

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة عبد الحميد ابن باديس مستغانم

كلية العلوم الإجتماعية و الإنسانية

قسم علوم الإعلام و الإتصال

مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام و الإتصال تخصص
وسائل الإعلام والمجتمع
تحت عنوان:

التداول الإعلامي للقضايا المغاربية على قناة فرانس 24

****برنامج وجهها لوجه أنموذجا****

لجنة المناقشة:

من إعداد:

_ العربي بوعمامة مشرفا

زروقي إلهام

_ بعلي محمد السعيد رئيسا

_ مرواني محمد مناقشا

_ مساهل محمد مناقشا

الموسم الجامعي: 2015/2014

كلمة شكر

أتقدم إلى كل الأيدي والعقول التي ساهمت في إثراء هذه الرسالة المتواضعة بالامتنان والشكر
الجزيل، وأخص بالذكر:

الأستاذ الدكتور المشرف على هذه الدراسة العربي بوعمامة

الأستاذ الدكتور عباس الجلاي، الأستاذ بن عيشة عبد الكريم، الأستاذ بن شعيب محمد

كما أتقدم بشكري الجزيل إلى أساتذة قسم الإعلام والاتصال، وكذلك الأساتذة الذين تفضلوا

بقبول مناقشة هذه الدراسة ليثروها بعلمهم وخبراتهم

كما لا أنسى الذين ساهموا بالمتابعة والتساؤل وهم الذين كانوا الدعم الخفي لإتمام هذا العمل

المتواضع.....

فإلى كل هؤلاء أرق آيات العرفان والتقدير

وأخص عبارات الشكر والوفاء.

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

«..... رَبِّ أَوْزَعْنِي أَنْ أَشْكُرَ نِعْمَتَكَ الَّتِي أَنْعَمْتَ عَلَيَّ وَعَلَىٰ وَالِدَيَّ وَأَنْ

أَعْمَلَ عَالِمًا تَرْضَاهُ وَأَدِّقْ لِي بِرَحْمَتِكَ فِي عِبَادَتِكَ الصَّالِحِينَ.....»

صَدَقَ اللَّهُ الْعَظِيمُ

آيَةٌ رَقْم 19 مِنْ سُورَةِ النَّهْلِ

بسم الله الرحمن الرحيم

«..... رب أوزعني أن أشكر نعمتك التي أنعمت علي وعلى والدي
وأن أعمل صالحا ترضاه وأدخلني برحمتك في عبادك الصالحين.....»

صدق الله العظيم

آية رقم 19 من سورة النمل

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

• هذه استمارة أقدمها في إنجاز مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص وسائل الإعلام والمجتمع تحت عنوان " تناول القضايا المغاربية على قناة فرانس 24 دراسة تحليلية لقضية النزاع القائم بين الجزائر والمغرب " مستعملة بذلك أداة تحليل المحتوى التي اخترت فيها فئات الموضوع, الفاعل, الاتجاه, المفاهيم, مراكز الاهتمام, أساليب الإقناع, ولهذا كان اختياري لوحدة الموضوع والسياق.

لذلك نطلب من سيادتكم:

التمعن في الاستمارة والتطلع على دليلها.

اسم ولقب المشرف على البحث:

العربي بوعمامة

اسم ولقب الباحثة:

زروقي إلهام

فهرس

شكر وتقدير

إهداء

أ.....مقدمة

الإطار المنهجي

05.....أسباب و دوافع اختيار الموضوع

05.....أهمية الدراسة

06.....الهدف الدراسة

06.....بناء الإشكالية

08.....تساؤلات الدراسة

09.....فرضيات الدراسة

10.....تحديد المصطلحات و المفاهيم

13.....مجتمع البحث

14.....عينة البحث

14.....منهج الدراسة

16.....فئات التحليل

19.....وحدات التحليل

20.....المقاربة النظرية للدراسة

20.....الدراسات السابقة

28.....صعوبات البحث

الجانب النظري

الفصل الأول:

المعالجة الإعلامية للقضايا المختلفة

- تمهيد..... 30
- المبحث الأول: الإعلام الدولي وقضايا..... 31
- المبحث الثاني: السياسة الإعلامية في الاعلام الدولي..... 36
- المبحث الثالث: الغزو الفكري و الفضائيات الإخبارية..... 39
- المبحث الرابع: علاقة المؤسسات الإعلامية بالقوى المجتمعية المختلفة..... 42
- خلاصة..... 44

الفصل الثاني

البرامج التلفزيونية في الفضائيات الأجنبية

- تمهيد..... 46
- المبحث الأول: مفهوم البرامج التلفزيونية..... 47
- المبحث الثاني: الاستراتيجية البرمجية تلفزيونية..... 50
- المبحث الثالث: البرامج المفضلة في الفضائيات الأجنبية..... 52
- المبحث الرابع: أهداف البرامج التلفزيونية..... 54
- خلاصة..... 55

الفصل الثالث

البرامج الحوارية في التلفزيون

57.....	تمهيد
58.....	المبحث الأول: مفهوم البرامج الحوارية
59.....	المبحث الثاني: أشكال الحوار التلفزيوني الإخباري
65.....	المبحث الثالث: نماذج حول دراسات أجنبية
69.....	المبحث الرابع: النظرية المستخدمة (الأطر الإعلامية)
72.....	خلاصة

الجانب التطبيقي:

- 1_ بطاقة تعريفية عن قناة فرانس 24 الفرنسية74
- 2_ التعريف بالبرنامج (عينة البحث)77
- 3_ التحليل الكمي والكيفي لفئات التحليل79
- فئة المواضيع.....79
- فئة الفاعلين.....82
- فئة مراكز الاهتمام.....86
- فئة المفاهيم.....89
- فئة الاتجاه.....94
- فئة أساليب الإقناع.....98
- الاستنتاج العام.....104
- خلاصة البحث.....107
- اقتراحات وتوصيات.....108
-خاتمة
-المراجع والمصادر
-فهرس
-الملاحق

مقدمة :

يشهد العالم تطورات متلاحقة في مجال الاتصال ولعل أبرزها في الألفية الثالثة هو التزايد في إعداد القنوات الفضائية ومعدلات التعرض لها تعكس في مضامينها توجه معين منها الإعلام الفضائي الذي يمثل المظهر الأول والأهم في دخول الحياة الإنسانية مرحلة العولمة التي تلاشت فيها المسافات الجغرافية المتباعدة بين الدول والمجتمعات وتعاضمت من خلالها مساحات الاحتكاك الحضاري بين الأمم على كافة الأصعدة, من خلال انتقال الثقافات والمفاهيم والقيم بين المجتمعات البشرية بحضرتها المختلفة وبمضامينها التاريخية الخاصة, مما جعل الاحتكاك الحضاري المعقد هو نمط الحياة المعاصرة.

وإذا كانت نقطة الانطلاق للإعلام الفضائي العابر للحدود أو العالمي, هي ظهور محطة سي.ان.ان الأمريكية كأول فضائية دولية خلال حرب الخليج الثانية في عام 1992, فإن حالة انفجارية حدثت من بعد في إعداد المحطات الفضائية الغربية و أنواعها حتى زاد عددها في سلسلة أقمار هوت بيرد (القديمة والجديدة) وحدها عن الألف قناة.

وقد دخل الإعلام الغربي عالم المنافسة أو التأثير على المشاهد العربي, في البلاد العربية والمهاجر, فوسعت القنوات نطاق بثها لتصل إلى العالمية وفق أهداف و أنماط متعددة, كما أطلقت قنوات أخرى معبرة عن اتجاهات فكرية و سياسية في البلدان التي تتمتع بحريات إعلامية, وفي خضم التوالد السريع للقنوات الفضائية, والتوسع الإعلامي المرئي والمسموع, وفي ظل التغيرات التي يشهدها العالم وخاصة الجيوسياسية, وفي إطار بزوغ مؤشرات جديدة تمهيدا لتشكّل عالم جديد سياسيا وجغرافيا, بدأ التركيز على المنطقة العربية عامة والمنطقة المغاربية خاصة من قبل الدول المستعمرة سابقا , وأدركت أن أنجع وسيلة لتبادل الخطاب بينها وبين شعوب هذه الدول هو الفضائيات الأجنبية الموجهة للعالم العربي والناطقة باللغة العربية خاصة وأن العالم كما قال " ماك لوهان " أصبح قرية واحدة تسمع كل أخبارها ولا تخفى منها خافية.

وفي معرض الحديث عن القنوات الفضائية الأجنبية الموجهة للعالم العربي أو الناطقة باللغة العربية تجدر الإشارة هنا أنه من الملاحظ في الآونة الأخيرة تزايد هذه القنوات بشكل ملفت للانتباه، مما أدى بالكثير من المتابعين من أهل الاختصاص وغيره إلى محاولة فهم علة هذا التزايد والبحث في أسبابه وخلفياته، بحيث تعد إعدادا يستطيع من خلاله توجيه الرأي العام حول قضية ويكسب أكبر مشاهدة وفق سياسة معينة.

ومما سبق تأتي هذه الدراسة كقراءة تحليلية لأهم المضامين الإعلامية التي تناولتها أحد هذه القنوات وهي قناة فرانس 24 الفرنسية الناطقة بالعربية الموجهة للعالم العربي و المغربي وطبيعة هذه العلاقات بين الدول المغربية وكيفية تناولها على هذه القناة الأجنبية الأكثر متابعة على مستوى المغرب العربي خاصة الجزائر والمغرب.

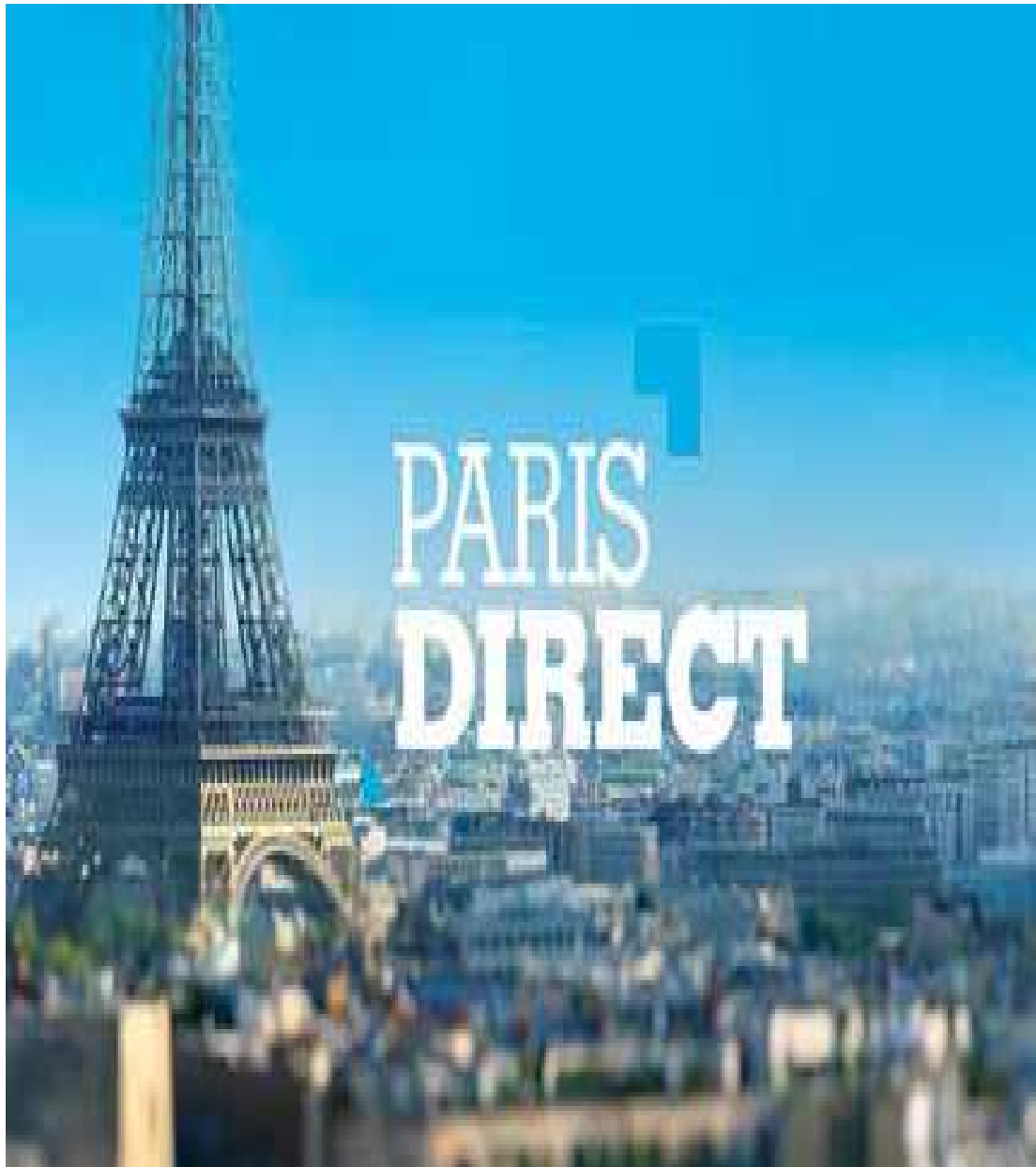
وعن موضوعنا الموسوم بعنوان (تناول القضايا المغربية على قناة فرانس _ العلاقة الجزائرية المغربية _ نموذجا _) حاولنا من خلاله دراسة وتحليل مضامين برنامج " وجهها لوجه " ومحتوياته ومعرفة مدى عمله على نشر المعلومات والقضايا الشائكة بين البلدين من خلال تفحص في أهدافها وأسلوبها ونمط معالجتها للموضوع، فقد حاولت تقسيم هذا البحث المتواضع إلى جانب منهجي تطرقت فيه إلى الموضوع من خلال الإشكالية والفرضيات، إلى أسباب اختيار الموضوع وتوضيح أهدافه مع تحديد المفاهيم وكذا المنهجية المتبعة ثم التطرق إلى نوعية الدراسات السابقة حول الموضوع، أما الجانب النظري، أما بالنسبة للجانب النظري والتطبيقي كل منهما مكملا للآخر، حيث اشتمل الجانب النظري على ثلاثة فصول كل فصل يتضمن ثلاثة مباحث متتالية ومرتبطة، الفصل الأول تطرقت فيه للمعالجة الإعلامية للقضايا المختلفة تضمن الإعلام الدولي وقضايا، السياسة الإعلامية في الإعلام الدولي، الغزو الفكري و الفضائيات الإخبارية، علاقة المؤسسات الإعلامية بالقوى المجتمعية المختلفة،

أما الفصل الثاني فتناول البرامج التلفزيونية في الفضائيات الأجنبية مع تبيين مفهوم البرامج التلفزيونية وإستراتيجيتها ثم تطرقت إلى البرامج المفضلة في الفضائيات الأجنبية ثم ختمت هذا الفصل ببعض أهدافها,

أما الفصل الثالث فتطرقت فيه إلى البرامج الحوارية في التلفزيون تضمن مفهوم البرامج الحوارية, أشكال الحوار التلفزيوني, الحوار التلفزيوني الإخباري, وفي الأخير بعض النماذج حول دراسات في البرامج الحوارية الأجنبية, أما الجانب التطبيقي المرتكز أساسا على التحليل الكمي والنوعي لمحتوى برنامج " وجهها لوجه " حول العلاقة الجزائرية المغربية, فقد حاولت تقسيم هذا الجانب إلى خمسة فئات, حيث نجد كل فئة تحتوي جدول إحصائي متبوع بتعليق ثم تحليل مفصلا لها, محاولة بعدها جمع كل الملخصات في استنتاج عام لدراسة حسب ما استخلصته منها طبعاً, ومثلما بدأنا بالمقدمة أنهيت الدراسة بخاتمة, خرجت بعدها بمجموعة من التوصيات والاقترحات قصد رفعها إلى نظام الفاعلين في الإعلام وفي الأخير قائمة المراجع والمصادر المعتمدة عليها في هذه الدراسة.

الجانب التطبيقي





LIBERTÉ • ÉGALITÉ • ACTUALITÉ





نشرة الأخبار



FRANCE24.COM

الإطار المنهجي :

- ❖ أسباب و دوافع اختيار الموضوع
- ❖ أهمية الدراسة
- ❖ أهداف الدراسة
- ❖ بناء الإشكالية
- ❖ تساؤلات الدراسة
- ❖ فرضيات الدراسة
- ❖ تحديد المصطلحات و المفاهيم
- ❖ مجتمع البحث
- ❖ عينة البحث
- ❖ منهج الدراسة
- ❖ فئات التحليل
- ❖ وحدات التحليل
- ❖ المقاربة النظرية للدراسة
- ❖ الدراسات السابقة
- ❖ صعوبات البحث

1_ أسباب اختيار الموضوع:

أثرتنا عدة أسباب لاختيار هذا الموضوع, ولعل من بينها:

- اهتمامنا البحثي بالقنوات الفضائية العلمية الإخبارية الغربية وعلى رأسها قناة فرانس 24 باعتبارها مزيج من الأخبار المتنوعة والآنية والبرامج المختلفة حول مجموع القضايا المحلية والعالمية سواء في المنطقة العربية أو العالمية.
- معرفة أهم القضايا الحديثة في المغرب العربي وعلاقتها بالأحداث الجارية والأزمات في المنطقة العربية عموما.
- معرفة طريقة المعالجة الإعلامية لقناة فرانس 24 من خلال تناولها لقضايا دول المغرب العربي كونها تتشابه في الظروف السياسية والاقتصادية والاجتماعية وغيرها.

2_ أهمية الدراسة:

هذا الموضوع يستمد أهميته من خلال بعض الجوانب تظهر في الاهتمام البالغ للدول المغربية بقضايا السياسة الراهنة في المغرب العربي من خلال ما تقدمه لنا القنوات الأجنبية حولها, التي أضحت تشكل تحديا جديدا في مجال الإعلام، وكذا اختلاف المعالجة الإعلامية عبر القنوات العربية والأجنبية, لمثل هذه القضايا التي تهم الرأي العام المغربي, إضافة إلى ضرورة تقديم اقتراحات ورؤى من أجل النظر في مجمل الأحداث السياسية في المغرب العربي وفقا لما أصبحت تمليه الضرورة الإعلامية، والسير، كما تكمن أهمية هذه الدراسات أنها محاولة لتسليط الضوء على مختلف البحوث والكتابات على الرغم من محدوديتها وقلتها لغرض التعرف أكثر على هذه الظاهرة المتزايدة بشكل سريع خاصة في الآونة الأخيرة، ومحاولة علمية لمعرفة أهم الدوافع والأسباب والخلفيات الفكرية للمعالجة الإعلامية لمثل هذه الأحداث، وذلك بالكشف عن كيفية المعالجة من خلال تحليل مضامين قناة فرانس 24 الفرنسية حول القضايا المغربية، وباعتبار الجزائر دولة من دول المنطقة المغربية على وجه التحديد.

3_ الهدف من الدراسة:

تهدف دراستنا إلى:

- تسليط الضوء على الوضع المغربي من وجهة نظر قناة فرانس 24, وبالأخص الأحداث المتعلقة بالمنطقة المغربية, وذلك لإثراء المعرفة حول مجريات الأحداث الحالية في الدول المجاورة ومدى فاعلية القناة في نقل الأحداث السياسية التي تخص المجتمعات المغربية, أما في ما يخص الأهداف العلمية تتمثل في ما يلي:

- ما مدى اعتماد قناة فرانس 24 على الأخبار التي تعني بأوضاع المنطقة المغربية وكيفية إدراجها في أجندة عناوينها الإخبارية.

- معرفة وجهة نظر القناة من خلال معالجتها للقضايا المغربية من خلال برنامج " وجهه لوجه ".

- التعرف على اتجاه القناة في تغطيتها وتحليلها لقضايا المغرب العربي, ومعرفة مدى موضوعيتها في تناول هذه القضايا.

- التعرف على كيفية تعامل القناة في تحليلها للمضامين فيما يتعلق بقضايا المغرب العربي وملفاته الساخنة المتعلق بالأزمات المختلفة خاصة منها العلاقة الجزائرية المغربية.

4_ بناء الإشكالية:

تبدو أهمية الإعلام الدولي اليوم من خلال ظهور ما يعرف بالإعلام الموجه أو ما يصطلح عليه بالقنوات الفضائية الأجنبية الموجهة باللغة العربية, وعلى الرغم من عدم حداثة هذا النوع من الإعلام حيث أن العالم العربي كان منذ زمن بعيد محط أنظار الإعلام الموجه متمثلا في الإذاعات الموجهة إلا أن القنوات الفضائية الحالية تتسم ببعض الخصائص التي تجعلها مميزة عن وسائل الإعلام الأخرى, من حيث أنها مؤسسات إعلامية ضخمة لها انتشارها الواسع, بالإضافة إلى تغطيتها وعملية وطريقة تناولها ومعالجتها لمختلف القضايا والأحداث محليا وعالميا, وخاصة في المنطقة العربية التي تعد أحد المناطق المستهدف إعلاميا لهذه القنوات الفضائية الناطقة بالعربية,

ولعلّ دراستنا تنتمي إلى هذا المجال من خلال معالجتنا لقضايا المغاربية على قناة فرانس 24 الناطقة بالعربية بتركيز على توتر العلاقة بين الجزائر والمغرب، كما تبدو بعض الإشكالات في تعامل هذه القنوات مع بعض الأحداث والقضايا في المنطقة العربية من خلال خطورتها على المشاهد العربي خاصة في ظل ظهور ما يعرف بالمشاهد العولمي الذي ليس له ولاء لإعلامه المحلي لكن ولاءه للإعلام الأكثر إبهارا، وبهذا أصبح الخطر مضاعفا من إعلام دولي موجه يستهدف جمهور عربي متلهف على الخبر والصورة المبهرة مما عظم من تأثير هذه القنوات، لهذا تحاول هذه الدراسة معرفة درجة اعتماد الجمهور العربي على القنوات الفضائية الأجنبية الموجهة باللغة العربية خاصة الأحداث في المغرب العربي، حيث أشارت بعض الدراسات الإعلامية السابقة إلى كثافة معدلات مشاهدة الجمهور للقنوات الفضائية بأنواعها خلال الأزمات، وترجع أهمية هذه الدراسة إلى تسارع إطلاق القنوات الغربية الموجهة باللغة العربية في الآونة الأخيرة، وهي فترة شديدة التعقيد تتسم بعلاقة صعبة بين الدول النامية والغرب، وبهذا يقصد من هذه القنوات أن تكون إحدى أدوات الحرب النفسية والدعاية لتنفيذ سياسات غربية.

فلا يمكننا الحديث عن الإعلام الغربي وعلاقته بالأحداث في العالم العربي بصفة عامة و المغاربي بصفة خاصة، بمعزل عن مختلف المتغيرات السياسية التي تميز كل بلد، حيث أن منظومات القوانين تعكس عموما الوضع الاجتماعي كما هو أو كما يراد أن يكون، وقوانين الإعلام بصفة أخص مرتبطة أيما ارتباط بالإفرازات السياسية الدولية والإقليمية والوطنية فهي تتماشى وتلك التحولات والمتغيرات.

ولعل ما يبرر ذلك، هو معالجة القنوات التلفزيونية للأحداث والقضايا، من خلال الطريقة التي تعرض بها ومنها نجد قناة فرانس 24، الإخبارية الناطقة بالعربية وكيفية معالجتها للأحداث، بالأخص ما يهم شأن المغاربي.

فطريقة عرض القنوات التلفزيونية تختلف باختلاف طبيعة المؤسسة الإعلامية التي لها وظائف متعددة، علاوة على دورها في تأطير الأخبار واستخدام أجندها الإعلامية وفقا لما يخدم مصلحتها الخاصة في الكثير من الأحيان. وانطلاقا من تحليلنا لمضمون البرنامج الحوارى المبث عبر قناة فرانس 24، والذي يتناول الأحداث السياسية في المغرب العربى، وبالتركيز على أهم المحطات الرئيسية لتطور الأحداث في المنطقة المغاربية من خلال إشكالية تغطية فرانس 24 لقضايا المغرب العربى، وما تكتشفه تلك التغطية الإعلامية الفرنسية من خلال حصة "وجهها لوجه" حيث تشكل القضية الجزائرية والتونسية والمغربية وليبية والحوار مع العالم الإسلامى ركائز قضايا المنطقة الرئيسية، ومن هنا تركز إشكاليتنا على ما تضمنته هذه التغطية من رسائل تتعلق بالسياسة الفرنسية تجاه قضايا المنطقة، وفيما إذا حملت هذه التغطية رسالة إلى شعوب المنطقة تحسن صورة فرنسا وتؤسس لعلاقات أكثر إيجابية معها.

وعلى هذا الأساس يمكننا طرح السؤال الجوهرى في الدراسة على الشكل الآتى: **كيف يمكن تفسير عملية التغطية الإعلامية لقناة فرانس 24 لمخترق القضايا بمنطقة المغرب العربى في فترة الأزمات الراهنة؟**

وينبثق من السؤال العام الأسئلة الفرعية التالية:

السؤال الأول:

على أي أساس تتم معالجة الأوضاع السياسية المتعلقة بالقضايا المغاربية من خلال قناة فرانس 24 ؟

السؤال الثانى:

كيف يتم توظيف الأساليب الإعلامية لقناة فرانس 24 في معالجتها لأحداث الدول المغاربية في ظل الأوقات الأزماتية الراهنة؟

السؤال الثالث:

ما هو اتجاه القناة نحو أحداث دول المنطقة المغاربية في ظل الفترات الأزماتية الراهنة؟.

السؤال الرابع:

كيف تم معالجة التوتر القائم بين الجزائر والمغرب باعتبارها قضية مشتركة بين بلدين في المنطقة مغاربية؟

5_ الفرضيات:

الفرضية العامة:

التغطية الإعلامية لقناة فرانس 24 متحيزة في بعض القضايا المغربية .

الفرضيات الجزئية:

الفرضية الجزئية الأولى:

التغطية الإعلامية للقضايا البارزة في المغرب العربي محكومة وفق أجندة ورؤى المؤسسات والدول الممولة لها.

الفرضية الجزئية الثانية:

الصورة النمطية السلبية المتوارثة عن الشخصية العربية والإسلامية تسهم بشكل كبير في عدم تفهم الرأي العام الغربي ومؤسساته الإعلامية المختلفة لمشكلاته بل وتساعد في تفاقمها في كثير من الأحيان من خلال سياسة برامجية.

الفرضية الجزئية الثالثة:

تميل القناة إلى عرض القضايا بأسلوب حوارى يعكس وجهة نظر سياستها التحريرية من خلال طبيعة الضيوف المستضافين في البرنامج.

_ تحديد المفاهيم:

التعريف الإجرائي لبعض المفاهيم.

_ تناول الإعلامي:

يقصد به الطريقة أو العملية التي تناولت بها القناة مختلف الجوانب المتعلقة بالحدث من خلال رصد مجريات الخبر وتحليل أبعاده وأثاره وذلك بغرض إيصال رسالتها إلى جمهور الرأي العام والتأثير عليه بهدف إحداث التغيير, وتقديمها للمتلقي, بطريقة تتناسب مع سياستها التحريرية.

_ القضايا المغربية:

يقصد بالقضية « أمر يقتضي البحث والمعالجة في شأن أو موضوع »¹

ويقصد بها مجموعة الأحداث والوقائع سياسية المتعلقة بدول المغرب العربي والتي تهم الشأن

المغربي والرأي العام في دول المغرب العربي.

