصناعي "نايلسات"، تهتم القناة بالشأن الإخباري والسياسي في الجزائر، وتبث مضامين تختلف بين نشرات إخبارية ورياضية واقتصادية، وقراءات الصحف اليومية وبرامج أخرى.

#### 2.10 - قناة نوميديا نيوز:

هي قناة جزائرية إخبارية دولية انطلق بثها في شهر أكتوبر 2012، تتناول مختلف القضايا الراهنة في العالم وتتمتع بقدر من الاحترافية، لها مراسلين ومكاتب بمختلف دول العالم "فلسطين، أمريكا، مصر، سوريا، المغرب، الصحراء الغربية، تونس، ليبيا، الأردن، اليمن، بلجيكا، تركيا، فرنسا، بريطانيا، إسبانيا، الصين، كندا، الإمارات، لبنان، العراق، الجزائر، سويسرا" وتبث برنامجاً إخبارياً تتخلله نشرات ومواجيز وبرامج ثقافية، مقرها الرسمي بسويسرا إلى جانب مقر فرعي بالجزائر<sup>1</sup>.

1 - سعيد مداح، محمد قارش، مرجع سابق، ص 358.

### 3.10- قناة الجزائرية:

هي قناة جزائرية خاصة تبث على القمر الصناعي "أتلانتيك بيرد 7" وانطلق بثها التجريبي شهر فيفري 2012، أما البث الرسمي فيوم 05 جويلية 2012، تقدم شبكة برمجية متنوعة وثرية. وهي ثالث قناة خاصة تظهر بالجزائر.

### 4.10- قناة دزايير تي في:

انطلق أول بث لها في 15 ماي عام 2013 تبث برامج متنوعة وتستعمل اللغات الثلاث (العربية - الفرنسية - الأمازيغية).

### 5.10- قناة سميرة تي في:

هي إحدى القنوات الخاصة التي تهتم بالطبخ كان أول بثها في شهر جويلية 2013 مفتوحة 7/7 أيام - 24/24 ساعة وتعتبر أول قناة جزائرية مخصصة للطبخ تملكها امرأة.

### 6.10- قناة جرجرة:

هي إحدى القنوات الخاصة بفئة الأطفال وتهدف إلى بث قيم وتقاليد المجتمع للطفل الجزائري، بدأت البث ب تاريخ 01 جوان 2013، تزامنا مع اليوم العالمي للطفولة، ناطقة باللغة العربية.

### 7.10- قناة البور تي في:

هي قناة جزائرية خاصة تبث في الخارج وتخضع للقانون الفرنسي، ومقرها الرئيسي في العاصمة الفرنسية باريس، ومقرها الفرعي بعنابة، كما تمتلك مكاتب في الجزائر العاصمة وآخر في تيزي وزو، كان أول بثها سنة 2003، يملكها رجل الأعمال الجزائري "رضا محقني" بنسبة 80% من أسهمها فيما تعود ملكية 20 بالمئة المتبقية إلى مسير القناة "ناصر كتان" الذي هو مؤسس القناة قبل أن يتنازل عن اغلبيه أسهمه جراء ضائقة مالية، وتقدم مضامين متنوعة هدفها مخاطبة الجالية الجزائرية والمغربية المقيمة بفرنسا وترتكز على الأحداث السياسية. هذه القناة تم غلقها في سنة 2011، نظرا لبعض المشاكل المالية ثم أعيد فتحها سنة 2014<sup>1</sup>.

1 - سعيد مداح، محمد قارش، مرجع سابق، ص 359.

8.10- قناة البلاد:

هي قناة جزائرية عامة تابعة للقطاع الخاص، شرعت في البث رسميا في 19 مارس 2014، اشتهرت بالبرامج الحوارية والتحقيقات الحصرية والبرامج الرياضية والثقافية والاجتماعية والترفيهية كما أنها تقدم نشرات إخبارية على رأس كل ساعة، ومقرها 52 شارع ديدوش مراد العاصمة.

9.10- قناة الهدف:

هي قناة فضائية عربية جزائرية تبث من الجزائر العاصمة، وهي تابعة لقناة الهدف، تأسست سنة 2014، تنقل آخر أخبار كرة القدم وتقوم بمقابلات صحفية مع عدد من اللاعبين ومدربي الفرق المحلية الجزائرية، وتقوم بنقل ربورتاجات تخص الفرق العالمية الكبرى.

بالإضافة إلى العديد من القنوات الأخرى المتخصصة، منها:

- تربية دينية المتمثلة في قناة الأنيس

- سياحية كقناة شمس.

- إقليمية كقناة الباهية.

-قناة بربر موسيقى وهي قناة فنية تهتم بالموسيقى والفن الأمازيغي، بالإضافة إلى إطلاق قناة جزائر 24 الإخبارية.

ونقصد بالقنوات الفضائية المتخصصة تلك التي تركز على تخصص واحد يهم الجمهور وهي سمة المجتمعات العصرية التي تميل للتخصص في كل جوانب الحياة ولتواكب التطور الحاصل في الحياة بمختلف أحداثها، وتعتبر عن تطور المجتمع وتلبية حاجاته الإعلامية المتنوعة لمختلف شرائح الجمهور، وبهذا تضمن المزيد من الفاعلية في التأثير.

فتعقد الحياة اليومية يجعل الرسالة الإعلامية تهم شريحة ما من المجتمع دون الأخرى وهذه القنوات هي ثمار تكنولوجيا الاتصال التي يقدمها التلفزيون الكابلي والبث المباشر عبر الأقمار الصناعية والتلفزيون الرقمي والألياف الضوئية. ومن مميزات القنوات الفضائية الجزائرية المتخصصة:<sup>1</sup>

1- سعيد مداح، محمد قارش، مرجع سابق، ص359.

- يرجع ظهور العديد من القنوات التلفزيونية المتخصصة استجابة لتعطش الجزائريين لرؤية قنوات جزائرية خاصة بمضامين جزائرية موجهة لجمهور جزائري، تعبر عن رأيهم وتعكس واقعهم المعيشي بكل موضوعية، ويرى العديد من الأفراد أن هذه القنوات لم تأتي بجديد، وإنما لم تنجح سوى في استنساخ الرداءة التي تميز القناة الرسمية شكلا و مضمون.
- ونتيجة غياب مؤسسات إعلامية متخصصة ذات تجارب سابقة فإن أولى المحاولات في السعي البصري قامت بها صحف مطبوعة تحولت إلى قنوات تبث برامجها دون إعداد كافي للانتقال من المطبوع إلى المرئي، مما شاب على تجاربها الكثير من القصور.
- كما أن الفراغ القانوني في مجال القطاع السعي البصري في الجزائر أدى إلى الفوضى وعدم التنظيم وانعدام الهيكلية رغم صدور قانون الاعلام الجديد (05/12) وقانون السعي البصري (04/14) إلا أنهما يحملان جملة من الفجوات القانونية والعديد من العراقيل التي تعمل على تضيق الحرية على العمل الإعلامي.
- فظهور هذه القنوات لم يحقق قفزة نوعية على مستوى تكريس مفاهيم جديدة فيما يخص حرية التعبير، واحترافية الممارسة مما يجعل هذه القنوات تبدو أكثر كلاسيكية في الطرح أي أنها لم تمارس نوعا من القطيعة مع ممارسات المؤسسات العامة، كما لم تؤسس لقيم مهنية جديدة تبرهن استقلاليتها.
- كما أدى ضعف مصادر التمويل لهذه القنوات اعتمادها فقط على تسجيل البرامج وإعادتها، وأيضا الاعتماد على الصحفيين الذين تنقصهم الخبرة في المجال الإعلامي مما جعل هذه القنوات تجد صعوبة كبيرة في فرض وجودها في الساحة الإعلامية وجذب المشاهد الجزائري نحو شبكة برامجهم<sup>1</sup>.
- ما يميز هذه القنوات الفضائية المتخصصة، افتقارها إلى امتلاك شخصية مميزة تستجيب للخصوصية المحلية واهتمامات الجمهور فقد ولدت هذه القنوات حاملة في ذهنها صورة النموذج الأصل (القنوات الأجنبية).
- المبالغة في التركيز على اللوائح والقوانين والبيروقراطية وعدم المرونة وهوما يؤدي إلى تخلف القنوات وعدم جماهيريتها.

1- سعيد مداح، محمد قارش، مرجع سابق، ص 360.

وفي الأخير نستخلص أنه رغم النقائص، فإن للقنوات الفضائية الجزائرية المتخصصة أهمية كبيرة، كما حاولنا التعرف على ماهية القنوات الفضائية التلفزيونية الجزائرية التي عرفت انتشارا واسعا ومكثفا بفضل تطور تقنية البث عبر الأقمار الصناعية، والتي تقدم محتوى إعلامي بجوانبه المختلفة التي يمكن من خلالها جذب أكبر عدد من المشاهدين، كما تطرقنا لبعض الخصائص التي يمكن استدراكها في القنوات الفضائية، وعن ماهية أنواع والوظائف التي تستخدم في الفضائيات التلفزيونية.

ومنه نستنتج أن للقنوات الفضائية الجزائرية أهمية في ثورة ميدان الاتصال البشري، وقد استطاعت أن تشد اهتمام المواطن الجزائري إليها بدرجة كبيرة، بفضل مميزاتها وقدراتها الهائلة من بين كل وسائل الاعلام التقليدية الأخرى كالصحف والراديو.

أما بخصوص ظهور القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة، وتعدد أنواعها، جاءت استجابة للتحويلات السياسية والتكنولوجية، في إطار تعزيز حقوق المواطنين الأساسية، حيث ساهمت القنوات الجزائرية الخاصة في تعويض النقص الفادح في تغطية أخبار الوطن خاصة في مناطق الجزائر العميقة ونقل معاناة أهاليها واسماع صوت المهمشين وإلقاء الضوء على انشغالاتهم.

## 11. الإزدواجية اللغوية في ظل الانفتاح الإعلامي بالقنوات الفضائية الجزائرية:

أكثر الطرق فعالية في الاتصال الإنساني هو الاتصال اللغوي وقد اختلف الباحثون في تحديد مفهوم واحد للغة<sup>1</sup> وقد انصببت جهودهم في البحث عن الأسس والأركان التي تؤدي إلى ضبط مفهوم اللغة<sup>2</sup>

حيث عرّف دي سوسير **F.Saussure** اللغة بأنها نظام من العلامات خاضع لشرط الاعتباطية، ثم فرق بينها وبين الكلام واللسان إذ قال " اللغة جزء محدد من اللسان لكنه جزء أساسي ومهم، وهي نتاج اجتماعي لملكة اللسان، ومجموعة من العقود الأساسية التي اعتمدها المجتمع من أجل تفعيل هذه الملكة"<sup>3</sup> ووظيفتها الأولى هي التواصل.

واللغة العربية الفصحى هي لغة العرب ولغة القرآن الكريم، تنتمي إلى أسرة اللغات السامية المتفرعة من مجموعة اللغات الأفرو-آسيوية، ونشأت اللغة العربية الفصحى في شمال الجزيرة العربية.

1 - المعنوق أحمد محمد، الحصيلة اللغوية، عالم المعرفة، الكويت، 1996، ص33.

2 - خليل حلمي، مقدمة لدراسة فقه اللغة، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية - مصر، 1992، ص 60.

3 - Saussure Ferdinand, **cours de linguistique générale**, El Anis, Alger, 3ème Edition, P23

وتحتل اللغة العربية الموقع الرابع في عدد الناطقين بها على المستوى العالمي بعد اللغة الصينية والاسبانية والانجليزية<sup>1</sup> وهي إحدى اللغات الست الرسمية في منظمة الأمم المتحدة.

وككل اللغات ذات الرصد الحضاري والمعرفي والثقافي، فإن اللغة العربية تعرف مستويان أحدهما مكتوب يستوعب اللغة التي يستعملها المثقفون، وأخرى شفوية يستعملها عامة الناس من متعلمين وغيرهم، وهي ما يُصطلح عليه باللغة العامية أو اللغة المحكية التي تختلف في بنيتها نوعا ما عن اللغة النموذجية خاصة في الأداء النطقي<sup>2</sup> وتختلف العامية باختلاف الشعوب، وتختلف في الشعب الواحد باختلاف مناطقه.

ومن بين المصطلحات التي تتقارب مع اللغة العامية نجد المصطلح التالي:

-**اللهجة:** تُعرف اللهجة على أنها طريقة معينة في الاستعمال اللغوي الموجودة في بيئة خاصة من بيئات اللغة الواحدة، وهي عادات كلامية لمجموعة قليلة من مجموعة أكبر من الناس لهم لغة واحدة وهذه الطريقة أو العادة الكلامية تكون صوتية في غالب الأحيان.<sup>3</sup>

كما يقصد بها أيضا لغة الحديث التي نستخدمها في شؤوننا العادية وجرى الحديث بها يوميا، وهي الصورة التي وصلت إليها اللغة في الوقت الحاضر في ألسن الناطقين بها التي تختلف عن الفصحى اختلافا بيّنا في كثير من مظاهر اصواتها ومفرداتها ودلالة ألفاظها وأساليبها وقواعدها.<sup>4</sup>

وعرف **J.B Marcellesi** اللهجة قائلا:

" بإمكاننا تحديد ميدان استعمال المصطلح انطلاقا من الرقعة الجغرافية للهجة التأدية، أي بمفهوم المصطلح العام".

انطلاقا من هذا التعريف نستنتج أن اللهجة تنوع للعامية، تخضع للعوامل الجغرافية للأفراد.

وعرفها **J.Du Bois** بأنها شكل من أشكال اللغة، تمتلك نظاما خاصا على المستوى الإفرادى والتركيبى والصوتي، وتستعمل في محيط ضيق بالمقارنة مع اللغة نفسها<sup>5</sup> حيث تتعرض اللهجات للمؤثرات

1 - بوجمعة وعلي، اللغة العربية والتنمية في الوطن العربي، مجلة الباحث، العدد 17، 2018، ص 133.

2 - كمال بشر، علم اللغة الاجتماعي-مدخل، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، ط3، القاهرة، 1997، ص188.

3 - عبد الغفار حامد الهلال، اللهجات العربية نشأة وتطورا، دار الفكر العربي، القاهرة، 1998، ص 27

4 - مجدي إبراهيم محمد، اللهجات العربية، دار الوفاء، الإسكندرية، 2005، ص 13.

5 - مادن سهام، بين العامية والفصحى، مجلة العلوم الإسلامية-الصراف، السنة 5، العدد 10، ديسمبر 2004، ص155.

الاجتماعية والسياسية والحضارية وغيرها ... وتضعف بضعف متحدثيها وترقى بهم، كما تعتبر اللهجة شكلا محليا من الكلام يُستعمل في محيط واسع.

أما الدارجة فهي التي تستعمل في مجالات الأحاديث غير الجادة، حتى من الطبقات المثقفة ونادرا ما تستعمل في الكتابات والأحاديث ذات الطابع الرسمي، وقد تهبط اللغة الدارجة إلى درجة أكبر فتدخل تحت ما يسمى في المعاجم القديمة باللغة المُبتذلة، أما ما يعرف بالعامية فهي تتميز بصفة المحلية أحيانا، ولكنها في الغالب تتصف بالعمومية.<sup>1</sup>

ومنه نستنتج أن اللهجات هي شكل محلي للكلام يستعمله الأفراد في محيط واسع، كما يُمكن تصنيفها إلى وحدات كبيرة على أساس سماتها العامة...مع وجود سلسلة من الخصائص المحلية غير المتناهية مع بعض الملامح المشتركة من ناحية ومتباينة من ناحية أخرى، وعلى هذا الأساس نجد أنه لكل قرية أو بلدة لهجتها الخاصة.<sup>2</sup>

### 1.11- اللهجات العامية الجزائرية:

تتميز اللهجة الجزائرية عن باقي اللهجات العربية بصعوبة فهمها حتى مع من يُتقنون الحديث باللغة العربية كسكان المشرق العربي.

بالإضافة إلى تميزها عن باقي اللهجات في المغرب العربي من حيث أنها تحمل في مفرداتها خليطا من اللغة العربية والفرنسية، ومفردات من اللغة التركية والاسبانية والبرتغالية وحتى الإنجليزية...

وتتشابه اللهجة الجزائرية مع باقي اللهجات العربية في اشتقاقها من اللغة العربية الفصحى، يستعملها الجزائريون داخل البلاد و/أو خارجها ممن كانت له الفرصة في تعلمها.

نشأت اللهجات الجزائرية على إثر التنوع الهائل الذي عرفته البلاد منذ عقود وهذا ما جعل الأفراد يكتسبون خصائص دلالية وصوتية في حديثهم، تُميزهم عن باقي الشعوب ولهجاتهم.

1 - ماريو باي، أسس علم اللغة، ترجمة: أحمد مختار عمر، عالم الكتب، القاهرة - مصر، ط8، 1998، ص80.

2 - المرجع نفسه، ص 69.

فهي لغة منطوقة تنتقل شفويا، تُستعمل من أجل التواصل في المجتمع، ويقول عبد الحميد بوترة في هذا الصدد "...وهي جميعها لغة منطوقة ليس لها نظام خطي محدد يضبطها، إلا أنها تُوظف بكثرة فشكالت مساحات عريضة من الناطقين بها، وحازت رقعة جغرافية كبيرة"<sup>1</sup>

## 2.11- العلاقة بين اللهجة والفصحى:

تطرت العديد من الدراسات إلى العلاقة بين اللهجات العامية والفصحى أمثال ابن خلدون الذي يرى أن اللغة التي يتكلمها عامة الشعب ينقصها فقط الاعراب وأخر الكلمات، وهذا جزء من اللغة وليس كل اللغة.

- جمال المفردات والكلمات والتعابير موجودة في اللغة العربية الفصحى والعامية على حد سواء.
- اللغة العربية الفصحى أصل، أما اللغة العامية هي فرع عنها.
- بتدخل عوامل مختلفة، يُمكن للغة الفصحى أن تتحول إلى لهجات متعددة لكن لا يمكن للهجة أن تُصبح لغة.
- اللغة الفصحى هي لغة التعليم، أما اللغة العامية واللهجات لا تُدرس بالمؤسسات التعليمية.
- اللغة الفصحى هي لغة الخطابات الرسمية، أما العامية ولهجاتها تمثل حديث العامة اليوم.
- تنتقل لنا اللغة عبر الكتابة بينما اللهجة نتوارثها شفويا.<sup>2</sup>

ومنه نستنتج أن قضية الصراع اللغوي الداخلي والمتمثل في الازدواجية اللغوية **Diglossia** هو أحد أهم الموضوعات التي يُعالجها علم اللغة الاجتماعي، وظهر هذا المصطلح عند الألماني كارل كرمباخر **Karl Krumbacher** سنة 1902، وفي اللغة العربية، أجمعت أغلب الدراسات أن هذا المفهوم يرجع إلى عصر الفتوحات الإسلامية لما اختلط العرب بغيرهم.

بناء على هذا سنحاول التطرق إلى واقع اللغة العربية الفصحى والعامية في القنوات الفضائية التلفزيونية، ويُعتبر التلفزيون من أبرز الوسائل السمعية البصرية في الوقت الراهن لما يتمتع به من إمكانية مخاطبة المتلقي صوتا وصورة، وإقناع فريد ومميزات شعبية.

1 - عبد الحميد بوترة، واقع الصحافة الجزائرية المكتوبة في ظل التعددية اللغوية، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الوادي، العدد 8، 2004، ص 53.

2 - عبد الكريم رابح، تأصيل اللهجات العامية العربية المعاصرة - اللهجة العامية لسوف أنموذجاً، مجلة آفاق علمية، المجلد 13، العدد 02، 2021، ص 394.

فالحديث عن الإعلام في علاقته مع اللغة واسع، والإعلام يعتمد على اللغة أساساً لمخاطبة الجمهور وتُضاف الصورة إلى اللغة في التلفزيون، وبما أن اللغة هي أداة تواصل في العملية الإعلامية، فإن التأثير عليها ذو وجهين، قد ترقى اللغة أو تحافظ على رُقيها أو تنحدر إلى لغة الأميين.

يُعد التلفزيون منبرا إعلاميا جماهيريا وثقافيا وسياسيا، هذا ما جعل القائمين عليه والإعلاميين يوظفون لغة تضمن لهم وصول رسالتهم وانتشارها، خاصة مع ازدياد التعرض للتلفاز وبرامجه خصوصا الترفيهية منها التي جعلته عُرضة بتلقي العديد من اللهجات العربية، فما عدا بعض المسلسلات التاريخية والأخبار، وبعض الحصص الخاصة، نجد أن العامية تسود في معظم المواد الإعلامية ويتم تقديمها على أنها لغة العصر، وهذا ما هو شائع حتى في بعض الحصص الثقافية التي من المفترض أن تكون أول من يسعى إلى المحافظة على اللغة العربية الفصحى، وتعود أسباب انتشار العامية في القنوات التلفزيونية الفضائية إلى:

- السعي إلى الوصول إلى كل شرائح المجتمع، منها التي لا تُحسن أداء اللغة العربية الفصحى.
- يرى القائمون على الانتاجات التلفزيونية أن توظيف العامية هو أكثر استقطابا للجماهير من الأوساط الثقافية الدنيا لقربها من الواقع واللغة المتداولة يوميا في حديثهم البسيط، وهذا ما يؤدي إلى زيادة أرباح المحطات الفضائية، وبهذا يتم تسخير اللغة لتصبح أداة من أدوات صناعة المجتمع الاستهلاكي.<sup>1</sup>

ويفضل المتلقي مشاهدة التلفزيون بلغته الأم لتكون ذات نفع، لذا حازت اللغة المستخدمة في التلفزيون اهتمام أهل اللغة والإعلام معا، فالإعلام يحتاج إلى لغة يوصل بها رسالته إلى المستقبل، وهو ما يصطلح عليه باللغة الإعلامية التي تتنوع باختلاف البرامج ووسائل الإعلام كذلك لتكون قادرة على تغطية الحاجات التعبيرية للناطقين بها.<sup>2</sup>

وباعتبار العامية هي لغة المشافهة المتداولة يوميا بين الأفراد وحصرها في المنطوق وليس المكتوب، فإن وظيفتها الأساسية هي التبليغ والتواصل باعتبارها لغة العامة، ومراعاة للمستوى المطلوب الذي يتماشى وأفكار الجمهور يقوم الإعلامي بتوظيف العامية.

1 - نسيم الخوري، الاعلام العربي وانهييار السلطات اللغوية، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2005، ص 143.  
2 - محمود خليل ومحمود منصور هيبية، إنتاج اللغة الإعلامية في النصوص الإعلامية، مركز التعليم المفتوح، 2002، القاهرة - مصر، ص 33.

ويُرجع الكثير من الباحثين أن سبب نجاح العديد من البرامج التلفزيونية هو توظيفها للعامية التي تستمد ألفاظها من مصادر مختلفة، وفي نفس الوقت تُشكل القنوات التلفزيونية المصدر الأساسي لتداول المفردات من أجل زيادة الرصيد اللغوي للأفراد أو تصحيح نطق البعض منها.

وقد أدى الانفتاح الإعلامي بالجزائر إلى ظهور قنوات خاصة ناطقة باللغة العربية أو غيرها، وهذا ما أدى بالكثير من الباحثين إلى الاهتمام بالواقع اللغوي للغة الضاد في القنوات الجزائرية الخاصة. وهذا لما تُمثله اللغة من مقومات الهوية الثقافية...ومن المؤكد أن لُغتنا الفصحى تُواجه عدة تحديات أبرزها تأثر بعض الشباب بأنها لغة مُعقدة القواعد إذا ما تعلق الأمر باحترام قواعد الصرف والنحو وحتى النطق، أما الثانية أنها قاصرة على استيعاب علوم العصر، فالكثير من الكلمات لا يمكن ترجمتها كالألات أو كل ما يتعلق بالاختراعات التقنية.<sup>1</sup>

وما زاد الأمور تعقيدا هو استعمال لغات أخرى بجانب اللغة العربية الفصحى، نذكر منها اللغات العامية بلهجاتها واللغات الأجنبية، فشاشات التلفزة الجزائرية لم تعد تهتم كثيرا بتوظيف اللغة العربية الفصحى فقط، وهذا ما زاد من حجم الأخطاء اللغوية.

ومن هنا يمكن أن نقول أن واقع اللغة العربية في القنوات الفضائية الجزائرية يتنوع بين استخدام لغة عربية فصحى وأخرى عامية باستعمال لهجات تختلف باختلاف المقدم أو الضيوف أو مستوى الجمهور المستهدف، قد يضاف لها كلمات من لغات أجنبية، أو بين كل ما سبق. وهذا ما يسمى باللغة الإعلامية أو واقع اللغة العربية في الاعلام الجزائري.

فكل نظام اجتماعي ينطوي على قيم ومبادئ يسعى لإقرارها وتُعتبر التنشئة الاجتماعية المهمة الأساسية لها، وتخضع وسائل الاعلام الجزائرية للقوى الفاعلة لهذا النظام الاجتماعي وهنا تلتقي مع اللغة العربية في محاولاتها المحافظة على أهم القيم الثقافية والاجتماعية وتعزيزها لدى الجمهور المُستقبل والتي تعتبر اللغة جزءا من روح الأمة وعقليتها.

1 - رمضان عبد التواب، بحوث ومقالات في اللغة، مكتبة الخانجي، دار الرفاعي، ط1، الرباط، 1982، ص172.

خلاصة:

أنتجت لنا تكنولوجيا المعلومات إعلاماً فضائياً ظهرت بعده الفضائيات في شتى بقاع العالم، وبالجزائر سمح قانون السمعى البصرى 04-14 من فتح المجال للعديد من القنوات الفضائية الخاصة بالجمهور تحت سلطة ضبط السمعى البصرى التى تختص بمهام رقابة المحتوى الإعلامى والالتزام بالأخلاقيات المهنية والإعلامية، وهذا راجع إلى كون القنوات فنية ولا تملك الخبرة اللازمة أو الإمكانيات المادية أحياناً، بالإضافة إلى سعى الدولة فى إبقاء هذه الوسائل الإعلامية تحت الرقابة، كما تطرقنا فى هذا الجزء من الدراسة إلى وظائف الفضائيات التلفزيونية، التى تعمل من خلال برامجها فى بث مضمون ورسالة إعلامية بهدف تلبية حاجات الجمهور واهتماماته. كما أبرزنا النقاط السلبية والإيجابية من انتشار هذه القنوات الفضائية الخاصة، وكأخر عنصر تحدثنا عن ظاهرة الأزواج اللغوي ومكانة اللغة العربية فى ظل هذا الانفتاح.

# ثالثا: معالجة الأزمات البيئية في الإعلام الجزائري

تمهيد.

- 1- مفهوم الأزمة
- 2- مفاهيم ذات صلة بالأزمة
- 3- أنواع الأزمات
- 4- سمات الأزمة
- 5- خصائص الأزمة.
- 6- مراحل الأزمة.
- 7- الإعلام والأزمات البيئية في الجزائر.
  - 1.7- دور الإعلام في إدارة الأزمات.
  - 2.7- مفهوم الأزمات البيئية.
  - 3.7- خصائص الأزمات البيئية.
  - 4.7- حرائق الغابات كأزمة بيئية.
  - 5.7- برنامج الإعلام والتوعية كإجراء وقائي من حرائق الغابات.
  - 6.7- التخطيط الإعلامي لمواجهة حرائق الغابات بالجزائر.

خلاصة.

### ثالثا: معالجة الأزمات البيئية في الإعلام الجزائري

#### تمهيد:

مع التطور الصناعي والنمو السكاني وتغير أنماط الاستهلاك، تواجه الجزائر تحديات بيئية متزايدة، ما أدى إلى بروز مشكلات خطيرة مثل تلوث الهواء والمياه، تدهور الغابات، انتشار الحرائق وتلوث الساحل، وهنا برز دور الإعلام الجزائري كفاعل أساسي في معالجة الأزمات البيئية، ففي ظل هذه التحديات تمكنت هذه الوسائل من نقل المعلومات وتوعية الجمهور لتحفيز النقاش المجتمعي حول القضايا البيئية وسبل حمايتها. مع أن هذا الاهتمام يفتقر أحيانا إلى التخصص والشمولية ونقص الموارد البشرية المؤهلة، وضعف الشراكات مع الخبراء والمؤسسات، ويرجع ذلك إلى تفضيل البرامج الاقتصادية والاجتماعية على حساب القضايا البيئية. ومن هذا المنطلق نسعى إلى دراسة كيفية تعامل الإعلام الجزائري مع الأزمات البيئية وتحديد التحديات التي تواجهه في سبيل معالجتها بما يخدم مصلحة المجتمع والبيئة على حد سواء.

#### 1. مفهوم الأزمة:

يعد مفهوم الأزمة واحدا من المفاهيم المراوغة التي يصعب تحديدها، ويرى الباحثون أن ذلك يعود لأسباب متعددة ومتداخلة أبرزها:

- صعوبة حصر وتحديد ما هو المقصود بالأزمة.
- الطبيعة الشمولية للمصطلح واتساع نطاق استخدامه (أزمة هوية، أزمة أخلاق، أزمة مسرح، أزمة اقتصادية، أو سياسية أو عسكرية).
- خصوصية المنظور الذي ينظر به كل علم إلى مفهوم الأزمة، وبخاصة بعد أن جذب مجال دراسة الأزمات العديد من الباحثين من مجالات علمية مختلفة.
- نتج عن كثرة التعاريف من مختلف المختصين في علم الاجتماع وعلم الإدارة، إضافة إلى تنوع المعالجات زيادة غموض المفهوم.<sup>1</sup>

1 - أديب خضور، الإعلام والأزمات، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، ط1، الرياض، 1999، ص 07.

أدى ذلك إلى تعدد التعاريف المستخدمة في تحديد مفهوم الأزمة رغم اختلاف النظرة إلى الأزمة وإلى اختلاف الجانب الذي يجري التركيز عليه من بين الجوانب المختلفة للأزمة الأمر الذي يتيح إمكانية القول أن تعدد وتنوع هذه التعاريف لا ينبغي تكاملها.<sup>1</sup>

وفي العام 1937م عرفت دائرة معارف العلوم الاجتماعية الأزمة بأنها: حدوث خلل خطير ومفاجئ في العلاقة بين العرض والطلب في السلع والخدمات ورؤوس الأموال.

ويقول عبد الإله البلداوي الباحث في الدراسات الاستراتيجية والأمنية في دراسة له نشرتها صحيفة المثقف " إن هذه المصطلح استخدم بعد ذلك في مختلف فروع العلوم الإنسانية وبات يعني مجموعة الظروف والأحداث المفاجئة التي تنطوي على تهديد واضح للوضع الراهن المستقر في طبيعة الأشياء، وهي النقطة الحرجة واللحظة الحاسمة التي يتحدد عندها مصير تطوره، إما إلى الأفضل أو إلى الأسوأ".

