

واقع استخدام القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة لمنصات التواصل الاجتماعي الرقمية
دراسة مقارنة للأساليب التحريرية المستخدمة في البث التلفزيوني وعلى صفحة الانستغرام
- قناة النهار TV نموذجاً - (من 18 افريل الى 18 ماي 2025)

مذكرة ضمن متطلبات نيل شهادة ماستر في الصحافة وعلوم الاعلام

تخصص: وسائل الاعلام مجتمع وثقافة

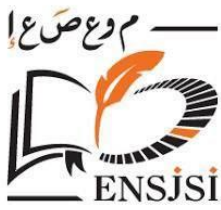
تحت اشراف :
د. وهيبة بلحاجي

من اعداد الطالبة:
عماري رزان

أعضاء لجنة المناقشة:

الرئيس	ا. شريف دريس
المشرف	د. وهيبة بلحاجي
المناقش	د. مليكة لعمودي

السنة الجامعية 2024-2025



**Ecole Nationale Supérieure de Journalisme et des Sciences
de l'Information**

Département : Sciences de l'Information

**L'usage des réseaux sociaux numériques par les chaînes de télévision
privées algériennes : Etude comparative des styles rédactionnels entre le
contenu télévisé et la page Instagram**

–Ennahar TV- comme étude de cas (du 18 avril au 18 mai 2025)

Mémoire de master en journalisme et sciences de l'information

Spécialité : Medias société et culture

Réalisé par :

Amari Razane

Sous la direction de :

Dr. Wahiba Belhadji

Jury:

Président	P. Chrif Dris
Encadrant	Dr. Wahiba Belhadji
Membre	Dr. Malika Laamoudi

Année universitaire : 2024-2025

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

وَقُلْ أَعْمَلُوا فَسَيَرَى اللَّهُ عَمَلَكُمْ وَرَسُولُهُ
وَالْمُؤْمِنُونَ^ص وَسَيُرَدُّونَ إِلَى عِلْمِ الْغَيْبِ
وَالشَّهَادَةِ فَيُنَبِّئُكُمْ بِمَا كُنْتُمْ تَعْمَلُونَ ﴿١٠٥﴾

[التوبة]

شكر وعرفان

بمشاعر مفعمة بالامتنان، وبلغة يعجز الحرف أن يفصحها حقها، أتقدم بخالص الشكر والعرفان إلى كل من كان له فضل، ولو بكلمة، في إنجاز هذه المذكرة المتواضعة.

أول الشكر والامتنان أرفعه إلى الأستاذة بلحاجي وهيبة، مشرفة هذا العمل، التي لم تبخل علي بتوجيهاتها السديدة، ونصائحها وملاحظات القيمة، فكان لدعمها العلمي الأثر البالغ في إخراج هذه المذكرة إلى الوجود.

كما أتقدم بجزيل الشكر والتقدير إلى الأستاذ محمد بحوالي، لما قدمه لي من توجيهات ثمينة، وأفكار مستنيرة، ساعدتني كثيراً طوال مشواري بالمدرسة.

ولا يفوتني أن أعبّر عن امتناني العميق لجميع أساتذتي في المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام، الذين كان لهم الدور الكبير في تكويني طيلة سنوات الدراسة، وساهموا في فتح آفاق معرفية ومهنية وسّعت من رؤيتي ومهاراتي.

وإنني إذ أستحضر هذه المحطة الحاسمة من مشواري الجامعي، لا يسعني إلا أن أقول أنّه كان مساراً رائعاً، حافلاً بالتحديات والدروس، مليئاً بالتجارب التي ستبقى راسخة في الذاكرة. شكراً لكل أصدقائي وزملائي الذين شاركوني هذه الرحلة بكل ما فيها من صعوبات و لحظات جميلة.

ولا أنسى أن أخص بالشكر عائلتي العزيزة، التي كانت سندي الأول، ومصدر قوتي والدعامة التي ارتكزت عليها، لما وفّرت لي من دعم نفسي ومعنوي طيلة سنوات الدراسة.

لكم جميعاً كل الشكر وبارك الله فيكم.

اهداء

إلى عائلتي الحبيبة،

في يوم تخرجي، لا يسعني إلا أن أقول ان هذا الإنجاز هو ثمرة حبكم، ودعمكم، ووجودكم الثمين في حياتي.

أمي الغالية،

كنتِ دوماً النور الذي يضيء طريقي، دعاؤك، صبرك، وحنانك، هم سرّ قوتي في كل لحظة ضعف. منك تعلّمت الإصرار، ولكِ يعود كل الفضل بعد الله فيما وصلتُ إليه اليوم.

أبي العزيز،

ظهري الذي أستند إليه، ومصدر ثقتي في نفسي. دعمك الهادئ، ونصائحك التي كانت ترشدني دون ضجيج، منحني الأمان والدافع لأتقدم بثبات، مهما كانت الظروف.

أختي الكبرى،

كنتِ أكثر من أخت. كنتِ صديقة، والملاذ الذي أجد فيه الطمأنينة كلما ضاقت بي الأمور. ثقتك بي، وحرصك على دفعي للأمام، كان له الأثر الكبير في هذا الإنجاز. لم تكوني يوماً بعيدة، وكنت دوماً حاضرة بقلبك ووقتك وكلماتك التي منحني القوة لأواصل.

هذا التخرج ليس مجرد شهادة، بل هو تتويج لكل لحظة كنتم فيها بجانبني، ولكل كلمة دعم، وكل لحظة حب ومساندة.

شكراً لكم من أعماق قلبي أنتم أغلى هدية في حياتي

حفظكم الله لي دائماً

الملخص:

تتمحور هذه الدراسة حول تحليل الأساليب التحريرية المعتمدة من قبل قناة "النهار TV" الجزائرية، وذلك من خلال مقارنة بين مخرجاتها الإعلامية المرتبطة بالحدث السياسي عبر التلفزيون كوسيلة تقليدية، وصفحتها الرسمية على منصة الإنستغرام كوسيلة رقمية حديثة. وتندرج هذه الدراسة ضمن الدراسات الإعلامية المهمة بتحليل الخطاب، حيث تعالج الكيفية التي تصاغ بها الرسالة الإعلامية وفقاً لطبيعة الوسيط المستعمل، سواء كان ذلك عبر الشاشة التلفزيونية أو عبر الفضاء التواصلي الرقمي.

تعتمد هذه الدراسة في معالجتها للموضوع على تفكيك البنى التحريرية المستعملة في كل وسيلة، من حيث اللغة، الشكل، البناء السردى، وطريقة عرض المعلومة. كما تسعى إلى إبراز مدى تكيف القناة مع متطلبات كل منصة، مع الحفاظ على هويتها التحريرية. ففي الوقت الذي يتسم فيه الأسلوب التلفزيوني بالرسمية، والترابعية، والاعتماد على الإلقاء المباشر، يميل الأسلوب التحريري على الإنستغرام إلى الإيجاز، التشويق، وتوظيف الصورة والوسوم لجذب المتابعين وتكثيف التفاعل. وتستند هذه الدراسة إلى المنهج الوصفي التحليلي والمقارنة، من خلال تحليل عينة مختارة من محتويات النشرة الإخبارية ومضامين رقمية منشورة على صفحة القناة، في فترة زمنية محددة.

تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على التحولات التي طرأت على الكتابة الصحفية في ظل الرقمنة، وكيف فرضت البيئة الرقمية على المؤسسات الإعلامية إعادة النظر في أساليبها التحريرية لمواكبة تغيرات الجمهور وتعدد منصات التلقي.

الكلمات المفتاحية: الاعلام التقليدي، الاعلام الرقمي، الأسلوب التحريري، التلفزيون، الإنستغرام.

Resumé :

Cette étude porte sur l'analyse des styles rédactionnels adoptés par la chaîne algérienne Ennahar TV , à travers une comparaison entre ses productions médiatiques de l'actualité politique diffusées à la télévision, en tant que média traditionnel, et celles publiées sur sa page officielle sur la plateforme numérique Instagram. Elle s'inscrit dans le cadre des recherches en sciences de l'information et de la communication, notamment celles qui s'intéressent à l'analyse du discours médiatique, et traite des différentes manières dont le message journalistique est formulé selon le support utilisé, qu'il soit audiovisuel ou numérique.

L'étude traite une problématique qui s'appuie sur une analyse des structures rédactionnelles propres à chaque support, en mettant l'accent sur la langue, la forme, la narration ainsi que les techniques de présentation de l'information. Elle vise à mettre en évidence l'adaptation de la chaîne aux exigences de chaque plateforme, tout en préservant une certaine cohérence éditoriale. Alors que le style rédactionnel télévisé se caractérise par une certaine formalité, une hiérarchisation de l'information et une présentation directe par le présentateur, le style employé sur Instagram privilégie la concision, l'attrait visuel, et l'utilisation de hashtags pour susciter l'interaction et capter l'attention des abonnés. La méthodologie repose sur une approche descriptive, analytique et comparative, à partir d'un échantillon sélectionné de contenus télévisés et numériques publiés durant une période donnée.