_ المغرب العربي:

مصطلح سياسي يطلق على منطقة جغرافية ذات تاريخ ولغة وثقافة مشتركة تشمل المنطقة المغربية في قارة إفريقيا ذات حدود جغرافية و تشمل هذه الدول كل من (الجزائر, المغرب, تونس, ليبيا).

1_ صبحي حمودي, المنجد في اللغة العربية, دار المشرق, بيروت, الطبعة الثالثة, 2008, ص116.

_ قناة فرانس 24:

قناة فرنسية متحدثة باللغة العربية, تقدم أخبار متنوعة حول العالم خاصة الأحداث المتعلقة بدول العربية باعتبارها

ناطقة بالعربية والشأن المغربي وتركز في تقديم أخبارها على المواضيع السياسية.

_ العلاقة الجزائرية المغربية:

و يقصد بها طبيعة العلاقة السياسية القائمة بين الجزائر والمغرب على خلفية التوتر القائم بين البلدين حول قضية الصحراء الغربية و غلق الحدود.

_ برنامج " وجهها لوجه ":

برنامج سياسي حوارى يهتم بعرض قضايا متعلقة بالمنطقة المغاربية تحمل هذه القضايا في مضمونها أبعاد سياسية يتم مناقشتها باستضافة ضيوف قد يكونون محليين سياسيين أو أعضاء أحزاب أو صحفيين أو نشطاء حقوقيين.

_ الإعلام:

الإعلام عبارة عن عملية تعبير موضوعي يقوم على الحقائق والأرقام والإحصاءات ويستهدف التفاعل بين الناس من خلال وسائله العديدة والتي من بينها الصحافة والإذاعة والتلفزيون وغيرها.

ويعرفه "حامد زهران " بأنه (عملية نشر وتقويم معلومات صحيحة وحقائق واضحة وأخبار صادقة ومعلومات حقيقية ووقائع محددة وأفكار منطقية و أداء راجح للجماهير مع

مصادر خدمة للصالح العام).¹

1_ حسن احمد الشافعي, الإعلام في التربية البدنية والرياضية, دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر, الاسكندرية, 2003,

_ التلفزيون:

يعتبر التلفزيون من أهم الوسائل الإعلامية التي مازالت تحافظ على مكانتها رغم وسائل التكنولوجيا الحديثة, من خلال ما تقدمه هذه الوسيلة السمعية البصرية من مضامين حول العالم, ونجد إبراهيم إمام يقول " أن التلفزيون أهم وسيلة من وسائل الإعلام والاتصال التي يتعرض لها الأفراد وتؤثر في تكوينهم وسلوكهم واتجاهاتهم " ¹.

_ السياسة الإعلامية:

تم تحديد مفهوم السياسة الإعلامية وفق ما أقره خبراء اليونسكو في مؤتمرها الذي عقد في باريس على أنها: مجموعة المبادئ والمعايير والقواعد التي تحكم وتوجه سلوك الأنظمة الإعلامية, والتي عادة (تستتبط) من شروط الأيديولوجيا السياسية والقيم التي تركز إليها في بلد ما.

إن جوهر أية سياسة إعلامية لا بد وأن تتمحور حول النقاط التالية:

_ العملية الإعلامية

_ الرسالة الإعلامية

_ صيغ التدخل المباشر في التأثير على السل

1_ إبراهيم إمام, الإعلام الإذاعي والتلفزيوني, دار الفكر العربي, الطبعة الثانية, مصر, 1995, ص20

_ الآثار والنتائج المتحققة

_ تفاعل الإعلام مع الحقول الأخرى

_ اقتراب وابتعاد الإعلام عن الأنشطة الحكومية وغير الحكومية

_ المعايير والمبادئ التي تحكم سلوك الإعلام.¹

_ التوتر الدولي:

هو حالة من القلق وعدم الثقة المتبادلة بين دولتين أو أكثر،² ويشير في معناه الضمني إلى نوع من التخوف والشكوك وتصور بتباين المصالح، أو ربما الرغبة في السيطرة أو تحقيق الانتقام، غير أنه يبقى في هذا الإطار دون أن يتعداه ليشمل تعارضا فعليا، وصريحا وجهودا متبادلة من الأطراف للتأثير على بعضهم البعض، ويمكن القول أن التوتر هو بداية الخروج من المرحلة الكامنة للنزاع إلى المرحلة المعلنة، وكثيرا ما ترافقه حملات دعائية إعلامية أي أن حدة الخلاف لا يمكن أن نتجاهلها أو نخفيها.³

7_ مجتمع البحث:

يختلف مجتمع أو وحدة الدراسة باختلاف أهداف البحث، وقد تتأثر عملية تحديد وحدة البحث بعدة عوامل مثل توفر أو عدم توفر النصوص المطلوبة بالكامل، ومدى تمتل أو عدم تمتل المفردات لوحدة البحث محل الاهتمام والدراسة.

1_ عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام، إشكاليات التخطيط والممارسة، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2014، ص30

2_ حسين قادري، النزاعات الدولية، دراسة وتحليل، منشورات خير جليس، باتنة، دون طبعة، 2007، ص7

3_ أحمد فؤاد أرسلان، نظرية الصراع الدولي، دراسة في تطور الأسرة الدولية المعاصرة، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1986، ص19.

و يتكون مجتمع الدراسة التي تم البحث عليها في مجموعة حصص "وجها لوجه" التي تضمنت قضايا سياسية تهم الرأي العام في دول المغرب العربي, فقد تم اختيار 10 حصص من الاثنتين إلى الخميس.

8_ عينة البحث:

تتكون عينة البحث من مجموعة من المفردات التي ستخضع للبحث والدراسة, وهذه المفردات هي التي يطلق عليها وحدات العينة, وتختلف أنواع العينات باختلاف طرق اختيارها.

ولقد فرضت علينا طبيعة الدراسة, والإشكالية والفرضيات المطروحة القيام بحصر شامل لعشر حصص في برنامج " وجها لوجه " على قناة فرانس 24 الناطقة بالعربية وبذلك نكون قد اخترنا العينة العمدية في دراسة هذا الموضوع, وهذا ما عكس بطبيعته نوع المحتوى المختار للتحليل, للإجابة عن الأسئلة المطروحة في الإشكالية, وكذا التحقق من صحة أو خطأ الفرضيات التي صغناها, وذلك لمعرفة مواقف رسمية للقناة, و " هو أفضل الخيارات حيث تحدد الدراسة أهدافها ومتطلباته المحتوى موضع التحليل ويضمن وحدة أسس المقارنة " ¹.

وقد تم اختيار العينة من 18 فيفري 2014 إلى 27 أوت 2014 وقد اختير هذه الفترة لأنها فترة عرفت توترات بين البلدية على خلفية عدة أحداث عرفها كلا البلدين.

9_ منهج الدراسة:

من المعروف أن طبيعة الظاهرة أو ميدان البحث هما اللذان يفرضان على الباحث طبيعة المنهج المناسب لاستقصاء الحقائق والمعلومات و الوصول إلى نتائج مرضية، وعلى ضوءها حاولنا من خلال هذه الدراسة جمع كل البيانات الضرورية التي تكفل الإحاطة التامة

1_ عبد الحميد محمد, تحليل المحتوى في بحوث الإعلام, الجزائر, بدون طبعة, 1979, 105 ص 42

بموضوع المعالجة الإعلامية لقناة فرانس 24 الفضائية للقضايا المغربية بتركيز على تحليل بعض مضامين الإعلامية المتعلقة بتوتر العلاقات الجزائرية المغربية و معالجة إشكالاتها.

انطلاقاً من هنا استخدمنا في دراستنا المنهج المسحي المناسب لموضوع البحث, ويعرف هذا المنهج بأنه مجموعة الظاهرات موضوع البحث من العدد الحدي من المفردات المكونة لمجتمع البحث ولفترة زمنية كافية للدراسة بهدف تكوين القاعدة الأساسية من البيانات والمعلومات المطلوبة في مجال تخصص معين, وأهم البحوث التي تهتمنا:

_ مسح وسائل الإعلام:

وهو نوع من الدراسات تستهدف التعرف على شخصية وسيلة الإعلام من الجوانب المختلفة من حيث أرقام التوزيع الجغرافي وعدد أجهزة التلفزيون المتاحة وتطورها, كذلك يتم دراسة متوسط عدد مشاهدي التلفزيون و يتم دراسة معدلات التداخل والازدواج بين الوسائل الإعلامية, إضافة إلى الجوانب الفنية والإنتاجية لكل وسيلة من وسائل الإعلام ومدى الاستفادة من هذه الجوانب في عرض المادة الإعلامية والأهم من ذلك أن هذا المسح يساعدنا في دراسة الجو النفسي الذي تهيؤه وسيلة الإعلامية مما يؤدي إلى تقبل الأفكار والمعلومات والاتجاهات التي تتضمنها المادة الإعلامية المعروضة.

أما الأداة المستخدمة في جمع البيانات في هذا البحث هي:

أداة تحليل المضمون:

وهو أحد أشكال البحث العلمي الذي يهدف إلى وصف المحتوى الظاهري وصولاً إلى معرفة المضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل و المضمون تلبية للاحتياجات البحثية المصاغة في شكل تساؤلات البحث أو فروضه طبقاً لمجموعة من التصنيفات أو المحددات وذلك بهدف استخدام البيانات لوصف المنتج الإعلامي والتي

تعكس¹

1_ بسام مشاقبة, مناهج البحث الإعلامي, وتحليل الخطاب, عمان, الأردن, 2010, ص15_16.

السلوك الاتصالي العلني للقائمين بالاتصال لاكتشاف المرجعية الفكرية أو الثقافية أو السياسية أو العقائدية التي تتبع منها الرسالة الإعلامية.

ويعرف كذلك على أنه " أداة منهجية للدراسة الكمية والكيفية لمضمون وسيلة الاتصال"¹. ونجد الباحثة نوال محمد عمر تعرفه " أنه تفكيك ما ينتجه القائمون على وسائل الاتصال الجماهيري المكتوبة والمسموعة والمرئية من مضامين اتصالية متنوعة إلى أجزاء مادية, تسمح بكشف الرموز والصيغ المختلفة المستخدمة في التعبير عن القيم والأفكار المراد تبليغها إلى الطرف الآخر في عملية الاتصال"²

ويعرفه "بيرسون" أنه (أحد أساليب البحث العلمي التي تهدف إلى الوصف الموضوعي المنظم والكمي للمضمون)³

إن هذه الأداة التحليلية الدائرية بالذات والتي تتعامل مع المعنى أو الفهم هي التي نستخدمها في تحليل مضمون عينة من الحصص التي تبث من خلال قنوات فضائية أجنبية, وقد وقع الاختيار على قناة تلفزيونية فرنسية وهي (قناة فرانس 24 الناطقة بالعربية) خطواته:

1_ فئات التحليل:

ترتبط عملية التصنيف وتحديد الفئات بمفهوم التجزئة أي تحويل الكل إلى أجزاء ذات خصائص أو مواصفات أو أوزان مشتركة بناء على محددات يتم وصفها والاتفاق عليها مسبقا, في الإطار النظري لمشكلة البحث, وبهذا فإن فئات المحتوى هي عبارة عن أجزاء أصغر تجتمع فيها وحدة الصفات أو الخصائص أو الأوزان, وتعتبر بعد ذلك جيوب أو أماكن يضع فيها الباحث كل ما يقابله من وحدات تجتمع فيها هذه الصفات أو الخصائص أو الأوزان, ومن خلال الإطار النظري لمشكلة البحث,

1_ محمد عبد الحميد, التحليل الكمي للمحتوى وبحوث الإعلام في ضوء المنظور المنهجي, الحلقة الدراسية الثانية لبحوث الإعلام في مصر, القاهرة, المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية, 1981, ص18.

2_ أحمد بن مرسل, مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال, ديوان المطبوعات الجامعية, بن عكنون, الجزائر, الطبعة الثانية, 2005, ص25.

3_ grawitz, Madeline, méthodes de la science sociaux, 8 ème édition, France, 1990, p969.

يبدأ الباحث في هذه المرحلة بصياغة معايير التصنيف حتى لا تصبح الفئات المختارة مجرد مسميات أو عناوين دون دلالات تصنيفية، وتيسر على الباحث عملية التصنيف وتحديد الفئات.¹

ومن أجل دراسة اتجاه وأهداف وقيم البرامج الحوارية على قناة فرانس 24 وبعد القراءة الموسعة والمتكررة لمضمون التحليل، قمنا باختيار الفئات المناسبة التي رأينا أنها تنطلق مع المحتوى، والتي يمكن من خلالها فحص الفرضيات والإجابة على التساؤلات المطروحة في الإشكالية، وبناء على هذا فقد قمنا باختيار فئة (الموضوع)، (الفاعل)، (مراكز الاهتمام)، (الاتجاه)، (المفاهيم) والتي تم شرحها كالتالي:

_ فئة الموضوع :

وتستهدف هذه الفئة الإجابة على السؤال علام يدور موضوع المحتوى، وتفيد هذه الفئة في الكشف عن مراكز الاهتمام في المحتوى، ذلك أن الوسيلة الإعلامية تعطي اهتماماً للموضوعات التي تتفق مع سياستها التحريرية، فما ينشر منها يعتبر أهم مما لا ينشر، وما ينشر بتوسع يعتبر أهم أيضاً مما ينشر في مجالات محدودة أو أوقات متفرقة ويقل تكرار النشر فيها عن غيرها

مما يحتل الاهتمام لدى الوسيلة الإعلامية.²

1 _ محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، دار الشروق، المكتبة الجامعية، بيروت، لبنان، دون طبعة، 2009، ص 112_113.

2_ سمير محمد حسن، تقويم البحوث الإعلامية، الحلقة الثانية لبحوث الإعلام، المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، ديسمبر، 1980، ص 78

فئة الفاعل:

و يقصد بها الاهتمام بشخصيات الفاعلة في موضوع التحليل لأنها تعبر عن فكرة أو اتجاه, وقد تم استخدام هذه الفئة من أجل التعرف على سمات الشخصية التي تم التركيز عليها والتي كان لها دور فاعل في القضية.

فئة مراكز الاهتمام:

ويقصد بها المواضيع التي تم التركيز عليها من خلال مدة التي يستغرقها موضوع الحصة من برنامج بالإضافة

إلى نوع القالب الفني وعنوان الحلقة.

فئة الاتجاه:

وتعتبر هذه الفئة من الفئات الشائع استخدامها في بحوث تحليل المحتوى رغم المصاعب العديدة التي تواجه الباحث عند استخدام هذه الفئة, حيث يصعب السيطرة على الذاتية في تحديد الاتجاهات, ولذلك فإن الاقتراب من هذا التصنيف يجب أن يكون اقتراباً حذراً وفي إطار مجموعة من المعايير الموضوعية التي تنفي شبهة التحيز في التصنيف و تُوَظَر صدق النتائج, وأن تنال اختبارات الصدق في بحوث تحديد الاتجاه اهتماماً كبيراً, لأنه بدون هذه الاختبارات لن يكون الحكم على الاتجاه وشدته كافياً من خلال الرموز اللفظية الظاهرة في المحتوى, وستقف النتائج بهذا المستوى عند حدود الوصف دون أن تتخطى ذلك إلى مرحلة الاستدلال الصادق عن هذا الاتجاه وشدته, وفئات الاتجاه السائد هي الاتجاه المؤيد والمعارض والمحايد التي تصنف تبعاً لأوزان معينة تتفق وطبيعة البحث وأهدافه.¹

1_ محمد عبد الحميد, تحليل المحتوى في بحوث الإعلام, مرجع سبق ذكره, ص123_135.

و لتقييم السياسة الإعلامية للقناة من خلال ما يقدمه المنشط " حكيم باللطيفة " في برنامج " وجهها لوجه " فقد انقسم اتجاه هذه الفئة في مضمون البرنامج إلى ثلاثة أصناف رئيسية: مؤيد-نعم-: أي أن الأفكار الواردة في هذا الاتجاه تسير في خط واحد من عنصر الفئة أي أنها تؤيد العنصر في إطار الفئة.

محايد - إلى حد ما-: وهي الأفكار التي تتدرج لا تحت صنف مؤيد ولا معارض وإنما أفكار متوازنة لا تميل إلى أي منها.¹

فئة أساليب الإقناع:

ويقصد بها التقنيات الشكلية أو المهارات الإقناعية في المضمون التي استخدمتها القناة في البرنامج لإقناع المشاهد باتجاه معين حول القضية محل الدراسة.

2_ وحدات التحليل:

تمثل وحدات التحليل في إطار عملية التحليل عامل أساسي للتعبير عن الأفكار والمعاني التي يعمل الصحفي على تبليغها للجمهور المستقبل لها, كونها أصغر جزء في محتوى التحليل قابل للعد والقياس, حيث اخترنا:

وحدة التسجيل:

وهي أصغر وحدة لوحدات التحليل يمكن عدّها وقياسها وقد اخترنا الفكرة كوحدة تسجيل كونها تتلاءم ومحتوى تحليلنا ومقصد دراستنا من جهة أخرى والمتمثل في الكشف عن اتجاه الحصة الحوارية أو المحتوى, لأن تداعي الأفكار يعكس " لا شعوريا ما يريد أن ينقله الفرد إلى الآخرين, في شكل من أشكال المحتوى "²

1_ عيسى الهادي, البرامج الرياضية التلفزيونية, وأثارها على نشر الوعي الرياضي, تحليل مضمون برامج التلفزيون

الجزائري, رسالة ماجستير, كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية, جامعة الجزائر, 2007_ 2008 ص 51.

2_ تمار يوسف, التكامل الإعلامي العربي بين الإمكانيات والتصور, رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال,

الجزائر, 1995_1996, ص 36 .

وحدة السياق:

و يقصد بها فهم اتجاه الأفكار ومعانيها, حيث تعرف " بأنها أكبر جزء من المضمون, يمكن فحصه للتعرف على وحدات التسجيل"¹

المقاربة النظرية للدراسة:

لقد ارتبطت كثير من الدراسات بالنظريات الإعلامية نظرا لمقاربتها لكثير من البحوث الإعلامية والتي تمثل فيها أحد أهم النماذج التي تساعد على توجيه البحث العلمي في مجال الاتصال كونها تجسد بشكل فاعل تطبيقات وسائل الإعلام في المجتمع, ذلك أن النماذج والنظريات تعتبر محصلة دراسات وأبحاث, وصلت إلى مرحلة من التطور, وضعت فيه إطارا نظريا وعلميا لما تحاول تفسيره.

ولقد تم الاعتماد في موضوع بحثي على نظرية الأطر الإعلامية باعتبارها نظرية تناسب هذا البحث وذلك من خلال إسقاط هذه النظرية على تأطير الرسائل الإعلامية التي اعتمدت عليها قناة فرانس 24 في تناول القضايا وتفسيرها وفق أطر إعلامية تتناسب وسياستها الإعلامية.

الدراسات السابقة:

هناك جملة من البحوث والدراسات التي تناولت جانبا كبيرا من تناول الإعلامي للقنوات الأجنبية الناطقة بالعربية لأهم القضايا, معرجة على مختلف المواضيع السياسية التي تم معالجتها عبر هذه القنوات ومنها نجد:

رسالة دكتوراه, أيمن منصور أحمد ندا. " صورة الوطن العربي و أوروبا كما تعكسها المواد الإخبارية في القنوات الفضائية العربية والأوروبية», القاهرة, قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة.

1_ ياسين السيد, تحليل مضمون الفكر القومي العربي, مركز دراسات الوحدة العربية, 1985, ص31

تتكون هذه الرسالة من 8 فصول هي , الإجراءات المنهجية للدراسة، الصورة - المفهوم - الخصائص - التوجهات الوظائف، الصورة الإعلامية والقرار السياسي، العلاقات العربية الأوروبية_ التاريخ- الرؤى - النماذج_ الصور

المتبادلة بين الوطن العربي وأوروبا_ الإطار النظري الإعلامي للدراسة نتائج _ دراسة تحليل المضمون_ نتائج دراسة الجمهور, أجرى الباحث دراسة تحليلية مسحية بأسلوب المسح بالعينة على عينة برنامجه لنشرات الأخبار الرئيسية المسائية الأخيرة بالقنوات الآتية , الفضائية المصرية , الفضائية السورية , بي بي سي , قناة الألمانية , وقد امتدت فترة التحليل من 1999/06/01 إلى 1999/8/31 ثم من 2000/01/01 إلى 2000/03/31

وقد نتج عن تلك الدراسة أن عدد الأخبار الأوروبية ومساحتها الزمنية أكبر من عدد الأخبار العربية وكذا مساحتها الزمنية في النشرات الأوروبية , نسب ورود الأخبار العربية وعناوين أخبار النشرات الأوروبية أكبر من نسب ورود الأخبار الأوروبية وعناوين أخبار النشرات العربية , النسبة الغالبة من الأخبار العربية في النشرات الأوروبية هي أخبار خارجية أي علاقة الوطنية العربية بدول العالم المختلفة بما فيها إسرائيل في حين أن النسبة الغالبة من الأخبار الأوروبية هي أخبار داخلية , ارتفاع نسبة الأخبار الإيجابية المتبادلة بين الوطن العربي وأوروبا، بما يعنى أن الإيجابية هي السمة الغالب , نسبة كبيرة من الأخبار العربية التي يتم تقديمها في النشرات الأوروبية وكذلك الأخبار الأوروبية التي يتم تقديمها في النشرات العربية هي أخبار غير متوازنة، بمعنى أنها تعرض وجهة نظر واحدة أو بعداً واحداً من أبعاد الخبر

_رسالة دكتوراه, سامي محمد ربيع الشريف. "دراسة تحليلية مقارنة للنشرات والبرامج الإخبارية في الإذاعات الموجهة باللغة العربية من دول الكتلة الغربية ودول الكتلة الشرقية عامي 1983-1984", القاهرة , قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة، 1985، 649 صفحة

تتكون هذه الرسالة من تسعة فصول هي ، مشكلة البحث ومنهجه ، الإذاعات الموجهة ووظيفتها الإخبارية ، الصراع الدولي ونشأة التكتلات الدولية ، الإذاعات الموجهة باللغة العربية من دول الأحلاف والتكتلات السياسية الدولية ، إذاعات صوت أمريكا و"دوي تشفيللي" وموسكو وصوفيا الموجهة باللغة العربية ، إجراءات تحليل محتوى النشرات والبرامج الإخبارية في الإذاعات عينة الدراسة ، نتائج تحليل محتوى عينة من النشرات الإخبارية في الإذاعات موضع الدراسة ، نتائج تحليل محتوى عينة من البرامج الإخبارية في الإذاعات موضع الدراسة ، الخلاصة والاقتراحات

أجري الباحث دراسة تحليلية من خلال منهج المسح، واعتمد الباحث في الدراسة التحليلية علي عينة تشمل إذاعتي صوت أمريكا و"دوي تشفيللي" من الكتلة الغربية، وإذاعتي موسكو وصوفيا من الكتلة الشرقية وذلك لتحليل مضمونهم الإخباري في الفترة من أول نوفمبر 1983 إلى نهاية أبريل 1984

ومن أهم نتائج هذه الدراسة : تولى الإذاعات الموجهة باللغة العربية سواء من دول الكتلة الغربية أو الشرقية اهتماما كبيرا بتقديم النشرات والبرامج الإخبارية وتفرد لها ساعات إرسال طويلة ، تعتمد الإذاعات الموجهة على مصادر الأنباء التابعة للدولة الباثة نفسها كما تهتم هذه الإذاعات بالأنباء والموضوعات السياسية والعسكرية بالدرجة الأولى في حين لا تحظى الأنباء والموضوعات العلمية والثقافية بنفس الاهتمام ، تهتم الإذاعات الموجهة باللغة العربية بتقديم الأنباء والموضوعات المتعلقة بالدول الباثة في المقام الأول ثم تلك المتعلقة بدول الكتلة التابعة لها الدولة الباثة ، دلت النتائج أن الإذاعات الموجهة باللغة العربية تهتم بتقديم الأنباء والموضوعات الإيجابية عن الدول الباثة والكتلة التابعة لها في حين تقدم مزيد من الأنباء والموضوعات السلبية عن دول الكتلة المعادية ، أحداث لبنان هي أكثر جوانب قضية الشرق الأوسط التي تناولتها الإذاعات، تليها الحرب العراقية الإيرانية تولى إذاعات الكتلة الشرقية اهتماما أكبر بالصراع العربي الإسرائيلي.

_ رسالة دكتوراه, مصطفى عبد الفتاح محمود. «أثر نشرات الأخبار وبرامج الأحداث الجارية في التلفزيون في تزويد المشاهدين بالمعلومات والأفكار مع دراسة تطبيقية على المشاهدين في دولة قطر», القاهرة, قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة، 1987

عدد الصفحات 370

تتكون هذه الرسالة من 10 فصول هي: وسائل الإعلام كمصادر للمعلومات والأفكار، وسائل الإعلام في دولة قطر، النشرات والبرامج الإخبارية في تلفزيون قطر، الخطوات المنهجية للدراسة الميدانية، عادات مشاهدة برامج التلفزيون وأنماطها في دولة قطر، عادات مشاهدة نشرات الأخبار وأنماطها في دولة قطر، متابعة الأخبار من مصادر أخرى، عادات مشاهدة البرامج الإخبارية في تلفزيون قطر، دور نشرات وبرامج الأخبار التلفزيونية في تزويد المشاهد بالمعلومات والأفكار، آراء المشاهدين في نشرات وبرامج الأخبار في تلفزيون قطر

أجرى الباحث دراسة ميدانية اعتمدت على الصحيفة كأداة لجمع البيانات وضمت الصحيفة عددا من الأسئلة لتحقيق أهداف الدراسة والإجابة على تساؤلاتها , وتضمنت الاستمارة نوعيات الأسئلة التالية : أسئلة الحقائق، أسئلة الرأي، أسئلة الدوافع، أسئلة معرفية , كما أجرى دراسة تطبيقية على عينة حصص طبقية من سكان مدينة الدوحة وضواحيها قوامها 450 مبحوثاً, بدأ الإعداد لها في أول أكتوبر 1973 وجرت عملية المراجعة الميدانية والمكتبية وتم الانتهاء من إعداد جداول الدراسة في 07/04/1984 وقد ضمت العينة ذكورا وإناثا

أظهرت الدراسة: ارتفاع نسبة المشاهدة خلال وقت بث نشرة الأخبار الرئيسية على البرنامج الأول, نسبة مشاهدة برامج تلفزيون, 82.67%, نسبة مشاهدة برامج الأخبار على البرنامج الأول في تلفزيون قطر تصل إلى 98,67%

أظهرت النتائج أن النشرات مناسبة تماماً من حيث وقت بثها بنسبة 98.22%. ومن حيث الوقت المخصص لها على خريطة الإرسال, الصورة الفيلمية في نشرات الأخبار زادت من معلومات المشاهدين بنسبة 85%.

42% ومن حيث اللغة 93.30% ومن حيث نسبة 84.53% من الذين أفادوا بمتابعتهم لنشرات الأخبار يتابعون البرامج الإخبارية مما يدل على وعي كبير من جانب هؤلاء المشاهدين بأهمية برامج الأحداث الجارية

_رسالة ماجستير, صابر حمد جابر حماد "أثر المعالجة الإعلامية لقضايا الوطن العربي السياسية في إذاعتي صوت العرب وهيئة الإذاعة البريطانية على اتجاهات الجمهور العربي" , القاهرة, قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة, 2007.