ويمكن تعريف الأزمة بأنها نقطة تحول مصيرية في مجرى حدث ما، تتميز بتحسن ملحوظ أو بتأخر حاد، وترتبط بتجاذبات قديمة لا بد أن تزول لتحل محلها ارتباطات جديدة وتورث تغيرات كمية ونوعية في هذا الحدث.<sup>2</sup>

كما عرف أليستار بوخان **Alastaire Buchan** الأزمة في كتابه إدارة الأزمات بأنها تحد ظاهر أو رد فعل بين طرفين أو عدة أطراف، حاول كل منهم تحويل مجرى الأحداث لمصلحته، أما كورال بل **Coral Bill** فإنها تعرفها في كتابها اتفاقيات الأزمة **'A study in diplomatic management, The conventions of crisis'**

بأنها ارتفاع الصراعات إلى مستوى يهدد بتغيير طبيعة العلاقات الدولية بين الدول، كما يعرفها جون سبانير **John Spanire** بأنها: موقف تطالب فيه دولة ما بتغيير الوضع القائم، وهو الأمر الذي تقاومه دول أخرى، ما يخلق درجة عالية من احتمال اندلاع الحرب.

كما تعرف الأزمة، بأنها تهديد خطر أو غير متوقع لأهداف الأفراد والمنظمات والدول وقيمتها ومعتقداتها والتي تحد من عملية اتخاذ القرار.

1 - العمري عباس رشدي، إدارة الأزمات في عالم متغير، الأهرام للنشر، القاهرة - مصر، 1993م، ص 16.

2 - أديب خضور، مرجع سابق، ص 07.

ومن وجهة نظر إدارية، فإن مفهوم الأزمة وخصائصها تعني اللحظة الحرجة و الحاسمة التي تتعلق بمصير الكيان الإداري الذي أصيب بمشكلة ما ووجدت بذلك صعوبة حادة أمام صاحب القرار نظرا لقلّة البيانات عن الأزمة.<sup>1</sup>

وفقا لذلك يمكن أن نجمل مفهوم الأزمة على أنها: موقف مفاجئ تتجه فيه العلاقات بين طرفين أو أكثر نحو المواجهة بشكل تصعيدي نتيجة لتعارض قائم بينهما في المصالح والأهداف، أو نتيجة لإقدام أحد الأطراف على القيام بتحدي عمل يعده الطرف الآخر المدافع، تهديدا لمصالحه وقيمه الحيوية، ما يستلزم تحركا مضادا وسريعا للحفاظ على تلك المصالح، مستخدما في ذلك مختلف وسائل الضغط وبمستوياتها المختلفة، سواء أكانت سياسية أو اقتصادية أو عسكرية.

في ضوء ما تقدم يمكن القول إن الأزمة وضع صعب ومعقد يتألف من عناصر متعددة، متداخلة ومتشابكة، وأن مواجهة هذا الوضع تتطلب التشخيص الموضوعي للجوانب المختلفة للموقف، ثم التحليل الشامل والعميق والموضوعي لهذا الموقف ومن ثم اتخاذ القرار المناسب الذي يحدد منهج التعامل واستراتيجياته وأهدافه.

## 2. مفاهيم ذات صلة بالأزمة:

يستخدم علماء الاجتماع مصطلحات تحمل معان متعددة تدل على ما تدل عليه الأزمة كلفظ المشكلة والكارثة وغيرها، لذا وجب التمييز بين هذه المصطلحات وتوضيح العلاقة بينهم.

### 1.2- الأزمة والصراع:

ويقترَب مفهوم الصراع من مفهوم الأزمة إلا أن الصراع قد لا يكون بالغ الحدة وشديد التهديد كما هو الحال في الأزمات، كما أن الصراع قد تكون معروفة أبعاده واتجاهاته وأهدافه. ويشير إلى عدم توافق الأطراف فيما يتعلق بالهدف.

### 2.2- الأزمة والمشكلة:

تعتبر المشكلة عن الباعث الرئيسي الذي يسبب حالة من الحالات غير المرغوب فيها، ومن ثم فإن المشكلة قد تكون هي سبب الأزمة، ولكنها لن تكون هي الأزمة في حد ذاتها، فالأزمة عادة ما تكون أحد

1 - هشام حمزة، مرجع سابق، ص 71.

الظواهر المتفجرة عن المشكلة والتي تأخذ موقفاً حاداً شديداً الصعوبة والتعقيد، في حين أن المشكلة عادة ما تحتاج إلى جهد منتظم للوصول إليها والتعامل معها، وهكذا فإن كل أزمة مشكلة، ولكن ليس كل مشكلة أزمة.

### 3.2- الأزمة والخلاف:

الأزمة وضع أكثر تعقيداً وشمولاً وعمقاً من الخلاف المحدد حول مسألة معينة، وثمة احتمال أن يتحول الخلاف، إذا لم تتم عملية حصره وتطويقه إلى أزمة.

### 4.2- الأزمة والحادث:

الحادث عبارة عن تطور جزئي تتم معالجته ضمن إطار ووفق منطلقه وسياقه، ثمة احتمال قائم دائماً أن يتحول الحادث بشكل معتمد إلى أزمة.<sup>1</sup>

### 5.2- الأزمة والكارثة:

هي مصطلحات تقنية أقل ولا تخضع للتحقيق في سياقات تنظيمية وسياسية على الرغم من أنها تخضع للدراسة في سياقات اجتماعية مهمة.

### 3. أنواع الأزمات:

أجمع كل من محمد عبد الفتاح الصيرفي في كتابه مفاهيم إدارية جديدة وجاد الله محمود في كتابه إدارة الأزمات وكذلك عياصرة معن محمود في كتابه إدارة الصراع والأزمات وضغوط العمل على أنه يمكن تقسيم الأزمات إلى ستة أنواع وهي:

- حسب شدة الأثر: أزمة شديدة الأثر، أزمة ضعيفة الأثر.
- حسب المحتوى: أزمة معنوية، أزمة مادية، أزمة معنوية مادية.
- حسب إمكانية الاستفادة: أزمة تنموية، أزمة عرضية.
- حسب مراحل التكوين: أزمة النشوء، التصعيد، التكامل، الاحتواء، النهاية.

1 - هناء يمانى، دور القائد المسلم في إدارة الأزمات، صيد الفوائد. متاح على الرابط:

[www.said.net/minute/79.htm](http://www.said.net/minute/79.htm) شوهد يوم 2021/9/13 سا 20.

- حسب البعد الزمني: أزمة متكررة الحدوث يمكن التنبؤ لها، أزمة مفاجئة يصعب التنبؤ لها.
- حسب كيان الضرر: أزمة دولية، أزمة قومية، أزمة مجتمع معين، أزمة فردية، وأزمة تنظيمية.<sup>1</sup>
- كما أوردت بعض دراسات الباحثين في مجال علم إدارة الأزمات نوع آخر للأزمات بالاعتماد على معايير معينة كالتالي:
- من حيث طبيعة الحدوث: أزمة بفعل الإنسان، أزمة طبيعية.<sup>2</sup>

#### 4. سمات الأزمة حسب علماء الاجتماع:

كل علم من العلوم الاجتماعية أو الطبيعية يدرس الأزمة من زاوية اهتمامه، من هنا تعددت وتنوعت محاولات تحديد مفهوم الأزمة، ولكن على الرغم من هذا التعدد هناك سمات أو خصائص عامة متفق عليها بين الباحثين فيما يتعلق بالأزمة نوجزها في:

- المفاجأة: فهي حدث غير متوقع وسريع وغامض.
- جسامته التهديد: والذي قد يؤدي إلى خسائر مادية أو بشرية هائلة تهدد الاستقرار.
- مربكة: فهي تخلق حالة من حالات القلق والتوتر، وعدم اليقين في البدائل المتاحة، خاصة في ظل نقص المعلومات الأمر الذي يضاعف صعوبة اتخاذ القرار.
- ضيق الوقت المتاح لمواجهة الأزمة: فالأحداث تقع وتتصاعد بشكل متسارع وربما حاد الأمر الذي يفقد أطراف الأزمة أحيانا القدرة على السيطرة في الموقف واستيعابه جيدا.
- تعدد الأطراف والقوى: المؤثرة في الأزمة وتطورها وتعارض مصالحها ما يخلق صعوبات جمة في السيطرة على الموقف وإدارته، وبعض هذه الصعوبات إدارية أو مادية أو بشرية أو سياسية أو بيئية أو غيرها.<sup>3</sup>

1 - محسن أحمد الخضيرى، إدارة الأزمات، مكتبة مديولي، القاهرة، 1990، ص 19

2 - عزاب كريم العدوان، العلاقة بين خصائص القيادة وإدارة الأزمات، دار حامد للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، ص 107

3 - صلاح يوسف الأشقر، مرجع سابق، ص 19.

## 5. خصائص الأزمة:

للأزمة عدة خصائص كالاتي:

- **الإلحاح Urgency**: هي الخاصية المركزية لجميع الأزمات لأن تسارع الأحداث لا يمكننا من التنبؤ بما هو قادم أو بالنتائج المحتملة، فكلما طال وقت معالجة الأزمة كلما تراكمت الأحداث والخسائر.
- **التهديد Threat**: تؤدي الأزمات إلى خسائر تُهدد أهداف المؤسسة والمتأثرين بها.
- **الغموض Ambiguity**: ويتعلق بأسباب حوث الأزمة وتطوراتها ونتائجه لذا يصعب حلها.
- **التوتر والمشاعر Stress and Emotions**: لما تُخلفه الأزمة من صدمة وخوف وذعر ويأس، فما ذكرناه سابقا من تهديد وإلحاح يثيران التوتر والعواطف بين المتضررين من الأزمة. وهنا تظهر أيضا المشاعر الإيجابية بتقدير ما يملك الفرد.
- **فرصة للربح Opportunity for gain**: بالرغم من التهديد الذي يتعرض له الأفراد، إلا أن احتواء الأزمة ينتج عنه إيجابيات عند إيجاد حلول للمشاكل، وهي فرصة المنظمات للظهور وكسب الجماهير وبناء علاقات ثقة بينها وبين أصحاب القرار والمتضررين، بالإضافة إلى التعلم وهذا ما يساعد على التعامل مع الأزمات المستقبلية.<sup>1</sup>

## 6. مراحل الأزمة لدى علماء الإدارة:

تشير أدبيات إدارة الأزمات إلى أن الأزمة تمر في عدة مراحل ولا يوجد اتفاق بين الباحثين والكتاب في هذا الحقل على عدد هذه المراحل، بل يتباينون في تقسيماتهم لمرحل تطور الأزمة، وتتباين آراء الباحثين والكتاب في عدد ومسميات المراحل التي تمر بها الأزمة، لكن هذا التباين هو تباين شكلي وليس اختلاف في المضامين الجوهرية للأزمة.

1 - Sarah Kovoov Misra, **Crisis and Management**, Resilience and Change, Newcastle upon Tyne, 2005, P.25.

وجدير بالذكر أن مراحل نشوء الأزمة، تختلف باختلاف طبيعتها، وبصفة عامة فإن هناك أزمات وكوارث فجائية لا تمر بمراحل معلومة وبالتالي يصعب التنبؤ لحدوثها ... إلا أن هناك أزمات أصبح من الممكن رصد مؤشراتنا منذ البداية ومتابعتها أول بأول<sup>1</sup>. هناك من يرى أن الأزمة تمر بأربع مراحل هي:

- مرحلة النشأة.
- مرحلة النمو.
- مرحلة النضج.
- مرحلة الانحصار.<sup>2</sup>

أما باحثون آخرون فيشيرون إلى خمسة مراحل للأزمة وهي:

- مرحلة الميلاد.
- النمو والانتعاش
- النضج.
- الانحصار. وأخيرا مرحلة الاختفاء.<sup>3</sup>

ويذهب رأي آخر إلى أن المراحل الرئيسية التي تمر بها أي أزمة تكمن فيما يلي:<sup>4</sup>

- اكتشاف إشارات الإنذار.
- الاستعداد والوقاية.
- احتواء الضرر.
- استعادة النشاط.

1 - صلاح يوسف الأشقر، مرجع سابق، ص20.

2 - ماهر أحمد، كيف ترفع من مهاراتك الإدارية في الاتصال، الدار الجامعية الإسكندرية، 2008، ص 34.

3 - فهد أحمد الشعلان، إدارة الأزمات: الأسس، المراحل، الآليات، ط02، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2002، ص61.

4 - ماهر أحمد، مرجع سابق، ص 34.

- التعلم.

أما بعض الباحثين يرونها أنها تمر بالمراحل التالية:

### 1.6- مرحلة الميلاد:

الأزمة لا تنشأ في الغالب من فراغ، وإنما نتيجة لمشكلة ما لم تتم معالجتها بالشكل الملائم، ومن هنا يأتي دور متخذ القرار في القضاء عليها وهي وليدة دون أدنى خسائر مادية أو بشرية قبل وصولها إلى مراحل متقدمة.

### 2.6- مرحلة النمو والاكتمال:

كنتيجة للمرحلة الأولى وعدم معالجتها في الوقت المناسب، فإن الأزمة تنمو وتدخل في الإشباع، حيث تغذيها محفزات ذاتية مستمدة من ذات الأزمة، وكذلك محفزات خارجية استقطبتها الأزمة وتفاعلت معها وبها.

### 3.6- مرحلة النضج:

وتعتبر من أخطر مراحل الأزمة، وغالبا تصل الأزمة إلى هذه المرحلة إذ قوبلت بعدم اهتمام ولا مبالاة من قبل الإدارة، وهي في مراحلها الأولى ومتى ما وصلت الأزمة إلى هذه المرحلة فإن الصدام أمر لا مفر منه.

### 4.6- مرحلة الانحصار والتقلص:

تبدأ الأزمة بالانحصار والتقلص بعد الصدام العنيف الذي يفقدها جزءا هاما من القوة وهناك بعض الأزمات تتجدد لها قوة دافع جديدة عندما يفشل الصراع في تحقيق أهدافه.

### 5.6- مرحلة الاختفاء أو ما بعد الأزمة:

وتصل الأزمة إلى هذه المرحلة عندما تفقد بشكل كامل قوة الدفع المولدة لها أو لعناصرها حيث تتلاشى مظاهرها وينتهي الاهتمام بها، ومن المهم الاستفادة من دروس هذه الأزمة وتفاذي ما حدث من سلبيات مستقبلا.<sup>1</sup>

1 - محسن أحمد الخضيرى، إدارة الأزمات منهج اقتصادي إداري لحل الأزمات، ط02، مكتبة مديولي، القاهرة، 2003، ص 72-83.

كما أوضح Fink سنة 1986م أنه يمكن النظر للأزمة كمرض يمر بالمراحل التالية:

- مرحلة الأعراض المبكرة.
- مرحلة الأزمة الحادة.
- مرحلة الأزمة المزمنة.
- حل الأزمة.<sup>1</sup>

### 7. الإعلام والأزمات البيئية في الجزائر:

تتأثر دور الإعلام مع الثورة المعلوماتية وتوسع البث الفضائي خصوصا أثناء الأزمات، حيث أصبح السياسيون يعتمدون على هذه الوسائل في معالجة الأزمة من خلال تقييم الأوضاع ومنه اتخاذ قرارات ومواقف حسبما يعكسه الرأي العام.

#### 1.7- دور الإعلام في إدارة الأزمات:

تعود إدارة الأزمات إلى عصور قديمة، لارتباطها بالتفاعلات الإنسانية مع القضايا المختلفة والمشكلات الطارئة والحرية، وقد اتخذت مسميات مختلفة كبراعة القيادة وحسن الإدارة في مواجهة المواقف الحرجة.<sup>2</sup>

ويرى خبراء الإدارة أن مصطلح إدارة الأزمة **Crisis Management** استخدم في مجال العلاقات السياسية الدولية في بداية ستينيات القرن الماضي عندما نشبت أزمة الصواريخ السوفياتية على الأراضي الكوبية، وبعد أن انتهت الأزمة من خلال استخدام عدد من الأساليب (غير القتالية) والتي هي أقرب إلى الأساليب النفسية، قال "ماكنمارا" وزير دفاع الولايات المتحدة الأمريكية آنذاك: لقد انتهى عصر الاستراتيجية وبدأ عصر جديد يمكن أن نطلق عليه عصر إدارة الأزمات، كما يطلق عليه أحيانا فن إدارة الأزمات أو سيكولوجية إدارة الأزمات أو سيناريوهات إدارة الأزمات.<sup>3</sup>

1 - محمد رشاد الحملاوي، إدارة الأزمات، تجارب محلية وعالمية، ط02، مكتبة عين شمس، القاهرة، 1995، ص 48.

2 - صلاح يوسف الأشقر، مرجع سابق، ص 21.

3 - عبد العزيز بن سلطان الضويحي، التخطيط الإعلامي ودوره في مواجهة الكوارث والأزمات (دراسة مسحية على العاملين في مديرية الدفاع ووزارة الثقافة والإعلام في مدينة الرياض)، رسالة ماجستير، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2004، ص ص 45-46.

لقد تعددت مفاهيم إدارة الأزمات بتعدد الكتاب والباحثين واختلاف وجهات نظرهم حول كيفية تناولهم لإدارة الأزمات، وإذ كانت توجد بينهم سمات مشتركة فيمكن عرض بعض المفاهيم للإدارة الأزمات على النحو التالي:

- إدارة الأزمات هي: "قيام الخصم بتكثيف جميع إمكاناته، وتسخير كامل قواه للخروج من الأزمة بمكاسب أو بأقل الخسائر"<sup>1</sup>

- إدارة الأزمات هي: " فن القضاء على جانب كبير من المخاطرة وعدم التأكد بما يسمح لك بتحقيق تحكم أكبر في مصيرك" وهي أيضا: "التخطيط لما قد لا يحدث" وذهب البعض في تعريفه لإدارة الأزمات بأنها" معالجة الأزمة على نحو يمكن من تحقيق أكبر قدر من الأهداف المنشودة والنتائج الجيدة".<sup>2</sup>

إذن إدارة الأزمات تعني العمل على تجنب تحول النزاع إلى صراع شامل، بتكلفة مقبولة، لا تتضمن التضحية بمصلحة أو قيمة جوهرية.

ومن جانبه يعرف الباحث البريطاني وليامز إدارة الأزمات بأنها سلسلة الإجراءات الهادفة إلى السيطرة على الأزمات والحد من تفاقمها حتى لا ينفلت زمامها مؤدية بذلك إلى نشوب الحرب، وبذلك تكون الإدارة الرشيدة للأزمة هي تلك التي تضمن الحفاظ على المصالح الحيوية للدولة أو المؤسسة وحمايتها.

وعرفت مجلة التايم إدارة الأزمات بأنها النظام الجديد للشركات في التعامل مع الكوارث، وقد بنت المجلة هذه الملاحظة على العدد المتزايد من الشركات التي تلجأ إلى استشاريين متخصصين لمعاونتها على وضع خطط إدارة الأزمات.

في حين يرى الخبير الإداري الدكتور ماجد شذود أن إدارة الأزمات يجب أن تنطلق من إدارة الأزمة القائمة ذاتها وتتحرك في إطار الاستراتيجية العامة للدولة وهذا يتطلب تحديد الأهداف الرئيسية والانتقائية للدولة خلال الأزمة والتحليل الاستراتيجي المستمر للأزمة وتطوراتها والعوامل المؤثرة فيها، ووضع البدائل و الاحتمالات المختلفة وتحديد مسارها المستقبلي من خلال التنبؤ والاختيار الاستراتيجي للفرص المانحة

1 - عباس رشدي العماري، مرجع سابق، ص 50

2 - عبد الله بن عبد الرحمان البريدي، أزمتنا كيف نديرها؟ رؤية جديدة في إدارة الأزمات، بيت الأفكار الدولية، 1999،

وتحاشي أمر الإخطار التي تحملها الأزمة أو التقليل منها إذ يتطلب ذلك معلومات وافرة ومعطيات مناسبة وإدارة رشيدة .

ويمكن تعريف إدارة الأزمات أيضا بأنها كيفية التغلب على الأزمة بالأدوات العلمية الحديثة والإدارية المختلفة، تجنباً لسلباتها والاستفادة من إيجابياتها.

ويرى بعض الخبراء أن إدارة الأزمات أحد الفروع الحديثة نسبياً في مجال الإدارة و تتضمن العديد من الأنشطة، يأتي على رأسها التنبؤ بالأزمات المحتملة والتخطيط للتعامل معها والخروج منها بأقل الخسائر الممكنة.<sup>1</sup>

ويقول الدكتور عبد الرحيم محمد في كتابه إدارة الأزمات، مع كل أزمة لابد أن نسأل أنفسنا عدداً من الأسئلة لنتمكن من مواجهتها مثل:

- متى؟ متى حدثت الأزمة، ومتى تطورت أبعادها؟
- من؟ من سبب الأزمة؟ من المستفيد فيها؟ من المتضرر منها؟ من المؤيد لها؟ من المعارض؟ من المساند؟ من الذي يوقفها؟
- كيف؟ كيف بدأت الأزمة؟ لماذا استفحلت؟ لماذا لم تتوقف؟ لماذا نحاربها؟ ولا تتركها لحالها؟
- أين؟ أين مركز الأزمة؟ إلى أين ستمضي؟ أين مكنم الخطر؟ إلى أين يتجه الخطر؟

هذه الأسئلة تحتاج إلى إجابات، ومن خلال هذه الإجابات يتم وضع المخطط المناسب للتعامل مع الأزمة.<sup>2</sup>

من خلال ما تقدم من تعريفات يمكن أن نوجز مفهوم إدارة الأزمات بأنه: "الآليات التي يتم الوصول بها إلى حل الأزمة وفق عدة طرق سواء كانت هذه الطرق مأخوذة من حلول سابقة وأنها مبتكرة على أن يتم

1 - هشام حمزة، مرجع سابق، ص 74.

2 - عبد الله البلداوي، إدارة الأزمات ... العراق نموذجاً ، معهد الإمام الشيرازي الدولي للدراسات، واشنطن، المصدر: المثقف السياسي، يوم 2021/4/22 سا 15، رابط متاح على:

[https://www.siironline.org/alabwab/derasat\(01\)/344.htm](https://www.siironline.org/alabwab/derasat(01)/344.htm)

الاهتمام بالتنبؤ بالأزمة لتحقيق أكبر استفادة من إيجابياتها وتقليص سلبياتها في إطار استراتيجية عامة للدولة".<sup>1</sup>

وللإعلام دور خطير ذو أبعاد متعددة، وهو في نفس الوقت أحد العوامل الرئيسية وأداة من أدوات إدارة الأزمات يُمكن استخدامه من خلال جانبين:

**الجانب الإيجابي:** بالتوجيه الصحيح لمعالجة الأزمة وذلك من خلال تكثيف الحملات الاعلانية للقضاء على الظاهرة.

**الجانب السلبي:** تلجأ وسائل الإعلام أحيانا إلى تعميم إعلامي قائم على التجاهل التام أو الجزئي للأخبار والمعلومات وعدم نقلها للجمهور، وهذا ما يؤدي إلى نقص المعلومات حول ما يجري وعدم القدرة على تكوين انطباع عنها، ويتم التجاهل على صورتين:

تجاهل وتعميم إعلامي كلي يحدث عندما يُعزل الجمهور عن أحداث الأزمة عزلا تاما حيث لا تصله اخبار عنها وعن تطوراتها، وبالتالي لا يستطيع الأفراد تكوين رأي عام يتولد عنه انطباع حول الأزمة.

وتجاهل وتعميم اعلامي جزئي عندما تهتم وسائل الاعلام بأطراف معينة من الأزمة وتتناسى الأخرى، أو صياغة الأخبار عن مختلف الأطراف بشكل معين وتمويه وتجاهل الطرف الآخر، وهذا ما يسمى بالتشويه الإعلامي، بصياغة الأحداث وترتيب الوقائع والأحداث بالشكل والمضمون الذي يُعزز وجهة نظر وينفي أخرى والأخطر من ذلك هو إثارة الشكوك حول مصداقيتها وحقيقتها.<sup>2</sup>

## 2.7 - مفهوم الأزمات البيئية:

سبق وأن وضعنا في تعريفات الأزمة، أنها تختلف باختلاف المجال الذي ينظر منه الباحث، ونذكر فيم يلي مفهوم البيئة كالتالي:

1 - عقاد صورية، العربي بوعمامة، تقنيات الذكاء الاصطناعي واستخداماتها في الاعلام المرئي أثناء الأزمات - أزمة جائحة كورونا انموذجاً، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية، جامعة غليزان، المجلد الثامن، العدد الأول، 2022، ص252-262.

2 - محمد جعفر، اللغة الإعلامية في أوقات الأزمات السياسية-دراسة قيمية لعينة من البرامج التلفزيونية في القنوات الجزائرية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد ابن باديس-مستغانم، 2022-2023، ص 132.

كلمة البيئة في اللغة العربية أو بيئَة (مفرد) هي: " المكان الذي تتوفر فيه العوامل المناسبة حتى يعيش الكائن الحي أو مجموعة كائنات حية، كالبيئة الاجتماعية والطبيعية والجغرافية"، وتعني كلمة البيئة في اللغة الإنجليزية **Environment** وبالعربية " الوسط أو المجال المكاني الذي يعيش فيه الانسان، وكل ما يحيط به من ظواهر طبيعية وبشرية يتأثر بها ويؤثر فيها"

كما يعرفها **مصطفى يوسف كافي** بأنها المكان الذي يُمارس فيه الانسان مجمل الأنشطة التي تُبقيه على قيد الحياة، كما يعرفها **جنيفر كيلغو وريتشارد جارجولو Jennifer L. Kilgo & M. Gargiulo** بأنها " مجموعة العناصر المادية والبشرية التي تحيط بالفرد والتي تتفاعل معه، كما تؤثر في نموه وتطوره، بالإضافة إلى الدور الذي تلعبه في تشكيل سلوكه عبر مراحل حياته المختلفة" أي أن البيئة تحتوي على كل ما يتعامل معه الفرد من منزل يأويه، وأماكن عمل ومحيط خارجي يتردد عليه.

ومنه نستنتج أن مصطلح الأزمة البيئية **Environmental Crisis** هو كل مشكلة طارئة أو موقف صعب يُهدد أمن وسلامة الأفراد في مجتمع ما.<sup>1</sup>

وما يميز الأزمات البيئية أنها لا تخضع لنظام ترتيب لذا يصعب التنبؤ ببدايتها كما يصعب السيطرة عليها أحيانا، وتُعرف على أنها عبارة عن تحولات سريعة في البيئة أو النظام يترتب عليها مجموعة من الخطط والبرامج لما ينتج عنها من مخاطر وتهديدات لسرعة الوقت وما قد تأتي به من مفاجآت، وتكون هذه الأزمات طويلة أو قصيرة الأمد، بسبب الإنسان أو الطبيعة.<sup>2</sup>

لذا فإن مواجهة الأزمات والتعامل معها وإدارتها يتطلب الاستعداد لها حسبما تأتي به اللوائح والقوانين المتعلقة بالطوارئ بالاعتماد على استراتيجيات واضحة للعمل على التنبؤ المبكر بها من أجل حماية المنشآت والعاملين فيها للحد من الخسائر البشرية والمادية على قدر المستطاع، ويختلف هذا التعامل باختلاف الدول والمؤسسات في التعامل مع الازمات والكوارث من حيث الإمكانيات المسخرة ومدى الاستعداد لها، خصوصا

1 - ولاء أحمد حسين خالد، برنامج قائم على توظيف الألعاب المسرحية لتحسين التعامل مع بعض الأزمات البيئية لدى الأطفال المعاقين عقليا القابلين للتعلم، مجلة التربية وثقافة الطفل، كلية التربية للطفولة المبكرة، جامعة المنيا، المجلد 22، العدد الثالث، يوليو 2022، ص ص 127-128.

2 - فريد نجار، إدارة الأزمات والكوارث في القرن 21- المقارنات، الاستراتيجيات، السلوكيات، الدار الجامعية، 2009، ص 29.

مما يشهده العالم من تغيرات مناخية وتلوث بيئي والذي أثر على التوازن الإيكولوجي والبيئي فكثرت الفيضانات والزلازل والحرائق وغيرها من الظواهر.

### 1.2.7- مفهوم الكارثة:

الكوارث **Disasters** هي أحد أكثر المفاهيم التصاقاً بالأزمات، لذلك تعددت آراء الباحثين في توضيح مفهومها، ونظراً لأهميتها في دراسة الأزمات سنتطرق إلى تحديد مفهوم الكارث كآلاتي:

الكارثة هي حدث مفاجئ يحدث بفعل الطبيعة يحدث أثراً مدمراً ينجم عنه ضرر مادي أو معنوي أو الاثنين معاً، مما يُعرض المجتمع جزئياً أو كلياً إلى أخطار جسيمة، مما يتطلب جهود الدولة وأحياناً مساعدات المجتمع الدولي.

الكارثة هي أحد المفاهيم الملتصقة بالأزمات، والتي قد ينجم عنها أزمة، لكنها ليست أزمة بحد ذاتها، والكارثة هي حالة مدمرة حدثت ونجم عنها ضرر في الماديات أو الانسان أو كليهما معاً.<sup>1</sup>

كما تُعرف الكارثة على أنها: "حدث مروع يُصيب قطاعاً من المجتمع أو المجتمع بأكمله بمخاطر شديدة وخسائر مادية، وينتج عنه ارتباك وخلل وعجز في التنظيمات الاجتماعية في سرعة الاعداد للمواجهة."<sup>2</sup>

### -الكارثة البيئية:

هي الحادث الذي ينجم عن عوامل طبيعية أو بفعل الانسان، يترتب عنه ضرر شديد بالبيئة وتحتاج مواجهته إلى إمكانيات تفوق القدرات المحلية.<sup>3</sup>

### 2.2.7- تصنيفات الكوارث:

يُمكن تصنيف الكوارث كالتالي:

- 1 - عليوة السيد، إدارة الأزمات في المستشفيات، إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2001، ص 12.
- 2 - عبد الوهاب محمد كامل، سيكولوجية إدارة الأزمات المدرسية، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، 2003، ص 21.
- 3 - أحمد طاهر أحمد، استراتيجية مقترحة لإدارة الأزمات والكوارث البيئية كأحد دعائم التنمية المستدامة- حالة تطبيقية شركة نصر للبتروول، رسالة ماجستير في علوم البيئة، قسم العلوم الاقتصادية والقانونية والإدارية البيئية، معهد الدراسات والبحوث البيئية، جامعة عين شمس، 2014، ص 160-161.

- الكوارث الطبيعية:

هي الكوارث التي تنتج بفعل الطبيعة وليس الانسان، ولكنه قد يتسبب في زيادة حجم الخسائر الناتجة عن هذه الكوارث أو التخفيف من آثارها.