Cette recherche vise ainsi à mettre en lumière les transformations qu'a connues l'écriture journalistique à l'ère du numérique, et à comprendre comment les médias réajustent leurs styles rédactionnelles pour s'adapter à la multiplicité des supports et à l'évolution des pratiques de réception du public

Mots-clés : médias traditionnels, médias numériques, styles rédactionnels, Instagram, télévision

خطة البحث :

- ملخص الدراسة
- المقدمة

➤ الإطار المنهجي للدراسة

- إشكالية الدراسة
- تساؤلات الدراسة
- أسباب اختيار الموضوع
- أهمية الدراسة
- أهداف الدراسة
- نوع ومنهج الدراسة
- أدوات الدراسة المستخدمة
- مجتمع و عينة الدراسة
- حدود الدراسة
- مصطلحات و مفاهيم الدراسة
- الدراسات السابقة وحدود الاستفادة منها

الإطار النظري والمفاهيمي

الفصل الأول: الإعلام والتحرير في البيئة الرقمية

المبحث الأول: الإعلام بين النموذج التقليدي والرقمي

- المطلب الأول: مفهوم الإعلام التقليدي
- المطلب الثاني: وظائف الإعلام التقليدي
- المطلب الثالث: نمط إنتاج وتوزيع المحتوى في الإعلام التقليدي
- المطلب الرابع: السياق العام للتحوّل نحو الإعلام الرقمي
- المطلب الخامس: الخصائص المميزة للإعلام الرقمي
- المطلب السادس: الفرق الجوهرى بين الإعلام التقليدي والرقمي
- المطلب السابع: المنصات الرقمية كبيئة اتصالية جديدة

المبحث الثاني: التحرير الإعلامي في ظل الرقمنة

- المطلب الأول: تعريف الأساليب التحريرية
- المطلب الثاني: الخصائص العامة للأساليب التحريرية
- المطلب الثالث: الوظائف التحريرية
- المطلب الرابع: تطور الأساليب التحريرية في ظل التحوّلات الرقمية
- المطلب الخامس: من الأسلوب الخبري الرسمي إلى الأسلوب التفاعلي الشبكي
- المطلب السادس: الانتقال من الإلقاء إلى المشاركة في البيئة الرقمية

المبحث الثالث: إنستغرام كوسيط إعلامي رقمي

- المطلب الأول: التعريف بمنصة إنستغرام
- المطلب الثاني: آليات التواصل والنشر على منصة إنستغرام
- المطلب الثالث: خصائص النشر عبر إنستغرام (الصورة، الستوري، الفيديو، البث المباشر)
- المطلب الرابع: حضور المؤسسات الإعلامية التقليدية على منصة إنستغرام (الفرص والتحديات)

الفصل الثاني: الأساليب التحريرية لقناة النهار TV كحالة للدراسة

المبحث الأول: قناة النهار TV والتحول الرقمي

- المطلب الأول: لمحة عامة عن القناة
- المطلب الثاني: استراتيجيات قناة النهار في تقديم المحتوى الإخباري
- المطلب الثالث: التحول الرقمي في قناة النهار: من البث التقليدي إلى الحضور الرقمي

المبحث الثاني: الأساليب التحريرية في نشرات الأخبار التلفزيونية

- المطلب الأول: بنية الخطاب الإخباري التلفزيوني
- المطلب الثاني: اللغة والأسلوب في النشرة الإخبارية
- المطلب الثالث: أنواع و مكونات النشرة الاخبارية التلفزيونية

المبحث الثالث: الأساليب التحريرية على إنستغرام

- المطلب الأول: الخصائص التحريرية للنشر الإخباري على منصة إنستغرام
- المطلب الثاني: خصائص الخطاب البصري واللغوي في منشورات الصفحة
- المطلب الثالث: التفاعل مع الجمهور كجزء من العملية التحريرية الرقمية

الفصل الثالث: تحليل مقارن لأساليب تحرير قناة النهار TV للحدث السياسي بين التلفزيون وإنستغرام

المبحث الأول: توظيف الأساليب التحريرية لمعالجة الحدث السياسي

- **المطلب الأول:** تحليل منهجية قناة النهار في تناول الحدث السياسي عبر الوسيطين
- **المطلب الثاني:** آليات التحرير المستخدمة في تغطية الحدث السياسي
- **المطلب الثالث:** التأقلم مع خصوصيات كل منصة في صياغة المضمون السياسي

المبحث الثاني: الخصائص التحريرية في تغطية الحدث السياسي

- **المطلب الأول:** الخصائص الأسلوبية والمهنية في النشرة الإخبارية التلفزيونية
- **المطلب الثاني:** الخصائص التحريرية في المنشورات السياسية على إنستغرام
- **المطلب الثالث:** الفروق التقنية واللغوية في تقديم الحدث السياسي عبر الوسيطين

المبحث الثالث: أوجه التشابه والاختلاف في الأساليب التحريرية

- **المطلب الأول:** مقارنة البنية التحريرية بين النشرة التلفزيونية ومنشورات إنستغرام
- **المطلب الثاني:** حدود التشابه في انتقاء المعلومات وصياغتها
- **المطلب الثالث:** اختلاف درجة الرسمية واللغة والأسلوب بين الوسيطين

• **الخاتمة**

• **قائمة المصادر و المراجع**

مقدمة:

يعتبر الإعلام أحد المكونات الأساسية في بنية المجتمعات الحديثة، إذ يُسهم بدور محوري في صناعة الرأي العام، وتشكيل الوعي الجماعي، ونقل المعارف والقيم، من خلال وسائطه المتنوعة التي تتوجه إلى جمهور واسع ومتنوع. وقد أضحت الإعلام في السياقات المعاصرة سلطة قائمة بذاتها، توصف أحياناً بـ "السلطة الرابعة"، نظراً لتأثيره المباشر وغير المباشر في الحياة السياسية والاجتماعية والثقافية، وقدرته على توجيه النقاش العمومي، وصناعة التصورات الجماعية حول مختلف القضايا المطروحة في الساحة الوطنية والدولية.

من هذا المنطلق، عرف الإعلام التقليدي، الذي يشمل الصحافة المكتوبة، الإذاعة، والتلفزيون، مكانة بارزة ضمن منظومة الاتصال الجماهيري، حيث مثّل الوسيلة الأساسية لنقل الأخبار وتغطية الأحداث، وكان القناة التي تُوجّه من خلالها الرسائل الرسمية وغير الرسمية إلى الرأي العام. وقد تميز هذا النمط الإعلامي بجملة من الخصائص التي جعلته يحتفظ بهيبته لعقود طويلة، من بينها الطابع المؤسسي لعملية الإنتاج الإعلامي، ومركزية القرار التحريري، إضافة إلى الاتجاه الأحادي للاتصال، إذ يُبثّ المحتوى من جهة واحدة نحو جمهور واسع ومتلقٍ سلبي لا يملك أدوات التفاعل أو الردّ⁴. كما ارتبط الإعلام التقليدي بأدوات تقنية معيّنة، مثل الطباعة وأجهزة البث، وخضع في الغالب إلى أطر تنظيمية ورقابية تحدّد مساراته ضمن فضاء إعلامي مضبوط ومؤطر قانونياً.

ومع أن الإعلام التقليدي قد ساهم بدرجة كبيرة في تنوير المجتمعات وتحقيق وظائف اجتماعية وتربوية مهمة، إلا أن هيمنته لم تمنعه من مواجهة تحولات عميقة مع نهاية القرن العشرين، نتيجة التقدّم التكنولوجي المتسارع وبروز أنماط جديدة من الاتصال تجاوزت الشكل الكلاسيكي في إنتاج واستقبال الرسائل الإعلامية². وقد شكّلت هذه التحولات منعطفاً حاسماً في تاريخ الإعلام، ما مهّد لظهور فضاء اتصالي جديد يعرف بالإعلام الرقمي¹.

1- أحمد العربي، مقدمة في الإعلام الجديد، ط 1 (عمّان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2013)، 45

شهد العالم خلال العقود الأخيرة تحولات عميقة في المشهد الإعلامي بفعل التطور التكنولوجي المتسارع، الذي ساهم في نشأة بيئة رقمية جديدة غيرت من أسس العمل الإعلامي التقليدي، ودفعت بوسائل الإعلام إلى إعادة النظر في آليات الإنتاج والتوزيع والتفاعل مع الجمهور. وقد أتاح ظهور الإنترنت وانتشار الوسائط الرقمية مجاًلاً واسعاً لظهور ما يُعرف اليوم بالإعلام الرقمي، وهو ذلك النمط من الإعلام الذي يستند إلى بنية رقمية متصلة بالشبكة العنكبوتية، ويتميز بالتفاعلية، وسرعة تدفق المعلومات، وتعدد مصادر الخبر، فضلاً عن مساهمة الجمهور في صناعة المحتوى الإعلامي.

وفي هذا السياق، أصبحت تقنيات الاتصال الحديثة مثل الهواتف الذكية، الحواسيب المحمولة، ومنصات التواصل الاجتماعي، جزءاً لا يتجزأ من العملية الإعلامية، ما أدى إلى زوال الحدود الزمنية والمكانية التي كانت تفصل بين المرسل والمتلقي في النموذج التقليدي. كما غير الإعلام الرقمي من علاقة الجمهور بالمعلومة، فبعد أن كان المتلقي مجرد مستقبل سلبي للمضامين، أصبح اليوم فاعلاً أساسياً في إنتاجها ونشرها والتعليق عليها، وهو ما أطلق عليه البعض مفهوم "المستخدم المنتج" أو "المواطن الصحفي".

وقد سمحت البيئة الرقمية لوسائل الإعلام بغرض غير مسبوق للوصول إلى جمهور أوسع، وتخصيص المحتوى، وتحقيق تفاعلية آنية، لكنها في المقابل طرحت تحديات جديدة تتعلق بمصداقية الأخبار، وفوضى المحتوى، وتراجع دور الوسيط الصحفي لصالح الفضاءات المفتوحة التي قد تفتقر في بعض الأحيان إلى المهنية والرقابة⁴. ومن هنا، أصبحت المؤسسات الإعلامية، لا سيما التقليدية منها، مطالبة بمواكبة هذا التحول العميق، من خلال تبني نماذج تحريرية وأساليب تواصل تتماشى مع متطلبات العصر الرقمي دون التفريط بمبادئ وأخلاقيات المهنة الإعلامية².

2- مجموعة مؤلفين، موسوعة الإعلام الجديد، ط 1 (بيروت: دار الفكر العربي، 2018)، 40.

في ظل التحولات العميقة التي شهدتها المشهد الإعلامي نتيجة الانتقال إلى البيئة الرقمية، أصبحت الأساليب التحريرية تشكل عنصراً حاسماً في تكيف المؤسسات الإعلامية مع الوسائط والمنصات الرقمية الجديدة. فكل وسيط إعلامي، سواء تقليدي أو رقمي، يفرض شروطه الخاصة على طريقة بناء الرسالة الإعلامية، من حيث اللغة المستخدمة، شكل الإلقاء، نوعية الصور، إيقاع السرد، ونمط التفاعل مع الجمهور. إذ لم تعد الأساليب التحريرية مجرد تقنيات لغوية ثابتة، بل غدت منظومات متكاملة تُضبط وفق خصوصيات كل منصة. وعلى هذا الأساس، أصبحت المؤسسات الإعلامية مطالبة بإعادة صياغة نماذجها التحريرية بما يوافق منطق كل وسيط، لا سيما في ظل التنافس المتزايد على جذب اهتمام المتلقي وتفاعله¹.

وفي هذا السياق، يُلاحظ أن هناك فارقاً واضحاً في فلسفة التحرير بين الإعلام التقليدي الذي يتبنى منطق "الإرسال إلى المتلقي"، والإعلام الرقمي الذي يؤسس لثقافة "المشاركة والمبادلة". فالأسلوب التحريري في التلفزيون غالباً ما يكون موجهاً، تقريرياً، وهرمياً، يركز على المصداقية والمهنية والانضباط في عرض الأخبار². بينما الأسلوب الرقمي يتصف بالخفة، التنوع، والسرعة، ويُبنى غالباً على لغة شعبية، مرئية، وسهلة الوصول.