حيث تتكون هذه الرسالة من ستة فصول هي : الدراسات السابقة والإطار المنهجي والنظري للدراسة, الوضع السياسي الراهن في المنطقة العربية, الإذاعات الموجهة ودورها في القضايا السياسية, نتائج الدراسة التحليلية لنشرات الأخبار والبرامج الإخبارية في إذاعتي صوت العرب وهيئة الإذاعة البريطانية وخصائص القائم بالاتصال, نتائج الدراسة الميدانية, العلاقة بين المتغيرات واختبار الفروض

اجري الباحث دراسة تحليلية وميدانية استخدم فيها المنهج الاستنباطي وتم اختيار عينه من النشرات والبرامج الإخبارية السياسية لمدة زمنية قوامها ثلاثة أشهر من أول شهر مايو 2004 إلى نهاية شهر يوليو في نفس العام وقد تم اختيار النشرة الرئيسية المسائية في كلتا الإذاعتين لارتفاع نسبة الاستماع لها هذا (بالنسبة للدراسة التحليلية), أما عينة الدراسة الميدانية قوامها 400 مفردة ويمثلون الجنسين ذكور وعددهم 250 من حجم العينة مقابل 150 مفردة إناث

وقد نتج عن هذه الدراسة: الإذاعات الإخبارية الموجهة تحظى بنسبة استماع عالية من الجمهور عينة الدراسة, الإذاعتين محل الدراسة لهما معا جمهور مشترك تصل نسبته إلى 49,8%, الراديو مازال يحظى بنسبة استماع عالية وهو مازال موجودا في منافسة بينه وبين وسائل الإعلام الأخرى , جمهور إذاعة BBC يتعرض أكثر للاستماع للراديو من جمهور إذاعة صوت العرب , نسبة الاستماع عند الذكور أعلى من معدلاتها عند الإناث.

رسالة دكتوراه, منى مجدي فرج “ دور القنوات التليفزيونية الإقليمية والقيادات المحلية في ترتيب أولويات القضايا المحلية لدى الجمهور ” , القاهرة , قسم الإذاعة والتليفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة، 2007 , ص480.

تتكون هذه الرسالة من ستة فصول هي : الإطار المنهجي للدراسة , الإطار النظري للدراسة , دور القنوات التليفزيونية الإقليمية في تناول القضايا المحلية , إجراءات الدراسة التحليلية ونتائجها , إجراءات الدراسة الميدانية على قادة الرأي ونتائجها , أهم النتائج والخلاصة والمقترحات، حيث أجريت هذه الدراسة على جميع النشرات الإخبارية و البرامج المحلية المقدمة عبر القنوات السادسة والسابعة خلال شهري نوفمبر وديسمبر 2005 أجرت الباحثة دراسة تحليلية وأخرى ميدانية من خلال منهج المسح، كما اعتمدت الباحثة في الدراسة الميدانية علي عينة عمودية قوامها 80 مبحوث من القيادات المحلية، وعينة أخرى عشوائية بسيطة قوامها 400 مبحوث من الجمهور العام , أظهرت الدراسة أن القناة السادسة تعتمد على البرامج الحوارية بشكل رئيسي بينما يزداد اعتماد القناة السابعة على برامج التحقيقات والمجلة التليفزيونية , انخفاض نسبة البرامج المقدمة على الهواء في القناة السادسة والسابعة بشكل عام مما يفقد هذه البرامج طابع الفورية والحيوية ويجعلها بعيدة عن مواكبة الأحداث، ويزيد من طابع التقليدية في الأداء , عدم التوازن في طبيعة مجالات الأخبار المقدمة في نشرات الأخبار نظرا لسيطرة الطابع الاجتماعي بشكل عام على حساب مجالات أخرى كالمجال الاقتصادي والسياسي , تركيز الفقرات الإخبارية في النشرات الإخبارية على الاتجاه الايجابي الذي يعزز موقف المسؤولين الحكوميين والقيادات الرسمية في مقابل انحسار الرؤية النقدية للمادة المعروضة , ضعف العلاقة بين القيادات المحلية ومتابعة النشرات والبرامج بالتليفزيون الإقليمي مما يشير إلى ابتعاد قيادات الرأي الرسمية وغير الرسمية عن التعرض بشكل دائم لقنواتهم الإقليمية , ضالة حجم الدور الذي يلعبه التليفزيون الإقليمي في بناء أجندة القيادات المحلية ,

انخفاض التعرض بصفة عامة من جانب الجمهور العام للبرامج والنشرات المحلية بالتلفزيون الإقليمي مما يوضح غياب الدور الذي يمكن أن يقوم به التلفزيون في التأثير على أولويات الجمهور تطرقت هذه الدراسات الى العديد من الجوانب المتعلقة بالجمهور وعلاقته بالتلفزيون , وتأثيره البالغ في تغيير الاتجاهات.

دراسة صلاح الدين أبو حسن 2009 حول: اطر المعالجة الإخبارية للقضية الفلسطينية في القنوات الأجنبية الموجهة باللغة العربية على عينة تحليلية من النشرات الإخبارية المذاعة من 1 يونيو إلى نهاية أغسطس 2008 عبر قناة بي بي سي باللغة العربية وروسيا اليوم والحررة.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

ظهرت أخبار القضية الفلسطينية في %5, 38 من عناوين النشرات عينة الدراسة, وكانت %1, 37 منها أخبار طويلة.

أهم أساليب تقديم الأخبار في هذه القنوات الموجهة هي: %31,1 تقرير ومراسل من موقع الأحداث %39,2, تقرير من داخل الاستوديو %14,1, حوار مع المراسل من موقع الحدث %4,7.

أهم القضايا التي تتناولها الأخبار الخاصة بالقضية الفلسطينية في نشرات أخبار قنوات الدراسة هي: عملية السلام %26, 8, الحصار %21, 2, التهدئة %18, 6, المقاومة %8, 4, والعدوان الصهيوني على الفلسطينيين %14,4.

دراسة هبة شاهين 2008 حول: «الأطر الإخبارية لقضايا الشرق الأوسط في شبكة سي ان ان الإخبارية», على عينة تحليلية قوامها عشر حلقات من البرنامج الشهري على شبكة سي ان ان.

وتوصلت الدراسة إلى عدة نتائج منها:

أهم الدول الواردة في البرنامج هي: لبنان ومصر بنسبة %20 لكل منهما, تركيا والسعودية والإمارات والأردن والمغرب بنسبة %10 لكل منهم.

أهم نوعيات المضامين الواردة في البرنامج هي: المضامين الاجتماعية والفنية 23% لكل منهما, المضامين السياسية 17%, المضامين الرياضية والثقافية 10% لكل منهما, والمضامين الاقتصادية والطبية 7%.

أهم المصادر المستخدمة في تغطية القضايا الشرق أوسطية هي: شهود العيان 29%, مواد تلفزيونية مختلفة 19%, ومواد أرشيفية 23%.

التعليق العام على الدراسات السابقة:

تناولت الدراسات السابقة إلى الدراسات التحليلية التي تناولت مضمون البث التلفزيوني الوافد من منطلق تأثير هذا المضمون له انعكاساته في الرسالة الإعلامية من خلال ما تفرزه من مضامين, بالإضافة إلى الدراسات الميدانية التي تناولت تفاعل الجمهور مع مضامين البث التلفزيوني والفضائي من منطلق أن هذه المضامين قد تنعكس على سلوكيات واتجاهات الجمهور وقد تمتد إلى عاداته وتقاليده وأطره الحضارية بصفة عامة.

تتجه الدراسات السابقة إلى تأكيد جدلية العلاقة بين التعرض والاعتماد على وسائل الإعلام والحصول على معلومات منها حيث يتوقف كم وطبيعة المعلومات المكتسبة على عديد من المتغيرات منها ما يتعلق بالمتلقي وما يتعلق بالموضوع, وبوجه عام تنخفض نسب اعتماد الجمهور على وسائل الإعلام وخاصة التلفزيون وبالتالي ينخفض مستوى الوعي السياسي والمشاركة السياسية لأفراد الجمهور, كما ركزت أغلب الدراسات على ترتيب أولويات الأخبار والمواضيع معتمدة في ذلك على الجانب الإحصائي أكثر من جانب المضمون.

كما استطعت من خلال الدراسات السابقة تحديد مقاييس الاتجاه نحو المعالجة الإعلامية وتحليلها, بالإضافة إلى ذلك كان لنتائج الدراسات السابقة فضل في معرفة و تفسير نتائج الدراسة الحالية من خلال مقارنة النتائج سواء كان على مستوى الوسيلة أو المضمون.

12_ صعوبات البحث :

_ تدفق مجريات الأحداث وتسارعها بشكل كبير في المغرب العربي في فترة الدراسة مما زاد من صعوبة متابعة الأحداث وربطها بعضها ببعض.

_ كثرة وتعدد وسائل الإعلام الدول المغاربية التي تم رصدها في هذا البحث وذلك لصعوبة إبراز الدور الذي لعبته فرانس 24 في تغطيتها لقضايا المغرب العربي بشكل علمي دون أن يتم رصد قنوات إخبارية غطت نفس الأحداث في نفس الوقت.

_ الإرباك الحاصل نتيجة لتضارب المعلومات وغازرة الصور والمقاطع المرئية المناسبة على يوتيوب

الفصل الأول:

المعالجة الإعلامية للقضايا المختلفة

- ❖ تمهيد
- ❖ المبحث الأول: الإعلام الدولي وقضايا
- ❖ المبحث الثاني: السياسة الإعلامية في الإعلام الدولي
- ❖ المبحث الثالث: الغزو الفكري و الفضائيات الإخبارية
- ❖ المبحث الرابع: علاقة المؤسسات الإعلامية بالقوى المجتمعية المختلفة
- ❖ خلاصة

تمهيد:

_ كون القضايا المطروحة لا تخرج عن مجال السياسة الإعلامية للوسيلة الإعلامية فإن رسالتها تحمل أبعادا أيديولوجية بكل ما تحمله الكلمة من معاني, وأن الصراع في العالم اليوم هو صراع أيديولوجية, ينعكس يوميا في المعالجة الإعلامية للأحداث أو في المضامين التي تقدمها وسائل الإعلام سواء في مجال الإعلام أو التسلية أو الترفيه, فقد يختلف تناول الإعلامي للقضايا من دولة إلى أخرى وحتى في دولة الواحدة نجد هذا الاختلاف في تقديم القضايا بين الوسائل الإعلامية خاصة منها الساخنة وهذا يعود إلى طبيعة الممول الرئيسي لهذه الوسائل الإعلامية على اختلافها, فهذه مجمل القضايا التي يتناولها هذا الفصل والمتعلقة بالإعلام الدولي و علاقته بالقضايا المختلفة.

المبحث الأول: الإعلام الدولي وقضايا

تعريف الإعلام الدولي

يعرف الإعلام الدولي بأنه الإعلام الذي يعبر الحدود الدولية أو الوطنية فالإعلام الدولي هو تزويد الجماهير في الدول الأخرى بالمعلومات الصحيحة والأخبار الصادقة بقصد التأثير على تلك الجماهير وإقناعها بعدالة قضايا الدولة وبالتالي تبني جماهير الدول الأخرى لموقف تلك الدولة، ويركز الإعلام الدولي بشكل أكبر على الجوانب العالمية لوسائل الإعلام والأنظمة الاتصالية التكنولوجية أكثر من التركيز على الجوانب المحلية أو حتى الوطنية.¹

لكن لم تتطرق معظم المؤلفات الإعلامية، التي تناولت وسائل وأساليب ومجالات ونشاطات الإعلام الدولي، إلى تعريف هذا النوع من الإعلام الذي أصبح يلعب دورا مهما ومؤثرا في عصر الأقمار الصناعية، إلا أن هناك تعريفات اجتهد في وضعها بعض أساتذة وخبراء الإعلام والرأي العام، من بينها تعريف الدكتور احمد بدر الذي يقول: "أن الإعلام الدولي هو تزويد الجماهير في الدول الأخرى بالمعلومات الصحيحة والأخبار الصادقة بقصد التأثير على تلك الجماهير وإقناعها بعدالة قضايا الدولة وبالتالي تبني جماهير الدول الأخرى لمواقف تلك الدولة"، ويرى الدكتور محمد نصر مهنا، أن الإعلام الخارجي الذي يعبر الحدود هو ذلك الإعلام الذي يهدف إلى إيجاد أو توفير مناخ عام لدى الرأي العام الأجنبي مساند للدولة التي تقوم بالإعلام الخارجي في مواقفها الدبلوماسية وسياساتها الخارجية وعمليات التفاوض والمساومة، وتقدم الدكتورة سوزان القليني تعريفا لمصطلح الإعلام الدولي: فهو من وجهة نظرها يعني انتقال الإشارات الصوتية والمرئية عبر الحدود الجغرافية للدولة، فعندما تتخطى الإشارات اللاسلكية الصوتية أو الضوئية الحدود القومية للدولة لتصل إلى دول أخرى تكون

1_ طارق سيد أحمد الخلفي، معجم مصطلحات الإعلام، انجليزي، عربي، دار المعرفة الجامعية، الطبعة الأولى، 2008، ص167.

بذلك قد انتقلنا من إعلام محلي إلى إعلام دولي, وهكذا يمكننا القول أن الإعلام الدولي: هو ذلك الإعلام الموجه الذي يخترق الحدود الدولية ليصل إلى الجمهور الخارجي في منطقة جغرافية مستهدفة لتحقيق أحد أمرين:

الأول: تعريف شعوب العالم بالواقع الثقافي والفكري والحضاري للدولة, وتفسير وجهات نظرها السياسية بالنسبة للمشكلات والقضايا الدولية والإقليمية والمحلية ومساندة سياستها الخارجية.

الثاني: تقديم خدمة إخبارية و ثقافية غير دعائية تسعى لتزويد الرأي العام الدولي أو الإقليمي بالأخبار والمعلومات الصادقة المتعلقة بالقضايا التي تشغل فكره وتثير اهتمامه.¹

المعالجة الإعلامية للقضايا :

لقد أصبح الإعلام اليوم ذا تأثير واضح بقضايا العصر ومشاكله, وطريقة معالجة هذه القضايا في ظل النظريات والمبادئ التي اعتمدت لدى أي نظام من خلال وسائله الإعلامية الداخلية والخارجية, فيقوم بنقل الأفكار والمعارف بطريقة معينة, يهدف التأثير في عقول الجماهير, والتي تمكنهم من إدراك ما هو رأي صائب, والذي يعبر بذلك عن عقلياتهم واتجاهاتهم وميولهم,² وعلى سبيل المثال وما هو ملاحظ حاليا أن صناعة وسائل الإعلام الأوروبية في مجالات التلفزيون والأفلام والموسيقى وشركات الكابل والأقمار الصناعية ظاهرة غير مسبوقة من الاندماج, إذ تتجه الدول الأوروبية إلى العمل كمجموعة بدلا من أن تعمل كدول منفصلة عندما

1_ مختار مفتاح السنوسي, الإعلام الدولي, الأسس والمفاهيم, دار زهران لنشر والتوزيع, الطبعة الأولى, 2011, ص14_15.

2_ حسين عبد الجبار, اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر, دار أسامة للنشر والتوزيع, عمان, الأردن, بدون طبعة, 2011, ص5.

يتعلق الأمر بوسائل الإعلام الدولية ولعل هذا ما يبرر استخدام تعبير الولايات المتحدة الأوروبية¹ فالأنظمة العالمية لديها نوعين أساسيين من المشاهدين: الأول داخل الدول التي تعمل فيها، وثاني حول العالم، وبعض هؤلاء المشاهدين يعيشون في قرى صغيرة وآخرون في مراكز حضرية رئيسية وتقدر هذه الجماهير بالملايين.²

لذا وجب على الإعلام أن يحمل قيم إخبارية تساهم في مصداقيتها و قد لا تحقق عرضا موضوعيا للأحداث فأحيانا تكون مرآة مشوهة للواقع، ولا تعكس سوء ما ترغب فيه النخبة والقوى المسيطرة على وسيلة إعلامية.³

و من بين الوسائل الإعلامية التي أشارت إليها بعض الدراسات التلفزيون وأهميته في وضع جدول قضايا النقاش، خاصة في القضايا ذات الطابع القومي لما لديها من خصائص (الصوت، الصورة، أنية التغطية...) وأخرى ترى أن تكامل الوسائل هو الذي يسمح وبشكل واضح، بوضع جدول القضايا محل اهتمام الجمهور،⁴ ونجد محمد عابد الجابري يوضح ذلك بالقول " انتهى عصر القوميات والهويات " ردا على القول القائل " نحن الآن في عصر الفضائيات وشبكة المعلومات "⁵

1_ حسين محمد نصر، قضايا وأراء في الإعلام العربي المعاصر، دار الكتاب الجامعي، الإمارات، الطبعة الأولى،

2011، ص27.

2_ خالد محمد ميلاد الدائمي، عاطف عدلي العبد، الفضائيات العربية، دار الإيمان للطباعة، دون طبعة، 2009، ص41

3_ محمد شطاح، قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والإيديولوجيا، دار الهدى، عين مليلة، الجزائر، 2006، ص171.

4_ يوسف تمار، الاتصال والإعلام السياسي، دار الكتاب الحديث، القاهرة، الطبعة الأولى، 2012، ص23_29.

5_ محمد عابد الجابري، الهوية...العولمة، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، الطبعة الأولى، 2001، ص29.

فالمعالجة الإعلامية للقضايا المختلفة تمر بثلاث مراحل هي:

مرحلة نشر المعلومات: ويكون ذلك في بداية البرنامج ليوكب الإعلام رغبة الجماهير في مزيد من المعرفة

مزيد من المعرفة واستجلاء الموقف عن البرنامج ذاته وأثاره وأبعاده.

مرحلة تفسير المعلومات: أي أن تقوم وسائل الإعلام في هذه المرحلة بتحليل عناصر البرنامج, والبحث في أسبابه ومقارنته ببرامج أخرى مماثلة, وهنا تفسح وسائل الإعلام المجال أمام كل من يساعد على بيان أهمية البرنامج وتوضيحه للرأي العام, سواء من المسؤولين وصانعي القرار أم من النخب والمتقنين وأهل الاختصاص.

المرحلة الوقائية: وهي مرحلة ما بعد البرنامج, حيث لا يتوقف دور وسائل الإعلام على مجرد أهداف البرنامج والتعامل مع عناصره المختلفة, بل يجب أن تتخطى الوظيفة الإعلامية هذا الهدف, لتقدم للرأي العام الأسلوب الأفضل في التعامل مع برامج مشابهة.¹

الإعلام الدولي وقضايا:

الإعلام الدولي يرتبط بثلاث قضايا تثير اهتمام الباحثين وخبراء الاتصال الجماهيري, خاصة في دول العالم الثالث الذي يعد سوقاً استهلاكية لبضاعة إعلامية وافدة ومتدفقة إليه عبر الحدود من الشمال المتقدم, وهذه القضايا الثلاث هي:

1_ عبد الرزاق محمد الدليمي, التخطيط الإعلامي, دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة, عمان, الأردن, الطبعة الأولى, 2012, ص 112_113.

الغزو الثقافي:

فهناك من يعرف الغزو الثقافي ب(الأسلوب الجديد للإمبريالية العالمية التي تحاول من خلاله ضمان استمرار هيمنتها وسيطرتها على البلدان النامية, من خلال ما أطلق عليه بعض المنظرين الأمريكيين (البعد الرابع) ويعنون به أحكام النفوذ من خلال الثقافة باعتبارها بعدا جديدا يضاف إلى أبعاد السيطرة السابقة: الاقتصادية والسياسية والعسكرية, ومن خلال التغلغل الثقافي يتم نشر مفاهيم ثقافية وفكرية معينة, تخدم وجود الدولة, حيث يتم مسح الثقافة الوطنية وتشويهها والإقناع بأنها ثقافة متخلفة لا تواكب العصر ومتطلباته الحضارية, فيصبح كل ما هو أجنبي له السيطرة والتفوق

التبعية الإعلامية:

يرجع نشأة ما أطلق عليه ب(نظرية التبعية الإعلامية) إلى سنوات ما بعد استقلال دول العالم الثالث عن الاستعمار الأوروبي, وتتلخص فكرة هذه النظرية في أن ما تقدمه الدول الغربية الصناعية من تكنولوجيا وبرامج وأنظمة وممارسات مهنية إعلامية, يعمل على إيجاد وتعميق التبعية الإعلامية لهذه الدول واستمرار اعتماد البلدان النامية عليها, خاصة في مجال الإعلام, فوسائل الإعلام بالدول النامية تقوم بتشكيل اتجاهات الرأي العام بصورة خادعة ومظلمة, ومستهدفة في الأساس إضافة إلى الشرعية على السياسات الاستبدادية لنظم الحكم السائدة بحكم تبعيتها لهذه النظم, واعتمادها بشكل كبير على تكنولوجيا الاتصال والمعلومات التي تتحكم فيها الشركات متعددة الجنسيات, إلى جانب القوى المحلية ذات النفوذ السياسي والاقتصادي, والتي تشكل مراكز قوى خفية تلعب دورا مؤثرا وخفيا في صناعة القرار.

التدفق الرأسي للأخبار والمعلومات:

ومن الملاحظ لدى وسائل الإعلام الغربية الدولية هو عدم الاكتراث بمشكلات واهتمامات وتطلعات الدول النامية، ونقل الأحداث الجارية عن الدول النامية إلى العالم عن طريق وسائل الإعلام غير الوطنية، مما يعني أن هذه الدول لا ترى نفسها وأحداثها وأخبارها من خلال تصورها وواقعها، بل من خلال ما تريده لها الدول المتقدمة متمثلة في وكالاتها تلك التي تجيز أخبار الدول النامية وترشحها وتستقطع منها بل وتشوهها أحيانا.¹

فالإعلام وقضاياها، هو موضوع حيوي هام في حياتنا الراهنة، خاصة ونحن نتطلع في بلادنا، وفي وطننا العربي الكبير، إلى بناء إعلام قوي يستند إلى قاعدة تشريعية تؤمن له سقوفا عالية من الحريات الصحفية، ويرتقي إلى مستوى العصر.²

المبحث الثاني: السياسة الإعلامية في الإعلام الدولي

من المعروف جيدا أن أي دولة تسير وفق سياسة معينة تنظم إعلامها وفق ما يتماشى مع مصالح سياستها، وأبرز ما يمكننا الحديث عليه في هذا الصدد الإعلام الدولي الذي يعد وسيلة مهمة من وسائل السياسة الخارجية ويعمل مع غيره من الوسائل على تحقيق أهداف هذه السياسة باختراقه للحواجز والحدود بين الدول والشعوب، خاصة بعد التقدم المذهل الذي شهده العالم في مجال الأقمار الصناعية، و يركز الإعلام الدولي في كثير من الأحيان، على الجماعات المؤثرة في النظم السياسية المختلفة، كرجال الأحزاب و أعضاء البرلمانات والناشطين في مجال حقوق الإنسان، ومختلف المؤسسات المؤثرة في صنع القرار السياسي،

1_ عبد الله زلطة، الإعلام الدولي، في العصر الحديث، دار الفكر العربي، قسم الإعلام، كلية الآداب، القاهرة، بدون طبعة، 2001، ص227_242.

2_ تيسير أبو عرجه، قضايا ودراسات إعلامية، دار جرير للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2006، ص11.

فكل دولة تحدد لإعلامها أهدافاً: سياسية واقتصادية وإعلامية ودعائية, وتتفاوت هذه الأهداف من دولة إلى أخرى, كما تحدد جمهوراً مستهدفاً, قد يتمثل في جمهور يقطن منطقة جغرافية محددة, وقد يتمثل الجمهور في مواطنين الدولة ذاتها المقيمين في الخارج والمهاجرين منها لربطهم بالوطن الأم وذلك بتمثيل الدولة أو المنظمة التي ينتمي إليها أو ينوب عنها, ويتولى هذه المهمة المستشارون والملحقون الإعلاميون في الدول بالخارج, والمكاتب الإعلامية لبعض المنظمات الدولية والإقليمية كالأمم المتحدة وجامعة الدول العربية.

الإعلام الدولي وسيلة من وسائل السياسة الخارجية:

تعرف السياسة الخارجية بأنها النشاط الذي تمارسه الدولة في الميدان الدولي عن طريق مؤسسات معينة بغية تحقيق أهداف معينة, وهناك عدة عوامل تؤثر في السياسة الخارجية للدول المختلفة, منها كما يقول الخبراء: الميراث التاريخي, الموقع الجغرافي, الإمكانيات الاقتصادية, الإمكانيات العسكرية, عدد السكان, التقدم التكنولوجي, والنظام الداخلي..... الخ ويعد الإعلام الدولي وسيلة فعالة من وسائل السياسة الخارجية للدول, إذ أنه يسعى لتحقيق أهداف السياسات الخارجية من خلال المؤسسة الإعلامية الموكلة إليها ممارسة الإعلام الدولي, كما قد يتم بشكل مباشر أو غير مباشر من خلال وكالات الأنباء الدولية والصحف والإذاعة المسموعة والمرئية واسعة الانتشار, وتزداد أهمية الإعلام الدولي كوسيلة من وسائل السياسة الخارجية بالنسبة للدول الكبرى كالولايات المتحدة الأمريكية وبريطانيا وغيرهما, حيث تزداد مصالح هذه الدول على المستوى الدولي, ويتزايد دورها في السياسة الدولية, لذا فإنها تعمل جادة على تقوية الوسائل المختلفة لسياستها الخارجية,

وفي مقدمتها وسائل الإعلام, من أجل تحقيق مصالحها وتوسيع دائرة نفوذها, وتعزيز وتقوية دورها السياسي على الصعيد الدول.¹

فالإعلام الدولي يتبع الإيديولوجية السياسية للدولة التي يقوم بالبحث لها وعندما تتغير أو تعندل هذه الإيديولوجية يكون من الطبيعي أن يتغير مضمون الإعلام الدولي تبعاً لها.²

التغطية الإعلامية المتحيزة:

إن التغطية الإخبارية المتحيزة تخبر المشاهد ماذا حدث, ليس بصورة موضوعية وإنما من خلال وجهة النظر الأيديولوجية التي يتلقاها المستقبل.

فأجهزة الإعلام الغربية تركز كثيراً كعادتها على المشاكل السلبية والمزمنة التي يتعرض لها العالم النامي, لكنها أجهزة تتغاضي في نفس الوقت عن كل ما هو إيجابي فيه, ومن المؤكد فإن اقتصار تلقي الرأي العام الغربي لأخبار البلدان النامية, بواسطة أجهزة الإعلام الغربية لوحدها فقط يطمس الكثير من الإيجابيات, ويؤدي ذلك في غالب الأحوال لإعطاء انطباعات معكوسة عند الرأي العام الغربي, ولعل الإشكالية الإعلامية هنا تبرز أكثر إلى الوجود جراء محاولات ترويض الرأي العام في البلدان النامية, فإن عمليات التشويش والتجهيل على الرأي العام من خلال التجهيل و التغطيات الإعلامية المتحيزة هي محاولات مستمرة.