ومن الظواهر التي تؤدي إلى حدوث كوارث طبيعية نجد:

الوباء، الزلازل، حرائق الغابات... وقد يكون للظواهر الجوية تأثيرات مباشرة أو غير مباشرة على نشاط هذه الكوارث.

- كوارث من صنع الانسان:

-تنقسم إلى كوارث لا إرادية من صنع الانسان وإن لم يعتمد إحداثها بل هي نتيجة إهمال.

-كوارث إرادية أو مخططة تتجم عن الحروب والحرائق...

- كوارث مشتركة بين الطبيعة والانسان:

تكون بدايتها بفعل الانسان ثم تلعب الطبيعة دورا أساسيا في زيادة حجمها وآثارها، أو العكس حيث تبدأ الكارثة طبيعية ويؤدي سوء تصرف الانسان إلى زيادة حجم الخسائر.

ويقتررب مفهوم الأزمة والكارثة حسب ما جاء به الباحثون، إلا أن مفهوم الأزمة أشمل، حيث اتفقوا على أن الكارثة هي حالة غير مألوفة للطبيعة، يصعب التعامل معها خصوصا إذا لم يتم الاستعداد لها وهذا ما قد يؤدي إلى نتائج وخيمة على مستوى الأفراد والأماكن التي تقع فيها، فالكارثة البيئية تؤدي إلى إخلال التوازن البيئي، فيزيائيا، أو كيميائيا أو بيولوجيا، في الهواء أو اليابسة أو البحر، تُهدد معيشة الفرد.<sup>1</sup>

يؤكد علماء الاجتماع أن الانسان ابن بيئته، وتشمل البيئة في المُجمل الجوانب الطبيعية والاجتماعية والثقافية والتربوية. من خلال تصفح العديد من التعريفات والمفاهيم المختلفة نستخلص أن للبيئة بعدين هما:

**1-بعد طبيعي:** يشمل كل مظاهر الوجود المادي المحيط بالإنسان أي اليابسة والفضاء والماء.

1 - عبد الرحمن العوضي، إدارة الأزمات البيئية، المنظمة الاقليمية لحماية البيئة، الكويت، 2007، ص 3،

**2-بعد اجتماعي:** المُتمثل في البيئة الاجتماعية التي تضم النظم والعلاقات التي تحدد أنماط حياة الأفراد فيما بينهم سواء كانت سياسية، اقتصادية، او قانونية، كما تشمل القيم الروحية والتربوية والخلقية وأنماط السلوك الإنساني وتطورها.<sup>1</sup>

### 3.7- خصائص الأزمات البيئية:

على ضوء الدراسات المتعددة التي تطرقت لمختلف جوانب الأزمات وطبيعتها وآثارها، نُحدد فيم يلي الخصائص التي تتسم بها الأزمات البيئية:

- ما يُميز الأزمات البيئية هو عنصر المفاجأة، فكل أزمة يمر بها البلد قد تحدث بشكل فجائي، وقد تكون نتاجا لبعض الأسباب الخفية التي كانت محركا أساسيا لحدوث الأزمة.
- من نتائج الأزمات البيئية هو حدوث بعض الخسائر والآثار السلبية، فكل أزمة قد تسبب العديد من المخاطر والتهديدات في البيئة المحيطة للفرد سواء كانت نفسية، أو اجتماعية أو بشرية أو مادية، خصوصا إذا لم يتم التعامل معها بسرعة وفعالية.
- تسبب الأزمات البيئية حالة من التوتر والقلق والاضطراب للمتأثرين بالأزمة البيئية وغيرهم من أفراد المجتمع، مما يستدعي السيطرة على الموقف واتخاذ التدابير اللازمة للتسريع من حل الأزمة.
- نظرا لحدوث الأزمات البيئية بشكل مفاجئ غالبا، فإن قلة الإمكانيات المتاحة لمداركتها قد يُطيل عمر الأزمة أو يزيدا تعقيدا.
- نقص البيانات والمعلومات الدقيقة التي تُساعد على اتخاذ القرار.
- قد تؤدي الأزمات البيئية إلى ابتكار أساليب ونظم مواجهة غير مألوفة.<sup>2</sup>

### 4.7- حرائق الغابات كأزمة بيئية:

تحدث حرائق الغابات في أي بيئة أرضية نظرا لتراكم النباتات حيث تصبح قابلة للاشتعال في وقت معين من السنة بسبب عوامل طبيعية كارتفاع درجات الحرارة أو البرق، أو قد يكون هناك تدخل بشري. وتُهدد الحرائق نمو وانتشار الغابات خصوصا في منطقة البحر الأبيض المتوسط وذلك لحدوثها سنويا تقريبا، مما أدى إلى اختفاء مساحات شاسعة منها وتلوث الهواء والمناخ وتدهور التربة، تدهور النظم البيئية والتنوع

1 - ريم فتحة قدوري، الوعي البيئي لمستخدمي مواقع شبكات التواصل الاجتماعي- دراسة استطلاعية لعينة من مستخدمي موقع فايسبوك، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، العدد 07، برلين- ألمانيا، 2019، ص ص 17-18.

2 - ولاء أحمد حسين خالد، مرجع سابق، ص 128.

البيولوجي، بالإضافة إلى التأثير على الانسان وممتلكاته. وعرفت الجزائر حرائق غابات مثيرة للربح سنة 2021 انتشرت معها العديد من الشائعات والافتراضات والتساؤلات حول خلفيات هذه الحرائق ومسبباتها، أرجعت العديد من القنوات الفضائية سببها إلى بارونات الفحم التي تقوم بمثل هذه الأعمال الاجرامية مع اقتراب عيد الأضحى.

### 5.7- برنامج الاعلام والتوعية كإجراء وقائي من حرائق الغابات:

شرح المشرع الجزائري من خلال قانون 12-84 في المادة رقم 3 وسائل حماية الغابات من الحرائق التي تتعرض لها نظرا لما تُعانيه من إهمال أو سوء استعمال الموارد الغابية واستعمال النار وهذا كخطوة وقائية لمنع حدوث الحرائق.

ومن بين هذه الوسائل التي تُعنى "محافظة الغابات ومصالح الحماية المدنية" تطبيقها برنامج التوعية والاعلام<sup>1</sup> لتحسيس السكان وزوار المنطقة الذين ألزمهم المشرع على المساعدة لمكافحة الكارثة، عن طريق حملات توعية لمكافحة حرائق الغابات وخطورتها ببيان مصادرها، أضرارها، سرعة انتشارها وصعوبة السيطرة عليها سواء في شكل خطابات عن طريق الاتصال المباشر بالأفراد أو بوضع لوحات معدنية توجيهية بمختلف الأحجام مكتوب عليها عبارات إرشادية، بالإضافة إلى تخصيص فقرات على أجهزة الراديو والتلفزيون.

بالإضافة إلى عدة إجراءات وقائية أخرى للوقاية من حرائق الغابات وضعها المشرع الجزائري، وهي:

- البرنامج الكمي للأشغال الوقائية المطلوب إنجازها، وفتراتها ومجالاتها والإدارات والمصالح والهيئات المكلفة بتنفيذها.
- خريطة جهاز الحراسة والتدخل التي تحدد مركز الحراسة.
- خريطة المنشآت الأساسية في المقاطعة الإقليمية المعنية.
- قائمة المصالح والهيئات المعنية للتدخل في حالة نشوب حريق.<sup>2</sup>

1 - دباب فراح أمال، الحماية القانونية للغابات في الاتفاقيات الدولية والتشريع الوطني، رسالة دكتوراه في القانون، جامعة الجيلالي اليايس سيدي بلعباس، 2019-2020، ص 200.

2 - المرجع نفسه، ص 202 - 206.

### 6.7 - التخطيط الإعلامي في مجال مواجهة حرائق الغابات بالجزائر:

تناولت الدراسات الحديثة علاقة الأزمات البيئية بالإعلام وذلك عن طريق الاهتمام بالدور الذي تلعبه وسائل الإعلام وقت الأزمات البيئية، بتحديد بعض السمات العامة التي تساهم في إبراز أبعاد الأزمة وتوعية الجماهير، وحثت القنوات الفضائية الجزائرية نفس المنهج وذلك عن طريق توعية الجماهير عن كيفية التعامل معها ومعالجة آثارها إن أمكن، ويمكن تحديد بعض العناصر كالآتي:

- تنقل مراسلي القنوات الفضائية إلى موقع الكارثة لإجراء حوارات مع المسؤولين والشخصيات الرسمية والشهود العيان، لربط المعلومات ببعضها والمساهمة في تكوين رأي عام تجاه الأزمة مع أخذ رأي الخبراء والمتخصصين.
- التغطية الفورية للحدث البيئي -الحرائق- بكل أبعاده وهذا يضمن اطلاع المشاهد الجزائري على كل المستجدات في وقتها، ليستطيع تكوين فكرة وآراء حول الواقع الحي.
- عدم حجب المعلومات البيئية، تحريفها أو إخفائها لأن الفضائيات الجزائرية هي المسؤولة عن الربط بين المسؤولين عن التعامل مع الأزمة وصناع القرار وبين الجمهور، فمهمة وسائل الإعلام هنا هي نشر التقارير والبيانات عن الخسائر المادية والبشرية بكل شفافية.
- تقديم التحليلات والتعليقات الإخبارية والتقارير عن الأزمة ومستجداتها من خلال مختلف البرامج التلفزيونية وعقد الندوات الصحفية.
- جذب الجمهور إلى التغطية الإعلامية، لما تعرفه وسائل الإعلام المحلية والدولية من منافسة لنقل الأحداث وقت الأزمات.<sup>1</sup> حيث تعرف الساحة الإعلامية الجزائرية تنافسا شديدا بين القنوات العمومية من جهة والقنوات الخاصة المتعددة من جهة أخرى، فالسرعة والفاعلية في التغطية عنصرين مهمين لضمان جذب المشاهدين.
- احترام الضوابط التي تحكم ما يقدمه الإعلام أثناء الأزمة للرأي العام من خلال نقاط أهمها:
  - الدقة والسرعة في تقديم الحقائق بالاعتماد على تقارير تفصيلية فورية لإمداد الرأي العام بها والاهتمام بالتصريحات الرسمية والسياسية للمسؤولين بالدولة والمختصين بمعالجة الأزمة والتعريف بمختلف أطرافها.

1 - عادل صادق محمد، الصحافة وإدارة الأزمات: مدخل نظري وتطبيقي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة - مصر، 2007، ص 21.

• الموضوعية في عرض الحقائق والاعتراف بوجود أخطاء خصوصا أثناء عمليات الإغاثة خلال الكوارث الطبيعية، حيث تتضارب الأخبار حول مسببات الأزمة وما أدى إلى اندلاع الحرائق، وهذا قد يُوقع القنوات الفضائية في أخطاء تحليلية فور انطلاق الأزمة و/أو الكارثة، سعيا منها للسبق الإعلامي في التغطية.

وتحظى وسائل الإعلام بأهمية كبيرة وتأثير فاعل في الأزمة وإدارتها، وهي في نفس الوقت أداة من أدوات تجهيزات إدارة الأزمات ويمارس الإعلام الجزائري خلال الأزمة مهام مزدوجة:

**الجانب الإخباري:** وذلك بمتابعة أخبار الأزمة ومدى التطور والنجاح في السيطرة عليها والتعريف بنتائجها بهدف صياغة وعي داخل الدولة، ويشمل الرأي العام والمؤسسات والأجهزة التنفيذية المختصة، بهدف تفعيل هذه الجهات للتصدي للأزمة وتطويرها.

**الجانب التوجيهي:** وتهدف إلى تأمين الدعم اللازم من الدول والقوى المعنية بالأزمة والمهتمة بها، فالإعلام الجيد قادر على إثارة اهتمام جميع الجهات السابقة وغيرها، لإقناعهم بتبني سلوك مُعين من خلال التخطيط الجيد ومحاولة التأثير الإيجابي على الفرد وتنمية إدراكه لما يجري حوله عن طريق النقل المستمر للأخبار والبيانات والحقائق والمعلومات اللازمة عن الأزمة وتداعياتها.

وهنا لا يمكن أن نتجاهل دور النظام السياسي الذي يُسيطر على الأداة الإعلامية بشكل أو بآخر خصوصا وقت الأزمات حتى وإن لم تكن سياسية بطبيعتها، لأن الأزمة البيئية لها بعد اجتماعي أيضا، فمن الضروري تكاتف القوى الفاعلة في المجتمع للحفاظ عليه.

وهنا يقوم الإعلام أثناء الأزمات البيئية بوظيفتين، إما أن يكون صوت المجتمع وانعكاسه وينقل انشغالاته ويعبر عن اهتماماته بكل مصداقية وهذا يتطلب وجود فريق اعلامي يلتزم باستراتيجية يحكمها مبدأ الحفاظ على الأمن الداخلي وتقديم معلومات حقيقية في الوقت المناسب وضمان حرية التعبير والآراء. أو يقوم بتوجيه الرأي العام بما يتماشى والسلطة السياسية لتبني اتجاه وسلوك عام متفق عليه.

ومنه نستنتج أن للإعلام أدوار مهمة في إدارة الأزمات البيئية إذا قام بمراعاة بعض التوازن بين الجوانب المعرفية والوجدانية في الرسائل الإعلامية لأن الإعلام يؤثر على الجانب العاطفي أيضا وليس

الجانب العقلي فقط وكذلك مراعاة نقل كل المعطيات المتعلقة بالأزمة بدقة وتناسق حيث تتواكب مع سياق الأحداث ومعطيات الواقع.<sup>1</sup> وهو ما تسعى إليه القنوات الفضائية الجزائرية.

حيث تختلف طبيعة التعامل مع الأزمات وفقا لطبيعتها، فأثناء الكوارث والأزمات الطبيعية يكون حجم المعلومات المتوفرة شحيحا وغير كافي لتحديد الخطر والتهديد النابع منها خصوصا مع ضيق الوقت، لذا يقوم الإعلام بتأدية مهامه من خلال توفير المعلومات وانتشارها بسرعة وكثافة لكي يقلل من حجم الخسائر وهذه سمة جد مهمة في التعامل مع الأزمات.

وأجمع العديد من الباحثين في مجال الإدارة الإعلامي للأزمات على بعض الاستراتيجيات التي تُوظف في مواجهة الأزمات تتلخص كآلاتي:<sup>2</sup>

- استراتيجيات الكتمان والتحفظ: التي ترصد محاولات الأطراف الخارجية للحصول على المعلومات.
- الاستراتيجية القانونية: بالاستعانة بآراء الخبراء والمستشارين القانونيين للدولة، وتقوم المعالجة الإعلامية بذكر أقل قدر من المعلومات وإنكار الاتهامات الموجهة للسلطة بتحويل المسؤولية لأطراف أخرى.
- استراتيجية الاستجابة والدفاع: من خلال الاستعانة بآراء وخبرات المسؤولين عن الأزمة لإعداد دفاع يتضمن معلومات وحقائق يدلي بها المتحدث الرسمي عن السلطة.
- استراتيجية الدفاع الهجومي: قد يلعب الاعلام دورا في ظهور الشائعات وتداولها أو حصرها والوقاية منها.

والشائعات تصنف ضمن الأطر العامة للحرب النفسية وللدعاية فهي وفقا لألبرت بوستمان "اصطلاح يُطلق على موضوع ذو أهمية، لينتقل بعد ذلك من فرد لآخر شفويا بدون برهان أو دليل، وهذا يدل على أن مضمون الشائعة يستجيب لاحتياجات نفسية أو اجتماعية لدى أفراد المجتمع في أوقات الأزمات، ويستلزم

1 - محمد شومان، إشكاليات في مسار تطور اعلام الأزمات والكوارث، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مجلد 2، عدد 3، كلية الإعلام، القاهرة - مصر، سبتمبر 2001، ص 124.

2 - نوال عبد العزيز الصفتي، معالجة الصحف المصرية للأزمات والأحداث الطارئة: دراسة تحليلية لأحداث الكشح خلال 1998، مجلة كلية الآداب، العدد 6، القاهرة، يوليو 1999، ص 650.

انتشارها في وسائل الاعلام أحد الشروط التالية أو كلاهما<sup>1</sup>: أهمية الموضوع الذي يُحدد قوة الشائعة ومقدار الغموض المُتعلق بمضمونها.

تحدد أدبيات الإعلام عدة استراتيجيات للتصدي للشائعات وهي كالتالي:<sup>2</sup>

### 1- استراتيجية التركيز:

من خلال توظيف وسائل إعلامية متعددة لتوصيل الرسائل إلى الجمهور المنتشر في أماكن مختلفة.

### 2- الاستراتيجية الديناميكية النفسية:

بالاعتماد على فرضيات ومساهمات علم النفس التي تقترح التركيز على عوامل إدراكية أو عاطفية للتأثير بالفرد والجماعة لتحقيق استمالات عاطفية أو إثارة مخاوف وانفعالات، وذلك بإدخال تحسينات ركزت على أهمية الاعتقادات والاتجاهات والنوايا السلوكية المتعلقة بالإقناع.

### 3- الاستراتيجية الثقافية-الاجتماعية:

تهدف إلى تعديل السلوك الاجتماعي من خلال تقديم رسائل إعلامية مقنعة تعيد تحديد قواعد السلوك والقيم الثقافية داخل المجتمع، لأن الفرد ابن بيئته ليست فقط كرقعة جغرافية بل الثقافية والسلوكية والاجتماعية أيضا لذلك يأتي إقناع الفرد عبر إحداث التغيير والتعديل أو التذكير بالضوابط التي تحكمه.

### 4- استراتيجية بناء المعاني:

من المفروض أن وسائل الاعلام تنجح في التأثير والإقناع الإعلامي لما تُكسب الإنسان معاني جديدة أو تُعدل في المعاني والصور والرموز التي تحيط به، وتقترض هذه الاستراتيجية أن الانسان يصدق ما تخلقه وسائل الاعلام ولو كانت صورا زائفا عن العالم، لذا وجب تعديلها وتغييرها.

كما أنها تقوم على مفاهيم علماء الأنثروبولوجيا في دراستهم للبشر ومنها أن المعاني ترتبط مباشرة باللغة التي يُعبر بها الانسان عما بداخله من أفكار ومعان ويتصرف بناء عليها مع عالمه الخارجي. وهذه

1 - محمد شومان، الاعلام والأزمات: مدخل نظري وممارسات عملية، دار الكتب العلمية، القاهرة، 2002، ص 113-114.  
2 - اسعيداني سلامي، فقيري ليلي، الأزمات البيئية واستراتيجيات ادارتها في الاعلام والاتصال مقارنة نظيرية، مجلة البحوث العلمية في التشريعات البيئية، المجلد 6، العدد 2، 2019، ص 80.

هي الخلفية التي وظفها علماء الاتصال في تفسير الطريقة التي تؤثر بها محتويات رسائل الاتصال الجماهيري على السلوك.<sup>1</sup>

### 5- استراتيجية الاتصال الواقعي:

تهدف هذه الاستراتيجية إلى لتحقيق أهداف تربوية على المدى البعيد لبقاء مؤسسات المجتمع في حالة وعي وبقظة بمناخ الشائعات وترويجها وذلك باستخدام كافة وسائل الاعلام لتوعية المواطنين.<sup>2</sup>

### خاتمة:

تطرقنا في هذا الجزء إلى موضوع الأزمات البيئية في القنوات الفضائية الجزائرية، قدمنا خلاله مفهوم الأزمة، ومختلف المفاهيم التي لها صلة بها، سواء اكانت سببا لها أو نتيجة أو أثر، ثم أنواع الأزمات وسماتها وخصائصها، بعد ذلك تطرقنا إلى الاعلام والأزمات البيئية في الجزائر، ابتداء بتوضيح دور الاعلام في إدارة الأزمات ثم توضيح الفرق بين الأزمة والكارثة، وأخيرا دور التخطيط الإعلامي في مواجهة حرائق الغابات بالجزائر. وقد تبين لنا من خلال هذه العناصر أن الاعلام أصبح عنصرا أساسيا في منظومة إدارة الأزمات من خلال دوره في التوعية والتحسيس وتصحيح المعلومات بالإضافة إلى تحفيز المشاركة المجتمعية وتعزيز ثقافة الوقاية. ولتفعيل هذا الدور لابد من تكوين متخصص وتنسيق أكبر مع الخبراء والمؤسسات وتطوير استراتيجيات إعلامية شاملة تواكب تطورات الأزمات البيئية وتحدياتها المعقدة.

1 - عامر مصباح، الإقناع الاجتماعي: خلفيته النظرية وآلياته العملية، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 2006، ص 54.

2 - محمد شومان، الاعلام والأزمات، المرجع السابق، ص 119.

# الفصل الثالث

## الإطار الميداني للدراسة

أولاً: مجتمع البحث وخصائصه.

ثانياً: عرض وتحليل محاور الاستبيان.

1. عرض وتحليل الجداول البسيطة.

1.1- عرض وتحليل المحور الأول: البيانات العامة لأفراد العينة.

2.1- عرض وتحليل المحور الثاني: عادات وأنماط تعرض الأساتذة الجامعيين لبرامج "الشروق نيوز".

3.1- عرض وتحليل المحور الثالث: التصورات المرتبطة بمهنية قناة الشروق نيوز وصورتها.

4.1- عرض وتحليل المحور الرابع: تموقع اللغة الإعلامية ببرامج الشروق نيوز.

5.1- عرض وتحليل المحور الخامس: اللغة الإعلامية أثناء الأزمة التي شهدتها الجزائر

حرائق صيف 2021.

2. عرض وتحليل الجداول المركبة.

ثالثاً: نتائج الدراسة الميدانية.

رابعاً: النتائج العامة.

أولاً: مجتمع البحث وخصائصه

بلغ عدد مفردات عينة الدراسة 151 مفردة، قمنا باختيارها بطريقة قصدية، ويتمثل مجتمع البحث في الأساتذة الجامعيين وطلبة علوم الاعلام والاتصال الجزائريين، ويشمل مجتمع البحث متتبعي قناة الشروق نيوز، وتمثل المجال الزمني للدراسة في الفترة ما بين ديسمبر 2021 الى ماي 2022.

ثانياً: عرض وتحليل محاور الاستبيان

1. عرض وتحليل الجداول البسيطة

1.1- عرض وتحليل المحور الأول: البيانات العامة للأفراد

الجدول رقم (01): جدول يوضح توزيع أفراد العينة حسب النوع

النوع	التكرار	النسبة %
ذكر	84	55.6%
أنثى	67	44.4%
المجموع	151	100%

من خلال التحليل الكمي للجدول رقم (01) أعلاه يتبين لنا توزيع أفراد العينة حسب النوع، ونلاحظ أن غالبية أفراد العينة من جنس الذكور بنسبة فاقت النصف ب 55.6%، بينما وصلت نسبة الإناث إلى 44,4%، وجاء هذا لاعتمادنا على اختيار العينة بطريقة قصدية بهدف الحصول على عينة بحث متجانسة.

الجدول رقم (02): جدول يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن:

السن	التكرار	النسبة %
27-22	13	8.6%
33-28	46	30.5%
39-34	57	37.7%
40 فأكثر	35	23.2%
المجموع	151	100%

من خلال الجدول رقم (02) نلاحظ أن أغلبية أفراد العينة محل الدراسة تتراوح أعمارهم ما بين (34-

39) سنة بنسبة قدرت ب 37.7%، بمجموع 57 مبحوث، ثم جاءت في المرتبة الثانية الفئات العمرية من

(28-33) سنة بنسبة متقاربة نوعا ما بنسبة بلغت 30.5%، ويأتي في المرتبة الثالثة الفئات العمرية التي تبلغ 40 سنة فأكثر بنسبة 23.2% وهي نسبة مهمة أيضا مقارنة بالعينة الإجمالية للدراسة، واحتلت الفئة العمرية ما بين (22-27) آخر مرتبة بنسبة 8.6%.

ويمكن القول أنّ هذه النتائج تتعلق بالمتغيرات العمرية للأفراد، وهو ما يمكن أن نلمسه في جميع المؤسسات الجامعية الجزائرية، ويرجع ذلك إلى سنوات الدراسة والتكوين الطويلة نوعا ما لامتلاك قدرات معرفية وأكاديمية وكذا خبرات مهنية بالنسبة لأساتذة الإعلام والاتصال، وكذلك بالنسبة للطلبة في بعض المرات، حيث يستأنف العديد منهم مسار التكوين في الماستر والدكتوراه بعد انقطاع سنوات عن الدراسة.

الجدول رقم (03) جدول يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي:

النسبة %	التكرار	المستوى الدراسي
4.6%	7	ليسانس
33.1%	50	ماستر/ماجستير
62.3%	94	دكتوراه
100%	151	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (03) أفراد العينة المدروسة تبعا لمتغير المستوى الدراسي لهم، حيث يحتل حاملي شهادة الدكتوراه المرتبة الأولى بنسبة وصلت 62.3% أي بمجموع 94 فرد من العينة. ثم يأتي بعد ذلك حاملي شهادة الماستر/ماجستير بنسبة 33.1% بمجموع تكرار وصل إلى 50 مبحوث، وجاءت أقل نسبة لطلبة الليسانس بنسبة 4.6% وهذه النسب عن المؤهلات العلمية تُعبر عن شرط مهم للتوظيف كأستاذ في قطاع التعليم العالي والبحث العلمي بالنسبة للفئة الأولى، والذي لا يتم إلا بامتلاك شهادة ماجستير على الأقل. بالإضافة إلى طلبة العلوم والاتصال في الطورين الآخرين.

تُمكننا هذه السمة من تحديد المعارف التي يتحصل عليها الفرد في حياته حسب الوسط والفئة الاجتماعية التي توجه سلوكه وتحدد تصوراتهِ حول الرسائل الإعلامية.

2.1- عرض وتحليل المحور الثاني: عادات وأنماط تعرض الأساتذة لبرامج الشروق نيوز

الجدول رقم (04): جدول يوضح مدى متابعة جمهور الشروق نيوز لبرامجها:

هل تتابع برامج الشروق نيوز	التكرار	النسبة%
دائما	26	17.2%
أحيانا	98	64.9%
نادرا	27	17.9%
المجموع	151	100%

يبين لنا الجدول رقم (04) مدى متابعة جمهور الشروق نيوز لبرامجها، وكان هدفنا من هذا السؤال توضيح الاهتمام من عدمه لهاته القناة وبرامجها، فكانت النتيجة بنسبة 64.9% لغالبية المبحوثين بأنهم يتابعونها "أحيانا"، لتأتي في المرتبة الثانية للذين صرحوا بأنهم "نادرا" ما يتابعون القناة بنسبة وصلت 17.9%، بمجموع عدد تكرارات وصل إلى 27 مبحوث مقارنة بالعدد الإجمالي للمبحوثين، وهناك تقريبا تساوي بين الأفراد الذين يتابعون دائما برامج الشروق تي في بنسبة 17.2%.

انطلاقا من هذه النتائج يمكن القول أن أفراد العينة من الجمهور يتابعون القناة بشكل متفاوت، وهذا راجع إلى كونهم منشغلين بالعمل أو الدراسة طوال اليوم تقريبا، بالإضافة إلى إمكانية انشغالهم بمواقع التواصل الاجتماعي التي أصبحت بديلا عن وسائل الإعلام التقليدية، فتشكيل شبكات التواصل الاجتماعي لمجتمعات افتراضية تجمع قضاياهم، واهتماماتهم، وحواراتهم، دون قيود المكان، الزمان، الهوية، والانتماء، أسس لتشكيل بيئة تفاعلية مرنة، وسريعة التفعيل، بأقل قدر من المُحدِثات المُعيقة.<sup>1</sup>

سمح البث الحي عبر الأقمار الصناعية للإعلام التقليدي وبالخصوص التلفزيون، من تخطي حواجز المكان، لكن انتشار الإعلام الجديد ضاعف من هذه القدرة وخفف من أعباء الإرسال التقليدي الذي يتطلب ميزانيات وتجهيزات ضخمة لتشغيله من مراكز بث وأماكن استقبال محددة، فالرسائل الإعلامية في عصر

الإعلام الجديد تصدر من أي مكان إلى مكان آخر في العالم بسرعة فائقة.<sup>1</sup> ويُمثل هذا الجانب أحد أوجه المقارنة بين الاعلام الجديد والاعلام التقليدي طبقا لما جاء به ماكوين McQuail.<sup>2</sup>

الجدول رقم (05): جدول يوضح تفضيلات مشاهدة الجمهور لبرامج الشروق نيوز

الاختيارات	التكرار	النسبة %
بمفردك	27	17.9%
مع الأسرة	71	47%
مع الأصدقاء	5	3.3%
حسب الظرف	48	31.8%
المجموع	151	100%

يوضح لنا الجدول (5) أعلاه توزيع أفراد العينة حسب تفضيلهم لمشاهدة برامج قناة الشروق نيوز، وقد اتضح من خلال الجدول أن غالبية أفراد العينة يفضلون متابعة القناة مع الأسرة بنسبة 47%، ويمكن تفسير ذلك باعتبار المبحوثين يعملون طوال اليوم ويجتمعون مع العائلة مساءا لمشاركة الأحداث اليومية التي يمر بها أفراد العائلة تزامنا مع مشاهدتهم للتلفزيون، لما تحظى به هذه الوسيلة الإعلامية من أهمية لدى العائلات الجزائرية، بالإضافة إلى أن المواد الإعلامية المقدمة تُراعي قيم المجتمع وتسمح بالمشاهدة العائلية.

كما جاء به الدكتور " نصير بوعلي" في دراسته " البارابول والاعلام في الجزائر" أنه يزداد معدل الإقبال الجماهيري على مشاهدة حصص وفقرات البارابول في أوقات السهرة ويرتفع هذا المعدل محققا أعلى النسب في الفترة الواقعة ما بين الساعة السادسة مساءا إلى منتصف الليل.<sup>3</sup>

لتأتي في الرتبة الثانية "حسب الظرف" بنسبة 31.8%، أي أن ظروف المبحوثين هي التي تتحكم في متابعتهم للقناة، بما لديهم من التزامات وظيفية وأسرية.

1 - هتيمي حسين محمود، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، درا أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص54.

2 - عبود حارث العاني مزهر، الإعلام والهجرة إلى العصر الرقمي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015، ص12.

3 - نصير بوعلي، البارابول والاعلام في الجزائر -دراسة في عادات المشاهدة وأنماطها والتأثيرات على قيم المجتمع وثقافته، المجلة الجزائرية للاتصال، المجلد 5، العدد 12، جوان 1995، ص 162.