هذا التباين لا يعكس فقط تحولاً في الوسيط، بل يبرز تحولاً في العقلية التحريرية وفي نمط العلاقة بين الإعلام والجمهور، وهو ما يدفع إلى مساءلة مدى نجاح المؤسسات في التوفيق بين هاتين المقاربتين داخل نفس البنية التحريرية³.

وتبرز أهمية هذه الدراسة في ضوء الحاجة الملحة لفهم كيف يمكن لتغيرات البيئة الرقمية أن تؤثر على صياغة المحتوى الإعلامي، وكيف تستجيب المؤسسات الإعلامية لهذه التحولات عبر تبني أساليب تحريرية متباينة تناسب كل منصة على حدة. في هذا السياق، يشير أحد الباحثين إلى أن التحرير الرقمي يعيد تعريف العلاقة بين المرسل والمتلقي، حيث ينتقل الأخير من مجرد مستقبل سلبي للمحتوى إلى مشارك فعال في عملية إنتاجه وتوزيعه، مما يستدعي إعادة صياغة مفاهيم التحرير التقليدية لتناسب الخصائص الفريدة للفضاء الرقمي⁴.

كما يظهر أن ظهور منصات رقمية مثل إنستغرام يفرض تحديات تحريرية تتطلب تبسيط النصوص، واستخدام صور وفيديوهات مختصرة، وتوظيف الهاشتاجات والعناصر التفاعلية لزيادة التواصل مع الجمهور، مقارنةً بالنهج التقليدي المستخدم في البث التلفزيوني الذي لا يزال يعتمد على ترتيب هرمي صارم للمعلومات⁵.

وبناءً على هذه الفرضيات، يتضح أن هذه الظاهرة لم تعد مجرد مسألة أسلوب تحرير بسيط بل تحوّل ثقافي وإعلامي شامل يؤثر في عملية صناعة المعلومة ككل. وهذا ما استدعى دراسة اختلاف الأساليب التحريرية بين الوسيطين، حيث تسعى الدراسة إلى تحليل مضمون النشرات الإخبارية التلفزيونية ومجموعة من المضامين الرقمية المنشورة على صفحة إنستغرام لقناة النهار TV، لتبيان كيف تتكيف المؤسسات الإعلامية مع متطلبات العصر الرقمي دون التقريط في مبادئها التحريرية الأساسية³.

ولأجل الإحاطة بمختلف أبعاد الموضوع، تم اعتماد خطة بحث تتوزع على أقسام رئيسية: الإطار المنهجي والإطار النظري والتطبيقي. يحتوي الإطار المنهجي على جملة من العناصر التمهيدية التي توضح الخلفية العامة للدراسة، من بينها: عرض الإشكالية وتساؤلات البحث، تحديد الأهداف والدوافع، وتوضيح نوع ومنهج الدراسة، وأدواته، وحدودها، إضافة إلى عرض الدراسات السابقة والمفاهيم الأساسية ذات الصلة.

أما الإطار النظري والتطبيقي، فقد تم تنظيمه في ثلاثة فصول مترابطة:

- يُعنى الفصل الأول بالتأصيل المفاهيمي والنظري، من خلال تقديم نظرة شاملة حول التحول من الإعلام التقليدي إلى الإعلام الرقمي، وتطور الأساليب التحريرية في ظل البيئة الرقمية، مع التركيز على منصة إنستغرام كوسيط إعلامي حديث.
- بينما يتناول الفصل الثاني بالدراسة والتحليل نموذج قناة النهار TV، من خلال رصد الأساليب التحريرية التي تعتمدها في تقديم الأخبار عبر كل من البث التلفزيوني ومنصة إنستغرام.

3- حنان بوزيد، الإعلام الجديد وتغير الأنساق الاتصالية، ط 1 (الجزائر: دار الرفقاء للنشر، 2020)، 102

- أما الفصل الثالث، وهو الفصل التطبيقي الذي يحمل عنوان المذكرة، فيخصص لمقارنة الأساليب التحريرية بين الوسيطين، خلال الفترة الممتدة من 18 أبريل إلى 18 ماي 2025، وذلك من خلال ثلاثة مباحث تتناول توظيف الأساليب التحريرية، الخصائص التحريرية، وأوجه التشابه والاختلاف بين النموذجين.

وتُختتم الدراسة بعرض أهم النتائج المتوصل إليها، التي تسمح بفهم كيفية تكيّف المؤسسات الإعلامية الجزائرية مع التحديات التحريرية التي تفرضها البيئة الرقمية.

الإطار المنهجي للدراسة

إشكالية الدراسة:

شهد الإعلام العالمي خلال العقود الأخيرة تحولات عميقة بفعل التقدم التكنولوجي المتسارع وانتشار شبكة الإنترنت وظهور وسائط الإعلام الرقمي، مما ساهم في إعادة تشكيل خارطة الاتصال الجماهيري، ليس فقط على مستوى الوسائط، بل أيضاً على مستوى الممارسة الإعلامية ذاتها. فلم يعد الجمهور يعتمد على وسائل الإعلام التقليدية كمصادر وحيدة للمعلومة، بل أصبح يتجه بشكل متزايد نحو منصات التواصل الاجتماعي، التي توفر محتوىً فورياً، تفاعلياً، ومتنوعاً من حيث الشكل والمضمون.

هذا التحول لم يكن تأثيره محصوراً فقط على طبيعة التلقي أو علاقة الجمهور بالإعلام، بل امتد ليشمل المؤسسات الإعلامية ذاتها، التي أصبحت من الضروري عليها التكيف مع هذا الواقع الجديد. فالمشهد الإعلامي لم يعد يُدار وفق منطق أحادي القناة والاتجاه، بل أصبح يتسم بتعددية الوسائط، وسرعة الانتشار، وارتفاع سقف التفاعل، مما فرض على المؤسسات الإعلامية ضرورة تبني استراتيجيات جديدة في إنتاج وتحرير المحتوى، بما يضمن لها الاستمرارية والمنافسة في ظل بيئة رقمية متحوّلة.

ومن هذا المنطلق، بات من الضروري على القنوات التلفزيونية، بوصفها من أبرز وسائل الإعلام التقليدية، أن تندمج ضمن هذا السياق الجديد من خلال حضور فعال على منصات التواصل الاجتماعي، لتتمكن من الوصول إلى جمهورها المستهدف، ولتحافظ على تأثيرها في الفضاء العام. وقد أدى هذا التوجه إلى ظهور ما يُعرف بالإعلام الهجين أو "الإعلام متعدد المنصات"، حيث تقوم المؤسسة الإعلامية الواحدة بإنتاج محتوى متنوع يُوجّه عبر قنوات متعددة، وفق خصوصيات كل وسيط.

غير أن هذا التكيف لا يتم بطريقة موحدة أو آلية، بل يستدعي في كل مرة إعادة النظر في الأساليب التحريرية، تبعاً لخصائص الوسيط الإعلامي، وجمهوره، وطبيعة التفاعل فيه. ففي حين يقوم البث التلفزيوني على أسلوب سردي بصري مركّب، مدعوم بمونتاج وصورة وصوت، فإن النشر على المنصات الرقمية - وخصوصاً إنستغرام - يفرض نمطاً تحريرياً مختلفاً، يقوم على الاختصار، والجاذبية البصرية،

والعنوان الالفة؁ والفاعل السريع مع الجمهور .

4

في الجزائر؁ لم تكن القنوات الخاصة بمعزل عن هذه التحولات. فقد بدأت؁ خلال السنوات الأخيرة؁ في تعزيز تواجدها على المنصات الرقمية؁ خاصة تلك التي تحظى بانتشار واسع بين المستخدمين الجزائريين؁ على غرار فيسبوك؁ يوتيوب؁ وإنستغرام.

وتأتي قناة النهار TV في مقدمة هذه القنوات؁ إذ تُعد من أبرز الفاعلين في المشهد الإعلامي الجزائري الخاص؁ سواء من حيث نسب المشاهدة أو من حيث النشاط على الشبكات الاجتماعية.

اذ تعتبر مثالاً حياً على هذه القنوات التي تسعى إلى مواكبة التطورات الرقمية حيث تعتمد على إنستغرام لنشر الأخبار ومشاركة المحتوى الإعلامي بأساليب تحريرية قد تختلف عن تلك المستخدمة في البث التلفزيوني. مما جعل منها وجهة مهمة للجمهور الشاب الذي يفضل استهلاك المحتوى الإعلامي عبر الهواتف الذكية والأجهزة المحمولة.

ويطرح هذا التوجه عدة تساؤلات حول كيفية القنوات التلفزيونية مع بيئة التواصل الرقمي؁ وما إذا كانت الأساليب التحريرية المستخدمة على إنستغرام تتوافق مع طبيعة المنصة وجمهورها؁ أم أنها امتداد لنمط التحرير التقليدي المعتمد في التلفزيون.

- 1- عبد المجيد؁ نصر الدين. *الإعلام في عصر الرقمنة*. الجزائر: دار الهدى؁ 2019؁ ص. 24
- 2- لخولي؁ سامية. *الاتصال الرقمي وتحديات الإعلام التقليدي*. القاهرة: دار الفكر العربي؁ 2020؁ ص. 72
- 3- عبد الرحمن؁ نوال. "الإعلام الجديد وتغير الأنماط التحريرية." *مجلة علوم الإعلام والاتصال*؁ العدد 11؁ 2020؁ ص. 89
- 4- بوخريص؁ ليلى. "الإعلام الجزائري والتحول الرقمي." *مجلة الإعلام الجديد*؁ العدد 7؁ 2021؁ ص. 102
- 5- Salaverría, Ramón. "Digital Journalism: 25 Years of Research." *El Profesional de la Información*؁ vol. 28, no. 1, 2019, pp. 1–9

وتُظهر متابعة محتوى قناة النهار على إنستغرام، مقارنة بما تبثه على شاشتها، وجود اختلاف واضح في طريقة صياغة الأخبار، وانتقاء المواضيع، والعنونة، وكذلك في آليات التقديم البصري والمضموني. إذ يُلاحظ أنّ القناة تتبنى أسلوباً تحريريّاً مختزلاً وسريعاً على إنستغرام، مع اعتماد كبير على الصور والفيديوهات القصيرة والعناوين الجذابة، فيما تعتمد على أسلوب أكثر تفصيلاً وسياًقاً سردياً في البث التلفزيوني. هذا التباين في الأسلوب التحريري يُثير تساؤلات عدة حول طبيعة المعالجة الإعلامية في كل وسيط، والغايات التحريرية الكامنة وراء هذا الاختلاف، ومدى تأثيره على الرسالة الإعلامية.