ولعل من شبه المستحيل أن تتحقق مثل هذه الصفات بشكل مطلق, فلكل قناة تلفزيونية خطها السياسي, وجمهورها المستهدف, ومواقفها من القضايا المطروحة, ويؤثر كل ذلك على قرار بث الخبر من عدمه,

1_ مختار مفتاح السنوسي, مرجع سبق ذكره, ص19.

2_ فؤاد عبد المنعم البكري, الإعلام الدولي, عالم الكتب, كلية الآداب, قسم الإعلام, جامعة حلوان, القاهرة, الطبعة الأولى, ص135_136.

وعلى طريقة تناوله, وعلى التفاصيل التي يجب التركيز عليها دون غيرها,¹ تلجأ وسائل الإعلام الغربية إلى أساليب الإثارة الإخبارية والتركيز على الأحداث السريعة الساخنة مما لا يكرس المعرفة السطحية بشؤون العالم, كذلك تعمل على إخضاع الإعلام العربي للرقابة العسكرية الصارمة التي حطمت أسطورة الحرية الإسلامية الإعلامية في الغرب عندما تتعارض تلك الحرية مع المصالح الإستراتيجية الحيوية للغرب و التركيز على مسألة مهمة وهي الإرهاب العربي, الإسلامي وتكريس وسائل الإعلام الغربية لجهودها في الهجوم على الشخصية العربية الإسلامية تحت دعاوي الأصولية والإرهاب وكي لهم للعرب قبل التحقق فعليا من هوية الجهات التي تقوم بالأعمال الإرهابية,² وقد مارس التلفزيون كأداة للتعبئة السياسية والتوجيه والشحن العاطفي والنفسي كان الدور السائد والأساسي طوال عقود, وكان المواطن العربي مجرد هدف للاتصال الذي يستهدف قلوبته في قوالب ذهنية ذات أبعاد محددة تزيد من سلبيته وقلّة مشاركته في الحياة السياسية.³

المبحث الثالث: الغزو الفكري و الفضائيات الإخبارية

الفضائيات الإخبارية هي الفضائيات التي يغلب عليها الطابع الإخباري في برامجها, و هذه الفضائيات غالبا ما تقدم نفسها على أنها فضائيات نزيهة محايدة, أو ليس لها مصلحة مع طرف ينزع طرفا آخر, وأنها تعطي كل طرف فرصة إبداء الرأي, وتوضيح وجهة النظر دون انحياز أو تمييز بغض النظر عن توجهاته الفكرية, كونها من الوسائل الحديثة للغزو الفكري, فذلك لأنها تحتوي على سلبيات و ثغرات تحقق ما يصبوا إليه الغرب في صراعه مع الإسلام, ويمكن عرض أبرزها في النقاط التالية :

1 _محمد منير حجاب, الإعلام والموضوعية في القرن الحادي والعشرين, رؤية تحليلية نقدية, دار الفجر للنشر والتوزيع, القاهرة, مصر, الطبعة الأولى, 2010, ص201_216.

2 _أحمد عبد الملك, قضايا إعلامية, دار مجد لاوي للنشر, عمان, الأردن, الطبعة الأولى, 1999. ص40

3 _خالد محمد ميلاد الدائمي, عاطف عدلي العبد, الفضائيات العربية والأجنبية, دار النهضة العربية, دار الإيمان للطباعة, دون طبعة, 2009, ص6.

_ تعميق الهوية بين الحاكم و المحكوم, فليس معنى التعبير عن الآراء و حرية الكلمة في هذه الفضائيات, إحداث انقلابات و منازعات في البلاد الإسلامية تؤدي إلى الفتك بالمسلمين المستضعفين, واستجلاب قوى الغرب للدفاع عن الحكام ضد المحكومين.

_ في خضم تفاعل المسلم مع البرامج المثيرة, وانجذابه إلى جوهر الموضوع, وإحساسه بأهمية الانتباه والمتابعة, خصوصا إذا كانت الشخصيات البارزة في البرنامج لهم ثقل إسلامي أو ثقافي يهتم المسلمون, يشير مقدم البرنامج فجأة إلى فاصل إعلاني, ثم يتابع بعده الموضوع, ويذهل المشاهد يراه في الإعلانات التجارية, أمران متناقضان, وضدان لا يجتمعان وقع فيهما المشاهد, وهنا يكمن الغزو فمع مرور الزمن في بقاء القنوات الفضائية الإخبارية على هذا الحال, يصبح الأمر مألوفا لطبقة المحافظين على إسلامهم, فإما يتقبلوا هذا الوضع المتناقض, وإما يوصفون بأنهم متشددون متعصبون.

_ إن هذه الفضائيات استهدفت منذ البداية خلق وصناعة نفسية ومعنوية للمواطن العربي المسلم تؤسس لثقافة معلومة ولحالة عربية مبهورة, أسيرة ومسلوبة للثقافة الغربية¹

وتتحكم الدول الغربية و خاصة الولايات المتحدة وفرنسا و بريطانيا بالاتصالات الدولية التقليدية, اللاسلكي والاتصالات الحديثة, وتحاصر وسائل الإعلام الغربية الإنسان العربي بالكلمة المسموعة والصورة المتحركة, والكلمة المقروءة, حيث أن الإنسان في عصرنا يجد نفسه مشدود إلى سماع الخبر و التعليق, و قراءة الصحيفة أو المجلة, والاسترخاء مع قصة يقرأها, أو مشاهدة البرنامج مرئي و من خلال ذلك كله أصبح الفرد يعتمد اعتمادا كبيرا على تحصيل المعلومات من وسائل الإعلام سواء كان ذلك بطريق مباشر أو عن طريق شخص آخر تلقها من وسائل الإعلام.²

1_ فاطمة حسين عواد, الإعلام الفضائي, دار أسامة للنشر والتوزيع, عمان, الأردن, الطبعة الأولى, 2010, ص190_112.

2_ صالح خليل أبو أصبع, قضايا إعلامية, دار مجد للنشر وتوزيع, دون طبعة, ص21.

وتولي الكثير من الفضائيات الناطقة باللغات الأوربية وخاصة الإنكليزية بالإعلام الإخباري، وتشكل الأخبار و البرامج الإخبارية حيزا في الكثير من تلك الفضائيات، كما أن منها ما هي قنوات إخبارية قبل كل شيء، حيث تنصرف إلى تقديم الأخبار و البرامج الإخبارية في مجمل فترات البث باستثناء أوقات قصيرة لبرامج تاريخية، أو علاقة بالطبيعة.

صورة العرب في الإعلام الإخباري الأجنبي:

تشكلت الصورة العربية في وسائل الإعلام الأجنبية وخاصة الغربية منها من خلال بعض العناصر التي تكونت نتيجة العلاقات بين الأقطار العربية والدول الأجنبية، ولقد قال هيربرت ما ركز في كتابه (الإنسان ذو البعد الواحد) واصفا أجهزة الإعلام: أن هذه الأجهزة بما لها من تأثير لا تخدم الإنسان إلا بقدر ما تعمل ضده وضد إنسانيته، فهي تعمل من أجل صالح الوضع القائم ومن أجل تحقيق أكبر معدل لاستغلال الفرد، بل وتحويل الإنسان إلى عبد تستعبده المؤسسات اللاعقلانية القائمة، وهذا تحديدا هو وصف لأجهزة الإعلام الأجنبية التي تعمل في حوض الرأسمالية، والفضائيات الأجنبية تستضيف في برامجها الإخبارية شخصيات سياسية ومحللين سياسيين مثلما تستضيف صناع الأحداث والمشاركين فيها،¹ ويلاحظ في وسائل الإعلام الغربية في الوقت الحاضر تقصير في القيام بوظيفتها في تقديم المعلومات بصورة صحيحة وغير متحيزة، ويمكن المرء أن يرى بسهولة كيف أنه في كثير من الأحيان يتناقض عرض وقائع الحدث نفسه في صحافة الدول الغربية مع عرضه في صحافة دول العالم الثالث، وتتفاقم المشكلة بالتعصب ليس من قبل وسائل إعلام الدول المحرومة و الفقيرة، بل أيضا من قبل وسائل إعلام الدول الغنية والقوية.²

1_ هيثم الهثي، الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان الأردن، دون طبعة، 2010 ص 89_94.

2_ عبد الرحمن عربي، العرب والإعلام الفضائي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، لبنان، الطبعة الأولى، 2004، ص 73_81.

المبحث الرابع: علاقة المؤسسات الإعلامية بالقوى المجتمعية المختلفة

أضحت وسائل الإعلام تؤثر في السياستين الداخلية والخارجية للدول, إلى الدرجة التي يمكن معها القول إن كل ما لدى الجمهور من معلومات حول السلطة وممارساتها ما هو إلا تعبير عما تنقله وسائل الإعلام الجماهيري, ومن جهة أخرى فقد تشكل وسائل الإعلام الجماهيري ضغوطا كبيرة على صناع القرار وتدفعهم لاتخاذ قرارات معينة وانتهاج سياسات جديدة تعبر عن حاجات الجماهير وتطلعاتهم, وفي الوقت ذاته يستخدم السياسيون وسائل الإعلام في تعبئة الجماهير وتوجيههم باتجاه الأهداف التي تسعى السلطة إلى تنفيذها والتي غالبا ما تمثل المصالح العليا للمجتمع, كما أن لوسائل الإعلام دور واضح في عملية بناء وتطوير المؤسسات¹

السياسية فهي تعتبر مصدرا للمعلومات عنها وعن أنشطتها, تقوم هذه الوسائل بمساندة المؤسسات الحكومية وغير الحكومية وتراقب أعمالها أي أن وسائل الاتصال تقوم بوظائف الإعلام والمساندة والرقابة فيما يتعلق ببناء وتطوير المؤسسات السياسية كقنوات اتصال وأداة للتعبير عن المصالح والتغيير السلبي, وتأخذ وسائل الاتصال الجماهيري في علاقتها بالتعبير عن المصالح أبعادا ثلاثة, فهي إحدى القنوات المؤسسية للتعبير عن المصالح خاصة القضايا محل الاهتمام, وتساعد في إظهار المصالح المستترة في دائرة اهتمام صانعي القرار من ناحية أخرى, ومن ناحية ثالثة تزداد وظيفتها التعبيرية مع تقدم المجتمع من الجماهير إلى النخبة والعكس,² وبهذا المعنى فإن وسائل الاتصال قنوات لنشر أفكار و آراء النخبة الحاكمة لتأثير على الجمهور وتشكيل الرأي العام, كما أنها قنوات لعرض وجهات نظر الجماعات المختلفة, الأمر الذي ينعكس على زيادة معدلات المشاركة السياسية.³

1_ محمد نصر مهنا, قضايا سياسية معاصرة, جامعة أسيوط, المكتب الجامعي الحديث, الإسكندرية, 2009, ص7.

2_ إسماعيل عبد الفتاح, محمود منصور هبة, النظم السياسية وسياسات الإعلام, مركز الإسكندرية للكتاب, بدون طبعة, 2005, ص23

3_ مي عبد الله, الاتصال والديمقراطية, الفضائيات والحرب الإعلامية, بيروت, لبنان, الطبعة الأولى, 2005, ص23.

ونجد الأغراض العامة لوسائل الإعلام في الغرب ولاسيما في الولايات المتحدة الأمريكية هي الإعلام والترفيه و الحصول على الربح , ولكن الغرض الرئيسي هو رفع التصادم الذي يمكن أن يحدث في المجتمع أو الدولة إلى مستوى النقاش, فإن حرية الصحافة كانت وليدة الثورة الفرنسية, ورغم هذه العراقة في تكريس حرية الإعلام , إلا أنه ينبغي ألا تغرب عن البال وجهة النظر القائلة بأن وسائل الإعلام في الغرب عموما تخضع و منذ سنوات طويلة لرقابة القوى الاقتصادية, بصفتها هي الوحيدة القادرة على تقديم الاستثمارات الهائلة التي تطلبها وسائل الإعلام هذه, ولهذا فإن الإعلام يكون بمثابة بضاعة ينفرد بالتحكم بها أولئك الذين يملكون الوسائل المالية و التقنية اللازمة لانتاجها, وهو أمر يتنافى مع توفر الشروط اللازمة لتحقيق ديمقراطية و حرية الصحافة, إلا أن ما يشد الانتباه هو تلك العلاقة المتميزة والمستمرة بين النظم السياسية والسياسات الإعلامية للدولة, حيث نجد ارتباطا كبيرا بين هذه النظم والسياسات الإعلامية التي تنتجها.¹

1_ يوسف تمار, الاتصال والإعلام السياسي, الثقافة السياسية بين وسائل الإعلام والجمهور, دار الكتاب الحديث, القاهرة, الطبعة الأولى, 2012, ص30_31.

خلاصة :

_ إن أهم ما يميز الإعلام الناجح, الدقة والموضوعية والضوابط الأخلاقية والمهنية, وبعكس ذلك توصف بعض الأنشطة الإعلامية المخالفة بأنها خارجة عن الحدود والقواعد الأخلاقية, لكن الواقع الإعلامي يشير إلى غير ذلك, فاستخدام الإعلام كأداة في صراعات اجتماعية وسياسية واقتصادية عديدة على مدى عقود طويلة, وخضوعه في الوقت نفسه للضغوطات والقيود المفروضة بسبب أنماط الإدارة والملكية وهيمنة الأنظمة السياسية أدى إلى الإساءة إلى صورة الإعلام والنيل من مصداقيته لدى الجمهور.

الفصل الثاني

البرامج التلفزيونية في الفضائيات الأجنبية

❖ تمهيد

❖ المبحث الأول: مفهوم البرامج التلفزيونية

❖ المبحث الثاني: الإستراتيجية البرمجية تلفزيونية

❖ المبحث الثالث: البرامج المفضلة في الفضائيات الأجنبية

❖ المبحث الرابع: أهداف البرامج التلفزيونية

❖ خلاصة

تمهيد:

_ إن الثورة التي حققتها الوسائل السمعية البصرية تتمثل بالخصوص في وفرة البرامج المعروضة على المشاهد والتي وسعت مجال اختياره , ويبدو ذلك في إنشاء قنوات خاصة في أوروبا الغربية و أيضا في مناطق أخرى في العالم وظهور قنوات المشاهدة بالمقابل والقنوات المتخصصة في مواضيع معينة هذا التيار الجديد قد قضى على نمط البث القديم المتحجر وأصبح بإمكان المشاهد اختيار البرامج التي تتفق وذوقه سواء كانت وطنية أو خارجية فالبرامج السياسية تلعب دورا كبيرا في جذب المشاهد باعتبار المواضيع السياسية أكثر المواضيع التي تهم الرأي العام وهذا ما سنتطرق إليه في هذا الفصل حول البرامج التلفزيونية ودورها في إحداث التغيير.

المبحث الأول: مفهوم البرامج التلفزيونية

_ إن تلقي البرامج التلفزيونية يظهر كتجربة ذات صلة وثيقة بالزمن المشاهد يرسم من خلاله المشاهد كل الأفعال التي تلقاها سواء في الزمن الماضي أو الحاضر أو المستقبل وذلك عن طريق تركيز انتباهه حول البرنامج المشاهد من جهة وممارسته لفعل التأويل الذي من خلاله يستنتج الدلالات من جهة أخرى.¹

وعليه فإن البرنامج التلفزيوني بطبيعة الحال بدأ مع الساعات الأولى للصورة التلفزيونية نهاية العشرينات, وقد تعددت التعاريف التي تتناول مفهوم البرنامج التلفزيوني فبعض تلك التعاريف سمته شكلا ليكون المنطلق في تحديد تعريف وماهية البرنامج التلفزيوني, والبعض الآخر سمته منهاجا, وغير ذلك من المسميات التي يمكن الإشارة إليها بشكل مختصر عن طريق بعض التعاريف التي ذكرها بعض الباحثين في البرامج التلفزيونية, وقد ورد البرنامج على " أنه منهاج يصف شيئا أو يعلن عنه وله صيغ وأشكال خارجية عبارة عن الشكل والمضمون " , أما محمد معوض فلم يختلف في تعريفه عن سبقه فقال في تعريفه للبرنامج " بأنه فكرة تعالج تلفزيونيا باستخدام التلفزيون كوسيلة تتوافر بها كل إمكانيات الوسائل الإعلامية وتعتمد أساسا على الصورة المرئية بتكوين وتشكيل يتخذ قالباً واضحاً يعالج جميع جوانبها خلال مدة, ويشمل الإعلام والتثقيف والتوجيه والتسلية والترفيه والإعلان"²

1_ حنان شعبان, تلقي الإشهار التلفزيوني, مؤسسة كنوز الحكمة, الأبيار, الجزائر, الطبعة الأولى, 2011, ص76.

2_ عبد القادر الدليمي, البرامج التفاعلية التلفزيونية, مؤسسة دار الصادق الثقافية, عمان, الأردن, الطبعة الأولى,

ويقصد بالبرنامج التلفزيوني رسالة من المرسل، عبر قناة (مجموعة مشاهد مصورة يصاحبها صوت)، إلى مستقبل (مشاهد)، تريد أن تحقق أهدافا محددة، عبر معلومات عقلية ووجدانية، تناسب ميول ورغبات المستقبل وقدراته العقلية، ترسل بأساليب وطرق تبتث الإمتاع والترويح فيه.

و تعتمد أهمية هذه البرامج على نوعية الموضوع المطروح للنقاش وموضوعية الطرح، إذ يقوم مقدم البرنامج بتنظيم رؤوس الموضوعات وفقا لتسلسل منطقي للأفكار، وتعريف المستمعين والمشاهدين بأهمية الموضوع المراد تقديمه للنقاش، وعرض خلفية موجزة وسريعة له وتقديم المشاركين في النقاش إلى الجمهور.

ومن خصائص هذه البرامج أنها تتيح الفرص وتهيئ المناخ الملائم لتبادل الأفكار التي تهم الغالبية من الرأي العام، ويعتمد نجاح البرنامج على مدير إدارة النقاش أو الحوار، الذي يجب أن يكون من الإعلاميين الناجحين، ومن ذوي الخبرة الواسعة والتجربة العميقة والثقافة الواسعة.

لكي يكون بإمكانه عرض الموضوع بطريقة درامية شيقة، تولد صراعا يستثير الجمهور ويضفي على النقاش مزيدا من الحيوية والانفعال.

ومن الجدير بالذكر أن الأشكال البرمجية مرت بتصنيفات متعددة ومتنوعة، ففي بادئ الأمر سميت بالفورمات وهي تسمية بدائية للبرامج وتعني الشكل، ثم قسمها آخرون وفق معياري الشكل والمضمون بالدرجة الأولى، ومنها ما قام به المنظران الأمريكيان (ادوارد ستشفيه وزميله رودى بيرتز) في مطلع سبعينيات القرن المنصرم والتي شهدت البدايات الأولى للتصنيف البرمجي، وقد قسما البرامج إلى نوعين،¹

1_ عبد القادر الدليمي، البرامج التفاعلية التلفزيونية، مرجع سبق ذكره، ص 31

النوع الأول البرامج اللادرامية مثل البرامج الإخبارية والمناقشات والأحداث المتنوعة والرياضية والموسيقية والدينية والألعاب والصحية والتعليمية, أما النوع الثاني فهو البرامج الدرامية والتي تضم المسلسلات والفكاهات المبنية على المواقف ورعاة البقر والروايات البوليسية والمسلسلات الجماعية والسلاسل.

وبعد عدة سنوات أي في عام صدر تصنيف آخر للبرامج التلفزيونية والذي يتخذ من الوظيفة معياراً للتصنيف:

_ البرامج الإخبارية

_ البرامج الثقافية

_ البرامج الترفيهية

ومن خلال مفهوم البرنامج التلفزيوني, نرى أن البرنامج يحتوي على معلومات, أي موضوع يجب أن ينتقل من المرسل إلى المستقبل, هذا الموضوع هو ما سنصطلح عليه بالمحتوى, وهذا المحتوى يجب أن يتضمن أهدافاً يريد

المرسل تحقيقها في المستقبل, وعليه فإن البرنامج التلفزيوني يتكون من طبيعة المستقبل, المحتوى, الأهداف, والطريقة.

ومن بديهيات الأمور أن أي أمر لا يكتمل, إلا بتوفر مكوناته, لذا فإن البرنامج التلفزيوني لا يكتمل من غير هذه المكونات الأربعة.¹

1_ فاروق ناجي محمود, البرنامج التلفزيوني, دار النفائس للنشر والتوزيع, عمان, الأردن, الطبعة الأولى, 2007, ص20.

المبحث الثاني: الإستراتيجية البرمجية تلفزيونية

في البداية لا بد من الإشارة إلى أن المسؤولية في تنفيذ أهداف الرسالة الإعلامية في التلفزيون والتي تعتبر ركيزة ومنطلقا لاقتراح إستراتيجية أكثر فاعلية وجدوى لبرامج التلفزيون تقع على الكوادر التي تتولى عملية الإشراف والتخطيط والمتابعة والتنفيذ في التلفزيون وتقتضي الضرورة التوضيح أن هناك جانبين أساسيين لهما أهميتها في إطار الأهداف المرسومة للرسالة الإعلامية من خلال التلفزيون وهما:

_ المضمون الذي تستخدمه الوسيلة الإعلامية من خلال الأهداف المركزية المحددة أمام الوسيلة الاتصالية.

_ الأثر الذي تخلفه الوسيلة الإعلامية فهو النتيجة المتحققة من المضمون الذي تركز عليه وسيلة الاتصال إلى جانب خصائص هذه الوسيلة ومدى مواكبتها للتطورات التكنولوجية في عالم الاتصالات الحديثة وبناء على ذلك تركز الخطة البرمجية لعدد من المحطات التلفزيونية على نواحي الإنتاجية بالدرجة الأساس إذ تحدد ما سيتم إنتاجه من البرامج المحلية المقرر عرضها خلال الدورات البرمجية الأربعة القادمة، أي خلال عام كامل، وهي تتضمن في الغالب عناوين البرامج وعدد الساعات المخطط لإنتاجها وعرضها ووضع التوصيات والأهداف المرحلية المطلوب تحقيقها وتعتمد أغلب المحطات على تشكيل لجنة أو لجان تقوم بمهام التخطيط وتضطلع لجنة التخطيط التلفزيوني التي تتكون من رؤساء الأقسام ويرأسها مدير التلفزيون، بمهمة وضع الخطط البرمجية للأقسام المختلفة إليه تنفيذها من خلال الاجتماعات الدورية التي تعقد أسبوعيا وتتولى اللجنة أيضا إعداد الدوريات البرمجية الخاصة بالمناسبات الدينية والوطنية والقومية وتضع مفردات الحملات الإعلامية في المناسبات المختلفة،

وبعد إقرار الخطة السنوية بدوراتها الأربعة (القصيرة المدى)، من قبل لجنة التخطيط البرامجي التلفزيوني تعرض على لجنة التخطيط المركزي.¹

ومن جهة أخرى، فإنه لا يعرف مدى التضارب المحتمل بين القيم التي تتضمنها البرامج الأجنبية وتلك التي تتضمنها البرامج المحلية،² إلى أن التخطيط البرامجي يعتمد على الجودة والطرافة و الجرأة في اختيار الموضوع وطرحه من خلال البرنامج الذي يختار له شكلا من الأشكال التلفزيونية الملائمة لطرح الفكرة وإعدادها إعدادا جيدا يتناسب مع الشكل المختار مع فقرات البرنامج المتنوعة، التي تناقش كل جوانب الموضوع بموضوعية وحياد وصدق، ولا بد أن يلم المعد بنوعية وحجم الجمهور الذي يستقبل ويشاهد برنامجا ما، كذلك معرفة تركيبة هذا الجمهور ودرجة التجانس بين أفراده من حيث المتغيرات المختلفة مثل العمر، مدى النمو، مستوى التعليم، والمدى الزمني لتعرض أفراد هذا الجمهور لاستقبال وسيلة الاتصال، كما تحتاج المقابلة إلى تخطيط مسبق من المعد ودراسة جادة ومعرفة أكيدة بموضوع المقابلة ومدى ارتباط الضيف بهذا الموضوع وسيرته الشخصية واهتماماته، لذلك فإن التخصص في إعداد البرامج أصبح واقعا ملموسا ومن يكون معد البرنامج هو المذيع والمقدم في الوقت نفسه، وذلك لسرعة رد الفعل أثناء الحلقة، خصوصا بشأن المعلومات، أما في حالة وجود شخصين، معد برامج ومذيع فيجب أن يكون المذيع على درجة كفاءة المعد من حيث الاطلاع على الموضوع وتوفر الخصائص نفسها المتوافرة في المعد، لأنه الذي يواجه الضيف مباشرة ويتعامل معه.

1_ عبد الرزاق محمد الدليمي، الإعلام، إشكاليات التخطيط والممارسة، مرجع سبق ذكره، ص 141_161.

2_ عبد المجيد شكري، تكنولوجيا، إنتاج البرامج في الراديو والتلفزيون، دار الفكر العربي، القاهرة، الطبعة الأولى، 1996، ص 40.

وفي ضوء ذلك يتم وضع الإنتاج البرامجي وفق الإطار الفني للسياسة الإعلامية المطبقة في مجتمع معين خلال مدة زمنية محددة, وهذه المسألة تفرض خضوع كافة مراحل الإنتاج التلفزيوني إلى تخطيط دقيق وشامل, بما يعنيه المخطط البرامجي من توقع المرسل لاحتياجات المستقبل وتحديد اتجاهاته المستقبلية وتحسبه للتصرفات وردود الأفعال الأكثر احتمالاً, بقصد تحقيق أهداف الخطط الإعلامية وما ترمي إليه من مقاصد, باستخدام الرموز والإشارات والصور الفنية والأشكال التعبيرية, استخداماً فنياً بارعاً من خلال صياغات فنية اقناعية لها القدرة في التأثير على الجماهير, ودفعها إلى استجابات تجسد سلوكاً معيناً يخدم أهداف السياسة الإعلامية.¹

المبحث الثالث: البرامج المفضلة في الفضائيات الأجنبية

في العالم اليوم السريع الخطى, نجد أن التنوع والتميز يوفران للمشاهد فرصة الحكم على جودة فضائية عن غيرها, وهذا يوقع المحطات الفضائية في مأزق كبير وهو كيفية الوصول إلى المتلقي, وما هو الأسلوب لأنجح وسط تداخلات سياسية واقتصادية واجتماعية وقيمة, وتحل البرامج الترفيهية عموماً المراتب الأربعة الأولى من بين البرامج الأجنبية التي يوليها جمهور الدراسة عناية فائقة, وتأتي في مقدمتها الأفلام الأجنبية تليها الألعاب في المرتبة الثانية ثم المنوعات الغنائية الغربية في المرتبة الثالثة ثم البرامج الرياضية في المرتبة الرابعة, في حين أن المسلسلات فلم تستأثر بأدنى اهتمام الجمهور.

1_ عبد الله بوجلال, القنوات الفضائية وتأثيرها على القيم الاجتماعية والثقافية والسلوكية لدى الشباب الجزائري, دراسة نظرية ميدانية, منشورات فرق البحث, كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية, جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية, ص23

أما البرامج الإعلامية (الأخبار, ريبورتاجات, تحقيقات كبرى) فيولي لها جمهور الدراسة عناية متوسطة محتلة بذلك المرتبة الخامسة, وربما قد يعود تقلص اهتمام الجمهور بهذا النوع من البرامج في الفضائيات الأجنبية إلى الدور الإيجابي الذي أصبحت تلعبه قناة الجزيرة الفضائية في مجال استقطاب الجمهور العربي بما فيه الجمهور الجزائري, أو ربما قد تعود لعوامل أخرى لها علاقة بالموضوعية والتحيز في التغطية الإخبارية والتعظيم الإعلامي .