وتليها مباشرة نسبة 17.9% الذين يشاهدون برامج الشروق نيوز بمفردهم، وهذا قد يرجع إلى كونهم يشاهدونها على هواتفهم النقالة عبر البث الحي أو إعادة المشاهدة على مختلف مواقع التواصل الاجتماعي. وتحتل الرتبة الأخيرة نسبة 3.3% من المبحوثين الذين صرحوا أنهم يتابعون القناة مع أصدقاءهم، وقد يكون هذا في المقاهي أو الفضاءات العمومية المختلفة.

الجدول رقم (06): جدول يوضح نوعية البرامج التي يفضل جمهور قناة الشروق نيوز مشاهدتها:

الأجوبة		نوعية البرامج المفضلة
النسبة%	العدد	
26.6%	98	برامج سياسية
28%	103	برامج اجتماعية
14.9%	55	برامج رياضية
11.4%	42	برامج ثقافية
6.8%	25	برامج اقتصادية
12.2%	45	برامج دينية
100%	368	المجموع

يوضح الجدول (6) أعلاه والمتعلق بنوعية البرامج التي يفضل أفراد العينة مشاهدتها على قناة الشروق نيوز، حيث احتلت البرامج الاجتماعية المرتبة الأولى بنسبة 28% بمجموع تكرار 103 أفراد من مجموع العينة، تليها البرامج السياسية في المرتبة الثانية بنسبة 26.6%، تليها البرامج الرياضية بنسبة 14.9% ثم البرامج الدينية بنسبة 12.2% وتحتل البرامج الثقافية المرتبة الخامسة بنسبة متقاربة مع التي قبلها من برامج دينية، واحتلت البرامج الاقتصادية آخر نسبة بمعدل 6.8% من مجموع أفراد العينة. ومنه نستنتج أن المبحوثين من جمهور قناة الشروق نيوز يعيرون اهتماما بالغا للقضايا الاجتماعية التي تبث فيها، خصوصا أن هذا النوع من البرامج يُعرض وقت الذروة.

وتتوفر البرامج الاجتماعية على عدة عوامل تزيد من المعرفة والدوافع والاثارة، فقد أصبح التلفزيون من أهم الوسائل الإعلامية التي تخترق المسافات الجغرافية، النفسية والأيدولوجية بين الأفراد والجماعات،

وذلك من خلال معالجة كل ما يمكن أن يشترك فيه أفراد هذه المجتمعات.<sup>1</sup> خاصة إذا تعلق الأمر بالواقع الاجتماعي الذي يعيشه الفرد.

لتأتي بعدها البرامج السياسية بفارق صغير جداً، إذ لا يمكن الفصل بين مجال السياسة والإعلام الذي يقوم باشتراك المواطنين بالحياة السياسية من خلال التعبئة الجماهيرية بهدف تشكيل الرأي العام فيما يتعلق القضايا التي تهم المجتمع<sup>2</sup>، فالطريقة التي يتصرف بها الأفراد حيال السياسات والاتجاهات والقيم السياسية ليست إلا انعكاساً للصورة التي كونها عن المجتمع من حوله، والتي استقاها من كم المعلومات التي وصلت إليه من خلال المضمون السياسي المقدم لوسائل الاتصال الجماهيري.<sup>3</sup>

وبالعودة إلى الجدول رقم (1) والذي يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير النوع، نجد أن أغلب نسبة كانت 55.6% للذكور، فطبيعة الجنس تفرض اختيارهم للبرامج الاجتماعية و السياسية والرياضية بالدرجة الأولى، حيث تحظى البرامج الرياضية في غالبية المحطات التلفزيونية العالمية باهتمام كبير نظراً لما تتركه من أثر عظيم في بناء الانسان وقدرته على العطاء والإنتاج.<sup>4</sup>

الجدول رقم (07): جدول يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير نوع الوسيلة التي يعتمد عليها الجمهور

لمشاهدة قناة الشروق نيوز

الأجوبة		تشاهد برامج الشروق نيوز
النسبة %	العدد	
34.3%	80	عبر البث الحي
27.9%	65	مشاهدة الإعادة في التلفزيون
37.8%	88	مقاطع على الميديا الاجتماعية
100%	233	المجموع

- 1- فارس عطران، الفضائيات العربية ودورها الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان - الأردن، 2009، ص 142.
- 2 - ثريا البدوي، الاعلام والإصلاح السياسي في مصر، دراسة مسحية وفنومولوجية مقارنة بين الجمهور والنخبة، مستقبل وسائل الاعلام العربية، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، الجزء الأول، القاهرة- مصر، مايو 2005، ص 32.
- 3 - حنان يوسف، دور المادة الإخبارية التلفزيونية في تدعيم مفهوم المشاركة السياسية لدى شباب القاهرة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، مصر، 1996، ص 38.
- 4 - فاضل حنا، التلفزيون ماله وما عليه وما مدى تأثيره على الأطفال، ط1، مؤسسة الرسالة، القاهرة - مصر، 2002، ص 23.

يوضح الجدول (7) أعلاه والذي يمثل توزيع أفراد العينة حسب متغير نوع الوسيلة التي يعتمد عليها الأساتذة لمشاهدة برامج الشروق نيوز، وقد أجاب أغلبهم أنهم يتابعونها عبر مقاطع على الميديا الاجتماعية بنسبة 37.8%، تلتها نسبة 34.3% للمبحوثين الذين يفضلون متابعة البرامج عبر البث الحي، وجاءت في المرتبة الثالثة نسبة 27.9% للمبحوثين الذين أجابوا أنهم يقومون بإعادة المشاهدة في التلفزيون. وما يلاحظ من خلال هذه النتائج أن هؤلاء الأفراد يعتمدون في الغالب على الميديا الاجتماعية من أجل مشاهدة القنوات التلفزيونية، فهم يعتمدون على ما تتيحه الأنترنت من خدمات جديدة أصبحت تغني عن شاشة التلفزيون، وتلبي مزاج الشباب غير الصبور المدمن على المشاهدة الخاطفة. مما يتماشى مع سلوكياتهم في مواقع الشبكات الاجتماعية.<sup>1</sup> بالإضافة إلى حيازة القناة على صفحات رسمية على كل المنصات الاجتماعية.

وبعدها تأتي نسبة أفراد العينة الذين يشاهدون القناة عبر البث الحي على التلفزيون وهذا يُفسر على أن المجتمع الجزائري لازال يولي أهمية لمتابعة البرامج التلفزيونية على شاشات التلفزيون فور بثها. أما الذين أجابوا أنهم يتابعون البرامج وقت إعادة البث، فيمكن أن يكون نتيجة للالتزامات المبحوثين في أوقات معينة.

الجدول رقم (08): جدول يوضح دوافع مشاهدة الأساتذة لقناة الشروق نيوز

الأجوبة		دوافع المشاهدة
النسبة %	العدد	
38.2%	105	الاهتمام بالشؤون الداخلية والأخبار المحلية
24.7%	68	تنوع مواضيع البرامج المعروضة
10.2%	28	تعزيز الانتماء الوطني
9.8%	27	إمكانية التفاعل مع البرامج ومشاركة الآراء والتجارب
12.7%	35	متابعة البرامج الثقافية والتعليمية
4.4%	12	عوامل أخرى
100%	275	المجموع

1 - نصر الدين العياضي، جمهور الإنتاج السمعي البصري والخوارزميات: الترويض المتبادل، متاح على الموقع: <https://nlayadi.com>، شوهده يوم 2022/01/16 سا 23.

يبين الجدول (8) أعلاه دوافع تفضيل أفراد العينة لبرامج الشروق نيوز حسب المضمون المقدم فيها، حيث أجاب معظم المبحوثين اهتمامهم بالشؤون الداخلية والأخبار المحلية بنسبة 38.2% أي ما يعادل 105 مفردة من مجموع تكرارات العينة، ويليهما تنوع مواضيع البرامج المعروضة بنسبة 24.7% ثم في المرتبة الثالثة متابعتهم للبرامج الثقافية والتعليمية بنسبة 12.7%، كما أشار 10.2% من المبحوثين أن الإحساس بالانتماء الوطني يدفعهم لمتابعة القناة، فيما يفضلها البعض نظرا لإمكانية التفاعل مع البرامج ومشاركة الآراء والتجارب بنسبة 9.8%، بالإضافة إلى عوامل أخرى بنسبة 4.4% من مفردات العينة يفضلون القناة لأن شبكتها البرمجية تنسم بالحدثة، كما أنها تركز على فئة الشباب وقضاياهم.

يتضح من الجدول أن دوافع الأساتذة من التعرض لقناة الشروق نيوز، تتداخل ما بين الدوافع المنفعية Instrumental motives والمتعلقة بالحصول على الأخبار والمعلومات التي تهتم الأسرة والمجتمع وكل الشؤون المحلية، والذي تتعاضد مكانته بشكل مستمر، إذ أصبحت تعد مصدرا مهما لإشباع حاجياته المعرفية.

كما نجد درجة اهتمام بين دوافع تتعلق بتنوع المواضيع من ثقافية وتعليمية لتنمية العقل والفكر بتضمينها أي المواضيع لمعلومات جديدة.

الجدول رقم (09): جدول يوضح رأي الأساتذة عما إذا كانت برامج قناة الشروق نيوز هادفة

هل تتصور أن برامج الشروق نيوز هادفة	التكرار	النسبة %
نعم	120	79.5%
لا	6	4%
لا أدري	25	16.6%
المجموع	151	100%

يبين لنا الجدول (9) أعلاه رأي الأساتذة والطلبة عما إذا كانت برامج قناة الشروق نيوز هادفة، واتفقت الأغلبية أن الشبكة البرمجية هادفة بنسبة 79.5% أي ما يمثل 120 مفردة من مجموع تكرارات العينة، وصرحت نسبة 4% أن البرامج غير هادفة، فيما أجاب 16.6% من مجموع المبحوثين "لا أدري".

ويمكن تفسير هذه النتائج بأن الجمهور يرى البرامج التي تبث عبر القناة تسعى لإعلام أكبر عدد من المشاهدين بما يحدث حوله على كل الأصعدة بطريقة مناسبة، فالأفكار والقيم والسمات التي تظهر في المواد التلفزيونية، هي في حقيقة الأمر منسجمة، ومتناغمة، ومتسقة مع بعضها، ولا تعارض بينها ولا تناقض ولا

تتأفر، إذ تُعبر عن سياسات القائمين على هذه الوسائل الذين يستهدفون أكبر عدد من الجمهور، فالدور الذي يقوم به التلفزيون هو ترسيخ الثقافات السائدة وتمثيل المجتمع.<sup>1</sup>

### 3.1- عرض وتحليل نتائج المحور الثالث: التصورات المرتبطة بقناة الشروق نيوز وصورتها

الجدول رقم (10): جدول يوضح درجة اهتمام القناة بالقضايا المحلية

الاختيارات	التكرار	النسبة %
عالية	57	37.7%
متوسطة	34	22.5%
مقبولة	56	37.1%
منخفضة	4	2.6%
المجموع	151	100%

يوضح الجدول (10) أعلاه درجة اهتمام القناة بالقضايا المحلية، وجاء في المرتبة الأولى درجة الاهتمام "عالية" بنسبة 37.7% تليها درجة اهتمام مقبولة بمعدل 37,1%، بعدها نسبة 22.5% من مفردات العينة ترى المعالجة متوسطة، وأخيرا درجة منخفضة بنسبة 2.6%.

يتضح لنا من الجدول أعلاه أن رأي أغلبية مفردات العينة حول اهتمام قناة الشروق نيوز بعرض القضايا المحلية عالي، وبالعكس من ذلك رأت نسبة قليلة جدا أن الاهتمام منخفض، فمن خلال هذه المعطيات ونظرا لطبيعة القناة (إخبارية وطنية) فمن المؤكد أن اهتمامها بالقضايا المحلية يحتل الصدارة بتطرقها للقضايا التي تشغل المواطن وتؤثر في حياته، في محاولة لفهم المشاغل وكشف مسبباتها وإيجاد الحلول لها.

ويرجع ذلك كون القناة جزائرية خاصة تهتم بالشأن المحلي بالدرجة الأولى وأحد أهدافها كما تطرقنا إليه سابقا في الجانب المنهجي: نقل الأحداث والمستجدات الوطنية والدولية برؤية موضوعية وحيادية. وتغطية الأحداث الوطنية.

1 - كمال بلحاج، نظريات الاعلام والاتصال، الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، 2020، ص 133.

الجدول رقم (11): جدول يوضح مدى توافق برامج الشروق نيوز مع اهتمامات المبحوثين

النسبة %	التكرار	الاختيارات
19.9%	30	نعم
9.3%	14	لا
70.9%	107	إلى حد ما
100%	151	المجموع

يُبين لنا الجدول (11) أعلاه مدى توافق برامج الشروق نيوز مع اهتمامات المبحوثين، وعبرت نسبة 70.9% من المبحوثين عن ذلك بـ "إلى حد ما" ثم جاءت المرتبة الثانية "نعم" بـ 19.9%، وجاء في المرتبة الأخيرة الجواب "لا" بنسبة 9.3%.

تدل الإجابات السابقة على أن جمهور الشروق نيوز راضٍ إلى حد ما عن البرامج التي تُعرض على شاشاته أو ربما توقيت البث فالمشاهدين يتابعون برامجهم الخاصة بما يسمح به وقتهم دون أن يسألوا لماذا بُثت هذه الحصة التلفزيونية أو تلك في هذا الوقت أو ذلك.

وهذه النتيجة تُؤكد ما توصلنا إليه سابقاً (الجدول رقم 4) عن مدى متابعة البرامج حيث يُتابع الأساتذة وطلبة علوم الاعلام والاتصال أحيانا تلك البرامج، أي لما تتوافق مع اهتماماتهم.<sup>1</sup>

فالمشاهدون تحرروا من استبداد الشركات التلفزيونية وأصبحوا يتقلون بخفة وسرعة من قناة تلفزيونية إلى أخرى، تاركين البرامج التي لا تثير اهتمامهم في تلك الآونة.

أما مفردات العينة الذين أجابوا "نعم" هم من يتابعون البرامج التلفزيونية على القناة دائما (جدول رقم 4)

الجدول رقم (12): جدول يوضح أبرز وظائف الشروق نيوز

الأجوبة		أبرز وظائف الشروق نيوز
النسبة %	العدد	
32.6%	113	التغطية الإخبارية لما يحدث على المستوى المحلي والدولي
25.9%	90	التعبير عن آراء مختلف شرائح المجتمع

1 - عبد القادر قطشة، البرمجة والبرامج في التلفزيون ... بين ذوق المشاهدة والبحث عن الجمهور، مجلة البحوث والدراسات العلمية، المجلد 8، العدد 1، جويلية 2014، ص 130.

37	10.7%	إعلانات لترويج المنتجات
34	9.8%	الترفيه والتسلية
31	8.9%	المساهمة في التعليم والتنقيف
6	1.7%	الرقابة على مؤسسات الدولة
36	10.4%	المساعدة في تكوين اتجاهات جديدة والتشاور حول القضايا
347	100%	المجموع

يتضح من خلال الجدول (12) أعلاه والذي يُبين أبرز وظائف قناة الشروق نيوز أن التغطية الإخبارية لما يحدث على المستوى المحلي والدولي احتلت المرتبة الأولى بنسبة 32.6% يليها التعبير عن آراء مختلف شرائح المجتمع بنسبة بلغت 25.9%، وجاءت وظيفة الإعلانات، وتكوين اتجاهات جديدة والتشاور حول القضايا نسب متقاربة، تليها نسبة 8.9% للمساهمة في التعليم والتنقيف، وأخيرا الرقابة على مؤسسات الدولة بنسبة 1.7%.

ذكرت معظم الدراسات الإعلامية حتى بداية الربع الأخير من القرن العشرين أن وظيفة الاعلام هي الإبلاغ، أي نشر الأخبار وتكوين رأي حوله أي تفسيره وشرحه للمتلقي، بالإضافة إلى التسلية والإمتاع. لتشهد بعد ذلك الخدمة الإعلامية توسعا شمل وظائف تسويقية وخدمائية. تتطابق النتائج أعلاه تقريبا مع ما تهدف إليه القناة لبثها أخبار وبرامج متنوعة تستهدف جميع شرائح المجتمع باختلاف مستوياتهم التعليمية.

بالنظر إلى بيانات الجدول أعلاه نلاحظ أن التغطية الإخبارية لما يحدث على المستوى المحلي يدل على اهتمام القناة بالشأن المحلي وذلك لأن الخبر المحلي غالبا ما يكون موضع اهتمام وانتباه أكبر قاعدة محلية ممكنة.<sup>1</sup> بالإضافة إلى التعرض لمختلف القضايا الإقليمية والدولية، حيث يتميز التلفزيون بحيازته على أوسع جمهور.<sup>2</sup>

1 - محمد معوض بركات عبد العزيز، الخبر الإذاعي والتلفزيوني، دار الكتاب الحديث، القاهرة - مصر، 2000، ط3، ص171.

2 - J, M .Utard , A. Tempf, **Communication d' entreprise et publicité** , Ed techno plus , paris, 1992, P 137.

فالوظيفة الإخبارية من أهم وظائف الاعلام وهي جوهر صناعة الاعلام المعاصرة. والخبر أساس المعرفة ومن دونه لا يمكن أن نفهم ما يجري في عالمنا المعاصر.<sup>1</sup> لذلك من المهم أن يوضع المواطن الجزائري في سياق الأحداث لمناقشة القضايا التي تهتمه، فهدف الإعلام أيضا هو التوعية والإرشاد.

الجدول رقم (13): جدول يوضح العوامل التي بإمكانها رفع نسبة مشاهدة برامج قناة الشروق نيوز

الأجوبة		أبرز وظائف الشروق نيوز
النسبة %	العدد	
14.1%	47	زيادة الاهتمام بمضمون البرامج
20.1%	67	زيادة خبرة وكفاءة مقدم البرامج
14.1%	47	زيادة الاهتمام بأسلوب تقديم البرنامج
9%	30	الإعلام عن برنامجه الحوارى قبل تقديمه
22.5%	75	انتقاء الضيوف بشكل جيد
20.4%	68	تناول مواضيع أكثر حساسية وجرأة
100%	334	المجموع

يتضح من خلال الجدول (13) أعلاه العوامل التي يمكن لها أن تزيد في درجة مشاهدة البرنامج، وجاء في المقدمة انتقاء الضيوف بشكل جيد بنسبة 22.5%، وتناول مواضيع أكثر حساسية وجرأة وزيادة خبرة وكفاءة مقدم البرنامج بنسبة 20.4% و 20.1% على التوالي، وزيادة الاهتمام بأسلوب تقديم البرنامج بنسبة 14.1% وأخيرا الإعلان عن البرنامج قبل تقديمه بنسبة 9%.

ويمكن تفسير ذلك بأن الجمهور يهتم بالبرامج التي يغلب عليها تبادل وجهات النظر بين القائم بالاتصال أي الإعلامي والقناة، وبين الضيوف حسب نوع البرنامج وموضوعه، وهذا قد يُعطي للمشاهد إحساسا أنه هناك من يعبر عن رأيه أيضا، كما أن زيادة كفاءة المُقدم وخبراته وتوظيفه لغة مناسبة لجميع شرائح المجتمع يُعتبر عاملا أساسيا في زيادة درجة المشاهدة خصوصا إذا تعلق الأمر بجمهور من مستوى عالي كما هو الحال في دراستنا. ويلعب عامل الاهتمام بأسلوب ومضمون البرنامج مكانة مرتفعة إذ أن

1 - محمد سيد محمد، المسؤولية الإعلامية في الإسلام، مكتبة الخانجي للطباعة والنشر والتوزيع، الرياض، 1983، ص 22.

مقدمي البرامج يستخدمون لغة أحيانا لغة جد بسيطة قد لا ترقى لمفردات عينة البحث وهو أسلوب يعتمد عليه التلفزيون في استقطاب أكبر عدد من الجماهير.

#### 4.1- عرض وتحليل نتائج المحور الرابع: تموقع اللغة الإعلامية ببرامج الشروق نيوز:

الجدول رقم (14): جدول يوضح مدى تأثير مقدم برامج الشروق نيوز على متابعة القناة

الاختيارات	التكرار	النسبة%
نعم	111	73.5%
لا	40	26.5%
المجموع	151	100%

يبين الجدول (14) أعلاه مدى تأثير مقدم برامج الشروق نيوز، على المبحوثين في متابعة البرامج، وأجابت الغالبية بنعم وذلك بنسبة بلغت 73.5% أي ما يعادل 111 مفردة من مجموع تكرارات العينة، أما نسبة المبحوثين الذين لا يتأثر اهتمامهم بالبرنامج بسبب مقدم البرامج فقد بلغت 26.5%

ويمكن تفسير هذه النتائج بناء على مفهوم محمد عبد الحميد " بأن القائم بالاتصال الذي يقوم ببث الرسائل الإعلامية، له دور فعال في التأثير على المُتلقي، والذي يترتب عليه إقناعه بالفكرة المُراد إيصالها. فالقائم بالاتصال يبدأ عملية الاتصال بإرسال الفكرة أو الرأي أو المعلومات من خلال الرسالة التي يقوم بإعدادها، وقد يكون هذا الشخص مصدر الفكرة، الرأي، المعلومات أو الفكرة، أو قد لا يكون كذلك، وقد يكون مصدرها فرد آخر كما يظهر واضحا في عملية الاتصال من خلال المؤسسات الإعلامية التي يقوم أفرادها بالاتصال بالمصدر للحصول على المعلومات أو الأخبار على المباشر أو إعادة صياغتها ونشرها بعد ذلك للجمهور.<sup>1</sup>

انطلاقا مما سبق، وبالأخذ بعين الاعتبار أن عينة الدراسة تتمثل في أساتذة وطلبة الإعلام والاتصال، فإن اهتمامهم بالمقدم يدل على اطلاعهم بدوره وأنه المسؤول على ارسال الرسائل الإعلامية في غالب الأحيان.

1 - علا عبد الراضي، العوامل المؤثرة في الأداء المهني للقائم بالاتصال بوسائل الاعلام الإقليمية في ظل الثورة التكنولوجية، المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، كلية الاعلام، جامعة بني سويف، ديسمبر 2020، ص338.

الجدول رقم (15): جدول يوضح صفات المُحاور أو المُقدم في برامج الشروق نيوز:

الأجوبة		صفات المحاور أو المقدم
النسبة %	العدد	
30.3%	97	المهارة الاتصالية
20%	64	المنافرة والجرأة
17.5%	56	السمات التقديمية
7.8%	25	اللاتقليدية والتجديد
24.4%	78	مراعاة الذوق العام
100%	320	المجموع

يبين الجدول (15) أعلاه صفات المُحاور أو مُقدم برامج الشروق نيوز، فتوصلنا أن المهارة الاتصالية هي السبب الأول والدافع الأول لمتابعة برامج القناة وهذا بنسبة 30.3%، أما بنسبة 24.4% فكانت لتمييزهم بمراعاة الذوق العام بالإضافة إلى المنافرة والجرأة والسمات التقديمية بنسبة 20% و 17.5% على التوالي، فيم احتلت آخر الترتيب نسبة 7.8% للتجديد واللاتقليدية.

وما يلاحظ أن الجمهور يبحث في الإعلامي بقناة "الشروق نيوز" عن يتميز بمهارات اتصالية واضحة، وهذا ما يجذبهم ويدفعهم للإقبال عليها، وهذا يدل على كفاءة ومهنية الإعلامي، ولا شك أن نجاح أي رسالة إعلامية يقف وراءه القائمين بالاتصال، كل فرد لوحده، والفريق كله بشكل جماعي.

أما بخصوص مراعاة الذوق العام فمن المعروف أن الفرد الجزائري يتشبث بقيمه ولا يقبل ما يمكن أن يكون خارجا عن الثقافة السائدة بالمجتمع، فالأفراد ينجذبون للقائم بالاتصال الذي يشبههم، ويرى باحثون أن عنصر التشابه في الخصائص الفكرية أو العقائدية بين المتلقي والقائم بالاتصال أكثر قوة وتأثيرا من التشابه في الخصائص السكانية.<sup>1</sup>

1 - كمال الحاج، نظريات الاعلام والاتصال، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، 2000، ص41.

أما المناورة والجرأة التي يتسم بها الإعلاميون، فهي من أهم ما جاء به الانفتاح الإعلامي بعد القانون العضوي لسنة 2012، وهذا ما افتقده التلفزيون الرسمي الجزائري لسنوات، فالإعلاميون فيه كانوا مقيدين بسياسة إعلامية محددة تجعلهم أقل جرأة وحرية.

الجدول رقم (16): جدول يوضح الأساليب التقديمية التي يستخدمها مقدم برامج الشروق نيوز:

الأجوبة		الأساليب التقديمية
النسبة %	العدد	
11.2%	22	أسلوب التقديم العاطفي
24%	47	أسلوب التقديم الحماسي
6.6%	13	أسلوب التخويف في التقديم
58.2%	114	أسلوب التقديم الهادئ والعقلاني
100%	196	المجموع

يبين الجدول (16) أعلاه والمتعلق بالأساليب التقديمية أو الإقناع أن أسلوب التقديم الهادئ والعقلاني الاستمالات العقلانية **Rational appeals** احتل الصدارة بنسبة وصلت 58.2% حيث وصلت مجموع تكرارات العينة إلى 114 مبحوث، يليه مباشرة أسلوب التقديم الحماسي بنسبة 24%، ويحتل المرتبة الثالثة أسلوب التقديم العاطفي بنسبة 11.2%، وأخيرا أسلوب التخويف في التقديم بنسبة 6.6%.

ونفسر تصدر أساليب الإقناع العقلانية بأن الإعلامي المتمكن يكون شبيها بالباحث العلمي، لذا يجب أن يتجاوز دوره المتمثل بمجرد الأداء الإعلامي المعتاد وهو تقديم مجموعة من الأنباء للجمهور عن الأحداث، بل يعتمد على مخاطبة العقل، والإقناع بتقديم بيانات ومعلومات عن الأحداث، إعطاء الأرقام والإحصاءات، تقديم الحجج والبراهين وأخيرا بناء النتائج على مقدمات.<sup>1</sup>

1 فيم تعتمد أساليب التقديم الحماسي والعاطفي، على ترغيب الجمهور وإقناعه ومحاولة استمالة دوافعه. فتؤثر في حاجاته النفسية والاجتماعية لتحقيق أهداف معينة يقصدها القائم بالاتصال، وتعتمد الاستمالات العاطفية Emotional Appeals على عدة نقاط أهمها:

- استخدام الأساليب اللغوية:

يمكن استخدام أساليب لغوية كثيرة عند صياغة الرسالة الإعلامية مثل التشبيه والاستعارة والكناية.

- استخدام دلالات الألفاظ والمعاني:

غياب معنى الرموز الاتصالية يفقدها قيمتها كمثيرات اجتماعية في مختلف عمليات الاتصال، وذلك باعتبار اللغة في مفهومها العام وسيلة للتفاهم والتواصل والتعبير عن العواطف والأفكار عامة، لا يُحدد مدلولها بالكلمات والعبارات فقط، بل كل ما يعبر به الفرد عن فكرة، انفعال، أو موقف، أو فكرة معينة. فالكلمات بالمعنى اللغوي هي كلمات محايدة ثم يُحرف المعنى ويُرسخ بمعناه الجديد وهو ما يطلق عليه علماء اللغة "الحقيقة العرفية للغة".<sup>2</sup>

-بالإضافة إلى استخدام أفعال التفضيل، كذلك الاستشهاد بمصادر لها وزنها وسلطتها في المجتمع، واستخدام الشعارات والرموز.<sup>3</sup>

فيم تلعب استمالة التخويف على الإثارة العاطفية لدى المُستقبل، وذلك بالتركيز على النتائج غير الإيجابية في حالة عدم الاستجابة لتوصيات القائم بالاتصال، ولكي يتأثر المتلقي عاطفياً، عند تعرضه للرسالة الإعلامية لأبد من التركيز على مضمون الرسالة الإعلامية بحيث يكون لها معنى عنده، ويكون مصدر الرسالة قويا ويتمتع بالمصداقية، وامتلاك المتلقي تحصين عاطفي سابق نتيجة تعرضه لخبرات اتصالية سابقة.<sup>4</sup>

1 - خرشي زكي، الأساليب الإقناعية المستخدمة في برامج التلفزيون العمومي الجزائري للتوعية بالتلقيح ضد كوفيد 19- دراسة تحليلية لعينة من برامج هذا الصباح على قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 6، العدد 2، جوان 2022، ص 553-565.

2 - كمال الحاج، مرجع سابق، ص 54.

3 - المرجع نفسه، ص 53-54.

4 - المرجع نفسه، ص 55.

الجدول رقم (17): جدول يوضح العوامل المؤثرة في تفضيل الأساليب التقديمية التي يستخدمها مقدم

البرامج

الأجوبة		العوامل المؤثرة في تفضيل الأساليب
النسبة %	العدد	
33.5%	74	أسلوب المقدم يتيح استفادة كبيرة
39.4%	87	أسلوب المقدم ينم عن ثقافة واسعة
27.1%	60	الأسئلة المطروحة تعبر عما يجول بذهني
100%	221	المجموع

يوضح لنا الجدول (17) أعلاه وجهة نظر الأساتذة والطلبة الجامعيين عن العوامل المؤثرة في تفضيل الأساليب التقديمية التي يستخدمها الإعلامي، وجاءت في المرتبة الأولى عامل الثقافة الواسعة التي يتمتع بها المقدم بنسبة 39.4%، تليها في المرتبة الثانية الاستفادة الكبيرة من هذه القناة بنسبة 33.5%، أما نسبة 27.1% من مجموع العينة ترى أن أساليب تقديم البرامج "تعبر عما يجول بذهنهم". ومنه نفسر هذه النتائج على أن اختيار المعلومات الأنسب للموضوع من عدة زوايا يؤدي إلى تحقيق الأهداف التي يتوقعها المشاهد، وهذا ما استنتجناه من جدول "صفات المَحاور" التي تدل على كفاءته ومهنيته.

أما الأساتذة الذي يفضلون البرامج لما تتيحه من استفادة، فهذا أمر مهم جدا أيضا حيث أن أي موضوع لا يهتم به المستقبل، أو لا يمكن إثارة اهتمامه به، سوف يجعل المستقبل عازف عن متابعته، وهذا يعني تولد النفور لديه، مما يحول دون تحقيق الأهداف لعدم وصول الرسالة إليه، ولاستقطاب المستقبل، لا بد من أن يختار مصمم البرنامج موضوعا يهتم به المستقبل أو أن يكون قادرا على إثارة اهتمامه به منذ اللحظات الأولى.<sup>1</sup>

وآخر خيار والمتعلق بكون الأسئلة المطروحة تعبر عما يجول بذهن المستقبل، فهذا منطقي لأنه ما من برنامج قادر على إجلاس المشاهد لمدة ساعة، أو نصف ساعة، ليسمع ويشاهد أصواتا وصورا لا تحقق له أي غاية يريدتها هو، مهما كانت أهمية الموضوع بالنسبة له، أو بالأحرى أن أهمية الموضوع بالنسبة له

1 - عبد الفتاح علي، الإعلام الاجتماعي، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 26.