انطلاقاً من هذه الملاحظات الميدانية، ووعياً بأهمية دراسة هذه الظاهرة في السياق الإعلامي الجزائري، يمكن طرح الاشكال التالي :

كيف يتم استخدام الأساليب التحريرية من قبل قناة النهار TV في محتواها الإعلامي السياسي عبر كلّ من البث التلفزيوني ومنصة إنستغرام خلال الفترة الممتدة ما بين 18 افريل و 18 ماي 2025 ؟

تساؤلات الدراسة:

على ضوء ما ذكر في الإشكالية الرئيسية للدراسة يمكن طرح الأسئلة الفرعية التالية:

- 1- كيف توظّف قناة النهار TV أساليبها التحريرية لمعالجة الحدث السياسي عبر كلّ من البث التلفزيوني ومنصة إنستغرام خلال الفترة الممتدة من 18 أفريل إلى 18 ماي 2025؟
- 2- ما هي الخصائص والممارسات التحريرية التي تميز معالجة قناة النهار TV للحدث السياسي في النشرات الإخبارية التلفزيونية مقارنة بمنشوراتها على إنستغرام؟
- 3- ما أوجه التشابه والاختلاف في الأساليب التحريرية لقناة النهار TV عند تغطيتها للحدث السياسي بين التلفزيون وإنستغرام خلال الفترة المدروسة؟

أسباب اختيار الدراسة:

➤ الدافع العلمي :

- يندرج هذا البحث ضمن الاهتمام العلمي المتزايد بفهم آليات تكامل الإعلام التقليدي والرقمي، لاسيما في السياق الجزائري، حيث تلعب القنوات التلفزيونية دورًا محوريًا في تشكيل الرأي العام، مع سعيها للتأقلم مع تحولات البيئة الرقمية.
- تأتي هذه الدراسة كمحاولة لتحليل كيفية تأثير السياق الإعلامي على الخطاب التحريري وطريقة تقديم المحتوى، خصوصًا في ظل التفاعل المتزايد بين التلفزيون ومنصات التواصل الاجتماعي الرقمية، بما في ذلك منصة إنستغرام.
- يسعى البحث إلى استكشاف كيفية إسهام التغطية الإعلامية في تشكيل تصورات الجمهور حول القضايا السياسية، وبناء صورة ذهنية معينة حول وسائل الإعلام، باستخدام أنماط تحريرية متنوعة تختلف حسب الوسيط المستخدم.

الدافع الشخصي :

- الاهتمام الشخصي بالإعلام الرقمي والتقليدي وذلك، وخاصة كيف يمكن للإعلام التقليدي مثل التلفزيون أن يتكيف مع العصر الرقمي، إضافة لفهم الظواهر الإعلامية المعاصرة وكيفية تأثيرها على المجتمع والجمهور.
- كشف كيفية تعامل وسائل الإعلام المحلية مع التحديات التي تفرضها الرقمنة
- الرغبة في الاستفاة الأكاديمية من الموضوع فمن خلال هذه الدراسة، يمكن تعزيز معرفة أكاديمية في مجالات الإعلام والاتصال، وزيادة المهارات في التحليل النقدي للمحتوى الإعلامي.
- أتى اختيار الحدث السياسي كمجال للتحليل انطلاقًا من قناعة شخصية بأهمية هذا النوع من المحتوى الإعلامي، نظرًا لحساسيته وتأثيره المباشر على الرأي العام، ورغبة في فهم كيفية تعامل قناة النهار TV مع هذا النوع من المواضيع عبر وسائط مختلفة، من خلال مقاربات تحريرية قد تكشف أبعادًا اتصالية واستراتيجية ذات دلالة.

أهمية الدراسة:

تتميز هذه الدراسة عن غيرها من البحوث السابقة بعدة عناصر تجعل منها مساهمة جديدة في حقل الإعلام والاتصال، سواء على المستوى النظري أو التطبيقي:

- ❖ تُعد من الدراسات القليلة - في السياق الأكاديمي الجزائري - التي تجمع بين تحليل الخطاب الإعلامي التقليدي (التلفزيوني) والخطاب الرقمي (على إنستغرام)، ضمن إطار مقارنة يركز على معالجة الحدث السياسي، مما يسلط الضوء على التحولات الأسلوبية التي فرضها الانتقال نحو الإعلام الرقمي.
- ❖ تقدم الدراسة تحليلاً مزدوجاً للأساليب التحريرية، من خلال تفكيك بنية المعالجة في النشرات التلفزيونية ومنشورات إنستغرام، وهو ما يسمح بفهم الاختلافات في الاستراتيجيات التحريرية والخطابية تبعاً لطبيعة الوسيط والجمهور المستهدف.
- ❖ تنطلق الدراسة من متن دراسي ميداني أصلي وحديث، يتمثل في تحليل محتوى قناة النهار TV خلال الفترة المحددة، ما يمنحها طابعاً راهنياً ويجعلها أكثر التصاقاً بالواقع الإعلامي المعاصر في الجزائر.
- ❖ تقترح الدراسة إطاراً تحليلياً متكاملًا يمكن أن يُوظف لاحقاً في بحوث مماثلة، يجمع بين أدوات تحليل الخطاب ومفاهيم الإعلام الرقمي، وهو ما يعزز من قيمتها المنهجية.
- ❖ تفتح هذه الدراسة آفاقاً جديدة لفهم العلاقة بين الوظائف التحريرية ووسائل النشر المختلفة، في ظل تغير أنماط التلقي والتفاعل الجماهيري، مما يجعل نتائجها قابلة للتوظيف في تقييم السياسات الإعلامية أو تطوير المحتوى.
- ❖ مواكبة الاعلام الجديد فيما تقتضيه متطلبات العصر الحالي.

اهداف الدراسة:

تتمثل اهداف هذه الدراسة فيما يلي

- يهدف البحث إلى دراسة الفروق والخصائص الأساسية للأسلوب التحريري الذي تستخدمه قناة النهار في تقديم محتواها الإعلامي على التلفزيون مقارنةً بالأسلوب الذي تتبعه على إنستغرام، مع المتطلبات الخاصة بكل منصة مع التركيز على اللغة، الأسلوب، والأدوات المستخدمة.
- تهدف الدراسة كذلك إلى فهم كيفية تأثير اختلاف الأسلوب التحريري على تفاعل الجمهور مع المحتوى المقدم من قناة النهار على كل من التلفزيون وإنستغرام، ومدى تأثير هذه التفاعلات على زيادة المشاركة والتواصل مع الجمهور.
- تهدف هذه الدراسة كذلك الى التعرف على الأدوات الرقمية المستخدمة على إنستغرام (مثل الإيموجي، الهاشتاغات، الفيديوهات القصيرة (وكيفية تأثير هذه الأدوات في جذب الجمهور وزيادة التفاعل مع المحتوى).
- دراسة كيف يؤثر تكييف الأسلوب التحريري على استقبال الرسائل من قبل الجمهور، وخاصةً في ما يتعلق بالاختلافات بين الأسلوب الرسمي في التلفزيون والأسلوب التفاعلي على إنستغرام.

نوع ومنهج الدراسة:

تعد البحوث الكيفية والكمية من بين أنواع البحوث العلمية المستخدمة في الكشف عن النتائج والحقائق. حيث تندرج دراستنا هذه ضمن البحوث الوصفية التحليلية، التي تهدف الى تحقيق مقارنة بين الجوانب النظرية والتطبيقية للموضوع، وكذا التعرف على الظاهرة بطريقة وصفية تحليلية مبنية على الدقة والموضوعية.

كما يعتبر المنهج الركيزة الأساسية لأي بحث او دراسة سواء خاصة او عامة بل يتوقف كلياً على طبيعة الموضوع المختار للدراسة، والمناهج هي الطرق البحثية التي يعتمد عليها الباحث في جمع المعلومات والحقائق من الكتب والمصادر العلمية او من الوثائق التاريخية او من الحقل الاجتماعي الميداني الذي يعيشون فيه ويتفاعلون معه.

وبحكم ان علوم الاعلام والاتصال تعد من بين العلوم المتعددة التخصصات، اذ تعتمد على مناهج العلوم الاخرى، فان هذه الدراسة تندرج ضمن البحوث الوصفية التحليلية التي تهدف إلى دراسة الأساليب التحريرية لقناة Ennahar TV من خلال مقارنة محتواها المعروض على التلفزيون والمحتوى المنشور على صفحتها في منصة انستغرام. كما تسعى الدراسة الى الكشف عن أوجه التشابه والاختلاف بين الأسلوبين التحريريين، مع التركيز على استراتيجيات الصياغة، اختيار المواضيع، وأنماط التواصل مع الجمهور في كل وسيط إعلامي .

كما تعتمد الدراسة على منهج تحليل المضمون لفحص بنية النصوص الإعلامية، مثل اللغة المستخدمة، أسلوب العناوين، وطريقة تقديم المعلومات...الخ.

يُعد منهج تحليل المضمون أحد المناهج العلمية الأساسية في البحث الإعلامي، حيث يتيح دراسة مضمون الرسائل الاتصالية وفق مقارنة منهجية تُمكن من فهم المضامين الظاهرة والكامنة، واستنتاج أنماط التداول الإعلامي، وأسلوب الخطاب، والاتجاهات التحريرية ضمن محتوى معين. وقد عرّف برنارد بيرلسون (Berelson, 1952) تحليل المضمون بأنه: "تقنية للبحث تهدف إلى الوصف الكمي المنظم والموضوعي لمضمون الاتصالات"⁵.

⁵ Berelson, B. (1952). *Content Analysis in Communication Research*. New York: Free Press, p. 18.

2- يوسف تمار تحليل المحتوى للباحثين و الطلبة الجامعيين ط1. ميكساج كوم للنشر و التوزيع الجزائر 2007. ص12

فيما يعرفه محمد عبد الحميد بأنه: "أسلوب بحثي علمي يستخدم لوصف المحتوى الظاهر لرسائل الاتصالات وصفًا كميًا أو نوعيًا منظمًا وموضوعيًا"².