أما البرامج الثقافية والاجتماعية والعلمية, فتستأثر باهتمام نسبة قليلة من أفراد العينة, في حين بقية المواد الأخرى (الإعلانات, برامج الأطفال) فهي من النتائج المتوقعة, حيث لم تحظ باهتمام الجمهور إلا ماندر, وإن كانت الأولوية تعطي للإعلانات الغربية على حساب برامج الأطفال.

وعلى العموم يبحث المشاهد في الفضائيات الأجنبية عما يفتقده في قنواته المحلية وفي المحطات الفضائية العربية, وتتميز الحياة في المجتمع الذي نحن نتواجد فيه بقدر من الكبت الجسدي والحرمان الفكري و المعلوماتي, وليس من المستبعد أن الشعور بهذا الحرمان لا يتأثر كثيرا بمتغيرات الشهادة أو المهنة أو الدخل ومكان الإقامة, الأمر الذي يجعل الشرائح المختلفة تسلك تلفزيونيا سلوكا متشابها وخاصة في مرحلة الانبهار والتعرف, أي مرحلة دخول البث المباشر التلفزيوني.¹

1_ نصير بوعلی, التلفزيون الفضائي وأثره على الشباب في الجزائر, دراسة ميدانية, دار الهدى, عين ملية, الجزائر, 2005, ص169_181.

المبحث الرابع: أهداف البرامج التلفزيونية

تضع القنوات التلفزيونية عدة أهداف قبل إعداد برامجها التلفزيونية وتقديمها للجمهور, حيث أن هذه الأهداف تتوافق مع سياستها التحريرية فالقنوات الأجنبية الوافدة تقوم بنقل الرسالة الإعلامية إلى أنحاء العالم بشكل مباشر بحيث تقدم رسالة إعلامية تتكيف مع رغباتها وأفكارها, للوصول إلى أهداف تتمثل في ما يلي:

_ جذب الانتباه الدائم للجمهور من خلال نقل المناسبات والأحداث سواء الدينية أو الاجتماعية أو السياسية أو رياضية والإعلام والترفيه والتنقيف والتعليم والإعلان.

_ تمكنها البرامج الحوارية من الحصول على معلومات معينة من الضيف حول قضية أو حدث, ومعرفة رأي الضيف في قضية أو آراء الناس العاديين في شيء معين.¹

_ تكوين اتجاهات إيجابية لدى المواطن اتجاه النظام السياسي, مما يزيد من الإقبال في المشاركة السياسية.

المساعدة في تنفيذ ومتابعة برامج السياسات التي يتبناها النظام السياسي.

_ ترسيخ قواعد النظام على إيجابيات وإنجازاته على الصعيدين الداخلي والخارجي.²

1_ [www.saudimediaeducation.org /index.php](http://www.saudimediaeducation.org/index.php)

2_ عبد الله بوجلال, القنوات الفضائية وتأثيرها على القيم الاجتماعية والثقافية والسلوكية لدى الشباب الجزائري, مرجع سبق

خلاصة:

_ الثورة التي حققتها الوسائل السمعية البصرية تتمثل بالخصوص في وفرة البرامج المعروضة على المستخدم والتي وسعت مجال اختياره , ويبدو ذلك في إنشاء قنوات خاصة في أوروبا الغربية و أيضا في مناطق أخرى في العالم وظهور قنوات المشاهدة والقنوات المتخصصة في مواضيع معينة وتشغيل الأقمار الصناعية للبث الإذاعي المباشر فهذا التيار الجديد قد قضى على نمط البث القديم المتحجر وأصبح بإمكان المشاهد اختيار البرامج التي تتفق وذوقه سواء كانت وطنية أو خارجية.

الفصل الثالث

البرامج الحوارية في التلفزيون

❖ تمهيد

❖ المبحث الأول: مفهوم البرامج الحوارية

❖ المبحث الثاني: أشكال الحوار التلفزيوني الإخباري

❖ المبحث الثالث: نماذج حول دراسات أجنبية

❖ المبحث الرابع: النظرية المستخدمة (الأطر الإعلامية)

❖ خلاصة

تمهيد:

_ تبرز أهمية وجود هوية لأي قناة فضائية, قضية قابلة للنقاش, ومسألة حيوية للانتشار
بث هذه القناة واكتساب ثقة جمهور المتلقين, وتتأصل هذه الهوية بالثوابت والسياسات التي
تحاول انتهاجها من أجل الوصول إلى المتلقين من خلال تنويع برامجها وخلق نوع من
الاهتمام من خلال الحوار حول مواضيع أو شخصيات تهم المشاهد والتي تخلق نوع من
التميز لأي قناة من خلال إتباع برنامج منظم يتوافق مع ميولات المشاهد واهتماماته,
وتحقيق أهداف القناة من جهة أخرى فالحوار التلفزيوني يخلق نوع من التكامل والتنويع في
البرامج التلفزيونية للقناة.

المبحث الأول: مفهوم البرامج الحوارية

الحوار نمط من أنماط التعبير، نتحدث به شخصيتان أو أكثر يتسم حديثهم بالموضوعية والإيجاز والإفصاح، وهو الطابع الذي ينسق به الكلام بطريقة تجعله يثير الاهتمام باستمرار، ويشتمل الحوار على نسب موزونة في المضمون ومنظومة من الإيقاع، وإن موضع الاتزان والإيقاع في الحوار يكمن في علاقة الفقرة بالفقرات الأخرى، وفي ثانيا كل فقرة تكمن العلاقة الإيقاعية الموزونة، بين الكلمة والكلمة الأخرى وبين الكلمة والجملة في المشاهد والفصول، التي يراعي في نظمها ضبط الإيقاع الموسيقي، وحتى إذا زاد شيء ما عن حده قليلا أضرت تلك الزيادة بالإيقاع الكلي، وشوهت اتزانه، ويحدث الشيء نفسه في حالة حذف أي شيء.¹

ومن الناحية المهنية والعلمية تترادف أربعة مسميات رئيسية للتعبير عن هذا الفن، فالبعض يسميه الحديث الصحفي، والبعض يسميه اللقاء الصحفي، والبعض الآخر يسميه المقابلة الصحفية، فيما يسميه آخرون الحوار، ومن الناحية اللغوية فإنها تدور حول معاني معينة، فحار بمعنى رجع وفي القران الكريم (إنه ظن أن لن يحور) وحار نقص بعد ما زاد وتردد وتفكر بعمق وحار الثوب غسله وبيضه وحارت العين اشتدت وضوحا، وحاوره جاوبه وراجعه وبادله، وهكذا تبدو كلمة الحوار أكثر دلالة للتعبير عن معاني المناقشة والمواجهة والتفاعل بين الصحفي والمصدر،²

1_ مصطفى حميد كاظم الطائي، القنوات الإذاعية والتلفزيونية وفلسفة الإقناع، دار الوفاء لنديا، الإسكندرية، الطبعة

الأولى، 2007، ص231_235

2_ المعجم الوسيط، معجم اللغة العربية، القاهرة، 1985، ص40

ويقصد بالحوار الصحفي الفن الصحفي المستقل الذي يعتمد بشكل مباشر على الحوار بين الصحفي واحد أو أكثر ومصدر من مصادر المعلومات التي تستغل منصبا هاما أو صاحبة رؤية فكرية عالية أو شخصية ما صنعتها الأحداث ورأت فيها الصحيفة أهمية الحوار معها, بهدف الحصول على المعلومات أو تقديم الرؤى أو شرح الجوانب الحياتية والشخصية عن المصدر, بهدف النشر العلمي في الدورية الصحفية, وتحل البرامج الحوارية مكانه متميزة ضمن خريطة برامج القنوات التلفزيونية المختلفة, ويعكس هذا التطور الكمي و الكيفي للبرامج الحوارية دور التلفزيون في تشكيل الرأي العام والمكانة التي أصبح يحظى بها, حيث اعتمدت البرامج الجارية في القنوات التلفزيونية الأرضية على بنية تقليدية في وقت كان فيه البث التلفزيوني حكرا على هذه القنوات, لهذا كان اختيار موضوعات هذه البرامج منسجما مع الطابع الثقافي للدولة وعاداتها وتقاليدها.¹

المبحث الثاني: أشكال الحوار التلفزيوني الإخباري

الحوار التلفزيوني الإخباري أو حوار المعلومات:

وهذا النوع من الحوار يزداد استخدامه في التلفزيون كونه النوع المناسب لإخبار الجمهور بشكل سريع و دقيق عن حقيقته وجوهر الأحداث والظواهر والتطورات التي تهم شرائح اجتماعية واسعة, و من خلاله يحصل الجمهور بشكل مباشر, وعبر حوار حي ومباشر و متطور مع شخصيات كفؤة و مهمة, على معلومات أنية و متنوعة, و هذا النوع من الحوار يقدم معلومة سريعة عن حدث خلال حوار يستمر بضع دقائق إلى تقديم تغطية كاملة و شاملة لتطور ما عبر حوار قد يستمر ربع ساعة و حتى نصف ساعة.

1_ رضا عكاشة, الحوار الصحفي, فنون الصياغة وإدارة الحديث, المكتبة العالمية للنشر والتوزيع, كلية الإعلام, جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا, الطبعة الأولى, 2005, ص30.

أشكال الحوار التلفزيوني:

هناك أشكال عديدة للحوار التلفزيوني يمكن إجمالها بالآتي:

1_ الحوار المباشر:

وهو الحوار الذي يبث مباشرة ولهذا النوع من الحوارات عدة إيجابيات, منها التفاعل السريع مع الأحداث

و الوقائع والآراء, ويتميز بتلقائية شديدة, وقدرة على تصحيح الأخطاء أو الهفوات التي ترتكب في أثناء الحوار لا تستدرك, ويمكن تقسيمه إلى الأشكال التالية:

أ_ الحوار داخل الاستديو:

وهو الحوار الذي يجري مع الشخصية أو المحاور داخل الاستديو وتزداد أهمية هذا النوع من الحوار إذا لا يجري إلا مع الشخصيات المهمة والتميزة, وذلك نظرا لأن الشخصيات التي تأتي إلى الاستديو لديها وقت كاف لتوقع الأسئلة المحتمل أن توجه إليها, فإنها غالبا ما تكون أقل تلقائية وأكثر ارتباطا بالحافز الشخصي الذي دفعها إلى الحضور إلى الاستديو.

ب_ الحوار عبر الهاتف:

ويستخدم هذا النوع مع الحوار عند الضرورة, وعند نغذر استخدام الحوار المواجهي وغالبا ما يحدث هذا النوع من الحوار عند تغطية الأحداث الراهنة بأقصى سرعة ممكنة ويتميز الحوار عبر الهاتف بأنه أسرع وأكثر فعالية و أقل تكاليف ولا يحتاج إلى استعدادات وتحضيرات معقدة كما أنه أكثر مقدرة على جمع المعلومات المتنوعة ومن شخصيات مختلفة عن حدث ما ويصبح الحوار عبر الهاتف أكثر فعالية وذلك لأن الشخصيات المحاوره غالبا ما تشعر أنها أقل تهديدا وحرصا عندما تتحدث عبر واسطة تجعل رد الفعل متعذرا.

ج_ الحوار عبر الأقمار الصناعية:

ألغت التكنولوجيا الحديثة حدود المكان, إذ أصبح باستطاعة الصحفي إجراء حوار مع أي شخصية عبر الأقمار الصناعية يتطلب هذا النوع من الحوار كفاءة عالية من الصحفي, الذي يتمتع بقوة حضور لافتة وبطلاقة و عفوية, وبمتابعة دقيقة وشاملة وعميقة بموضوع الحوار وكذلك بالأحداث والشخصيات, ويتميز هذا النوع من الحوار بإيقاعه السريع وبكثرة الأسئلة التي تطرح فيه, وغالبا ذات النهاية المغلقة كما يتميز بجاذبية وحيويته.

2_ الحوار غير المباشر أو المسجل: وهو الحوار الذي يسجل في الاستديو أو في أي مكان آخر ولا يبث في أثناء تسجيله بل يؤجل لمدة قد تزيد أو تنقص بحسب برنامج القناة ورغبتها, ربما, ربما يفقد هذا الحوار البعض من حرارته واندفاعه, لكن يمكن استدراك الهفوات التقنية والخاصة بمضمون الحوار, بل يمكن للصحفي أن يغير أسئلته إذا رأى أنها لا تجاري طبيعة الأجوبة, أو بحذق جملة تفوه بها أحد الضيوف عن غضب أو إشارة عصبية صدرت منه, إذا طلب منه ذلك, أو يطلب بحذف ما قاله معتقدا أن التسجيل قد انتهى, ويمكن تقسيمه على الأشكال الآتية:

حوار داخل الاستديو

حوار عبر الهاتف

حوار عبر الأقمار الصناعية¹

1_ رضا عكاشة, الحوار الصحفي, فنون الصياغة وإدارة الحديث, مرجع سبق ذكره, ص 31

وهناك أشكال أخرى للحوار التلفزيوني تصنف على أساس عدد المحاورين أو المحاورين ومنها:

الحوار أو المواجهة بين شخصين يختلفان في الرأي والقناعة والتوصل حول قضية أو سلوك معين أو يملكان فهما مختلفا لظاهرة ما أو لهما تأويل مغاير لها، إذ يقوم المحاور في هذا الشكل من الحوار بدور مزدوج، تشجيع الطرفين على التعبير عن رأيهما والالتزام بدور الحكم، مثل برنامج الاتجاه المعاكس في قناة الجزيرة الذي يقدمه الدكتور فيصل القاسم.

الحوار الذي يكون فيه المحاور ضد المحاورين: إذ نجد في هذا الشكل من الحوار أكثر من محاور واحد يتناوبون على توجيه الأسئلة إليه ولا يوجد هذا الشكل في برامج قناة الجزيرة الحوارية لكن يمكن القول أن برنامج حوار مفتوح الذي يقدمه غسان بن جدوا في قناة الجزيرة قريب من هذا الشكل إذ يفسح المجال للجمهور المتواجد داخل الاستديو يطرح الأسئلة على الضيف أو الضيوف مع وجود الفوارق.

الحوار الذي يكون فيه المحاورون ضد المحاور: وهذا الشكل نجد فيه أن المحاورين يتناولون الحديث بانتظام عن كتاباتهم وعن مواقفهم ومشاعرهم، ويتدخل المحاور ليقيم حواراً ثنائياً مع كل ضيف، ثم يعمم الحوار ليبدلي كل

واحد برأيه، وبرنامج أكثر من رأي الذي يقدمه سامي حداد في قناة الجزيرة مثال على هذا الشكل.¹

1_ محسن جلوب الكنانى، تقنيات الحوار الإعلامي، "قناة الجزيرة نموذجاً"، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، الطبعة الأولى، 2012، ص 130.

الحوار الذي يكون فيه المتحاورون ضد بعضهم: إذ يجمع هذا الشكل من الحوار عدة شخصيات متباينة المواقف والآراء ويقوم المحاور بطرح الأسئلة لهذا وذاك لبعث الجدل والنقاش بينهم, وأيضا يمكن القول أن برنامج أكثر من رأي مثال على هذا الشكل من الحوار, ومثل برنامج الاتجاه المعاكس في قناة الجزيرة الفضائية أيضا.

الحوار الثنائي بين المحاور والمحاور: وهذا الشكل من الحوارات هو الغالب إذ تستضاف فيه شخصية قد لمعرفة مسيرة حياتها أو استعراض آرائها حول موضوع أو مواضيع معينة مثل برنامج بلا حدود الذي يقدمه احمد المنصور في قناة الجزيرة أو برنامج الشريعة والحياة الذي يقدمه المرحوم ماهر عبد الله في قناة الجزيرة والتي تقدمه الآن الصحفية خديجة التونسية,¹ ويعتبر نوع الحوار كمحرك أساسي للبرامج الحوارية, بطبيعة الشخصية المتحاوره ضيف البرنامج, وهناك عدة أنواع للحوار, وكلها أنواع تفرض قالبها وإيقاعا فنيا وفكريا خاصا في البرنامج الحواري وهي: حوار الشخصية, حوار المعلومة, حوار الرأي الحوار المتخصص.²

ويشمل البرنامج الحواري كل مجالات الحياة تقريبا, من السياسة والاقتصاد, إلى العلوم والفنون والآداب, إلى السير الذاتية والشخصية ويقوم ببعض مهام الاتصال المعروفة من إعلام وتثقيف وترويج, والعناصر الأساسية التي يتكون منها البرنامج الحواري هي: هدف البرنامج, الشخصية التي تجري معها الحوار, المذيع أو مقدم البرنامج, موضوع الحوار, صياغة أسئلة الحوار.

ويشترط في البرامج الحوارية أن تتميز بالخصائص التالية:

المصداقية وتعد المصداقية قيمة أساسية تجعل الحوار بموضوعاته وأساليبه ووسائل تقديمه موضوع ثقة من الجماهير.

1_ محسن جلوب الكنانى, تقنيات الحوار الإعلامي, "قناة الجزيرة نموذجا", مرجع سبق ذكره, ص131.

2_ سليم عبد النبي, الإعلام التلفزيوني, دار أسامة للنشر والتوزيع, عمان, الأردن, الطبعة الأولى, 2010, ص197.

الإثارة والجاذبية وتعد هذه الميزة من الخصائص التي تجذب المشاهدين إلى الوسيلة, لأنها تجعل من الحوار أفضل برنامج ترفيهي وتنقيفي في أن واحد.

الأهمية حيث إن الأهمية تفعل من الحوار وتحقق أ قدر من المشاركة الجماهيرية, وبخاصة إذا ما تعلق موضوع المقابلة باهتمامات الجماهير ومصالحهم واحتياجاتهم الضرورية بصورة مباشرة أو غير مباشرة.

إن الإعداد الجيد لبرنامج الحوار هو شرط أساسي لنجاحها, فعلى معد برنامج الحوار أن يكون على دراية وخبرة واسعة بإمكانات التلفزيون وخصائصه وعلى قدر من الثقافة والمعرفة تمكنه من الإعداد الجيد للحوار أيا كان نوعه سواء من حيث انتقاء الموضوع أو اختيار الضيوف أو نوعية الأسئلة والقضايا التي ستطرح عليهم.¹

وتواجه مقدمي البرامج حوارية تلفزيونية مطالب مستمرة تتعلق بمقدرته على الارتجال كي تستطيع أن تغطي بسرعة بدون أخطاء وأن تواجه كل ما يمكن أن يلهيك ويصرف انتباهك, وأن تساعد المنتج على تقديم برنامج لطيف بدون نصوص مكتوبة سلفا وبدون بروفات وتدريبات.²

1_ فايز طه عبد الحميد, البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية وعلاقتها بمستوى معرفة المراهقين بالأحداث الجارية, المكتب العربي, للمعارف, القاهرة, الطبعة الأولى, 2013, ص 34_35.

2_ جود أولمان, التحقيق الصحفي, ترجمة ليلي زيدان, القاهرة, 2000, ص 104.

كما تتعدد الوظائف العامة للإعلام, تتعدد مسميات الحديث من هذه الزاوية الوظيفية التي يقوم بها, وعليه يمكن القول أن لدينا حوار الإعلام الذي تبدو فيه وظيفة الإعلام وحوار التثقيف الذي تبدو فيه وظيفة التثقيف وحوار الدعاية وحوار التنشئة السياسية وحوار الاتصال الحضاري الذي يظهر فيه هذه الوظائف الإعلامية العامة, ونفس الشيء يقال عن حديث التسلية والامتناع الذي يحقق وظيفة الترفيه كأحد وظائف الاتصال الجماهيري, ويقصد هنا بحديث التسلية أنه لا يرتبط بموضوع أو صياغة خاصة بل يرتبط بهذه الوظيفة الظاهرة في الحوار, فقد يكون الموضوع فنياً أو سياسياً أو اجتماعياً أو رياضياً, وقد يكون فيه خبر أو رأي, وقد يرتبط بالحديث عن الجوانب الشخصية والمواقف الذاتية والطرائف الحياتية لنجم أو مسؤول أو شخص عادي.

المبحث الثالث: نماذج حول دراسات أجنبية

هذه مجموعة من البحوث والدراسات المتخصصة في مجال الإعلام التلفزيوني طرحت عدة قضايا متعلقة بالبرامج الحوارية الأجنبية وعلاقتها بالجمهور, وسيتم تقديم هذه الدراسات كالتالي:

_ عنوان الدراسة الأولى: la presse audiovisuelle

إعداد: caroline mauriat

الملخص: هذه الدراسة اهتمت بموضوع الأخبار في الإذاعة والتلفزيون بفرنسا, لكناه ركزت على التلفزيون, من حيث الجوانب الآتية:

قامت الدراسة على قنوات التالية: 1tf, 2antenne, 3fr, 5la, canal+, 6m, حيث توصلت الدراسة إلى أن هاه القنوات لا تهتم كثيرا بالأخبار وهذا مرتبط بخصوصيتها الإعلامية وترى الدراسة أن كل المحطات يجب أن تهتم بالأخبار طبقا للقانون,

ثم تناولت الدراسة الأخبار في التلفزيون, وأوقات المشاهدة وتوصلت إلى أن التلفزيون يستحوذ على الفترات المسائية, إذ تمثل نشرة المساء 20 ساعة, وتؤكد الدراسة أن 70%, من العائلات الفرنسية تتابع نشرة أخبار الثامنة, ثم قارنت بين القنوات فيما يتعلق باستحواذها على جمهور المشاهدين وخاصة 1tf, و 2antenne, أيضا تناولت الدراسة اتجاهات الفرنسيين نحو أخبار التلفزيون وأكدت الإحصاءات أن نسبة 54%, من العينة المستحوذة تثق فيما يقدمه التلفزيون أو متابعة الوقائع, وحول السؤال عن حياة الصحفيين فإن الدراسة ترى أن 59%, غير حياديين و 27%, يرون أن الصحفي حيادي, أما في ما يتعلق بالثقة فإن 64%, يثقون في التلفزيون, أما في يتعلق بالقنوات التلفزيونية كمصدر ثقة نجد أن القناة الثانية تتقدم ب 39%, في حين أن قناة 1tf لا تستحوذ سوى على 33%.

ومن خلال النتائج المعبر عنها هذه الدراسة تقدم صورة عن الأخبار في مجتمع صناعي, واتجاهات الجمهور نحوها.¹

عنوان الدراسة الثانية: approaches to contents analysais of news programs

إعداد: graber doris

الملخص: حاولت الدراسة تأكيد فكرة أن منهجية تحليل البرامج التلفزيونية الإخبارية ظلت لفترة طويلة تعتمد على التقنيات المستخدمة في تحليل مضمون الخطاب الإخباري لصحف والمجلات, والنص التلفزيوني المكتوب, وتحاول الدراسة التنبيه إلى الفوارق الموجودة بين النص المكتوب والنص المعروف على شاشات التلفزيون, باختصار فإن الدراسة ترى ضرورة عدم إهمال المعادلة الرئيسية التي يقوم عليها العمل الإخباري التلفزيوني وهي النص + الصورة + الصوت, وما أشارت إليه دراسة graber في الحقيقة هي حالة مازالت تشوب العديد من الدراسات التي تناولت العمل الإخباري التلفزيوني من خلال تحليل المضمون, وهي عدم توفيقها في إدراك هذه الخاصية, وبالتالي تفادي الخلط بين تحليل المضمون للنصوص المكتوبة وتحليل مضمون النصوص المرئية.¹

عنوان الدراسة الثالثة: globalisation ,media audience ,and télévision news

إعداد: kavoori ,anandam,phllip

الملخص: هذه الدراسة سعت إلى وضع إطار نظري من أجل فهم ديناميكية وسائل الإعلام في ظل العولمة, ضمن مقاربة أثنوغرافية انطلاقاً من موضوع المشاهد, وعمدت الدراسة إلى اختيار الموضوع في خمس دول هي الولايات المتحدة الأمريكية, بريطانيا, فرنسا, ألمانيا, إسرائيل(فلسطين المحتلة),

1_Garaber doris, approaches to contents analysis of news programs, in communication.1985

وركزت الدراسة على الأخبار التي تناولت الصراعات السياسية واتجاهات المشاهدين في هذه الدول نحوها, من خلال عينات من مشاهدي البلدان المذكورة, كذلك حددت الدراسة الموضوعات الإخبارية ضمن مفهوم المجتمعات الحديثة والمجتمعات ما بعد الحديثة في ظل العولمة, وخلصت الدراسة إلى الدور الذي يلعبه التلفزيون من خلال الأخبار (النشرات الإخبارية) وما تقدمه الوسيلة حول تكريس نظرة حدائثة موضوع العولمة, كذلك سعت هذه الدراسة إلى معرفة دور الأخبار في توضيح وتكريس المعنى الجديد للحدائثة والعولمة من خلال المقارنة بين الثقافات والأعراف.¹

تقييم للدراسات الغربية (الأجنبية):

ركزت الدراسات الأجنبية على تحليل المحتوى والمضمون أكثر من الدراسات العربية التي اتجهت أكثر إلى دراسة الجمهور, ويعود ذلك في اعتقادنا إلى قدرة الباحثين في الغرب على الرجوع بسهولة إلى المواد الإخبارية في المحطات التلفزيونية, قبل انتشار وسائل التسجيل كذلك فإن دراسات الجمهور وقياس المشاهدة تقوم بها في العادة مراكز قياس الرأي والجمهور, ويغلب عليها الطابع الكمي دون الغوص في التحليل والتفسير لموضوع عادات وأنماط المشاهدة.²

1_ Approaches to contents analysis of news programs

2_ محمد شطاح, دراسات عربية وأجنبية في الإعلام التلفزيوني, نشرات الأخبار, دار الكتاب الحديث, جامعة باجي مختار, عنابة, الجزائر, 2007, ص82.

المبحث الرابع: النظرية المستخدمة (الأطر الإعلامية)

تعريف نظرية الأطر الإعلامية:

تهتم نظرية أطر الرسائل الإعلامية بقياس المحتوى الضمني للرسائل الإعلامية التي تعكسها وسائل الإعلام وتقدم هذه النظرية تفسيراً منظماً لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات حيال القضايا البارزة وعلاقة ذلك باستجابات الجمهور المعرفية والوجدانية لتلك القضايا، وتفرض هذه النظرية أن الأحداث لا تنطوي في حد ذاتها على مغزى معين وإنما تكتسب مغزاهاً من خلال وضعها في إطار يحددها وينظمها ويضفي عليها قدراً من الاتساق من خلال التركيز على بعض جوانب الموضوع وإغفال أخرى، فالإطار الإعلامي لقضية ما يعني انتقاء متعمد لبعض جوانب الحدث أو القضية وجعلها أكثر بروزاً في النص الإعلامي، ويعرفه جوفمان بأنه (بناء محدد للتوقعات التي تستخدمها وسائل الإعلام لتجعل الناس أكثر إدراكاً للمواقف الاجتماعية في وقت ما).¹

1_ طارق سيد أحمد الخلفي، معجم مصطلحات الإعلام، انجليزي، عربي دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، الطبعة الأولى، 2008، ص9

فرضيات النظرية:

_ يصدر القائمون بالاتصال أحكاما واعية أو غير واعية وبطريقة معتمدة أو غير معتمدة على الرسائل من خلال البناءات المعرفية والإدراكية للإعلاميين.