تكمن بين طيات الغايات التي يحققها هذا الموضوع له، وليس من الضروري أن تكون هذه الغايات هي معلومات تمنحه الفائدة، أو ما يحققه الإمتاع العقلي، أو الوجداني له، بل ربما تكون غايات تتعلق بالترويح فقط.<sup>1</sup>

وبهذا يمكننا إجمال ما سبق ذكره أنها كلها عوامل مهمة لنجاح البرامج الإعلامية.

الجدول رقم (18): جدول يوضح طبيعة اللغة المستخدمة للتعبير عن القضايا المطروحة من قبل المُحاور والضيوف:

الأجوبة		طبيعة اللغة المستخدمة من الضيوف
النسبة%	العدد	
30.9%	79	اللغة العربية الفصحى
31.6%	81	العامية الدارجة
1.6%	4	اللغة الأمازيغية
3.1%	8	اللغة الأجنبية الفرنسية الإنجليزية
32.8%	84	لغة مختلطة
100%	256	المجموع

يوضح الجدول (18) أعلاه طبيعة اللغة المستخدمة للتعبير عن القضايا المطروحة من قبل المُحاور والضيوف، واتفقت نسبة 32.8% أي ما يمثل 84 مفردة من عينة الدراسة أن اللغة المستخدمة تمثلت في لغة مختلطة، تليها بنسبة متقاربة جدا العامية الدارجة ب 31.6%، وبعدها اللغة العربية الفصحى بنسبة 30.9%، لتأتي اللغة الأجنبية من فرنسية، انجليزية ثم اللغة الأمازيغية بنسب ضعيفة جدا مقارنة بمجموع تكرارات العينة بنسب 3.1% و 1.6%.

تبين من نتائج الجدول أن اللغة المختلطة المكونة من مزيج من اللغة العربية الفصحى، العامية، وحتى الفرنسية طغت على برامج القناة، وهذا لاقتربها من واقع الفرد الجزائري الذي يستعمل أكثر من لغة عند حديثه.

فالقناة اعتمدت على المزج بين اللغة العربية الفصحى والعربية بالتطرق لمصطلحات مألوفة لدى الجمهور، فاللغة العامية يوظفها القائم بالاتصال ليكون قريبا من المشاهد ويمزجها بالفصحى، ليكون المحتوى الإعلامي مفهوما لدى الجميع. ويرجع توظيف اللغة العربية الفصحى والمختلطة إلى كون ضيوف البرنامج مثقفين.

وتأتي لغة الإعلام من مصادر أساسية:<sup>1</sup>

تتمثل الأولى في اللغة العربية الفصحى أو فصحي التراث، وهي الأساس فيها، لأنها أعطتها المفردات ونظام التركيب أي المستوى النحوي للغة العربية أي اللغة الأصلية. وتُعرف باللغة المعيارية Standard Language أو اللغة النموذجية، وتسمى اللغة القومية National Language لأنها تجمع المجتمع على لسان قوم واحد، أو اللغة المشتركة.<sup>2</sup>

أما المصدر الثاني يأتي من اللغات الأجنبية التي أثرت في العربية مباشرة في مرحلة الاستعمار وفي مرحلة الذين درسوا في البلاد الأجنبية، وبصورة غير مباشرة من الترجمة المستمرة والمتزايدة في فروع المعرفة كلها.

ثالثا: اللهجات العامية التي أخذت منها وسائل الإعلام مفردات وتراكيب، أحدثت أحيانا تغييرا في نظام الجملة. كما جاء به J.B Marcellesi في قوله "بإمكاننا تحديد ميدان استعمال المصطلح انطلاقا من الرقعة الجغرافية ' لهجة التأدية'<sup>3</sup> واللهجة تنوع للعامية.

وعرفها J.Du Bois في قوله: " اللهجة شكل من أشكال اللغة، لها نظام خاص على المستوى الإفرادي والتركيبى والصوتي، وتستعمل في محيط ضيق بالمقارنة مع اللغة نفسها." والذي يفرق بين لهجة وأخرى هو الاختلاف الصوتي.<sup>4</sup>

فحدوث التداخل بين اللغة الفصيحة والعامية، تولدت عنه لغة هجينة، واللغة الثالثة هذه التي صارت لغة الإعلام المعتمدة، هي منزلة بين منزلتين، فلا هي لغة فصيحة ولا هي لغة عامية.<sup>5</sup>

1 - محمد فياض، القنوات الفضائية وتوظيف اللغة العربية لخدمة قضايا الوحدة الوطنية، المؤتمر الدولي السابع للغة العربية، ص162.

2 - بلجيلالي مريم، مرجع سابق، ص33

3 - مادن سهام، بين العامية والفصحى، مجلة كلية العلوم الإسلامية-الصراط، السنة 5، العدد 10، ذو القعدة 1425هـ، ديسمبر 2004، ص 155.

4 - إبراهيم أنيس، في اللهجات العربية، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 2009، ص 16.

5 - بلجيلالي مريم، مرجع سابق، ص204.

الجدول رقم (19): جدول يوضح مدى سهولة ووضوح اللغة الإعلامية الموظفة بقناة الشروق نيوز ومساهمتها في تأدية وظيفتها الإخبارية من خلال التغطية الشاملة للأحداث:

الاختيارات	التكرار	النسبة %
نعم	137	90.7%
لا	14	9.3%
المجموع	151	100%

يوضح الجدول (19) أعلاه نظرة الأساتذة والطلبة الجامعيين للغة الإعلامية الموظفة بقناة "الشروق نيوز" ومدى مساهمتها في تأدية وظيفتها الإخبارية، وإذا ما كانت تغطي مجمل الأحداث بوضوح وبساطة، إذ يعتبر 90.7% من مجموع أفراد العينة أنها كذلك وتقوم بمهمتها بصورة كاملة وواضحة، ويرجع ذلك إلى مستوى اللغة المستخدمة في برامجها، وهذا ما يؤكد ما عُرض في الجدول السالف الذي يوضح طبيعة اللغة المستخدمة للتعبير عن القضايا المطروحة من قبل المحاور والضيوف، وهي دلالة أن اللغة المختلطة التي وظفت تقوم بإيصال الرسالة الإعلامية بالشكل المناسب.

من بين أركان العملية الإعلامية التي صاغها عالم الإعلام والسياسة الشهير "هارولد لازويل Harold Lasswell" في إشكالية من؟ بأي وسيلة؟ بأي تأثير؟

نذكر عنصر "يقول ماذا Say What؟ أي الرسالة message أو المضمون الذي وضعه المرسل في شكل رمز coding وهو أساس رموز لغوية، ومن أساليب تقديم الرسالة الإعلامية الوضوح والضمنية.<sup>1</sup>

وتتدخل عدة عوامل في إنجاح الرسالة الإعلامية لتحقيق اشباع المستقل، نذكر منها:

- وضوح موضوع الرسالة الإعلامية وتناسبها مع خبرة الجماهير، وذلك بهدف جذب اهتمامهم بتوصيل المعلومات بطريقة سهلة وميسرة.
- استخدام الخبرات السابقة للجمهور، وهذا بتوظيف الألفاظ الشائعة في الكلام بين المتلقين واللهجات المختلفة بالبلد.

- استشعار الجمهور أن المضمون الإعلامي يتضمن حلولاً لمشاكلهم.

لذا فمن المهم جداً أن تتكيف الرسالة الإعلامية مع الظروف والمواقف المختلفة وتتصف بالمرونة.<sup>2</sup>

1 - رضا عكاشة، تأثيرات وسائل الإعلام من الاتصال الذاتي إلى الوسائط الرقمية المتعددة، مكتبة العالمية للنشر والتوزيع، ط1، 2006، صص 35-36.

2 - بلجيلالي مريم، مرجع سابق، ص 145.

الجدول رقم (20): جدول يوضح ما إذا كانت اللغة المستخدمة هجومية، تشمل الشتم والاتهامات بدون

حجج ورفع الصوت:

الاختيارات	التكرار	النسبة %
نعم	21	13.9%
لا	130	86.1%
المجموع	151	100%

يبين الجدول (20) أعلاه مدى عنف اللغة المستخدمة حسب المبحوثين، حيث أجابت الأغلبية بمجموع 130 مفردة وهو ما يمثل نسبة 86.1% أن اللغة لم تكن هجومية، فيم رأى 13.9% أنها كذلك. ويرجع ابتعاد قناة الشروق نيوز عن توظيف عبارات عنيفة، شتم أو اتهامات، لاحترام القناة للمعايير الأخلاقية التي تنص عليها مهنة الاعلام، تقاديا للفن وتهديد الصالح العام للبلد، والالتزام فقط بعرض الحقائق بحجج واحصائيات بعيدا عن كل مبالغة أو تضليل اعلامي.

لما تكون اللغة الإعلامية هجومية تتسم مُعالجتها للأزمة بتبني خطاب تحريضي، واستخدام أسلوب دعائي ومعلومات مسطحة، وحقائق تم تأويلها بشكل مغلوط. وأداة لنقل وتحفيز خطاب الكراهية باستخدام كلمات ودلالات سلبية قوية تستهدف فئات معينة بناء على العرق أو الدين أو غيرها من الصفات،<sup>1</sup> وهذا قد يؤدي إلى نشر الفوضى بالمجتمع، وتُضيف خسائر مادية ومعنوية بالإضافة إلى ما قد تُخلفه الأزمة في حد ذاتها.<sup>2</sup>

1.5- عرض وتحليل نتائج المحور الخامس: اللغة الإعلامية أثناء الأزمة التي شهدتها

الجزائر-حرائق صيف 2021:

الجدول رقم (21): جدول يوضح المغالطات التي تضمنتها اللغة الإعلامية عند معالجة أزمة حرائق صيف 2021

الاختيارات	التكرار	النسبة %
نعم	26	17.2%

1 - العربي بوعمامة، خطاب الكراهية داخل منصات التواصل الاجتماعي، دار ألفا للوثائق للنشر والتوزيع، ط1، الجزائر، 2023، ص 65.

2 - مراد ميلود، المعالجة الإعلامية لمختلف الأزمات- تجربة الاعلام الجزائري أنموذجا، مجلة علوم الانسان والمجتمع، المجلد 6، العدد 4، 2017، ص 849.

43.7%	66	لا
39.1%	59	لا أدري
100%	151	المجموع

يبين الجدول (21) أعلاه إذا ما قامت القناة ببيث المغالطات المتعلقة بالأزمة التي شهدتها الجزائر صيف 2021 عند نقل الأخبار، وأجابت نسبة 43.7% ب "لا" بما يعادل 66 مفردة من مجموع تكرارات العينة، لتليها بنسبة متقاربة 39.1% من أجابت ب "لا أدري" وهو ما يمثل 59 مفردة من عينة البحث، فيم رأت نسبة 17.2% أن هذه التغطية الإعلامية شهدت مغالطات عند نقل الأخبار.

انطلاقاً من هذه النتائج، نرى بوضوح التزام القناة بمسئوليتها إزاء المجتمع عند تناول الموضوعات، فهي تهتم بالمقام الأول بما يحقق صالح الوطن والأمن والاستقرار في المجتمع عند معالجة موضوع أزمة الحرائق لما أثاره من رعب وهلع في أوساط المجتمع.

كما أن وسائل الإعلام قد تؤدي دوراً سلبياً في معالجة الأزمة عن طريق التعتيم الإعلامي القائم على التجاهل التام للأخبار ويكون هذا التعتيم مبني على إعلام أو تجاهل طرف من أطراف أو تجاهل كلي للأزمة وعدم التطرق لها.<sup>1</sup>

الجدول رقم (22): جدول يوضح الأساليب الإقناعية المعتمدة أثناء أزمة الحرائق بقناة الشروق نيوز

النسبة %	التكرار	الأساليب الإقناعية المعتمدة أثناء الأزمة
9.9%	15	تهول وتضخم حجم الأزمة
15.9%	24	تنقص وتقلل من هول الأزمة
40.4%	61	الشرح والإقناع
33.8%	51	الإشادة بتعامل السلطة مع الأزمة
100%	151	المجموع

يوضح الجدول (22) أعلاه الأساليب الإقناعية المعتمدة أثناء أزمة الحرائق بقناة الشروق نيوز، احتلت النسبة الأعلى فئة الشرح والإقناع ب 40.4%، تليها نسبة 33.8% عن "الإشادة بتعامل السلطة مع الأزمة" ثم 15.9% "تنقص وتقلل من هول الأزمة" وأخيراً نسبة 9.9% "تهول وتضخم حجم الأزمة".

1 - مراد ميلود، مرجع سابق، ص 849.

بناء على ما تم التوصل إليه من نتائج على عينة الدراسة يمكن القول أن قناة الشروق نيوز، قامت بوظيفتها الإخبارية بطريقة مبسطة معتمدة على بيانات وأرقام عن عدد الحرائق، أماكنها والإمكانات المخصصة لإدارة هذه الأزمة وهذا بالإشادة بتعامل السلطات مع الكارثة الطبيعية من خلال بث تصريحات المسؤولين والتأكيد على تسخير الإمكانيات.

أما بالنسبة للفئة التي رأت أنها أنقصت حجم الأزمة فقد يكون راجع إلى الأداء المهني المُتزن والحدز في التطرق لبعض الأخبار خصوصا لما أرجع البعض أن سبب الحرائق بشري...وبالعكس من ذلك رأت فئة أن القناة عملت على تضخيم حجم الأزمة بالبث المتكرر لأخبار الحرائق ومتابعة التطورات بالإضافة إلى الوقت المخصص لها.

هناك اجماع حول الأساليب التي يستخدمها التلفزيون للقيام بوظائفه حتى تساعد الجمهور في تشكيل رأي صحيح حول المشكلة المراد تبليغها، وهذا يدل على أن الغاية الوحيدة التي ينشدها الاعلام هي الاقناع عن طريق المعلومات والحقائق والأرقام والإحصاءات.<sup>1</sup>

الجدول رقم (23): جدول يوضح طبيعة اللغة الإعلامية التي طغت في وصف الأزمة مقارنة بقنوات

تلفزيونية جزائرية أخرى:

الاختيارات	التكرار	النسبة %
اللغة العربية الفصحى	45	29.8%
العامية (الدراجة)	28	18.5%
اللغة الأمازيغية	3	2%
اللغة الأجنبية: فرنسية، انجليزية	3	2%
لغة مختلطة	72	47.7%
المجموع	151	100%

يوضح الجدول (23) أعلاه طبيعة اللغة الإعلامية المستخدمة بقناة الشروق نيوز لوصف أزمة الحرائق مقارنة بقنوات تلفزيونية جزائرية أخرى، وجاءت في المرتبة الأولى اللغة المختلطة بنسبة 47.7%،

1 - إمام إبراهيم، الاعلام والاتصال الجماهيري، مكتبة أنجلو المصرية، ط1، القاهرة - مصر، 1981، ص 11.

تليها اللغة العربية الفصحى 29.8%، أما المرتبة الثالثة كانت "العامية أو الدارجة" بنسبة 18.5%، فيما تساوت اللغة الأجنبية واللغة الأمازيغية بنسبة 2%.

وبالنظر إلى بيانات الجدول أعلاه يظهر لنا أن مستوى اللغة المختلطة حل في المرتبة الأولى مقارنة بتكرارات المستويات الأخرى في اللغة الإعلامية وهذا راجع إلى المستوى اللغوي المستخدم في بث الرسائل الإعلامية الذي يعتمد على مزيج من اللغة العربية الفصحى والعامية، بالإضافة إلى اللغات الأجنبية.

أما المستوى الثاني هو اللغة العربية الفصحى والذي يُعتمد في نقل الأخبار بدرجة أولى لأنها تنقل الأحداث والمواضيع بجدية والفصحى تُكسيها شيء من الجدية.<sup>1</sup>

وحدد "عبد العزيز شرف" ثلاث مستويات للتعبير اللغوي العربي، من بينهم المستوى الذي يُستخدم في الصحافة، وهو المستوى العلمي الاجتماعي العادي.<sup>2</sup> الذي يُعد حصيلة التفاعل بين الفصحى والعامية بالإضافة إلى استعمالهما معاً، وتتمو وتتطور هذه البيئة اللغوية وفقاً لحركة المجتمع فتؤثر وتتأثر به.<sup>3</sup>

فاللغة الإعلامية تقترب من الحديث الدارج ولكنها في الحقيقة ليست كذلك بل لها فنونها وقواعدها.<sup>4</sup> ومن أهمها محاولة تلبية رغبات الجمهور المتلقي الذي بدوره يقوم استيعاب وفهم الرموز الإعلامية المستعملة.<sup>5</sup> وفي هذا يقول الكاتب الألماني "جورج كلاوس" لمرسل المعلومات ومتلقيها مخزونات مشتركة

تؤدي إلى تحقيق الأثر المرجو.<sup>6</sup> ومنه انقسمت اللغة الإعلامية إلى فصحى و التي تخضع إلى قاعد الصرف والنحو، اللغة العامية الذي يتخاطب به الناس عفويا بدون التقيد بقواعد اللغة العربية والذي قد يكون مصحوبا باستعمال الكلمات الأجنبية، ولغة مختلطة بين المستويين السابقين .

**الجدول رقم (24): جدول يوضح أهم ما ميز عبارات اللغة الإعلامية الموظفة أثناء حرائق 2021**

الأجوبة		مميزات عبارات اللغة الإعلامية
النسبة	التكرار	

- 1 - أماني سعيد عبد السلام شريف، المستويات الإعلامية في الخطاب الإعلامي المرئي، دراسة تطبيقية لغوية، رسالة مقدمة لنيل ماجستير في اللغة العربية وأدبها، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، الأردن، 2008، ص38.
- 2 - شرف عبد العزيز، وسائل الإعلام ولغة الحضارة، مؤسسة مختار للنشر والتوزيع، القاهرة، 1997، ص 53.
- 3 - صالح بلعيد، دروس في اللسانيات التطبيقية، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2000، ص 114.
- 4 - راضية قراد، مرجع سابق، ص104.
- 5 - أحمد حمدي، لغة الأدب ولغة الإعلام، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 6-7، ربيع وخريف 1992، الجزائر، ص 161.
- 6 - المرجع نفسه، ص 65.

الوضوح والإيجاز	69	26.2%
الدقة في اختيار الألفاظ	40	15.2%
قوة الإقناع	46	17.5%
الإبلاغ والتأثير	45	17.1%
الموضوعية والعقلانية	45	17.1%
السطحية والإسفاف	18	6.8%
المجموع	263	100%

يوضح الجدول رقم (24) أهم ما ميز عبارات اللغة الإعلامية الموظفة أثناء حرائق 2021، يأتي في المرتبة الأولى الوضوح والإيجاز بنسبة 26.2%، تليها " قوة الإقناع" ثم "الإبلاغ والتأثير" بنسب جد متقاربة: 17.5% و 17.1%، تأتي بعدها نسبة 15.2% للدقة في اختيار الألفاظ، وأخيرا السطحية والإسفاف بنسبة 6.8%.

ويشير مجيء عبارة (الوضوح والإيجاز) في المرتبة الأولى إلى توظيف القناة لأسلوب مُبَسَّط يتناسب مع خصائص اللغة والطبيعة الإعلامية للقنوات التلفزيونية، وهو أسلوب يتناسب مع مختلف فئات المجتمع خصوصا ذوي التعليم المنخفض.

الجدول رقم (25): جدول يوضح مدى شفافية وموضوعية اللغة الإعلامية الموظفة خلال الأزمة

الاختيارات	التكرار	النسبة %
نعم	92	60.9%
لا	17	11.3%
لا أدري	42	27.8%
المجموع	151	100%

في الجدول (25) أعلاه يتوضح لنا أن التناول الإعلامي للأزمة التي شهدتها الجزائر والمتمثلة في حرائق 2021 كان بحيادية، موضوعية وشفافية حسب ما جاء به 60.9% من مجموع مفردات العينة، تليها

نسبة 27.8% أي ما يعادل 27 مبحوث أجاب "لا أدري" واحتلت الفئة التي أجابت "نعم" المرتبة الأخيرة بنسبة 11.3%

تناول الموضوعات بشفافية وموضوعية مطلقة شيء يتعذر وجوده بصفة مطلقة في الحياة وبالخصوص في عمل وسائل الإعلام، فكل إعلامي ووسيلة إعلامية ينتميان إلى ثقافة ما، سياسة تحريرية أو مصلحة تجارية أو وجهة شخصية. غير أن أخلاقيات الإعلام تفرض على وسائل الاتصال الجماهيرية عدم إساءة استخدام سلطة الاعلام والقيام بوظائفها بكل صدق وموضوعية، وإلا وقعت في التضليل الإعلامي بانتقاء الكلمات والحقائق وتوظيفها في سياق غير مناسب أو تجاهلها. وهو ما يُعرف بالتضليل بالانتقائية<sup>1</sup>.

لكن النتائج أظهرت رضا الجمهور عن أداء قناة الشروق أثناء أزمة الحرائق صيف 2021 بنسبة كبيرة، ويعود ذلك لالتزام قناة الشروق إلى حد ما بمجموعة من المعايير المهنية، من أهمها الإشارة لمصادر المعلومات واستضافة ضيوف متخصصين وذوي الخبرة بالإضافة إلى الاعتماد على الأرقام والاحصائيات. أما نسبة من النخبة أجابت "لا أدري" و" لا " يكون سببه أنها رأت قصورا في بعض الجوانب المهنية حيث يرجع ذلك إلى عدم عرض جميع عناصر الأزمة بمختلف أبعادها وجوانبها، من مسببات للأزمة وآثارها بالإضافة إلى التدابير المتخذة، كما قد يكون الإعلان عن المصادر أو عدمه تلاعبا بالرأي العام.<sup>2</sup> بالإضافة إلى غياب وجهات نظر مختلفة، وهذه الاتجاهات تعبر عن رغبة المبحوثين في احترام أكثر للمعايير والأداء المهنيين.

الجدول رقم (26): يوضح مدى اقتراب اللغة الإعلامية المستخدمة في معالجة الأزمة من الواقع الحي

النسبة%	التكرار	الاختيارات
70.9%	107	نعم
9.3%	14	لا
19.9%	30	لا أدري
100%	151	المجموع

1 - حسنين ضفيق، التضليل الإعلامي والغيوبية المهنية، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، 2011، ص138.  
2 - السعيد بومعيزة، التضليل الإعلامي وأفول السلطة الرابعة، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والاتصال، المجلد 9، العدد 18، الجزائر، ص 92.

يوضح الجدول (26) أعلاه مدى اقتراب اللغة الإعلامية المستخدمة في معالجة الأزمة من الواقع الحي، حيث أجاب نسبة 70.9% بأن اللغة المستخدمة لتغطية الأزمة تقترب من الواقع الحي، أما نسبة 19.9% أجابت "لا أدري"، فيما يرى 9.3% أنها ليست كذلك.

وتدل هذه الأعداد أن الأخبار التي تناولتها الشروق نيوز في معالجتها للأزمة كانت متشابهة مع غيرها في القنوات التلفزيونية العمومية والخاصة على حد سواء، أي عدم وجود تناقض في الأخبار المُتداولة وهذا ما ساعد الباحثين في الحفاظ على صورة ثابتة لوقائع الحرائق وما خلفته من آثار وما أحدثته من تغيير على مختلف المستويات. ولا يُمكن نقل المعلومات ومشاركة الأخبار بدون وعاء اللغة التي كانت واصفة ودقيقة كما جادت به نتائج دراستنا الخاص بجدول مميزات اللغة الاعلامية، كما تميزت بالشرح والتفصيل حسبما توصلت إليه الدراسة في الجدول الخاص بالأساليب الإقناعية.

فالإعلام هو فعالية فكرية إبداعية تتفاعل مع الواقع وتتجاوز مع الجمهور.

وتطرق العالم الفرنسي "إميل دركايم" إلى أن اللغة تُعبر من تلقاء نفسها عن حياة الجماعات

ومقتضيات العمران"<sup>1</sup>

ونظرا لما يشهده العالم من اهتمام بالغ بوسائل الإعلام، وإيماننا برسالته التي تعتمد على بث الأرقام والمعلومات، هناك علاقة اختيار متبادل بين وسائل الاعلام وجمهورها، حيث تميل وسائل الإعلام لاختيار جماهيرها أساسا عن طريق المضمون، وتميل الجماهير أيضا للاختيار من بين وسائل الإعلام على أساس المضمون أيضا.<sup>2</sup>

وتنص المسؤولية الأخلاقية لوسائل الاعلام على مبدأ تقديم العون للمحتاج والمتضرر خاصة في أوقات الأزمات والحروب، وممارسة النقد البناء حيث تعتبر وظيفة وسائل الاعلام النقد والتطرق إلى التجاوزات والنقائص في جميع مجالات الحياة، ومعالجة التجاوزات من أجل الإصلاح وتحسين الوضع، وليس التسبب في اضرار الآخرين، إن الالتزام بهذه المعايير يعتبر من أهم المسؤوليات الأخلاقية للإعلام.<sup>3</sup>

1 - كمال بشر، دراسات في علم اللغة، دار غريب للطباعة والنشر، ط1، القاهرة - مصر، 1998، ص38.

2 - محمد قارش، اللغة الإعلامية - المفهوم والتحديات، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، مجلد 8، العدد1، 2015، ص51.

3 - بن عمار شهرزاد، أخلاقيات الممارسة الصحفية في ظل الميديا الجديدة، دراسة ميدانية تحليلية على عينة من الصحفيين الجزائريين، أطروحة دكتوراه، قسم الإعلام والاتصال، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، الجزائر، 2019.

2. تحليل الجداول المركبة (تقاطع أسئلة المحاور مع متغيرات البيانات العامة):

الجدول رقم (27): يوضح نوعية البرامج المفضلة لدى مشاهدي قناة الشروق نيوز مع الجنس:

المجموع	الجنس		نوعية البرامج المفضلة	
	أنثى	ذكر		
98	48	50	التكرار	برامج سياسية
%95.1	%46.6	%48.5	%النسبة	
103	50	53	التكرار	برامج اجتماعية
%100	%48.5	%51.5	%النسبة	
55	35	20	التكرار	برامج رياضية
%53.4	%34.0	%19.4	%النسبة	
42	25	17	التكرار	برامج ثقافية
%40.8	%24.3	%16.5	%النسبة	
25	14	11	التكرار	برامج اقتصادية
%24.3	%13.6	%10.7	%النسبة	
45	28	17	التكرار	برامج دينية
%43.7	%27.2	%16.5	%النسبة	
103	50	التكرار	التكرار	المجموع
%100	%48.5	%النسبة	%النسبة	

تدل بيانات الجدول (27) أعلاه على عدة نتائج أهمها:

أن الرأي الغالب لعينة الدراسة حول البرامج المفضلة في قناة الشروق نيوز كان البرامج الاجتماعية وفق متغير النوع (ذكور، اناث) بحيث كانت نسبة الذكور في تفضيلهم للبرامج الاجتماعية تصل إلى 51.5% بالموازاة مع الاناث 48.5% لتليها البرامج السياسية (48.5%، 46.6%)، البرامج الرياضية

(%34، 19.4%)، البرامج الدينية (17%، 28%)، البرامج الثقافية (17%، 25%). ومن خلال النتائج التفصيلية في الجدول نرى أن النسبة تباينت حسب المتغيرات بين نوع البرنامج والنوع. من خلال ما سبق ذكره تبين أن أغلب أفراد العينة يؤكدون على أن أكثر البرامج التي يتتبعونها هي البرامج الاجتماعية والسياسية بنسب متقاربة ويرجع هذا إلى أجندة قناة الشروق التي تتبناها بحيث يتوافق هذا مع نظرية الاجندة التي يشير فيها "ديفيد وايفر" أن وسائل الاعلام قد لا تنجح في تعريف الناس كيف يفكرون لكنها تنجح بكفاءة في تعريفهم فيم يفكرون.

وبما أن عينة الدراسة تستهويها البرامج الاجتماعية أكثر، لأن اللغة المستعملة أقرب إلى الشعبية من اللغة الرسمية العربية والتي باستطاعتها الوصول إلى فئات واسعة من مجتمع البحث والمجتمع الجزائري العام بالأخص لما لها من قدرة على إثارة استعطاف مجتمع البحث، مُستهدفة الجانب الوجداني هذا من جهة، ومن جهة أخرى أن اهتمام عينة البحث بالمادة الاعلامية الاجتماعية ما هو إلا وليد عوامل خارجية متعلقة بالبيئة المحيطة للفرد والمجتمع، لذا فقد اهتم معظم افراد العينة وفقا للجدول أعلاه بالأخبار والمعلومات المتعلقة بالحرائق نظرا أن هذه الكارثة طالت العديد من الغابات والمنتوجات التي لا يستغني عنها أغلب الجزائريين مُرفقة بخسائر بشرية نبهت مؤشرات الانفعال الوجداني لدى كل مفردة من مفردات العينة محل البحث، ومن هنا يثبت أن ما تبثه قناة الشروق نيوز يتوافق مع أجندة الجمهور الذي يختار المضامين الاعلامية التي تتوافق مع اتجاهه المبدئي .

الجدول رقم (28): يبين مدى توافق البرامج المقدمة في قناة "الشروق نيوز" مع اهتمامات مشاهدي قناة

الشروق نيوز مع السن:

المجموع	السن				الاختيارات		
	40 فأكثر	34-39	28-33	22-27	التكرار	نعم	
30	4	13	9	4	التكرار	نعم	هل تتوافق البرامج المقدمة في قناة "الشروق نيوز" مع اهتماماتك ؟
%19.9	%2.6	%8.6	%6.0	%2.6	%النسبة		
14	1	4	5	4	التكرار	لا	
%9.3	%.7	%2.6	%3.3	%2.6	%النسبة		
107	30	40	32	5	التكرار	إلى حد ما	

%70.9	%19.9	%26.5	%21.2	%3.3	%النسبة		
151	35	57	46	13	التكرار	المجموع	
%100	%23.2	%37.7	%30.5	%8.6	%النسبة		

تقصح نتائج الجدول (28) أعلاه أن أغلب أفراد العينة يؤكدون على أن عرض المواضيع في قناة الشروق نيوز توافق إلى حد ما مع اهتمامات عينة الدراسة بنسبة قدرت ب 70.9% حيث بلغت نسبة الذين أعمارهم ما بين 34-39 الأعلى نسبة بلغت 26.5%، ثم تليها الذين تتراوح اعمارهم بين 28-33 بنسبة 21.2%، ونسبة 19.9% الذين تفوق أعمارهم 40 سنة، وأخيرا نسبة 3.3% للذين تتراوح أعمارهم بين 22-27.