وانطلاقًا من طبيعة الموضوع المدروس، الذي يتمثل في تحليل الأساليب التحريرية لقناة النهار TV في تغطيتها للحدث السياسي عبر كل من البث التلفزيوني ومنصة إنستغرام، تم اعتماد هذا المنهج باعتباره الأنسب لتحقيق أهداف الدراسة، لعدة اعتبارات:

- يسمح بالكشف عن أنماط الكتابة الصحفية والأساليب التحريرية المتبعة في الوسيطين.
- يُمكن من إجراء المقارنة المنهجية بين المحتوى المقدم في التلفزيون والمحتوى المنشور على المنصة الرقمية.
- يساعد في استخلاص المؤشرات التحريرية مثل طبيعة اللغة، نوع المعالجة، درجة التفاعلية، مستوى الرسمية أو التبسيط... إلخ.
- وبما أن الدراسة تتناول جانبين مختلفين من نفس المؤسسة الإعلامية (البث التقليدي والوسيط الرقمي)، فإن منهج تحليل المضمون يُعدّ أيضًا أداة فعالة لفهم كيف تُكيّف المؤسسات الإعلامية أساليبها التحريرية مع طبيعة كل وسيلة.
- وقد تم المزج في هذه الدراسة بين:

- **التحليل الكمي**: من خلال رصد تكرار بعض السمات التحريرية (مثل عدد المنشورات، أنواع الوسائط، استخدام الصور/الفيديو، مدى التكرار اللغوي...)،
- **والتحليل الكيفي/النوعي**: بتحليل مضامين مختارة من النشرات الإخبارية والمنشورات الرقمية، من حيث أسلوب التناول، طبيعة اللغة، البنية الخطابية، عناصر الجذب، وغيرها.⁶

⁶ - عبد الحميد، محمد). 2000. (تحليل المضمون: مدخل لقراءة النصوص الإعلامية. القاهرة: عالم الكتب، ص. 45

أدوات الدراسة المستخدمة:

تُعد أدوات الدراسة من الركائز المنهجية الأساسية التي يعتمد عليها الباحث في جمع البيانات وتحليلها، وهي تختلف باختلاف طبيعة المنهج العلمي المستخدم. ونظرًا أن هذه الدراسة تعتمد بشكل رئيسي على منهج تحليل المضمون، فقد تم اعتماد ثلاث أدوات رئيسية لجمع البيانات وتحليلها، وهي: الملاحظة المنتظمة، المقابلات، وتحليل المضمون.

أولاً: أداة الملاحظة

تُعد الملاحظة من أهم أدوات البحث العلمي، خصوصًا في الدراسات الإعلامية التي تسعى لرصد الظواهر كما تحدث في بيئتها الطبيعية. وهي تقوم على تتبع السلوكيات والأنماط الإعلامية بدقة وموضوعية، دون تدخل من الباحث في مجريات الظاهرة.

في هذه الدراسة، تم اعتماد الملاحظة المنتظمة باعتبارها أداة كيفية تُستخدم لرصد الفروقات العملية بين الأسلوب التحريري على شاشة التلفزيون وعلى منصة إنستغرام خصوصًا فيما يتعلق بالحدث الساسي. وقد ساعدت الملاحظة في تتبع أنماط النشر، التوقيت، استعمال الوسائط المتعددة (صورة، فيديو، نص)، وعناصر الجذب البصري والمحتوى المرافق لها (مثل العناوين، الهاشتاغات، تصميم الستوري، البث المباشر...).

ثانيًا: أداة المقابلة

تُعد المقابلة من الأدوات الأساسية في البحوث الكيفية والنوعية، وهي تقنية تهدف إلى جمع بيانات معمّقة من مصادر بشرية ذات صلة بالظاهرة المدروسة. وقد عرّفها محمد عبد الحميد (2000) بأنها "أسلوب شفهي يقوم فيه الباحث بطرح أسئلة على شخص أو أكثر من ذوي العلاقة بموضوع البحث، للحصول على معلومات مباشرة تتعلق بسلوكهم أو اتجاهاتهم أو تجاربهم الشخصية، أو آرائهم المهنية والفكرية حول مسألة معينة"⁷

7- عبد الحميد، محمد). 2000. (منهج البحث في الإعلام: الأسس والتطبيقات. القاهرة: عالم الكتب، ص 234.

2- قنديلجي، عامر). 2008. (منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية. عمان: دار المسيرة، ص 199.

3- بوز غاية، خديجة). 2021. (منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال. الجزائر: دار الهدى، ص 112

تُعتبر المقابلة من الأدوات الكيفية المهمة في البحوث الإعلامية، وهي تتيح للباحث التفاعل المباشر مع الفاعلين في الميدان قصد استجلاء أبعاد لا يمكن الوصول إليها من خلال الملاحظة أو الوثائق فقط. وتسمح هذه الأداة بجمع معلومات معمّقة من الصحفيين والمحررين العاملين في القناة، خاصة أولئك الذين يشتغلون على تغطية الأخبار السياسية. والمكلفين بالتحليل في الوسائط الرقمية.

ثالثا: تحليل المضمون

يُعتبر تحليل المضمون الأداة الأساسية المعتمدة في هذه الدراسة، إذ يمكّن من تفكيك الخطاب الإعلامي وفهم بنيته ودلالاته. وقد عرّفه نصر الدين العياضي بأنه: "أسلوب منهجي كمي أو كيفي يستخدم لتحليل الرسائل الإعلامية بهدف وصف محتواها شكلياً وضمناً"³.

وقد تم توظيف تحليل المضمون الكيفي في هذه الدراسة لتحليل عينة من النشرات الإخبارية لقناة النهار TV، ومحتواها المنشور على إنستغرام خلال الفترة الممتدة من 18 أبريل إلى 18 ماي 2025، مع التركيز على العناصر التالية:

- الأسلوب اللغوي المستخدم.
- بناء العنوان والمقدمة.
- تقنيات تقديم المحتوى (نص، فيديو، صور).
- حضور الصحفي أو المذيع كعنصر تحريري.
- طبيعة الخطاب (مباشر/غير مباشر، تفسيري/خبري...).

اذ يسمح لنا هذا التحليل بالكشف عن أوجه التشابه والاختلاف في الأساليب التحريرية التي تعتمدها قناة النهار وفقاً للوسيط المستخدم⁸.

✓ استثمار تحليل المضمون:

صدق الاستثمار: هذه الاستثمارة تم التحقق من صدقها من خلال مراجعتها من طرف محكمين من أساتذة المدرسة العليا للصحافة وعلوم الإعلام وهم: الأستاذة "بلحاجي وهيبة" والأستاذ "بوحوالي محمد".

1- أبو زيد، عبد الحميد. (2002). منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية. القاهرة: دار المعرفة الجامعية، ص. 134.

2- قندوز، عبد الرحمن. (2011). مناهج البحث الإعلامي. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، ص. 98.

3- العياضي، نصر الدين. (2000). تحليل المضمون الإعلامي. الجزائر: دار هومة، ص. 42.

مجتمع وعينة الدراسة:

⁹ يُعدّ مجتمع الدراسة من المفاهيم المحورية في أي بحث علمي، إذ يُمثّل الإطار الكلي الذي تُستمد منه البيانات أو المعلومات المتعلقة بظاهرة معينة. وقد عرفه الباحث "ذوقان عبيدات وآخرون" (2003) بأنه: "جميع المفردات أو العناصر التي تتصف بخاصية أو أكثر من الخصائص التي يهتم الباحث بدراستها، ويهدف إلى تعميم نتائج دراسته عليها"¹. ويؤكد "عبد الرحمن عدس" (1999) أن مجتمع الدراسة هو "المجموعة الكاملة من الأشخاص أو الأشياء أو الأحداث التي يرغب الباحث في التوصل إلى نتائج بشأنها"².

وبتعبير آخر، فإن مجتمع الدراسة يحدّد الحدود الموضوعية والزمانية والمكانية التي تتحرك ضمنها عملية جمع البيانات وتحليلها. وقد يأخذ المجتمع طابعاً بشرياً (أفراداً أو جماعات)، أو مؤسساتياً، أو مادّياً (كالوثائق أو البرامج أو الرسائل الإعلامية). والهدف من تحديده بدقة هو ضمان المصادقية العلمية والتطبيقية للبحث، وتوجيه أدواته المنهجية نحو الظاهرة المقصودة دون تشويش أو تعميم مفرط.

وفي سياق هذه الدراسة، يتمثل مجتمع البحث في كافة المواد الإعلامية المنشورة من طرف قناة النهار TV خلال الفترة المدروسة، عبر وسيلتين مختلفتين:

- أولاً: النشرات الإخبارية التلفزيونية التي تُبث عبر شاشة القناة يومياً على الساعة الخامسة مساءً،
- ثانياً: المنشورات الرقمية المتوفرة على الصفحة الرسمية للقناة عبر منصة إنستغرام.

ويشترط في هذه المواد أن تكون ذات صلة مباشرة بتغطية الحدث السياسي الذي وقع أو تفاعلت معه القناة خلال تلك الفترة، بما يشمل مختلف الأشكال التحريرية كالتقارير، العناوين، الأخبار العاجلة، الملخصات المصورة، والقصص الإخبارية المنشورة في "الستوري"، وغيرها من المضامين.

1- عبيدات، ذوقان، العدوان، عبد الرحمن، وعبد السلام، عدنان. (2003). البحث العلمي: مفاهيمه وأدواته وأساليبه. عمان: دار الفكر، ص. 133.

2- عدس، عبد الرحمن. (1999). أساسيات البحث التربوي. عمان: دار المسيرة، ص. 57.

وتم اختيار هذا المجتمع الإعلامي بالذات لعدة أسباب علمية وميدانية:

- أولاً، لأن قناة النهار TV تُعدّ من أبرز الفاعلين في المشهد الإعلامي الجزائري، وتتمتع بانتشار واسع على المستويين التلفزيوني والرقمي.
- ثانياً، لأن التركيز على حدث سياسي محدد يمكّن من ضبط المتغيرات الموضوعية ويوفّر بيئة تحليل أكثر دقة واتساقاً.
- ثالثاً، لأن الجمع بين محتوى تلفزيوني وآخر رقمي يمكّن من المقارنة المباشرة بين أساليب التحرير في بيئتين مختلفتين.

العينة: هي جزء من مجتمع البحث الأصلي يختارها الباحث بأساليب مختلفة وتضم عددا من الافراد من المجتمع الأصلي. فهي أيضا مجموعة فرعية من عناصر مجتمع البحث التي يجري اختيارها وفق قواعد وطرق علمية بحيث تمثل المجتمع تمثيلا صحيحا.

¹⁰ كما تُعد عينة الدراسة عنصراً أساسياً في أي بحث علمي ميداني أو تحليلي، إذ تمثل الجزء الذي يُستخلص من مجتمع الدراسة بغرض دراسته بشكل مفصل، ثم تعميم النتائج المستخلصة منه - بدرجات متفاوتة - على المجتمع الأكبر. وقد عرفها "محمد الطيطي" (2000) بأنها: "مجموعة من العناصر أو المفردات التي تم اختيارها من مجتمع الدراسة بطريقة معينة، بحيث تمثل هذا المجتمع تمثيلاً كافياً يمكّن من تعميم النتائج عليه"¹.