_ تتشكل الرسائل في أطر مهنية من ناحية الشكل أو المضمون في عبارات ومفاهيم واقتباسات المصدر.

_ يتوقع المرسل أطرا خاصة للمتلقي فترشده وتؤثر في عملية التأطير الحالية والمتوقعة.

_ الرسالة المؤطرة تمثل المخزون المشترك لكل خطوات وضع الإطار, وهي في الغالب التمثيل المشترك للإطار الاجتماعي العام.¹

_ رواد النظرية:

Etman, gamson,scheufle,rhee , McComb et chignas et rées et shoemaker, ksicki et pan, Davis et Baran , وقد ركزوا جمعهم على تحليل مضامين الرسالة الإعلامية من حيث الأخبار والأحداث التي تقدمها وسائل الإعلام, كما ركزوا على الأفراد في عملية الاتصال الجماهيري.²

إسقاطات النظرية:

_ بما أن موضوع الدراسة سياسي فهو يندرج ضمن نوع الإطار الاستراتيجي للقضية بحيث أن قناة فرانس24 الناطقة بالعربية وضعت عدة أطر أغلبها متعلقة بالأمن في المغرب العربي, خاصة منها ما تعلق بالإرهاب وعمليات الشغب مؤخرا في بعض البلدان المغربية.

¹_ عاطف عدلى العبد, نهى عاطف العبد, نظريات الاعلام وتطبيقاته العربية, دار الفكر العربي, القاهرة, 2008, ص30

²_ <http://constantine blogs pot com> , France , analysis

وفي ما يخص التوتر القائم بين الجزائر والمغرب فقد اعتمدت القناة في برنامجها السياسي " وجهها لوجه " على الأطر الإعلامية التالية:

تصدر عناوين الحلقة موضوع القضية المتنازع حولها بين البلدين من خلال عناوين تثير الرأي العام.

التركيز على قضية الصحراء الغربية من خلال الحوار بين الشخصيات المستضافة في البرنامج

تكثيف البرامج السياسية، الخاصة بالموضوع من خلال "النقاش المغربي" و"في عمق الحدث المغربي" حيث أن في هذه الحصة يتم تقديمها على شكل تقارير وروبورتجات وذلك بما يتناسب مع طبيعة الحصة

إثراء النقاش من خلال توجيه أسئلة مثيرة لضيوف البرامج المتعلقة بقضايا المغرب العربي من خلال "الساعة المغربية" التي تتضمن مجموع هذه البرامج المتعلقة بالوضع الراهن في منطقة المغرب العربي.¹

خلاصة:

_ إن للبرامج الحوارية في القنوات التلفزيونية وقع خاص على المشاهد, خصوص إذا كانت برامج تثري النقاش منها السياسية والتي تهتم الرأي العام, في معرفة وتحليل كثير من الشؤون والقضايا التي لا تنتهي, إذ وجب إعداد هذه البرامج إعدادا جيدا وتقديمها للجمهور بما يتناسب مع طبيعة مجتمعه ومن هذا المنطلق يمكننا القول أن أي برنامج حوارى تلفزيوني يجب أن يبرمج في أوقات مناسبة للجمهور ويعطي مساحات أكبر للأخبار والتحليلات الميدانية والسياسية.

الجانب التطبيقي :-

1_ بطاقة تعريفية عن قناة فرانس 24 الفرنسية

2_ التعريف ببرنامج "وجهها لوجه"

3_ التحليل الكمي والكيفي لفئات التحليل:

فئة الموضوع

فئة الفاعلين

مراكز الاهتمام

فئة المفاهيم

فئة الاتجاه

فئة أساليب الإقناع

الاستنتاج العام.

1_ بطاقة فنية لقناة فرانس24 الناطقة بالعربية:

قناة إخبارية دولية تبث 24 ساعة من باريس, بدأت بثها يوم ديسمبر 2006, ومديرها العام (ألان دوبوزياك) شعارها: (LIBERTE, EGALITE, ACTUALITE) (حرية, مساواة, أخبار), و تمويلها الحكومة الفرنسية بميزانية سنوية تقدر بـ 80% مليون يورو تقريبا فقد كانت القناة من أفكار الرئيس الفرنسي السابق شاك شيراك, وتنتج القناة حاليا 24 نشرة يوميا بحيث تعرض أكبر عدد من المواعيد الإخبارية وتضم 100 مكتب للمراسلين و400 صحفي يعملون في باريس يتميزون بالمهنية وهم من 35 جنسية, لها توجه ي طرح منظور فرنسي لما يجري في العالم, لها شبكة برامجية مختلفة عن باقي قنواتها الأخرى الناطقة بالفرنسية والإنكليزية تتقاسم وتتبنى الخط التحريري نفسه, وتستهدف القناة دول ما وراء البحار وتهدف القناة إلى تقديم الأخبار من وجهة نظر فرنسية بشكل مغاير عن القنوات الناطقة بالإنجليزية ك سي أن أن والجزيرة الإنجليزية و بي بي سي و دي بليو تي في وورلد, وتتنافس بشكل رئيسي مع شبكة روسيا اليوم, و ويل دوتشيه , وإن إتش كي و وولد نيوز, كما تقوم بإجراء حوارات ثقافية إلى جانب بثها للأخبار وما يميزها عن باقي القنوات من خلال ما تحققه من أعلى نسبة مشاهدة من خلال تنقلها كل يوم أحد إلى مدينة من المدن العربية لتفتح نقاشا مباشرا, وهي تحقق نجاحا كبيرا كل مساء من خلال " الساعة المغاربية " التي تتخللها برامج تطرح قضايا المغرب العربي, كذلك تمنح القناة على موقع الانترنت باللغات الثلاث قيمة مضافة كبيرة لا تقل عن التطبيق الهاتفي الجديد, وصحفيون يعرضون على هذا الموقع ملفات خاصة و وثائقيات ويب مميزة وتحقيقات كلها تقدم عرضا إخباريا كاملا لزوار صفحتها, وقد عززت فرانس24 قدرتها التفاعلية عبر رفع إيقاع نشراتها في الفترات الإخبارية الرئيسية مع تذكير بالعناوين كل ربع ساعة يتخللها فقرات "1

باريس مباشر " وعبر إعطاء الأفضلية لنقل الأحداث مباشرة ونقل مداخلات مراسلي القناة في كل مكان بالإضافة إلى أخبار وتحليلات مباشرة على مدار الساعة لها نظرة فرنسية على الأحداث العالمية, وتقدم فرانس 24 كل 30 دقيقة عرضا كاملا للأحداث الدولية من نشرات من 15 دقيقة, وتقارير مطولة وبرامج تنال جوائز بانتظام في أكبر المهرجانات الدولية.

برامج القناة:

لقد وضعت فرانس 24 شبكات برامجية ومواعيد إخبارية جديدة, وهي بذلك تخلق جوا أكثر ألفة, وتتمثل برامج القناة في ما يلي:

_ باريس مباشر: وتتضمن ضيف اليوم, اقتصاد, في عمق الحدث, وقفة مع الحدث, النقاش, أسبوع في العالم, نشرة النشرات, 24 ساعة في فرنسا, رياضة

_ الساعة المغربية: موعد يومي مخصص للأحداث المغربية من الاثنين إلى الجمعة على الساعة على الساعة 21:00 تتضمن ستون دقيقة للمنطقة المغربية يتخللها برنامج:

وجها لوجه, في عمق الحدث المغربي, النقاش المغربي, الاقتصاد.

_ تذكرة عودة _ على هذه الأرض

_ أوروبا اليوم _ مراقبون _ خط مفتوح

_ هي الحدث _ مراسلون

_ صحة _ جولة في

_ حديث العواصم _ حدث....ولا حرج

Exclusif _ ضيف و مسيرة _

لمسة فرنسية _ حوار _

فن العيش _ ثقافة _

رحلة موسيقية _

_ في قلب الحدث الاقتصادي ويتضمن: ضيف الاقتصاد, خبايا الاقتصاد, الأسبوع الاقتصادي

_ عالم بعيون الإعلام: قراءة في الصحف الفرنسية, قراءة في الصحافة العالمية, قراءة في الدوريات, منتدى الصحافة.

_ الرياضة: ويتضمن حوار رياضي, أخبار اليوم الرياضية, النشرة الرياضية.

_ عين على الويب: وتتضمن تكنوفيليا, أصوات الشبكة, على ألفت, مراقبون (من الشبكة)

_ الرياضة: ويتضمن حوار رياضي, أخبار اليوم الرياضية, النشرة الرياضية.

2_ التعريف بالبرنامج (عينة البحث):

_ اسم البرنامج: " وجهها لوجه " والذي يعني مقابلة وجهها لوجه أو محادثات وجهها لوجه, ويعني هذا الاسم في القاموس العربي أنه سلوك متمرد, غير تقليدي, فيتضح من اسم البرنامج أنه برنامج سياسي استفزازي, ونلاحظ كذلك أن عنوان البرنامج فيه نوع من جذب الجماهير إلى معرفة مضمونه.

_ وقته وتوقيته: يبث هذا البرنامج في قناة "فرانس24" يدخل هذا البرنامج ضمن برامج الساعة المغربية على ساعة 20:21 دقيقة مساءً بتوقيت باريس من الاثنين إلى الخميس ويعرض مدة 25 دقيقة ويعتبر توقيت هذا البرنامج جيد لأن الأسر والجماهير المستهدفة تكون متفرغة في هذا الوقت بشكل عام (وقت الذروة).

_ شكل البرنامج: برنامج حوارى شيق جديد من إعداد حكيم باللطيفة, يتبادل خبيران وجهة نظرهما حول الأحداث الكبرى في المنطقة المغربية, ويتكون البرنامج من ثلاث شخصيات, مقدم البرنامج يقوم بطرح أسئلة للضيوف حول موضوع الحصة.

_ فكرة البرنامج: فكرة البرنامج تتمثل في طرح القضايا والمواضيع السياسية في الدول المغربية, ويفسح المجال أمام مختلف وجهات النظر ويكشف النقاب عن خفايا معظم القضايا المتعلقة بالمنطقة.

_ الجمهور المستهدف: يستهدف البرنامج الطبقة المثقفة في المجتمع, بما أنه يطرح قضايا سياسية ويكشف الغموض عن بعض الخفايا, يتابعه في الأغلب جمهور المنطقة المغربية بالأخص.

الشخصيات:

يظهر في البرنامج ثلاث شخصيات أساسية وهي حكيم باللطيفة وهو مقدم البرنامج يقوم بطرح الأسئلة لضيوف المتمثلة في شخصان لهما آراء ووجهات نظر مختلفة ويكون فيه النقاش ساخن أحيانا بين الضيوف نتيجة اصطدامهما في بعض الأسئلة التي تكون استفزازية أحيانا من قبل المنشط.

3_ التحليل الكمي والكيفي لفئات التحليل:

الجدول رقم 01: تحليل فئة المواضيع

الجدول الأول خاص بفئة الموضوع :

و قد تم تقسيم هذه الفئة الى :

_ موضوع الصحراء الغربية _ موضوع فتح الحدود

المواضيع	التكرار	النسبة المئوية
موضوع الصحراء الغربية	12	54,5%
موضوع أزمة الحدود	10	45,4%
المجموع	22	%100

تحليل و تفسير و تأويل النتائج:

ركزت قناة فرانس 24 على قضية الصحراء الغربية بنسبة اكثر مقارنة بموضوع فتح الحدود, حيث بلغت 54,5% من أصل 10 حصص, يليه موضوع فتح الحدود بنسبة 45,4 %

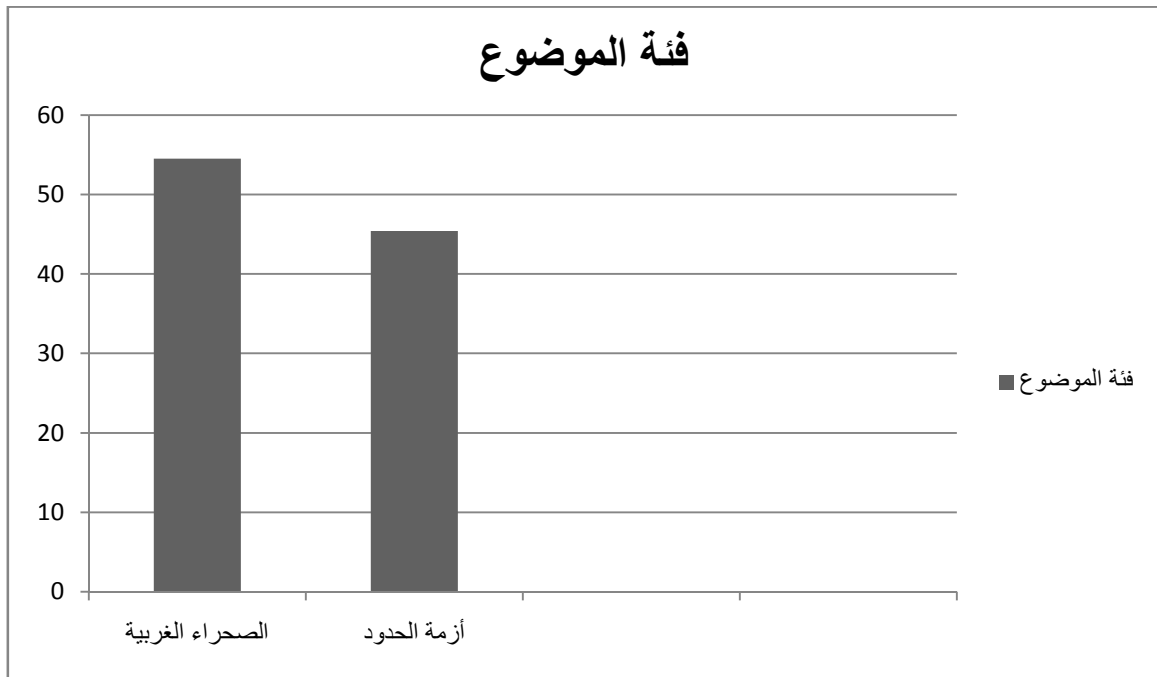
يوضح الجدول أعلاه أن الموضوع المتعلق بقضية الصحراء الغربية كان أكثر تناولا من موضوع الحدود بين الجزائر والمغرب, وذلك لكون قضية الصحراء الغربية تعرف العديد من الأحداث والنقاشات ومنها انتهاكات حقوق الإنسان وزيارات المكلفين بهذا الملف, ويبدو من خلال التناول الإعلامي لهذا الملف التحيز إلى الطرف المغربي حسبما قدمت القناة هذا الطرح المغربي كون الرباط تسعى أيضا إلى ما سمته "

استرجاع الأقاليم الجنوبية الشرقية المغربية بشار وتندوف المغتصبة من قبل الجزائر" ويتم مناقشة هذه المواضيع بطريقة موجهة وذلك من خلال اختيار الشخصيات السياسية التي تثرى النقاش بعيدا عن كل ما هو موضوعي وحياد في التناول .

أما بالنسبة لموضوع غلق الحدود, الذي جاء بعد قضية الصحراء الغربية فهو موضوع مناسباتي يتم ربطه بدرجة الأولى بإشكالية أمن الحدود في خضم عمليات التهريب والاتجار بالمخدرات والإرهاب .

وإذا عدنا إلى تاريخ يذكر أن المغرب هو من أقدم على غلق الحدود سنة 1994 عقب هجوم إرهابي على فندق بمراكش حيث اتهم النظام المغربي الجزائر في هذا الهجوم وتبين فيما بعد انه ليس لها أية علاقة به, ولما تضررت المصالح المغربية عقب غلق الحدود حيث انتكست الحركة التجارية والسياحية بشرق المملكة تطالب بإعادة فتحها خدمة لمصالحها.

وتتناول الحصص المتعلقة بهذا الموضوع حول أسباب عدم إعادة فتح الحدود من خلال طرح جدلي يؤدي إلى التراشق بالاتهامات والخروج عن السيطرة في أغلب الأحيان, و ماهو الملاحظ كذلك في المعالجة الإعلامية لكل من قضية الصحراء الغربية ونزاع الحدود بين الجزائر والمغرب, يتم معالجتها بطريقة متحيزة بعيدة عن الموضوعية والحياد وذلك تبعا للسياسة الفرنسية تجاه دول المغرب العربي وبما يخدم مصالح فرنسا بالمنطقة خاصة الجزائر.



رسم بياني خاص بنوع الموضوع

الجدول رقم 02: تحليل فئة الفاعل

الجدول الثاني خاص بفئة الفاعل:

وقد تم وضع فئة الفاعل من خلال تحليل مضامين البرنامج (وجها لوجه) المقدم من قبل قناة فرانس24 , بحيث تم التركيز على ثلاث أشخاص فاعلين في الأعداد التي تم تحليلها والتي تم تقسيمها كالتالي:

الرئيس عبد العزيز بوتفليقة الملك محمد السادس كريستوف روس

النسبة	التكرار	الفاعل
42,85%	09	الرئيس عبد العزيز بوتفليقة
33,33%	07	الملك محمد السادس
23,80%	05	كريستوف روس
100%	21	المجموع

يوضح لنا الجدول أعلاه أن أكثر الشخصيات الفاعلة في الموضوع هو الرئيس

"عبد العزيز بوتفليقة" بنسبة 42,85% يليه الملك المغربي "محمد السادس" بنسبة 33,33% ليأتي في الأخير المبعوث الأممي إلى الصحراء الغربية "كريستوفر روس" بنسبة 23,80%

يلاحظ من خلال الجدول أن برنامج "وجها لوجه" ركز في معظم نقشاته على رؤساء كلا الدولتين, بحيث تم ذكر الرئيس "عبد العزيز بوتفليقة" أكثر من مرة, وذلك من خلال مواقفه اتجاه الصحراء الغربية, بحيث اعتمد البرنامج على آخر تصريحاته السياسية ووضعه محل نقاش كل حلقة من حلقات البرنامج,

وربطها بالعدائية القائمة بين البلدين وإظهارها لرأي العام على أنها سبب العدائية بين البلدين وطرف من اطراف النزاع, خصوصا وان موقف "عبد العزيز بوتفليقة" المدعم لحق الشعب الصحراوي في تقرير مصيره, هذا ما زاد من التأكيد على ان الجزائر ضد المغرب من خلال هذا الموقف المعروف لدى الرئيس, وبالإضافة إلى هذا نجد مقدم البرنامج يحيلنا إلى أن أغلب الأسئلة الموجهة تكون حول الجزائر, وربطها بموقف حكامها تجاه الأزمة بين البلدين وربط الأسباب بتصريحات رؤسائها وعلى رأسهم "عبد العزيز بوتفليقة", ومن بين تلك الأسباب نذكر استدعاء المغرب سفيرها لدى الجزائر بعد تصريح عبد العزيز بوتفليقة بشأن الصحراء الغربية, والتي أرجعها مقدم البرنامج من خلال نقاشه مع الضيوف إلى غياب الإرادة السياسية لكل من الطرفين.

أما بالنسبة لشخصية الفاعلة الثانية حسب التحليل نجد شخصية ملك المغرب

"محمد السادس" فقد تم تناوله كذلك كأحد أطراف النزاع في القضية من خلال موقفه الذي لم يتغير, بحيث يحمل الجزائر المسؤولية بوصفها الطرف الفعال والرئيسي في النزاع, ودائما من خلال تصريحاته بهذا الشأن يؤكد على مبدأ السيادة المغربية, وكان الجزائر العدو الرئيسي والمستعمر لأراضي مغربية كانت تسعى المغرب إلى استرجاعها, كذلك يقدم هذا البرنامج في أغلب حلقاته على أن ملك المغرب يقوم بالمبادرة بمقابل رفض حكام الجزائر تغيير موقفهم بشأن فتح الحدود.

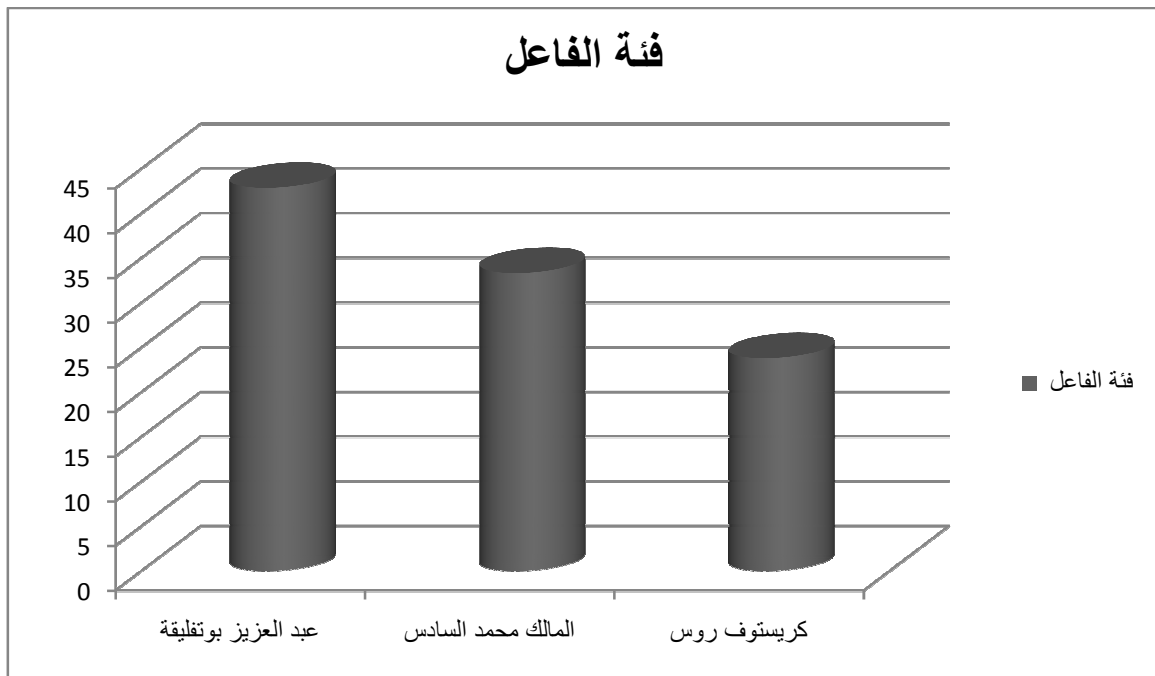
أما بالنسبة لشخصية الفاعلة الثالثة في الموضوع كانت للمبعوث الأممي للصحراء الغربية

"كريستوفر روس" فقد تم تناوله على أنه طرف فاشل في حل النزاع حول مشكلة الصحراء الغربية, واعتبار الجزائر من خلال مبادرة لإرسال مبعوث أممي لصحراء الغربية استفزاز للمغرب بحيث ربطت ذلك بعدة أحداث منها استقبال الرئيس عبد العزيز بوتفليقة "كريستوفر روس"

الذي يمثل مقاربة جديدة تعني بكل بساطة فشل المحاولات السابقة لأنها أقدم نزاع في القارة سمراء, فقد تم تقليل من أهمية اقتراح " كريستوفر روس " واعتبرت أنه أمام مقاربتة الجديدة فرص ضئيلة لتجاوز المأزق القائم منذ عدة سنوات بسبب تمسك كل طرف من أطراف النزاع برأيه.

يتبين لنا من تحليل فئة الفاعل أن القناة ركزت من خلال برنامجها الحواري

" وجهها لوجه " على رؤساء البلدين وما يصاحبهما من تصريحات و أقوال لكلا الطرفين من خلال عرضها وتحليلها على أن الأطراف السياسية الحاكمة تمثل أحد أهم النزاعات بين البلدين, بحيث يتم مناقشتها مع ضيوف في الأغلب يكونا من أحزاب سياسية معارضة يتمشى مع ما تريد أن تقدمه القناة لرأي العام وكذلك من أجل إثراء النقاش, بالإضافة إلى ذلك تم إدخال طرف آخر في النقاش وهي هيئة الأمم المتحدة من خلال مبعوثها الأممي " كريستوفر روس " الذي يتولى مهمة الشؤون المغربية و الإفريقية في الصحراء الغربية من خلال ما يقدمه من مبادرات ونتائجها على الساحة المغربية.



رسم بياني خاص بفئة الفاعل

فئة مراكز الاهتمام:

نستعين بالتحليل الكمي في هذا الإطار, لبناء قاعدة إحصائية يمكن من خلالها تكميم محتوى البرنامج فيما يخص العلاقة الجزائرية المغربية, وقد تم استعمال دقيقة عند حساب مدة عرض هذه القضية في مضمون حلقات محل الدراسة.