كما وقد قدرت نسبة إجابة عينة الدراسة بنعم 19.9% وتتنوع هذه النسبة على مجموع الأعمار المذكور في الجدول على التوالي (2.6%، 8.6%، 6%، 2.6%)

وقدرت نسبة الإجابة ب لا 9.3% من الإجابة الإجمالية لعينة الدراسة موزعة على الفئات العمرية لمفردات البحث على التوالي (2.6%، 3.3%، 2.6%، 7%)

إن اتجاه عينة الدراسة نحو أن قناة الشروق نيوز تتناول المضامين الاعلامية بنفس درجة اهتمام العينة كان إلى حد ما إيجابيا، هذا إن دل فإنه يؤكد أن الاندواق الإعلامية تختلف من متلقي إلى آخر ويصعب أن تلبى جميع الأنواق الخاصة بجماهيرها المتتبعة، وهذا ما يثبت فرضية أن الجماهير المتتبعة لمضامين معينة يعكسون أجندة هذه الوسيلة أكثر من الذين لا يتعرضون لها بشكل منتظم، كما وقد أشارت نظرية الإعتماد على وسائل الاعلام أن الاعتماد على وسيلة إعلامية معينة يشكل أجندة إخبارية يهتم بها الجمهور المتابع لها، حيث أن قناة الشروق نيوز قامت بمعالجة قضية الحرائق الغابية في الجزائر كأهم قضية بارزة على الساحة الاعلامية آنذاك، كما يجدر الإشارة أن نتائج الجدول أعلاه لا تعبر إلا على أن الوسائل الاعلامية ليست لها القدرة على طرح كافة القضايا في المجتمع وتقديمها بشكل دائم، خاصة وأن قناة الشروق نيوز قناة متخصصة وبذلك يختار القائم بالاتصال بعضها ليركز عليه وهذا التركيز يجلب انتباه الجمهور الذي يجعله يهتم بما تعرضه وسائل الاعلام ويهمل ما أهملته وسائل الاعلام.

الجدول رقم (29): يوضح مدى فهم اللغة الإعلامية الموظفة لتغطية الأحداث عند مشاهدي قناة الشروق

نيوز مع المستوى الدراسي:

المجموع	المستوى الدراسي			الاختيارات		
	دكتوراه	ماستر/ماجستير	ليسانس			
137	85	46	6	التكرار	نعم	هل اللغة الإعلامية الموظفة بقناة الشروق نيوز واضحة وسهلة الفهم بحيث تساهم في تأدية وظيفتها الإخبارية من خلال التغطية الشاملة لمجمل الأحداث؟
%90.7	%56.3	%30.5	%4	%النسبة		
14	9	4	1	التكرار	لا	
%9.3	%6.0	2.6	%7	%النسبة		
151	94	50	7	التكرار	المجموع	
%100	%62.3	%33.1	%4.6	%النسبة		

من خلال نتائج الجدول (29) أعلاه تبين أن اغلبية أفراد العينة يرون أن اللغة الاعلامية الموظفة في قناة الشروق نيوز واضحة وسهلة الفهم بحيث تساهم في تأدية وظيفتها الاخبارية من خلال التغطية الشاملة لمجمل الاحداث بنسبة قدرت ب 90.7%، في حين أجاب 9.3% من عينة البحث محل الدراسة ب لا ما يؤكد وجود فروق ذات دلالة إحصائية في نسبة الإجابة.

وتوضح النتائج التفصيلية في الجدول نسبة الاجابة ب نعم حسب المستوى الدراسي ليسانس- ماستر/ماجستير - دكتوراه كالاتي على التوالي (4%، %30.5 %56.3) ونسبة الذين أجابوا ب لا كانت كالاتي على التوالي (7%، %2.6، %6).

من خلال الجدول أعلاه تم توضيح توافق اللغة الاعلامية ووضوحها في قناة الشروق نيوز وسهولتها ومدى مساهمتها في تأدية الوظيفة الإخبارية من خلال التغطية الشاملة لمجمل الأحداث.

من خلال النتائج التي أسفر عنها الجدول يتوضح أن قناة الشروق عرضت محتوى برامجها بما يتفق مع السياق الذي توجد في الوسيلة الاعلامية ( الحرائق الغابية التي مست مناطق الشمال الجزائري) هذا من جهة، ومن جهة أخرى يدل على أن عينة الدراسة رأبها موحد حول وضوح اللغة الاعلامية في القناة محل

الدراسة، بحيث كانت اللغة وسيلة لنقل القيم التي يحملها الجمهور أو التي يريد ان يتلقاها، ما يُثبت ما جاء به عزي عبد الرحمان في محاضراته علاقة القيمة بالنص وقد اشار إلى أن القيمة تسبق النص، أين يكون النص حاملا لقيمة ووسيلة إليها، ويمكن التعبير عن القيمة بعدة لغات، ما يتجسد في قناة الشروق نيوز عن تعدد اللغات أو حتى اللهجات التي يعبرون بها عن القيمة الانسانية وقيمة التضامن مع متضرري الحرائق بمختلف اللغات واللهجات التي تصل إلى المتلقي الجزائري لتصل الرسائل المحملة بالقيم بشكل الصحيح والمتكامل.

فكلما حملت اللغة عناصر السياق الموجودة فيه كلما نجحت في تكوين صورة ذهنية واضحة عن هذا السياق، لأن السياق الاجتماعي وخاصة المتعلق بالعلاقات الجامعية له تأثير في انتقاء المضمون وتوحيد فهمها مما يقدم معرفة مشتركة توحد تشفير الرسالة الاعلامية ويزيد من الانتماء للمجتمع وقد أكد صامويل بيكر أن وسائل الاعلام تفعل المستحيل لتحقيق تماسك المجتمع اثناء الأزمات.

الجدول رقم (30): يوضح مميزات عبارات اللغة الإعلامية في قناة "الشروق نيوز" مع الجنس:

المجموع	الجنس		الاختيارات		
	أنثى	ذكر			
69	38	31	التكرار	الوضوح والإيجاز	مميزات عبارات اللغة الاعلامية
%100	%55.1	%44.9	%النسبة		
40	23	17	التكرار	الدقة في اختيار الألفاظ	
%58	%33.3	%24.6	%النسبة		
46	29	17	التكرار	قوة الإقناع	
%66.7	%42.0	%24.6	%النسبة		
45	28	17	التكرار	الإبلاغ والتأثير	
%65.2	%40.6	%24.6	%النسبة		
45	28	17	التكرار	الموضوعية والعقلانية	
%65.2	%40.6	%24.6	%النسبة		

18	12	6	التكرار	السطحية والإسفاف	
%26.1	%17.4	%8.7	%النسبة		
69	38	31	التكرار	المجموع	
%100	%55.1	%44.9	%النسبة		

يوضح الجدول (30) أعلاه توزيع إجابات العينة محل الدراسة على مقترحات السؤال الخاص بمميزات عبارات اللغة الاعلامية، حيث احتوت هذه الفقرة على ستة اقتراحات، تمت الإجابة عنها وفق متغير النوع. وقد أسفرت النتائج على أن أغلبية المبحوثين توحد رأيهم على أن الوضوح والإيجاز هو أهم ميزة في اللغة الاعلامية المستعملة من طرف قناة الشروق نيوز بنسبة 100%، حيث أجاب المبحوثين وفق متغير النوع ( ذكر ، أنثى) على التوالي بالنسب التالية ( 44.9%، 55.1%) ، ثم تليها عبارة قوة الإقناع بنسبة 66.7% وفقا لمتغير النوع على التوالي (24.6% ، 42%) ، وجاءت عبارة الابلاغ والتأثير والموضوعية والعقلانية بنفس النسبة العامة 65.2% والنسب التفصيلية وفقا لمتغير النوع على التوالي كالاتي ( 24.6%، 40.6%)، ثم الدقة في اختيار الالفاظ بنسبة تساوي 58% وفقا لمتغير النوع على التوالي (24.6%، 33.3%) وفي الاخير تتنيل عبارة السطحية والاسفاف مميزات اللغة الاعلامية بنسبة عامة قدرت ب 26.1% وفق متغير النوع على التوالي (8.7% ، 17.4%).

من خلال ما سبق ذكره تبين أن أغلب أفراد العينة يوافقون بالإجماع على ان أهم ميزة في اللغة الاعلامية المطروحة من طرف قناة الشروق نيوز هي الوضوح والإيجاز وما يثبت أن فئة الأساتذة والطلبة الجامعيون بمختلف المستويات والأنواع يهتمون حقيقة للمضمون الإعلامي الذي يتلقونه أثناء أزمة الحرائق وكيفية صياغته بدءا باللغة الاعلامية التي تعتبر حاملا للرسالة المرغوب في إيصالها من خلال برامج القناة محل الدراسة فلا يخفى أنه من مظاهر التحكم في الإعلام والمعلومة هو حسن استخدام اللغة في طرح الخبر بما يناسب الفئات المتعرضة للقناة أو بهدف الوصول إلى أكبر نسب مشاهدة وملامسة العديد من الفئات المجتمعية في الجزائر أو خارجه، فقد أشار سامي الشريف وأيمن منصور في كتاب اللغة الاعلامية المفاهيم والاسس والتطبيقات أن اللغة الاعلامية يمكن أن تمتد وظيفتها لتصبح وظيفية تأثيرية إقناعية ولأن أغلب عناصر العينة محل الدراسة جامعيون، سهل عليهم فهم اللغة لأنها ناطقة باللغة العربية، وجاءت النتائج لتؤكد ما توصلت إليه الأبحاث عن نوع اللغة المستخدمة في التلفزيون، أين أشار العلماء المختصين باللغة أن اللغة المعاصرة تنقسم إلى مستويين: فصحي التراث، وفصحي العصر، ويتضمن المستوى الثاني ثلاث

مستويات عامة: عامية المثقفين، عامية المتتورين ، وعامية الأميين والتي تتداخل كلها لصناعة اللغة الاعلامية الحديثة أو فصحي العصر.

### ثالثا: الاختبارات الإحصائية

- بالإعتماد على برنامج الحقيبة الإحصائية (SPSS) الإصدار 17، سنتطرق في هذا الجزء إلى تحليل الدراسة وفق بعض متغيرات البحث التي نفترض أن تسبب فروق إحصائية ذات دلالة وتمثل هذه المتغيرات في: الجنس، السن، المستوى الدراسي بغية التأكد من الفروض الإحصائية التالية ومن أجل قراءة النتائج إحصائيا تضمن أسلوب المعالجة الإحصائية الذي استخدم في تحليل النتائج ما يلي:

- 1- تلخيص البيانات المجمعة في جداول تكرارات ونسب مئوية.
  - 2- اختبار الفرضيات باستخدام معامل الاقتران لدراسة العلاقة بين متغيرين كفيين نوعيين.
- وتمثلت فرضيات الدراسة كالتالي:

- 1- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى توافق البرامج المقدمة في قناة "الشروق نيوز" مع اهتمامات المبحوثين وبين متغير الجنس عند مستوى معنوية 0.05.
- 2- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى توافق البرامج المقدمة في قناة "الشروق نيوز" مع اهتمامات المبحوثين وبين متغير السن عند مستوى معنوية 0.05.
- 3- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى توافق البرامج المقدمة في قناة "الشروق نيوز" مع اهتمامات المبحوثين وبين متغير المستوى الدراسي عند مستوى معنوية 0.05.
- 4- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأي المبحوثين حول إن كانت اللغة الإعلامية التي تم استخدامها لتغطية الأزمة تقترب من الواقع الحي وبين متغير الجنس عند مستوى معنوية 0.05.
- 5- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأي المبحوثين حول إن كانت اللغة الإعلامية التي تم استخدامها لتغطية الأزمة تقترب من الواقع الحي وبين متغير السن عند مستوى معنوية 0.05.
- 6- لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأي المبحوثين حول إن كانت اللغة الإعلامية التي تم استخدامها لتغطية الأزمة تقترب من الواقع الحي وبين متغير المستوى الدراسي عند مستوى معنوية 0.05.

رابعاً: اختبار الفرضيات الإحصائية

1. الفرض الإحصائي الأول: لا توجد علاقة ذات صلة إحصائية في التوافق حسب متغير الجنس عند مستوى معنوية 0.05

الجدول رقم (31): يوضح اختبار الفرضية الإحصائية الأولى

المجموع	الجنس		الاختيارات		
	أنثى	ذكر	التكرار	النسبة %	
30	16	14	التكرار	النسبة %	هل تتوافق البرامج المقدمة في قناة "الشروق نيوز" مع اهتماماتك؟
19.9%	10.6%	9.3%	التكرار	النسبة %	
14	6	8	التكرار	النسبة %	
9.3%	4%	5.3%	التكرار	النسبة %	
107	45	62	التكرار	النسبة %	
70.9%	29.8%	41.1%	التكرار	النسبة %	
151	67	84	التكرار	النسبة %	المجموع
100%	44.4%	55.6%	التكرار	النسبة %	
مستوى الدلالة: 0.09			معامل الإقتران: 0.543		
			غير دال		

بهدف معرفة الفرق بين مدى توافق البرامج المقدمة في قناة "الشروق نيوز" مع اهتمامات الباحثين (نعم، لا، إلى حد ما) بين نوعي (الإناث والذكور) يتضح لنا من خلال الجدول رقم (31) أن مستوى الدلالة بلغ 0.09 وهو أكبر من مستوى المعنوية 0,05، ما يؤكد عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية وارتباط معنوي بين مدى توافق البرامج المقدمة في قناة "الشروق نيوز" مع اهتمامات الباحثين وبين متغير الجنس، ما يعني قبول الفرضية العدمية.

حيث اتضح من خلال الجدول أنه لا توجد علاقة بين نوع (الذكور والإناث) متتبعي قناة الشروق نيوز مع مدى توافق اهتماماتهم والبرامج المقدمة على القناة.

2. الفرض الإحصائي الثاني: لا توجد علاقة ذات صلة إحصائية في التوافق حسب متغير السن عند مستوى معنوية 0.05

الجدول رقم (32): يوضح اختبار الفرضية الإحصائية الثانية

المجموع	السن				المجموع		
	40 فأكثر	39-34	33-28	27-22	التكرار	% النسبة	
30	4	13	9	4	التكرار	نعم	هل تتوافق البرامج المقدمة في قناة "الشروق نيوز" مع اهتماماتك؟
19.9%	2.6%	8.6%	6.0%	2.6%	% النسبة		
14	1	4	5	4	التكرار	لا	
9.3%	0.7%	2.6%	3.3%	2.6%	% النسبة		
107	30	40	32	5	التكرار	إلى حد ما	
70.9%	19.9%	26.5%	21.2%	3.3%	% النسبة		
151	35	57	46	13	التكرار	المجموع	
100%	23.2%	37.7%	30.5%	8.6%	% النسبة		
مستوى الدلالة: 0.03					معامل الاقتران: 0.289		
					غير دال		

بهدف معرفة الفرق بين مدى توافق البرامج المقدمة في قناة "الشروق نيوز" مع اهتمامات المبحوثين (نعم، لا، إلى حد ما) ومتغير السن نلاحظ من خلال الجدول رقم (32) أن مستوى الدلالة بلغ 0.03 وهو أصغر من مستوى المعنوية 0.05، ما يؤكد وجود علاقة ذات دلالة إحصائية وارتباط معنوي بين مدى توافق البرامج المقدمة في قناة "الشروق نيوز" مع اهتمامات المبحوثين وبين متغير السن، كما بلغ معامل الارتباط 0.289 مما يدل على وجود ارتباط متوسط بينهما، ما يعني رفض الفرضية العدمية وقبول الفرضية البديلة.

أي توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين مدى توافق البرامج المقدمة في قناة "الشروق نيوز" مع اهتمامات المبحوثين وبين متغير السن عند مستوى معنوية 0,05.

حيث اتضح من خلال الجدول أن متبوعي قناة الشروق نيوز من الفئة العمرية التي تتراوح أعمارهم بين 34-39 هم الذين تتوافق اهتماماتهم مع برامج القناة إلى حد ما، لتأتي الرتبة الثانية لأصحاب الفئة العمرية (28-33) ثم يأتي من المتبعين من هم فوق 40 سنة وأخيرا تحتل الفئة العمرية بين (22-27) سنة المرتبة الأخيرة. حيث يُتابع جمهور قناة الشروق نيوز باهتمام القضايا المجتمعية كونهم جزء من هذا المجتمع، بالإضافة إلى الحس العلمي والنقدي الذي ينتج عن كونهم نخبة المجتمع مما جعلهم يُتابعون البرامج الاجتماعية، بالإضافة إلى اهتمامهم بالأخبار المتعلقة بالسياسة والأحداث المحلية. فاهتمامات مفردات هذه الفئة العمرية (28-33) (34-39) هم الأكثر توافقا وهذا يدل على اهتمامهم بالقضايا الجادة.

3. الفرض الإحصائي الثالث: لا توجد علاقة ذات صلة إحصائية في التوافق حسب متغير المستوى الدراسي عند مستوى معنوية 0.05

الجدول رقم (33): يوضح اختبار الفرضية الإحصائية الثالثة

المجموع	المستوى الدراسي			الاختيارات		
	دكتوراه	ماستر/ماجستير	ليسانس	التكرار	نعم	
30	20	7	3	التكرار	نعم	هل تتوافق البرامج المقدمة في قناة "الشروق نيوز" مع اهتماماتك؟
%19.9	%13.2	%4.6	%2	%النسبة		
14	9	3	2	التكرار	لا	
%9.3	%6	%2	%1.3	%النسبة		
107	65	40	2	التكرار	إلى حد ما	
%70.9	%43	%26.5	%1.3	%النسبة		
151	94	50	7	التكرار	المجموع	
%100	%62.3	%33.1	%4.6	%النسبة		

مستوى الدلالة: 0.07

معامل الارتقان: 0.232

غير دال

بهدف معرفة الفرق بين مدى توافق البرامج المُقدمة في قناة "الشروق نيوز" مع اهتمامات الباحثين (نعم، لا، إلى حد ما) ومتغير المستوى الدراسي يتضح لنا من خلال الجدول رقم (33) أن مستوى الدلالة بلغ 0.09 وهو أكبر من مستوى المعنوية 0.05، ما يؤكد عدم وجود علاقة ذات صلة إحصائية وارتباط معنوي بين مدى توافق البرامج المقدمة في قناة "الشروق نيوز" مع اهتمامات الباحثين وبين متغير المستوى الدراسي، ما يعني قبول الفرضية العدمية.

حيث يتضح أنه لا يوجد اختلاف حول مدى توافق اهتمامات مشاهدي قناة الشروق نيوز مع المستوى الدراسي لهم، فكون العينة مكونة من أساتذة (يحملون شهادة الدكتوراه) وطلبة علوم الاعلام والاتصال لم يؤثر على احتياجاتهم من متابعة القناة.

4. الفرض الإحصائي الرابع: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأي الباحثين حسب متغير الجنس

الجدول رقم (34): يوضح اختبار الفرضية الإحصائية الرابعة

المجموع	الجنس		الاختيارات		
	أنثى	ذكر			
107	49	58	التكرار	نعم	برأيك هل اللغة الإعلامية التي تم استخدامها لتغطية الأزمة تقترب من الواقع الحي؟
%70.9	%32.5	%38.4	النسبة		
14	4	10	التكرار	لا	
%9.3	%2.6	%6.6	النسبة		
30	14	16	التكرار	لا أدري	
%19.9	%9.3	%10.6	النسبة		
151	67	84	التكرار	المجموع	
%100	%44.4	%55.6	النسبة		
مستوى الدلالة: 0.45			معامل الاقتران: 0.101		
			غير دال		

بهدف معرفة الفرق بين رأي المبحوثين حول إن كانت اللغة الإعلامية التي تم استخدامها لتغطية الأزمة تقترب من الواقع الحي بين نوعي (الإناث والذكور) نلاحظ من الجدول رقم (34) أن مستوى الدلالة بلغ 0.45 وهو أكبر من مستوى المعنوية 0.05، ما يؤكد عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية وارتباط معنوي بين رأي المبحوثين حول إن كانت اللغة الإعلامية التي تم استخدامها لتغطية الأزمة تقترب من الواقع الحي وبين متغير الجنس، ما يعني قبول الفرضية العدمية.

حيث لا نجد تبايناً بين تصورات الإناث والذكور عن كون عبارات اللغة الإعلامية الموظفة واضحة ومعبرة عن الواقع وتتماشى مع متطلبات العصر وما أدخل عليه من مصطلحات.

5. الفرض الإحصائي الخامس: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأي المبحوثين حسب متغير السن:

الجدول رقم (35): يوضح اختبار الفرضية الإحصائية الخامسة

المجموع	السن				الاختيارات			
	40 فأكثر	39-34	33-28	27-22				
107	29	39	33	6	التكرار	نعم	برأيك هل اللغة الإعلامية التي تم استخدامها لتغطية الأزمة تقترب من الواقع الحي؟	
%70.9	%19.2	%25.8	%21.9	%4	%النسبة			
14	4	4	5	1	التكرار	لا		
%9.3	%2.6	%2.6	%3.3	%.7	%النسبة			
30	2	14	8	6	التكرار	لا أدري		
%19.9	%1.3	%9.3	%5.3	%4	%النسبة			
151	35	57	46	13	التكرار	المجموع		
%100	%23.2	%37.7	%30.5	%8.6	%النسبة			
معامل الارتقان: 0.264							مستوى الدلالة: 0.07	
غير دال								

بهدف معرفة الفرق بين رأي المبحوثين حول إن كانت اللغة الإعلامية التي تم استخدامها لتغطية الأزمة تقترب من الواقع الحي وبين متغير السن نلاحظ من الجدول رقم (35) أن مستوى الدلالة بلغ 0.45 وهو أكبر من مستوى المعنوية 0.05، ما يؤكد عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية وارتباط معنوي بين رأي المبحوثين حول إن كانت اللغة الإعلامية التي تم استخدامها لتغطية الأزمة تقترب من الواقع الحي وبين متغير السن، ما يعني قبول الفرضية العدمية.

حيث اتضح من خلال الجدول أن اختلاف متتبعي قناة الشروق نيوز حسب السن لا يُشكل فرقا في نتائج الدراسة بخصوص توافق اللغة الإعلامية المستخدمة لتغطية الأزمة مع الواقع الحي.

6. الفرض الإحصائي السادس: لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين رأي المبحوثين حسب متغير

المستوى الدراسي

الجدول رقم (36): يوضح اختبار الفرضية الإحصائية السادسة

المجموع	المستوى الدراسي			الاختيارات			
	دكتوراه	ماستر/ماجستير	ليسانس				
107	62	40	5	التكرار	نعم	برأيك هل اللغة الإعلامية التي تم استخدامها لتغطية الأزمة تقترب من الواقع الحي؟	
%70.9	%41.1	%26.5	%3.3	%النسبة			
14	11	3	0	التكرار	لا		
%9.3	%7.3	%2.0	%0.0	%النسبة			
30	21	7	2	التكرار	لا أدري		
%19.9	%13.9	%4.6	%1.3	%النسبة			
151	94	50	7	التكرار	المجموع		
%100	%62.3	%33	%4.6	%النسبة			
مستوى الدلالة: 0.385					معامل الارتقان: 0.164		
					غير دال		

بهدف معرفة الفرق بين رأي المبحوثين حول إن كانت اللغة الإعلامية التي تم استخدامها لتغطية الأزمة تقترب من الواقع الحي وبين متغير المستوى الدراسي نلاحظ من خلال الجدول رقم (36) أن مستوى الدلالة بلغ 0,45 وهو أكبر من مستوى المعنوية 0,05، ما يؤكد عدم وجود علاقة ذات دلالة إحصائية وارتباط معنوي بين رأي المبحوثين حول إن كانت اللغة الإعلامية التي تم استخدامها لتغطية الأزمة تقترب من الواقع الحي وبين متغير المستوى الدراسي، ما يعني قبول الفرضية العدمية.

ومنه نستنتج أن المستوى الدراسي لمفردات عينة الدراسة لا يؤثر عن رأيهم حول مدى قرب اللغة الإعلامية من الواقع الحي والذي نقصد به مصداقية نقل الأخبار وانشغالات الجمهور باستعمال لغة مألوفة تُوظف في تواصلهم اليومي، حواراتهم وأحاديثهم. فاللغة مجرد وسيلة للتواصل.

### خامسا: نتائج الدراسة الميدانية

بعد تحليل الجداول وتفسيرها توصلنا إلى جملة النتائج التي أجبنا من خلالها على تساؤلات الدراسة وتمثلت فيم يلي:

- يُتابع أساتذة وطلبة علوم الاعلام والاتصال قناة الشروق نيوز أحيانا بنسبة 64.9% وتساوت تقريبا نسبة الذين يتابعونها دائما ونادرا بنسبة 17.2% و 17.9%.
- تبين من خلال نتائج الدراسة أن أغلبية المبحوثين يُفضلون مشاهدة برامج قناة الشروق نيوز مع العائلة بنسبة بلغت 47%، ويشاهد منهم القناة حسب الظرف نسبة 31.8%، فيما يُتابع 3.3% مع الأصدقاء.
- تبين كذلك أن جمهور قناة الشروق نيوز يهتم بنسبة كبيرة بالبرامج الاجتماعية بلغت 28% تليها البرامج السياسية بنسبة 26.6% ثم البرامج الرياضية بنسبة 14.9%، جاءت بعدها البرامج الدينية والثقافية بنسب متقاربة 14.9% و 11.4% واحتلت البرامج الاقتصادية الترتيب الأخير.
- 37.8% من أساتذة وطلبة علوم الاعلام والاتصال يُشاهدون مختلف برامج الشروق نيوز في شكل مقاطع على الميديا الاجتماعية و 34.3% منهم يتابعون البث الحي، ويعتمد 27.9% على مشاهدة الإعادة في التلفزيون.
- يعتمد 38.2% من الجمهور على مشاهدة قناة الشروق نيوز لاهتمامها بالشؤون الداخلية والأخبار المحلية، تأتي بعدها نسبة 24.7% ممن يُتابعونها لتنوع مواضيع البرامج المعروضة، أما نسبة 12.7% تقوم بمتابعة البرامج الثقافية والتعليمية، وبدافع تعزيز الانتماء الوطني وإمكانية التفاعل مع

- البرامج ومشاركة الآراء والتجارب بنسبة 10.2% و 9.8%، كما ذكرت نسبة 4.4% من الجمهور عوامل أخرى تنوعت بين متابعة الأخبار الإقليمية والدولية، المتابعة في أوقات الفراغ...
- يرى 79.5% من أساتذة وطلبة علوم الاعلام والاتصال أن قناة الشروق نيوز هادفة، وترى نسبة 4% عكس ذلك. فم صرحت نسبة منهم بلغت 16,6% أنها لا تدري.
  - صرح 37.7% و 37.1% أن اهتمام القناة بالقضايا المحلية عالي ومقبول على التوالي، تليها نسبة 22.5% بدرجة متوسطة، وأجابت نسبة ضئيلة أن الاهتمام منخفض.
  - أجاب أغلب المبحوثين بنسبة 70.9% أن برامج الشروق نيوز تتوافق مع اهتماماتهم، فيما صرح 19.9% بنعم، وقالت نسبة 9.3% من أساتذة وطلبة علوم الاعلام والاتصال أنها لا تتوافق.
  - يرى 32.6% من المبحوثين أن أبرز وظيفة لقناة الشروق نيوز تمثلت في التغطية الإخبارية لما يحدث على المستوى المحلي والدولي، تليها نسبة 10.7% للإعلانات، ثم 10.4% للمساعدة في تكوين اتجاهات جديدة والتشاور حول القضايا. وبنسب متقاربة 9.8% و 8.9% للترفيه والتسلية والمساهمة في التعليم والتنقيف، ونسبة ضئيلة جدا قدرت 1.7% للرقابة على مؤسسات الدولة.
  - صرح 22.5% من المبحوثين أن انتقاء الضيوف بشكل جيد من أهم العوامل التي يُمكن لها زيادة درجة مشاهدة البرامج المختلفة، ثم تناول مواضيع أكثر حساسية وجرأة بنسبة 20.4%، تليها نسبة متقاربة متعلقة بزيادة كفاءة وخبرة مقدم البرنامج بلغت 20.1%، وتساوت نسبة عامل زيادة الاهتمام بمضمون وأسلوب تقديم البرامج عند 14.1%، وتحتل المرتبة الأخيرة نسبة 9% للإعلان عن البرنامج قبل تقديمه.
  - اتفق 73.5% من المبحوثين أن مُقدم البرامج يؤثر على متابعتهم للقناة، وعلى العكس من ذلك يرى 26.5%.
  - تبين أنه من الصفات التي يتميز بها مقدم برامج الشروق نيوز المهارة الاتصالية بنسبة 30.3%، مراعاة الذوق العام بنسبة 24.4%، تليها المناورة والجرأة بنسبة 20%، ثم السمات التقديمية بنسبة 17.5% وأخيرا اللاتقليدية والتجديد في التقديم.
  - تُمثل نسبة 58.2% الاستمالات العقلية التي يستخدمها مقدم برامج الشروق نيوز، يليها أسلوب التقديم الحماسي بنسبة بلغت 24%، يليه أسلوب التقديم العاطفي بنسبة بلغت 11.2% وأسلوب التخويف 6.6%.

- يتفق المبحوثون على أن أسباب تفضيلهم للأساليب التقديمية التي يوظفها المُقدم أنها تنمُّ عن ثقافة واسعة بنسبة 39.4% تليها نسبة 33.5% تتعلق بما يُتيحهُ المُقدم من استفادة كبيرة، وتأتي في المرتبة الأخيرة نسبة 27.1% لما تُعبر عنه الأسئلة المطروحة ما يجول بذهن الجمهور.
- تبين من خلال نتائج البحث أن اللغة المستخدمة للتعبير عن القضايا المطروحة في برامج الشروق نيوز لغة مختلطة بنسبة 32.8%، تليها اللغة العامية واللغة العربية الفصحى بنسبة 31.6% و30.9% على التوالي، وجاء في آخر الترتيب اللغة الأجنبية سواء تعلق الأمر باللغة الفرنسية أو الإنجليزية بالإضافة إلى اللغة الأمازيغية بنسب ضئيلة.
- أجمع 90.7% من مشاهدي قناة الشروق نيوز على سهولة ووضوح اللغة الإعلامية الموظفة بالقناة وكذا مساهمتها في تأدية وظيفتها الإخبارية من خلال تغطية الأحداث، ويرى 9.3% عكس ذلك.
- اتفق أغلب المبحوثين بنسبة 86.1% أن اللغة الإعلامية المستخدمة في القناة خلال أزمة حرائق 2021 غير عنيفة.
- ويرى 43.7% من المبحوثين أنها لا تتضمن مغالطات، ورأى 17.2% عكس ذلك وأجاب 39.1% بلا أدري.
- تبين نتائج الدراسة أن الأساليب الموظفة في اللغة الإعلامية أثناء الأزمة طغى عليها الشرح والاقناع بنسبة 40.4%، الإشادة بتعامل السلطة مع الأزمة بنسبة 33.8% وتليها 15.9% للأساليب التي ساعدت على التقليل من حجم الأزمة، واحتلت أساليب التهويل وتضخيم الأزمة المرتبة الأخيرة بنسبة 9.9%.
- يرى المبحوثون أن أهم ما ميز عبارات اللغة الإعلامية أثناء تناولها لأزمة حرائق 2021 هي الوضوح والايجاز بنسبة 26.2%، تليها قوة الاقناع، الموضوعية والعقلانية، الإبلاغ والتأثير بالإضافة إلى الدقة في اختيار الالفاظ بنسب متقاربة.
- أجمع 60.9% من المبحوثين على شفافية وموضوعية اللغة الإعلامية الموظفة خلال الأزمة.
- انتهت الدراسة إلى أن قناة الشروق نيوز وفّت باحتياجات الجمهور من معلومات وبيانات وأخبار وبرامج بما يتوافق مع مستوياتها المعرفية وأنساقها العلمية.
- صرح عدد كبير من الجمهور أن الأداء الإعلامي للقناة يتميز بالجرأة في تناول الموضوعات، المصدقية في الطرح ودقة المعلومات، الحياد والموضوعية في تناول الأخبار في نقل الأخبار
- تُساهم قناة الشروق نيوز في تلبية حاجيات الجمهور بتقديمها لمختلف الخدمات وتغطية انشغالاتهم.