أما "عبد الغني محمد حسن" (1998)، فيرى أن العينة هي "مجموعة جزئية من مجتمع الدراسة تُختار بطرق علمية، بحيث تكون ممثلة له، وتُستخدم لتحليل ودراسة الظاهرة موضع البحث"². ويفترض اختيار العينة المناسبة إدراكاً واضحاً لطبيعة مجتمع الدراسة، وللأهداف المنهجية للبحث، ولنوع التحليل المعتمد.

وبناءً على طبيعة هذه الدراسة، التي تعتمد على منهج تحليل المضمون، والذي يُعد من أهم المناهج المستخدمة لدراسة المحتوى الإعلامي تم اختيار عينة قصدية (غير احتمالية) تشمل المضامين الإعلامية

3- عاطف عدلي العبد. استطلاعات و بحوث الاعلام و الراي العام الاسس النظرية و النماذج التطبيقية . القاهرة: دار الفكر العربي، 2006. ص16

4- الطيطي، محمد. (2000). مناهج البحث العلمي: قواعده وتطبيقاته. عمان: دار المسيرة، ص. 144.

5- حسن، عبد الغني محمد. (1998). أسس البحث العلمي: النظرية والتطبيق. القاهرة: دار المعرفة الجامعية، ص. 101.

التي نشرتها قناة النهار TV خلال تغطيتها للحدث السياسي في الفترة الممتدة من 18 أفريل إلى 18 ماي 2025، عبر كل من الوسيطين الرئيسيين:

- النشرة الرئيسة الثالثة للقناة والتي تُبث على الساعة الخامسة مساءً.
- والصفحة الرسمية على منصة إنستغرام، سواء من خلال المنشورات الثابتة، أو "الستوري"، أو مقاطع الفيديو القصيرة.

وقد تم اختيار هذه العينة وفق معايير قصدية تأخذ بعين الاعتبار:

- الطابع السياسي للموضوع
- شكل التناول التحريري (نشرة/منشور)
- تنوع الوسائط المستعملة (صوت، صورة، نص، فيديو)
- تكرار النشر أو البث

وتم تقسيم العينة بشكل منهجي إلى قسمين متوازنين:

- عينة من 12 نشرة إخبارية بمعدل نشرة واحدة كل 2-3 أيام ضمن الفترة المدروسة، خلال أيام محددة، مع مراعاة الأحداث البارزة.
- وعينة من 24 منشورا متنوعا (صور، فيديوهات قصيرة، ستوريات محفوظة) على إنستغرام:
- 12 منشورا ذو علاقة مباشرة بالحدث السياسي محل المعالجة و 12 منشورا خارجيا مرتبطا بالحدث السياسية بصفة عامة.

حدود الدراسة:

الحدود المكانية: تتمثل الحدود المكانية في مقر القناة التلفزيونية الخاصة الجزائرية ENNAHAR TV المتواجدة في سعيد حمدين بالجزائر العاصمة.

الحدود الزمنية: اما الحدود الزمنية للدراسة ستكون بداية من يوم 18 افريل 2025 الى غاية 18 ماي من نفس السنة.

أهم مصطلحات الدراسة:

1. الإعلام التقليدي: (Traditional Media)

- **لغة:** يتعلق بكلمة "تقليدي" التي تعني "القديم" أو "الذي يعتمد على الطرق القديمة". الإعلام التقليدي يشير إلى الأدوات الإعلامية القديمة التي كانت تشكل المصدر الرئيسي للمعلومة.
- **اصطلاحاً:** في السياق الإعلامي، يُستخدم "الإعلام التقليدي" للإشارة إلى الوسائل الإعلامية التقليدية التي تهيمن على الفضاء العام، حيث تقوم بنقل الأخبار والمحتوى بدون تفاعل أو مشاركة مباشرة من الجمهور.
- **المعنى الإجرائي:** يشمل الوسائل الإعلامية التي كانت سائدة قبل ظهور الإعلام الرقمي، مثل التلفزيون، الراديو، والصحف الورقية. يعتمد هذا النوع من الإعلام على البث الأحادي الاتجاه من المصدر إلى الجمهور، دون تفاعل مباشر.

2. الإعلام الرقمي: (Digital Media)

- **لغة:** "رقمي" تعني ما يتعلق بالأنظمة الإلكترونية أو التي تعتمد على البيانات الرقمية. وبالتالي، الإعلام الرقمي يشير إلى الإعلام الذي يتم توصيله عبر التقنيات الرقمية.
- **اصطلاحاً:** يُستخدم في سياق الإعلام للإشارة إلى وسائل الإعلام التي تعتمد على الإنترنت والتقنيات الحديثة في التفاعل مع الجمهور، ويشمل المواقع الإخبارية، المدونات، ومنصات التواصل الاجتماعي.
- **المعنى الإجرائي:** يشير إلى استخدام منصات الإنترنت ووسائل التواصل الاجتماعي لبث الأخبار والمحتوى الإعلامي. يتميز هذا النوع بالتفاعل المباشر مع الجمهور، كما يسمح بالتحديث المستمر للمحتوى والتفاعل الفوري.

3. الأسلوب التحريري: (Editorial Style)

- **لغة:** يُقصد به الطريقة أو الأسلوب الذي يتم من خلاله صياغة وتحرير النصوص. في الإعلام، يشمل طريقة تقديم الخبر أو المقال من حيث الأسلوب اللغوي والهيكل.
- **اصطلاحاً:** في مجال الإعلام، يشير إلى الأسلوب الذي يحدده الإعلامي في معالجة الأحداث والمعلومات بما يتناسب مع طبيعة الجمهور المستهدف ووسيلة الإعلام المستخدمة.
- **المعنى الإجرائي:** يشير إلى الطرق والأساليب التي يتبعها الصحفي أو المحرر في صياغة المحتوى الإعلامي، سواء كان ذلك عبر التلفزيون أو منصات رقمية، ويشمل اختيار الكلمات، الترتيب، والأطر التي تُستخدم لتقديم الأخبار والمعلومات بشكل فعال.
- **المفاهيم المرتبطة:**
 - **الأسلوب الرسمي وغير الرسمي:** يختلف الأسلوب التحريري في التلفزيون (غالبًا رسمي) عن الأسلوب في وسائل التواصل الاجتماعي (غالبًا غير رسمي).
 - **السياق التحريري:** القواعد والممارسات التي تحكم كتابة الأخبار والمحتوى الإعلامي.
 - **النبرة:** الطريقة التي يتم بها اختيار الكلمات والتعبير، مثل النبرة الجادة أو المرحة.

4. الإنستغرام: (Instagram)

- **لغة:** الإنستغرام هو اسم خاص لتطبيق محدد، وهو يتكون من كلمتين: "إنست" من الكلمة الإنجليزية "Instant" وتعني فوري، و"غرام" تعني التصوير أو الصورة، وبالتالي "الصورة الفورية".
- **اصطلاحاً:** في مجال الإعلام، يُعتبر الإنستغرام منصة تواصل اجتماعي تتيح للعلامات التجارية ووسائل الإعلام التواصل مع جمهورها من خلال محتوى مرئي سريع التأثير، حيث يركز على الصور والفيديوهات القصيرة.

- **المعنى الإجرائي:** هو تطبيق ومنصة اجتماعية تعتمد بشكل رئيسي على الصور والفيديوهات لمشاركة اللحظات والمحتويات بين المستخدمين. في الإعلام، يُستخدم للتفاعل المباشر مع الجمهور من خلال المنشورات، القصص، والبث المباشر.

المفاهيم المرتبطة:

- الهاشتاغات (#): كلمات أو عبارات تستخدم لتصنيف المحتوى وزيادة وصوله.
- الإيموجي: الرموز التعبيرية التي تضيف عنصرًا من الود والودية.

5. التلفزيون (Television):

- **لغة:** يشير إلى جهاز البث الذي يعرض الصور المتحركة والصوت. كلمة "تلفزيون" مشتقة من اللغة اليونانية "تلفي" وتعني "بعيد" و"رؤية" أي "الرؤية عن بعد".
- **اصطلاحا:** في السياق الإعلامي، يُستخدم التلفزيون للإشارة إلى الوسيلة التي تجمع بين الصوت والصورة لتوصيل المعلومات للجمهور على شكل برامج إخبارية، مسلسلات، أو أفلام.
- **المعنى الإجرائي:** هو وسيلة إعلامية تستخدم الصورة والصوت لنقل الأخبار والبرامج للجمهور، حيث يعتمد على بث المحتوى عبر القنوات التلفزيونية. يتمتع بقدرة على التأثير المباشر على الجمهور من خلال البرامج الإخبارية والبرامج الترفيهية.

الدراسات السابقة و حدود الاستفادة منها:

أن الدراسات العلمية الاكاديمية وعلى اختلاف مجالاتها وتخصصاتها، تقوم على مجموعة من الأسس والضوابط المنهجية، ومن بينها الدراسات السابقة التي توطر الباحث العلمي وتدعم مسار بحثه وتساعده في بذل جهد أكبر لتقديم إضافة علمية في مواضيع الدراسات المشابهة لدراسته. ومن بين الدراسات التي تحصلت عليها وتمت بصلة لموضوع دراستي هذه ما يلي:

- الدراسة الاولى: هناء عاشور " القنوات الفضائية الإخبارية ودورها في تدعيم حرية التعبير قناة النهار الجزائرية الخاصة - انموذجا - " مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير تخصص اعلام و اتصال. جامعة العربي بن مهيدي كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، ام البواقي 2013.

المنهج المستخدم: وصفي تحليلي.

متن الدراسة: محتوى برامج قناة النهار الإخبارية خلال السنوات الأولى لانطلاقها، مع التركيز على البرامج ذات الطابع السياسي والمجتمعي (ابتداء من 2012).

أدوات الدراسة: تحليل مضمون نوعي لبرامج مختارة، مدعوم بوصف لخلفيات التحرير والتوجهات العامة للقناة.

أبرز النتائج:

- اظهرت الدراسة أن قناة النهار ساهمت منذ تأسيسها في توسيع هامش حرية التعبير في المشهد الإعلامي الجزائري، من خلال تناولها لمواضيع سياسية واجتماعية تمس المواطن مباشرة.
- شكلت قناة النهار TV منبرا إعلاميا جديدا ساهم في فتح المجال لطرح القضايا السياسية والاجتماعية بجرأة نسبية، في وقت كانت فيه الساحة الإعلامية الجزائرية تعاني من هيمنة الطابع الرسمي.
- اعتمدت القناة على خطاب إعلامي يتسم بالنقد والجرأة النسبية مقارنة بالمشهد الإعلامي العمومي، مما مكنها من خلق تفاعل جماهيري واسع.