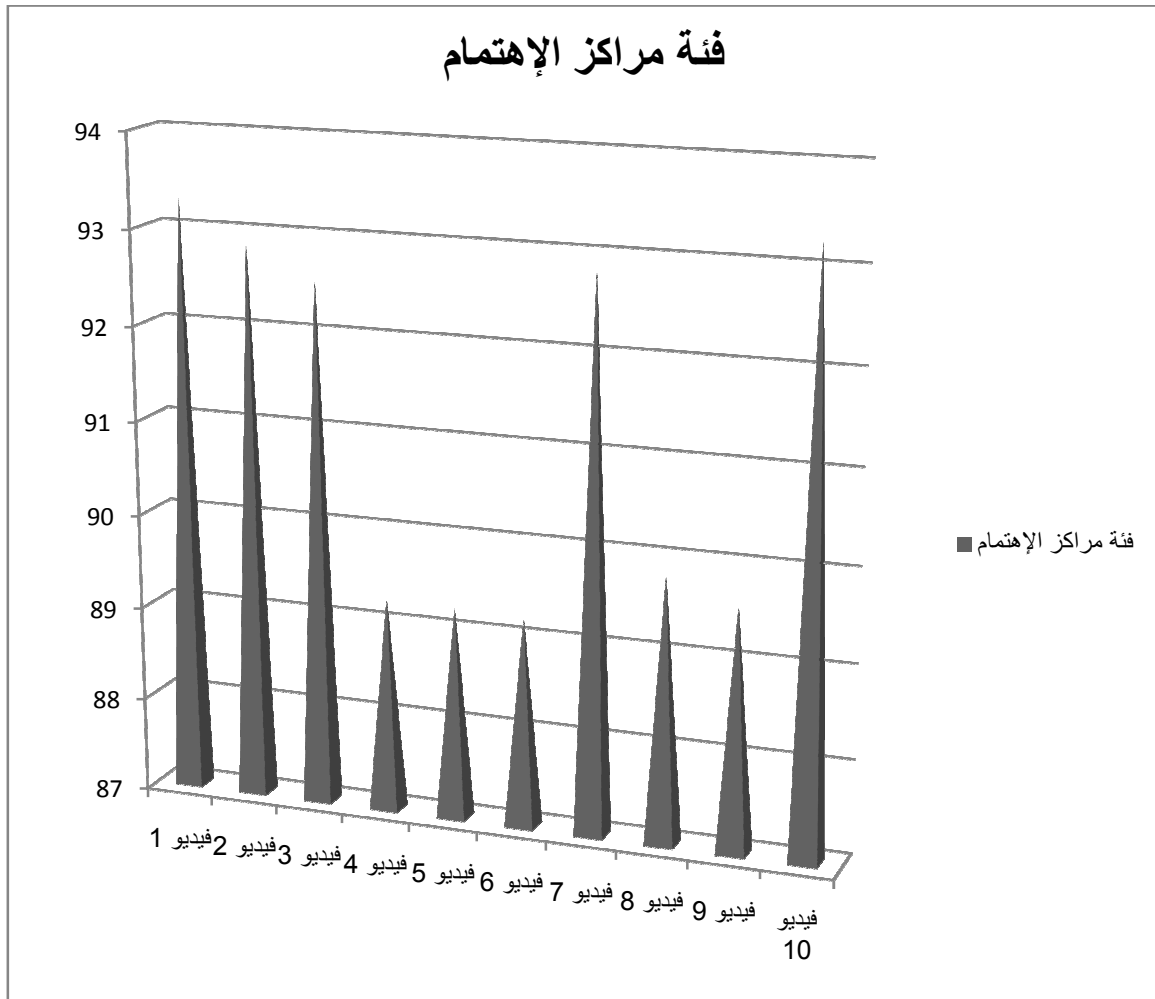
الجدول رقم 03:

الرقم	عنوان الحلقة	نوع القالب الفني	مدة البرنامج	مدة التطرق للقضية	النسبة المئوية
1	حرب كلامية جديدة ! المغرب. الجزائر	الحوار	25 دقيقة	23,32 دقيقة	93,28 %
2	الجزائر المغرب حرب باردة؟	الحوار	25 دقيقة	23,13 دقيقة	92,84 %
3	هل يتحدى الملك محمد السادس الجزائر في منطقة الساحل؟	الحوار	25 دقيقة	22,31 دقيقة	92,52 %
4	عشرون عاما على إغلاق الحدود بين البلدين	الحوار	25 دقيقة	22,21 دقيقة	89,24 %
5	العلاقات الجزائرية المغربية: التطبيع قد يمر عبر تونس	الحوار	25 دقيقة	22,30 دقيقة	89,2 %
6	قضية الصحراء نحو مزيد من التعقيد بين الرباط والجزائر	الحوار	25 دقيقة	22,20 دقيقة	92,8 %
7	توتر العلاقات الجزائرية المغربية على خلفية قضية الصحراء الغربية	الحوار	25 دقيقة	22,45 دقيقة	89,8 %
8	زيارة العاهل المغربي إلى تونس دعم لثورة أم تنافس مع الجزائر؟	الحوار	25 دقيقة	22,39 دقيقة	89,56 %
9	هل هي مرحلة عابرة في توتر العلاقات بين الجزائر والمغرب؟	الحوار	25 دقيقة	22,56 دقيقة	90,24 %
10	توتر العلاقات بين الجزائر والمغرب مرحلة عابرة أو أزمة عميقة؟	الحوار	25 دقيقة	23,31 دقيقة	93,24 %

يشير عنصر الحجم من خلال التحليل إلى مدى اهتمام بفرض الموضوع وتقديمه, حيث كلما زادت المساحة كان ذلك دليلا على زيادة الاهتمام.

لقد تم تحليل المواضيع من خلال مدة عرضها (25 دقيقة), فقد تم حساب مدة التطرق للقضية التوتر القائم بين الجزائر والمغرب من إجمالي مدة البرنامج, فتم استنتاج النسب التالية : أعلى نسبة كانت 93,28% بالنسبة الحلقة رقم 1 التي تم التطرق فيها إلى الحرب الكلامية بين المغرب والجزائر وكما ملاحظ هو موضوع مثير يحتاج إلى وقت باعتباره محل اهتمام الشعب قبل المسؤولين تليها المواضيع الأخرى بنسب متفاوتة أما أقل نسبة كانت 89,2% بالنسبة للحلقة رقم 5 التي تناولت العلاقة الجزائرية المغربية وعلاقة تونس بذلك, لأن هذا الموضوع تتدخل فيه بلد أخرى , وما هو ملاحظ كذلك أن في جميع الحلقات تم التطرق إلى قضية الصحراء الغربية حتى ولم يكن هذا الموضوع موجود في عنوان الحلقة, وتركيز على التوتر القائم بين البلدين وهذا نجده يتكرر في جميع حلقات محل الدراسة, وهني نتوصل إلى أن أكثر مراكز الاهتمام كانت في نزاع الصحراء الغربية أما المدة في تناول القضية في برنامج "وجها لوجه" تقريبا متقاربة أغلبها ضمن المدة 23 و 22 دقيقة أما الوقت المتبقي فيخصص لخبر أو تقرير عن موضوع آخر في إطار المواضيع التي تخص المغرب العربي, كذلك نجد أن عرض البرنامج يتناسب مع وقت المشاهد المغربي "21:20" وهو وقت الذروة حيث يتسنى للمشاهد متابعته.

أما بالنسبة للقالب الفني لم يتغير في كل حلقة وهو الحوار الذي يمثل الميزة الأساسية للبرنامج, وما هو ملاحظ كذلك أن البرنامج يخصص وقت أكبر في حالة كان الموضوع مستعجل يحتاج طرح سريع وهذا يرجع إلى ما يسمى بالسبق الصحفي الذي تسعى إلى التميز به أي قناة.



رسم بياني خاص بفئة مراكز الاهتمام

فئة المفاهيم

بين الجدول فئة خاصة بالمفاهيم والتي تم تقسيمها كالتالي:

الجدول رقم 04:

القيم الإيجابية وشملت (التسامح, السلم, الأخوة المغاربية)

النسبة المئوية %	التكرار	القيم الإيجابية
53,84%	07	الأخوة المغاربية
30,76%	04	السلم
15,38%	02	التسامح
100%	13	المجموع

الجدول رقم 05 :

القيم السلبية وشملت (التعصب, النزاع, العنف)

النسبة المئوية %	التكرار	القيم السلبية
50%	10	النزاع
30%	06	التعصب
20%	04	العنف
100%	20	المجموع

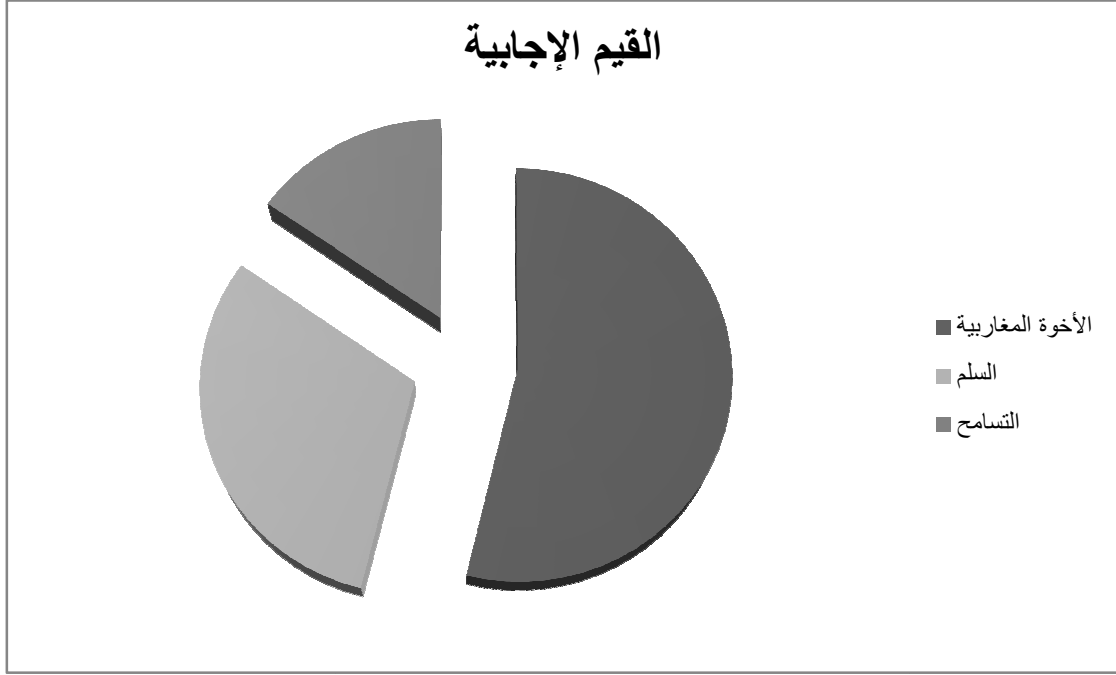
أظهرت نتائج تحليل القيم الإيجابية والسلبية التي يعكسها البرنامج من خلال تحليل الحصة الممثلة لعينة الدراسة النتائج التالية:

بلغ مجموع تكرارات القيم السلبية أكثر من القيم الإيجابية بنسبة 60,60 % تأتي بعده القيم الإيجابية بنسبة 39,39%. تظهر نتائج تحليل فئة المفاهيم أن القناة ركزت على القيم السلبية في تقديم مضامين العلاقات الجزائرية المغربية من خلال مجموعة من المفاهيم منها النزاع القائم حول المناطق الجغرافية والحدود بحيث أدى بهم هذا النزاع إلى التعصب يصل في الكثير من الأحيان إلى شعوب الدولتين والعنف يرتبط في الكثير من الأحيان بالأحداث الجارية منها اللقاءات الرياضية التي يرتبط نزاعها في الكثير بقضايا سياسية, حيث نجد القناة.

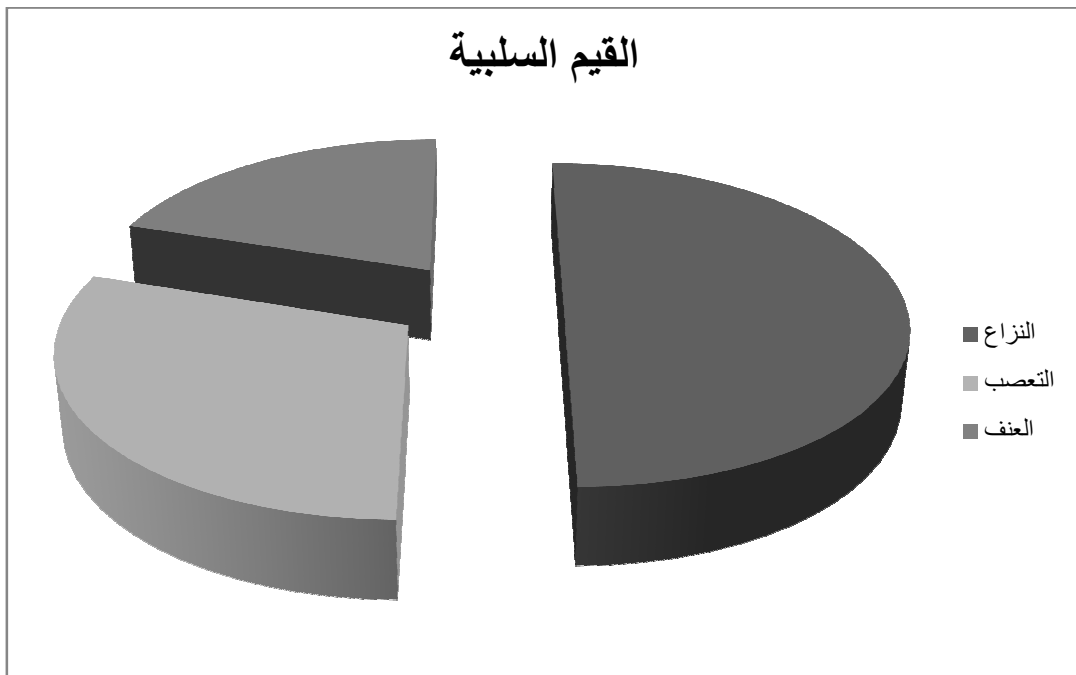
تقدم لنا هذه القضية المغاربية من جهة سلبية باعتبارها قضية عدائية وخلقت نوع من الصدمات بين البلدين.

أما بالنسبة للقيم الإيجابية فقد تم التطرق إليها من جهة البحث عن حل لهذا النزاع باعتبار البلدين ذات منطقة جغرافية تربطهم علاقة الأخوة, وحل الأزمة بطرق سلمية.

إن نتائج هذه الدراسات تؤكد بوجود اختراق وتظليل إعلامي من خلال محتويات البث التلفزيوني للقناة التي تتسم بالنزاع والتعصب والعنف والقيم السلبية الأخرى, فهذه القيم يمكن أن تؤدي إلى فرض نمط معرفي متدني لرأي العام من حيث الأساليب والمضامين التي تقدمها حول دول المغرب العربي (الجزائر _ المغرب), والتي تنتشر الآن على نطاق واسع, فالشباب هم أكثر الفئات التي يمكن أن تتساق وراء هذه القيم والأنماط وذلك بحكم طبيعته الرفضية ورغبته في الحصول على المعرفة من أي طريق, وفي أن يختار بنفسه قيمه وسلوكياته بغير أن يكون مسلحا بالمعرفة الصحيحة حول الشؤون السياسية القائمة في الحاضر فقد حاولت القناة الجمع بين هذه القيم المتناقضة بإظهار لرأي العام ومنطقة المغرب العربي خاصة على موضوعية القناة في معالجة القضية وتفسيرها وتحليلها.



رسم بياني خاص بفئة المفاهيم (القيم الإيجابية)



رسم بياني خاص بفئة المفاهيم (القيم السلبية)

الجدول رقم 06 : فئة الاتجاه

يبين لنا الجدول رقم 06 تقسيم فئة الاتجاه حيث تم تصنيف هذه الفئة إلى :

مؤيد:

وهنى يتم تركيز على الجوانب الإيجابية التي تعكس موضوع الاتجاه من خلال برنامج " وجها لوجه "

محايد:

يتم فيه التعرض للموضوعات بأسلوب متوازن بحيث تكون الجوانب الإيجابية والسلبية بنفس الدرجة.

معارض:

وهو عكس الاتجاه مؤيد بحيث يتم فيه التركيز على الجوانب السلبية في موضوع الاتجاه

الاتجاه	التكرار	النسبة المئوية
مؤيد	06	50%
محايد	04	33,33%
معارض	02	16,66%
المجموع	12	100 %

ما هو ملاحظ من خلال هذا الجدول : ان اغلب الاتجاهات التي برزت في البرنامج مؤيدة لتوتر العلاقة بين الجزائر والمغرب بنسبة 50% , اما الاتجاه المحايد فقد بلغ نسبة 33,33% , يليه الاتجاه المعارض لتوتر العلاقات الجزائرية المغربية بنسبة 16,66% .

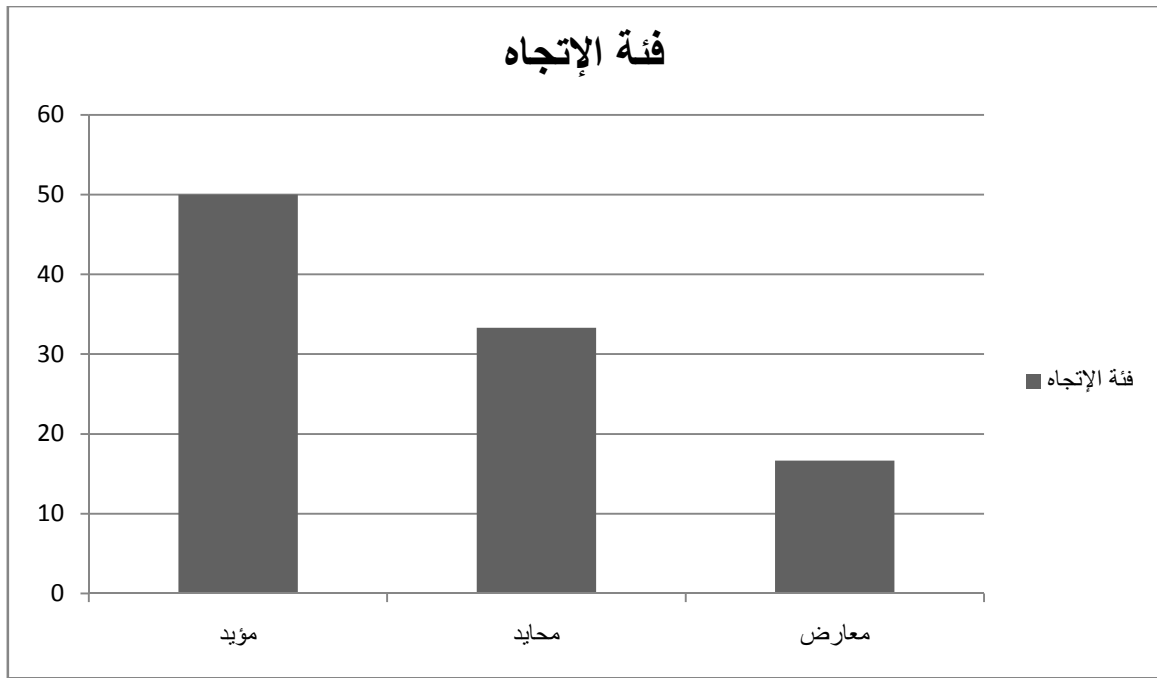
لقد تم التطرق إلى هذه القضية المغاربية إلى نوع من التأييد أو الإثارة بين البلدين من خلال الأسئلة الموجهة إلى ضيوف البرنامج بحيث تخلق هذه الأسئلة صدمات ترجعهم إلى تاريخ بداية التوتر بين البلدين, في حين لم يتم التطرق أبدا إلى التدخل التاريخي لفرنسا في هذا الشأن حيث كانت البداية من المستعمر عندما قام برسم الحدود وإدخال تنذوف وبشار ضمن المقاطعات الفرنسية من أجل مصالحها, كذلك يتم التطرق إلى هذه القضية في أي مناسبة أو حدث من أجل إحياء الصراع القائم يصل في الكثير من الأحيان إلى الشعب خصوصا عبر مواقع التواصل الاجتماعي, كذلك نلاحظ التأييد لتوتر العلاقات من خلال أقوال الصحفي حول أن هذا النزاع يحتاج إلى تدخل خارجي سواء عربي أو أجنبي, وكأنه يقول يحتاج إلى تدخل الدولة المستعمرة, ويقدم قضية الصحراء الغربية على أنها قضية شائكة لا يمكن حلها بدون تدخل خارجي.

أما بالنسبة للاتجاه المحايد يظهر من خلال استعمال عبارة حق الرد بعد توجيهه الأسئلة لكلا الطرفين, بالإضافة إلى إدخال عبارات الأخوة المغاربية والصلة القوية التي تجمع بين الشعبين, وإظهار من خلال هذه المناقشة البحث عن سبل الحل لوقف توتر العلاقات وحل مشكل الحدود من خلال المبادرات.

أما بالنسبة للاتجاه المعارض لتوتر العلاقة بين البلدين يظهر في عدم تأييد القناة من خلال برنامجها الحواري لقضية الصحراء الغربية حيث كانت نسبة قليلة مقارنة بتأييدها لهذا المشكل القائم, بحيث أن كلا البلدين دول مستعمرة سابقا من قبل فرنسا التي خرجت من الأزمة التي كانت البداية منها عند رسمها للحدود.

لقد تم التطرق إلى هذه القضية المغاربية إلى نوع من النقاش الساخن بحيث تم عرضها على مستوى عالي من الاحترافية ولم يتم فيها إظهار أي عدائية لهذه الدول المغاربية غير الموقف المعروف اتجاه القضية من قبل السلطات الفرنسية,

وهو المحاولة الى حل المشكل عن طريق تدخل أجنبي يكون طرف في حل النزاع على أساس تحقيق مصالح, فالقناة تعرض ما يتماشى مع سياستها التحريرية من خلال إثراء القضايا الشائكة عن طريق برامجها الحوارية الهادفة إلى توجيه الرأي العام خصوصا ما تعلق بالأوضاع الأمنية و عدم الاستقرار سواء كان ذلك في الجزائر أو المغرب أو تونس أو ليبيا.



رسم بياني خاص بفئة الإتجاه

فئة أساليب الإقناع:

تتضمن هذه الفئة استمالات اقناعية من أجل توجيه الرأي العام نحو ما يتماشى مع سياستها التحريرية من جهة وجذب المشاهد العربي المغاربي من جهة أخرى من الشكل الذي يقدم به البرنامج وقد تم تقسيم هذه الفئة إلى:

أسلوب الإقناع من حيث المحتوى و تضمن:

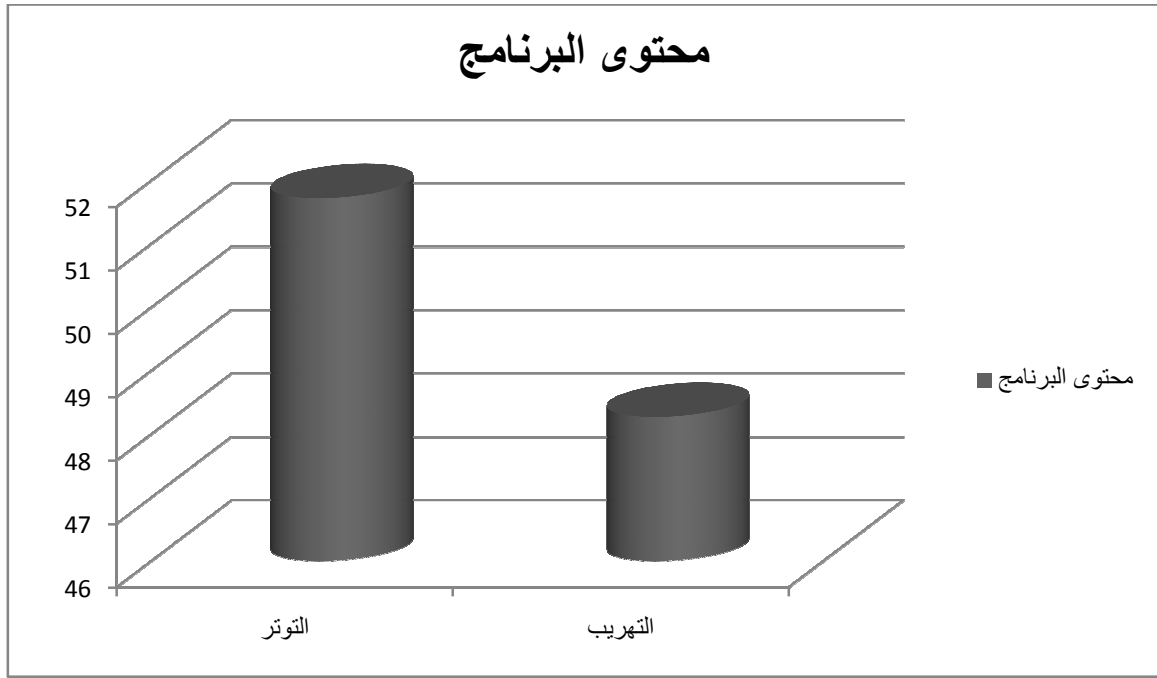
_ النزاع _ التهريب

الجدول رقم: 07

النسبة المئوية%	التكرار	أسلوب الإقناع
51,72%	30	التوتر
48,27%	28	التهريب
100%	58	المجموع

تم استعمال مجموعة من الأساليب الإقناعية احتواها برنامج "وجهها لوجه" وهذه الأساليب تمثلت في (التوتر والتهريب) فقد بلغ موضوع "التوتر" نسبة 51,72% و 48,27% بالنسبة لموضوع "التهريب" حيث تم التركيز على هذه الجوانب من أجل توضيح مدى تأزم العلاقات المغربية الجزائرية في ظل الأحداث التي تسعى إلى زعزعت الرأي العام, فموضوع التوتر تم تناوله من جانب الأسباب التي أدت لهذا النزاع من خلال مجموعة من المواضيع المشابهة للمصطلح حول قضية الصحراء الغربية وإدخال المنطقتين ضمن أكثر البلدان المتنازعة حدودا من خلال ما تثيره من نقاشات تخص الوضع القائم في المنطقة.

أما بالنسبة لموضوع التهريب فهو موضوع تم تقديمه على أنه قضية شائكة, لم تتحكم فيها كلا من البلدين ومسؤوليتهم حول غلق الحدود وهذا ما جعلته القناة محل نقاش في كل حلقة من حلقات البرنامج.



رسم بياني خاص بفئة أساليب الإقناع (محتوى البرنامج)

أساليب الإقناع من خلال الشكل:

تم التطرق في هذه المحور إلى الأساليب الإقناعية من حيث الإخراج الفني للبرنامج وذلك من حيث:

الجدول رقم: 08

النسبة المئوية%	التكرار	الإخراج الفني
48,07%	25	العناوين
38,46%	20	الألوان
28,84%	15	الرسومات والصور
100%	52	المجموع

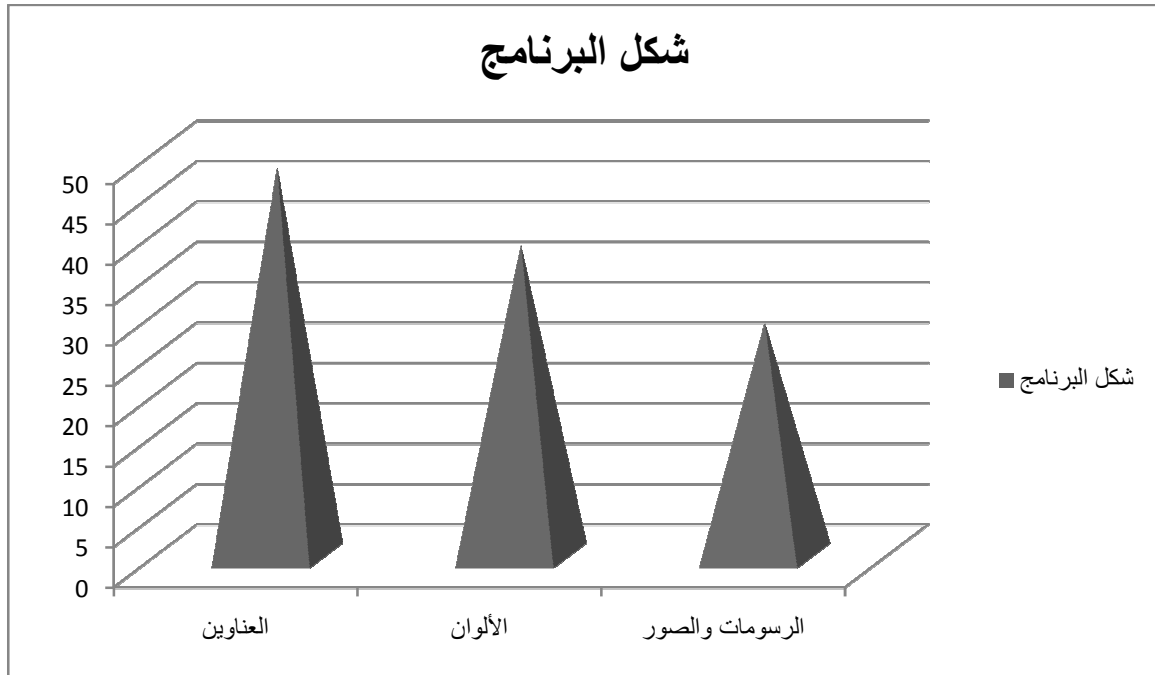
يتبين من خلال الجدول أن نسبة العناوين احتلت أعلى نسبة مقارنة بالأشكال الأخرى بنسبة 48,07% تليه الألوان وديكور البرنامج بنسبة 38,46% ثم في الأخير الرسومات والصور التي تم عرضها في البرنامج بنسبة 28,84% ومن خلال هذه النسب تم استنتاج أن عرض عناوين الحلقات كان بشكل جيد ومشوق للمشاهد بحيث اعتمد البرنامج على عرض عناوين مثيرة من خلال تقديمها في الأغلب على شكل سؤال أو تعجب متبوع باسم البرنامج كما لا يخلو عنوان البرنامج في كل حلقة من اسم البلدين الجزائر والمغرب.