### سادسا: النتائج العامة للدراسة

بناءً على المعطيات التي توصلنا إليها حول عادات وأنماط مشاهدة أساتذة وطلبة علوم الإعلام والاتصال لبرامج الشروق نيوز، ومن خلال الدراسات المتوفرة، يمكننا تلخيص النتائج العامة كما يلي:

- يُتابع أساتذة وطلبة علوم الإعلام والاتصال قناة الشروق نيوز بشكل غير منتظم، وهذا على حسب الحاجة أو الظرف، مع وجود فئة من الجمهور ممن يتابع القناة بشكل مستمر والبعض الآخر يتابع بشكل نادر. هذا ما يعكس العلاقة الانتقائية مع القناة حيث يعتمد المشاهدون على ما يهمهم ويوافق احتياجاتهم الآنية، كما يُفضل معظم الطلبة والأساتذة مشاهدة برامج القناة في إطار عائلي مما يدل على الطابع الاجتماعي لمحتوى القناة، ويتابعها البعض حسب الظروف الشخصية التي يعيشونها، أما القلة القليلة فيتابعونها مع أصدقائهم ما قد يشير إلى أن محتوى القناة ليس ترفيهياً بالدرجة الأولى.

أما عن توجهاتهم نحو متابعة البرامج التلفزيونية فتتصدر الاجتماعية والسياسية منها ما يعكس رغبة هذه الفئة في متابعة قضايا المجتمع ومتابعة تحليل الشؤون التي تخصه، كما أن الاهتمام بالبرامج الرياضية والدينية والثقافية ليس ضئيلاً. بينما تحظى البرامج الاقتصادية بمتابعة أقل ربما لقلة جاذبيتها أو ارتباطها بفئة محدودة من الجمهور. أما عن اعتماد الجمهور على الوسيلة فيتم ذلك عبر مشاهدة البث الحي أو متابعة مقاطع الفيديو على وسائل التواصل الاجتماعي ذلك أن المنصات الرقمية تلعب دوراً رئيسياً في استهلاك المحتوى.

- تتمثل الدوافع الرئيسية لمتابعة القناة في الاهتمام بالأخبار المحلية والشؤون الداخلية ومختلف المواضيع بهدف الإشباع الثقافي والمعرفي وتعزيز الانتماء الوطني بالإضافة إلى التفاعل مع البرامج، حيث يرى أغلب الطلبة والأساتذة أن هذه القناة تقدم محتوى يساهم في تلبية احتياجاتهم المعرفية، كما يظن البعض الآخر أن برامج القناة لا تلبية كل تطلعاتهم لمعرفة المعلومات الكافية عن المواضيع التي تهمهم. تشير النتائج التي توصلنا إليها أن قناة الشروق نيوز تحظى بصورة إيجابية بين جمهورها وذلك لأنها تهتم بالقضايا المحلية وتغطيها بشكل ملحوظ، وهذا ما يبحث عنه معظم أفراد الجمهور، مما يعكس قدرة القناة على تلبية تطلعات الجمهور وتقديم المحتوى المناسب له. إذ تُعتبر التغطية الإخبارية على المستوى المحلي أو الدولي، الوظيفة الأساسية في نظر الجمهور، وتليها وظائف أخرى كالترفيه، التعليم، والإعلانات في مرتبة أقل أهمية. وهذا يدل على أن القناة

استطاعت أن تصبح مصدر الأخبار والمعلومات. بالإضافة إلى توظيف أساليب لجذب المشاهدين وزيادة نسب المشاهدة من انتقاء الضيوف والجرأة في طرح المواضيع ووضع مقدمي البرامج الذين يتمتعون بالكفاءة. هذا بالإضافة إلى طريقة تقديم البرامج ومضمونها لتعزيز متابعة الجمهور. بينما تبقى عوامل الترويج للبرامج قبل بثها أقل تأثيراً عما سبق ذكره.

أما عن استخدام اللغة، فطبيعة القناة الإخبارية تفرض الالتزام باللغة العربية الفصحى في نشراتها وبرامجها الإخبارية، مع السماح باستخدام الدارجة في بعض البرامج الحوارية والترفيهية. وهذا من شأنه تعزيز صورتها المهنية وجعلها أكثر قبولاً لدى الجمهور الباحث عن المصداقية والجدية في الطرح.

**بالإعتماد على النتائج التي توصلنا إليها عن تصورات الجمهور حول برامج ومواضيع قناة الشروق نيوز يمكننا تلخيصها في بعض النقاط التالية:**

- يُولي الجمهور أهمية كبيرة لشخصية مقدم البرامج، حيث يُؤثر ذلك مباشرة على قرارهم بمتابعة البرنامج، وعلى الصفات الأكثر تقديراً حسب هذه الفئة هي المهارة الاتصالية ومراعاة الذوق العام، الجرأة والتجديد. هذا يدل على أن الجمهور يبحث عن مقدم متقن، محترم، جريء ومبدع في أسلوبه التقديمي الذي يعتمد على الأساليب العقلية بتوظيف المنطق والمعلومات، يليها الأسلوب الحماسي وبعده العاطفي، ثم أسلوب التخويف. أما عن أسباب تفضيلهم لهذه الأساليب فتعود لثقافة المقدم والفائدة التي يقدمها، وملامسته لما يدور في ذهن الجمهور من خلال الأسئلة التي تجول بذهنه باستخدام لغة مختلطة تجمع بين العربية الفصحى والعامية، مع حضور لغات أجنبية والأمازيغية عند الحاجة للاقتراب من الجمهور المحلي. رغم هذا التنوع، تتفق أغلبية الجمهور على أن اللغة المستعملة سهلة وواضحة، تخدم الوظيفة الإخبارية للقناة بكفاءة. وبالأخص خلال نقل الأحداث الحساسة والأزمات مثل حرائق 2021، يرى أغلب المتابعين أن اللغة الإعلامية للقناة تميزت بالهدوء والمهنية. هذه العناصر مجتمعة تساهم في تعزيز صورة القناة كمصدر إخباري موثوق ومهني لدى جمهورها.

- أظهرت نتائج الدراسة أن اللغة الإعلامية التي اعتمدها قناة الشروق نيوز خلال أزمة حرائق 2021 اتسمت بخصائص إيجابية، حيث يرى أغلب المتابعين أنها كانت واضحة، موجزة، وذات طابع موضوعي واقناعي. كما غلب على الأساليب الموظفة الشرح والاقناع. والإشادة بتعامل السلطات مع الأزمة لتهدئة الأوضاع والتقليل من حجم الأزمة. إذ أجمعت نسبة كبيرة من الجمهور على شفافية

وموضوعية اللغة الإعلامية، وأن التغطية لم تتضمن مغالطات، مع التأكيد على توفير القناة للبيانات والمعلومات بما يتوافق مع اهتماماتهم ومستوياتهم المعرفية. بشكل عام يمكن القول أن قناة الشروق نيوز ساهمت في تلبية حاجيات الجمهور من خلال التغطية الشاملة والموضوعية للأزمة من خلال استخدام لغة إعلامية واضحة، دقيقة وشفافة. مع الابتعاد عن التهويل مما عزز ثقة الجمهور في القناة خلال الأزمات.

خاتمة

سعيًا في هذه الدراسة إلى استكشاف تصورات فئة مهمة من الجمهور وهم أساتذة وطلبة علوم الاعلام والاتصال حول مشاهدة برامج قناة "الشروق نيوز" التي نجحت في ترسيخ مكانتها كمصدر اخباري موثوق، وهذا النجاح لم يكن وليد صدفة بل جاء نتيجة تفاعل عدة عوامل متكاملة تتعلق بطبيعة المحتوى، أساليب التقديم واللغة المستعملة، وطرق التفاعل مع الجمهور. وذلك من خلال الإجابة على مجموعة من التساؤلات التي تضمنتها دراستنا، والتي تدور حول أدائها الإعلامي في تغطية القضايا الوطنية، حيث نستنتج أن قناة "الشروق نيوز" استطاعت أن تستقطب ببرامجها المختلفة عدد كبير من الجمهور وذلك من خلال قدرتها على ملامسة واقعهم المعاش واقتراح حلول لمشاكلهم المختلفة، بالإضافة إلى كشف الحقائق والأحداث، ونقل القضايا التي طالما قيدتها قنوات التلفزيون العمومي الجزائري، كما أن اللغة الإعلامية بقناة الشروق نيوز في ظل حرائق الغابات هي لغة بسيطة تحمل في طياتها مضامين هادفة. باعتبار اللغة الإعلامية ليست مجرد أداة لنقل المعلومات، بل هي منظومة متكاملة تؤثر في تشكيل الوعي الجماهيري وبناء الجسور بين المرسل والمتلقي، خاصة في ظل التحولات العميقة التي يشهدها الإعلام الجزائري.

لقد أحدثت القنوات الفضائية الجزائرية التي فُتح لها المجال بعد قانون الاعلام 14-04، قفزة نوعية في مجال السعي البصري في الجزائر ونجحت في استقطاب عدد كبير من الجماهير بمختلف مستوياتها الثقافية، وتتباين التصورات حول المضمون الاعلامي لهذه القناة وأدائها الإعلامي، فهناك عدد معتبر من الجمهور من هو راضٍ عن المحتوى الإعلامي ولغته وهناك من يرى النقص فيها فيما يخص معالجتها لمختلف القضايا والمواضيع خصوصا الراهنة منها. ومع التطور المتسارع في وسائل الاعلام الرقمية، تبرز الحاجة الملحة للقناة من أجل تطوير حضورها وتكييف محتواها لكي يتماشى مع متطلبات الجمهور المتغيرة، مع الحفاظ على الشفافية والجدية في الطرح لتعزيز دورها كمنبر اعلامي فاعل يساهم في دعم التنمية الثقافية والاجتماعية للجزائر.

وبما أن حرائق صيف 2021 شكلت تحديا على جميع الأصعدة نظرا لخطورة الوضع استغللت قناة "الشروق نيوز" حاجة الناس للمعلومات فتعاملت مع الكارثة بالكثير من الاهتمام، وذلك بنقل الأخبار وشرح الأحداث، كما حرصت القناة على توظيف لغة إعلامية تُراعي بساطة الأسلوب، والايجاز والوضوح، وهذا ما أبرز دورها في المساهمة في تقديم الرسالة الإعلامية في أحسن صورها مراعية بذلك مستويات الجمهور المختلفة بنقل المعلومة بشكل مباشر وسريع. حيث أظهرت الدراسة أن "الشروق نيوز" استطاعت أن تفرز نفسها كواحدة من القنوات الرائدة، من خلال قدرتها على استقطاب جمهور واسع ومتنوع، وهذا بفضل برامجها

التي تتصف بالقرب من الواقع الاجتماعي والمعيشي للجمهور الجزائري، وذلك من خلال اهتمامها بالقضايا الراهنة التي تمس حياة المشاهد بشكل مباشر. ويتبين لنا من خلال تحليل آراء وتصورات الجمهور، أن القناة نجحت إلى حد كبير في كسب ثقة فئة معتبرة من المشاهدين، حيث أبانت على احترافية في نقل الأخبار ومواكبة التطورات، مع الحرص على استخدام لغة إعلامية مبسطة وواضحة تراعي الفروق الثقافية ومستويات الفهم لدى المتابعين. ولم تكتف القناة بنقل الأحداث بل عملت على اقتراح الحلول للمشاكل المعروضة وكشف الحقائق التي غالبا ما كانت تغيب عن الإعلام العمومي، مما عزز مكانتها كمصدر موثوق للمعلومات.

بالموازاة مع ذلك يمكن التطرق إلى الملاحظات النقدية التي أبداها جزء من الجمهور الذي يرى أن هناك جوانب تحتاج إلى مزيد من التطوير في الجانب المتعلق بالمعالجة الإعلامية وعمق التداول لبعض القضايا الراهنة، وهذا التباين في التصورات يعكس حيوية المشهد الإعلامي الجديد في الجزائر ويؤكد ضرورة الاستمرار في تحسين الأداء الإعلامي ومواكبة تطلعات الجمهور المتجددة.

وفي ضوء ما سبق يمكن التأكيد على أن قناة "الشروق نيوز" تمثل نموذجا للإعلام الجزائري الحديث الذي يسعى إلى الجمع بين المهنية والواقعية، وبين بساطة الأسلوب الإعلامي وعمق المشكلات المطروحة، مما يُقرب الجمهور منها. هذا ويُساهم بحثنا في فتح أفق جديدة لبحوث مستقبلية، يُمكن من خلالها تناول تأثير الإعلام الخاص ودوره في معالجة الأزمات ومدى استجابته لمتطلبات الجمهور في ظل التحولات المتسارعة التي يشهدها المجتمع الجزائري.

قائمة المصادر

والمراجع

### أولاً: المراجع باللغة العربية

1. إبراهيم أنيس، في اللهجات العربية، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 2009.
2. أحمد بن مرسل، مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط 2، الجزائر، 2005.
3. أحمد مومن، عن اللسانيات-النشأة والتطور، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2005.
4. أديب خضور، الإعلام والأزمات، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، ط1، الرياض، 1999.
5. إسماعيل بشرى جميل، الابداع الإعلامي في الفضائيات العربية، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2012.
6. إمام إبراهيم، الاعلام والاتصال الجماهيري، مكتبة أنجلو المصرية، ط1، القاهرة، 1981.
7. اياد شاكر البكري، حرب المحطات الفضائية عام 2000، دار الشرق، ط1، الأردن، 2001.
8. براهيم إسماعيل، الإعلام المعاصر وسائله مهاراته، تأثيراته، أخلاقياته، ط1، وزارة الثقافة والفنون والتراث، قطر، 2014.
9. بركات عبد العزيز، مناهج البحث الإعلامي-الاصول النظرية ومهارات التطبيق، ط2، القاهرة، دار الكتاب الحديث، 2015.
10. بن يوسف بن خدة، نهاية حرب التحرير في الجزائر-اتفاقيات ايفيان، ترجمة لحسن زغدار، مح العين جبالي، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1987.
11. ببير بورديو، التلفزيون وآليات التلاعب بالعقول، ترجمة وتقديم درويش الحلوجي، ط1، دار كنعان للدراسات والنشر والخدمات الإعلامية، دمشق، 2004.
12. جابر قميحة، أثر وسائل الاعلام المقروءة والمسموعة والمرئية في اللغة العربية، نادي المدينة المنورة الأدبي، المدينة المنورة، 1997.
13. الحاج كمال، الاعلام النامي، مطبوعات جامعة دمشق، ط1، دمشق، 2008.
14. حسنين ضفيق، التضليل الإعلامي والغيوبية المهنية، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، 2011.
15. حسين شفيق، مهارات ادارة الحوار الإعلامي، دار فكر وفن للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 2014.
16. خليل حلمي، مقدمة لدراسة فقه اللغة، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1992.
17. رائد محمد عبد ربه، عكاشة مجد الصالح، مدخل إلى السينما والتلفزيون، دار الجنادرية للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.

18. رضا عبد الواحد أمين، الصحافة الإلكترونية، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.
19. رضا عكاشة، تأثيرات وسائل الاعلام من الاتصال الذاتي إلى الوسائط الرقمية المتعددة، مكتبة العالمية للنشر والتوزيع، ط1، 2006.
20. الراحين عطا الله، المنطق واللامنطق في الخطاب الإعلامي، مطبوعات جامعة دمشق، ط1، دمشق، 2005.
21. رمضان عبد التواب، بحوث ومقالات في اللغة، دار الرفاعي، ط1، الرباط، 1982.
22. روجر ويمر وجوزيف دومينيك، تر: صالح أبو أصعب وفاروق منصور، مدخل إلى مناهج البحث الإعلامي، المنظمة العربية للترجمة، ط1، بيروت، 2013.
23. سامي الشريف، أيمن منصور ندا، اللغة الاعلامية: المفاهيم - الأسس - التطبيقات. كلية الاعلام، جامعة القاهرة، 2004.
24. سليم عبد النبي، الإعلام التلفزيوني، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.
25. سمير كبريت، اللغة العربية وإعداد رجال الإعلام، دار النهضة العربية للطباعة والنشر والتوزيع، بيروت، 2010.
26. سمير محمد حسين، بحوث الاعلام-دراسات في مناهج البحث العلمي، عالم الكتب، 2006.
27. السيد محمد نادر، لغة الخطاب الإعلامي، دار الفكر العربي، ط1، القاهرة، 2006.
28. شرف عبد العزيز، اللغة الإعلامية، دار الجيل، ط1، بيروت، 1991.
29. شرف عبد العزيز، اللغة العربية والفكر المستقبلي، دار الجيل للطبع والنشر والتوزيع، ط1، 1991.
30. شرف عبد العزيز، علم الاعلام اللغوي، الشركة المصرية العالمية للنشر، ط1، القاهرة، 2000.
31. شرف عبد العزيز، وسائل الإعلام ولغة الحضارة، مؤسسة مختار للنشر والتوزيع، القاهرة، 1997.
32. صالح بلعيد، حسن استعمال اللغة العربية في وسائل الاعلام، منشورات المجلس الأعلى للغة العربية، دار الخلدونية للطباعة والنشر والتوزيع، ط2، الجزائر، 2018.
33. صالح بلعيد، دروس في اللسانيات التطبيقية، دار هومة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2000.
34. صالح بلعيد، فقه اللغة العربية، دار هومة، الجزائر، 1998.
35. صالح بلعيد، في المواطنة اللغوية وأشياء أخرى، دار هومة، الجزائر، 2008.
36. عادل صادق محمد، الصحافة وإدارة الأزمات: مدخل نظري وتطبيقي، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.

37. عاطف مدكور، علم اللغة بين القديم والحديث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1999.
38. عامر ابراهيم قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، دار اليازوري، عمان، 1999.
39. عامر مصباح، الاقناع الاجتماعي: خلفيته النظرية وآلياته العملية، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 2006.
40. عامر مصباح، منهجية البحث في العلوم السياسية والإعلام، ديوان المطبوعات الجامعية، ط2، الجزائر، 2010.
41. عبد الجليل منقور، علم الدلالة، اتحاد الكتاب العرب، ط1، دمشق، 2001.
42. عبد الرحمن العوضي، إدارة الأزمات البيئية، المنظمة الاقليمية لحماية البيئة، الكويت، 2007.
43. عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام وإدارة الأزمات، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، ط1، عمان، 2012.
44. عبد العالي رزاق، الخبر في الصحافة والإذاعة والتلفزيون والانترنت، دار هومة، الجزائر، 2011.
45. عبد العالي رزاق، كيف تصبح صحفياً، الخبر في الصحافة، الإذاعة، التلفزيون والانترنت، سلسلة الإعلامي المحترف، الجزائر، 2004.
46. عبد الغفار حامد الهلال، اللهجات العربية نشأة وتطوراً، دار الفكر العربي، القاهرة، 1998.
47. عبد الفتاح علي، الإعلام الاجتماعي، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 2014.
48. عبد الكريم الخلايلية، عفاف اللبابيدي، تطور لغة الطفل، دار الفكر للنشر والتوزيع، عمان، 1990.
49. عبد الله بن عبد الرحمان البريدي، أزماتنا كيف نديرها؟ رؤية جديدة في إدارة الأزمات، بيت الأفكار الدولية، 1999.
50. عبد النبي خزعل، فن تحرير الأخبار والبرامج في الفضائيات التلفزيونية والقنوات الاذاعية، ط1، دار النهضة العربية للطباعة والنشر، بيروت، 2010.
51. عبد الوهاب محمد كامل، سيكولوجية إدارة الأزمات المدرسية، دار الفكر للطباعة والنشر والتوزيع، عمان، 2003.
52. عبود حارث العاني مزهر، الإعلام والهجرة إلى العصر الرقمي، دار الحامد للنشر والتوزيع، عمان، 2015.

53. عثمان بن جني، الخصائص، تحقيق محمد علي النجار، ط:3، عالم الكتب، بيروت، 1983.
54. عثمان حسن عثمان، المنهجية في كتابة البحوث والرسائل الجامعية، منشورات الشهاب، 1998.
55. العربي بوعمامة وآخرون، القيمة في الدراسات الإعلامية والاتصالية المعاصرة، دار ألفا للوثائق للنشر والتوزيع، ط1، الجزائر، 2021.
56. العربي بوعمامة، خطاب الكراهية داخل منصات التواصل الاجتماعي، دار ألفا للوثائق للنشر والتوزيع، ط1، الجزائر، 2023.
57. العربي بوعمامة، مركزية القيمة في المعالجة الإعلامية للأزمات، دار ألفا للوثائق، ط1، الجزائر، 2022.
58. عزاب كريم العدوان، العلاقة بين خصائص القيادة وإدارة الأزمات، دار حامد للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2013.
59. علي حميد العبيدي، القنوات الفضائية ومبدأ السيادة في العصر الحديث، دراسة منشورة. كلية المأمون الجامعة، العراق، 2011.
60. علي عجوة وكريمان فريد، إدارة العلاقات العامة بين الإدارة الاستراتيجية وإدارة الأزمات، عالم الكتب، القاهرة، 2002.
61. علي فلاح الزعبي، الإعلان الفعال (منظور تطبيقي متكامل)، دار اليازوردي العلمية للنشر والتوزيع، الأردن، 2009.
62. علي محمد شمو، تكنولوجيا الفضاء وأقمار الاتصالات، مكتب الإشعاع، الاسكندرية، القاهرة، 2002.
63. عليوة السيد، إدارة الأزمات في المستشفيات، إيتراك للطباعة والنشر والتوزيع، القاهرة، 2001.
64. عمار بوحوش، محمد محمود الذنبيات، مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1999.
65. العماري عباس رشدي، إدارة الأزمات في عالم متغير، الأهرام للنشر، القاهرة، 1993.
66. غريب محمد سيد أحمد، تصميم وتنفيذ البحث الاجتماعي، دار المعرفة الجامعية، ط3، الإسكندرية، 2003.
67. فارس عطران، الفضائيات العربية ودورها الإعلامي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2009.

68. فاضل حنا، التلفزيون ماله وما عليه وما مدى تأثيره على الأطفال، مؤسسة الرسالة، ط1، القاهرة، 2002.
69. فاطمة حسين عواد، الاعلام الفضائي، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2010.
70. فريد نجار، إدارة الأزمات والكوارث في القرن 21-المقارنات، الاستراتيجيات، السلوكيات، الدار الجامعية، 2009
71. فضيل دليو، تاريخ وسائل الإعلام والاتصال، دار الخلدونية، الجزائر، 2013.
72. فهد أحمد الشعلان، إدارة الأزمات، الأسس-المراحل-الآليات، أكاديمية نايف العربية للعلوم الأمنية، الرياض، 2002.
73. قدرى علي عبد المجيد، اتصال الأزمة وإدارة الأزمات، دار الجامعة الجديدة، الإسكندرية، 2011.
74. كامل القيم، مناهج وأساليب كتابة البحث العلمي في الدراسات الإنسانية، مركز حمورابي، بغداد، 2012.
75. كمال الحاج، الاعلام النامي، مطبوعات جامعة دمشق، الجمهورية العربية السورية، 2008.
76. كمال الحاج، نظريات الاعلام والاتصال، منشورات الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، 2000.
77. كمال بشر، دراسات في علم اللغة، دار غريب للطباعة والنشر، القاهرة، ط1، 1998.
78. كمال بشر، علم اللغة الاجتماعي-مدخل، دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، ط3، القاهرة، 1997.
79. كمال بلحاج، نظريات الاعلام والاتصال، الجامعة الافتراضية السورية، الجمهورية العربية السورية، 2020.
80. ماجي الحلواني، الفن الإذاعي والتلفزيوني الفضائي، عالم الكتاب، مصر، 2008.
81. ماريو باي، أسس علم اللغة، ترجمة: أحمد مختار عمر، عالم الكتب، القاهرة، ط8، 1998.
82. ماهر أحمد، كيف ترفع من مهاراتك الإدارية في الاتصال، الدار الجامعية الإسكندرية، 2008.
83. مجدي إبراهيم محمد، اللهجات العربية، دار الوفاء، الإسكندرية، 2005.
84. محسن أحمد الخضيرى، إدارة الأزمات منهج اقتصادي إداري لحل الأزمات، مكتبة مديولي، ط2، القاهرة، 1990.
85. محمد رشاد الحملوي، إدارة الأزمات، تجارب محلية وعالمية، مكتبة عين شمس، ط2، القاهرة، 1995.

86. محمد سيد محمد، المسؤولية الإعلامية في الإسلام، مكتبة الخانجي للطباعة والنشر والتوزيع، الرياض، 1983.
87. محمد شومان، الإعلام والأزمات: مدخل نظري وممارسات عملية، دار الكتب العلمية، القاهرة، 2002.
88. محمد عبد الحميد، البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، ط1، القاهرة، 2004.
89. محمد علي الأصفر، الوظيفة الإعلامية لفن المقالة في الأدب العربي الحديث، منشورات جامعة الفاتح، طرابلس، 1998.
90. محمد معوض بركات عبد العزيز، الخبر الإذاعي والتلفزيوني، دار الكتاب الحديث، القاهرة، 2000.
91. محمد معوض وآخرون، الاتجاهات الحديثة في إعلام الطفل وذوي الاحتياجات الخاصة، دار الكتاب الحديث، ط1، القاهرة، 2007.
92. محمد منير حجاب، العلاقات العامة في المؤسسة الحديثة، دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2007.
93. محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي دار الفجر للنشر والتوزيع، ط1، القاهرة، 2004.
94. محمد نبيل طالب، البرامج التعليمية والثقافية بالإذاعة والتلفزيون، الدار العربية للنشر والتوزيع، القاهرة، 2009.
95. محمد ياسر خواجه، البحث العلمي أسس منهجية وتطبيقات عملية، دار المصطفى للطباعة والكمبيوتر، مصر، 2002.
96. محمود جاد الله، إدارة الأزمات، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2008.
97. محمود خليل ومحمود منصور هيبه، انتاج اللغة الإعلامية في النصوص الإعلامية، مركز التعليم المفتوح، 2002، القاهرة.
98. محمود عكاشة، خطاب السلطة الإعلامي، الأكاديمية الحديثة للكتاب الجامعي، ط1، القاهرة، 2005.
99. مخلوف بوكروح، التلقي في الثقافة والإعلام، مقامات للنشر والتوزيع، ط1، 2011.
100. مروان بدر السميعة، علي الزعبي، إدارة العلاقات العامة، دار اليازوري العلمية، عمان، 2019.
101. مصطفى محمد الحسناوي، واقع لغة الاعلام المعاصر، دار أسامة، عمان، 2011.
102. المعتوق أحمد محمد، الحصيلة اللغوية، عالم المعرفة، الكويت، 1996.

103. مورييس أنجرس، البحث العلمي في العلوم الإنسانية (تدريبات عملية) ترجمة (بوزيد صحراوي، كمال بوشرف، سعيد سبعون)، ط1، دار القصبه للنشر، الجزائر، 2004.
104. مورييس دوفرجه، علم اجتماع السياسة، ترجمة د. سليم حداد، المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، بيروت، 2001.
105. نزار ميهوب، مدخل إلى العلاقات العامة، الأكاديمية السورية الدولية، ط2، دمشق، 2009.
106. نسيم الخوري، الاعلام العربي وانهايار السلطات اللغوية، مركز دراسات الوحدة العربية، لبنان، 2005
107. نسيمه طبشوش، القنوات الفضائية وأثرها على القيم الأسرية، مؤسسة كنوز الحكمة للنشر والتوزيع، الجزائر، 2011.
108. نور الدين تواتي، الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2009.
109. هادي نعمان الهيتي، في فلسفة اللغة والإعلام، الدار الثقافية للنشر، ط1، القاهرة، 2007.
110. هتيمي حسين محمود، العلاقات العامة وشبكات التواصل الاجتماعي، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2015.
111. هناء السيد، الفضائيات وقادة الرأي، دار العربي للنشر والتوزيع، ط1، مصر، 2005.
112. يوسف تمار، العينة في الدراسات الإعلامية والاتصالية، دار بغداد للطباعة والنشر، الجزائر، 2010.
- ثانيا: المقالات العلمية**
113. أحمد حمدي، لغة الأدب ولغة الإعلام، المجلة الجزائرية للاتصال، العدد 6-7، ربيع وخريف، الجزائر، 1992.
114. اسعيداني سلامي، فقيري ليلي، الأزمات البيئية واستراتيجيات إدارتها في الاعلام والاتصال مقارنة تنظيرية، مجلة البحوث العلمية في التشريعات البيئية، المجلد 6، العدد 2، 2019.
115. أسماء مجيدي، رضا زلاقي، وظائف اللغة في الخطاب الإعلامي، مجلة اللسانيات التطبيقية، المجلد 05، العدد 09، 2021.
116. بلجيلالي مريم، حنيفي بن ناصر، واقع اللغة الإعلامية في الاعلام الجزائري، مجلة الموروث، المجلد 8، العدد الأول، 2020 خاص.
117. بوجمعة وعلي، اللغة العربية والتنمية في الوطن العربي، مجلة الباحث، العدد 17، 2018.
118. جابر محمد عبد الموجود، اتجاهات النخبة حول تجديد الخطاب الديني، مجلة البحوث الإعلامية-جامعة الأزهر، العدد 18، القاهرة، 2002.