- واجهت القناة صعوبات تتعلق بالرقابة غير المباشرة، وضغوطات ناتجة عن الخطوط الحمراء في السياسة والإعلام.
- عرفت القناة تنوعاً في مصادرها الإعلامية، واستعانت بمراسلين ميدانيين ما ساعد على تغطية الأحداث الجارية بسرعة وفعالية.
- اهتمت القناة ببناء علاقة مباشرة مع الجمهور من خلال نقل انشغالاته وربطها بالخطاب الإعلامي العام، وهو ما ساهم في تعزيز مصداقيتها آنذاك.

حدود الاستفادة من الدراسة وتقاطعها مع الدراسة الحالية:

توفر هذه الدراسة خلفية مهمة لفهم بداية قناة النهار الجزائرية وتوجهها التحريري في مرحلة مبكرة من تطورها. كما تبرز سعي القناة إلى تثبيت موقعها كمصدر حر نسبياً في الإعلام الجزائري.

فهي تقدّم تمهيداً معرفياً مهماً يساعد على فهم انطلاقة قناة النهار TV ، وتوجهاتها التحريرية، خاصة فيما يتعلق بتناولها للقضايا السياسية في السنوات الأولى. كما توفر خلفية تساعد الباحث على مقارنة مدى ثبات أو تغير الخط التحريري للقناة بين الماضي والحاضر، وهو أمر أساسي لفهم التحولات التحريرية في فترة الدراسة الحالية (2025). علاوة على ذلك، تعزّز الدراسة من فهم علاقة القناة بحرية التعبير، ما يساهم في تقييم أدائها في تغطية الأحداث السياسية. وتكتسي هذه الدراسة أهمية إضافية من حيث اعتمادها على نفس المنهج المعتمد في هذه المذكرة (الوصفي التحليلي)، مما يسمح بتكامل على مستوى الإجراء البحثي.

- الدراسة الثانية : محمد بوحوالي " إشكالية التكامل و التنافر بين وسائل الاعلام الكلاسيكية ووسائل الاعلام الجديدة دراسة مسحية تحليلية لوسائل الاعلام الجزائرية" أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الاعلام و الاتصال، قسم علوم الاعلام جامعة الجزائر 3 كلية علوم الاعلام و الاتصال، الجزائر 2020.

المنهج المستخدم: المنهج المسحي التحليلي.

متن الدراسة: عينة شملت عدداً من المؤسسات الإعلامية الجزائرية (صحف، قنوات تلفزيونية، إذاعات، منصات إلكترونية)، وتم تحليل سياساتها التحريرية ومدى تكاملها الرقمي.

أدوات الدراسة: استبيانات موجهة للإعلاميين، مقابلات مع فاعلين إعلاميين، تحليل مضمون لبعض المحتويات الرقمية والتقليدية.

أبرز النتائج:

- وسائل الإعلام الجزائرية تعاني من صعوبة في تحقيق انسجام تحريري وتكامل فعلي بين الوسيطين التقليدي والرقمي.
- لا يزال الخطاب الرقمي في أغلب المؤسسات تابعاً للمضمون التقليدي دون صياغة جديدة تتلاءم مع طبيعة الجمهور الرقمي.
- غياب رؤية تحريرية رقمية متكاملة أدى إلى ضعف الأداء الإعلامي في الفضاء الرقمي.

حدود الاستفادة من الدراسة :

توفر هذه الدراسة قاعدة نظرية ثرية تساعد على فهم إشكالية العلاقة بين الإعلام الكلاسيكي والرقمي، وتفسر واقع التناظر القائم بين الأسلوبين في المؤسسات الإعلامية الجزائرية. وتثري الدراسة الإطار المفاهيمي لدراستنا من خلال توضيح مفاهيم مثل "التكامل الوصائفي" و"تحول الوسيط"، كما تسند الخلفية النظرية المتعلقة بالتحديات المهنية التي تواجه الإعلام الجزائري في زمن الرقمنة، وهو ما ينعكس بشكل مباشر على الخطاب التحريري المدروس في هذه المذكرة.

- **الدراسة الثالثة : جهاد طيب و غزيل بودالية " المعالجة الإعلامية لقناة النهار TV لظاهرة اختطاف الأطفال في الجزائر دراسة تحليلية لبرنامج تحريات " مذكرة تخرج لنيل شهادة ماستر تخصص وسائل الاعلام و المجتمع جامعة عبد الحميد بن باديس قسم العلوم الإنسانية شعبة علوم الاعلام و الاتصال، مستغانم 2016.**

المنهج المستخدم: المنهج الوصفي التحليلي (وهو من المناهج التي تلتقي مع الدراسة الحالية في تحليل الخطاب والأساليب التحريرية).

متن الدراسة: حلقات مختارة من برنامج "تحريات"، الذي بثته قناة النهار، والمتخصص في تغطية الجرائم والظواهر الاجتماعية الخطيرة.

أدوات الدراسة: تحليل مضمون دقيق من حيث البنية التحريرية، الخطاب اللغوي، اللغة البصرية، التوظيف الموسيقي، والمقاطع الحية.

أبرز النتائج:

- القناة استخدمت خطاباً مؤثراً قائماً على الإثارة والدراما العاطفية لشد انتباه الجمهور إلى الظاهرة.
- تم اعتماد السرد القصصي، والشهادات المباشرة، والريبورتاجات المصورة كأساليب رئيسية في التغطية.
- لعب البرنامج دوراً بارزاً في توعية المجتمع، لكنه اعتمد أحياناً على تقنيات إخراجية مثيرة للجدل.

حدود الاستفادة من الدراسة:

تُعد هذه الدراسة مرجعاً عملياً مهماً لفهم كيفية بناء المادة التحريرية في قناة النهار عند تناولها لموضوع اجتماعي حاد. وتقيد دراستنا الحالية في المقارنة بين الأشكال والأساليب المستخدمة في البرامج التلفزيونية المختلفة، وتساعد في تقييم حضور البعد الإنساني أو العاطفي في المعالجة التحريرية. كما تمنح الباحث أدوات لتحليل العلاقة بين الوسيط المستخدم وطبيعة الخطاب. وعلى الرغم من اختلاف الموضوع (اجتماعي لا سياسي)، فإن التقنيات والأساليب المستعملة تفيد في دراسة كيفية تكييف القناة لمحتواها حسب طبيعة القضية والجمهور. كما أن اعتماد هذه الدراسة على المنهج التحليلي النوعي يمنح تقارباً منهجياً مع الدراسة الحالية، ما يدعم التكامل بين المضمون والمنهج في تحليل المحتوى الإعلامي.

الإطار النظري والمفاهيمي

الفصل الأول :

الإعلام والتحرير في البيئة الرقمية

تمهيد :

شهد المجال الإعلامي خلال العقود الأخيرة تحولات عميقة بفعل الثورة الرقمية وانتشار تكنولوجيا المعلومات والاتصال، ما أدى إلى تغيير جذري في طرق إنتاج وتوزيع واستهلاك المحتوى الإعلامي. فقد انتقل الإعلام من نموذج تقليدي يقوم على الوسائط الأحادية مثل الصحافة الورقية، الإذاعة، والتلفزيون، إلى نموذج رقمي تفاعلي يعتمد على الإنترنت والمنصات الاجتماعية، حيث لم يعد المتلقي مجرد مستقبل سلبي للمعلومة، بل أصبح طرفاً فاعلاً في صناعة الخطاب الإعلامي وتداوله.

هذا التحول لم يكن تقنياً فقط، بل شمل البنى المؤسسية والوظيفية للوسائل الإعلامية، وكذلك أساليب التحرير الصحفي التي تأثرت بالسياق التفاعلي الجديد. إذ باتت المؤسسات الإعلامية، بما فيها القنوات التلفزيونية، مضطرة إلى التكيف مع المنظومة الرقمية من خلال إعادة النظر في طرق صياغة محتواها وتوزيعه على منصات مختلفة، ومنها منصات التواصل الاجتماعي وعلى رأسها إنستغرام، الذي بات يشكل وسيطاً بصرياً مؤثراً في الحقل الإخباري.

وفي ظل هذا المشهد المتغير، تكتسي دراسة العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الرقمي أهمية بالغة، خصوصاً فيما يتعلق بكيفية تطور الأساليب التحريرية ضمن هذه البيئة الجديدة. وعليه، يأتي هذا الفصل النظري لتأطير المفاهيم الأساسية التي ينبني عليها موضوع الدراسة، من خلال التطرق إلى طبيعة الإعلام التقليدي، ثم استعراض التحول إلى الإعلام الرقمي، والوقوف عند مفهوم الأساليب التحريرية وتطورها، وصولاً إلى منصة إنستغرام كحالة إعلامية رقمية حديثة، بات لها حضور متزايد لدى المؤسسات الإعلامية التقليدية.

المبحث الأول: الإعلام بين النموذج التقليدي والرقمي

المطلب الأول: مفهوم الإعلام التقليدي

تطور العالم واختلف اختلافا كبيرا مقارنة بما كان عليه سابقا، وكان هذا التطور نتيجة لعدة ثورات منها ثورة تطور وسائل الإعلام والاتصال، حيث تطورت وسائل الإعلام عبر فترات زمنية متلاحقة بزمان ليس بالقصير، وكانت بداية انطلاقها في بداية منتصف القرن العشرين، مما أثر بشكل كبير في تأسيس وإنشاء قنوات فضائية بمختلف الأغراض والأهداف والأدوات، بحيث شملت مختلف وسائل الاتصال المقروءة والمسموعة والمرئية¹¹.

يمكن أن نقول إن الإعلام بدأ في الظهور مع بداية البشرية وذلك منذ بدأ أول حوار بشري بين شخصين أدم وحواء تكونت أول عملية إعلامية اتصالية بين طرفين إما لنقل المعلومات أو لنقل الأفكار.

وقد ربط بعض الباحثين أن تطور البشر تم من خلال تطور وسائل الإعلام و ذلك من خلال التفسير الذي ينظر إلى التطور الاجتماعي للبشرية بمعنى أن تطور وسائل الإعلام هو العامل الرئيسي لإحداث التطور الاجتماعي للبشرية، كما نجد التفسير المادي والتفسير السيكولوجي للتاريخ فهناك أيضا التفسير الإعلامي للتاريخ، وهو التفسير الذي يقسم التطور الاجتماعي تبعا لتطور مراحل تطور الإعلام، فهناك المرحلة السمعية في التاريخ (النفخ في الأبواق) ثم تأتي المرحلة الخطية النقش والرسم على جدران المقابر والمعابد والقصور والكتابة المنسوجة على الجلود أو على الورق ثم مرحلة الطباعة (الصحف) وأخيرا المرحلة الإلكترونية الراديو والتلفزيون واستخدام الكمبيوتر والأقمار الصناعية في الإعلام وظهور وسائل الاتصال الحديثة).