أما بالنسبة للألوان كذلك استعملت ألوان مثيرة للانتباه في الغالب اللون الأزرق يدل على دول البحر الأبيض المتوسط من بينها الجزائر والمغرب بالإضافة إلى هذا تم كتابة العناوين باللون الأبيض ومرات اللون الأسود لإثارة الانتباه.

أما في ما يخص الصور فكانت أغلبها لشخصيات المستضافة في البرنامج, أما بالنسبة لصور الخاصة بديكور البرنامج كانت عبارة عن برج إيفيل على الشاشة وراء مقدم البرنامج وشعار القناة مقابل عنوان الحلقة .

فجميع هذه الأساليب التي تم استخدامها في القناة تدل على مهنية و الجودة العالية لما تقدمه القناة من ديكور وألوان والصور بتقنيات تجذب المشاهد العربي أكثر, فالصورة التلفزيونية بإمكانياتها السحرية

تجعل من القناة تكثيف رسائلها لجمهور المشاهدين.



رسم بياني خاص بفئة أساليب الإقناع (شكل البرنامج)

الاستنتاج العام:

من خلال تحليلنا لمضمون برنامج " وجهها لوجه " لقناة " فرانس 24 "، وكيفية عرضها للقضايا المغرب العربي، وبعد تحليل البيانات من الناحية الكمية والكيفية أعطتنا هذه الدراسة نتائج ومؤشرات واضحة متمثلة في ما يلي:

● القناة تقوم بتغطية أخبار المنطقة بوجهين مختلفين من حيث أهدافها وذلك من خلال جملة البرامج التي تبثها، الوجه الأول أن تضع نفسها الناقل لأخبار المنطقة وقضاياها وبهذا تكسب عدد كبير من الجماهير، والوجه الثاني أنها تسعى إلى تحريك جملة من القضايا التي من شأنها تحريك الرأي العام المحلي و المغربي وهذا ما قد يدفع إلى التغيير في السياسات المحلية المغربية في اعتقادها. (هدف معلن وهدف خفي).

● ظهور برامج جديدة واكبت الأحداث من خلال التغطية المستمرة لها مثل برنامج

" النقاش المغربي " الذي يناقش آخر التطورات والمستجدات للأحداث في المنطقة المغربية وبرنامج " في عمق الحدث المغربي " الذي يتناول تقرير مطول مخصص لمعالجة قضية من قضايا المنطقة المغربية.

● بروز دور قناة " فرانس 24 " في هذه الأحداث المغربية بشكل كبير، وأصبحت شاشة القناة منبر مفتوح يعبر من خلاله المعارضون والمؤيدون للأنظمة على حد سواء بأرائهم عبر برامجها الحوارية التي تثري من خلالها النقاش، حيث تعتمد على شخصيات فاعلة ومؤثرة وصانعة للحدث من خلال تغطيتها، وتكون هذه الشخصية حاملة للرأي والمعلومة و وجهة النظر، أو الشخصية التي يتم نقل وإيضاح وتفسير الحدث أو الظاهرة أو الموقف من خلالها أو على لسانها.

● يبرز في تغطية القضايا التركيز على الآثار الفورية والعاجلة للمشكلة المعالجة، حتى يكون لها وقع أو أثر على جمهورها.

- تسيطر الوظيفة الإخبارية على التغطية التي يقدمها البرنامج لموضوع الحلقة وتغطي هذه الوظيفة على جميع الوظائف الأخرى.
 - تركز على أخبار فرنسا وتجعل أحداثها المهمة خاصة ما تعلق منها بالأحداث الإرهابية في مقدمة عناوينها سواء في النشرات أو البرامج.
- التركيز كذلك على الأخبار والمعلومات التي تتناول قضايا التوتر والنزاعات والحروب في دول الجنوب.
- إهمال خلفية بعض الأحداث ما يجعلها مبهمه وغير مفهومة.
 - تغطيتها للأحداث في العالم عن طريق توزيع فريق من المراسلين الإخباريين في المناطق الساخنة من العالم, والاهتمام بإعداد التقارير والتعليقات والتحليلات الشارحة للأحداث من خلال تنويعها للبرامج المختلفة, حيث نجد البرامج الحوارية أصبحت أهم ما تبثه القناة, خاصة ما يتم بثه على الهواء مباشرة, حتى غدت من أهم السمات, حيث تستهدف إلقاء الضوء على بعض الموضوعات المهمة والقضايا والمشكلات التي تشغل بال المشاهد, من خلال إبراز وجهات النظر المتعددة والمختلفة, وتنوع الأفكار والموضوعات فجاءت أكثر جرأة وصراحة, بل إنها تخطت في بعض الأحيان حدود الجرأة مما شكل عاملا مهما في متابعتها لتوصيل الأفكار المرجوة.
 - لجوء القناة إلى أساليب الإثارة الإخبارية والتركيز على الأحداث السريعة الساخنة مما يكرس المعرفة السطحية بشؤون العالم.
- التركيز على مسألة مهمة وهي الإرهاب العربي الإسلامي وتكريس جهودها في الهجوم على الشخصية العربية الإسلامية.

- أما بالنسبة لتغطيتها للعلاقة الجزائرية المغربية من خلال برنامجها " وجهها لوجه " اعتمدت القناة على مجموعة من المعايير استنتجتها في ما يلي:
 - _ تركز في معالجتها للقضية على الجزائر باعتبارها جزء من مستعمراتها السابقة وتحميل الجزء الأكبر لها وراء النزاع.
 - _ التركيز على قضيتين مهمتين في جميع أعدادها (الصحراء الغربية, غلق الحدود) وربطها بحادثة أو مناسبة تزامنت مع عرض هذا البرنامج.
 - _ اعتمادها على نفس الشخصيات المستضافة في الأغلب وتمثل توجه معين حول القضية فأكثرهم ممثلو أحزاب أو معارضين.
 - _ عند رجوعها إلى تاريخ التوتر بين البلدين لا يتم ذكر فرنسا باعتبارها سبب في النزاع.
 - _ تم التطرق إلى هذه القضية المغربية إلى نوع من التأييد أو الإثارة بين البلدين من خلال الأسئلة الموجهة إلى ضيوف البرنامج بحيث تخلق هذه الأسئلة صدمات ترجعهم إلى تاريخ بداية التوتر بين البلدين في أي مناسبة.
 - _ إظهار مشكل التهريب على أنه مشكل لم تتحكم فيه الدولتين.
 - _ إظهار لرأي العام على أن الدولتين ضمن البلدان الأكثر نزاعا حدوديا من خلال ما تثيره من نقاشات.
- وفي الأخير نستنتج أن قناة " فرانس24 " هي مشروع إعلامي فرنسي رسالته الترويج للسياسة الرسمية الفرنسية في المنطقة العربية.

خلاصة البحث:

تتناول هذه الدراسة قضايا المنطقة المغربية وكيفية تناولها على قناة " فرانس 24 " الناطقة بالعربية, ونخص بتحديد في هذه القضايا العلاقة الجزائرية المغربية في ظل تزايد التوتر والنزاع بين الدولتين حول القضية الصحراوية والنزاع الحدودي, وذلك وفقا لما يقدمه لنا برنامج " وجهها لوجه " الذي يعني بتقديم قضايا سياسية راهنة حول الشأن المغربي من خلال تقديم وجهات نظر مع ضيوف يتواجهون وجهها لوجه حول قضية يختلفان فيها.

قمت أولا بتحليل مضمون 10 أعداد وردت في البرنامج, التي تم اختيارها عمديا من مجموع البرنامج خلال سنة 2014, وتضمنت الدراسة جانب منهجي ومن بين ما تضمنت تساؤلات الدراسة ما يلي:

_ كيف يمكن تفسير عملية التغطية الإعلامية لقناة فرانس 24 لمختلف القضايا بمنطقة المغرب العربي في فترة الأزمات الراهنة؟

_ كيف تم معالجة التوتر القائم بين الجزائر والمغرب باعتبارها قضية مشتركة بين بلدين في المنطقة المغربية؟

وتوصلت إلى فكرة رئيسية وهامة والتي استوحيتها من خلال البحث المتواضع هذا واستنادا على الدراسة التطبيقية التي قمنا بها إلى أن قناة " فرانس 24 " تعرض قضايا المغرب العربي من وجهة نظر سياسية فرنسية, حيث تأخذ في علاقتها بالتعبير عن المصالح أبعادا كثيرة, فهي إحدى القنوات المؤسسية للتعبير عن المصالح خاصة القضايا محل الاهتمام, وتساعد في إظهار المصالح المستترة في دائرة اهتمام صانعي القرار من ناحية أخرى, وبهذا المعنى فهي إحدى قنوات لنشر آراء وأفكار النخبة الحاكمة للتأثير على الجمهور وتشكيل الرأي العام, من خلال تقديمها للجمهور.

اقتراحات وتوصيات:

من خلال العرض النظري الذي يعد بمثابة الخلفية النظرية للبحث, وبالنظر إلى النتائج التي تم التوصل إليها, فإنه يمكن تقديم بعض الاقتراحات والتوصيات العلمية والعملية والتي تتمثل فيما يلي:

_ إننا نتمنى على المؤسسة الإعلامية للقناة التخفيف من حدة الجوانب السلبية لتغطيتها لقضايا المغرب العربي.

_ ضرورة تحقيق قدر من التوازن في الاهتمام بالقضايا بين الدول المغاربية.

_ ضرورة امتلاك سياسة واضحة ومحددة ومتكاملة وموضوعية.

_ ضرورة الاعتراف بالأخطاء التي تحدث بسبب سرعة التغطية الإخبارية.

_ إكمال هذا البحث بعمل دراسة مطولة شاملة لقضايا المغرب العربي ودور القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية في تغطيتها لذلك.

وفي الأخير فإن هذه المطالب ما هي إلا قراءات متواضعة استخلصناها من دراستي المتواضعة هذه, هذا وتبقى مشكلات القضايا تنتظر البحث والتعمق والإثراء.

مقدمة



الفصل الأول



الفصل الثاني



الفصل الثالث



الملاحق

استمارة تحليل المحتوى:

أ_ البيانات الأولية:

3	2	1
6	5	4

ب_ تحليل البيانات (الفئات)

1_ فئة المواضيع:

1/2

1/1

2_ فئة الفاعلين:

2/3

2/2

2/1

3_ فئة الاتجاه:

3/3

3/2

3/1

4_ فئة مراكز الاهتمام:

4/4

4/3

4/2

4/1

5_ فئة المفاهيم:

5/3

5/2

5/1

5/6

5/5

5/4

6_ فئة أساليب الإقناع:

6/2

6/1

6/5

6/4

6/3

المراجع و المصادر

باللغة العربية:

- 1_ إبراهيم إمام, الإعلام الإذاعي والتلفزيوني, دار الفكر العربي, الطبعة الثانية, مصر, 1995.
- 2_ أحمد فؤاد أرسلان, نظرية الصراع الدولي, دراسة في تطور الأسرة الدولية المعاصرة, الهيئة المصرية العامة للكتاب, القاهرة, 1968.
- 3_ أحمد بن مرسلي, مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال, ديوان المطبوعات الجامعية, بن عكنون, الجزائر, الطبعة الثانية, 2005.
- 4_ أحمد عبد الملك, قضايا إعلامية, دار مجد لاوي للنشر, عمان, الأردن, الطبعة الأولى, 1999.
- 5_ إسماعيل عبد الفتاح, محمود منصور, هبة, النظم السياسية وسياسات الإعلام, مركز الإسكندرية للكتاب, بدون طبعة, 2005.
- 6_ بسام مشبقة, مناهج البحث الإعلامي, وتحليل الخطاب, عمان, الأردن, 2010.
- 7_ تمار يوسف, التكامل الإعلامي العربي بين الإمكانيات والتصور, رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال, الجزائر, 1995 _ 1996.
- 8_ تيسير يوسف أبو عرجه, قضايا ودراسات إعلامية, دار جرير للنشر والتوزيع, عمان, الأردن, الطبعة الأولى, 2006.
- 9_ جود أولمان, التحقيق الصحفي, ترجمة ليلي زيدان, القاهرة, 2000.
- 10_ حسن أحمد الشافعي, الإعلام في التربية البدنية والرياضية, دار وفاء لدنيا الطباعة والنشر, الإسكندرية, 2003.

- 11_ حسين قادري, النزاعات الدولية, دراسة وتحليلية, منشورات خير جليس, باتنة, دون طبعة, 2007.
- 12_ حسين عبد الجبار, اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر, دار أسامة للنشر والتوزيع, عمان, الأردن, بدون طبعة, 2011.
- 13_ حسين محمد نصر, قضايا وآراء في الإعلام العربي المعاصر, دار الكتاب الجامعي, الإمارات, الطبعة الأولى, 2011.
- 14_ حنان شعبان, تلقي الإشهار التلفزيوني, مؤسسة كنوز الحكمة, الأبيار, الجزائر, الطبعة الأولى, 2011.
- 15_ خالد محمد ميلاد الدائمي, عاطف عدلي العبد, الفضائيات العربية والأجنبية, دار النهضة العربية, دار الإيمان للطباعة, دون طبعة, 2009.
- 16_ رضا عكاشة, الحوار الصحفي, فنون الصياغة وإدراك الحديث, المكتبة العالمية للنشر والتوزيع, كلية الإعلام, جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا, الطبعة الأولى, 2005.
- 17_ سمير محمد حسن, تقويم البحوث الإعلامية, الحلقة الثانية لبحوث الإعلام, المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية, ديسمبر, 1980.
- 18_ سليم عبد النبي, الإعلام التلفزيوني, دار أسامة للنشر والتوزيع, عمان, الأردن, الطبعة الأولى, 2010.
- 19_ صبحي حمودي, المنجد في اللغة العربية, دار المشرق, بيروت, الطبعة الثالثة, 2008.
- 20_ صالح خليل أبو أصعب, قضايا إعلامية, دار مجد لنشر والتوزيع, عمان, الأردن, دون طبعة.
- 21_ طارق سيد أحمد الخلفي, معجم مصطلحات الإعلام, انجليزي, عربي, دار المعرفة الجامعية, الطبعة الأولى, 2008.

- 22_ عبد الرزاق محمد الدليمي, الإعلام, إشكاليات التخطيط والممارسة, دار جرير للنشر والتوزيع, عمان, الأردن, الطبعة الأولى, 2014.
- 23_ عبد الحميد محمد, تحليل المحتوى في بحوث الإعلام, الجزائر, بدون طبعة, 1979.
- 24_ عبد الله زلطة, الإعلام الدولي في العصر الحديث, دار الفكر العربي, قسم الإعلام, كلية الآداب, القاهرة, بدون طبعة, 2001.
- 25_ عبد الرحمن عربي, العرب والإعلام الفضائي, مركز دراسات الوحدة العربية, بيروت, لبنان, الطبعة الأولى, 2004.
- 26_ عبد القادر الدليمي, البرامج التفاعلية التلفزيونية, مؤسسة دار الصادق الثقافية, عمان, الأردن, الطبعة الأولى.
- 27_ عبد المجيد شكري, تكنولوجيا إنتاج البرامج في الراديو والتلفزيون, دار الفكر العربي, القاهرة, الطبعة الأولى, 2014.
- 28_ عاطف عدلي العبد نهى, نظريات الإعلام وتطبيقاته العربية, دار الفكر العربي, القاهرة, 2008.
- 29_ عبد الرزاق محمد الدليمي, التخطيط الإعلامي, دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة, عمان, الأردن, الطبعة الأولى, 2012.
- 30_ عبد المجيد شكري, تكنولوجيا إنتاج البرامج في الراديو والتلفزيون, دار الفكر العربي, القاهرة, الطبعة الأولى, 1996.
- 31_ فؤاد عبد المنعم البكري, الإعلام الدولي, عالم الكتب, كلية الآداب, قسم الإعلام, جامعة حلوان, القاهرة, الطبعة الأولى.
- 32_ فاطمة حسين عواد, الإعلام الفضائي, دار أسامة للنشر والتوزيع, عمان, الأردن, الطبعة الأولى, 2010.

33_ فاروق ناجي محمود, البرنامج التلفزيوني, دار النفائس للنشر والتوزيع, عمان, الأردن, الطبعة الأولى, 2007.

34_ فايز طه عبد الحميد, البرامج الحوارية بالقنوات الفضائية العربية وعلاقتها بمستوى معرفة المراهقين بالأحداث الجارية, المكتب العربي للمعارف, القاهرة, الطبعة الأولى, 2013.

35_ محمد عبد الحميد, التحليل الكمي لمحتوى بحوث الإعلام في ضوء المنظور المنهجي, الحلقة الدراسية الثانية لبحوث الإعلام, المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية, القاهرة, مصر, 1981

36_ محمد عبد الحميد, تحليل المحتوى في بحوث الإعلام, دار الشروق, المكتبة الجامعية, بيروت, لبنان, دون طبعة, 2009

37_ مختار مفتاح السنوسي, الإعلام الدولي, الأسس والمفاهيم, دار زهران لنشر والتوزيع, الطبعة الأولى, 2011

38_ محمد شطاح, قضايا الإعلام في زمن العولمة بين التكنولوجيا والإيديولوجيا, دار الهدى, عين مليلة, الجزائر, 2006

39_ محمد عابد الجابري, الهوية...العولمة, مركز دراسات الوحدة العربية, بيروت, لبنان, الطبعة الأولى, 2001.

40_ محمد منير حجاب, الإعلام والموضوعية في القرن الحادي وعشرين, رؤية تحليلية نقدية, دار الفجر للنشر والتوزيع, القاهرة, مصر, الطبعة الأولى, 2010.

41_ هيثم الحثي, الإعلام السياسي والإخباري في الفضائيات, دار أسامة للنشر والتوزيع, عمان, الأردن, دون طبعة, 2004.

42_ محمد نصر مهنا, قضايا سياسية معاصرة, جامعة أسيوط, المكتب الجامعي الحديث, الإسكندرية, 2009.

43_ نصير بوعلي, التلفزيون الفضائي وأثره على الشباب في الجزائر, دراسة ميدانية, عين ملية, الجزائر, 2005.

44_ مصطفى حميد كاظم الطائي, القنوات الإذاعية والتلفزيونية وفلسفة الإقناع, دار الوفاء لدنيا, الإسكندرية, الطبعة الأولى, 2007.

45_ المعجم الوسيط, معجم اللغة العربية, القاهرة, 1985.

46_ محسن جلوب الكناني, تقنيات الحوار الإعلامي, "قناة الجزيرة نموذجاً", دار أسامة للنشر والتوزيع, عمان, الأردن, الطبعة الأولى, 2012.

47_ محمد شطاح, دراسات عربية وأجنبية في الإعلام التلفزيوني, نشرات الأخبار, دار الكتاب الحديث, جامعة باجي مختار, عنابه, الجزائر, 2007.

48_ ياسين السيد, تحليل مضمون الفكر القومي العربي, مركز دراسات الوحدة العربية, 1985.

49_ يوسف تمار, الاتصال والإعلام السياسي, دار الكتاب الحديث, القاهرة, الطبعة الأولى, 2012.

الرسائل العلمية:

50_ أيمن منصور أحمد ندا. "صورة الوطن العربي و أوروبا كما تعكسها المواد الإخبارية في القنوات الفضائية العربية والأوروبية", رسالة دكتوراه, القاهرة, قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة, 2000.

51_ سامي محمد ربيع الشريف. "دراسة تحليلية مقارنة للنشرات والبرامج الإخبارية في الإذاعات الموجهة باللغة العربية من دول الكتلة الغربية ودول الكتلة الشرقية, رسالة دكتوراه, القاهرة, قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة, 1983 _ 1984.

52_ صابر حمد جابر حماد "أثر المعالجة الإعلامية لقضايا الوطن العربي السياسية في إذاعي صوت العرب وهيئة الإذاعة البريطانية على اتجاهات الجمهور العربي", رسالة ماجستير, القاهرة, قسم الإذاعة والتلفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة, 2007.

53_ صلاح الدين أبو حسن 2009 حول: اطر المعالجة الإخبارية للقضية الفلسطينية في القنوات الأجنبية الموجهة باللغة العربية على عينة تحليلية من النشرات الإخبارية المذاعة من 1 يونيو إلى نهاية أغسطس 2008 عبر قناة بي بي سي باللغة العربية وروسيا اليوم والحررة.

54_ عيسى الهادي, البرامج الرياضية التلفزيونية وأثارها على نشر الوعي الرياضي, تحليل مضمون برامج التلفزيون الجزائري, رسالة ماجستير, كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية, جامعة الجزائر, 2007 _ 2008.

55_ عبد الله بوجلال, القنوات الفضائية, وتأثيرها على القيم الاجتماعية والثقافية والسلوكية لدى الشباب الجزائري, دراسة نظرية ميدانية, منشورات فرق البحث, كلية أصول الدين والشريعة والحضارة الإسلامية, جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية.

56_ مصطفى عبد الفتاح محمود. «أثر نشرات الأخبار وبرامج الأحداث الجارية في التليفزيون في تزويد المشاهدين بالمعلومات والأفكار مع دراسة تطبيقية على المشاهدين في دولة قطر», رسالة دكتوراه, القاهرة, قسم الإذاعة والتليفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة, 1987.

57_ منى مجدي فرج “ دور القنوات التليفزيونية الإقليمية والقيادات المحلية في ترتيب أولويات القضايا المحلية لدى الجمهور ” , رسالة دكتوراه, القاهرة , قسم الإذاعة والتليفزيون كلية الإعلام جامعة القاهرة, 2007 .

58_ هبة شاهين 2008 حول: «الأطر الإخبارية لقضايا الشرق الأوسط في شبكة سي ان ان الإخبارية», على عينة تحليلية قوامها عشر حلقات من البرنامج الشهري على شبكة سي ان ان.

باللغة الأجنبية:

59 _ Approaches to contents analysis of news programs

60_ caroline mauriat , la presse audiovisuelle, edition cfpj,
1993,69_68 paris,p

61_ Grawitz, Madeline, Méthodes des sciences sociales, 8ème
969, p0édition, France, 199

المواقع الإلكترونية:

62_ [http://constantine blogs pot com](http://constantineblogs.com) , France , analysis

63_ [www,saudimediaeducation,org /index.php](http://www.saudimediaeducation.org/index.php)

64_ [.com 24France. www64](http://www.24France.com)

المراجع و المصادر

باللغة العربية:

- 1_ إبراهيم إمام, الإعلام الإذاعي والتلفزيوني, دار الفكر العربي, الطبعة الثانية, مصر, 1995.
- 2_ أحمد فؤاد أرسلان, نظرية الصراع الدولي, دراسة في تطور الأسرة الدولية المعاصرة, الهيئة المصرية العامة للكتاب, القاهرة, 1968.
- 3_ أحمد بن مرسل, مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال, ديوان المطبوعات الجامعية, بن عكنون, الجزائر, الطبعة الثانية, 2005.
- 4_ أحمد عبد الملك, قضايا إعلامية, دار مجد لاوي للنشر, عمان, الأردن, الطبعة الأولى, 1999.
- 5_ إسماعيل عبد الفتاح, محمود منصور, هبة, النظم السياسية وسياسات الإعلام, مركز الإسكندرية للكتاب, بدون طبعة, 2005.
- 6_ بسام مشبقة, مناهج البحث الإعلامي, وتحليل الخطاب, عمان, الأردن, 2010.
- 7_ تمار يوسف, التكامل الإعلامي العربي بين الإمكانيات والتصور, رسالة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال, الجزائر, 1995 _ 1996.
- 8_ تيسير يوسف أبو عرجه, قضايا ودراسات إعلامية, دار جرير للنشر والتوزيع, عمان, الأردن, الطبعة الأولى, 2006.
- 9_ جود أولمان, التحقيق الصحفي, ترجمة ليلي زيدان, القاهرة, 2000.

10_ حسن أحمد الشافعي, الإعلام في التربية البدنية والرياضية, دار وفاء لدنيا الطباعة والنشر, الإسكندرية, 2003.

11_ حسين قادري, النزاعات الدولية, دراسة وتحليلية, منشورات خير جليس, باتنة, دون طبعة, 2007.

12_ حسين عبد الجبار, اتجاهات الإعلام الحديث والمعاصر, دار أسامة للنشر والتوزيع, عمان, الأردن, بدون طبعة, 2011.

13_ حسين محمد نصر, قضايا وآراء في الإعلام العربي المعاصر, دار الكتاب الجامعي, الإمارات, الطبعة الأولى, 2011.

14_ حنان شعبان, تلقي الإشهار التلفزيوني, مؤسسة كنوز الحكمة, الأبيار, الجزائر, الطبعة الأولى, 2011.

15_ خالد محمد ميلاد الدائمي, عاطف عدلي العبد, الفضائيات العربية والأجنبية, دار النهضة العربية, دار الإيمان للطباعة, دون طبعة, 2009.

16_ رضا عكاشة, الحوار الصحفي, فنون الصياغة وإدراك الحديث, المكتبة العالمية للنشر والتوزيع, كلية الإعلام, جامعة مصر للعلوم والتكنولوجيا, الطبعة الأولى, 2005.

17_ سمير محمد حسن, تقويم البحوث الإعلامية, الحلقة الثانية لبحوث الإعلام, المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية, ديسمبر, 1980.

الخاتمة:

❖ إن الأسلوب المستخدم في المعالجة الإعلامية للقضايا مسألة اتصالية بالغة الأهمية, وهي ليست مسألة حرفية شكلية, بل هي قضية فكرية أساسا ترتبط عضويا بموضوع المادة الإعلامية وطبيعة هذا الموضوع, والهدف من المعالجة, ونوعية الجمهور المستهدف وكذلك نوعية الإستثمارات المستخدمة لإيصال الرسالة بشكل فعال ومؤثر.

فالبث التلفزيوني المباشر عبر القنوات الأجنبية الناطقة بالفرنسية على رأسها قناة "فرانس 24", يطرح الكثير من القضايا المعقدة والمتشابكة والإشكالية في المجالات المختلفة, السياسية خاصة منها والاتصالية, ويحمل خطابا إلى المشاهد العربي على وجه العموم والمغربي على وجه الخصوص كقضية للجميع, بحيث أن رعايتها تهم الجميع ومشكلاتها تهم الجميع ولا تكتمل فاعليتها ولا تحقق خططها وأهدافها إلا من خلال تتبعها ووضعها لبرامج تخطيطية تسيير وفق السياسة تحريرية للقناة, وتطرح القضايا من وجهة نظر سياسية بدرجة الأولى, فالطابع المعقد والمتشابك للمشاكل في المغرب العربي جعل من هذه القنوات تقدم رؤى وتطرح قضايا من شأنها توجيه الرأي العام, حيث تزداد بوضوح شدة ارتباط هذه المشاكل وتشابكها مع قضايا وظواهر ومشاكل في مجالات أخرى سياسية, واجتماعية واقتصادية وثقافية, مما جعل مثل هذه القنوات تهتم بتقديمها من وجهة نظر ها ولما يخدم أهدافها, فالموضوعية إذا في أي مؤسسة إعلامية هي مبدأ أو نهج تحريري قبل كل شيء ولها توجهاتها.