119. حفصة بن عابد، زوزو رشيد، مشاهدة القنوات الفضائية وكيفية تأثيرها على التنشئة الاجتماعية للناشئة، مجلة علوم الانسان، المجلد 8، العدد 5، 2019.
120. حمار نور الدين، التجربة الجزائرية في مجال القنوات الفضائية المتخصصة-دراسة تقويمية، المجلة المغاربية للدراسات التاريخية والاجتماعية، جامعة سيدي بلعباس، المجلد 6، العدد 2، ديسمبر 2015.
121. خرشي زكي، الأساليب الإقناعية المستخدمة في برامج التلفزيون العمومي الجزائري للتوعية بالتلقيح ضد كوفيد 19، -دراسة تحليلية لعينة من برامج هذا الصباح على قناة الجزائرية الثالثة الإخبارية، مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية، المجلد 6، العدد 2، جوان 2022.
122. خوري صقر، الفكر واللغة"، مجلة المعرفة السورية، دمشق، العدد 496، 2005.
123. راضية قراد، اللغة الإعلامية المستخدمة في التلفزيون -دراسة نظرية في المستويات والخصائص، مجلة الرسالة للدراسات والبحوث الإنسانية، المجلد الأول، العدد الأول، جانفي 2017.
124. ريم فتيحة قدوري، الوعي البيئي لمستخدمي مواقع شبكات التواصل الاجتماعي-دراسة استطلاعية لعينة من مستخدمي موقع فايسبوك، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، العدد السابع، برلين-ألمانيا، 2019.
125. سامية بن زروق، اللغة العربية الفصحى في مواجهة العامية التي تهدد سلامتها، مجلة اللغة العربية، المجلد 21، العدد 46، 2019.
126. السعيد بومعيزة، التضليل الإعلامي وأفول السلطة الرابعة، المجلة الجزائرية لبحوث الإعلام والاتصال، المجلد 9، العدد 18، الجزائر، 2004.
127. عبد الحميد بوترة، واقع الصحافة الجزائرية المكتوبة في ظل التعددية اللغوية، مجلة الدراسات والبحوث الاجتماعية، جامعة الوادي، العدد 8، 2004.
128. عبد القادر قطشة، البرمجة والبرامج في التلفزيون...بين ذوق المشاهدة والبحث عن الجمهور، مجلة البحوث والدراسات العلمية، المجلد 8، العدد 1، جويلية 2014.
129. عبد الكريم رابح، تأصيل اللهجات العامية العربية المعاصرة-اللهجة العامية لسوف أنموذجا، مجلة آفاق علمية، المجلد 13، العدد الثاني، 2021.
130. عقاد صورية، العربي بوعمامة، تقنيات الذكاء الاصطناعي واستخداماتها في الاعلام المرئي أثناء الأزمات- أزمة جائحة كورونا انموذجا، مجلة الرواق للدراسات الاجتماعية والإنسانية، جامعة غليزان، المجلد الثامن، العدد الأول، 2022.

131. علا عبد الراضي، العوامل المؤثرة في الأداء المهني للقائم بالاتصال بوسائل الإعلام الإقليمية في ظل الثورة التكنولوجية، المجلة المصرية لبحوث الاتصال الجماهيري، كلية الاعلام، جامعة بني سويف، ديسمبر 2020.
132. فلفل محمد عبدو، اللغة العربية بين الثبات والتغيير، مجلة المعرفة السورية، العدد 403، 1997.
133. مادن سهام، بين العامية والفصحى، مجلة كلية العلوم الإسلامية-الصراط، السنة 5، العدد 10، ديسمبر 2004.
134. محمد زكرياء خراب، محمد ميلود، التفاعلية في البرامج الدينية، المجلة الدولية للاتصال الاجتماعي، المجلد 6، العدد الرابع، الجزائر، 2019.
135. محمد شومان، إشكاليات في مسار تطور اعلام الأزمات والكوارث، المجلة المصرية لبحوث الرأي العام، مجلد 2، عدد 3، كلية الإعلام، القاهرة، سبتمبر 2001.
136. محمد قارش، اللغة الإعلامية-المفهوم والتحديات، مجلة العلوم الاجتماعية والإنسانية، مجلد 8، رقم 1، 2015.
137. مراد ميلود، المعالجة الإعلامية لمختلف الأزمات- تجربة الاعلام الجزائري انموذجا، مجلة علوم الإنسان والمجتمع، المجلد 6، العدد 4، 2017.
138. مصمودي دليلة، الفضائيات العربية بين اللغة الإعلامية والاستعمال اللغوي، مجلة علوم اللغة العربية وآدابها، المجلد 1، العدد 1، 2009.
139. المنصف العيادي، محمد عبد الكافي، القنوات التلفزيونية المتخصصة، سلسلة البحوث والدراسات الإذاعية، تونس، اتحاد إذاعات الدول العربية، 2006.
140. مهديان ليلي، لعواص ريمة، راهن اللغة العربية في التلفزيون الجزائري (بحث في إشكالية التعدد اللغوي وانعكاساته)، مجلة التحبير، المجلد 3، العدد 1، جوان 2021.
141. مولود قاسم، اللغة والشخصية في حياة الأمم، مجلة الأصالة، وزارة التعليم الأصلي والشؤون الدينية، العدد 17، 1973، الجزائر.
142. نصير بوعلي، البارابول والاعلام في الجزائر -دراسة في عادات المشاهدة وأنماطها والتأثيرات على قيم المجتمع وثقافته، المجلة الجزائرية للاتصال، المجلد 5، العدد 12، جوان 1995.
143. نوال عبد العزيز الصفتي، معالجة الصحف المصرية للأزمات والأحداث الطارئة: دراسة تحليلية لأحداث الكشح خلال 1998، مجلة كلية الآداب، العدد 6، القاهرة، يوليو 1999.

144. ولاء أحمد حسين خالد، برنامج قائم على توظيف الألعاب المسرحية لتحسين التعامل مع بعض الأزمات البيئية لدى الأطفال المعاقين عقليا القابلين للتعلم، مجلة التربية وثقافة الطفل، كلية التربية للطفولة المبكرة، جامعة المنيا، المجلد 22، العدد الثالث، يوليو 2022.
145. ياسر الصالح، الفصحى والعامية في الإذاعة والتلفزيون، منشورات اتحاد إذاعات الدول العربية، جامعة الدول العربية، العدد 2، القاهرة، 2000.

### ثالثا: مذكرات ورسائل التخرج

146. أحمد طاهر أحمد، استراتيجية مقترحة لإدارة الأزمات والكوارث البيئية كأحد دعائم التنمية المستدامة- حالة تطبيقية شركة نصر للبترول، رسالة ماجستير في علوم البيئة، قسم العلوم الاقتصادية والقانونية والإدارية البيئية، معهد الدراسات والبحوث البيئية، جامعة عين شمس، 2014.
147. أماني سعيد عبد السلام شريف، المستويات الإعلامية في الخطاب الإعلامي المرئي، دراسة تطبيقية لغوية، رسالة مقدمة لنيل ماجستير في اللغة العربية وأدبها، كلية الدراسات العليا، الجامعة الأردنية، الأردن، 2008.
148. بلجباللي مريم، راهن اللغة الإعلامية بين الفصحى والعامية-القنوات الفضائية انموذجا، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه علوم في اللغة والأدب العربي، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، 2021.
149. بن عمار شهرزاد، أخلاقيات الممارسة الصحفية في ظل الميديا الجديدة، دراسة ميدانية تحليلية على عينة من الصحفيين الجزائريين، أطروحة دكتوراه، قسم الإعلام والاتصال، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، الجزائر، 2019.
150. بن عودة موسى، القيم الإخبارية في القنوات الفضائية الجزائرية-دراسة تحليلية مقارنة في المضمون والقائم بالاتصال في قنوات (الجزائرية الثالثة، دزاير تي. في وقناة الخبر)، أطروحة لنيل شهادة الدكتوراه للطور الثالث في علوم الاعلام والاتصال، جامعة عبد الحميد ابن باديس، مستغانم، الجزائر، 2017-2018.
151. دباب فراح أمال، الحماية القانونية للغابات في الاتفاقيات الدولية والتشريع الوطني، رسالة دكتوراه في القانون، جامعة الجبالي اليابس سيدي بلعباس، 2019-2020.
152. حنان يوسف، دور المادة الإخبارية التلفزيونية في تدعيم مفهوم المشاركة السياسية لدى شباب القاهرة، رسالة ماجستير غير منشورة، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، مصر، 1996.
153. صلاح يوسف الأشقر، مدى فاعلية الاتصال في إدارة الأزمات بوزارة الداخلية والأمن الوطني (دراسة مسحية على المناصب الاستشرافية في الإدارات المركزية في الشق المدني

- بوزارة الداخلية والأمن الوطني -غزة)، إشراف الأستاذ الدكتور يوسف حسين عاشور، رسالة ماجستير في ادارة الأعمال، الجامعة الإسلامية، غزة، كلية التجارة، قسم إدارة الأعمال، 2012.
154. عبد العزيز بن سلطان الضويحي، التخطيط الإعلامي ودوره في مواجهة الكوارث والأزمات (دراسة مسحية على العاملين في مديرية الدفاع ووزارة الثقافة والإعلام في مدينة الرياض)، رسالة ماجستير، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، 2004.
155. محمد جعفر، اللغة الإعلامية في أوقات الأزمات السياسية-دراسة قيمية لعينة من البرامج التلفزيونية في القنوات الجزائرية، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه العلوم في علوم الاعلام والاتصال، كلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد ابن باديس-مستغانم، 2022-2023.
156. محمد سلمان، اللغة العربية والاعلام، مجلة مجمع اللغة العربية بدمشق، ج3، مجلد74، 1999.
157. محمد عبد المطلب النكاء، لغة الإعلام بين الفصحى والعامية، جامعة بغداد كلية الاعلام مجلة الباحث الاعلامي، العدد الأول، 2005.
158. نجات بويدي، عادات وانماط مشاهدة الاولياء لبرامج التلفزيون، رسالة ماجستير، تخصص علم الاجتماع، معهد العلوم الاجتماعية، جامعة منتوري قسنطينة، 1998.
159. هشام حمزة، إدارة الأخبار في القنوات التلفزيونية (دراسة حالة: تجربة قناة أبو ظبي في تغطية الحرب في أفغانستان والعراق)، رسالة ماجستير في إدارة الأعمال، الجامعة الافتراضية الدولية، كلية إدارة الأعمال، 2007.
- رابعا: مؤتمرات وملتقيات وطنية ودولية:
160. ثريا البدوي، الاعلام والإصلاح السياسي في مصر، دراسة مسحية وفنومولوجية مقارنة بين الجمهور والنخبة، مستقبل وسائل الاعلام العربية، المؤتمر العلمي السنوي الحادي عشر، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، الجزء الأول، القاهرة، مايو 2005.
- خامسا: المراجع باللغة الأجنبية
161. Angers Maurice, **Initiation pratique à la méthodologie**, Alger, Casbah Université, 2ème, 1997.
162. Michel Bland, **communicating out of crisis**, 1<sup>st</sup> ed, Macmillan Press, London, 1998.
163. Mike Thelwall et David Stuart 'RUOK?  **Blogging Communication Technologies During Crises**', Journal of Computer-Mediated Communication, Vol.12 no.2-2007.
164. Sarah Kovoov Misra, **Crisis and Management**, Resilience and Change, Newcastle upon Tyne, 2005

165. Saussure Ferdinand, **cours de linguistique générale**, El Anis, Alger, 3éme Edition.
166. Troubetzkoy, **Principes de phonologie**, traduit par J. Cantineau, nouveau tirage corrigé par Luis. Prieto, éditions Klincksiek, Paris
167. Vallejo, **Policy responses and government science advice for the COVID 19 pandemic in the Philippines**, January to April 2020, Progress in Disaster Science, 2020.

سادسا: المواقع الالكترونية

168. عبد الله البلداوي، إدارة الأزمات ... العراق نموذجا ، معهد الإمام الشيرازي الدولي للدراسات، واشنطن، المصدر: المثقف السياسي، متاح على: [https://www.siironline.org/alabwab/derasat\(01\)/344.htm](https://www.siironline.org/alabwab/derasat(01)/344.htm) 2021-4-22  
15 2021/04/22 سا
169. علي حميد العبيدي، القنوات الفضائية ومبدأ السيادة في العصر الحديث، كلية المأمون الجامعة، متاح على الرابط: <https://www.iasj.net/iasj/download/aac58cd4c21c1782> شوهذ يوم 14-6-2021 سا 23
170. هناء يمانى، دور القائد المسلم في إدارة الأزمات، صيد الفوائد: [www.said.net/minute/79.htm](http://www.said.net/minute/79.htm) شوهذ يوم 13-9-2021 سا 20
171. <https://mawdoo3.com> 15/10/2021 11h
172. <https://nlayadi.com/> 16/01/2022 23h
173. <https://www.alarabiahconferences.org> 13/12/2022 19h
174. <https://nlayadi.com/> 16/01/2023 23h

الملاحق

### الملحق رقم 1

جامعة عبد الحميد ابن باديس-مستغانم-

كلية العلوم الاجتماعية

قسم: علوم الاعلام والاتصال

تخصص: تكنولوجيا وسائل الإعلام والمجتمع

استمارة استبيان:

في إطار الإعداد لأطروحة الدكتوراه بقسم علوم الإعلام والاتصال بعنوان: اللغة الإعلامية في القنوات الفضائية أثناء الأزمات-حرائق صيف 2021-دراسة تحليلية لعينة من متبعي برامج الشروق نيوز، يهدف البحث إلى استطلاع تصورات جمهور الشروق نيوز عن دور برامجها في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور نحو قضايا المجتمع الجزائري من خلال التعرف على تصوراته الفكرية حول اللغة الإعلامية الموظفة وانعكاسها في نماذج أو صور تطبيقية يتم من خلالها معرفة خصائصها وأهدافها ورسم استراتيجياتها في التعريف بالقضايا والأزمات. إذ تهدف دراستنا إلى معرفة اللغة المستخدمة أثناء عرض وتناول موضوع حرائق الغابات بالجزائر سنة 2021.

سأكون شاكرة لكم إذا تكرتم بالإجابة على الأسئلة المتضمنة في الاستبيان، وللإشارة فكل المعلومات المقدمة ستحظى بالعناية والائتمان.

مع خالص الامتنان وبالغ التقدير لتجاوبكم وإسهامكم في إنجاز هذا البحث العلمي.

الرجاء وضع علامة x في الخانة المناسبة، ويمكنكم اختيار أكثر من إجابة واحدة.

السنة الجامعية: 2023-2024

المحور الأول: البيانات الشخصية

- الجنس: ذكر  أنثى
- السن: 27-22  33-28  39-34  40 فأكثر
- المستوى الدراسي: ليسانس  ماستر/ماجستير  دكتوراه

المحور الثاني: عادات وانماط تعرض الأساتذة الجامعيين لبرامج "الشروق نيوز":

01- هل تتابع برامج "الشروق نيوز"؟

- دائماً  أحياناً  نادراً

02- هل تفضل مشاهدة برامج "الشروق نيوز"؟

- بمفردك  مع الأسرة  مع الأصدقاء  مع الطرف

03- ما هي نوعية البرامج التي تفضل مشاهدتها على قناة الشروق نيوز؟

- برامج سياسية  برامج اجتماعية  برامج رياضية
- برامج ثقافية  برامج اقتصادية  برامج دينية

04- هل تشاهد برامج قناة الشروق نيوز؟

- عبر البث الحي  مشاهدة الإعادة في التلفزيون
- مقاطع على الفيديو الاجتماعية

05- دوافع مشاهدتك لبرامج "الشروق نيوز"؟ يمكنك اختيار أكثر من إجابة.

- الاهتمام بالشؤون الداخلية والأخبار المحلية  تنوع مواضيع البرامج المعروضة
- تعزيز الانتماء الوطني  إمكانية التفاعل مع البرامج ومشاركة الآراء والتجارب
- متابعة البرامج الثقافية والتعليمية  عوامل أخرى
- وضّح رجاءاً.....

06- برأيك هل تتصور أن برامج الشروق نيوز هادفة؟

- نعم  لا  لا أدري

المحور الثالث: التصورات المرتبطة بمهنية قناة الشروق نيوز وصورتها:

07- من وجهة نظرك ما هي درجة اهتمام القناة بالقضايا المحلية؟

- عالية  متوسطة  
 مقبولة  منخفضة

08- هل تتوافق البرامج المقدمة في قناة "الشروق نيوز" مع اهتماماتك؟

نعم  لا  إلى حد ما  
 09- في اعتقادك، ما هي أبرز وظيفة تقوم بها برامج الشروق نيوز؟

- التغطية الإخبارية لما يحدث على المستوى المحلي و الدولي  
 - التعبير عن آراء مختلف شرائح المجتمع  
 - إعلانات لترويج المنتجات  
 - الترفيه و التسلية  
 - المساهمة في التعليم والتنقيف  
 - الرقابة على مؤسسات الدولة  
 - المساعدة في تكوين اتجاهات جديدة والتشاور حول القضايا  
 - وظائف أخرى:

أذكرها.....

10- أي العوامل التالية يمكنها الزيادة في درجة مشاهدة البرامج؟

- زيادة الاهتمام بمضمون البرنامج  
 -زيادة خبرة وكفاءة مقدم البرنامج  
 -زيادة الاهتمام بأسلوب تقديم البرنامج  
 -الإعلان عن برنامجه الحوارى قبل تقديمه  
 -انتقاء الضيوف بشكل جيد  
 -تناول مواضيع أكثر حساسية وجرأة

أخرى: وضح.....

**المحور الرابع: تموقع اللغة الإعلامية ببرامج الشروق نيوز:**

11- هل يؤثر مقدم برامج "الشروق نيوز" على اختيارك لمتابعة البرامج؟

نعم  لا

لماذا؟.....

12- هل ترى أن المُحاور أو المُقدم بالبرامج يتمتع بأي من الصفات التالية؟

المهارة الاتصالية  المناورة والجرأة  السمات التقديمية

اللاتقليدية والتجديد  مراعاة الذوق العام

13- أي الأساليب التقديمية التي يستخدمها مقدم البرامج تفضل؟

أسلوب التقديم العاطفي  أسلوب التقديم الحماسي

أسلوب التخويف في التقديم  أسلوب التقديم الهادئ والعقلاني

14- ماهي العوامل المؤثرة في تفضيل الأساليب التقديمية التي يستخدمها مقدم البرامج؟

أسلوب المقدم يتيح استفادة كبيرة  أسلوب المقدم ينم عن ثقافة واسعة

الأسئلة المطروحة تعبر عما يجول بذهني

15- طبيعة اللغة المستخدمة للتعبير عن القضايا المطروحة من قبل المحاور والضيوف غالبا ما

تكون؟

اللغة العربية الفصحى  العامية(الدارجة)  لغة الأمازيغية

اللغة الأجنبية: الفرنسية، الانجليزية  لغة مختلطة

16- هل اللغة الإعلامية الموظفة بقناة الشروق نيوز واضحة وسهلة الفهم بحيث تساهم في تأدية

وظيفتها الإخبارية من خلال التغطية الشاملة لمجمل الأحداث؟

نعم  لا

17- هل اللغة المستخدمة هجومية تشمل الشتم، الاتهامات بدون حجج ورفع الصوت؟

نعم  لا

المحور الخامس: اللغة الإعلامية أثناء الأزمة التي شهدتها الجزائر - حرائق صيف

2021:

18- هل تقوم اللغة الموظفة بمغالطات عند نقل الأخبار المتعلقة بالأزمة التي شهدتها الجزائر

صيف 2021؟

نعم  لا  لا أدري

19- هل الأساليب الإقناعية المعتمدة أثناء تناول موضوع الحرائق بقناة الشروق نيوز:

تهول وتضخم حجم الأزمة  تنقص وتقلل من هول الأزمة   
الشرح والإقناع  الإشادة بتعامل السلطة مع الأزمة

20- هل اللغة الإعلامية المستخدمة بقناة الشروق نيوز في وصف أزمة الحرائق مقارنة بقنوات

تلفزيونية جزائرية أخرى طغت عليها؟

اللغة العربية الفصحى  العامية (الدرجة)  اللغة الأمازيغية   
اللغة الأجنبية: فرنسية، انجليزية  لغة مختلطة

21- تميزت عبارات اللغة الإعلامية الموظفة لتناول أزمة حرائق 2021 ب:

الوضوح والإيجاز  الدقة في اختيار الألفاظ  قوة الإقناع   
الإبلاغ والتأثير  الموضوعية والعقلانية  السطحية والاسفاف

22- برأيك هل اللغة الإعلامية التي وظفت خلال الأزمة ساهمت في تناولها بموضوعية وشفافية؟

نعم  لا  لا أدري

23- برأيك هل اللغة الإعلامية التي تم استخدامها لتغطية الأزمة تقترب من الواقع الحي؟

نعم  لا  لا أدري

الفهارس

فهرس الجداول

الصفحة	العنوان	رقم الجدول
131	جدول يوضح توزيع أفراد العينة حسب النوع	01
131	جدول يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن	02
132	جدول يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى التعليمي	03
133	جدول يوضح مدى متابعة جمهور الشروق نيوز لبرامجها	04
134	جدول يوضح تفضيلات مشاهدة الجمهور لبرامج الشروق نيوز	05
135	جدول يوضح نوعية البرامج التي يفضل جمهور قناة الشروق نيوز مشاهدتها	06
136	جدول يوضح توزيع أفراد العينة حسب متغير نوع الوسيلة التي يعتمد عليها الجمهور لمشاهدة قناة الشروق نيوز	07
137	جدول يوضح دوافع مشاهدة الأساتذة لقناة الشروق نيوز	08
138	جدول يوضح رأي الأساتذة عما إذا كانت برامج قناة الشروق نيوز هادفة	09
139	جدول يوضح درجة اهتمام القناة بالقضايا المحلية	10
140	جدول يوضح مدى توافق برامج الشروق نيوز مع اهتمامات المبحوثين	11
140	جدول يوضح أبرز وظائف الشروق نيوز	12
142	جدول يوضح العوامل التي بإمكانها رفع نسبة مشاهدة برامج قناة الشروق نيوز	13
143	جدول يوضح مدى تأثير مقدم برامج الشروق نيوز على متابعة القناة	14
144	جدول يوضح صفات المحاور أو المُقدم في برامج الشروق نيوز	15
145	جدول يوضح الأساليب التقديمية التي يستخدمها مقدم برامج الشروق نيوز	16
147	جدول يوضح العوامل المؤثرة في تفضيل الأساليب التقديمية التي يستخدمها مقدم برامج الشروق نيوز	17

148	جدول يوضح طبيعة اللغة المستخدمة للتعبير عن القضايا المطروحة من قبل المُحاور والضيوف	18
150	جدول يوضح مدى سهولة ووضوح اللغة الإعلامية الموظفة بقناة الشروق نيوز ومساهمتها في تأدية وظيفتها الإخبارية من خلال التغطية الشاملة للأحداث	19
151	جدول يوضح ما إذا كانت اللغة المستخدمة هجومية، تشمل الشتم والاتهامات بدون حجج ورفع الصوت	20
151	جدول يوضح المغالطات التي تضمنتها اللغة الإعلامية عند معالجة أزمة حرائق صيف 2021	21
152	جدول يوضح الأساليب الإقناعية المعتمدة أثناء أزمة الحرائق بقناة الشروق نيوز	22
153	جدول يوضح طبيعة اللغة الإعلامية التي طغت في وصف الأزمة مقارنة بقنوات تلفزيونية جزائرية أخرى	23
154	جدول يوضح أهم ما ميز عبارات اللغة الإعلامية الموظفة أثناء حرائق 2021	24
155	جدول يوضح مدى شفافية وموضوعية اللغة الإعلامية الموظفة خلال الأزمة	25
156	جدول يوضح مدى اقتراب اللغة الإعلامية المستخدمة في معالجة الأزمة من الواقع الحي	26
158	جدول يوضح نوعية البرامج المفضلة لدى مشاهدي قناة الشروق نيوز مع الجنس	27
159	جدول يبين مدى توافق البرامج المقدمة في قناة "الشروق نيوز" مع اهتمامات مشاهدي قناة الشروق نيوز مع السن	28
161	يوضح مدى فهم اللغة الإعلامية الموظفة لتغطية الأحداث عند مشاهدي قناة الشروق نيوز مع المستوى الدراسي	29
162	يوضح مميزات عبارات اللغة الإعلامية في قناة "الشروق نيوز" مع الجنس	30
165	اختبار الفرضية الإحصائية الأولى	31

166	اختبار الفرضية الإحصائية الثانية	32
167	اختبار الفرضية الإحصائية الثالثة	33
168	اختبار الفرضية الإحصائية الرابعة	34
169	اختبار الفرضية الإحصائية الخامسة	35
170	اختبار الفرضية الإحصائية السادسة	36

فهرس المحتويات

الصفحة	العنوان
	البسمة.
	شكر وعرهان.
	الإهداء.
	الملمص باللغة العربية.
	الملمص باللغة الإنكليزية.
	الملمص باللغة الفرنسية.
	خطة الدراسة.
ن - ف	مقدمة عامة.
45 - 18	الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة
19	1. إشكالية الدراسة وتساؤلاتها.
23	2. أهمية الدراسة.
24	3. أهداف الدراسة.
25	4. منهج الدراسة وأدوات جمع البيانات.
30	5. مجتمع الدراسة والعينة.
32	6. تحديد مفاهيم الدراسة.
37	7. عرض الدراسات السابقة.
45	8. حدود الاستفادة من الدراسات السابقة.
- 46	الفصل الثاني: الإطار النظري للدراسة
57 - 47	أولاً: مدخل إلى اللغة الإعلامية التلفزيونية
48	تمهيد.
48	1. تعريفات اللغة كوسيلة اتصال.
50	2. أهمية اللغة.
50	3. وظائف اللغة الإعلامية.

52	1.3- الوظيفة التعبيرية.
52	2.3- الوظيفة الإعلامية.
52	3.3- الوظيفة الخطابية.
53	4. مدخل إلى اللغة الإعلامية وعلم الإعلام اللغوي
53	1.4- مفهوم اللغة الإعلامية.
54	2.4- العلاقة بين اللغة والإعلام.
58	5. مستويات التعبير اللغوي
59	6. خصائص اللغة الإعلامية التلفزيونية
61	7. مستويات اللغة الإعلامية التلفزيونية.
61	1.7- اللغة العربية الفصحى.
63	2.7- اللغة العامية.
67	3.7- اللغة المختلطة (اللغة الوسطى)
68	8. مفهوم اللغة الإعلامية التلفزيونية.
70	9. واقع اللغة في الممارسة الإعلامية التلفزيونية.
75	خلاصة.
106 - 76	ثانيا: اللغة الإعلامية في القنوات الفضائية الجزائرية
77	تمهيد.
77	1. مدخل إلى القنوات الفضائية.
79	2. خصائص البث التلفزيوني.
79	3. وظائف الفضائيات التلفزيونية
81	4. أنواع الفضائيات التلفزيونية.
82	5. أهمية القنوات الفضائية الجزائرية وشروط بثها.
84	6. نشأة القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة
88	7. أنواع برامج القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة
92	8. إيجابيات وسلبيات القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة
92	1.8- إيجابيات القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة
94	2.8- سلبيات القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة

95	9. أسباب ظهور القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة
96	10. أنواع القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة
100	11. الازدواجية اللغوية في ظل الانفتاح الإعلامي بالقنوات الفضائية الجزائرية
106	خلاصة.
107 - 129	ثالثا: معالجة الأزمات البيئية في الإعلام الجزائري
108	تمهيد.
108	1. مفهوم الأزمة.
110	2. مفاهيم ذات صلة بالأزمة.
111	3. أنواع الأزمات.
112	4. سمات الأزمة.
113	5. خصائص الأزمة.
113	6. مراحل الأزمة.
116	7. الإعلام والأزمات البيئية في الجزائر
116	1.7- دور الإعلام في إدارة الأزمات.
119	2.7- مفهوم الأزمات البيئية.
123	3.7- خصائص الأزمات البيئية.
123	4.7- حرائق الغابات كأزمة بيئية.
124	5.7- برنامج الإعلام والتوعية كإجراء وقائي من حرائق الغابات
125	6.7- التخطيط الإعلامي لمواجهة حرائق الغابات بالجزائر.
129	خلاصة.
130 - 176	الفصل الثالث: الإطار الميداني للدراسة
131	أولا: مجتمع البحث وخصائصه
131	ثانيا: عرض وتحليل محاور الاستبيان
131	1. عرض وتحليل الجداول البسيطة
131	1.1- عرض وتحليل المحور الأول: البيانات العامة لأفراد العينة

133	2.1- عرض وتحليل المحور الثاني: عادات وأنماط تعرض الأساتذة الجامعيين لبرامج الشروق نيوز
139	3.1- عرض وتحليل المحور الثالث: التصورات المرتبطة بمهنية قناة الشروق نيوز وصورتها.
143	4.1- عرض وتحليل المحور الرابع: تموقع اللغة الإعلامية ببرامج الشروق نيوز.
151	5.1- عرض وتحليل المحور الخامس: اللغة الإعلامية ناء الأزمة التي شهدتها الجزائر - حرائق صيف 2021.
157	2. عرض وتحليل الجداول المركبة.
164	ثالثا: الاختبارات الإحصائية.
165	رابعا: اختبار الفرضيات الإحصائية.
165	1. الفرض الإحصائي الأول: لا توجد علاقة ذات صلة إحصائية في التوافق حسب متغير الجنس عند مستوى معنوية 0.05
166	2. الفرض الإحصائي الثاني: لا توجد علاقة ذات صلة إحصائية في التوافق حسب متغير السن عند مستوى معنوية 0.05
167	3. الفرض الإحصائي الثالث: لا توجد علاقة ذات صلة إحصائية في التوافق حسب متغير المستوى الدراسي عند مستوى معنوية 0.05
168	4. الفرض الإحصائي الرابع: لا توجد علاقة ذات صلة إحصائية بين رأي المبحوثين حسب متغير الجنس عند مستوى معنوية 0.05
169	5. الفرض الإحصائي الخامس: لا توجد علاقة ذات صلة إحصائية بين رأي المبحوثين حسب متغير السن عند مستوى معنوية 0.05
170	6. الفرض الإحصائي السادس: لا توجد علاقة ذات صلة إحصائية بين رأي المبحوثين حسب متغير المستوى الدراسي عند مستوى معنوية 0.05
171	خامسا: نتائج الدراسة الميدانية
174	سادسا: النتائج العامة للدراسة الميدانية
179 - 178	خاتمة.

192 - 181	قائمة المصادر والمراجع.
198 - 194	الملاحق.
202 - 200	فهرس الجداول.
207 - 203	فهرس المحتويات