ولقد كانت نشأة الصحافة في غرب أوروبا في نهاية القرن 16 وبداية القرن 17 صحافة خبرية تقتصر على نشر الأخبار دون التعليق عليها أو تحليلها، وقد لبث الصحف الخبرية حاجات الطبقات البرجوازية أي أخبار المال والتجارة وتغيرات السوق في ذلك الوقت، ولقد ساعد إنشاء الخدمات البريدية على سرعة

¹¹ يصرف حاج تأثير التلفزيون الجزائري على تحديد السلوك الانتخابي برنامج المصالحة الوطنية كنموذج مذكورة تخرج لنيل درجة ماجستير، كلية العلوم الإنسانية والحضارة الإسلامية، جامعة وهران 2006/2007، ص 18

وصول الصحف إلى الجمهور، ومنه تطور الإعلام عبر العصور والزمان من كونه وسيلة اتصالية " تعتمد على تبادل المعلومات ونقلها للأخبار وقد أصبحت قوى مؤثرة في حياة الشعوب

وسرعان ما تغيرت وظائف الصحافة وتحولت من صحافة تقوم بالأخبار ونقل المعلومات إلى صحافة تساهم في إبداء الرأي والتحليل والتعليق على ما تنشره هذه الصحف.¹²

ولم يقف العقل البشري عند هذا الحد فيما توصل العلم إليه فتم اختراع الراديو الذي كان ولا يزال وسيلة مهمة من وسائل الإعلام والاتصال.

اذ يعود اختراع الراديو إلى عدة محاولات وتجارب لكن يعود الفضل في اختراع هذه الوسيلة إلى الفيزيائي العالمي Marcont Guolilio الحائز على جائزة نوبل سنة 1909 الذي تمكن من استخدام هذه الوسائل اللاسلكية بواسطة موجات مركزية، ثم عمل على تطوير هذه الوسيلة باحثين آخرين على رأسهم فسندين Fessenden الذي بث عام 1906 ولأول مرة الصوت الإنساني عبر الإذاعة، إضافة إلى القطع الموسيقية، ثم جاء بعده فوسه Foste باستخدام برج ايفل في باريس عام 1908 للإرسال الإذاعي.

وانتشرت الإذاعة في جميع بقاع أو أصقاع العالم التي سارعت الدول إلى إنشاءها بعد أن تيقنت إلى دورها وأهميتها الكبيرة بعد الدور المحوري الذي لعبته أثناء الحرب العالمية 1 و 2 وبالأخص الإذاعات الموجهة ومنه أصبح الراديو منافسا للصحافة وعمل على النهوض بها ولم يعمل على القضاء عليها.. وفي منتصف القرن الماضي كانت الثورة الصناعية في أوج قمتها مما ساهم في ظهور اختراع خطير في ذلك الوقت ألا وهو "التلفزيون" والذي أدى بشكل مباشر إلى تغيير الكثير من المفاهيم والأسس الاجتماعية في حياتنا أكثر من وسائل الإعلام المختلفة الأخرى، وظل العالم مسجوناً في هذه الشاشة المرئية، ومع ثورة الأقمار الاصطناعية انتقلت فكرة التلفزيون من مجرد شاشة محلية إلى محطات وقنوات فضائية يتابعها ملايين البشر وتنقل الأخبار والأحداث أولاً بأول.

و تختلف وسائل الإعلام باختلاف الوسائل وتعدد أنواعها وقد شملت هذه الوسائل الأنواع التالية:

- 1- المطبوعة تشمل (الصحف والكتب والدوريات والنشرات والمجلات).
- 2- السمعية (الإذاعة والتسجيلات الصوتية المختلفة والتي تقوم على عنصر الصوت وحده).
- 3- السمعية البصرية (السينما، التلفاز والمسرح).

¹²صالح خليل أبو أصبع الاتصال الجماهيري، دار الشروق، الأردن، عمان، ط1، 1999، ص 29.

وسائل الإعلام المطبوعة (المكتوبة):

تحمل هذه الوسائل مزايا تتمثل في إمكانية حفظها ونقلها بسهولة ودون عناء، فهي توفر للقارئ فرصة لإمكانية التحكم في عمليات التعرض للرسالة، إذ يمكن للقارئ أن يختار المقال الذي يعجبه ليقرأه ويمكنه أن يعيد قراءة فقرة منه متى يشاء.

وقد نجد ان الرسائل تكون غير متخصصة كما هو الحال في الجرائد والمجلات العامة، وقد تكون متخصصة كما في الصحافة المتخصصة والكتب، أما فيما يخص تمويل هذا النوع من الوسائل يكون إما من طرف الحكومة أو من طرف مؤسسات كبيرة، أو يقوم أفراد بالتمويل¹³.

ومنذ ظهورها والصحافة تركز على توظيف الرموز اللغوية والرسومات والصور والورق والأخبار فالرسائل هنا تعتمد على الصياغات اللغوية والتحريرية ومزاوجتها بالصور والرسومات للإيضاح، فلا يمكن لهذا النوع من الصحافة المكتوبة التي تستلزم في هذا المقابل إجادة المتلقي المهارات القراءة في المقام الأول.

وعلى الرغم من المنافسة القوية والشرسة التي تواجهها الصحافة المكتوبة من الوسائل الإعلامية الإلكترونية في المجال الإعلاني، إلا أنها استطاعت وبكل جدارة أن تحافظ على حضورها ومكانتها ولم تتضرر بالشكل الذي تتبأ به الكثيرون مع بداية ظهور التلفزيون والإذاعة وهذا كله راجع إلى اعتماد الصحافة على آليات عمل جديدة وجماهيرية، إضافة الى استغادتها من الثورة الالكترونية و توظيفها لصالحها.

وسائل الإعلام المسموعة :

تمتاز الإذاعة بمخاطبتها لحاسة السمع بالدرجة الأولى وهي وسيلة تلعب دورا أساسيا كوسيلة للترفيه و التثقيف وخاصة بعد دخول التلفزيون الخط وكونه منافسا لها، إذ أصبحت برامجها الغنائية والموسيقية تزيد عن 50% من مجمل برامجها فجمهورها واسع من مختلف المستويات والثقافات. وتتميز الإذاعة بقدرتها الكبيرة على الوصول إلى الجمهور بغض النظر عن الموقع الجغرافي والمعوقات الطبيعية، إضافة إلى ميزة أخرى هي الآتية فالإذاعة تتسم بالسرعة في ملاحقة الأخبار والمعلومات وهو ما يميزها عن باقي الوسائل الأخرى.

2025/05/18، 12:00 <http://press-amuntada.com/t5-topic> تاريخ وسائل الإعلام

4- صالح خليل أبو أصبع: مرجع سابق ص 30.

5- صالح دياب هندي : أثر وسائل الإعلام على الطفل، دار الفكر للطباعة والنشر، عمان، الأردن، ط1، 1998 ، ص 23 53

وقد عرف على الإذاعة كذلك أنها وسيلة يتعامل فيها مع الأخبار كعناوين وبشكل مهني مختلف كلية عن الصحافة المكتوبة المعنية بالخبر والمعالجات المطوية في قوالب الرأي العام والتعليق والتقارير وكثيرا ما حظيت الإذاعة بمتابعة واهتمام كبير للطبقات الشعبية غير المؤهلة علميا بمعرفة ما يدور حولهم داخل مجتمعاتهم، حيث سمحت بخلق نوع من الوعي الاجتماعي لدى الأميين والمعزولين جغرافيا عن المراكز المدنية في المجتمعات.

وسائل الإعلام السمعية البصرية :

تشمل كل من التلفزيون والسينما والمسرح، وهذا النوع من وسائل الإعلام يمارس نوعا من الفعالية بشكل كبير على جمهور المشاهدين، ويمتلك قدرة تأثيرية أعمق نظرا لاعتماده على الصوت و الصورة في أن واحد، سواء من خلال جهاز التلفزيون أو الفيديو...إلخ. حيث تعتبر من أهم الوسائل السمعية البصرية للاتصال بال جماهير عن طريق بث برامج معينة. وتتميز هذه الوسائل أيضا بأنها تخاطب عواطف المشاهدين بالدرجة الأولى، وذلك بحكم الصيغة التي تميز برامجها.

إن وسائل الإعلام المرئية اليوم وخاصة التلفزيون هي وسيلة ترفيه بالدرجة الأولى وبدون منازع في مختلف المجتمعات نظرا للاهتمام المتزايد بعالم الصورة في مجتمعات اليوم، فقد أخذت المحطات التلفزيونية في الاحتفاء بمن يظهرون على الشاشة كمديعين حسب معيار الصناعة النجومية، فالمظهر الخارجي والأسلوب يعتبران من المعايير الصارمة لانتقاء شخصيات الإعلاميين التي يفترض أن يكونوا ذو حضور غير عادي، ومنه فيبقى التلفزيون وسيلة مرتبطة بالجمهور ومؤكد أن الصورة التي تلعب الدور الأكبر في موثوقية الجمهور في التلفزيون.

أخذ ظهور التلفزيون ثورة في عالم وسائل الاتصال والإعلام فقد رأى العديد من الباحثين المهتمين بدراسة وسائل الإعلام أن التلفزيون بعد ظهوره احتل مكانة قوية في عقول الجمهور وأصبح أكثر وسائل الإعلام تأثيرا على الجماهير كونه ينقل الصوت والصورة معا غرار باقي وسائل الإعلام، و يعتبر من أكثر الوسائل انتشارا وتأثيرا لما يتميز به من خصائص نادرة مقارنة بغيرها من وسائل الاتصال الأخرى ولما يؤديه من دور فعال في حياة الجماهير في جميع الميادين الإعلامية وتضاعفت أهميته وتأثيره في ظل التطور التقني والتكنولوجي الحديث.¹⁴

¹⁴ عبد الرزاق محمد الديلمي : عولمة التلفزيون، نفس المرجع السابق ص 143
محمد زياني: الفضائيات العربية والسياسة في الشرق الأوسط ، الطبعة الأولى ، مركز الإمارات للدراسات والبحوث الإستراتيجية العدد 57 34
2005 ، ص

و بطريقة أخرى يُعرف الإعلام التقليدي بأنه: "مجموعة الوسائل الاتصالية التي تنقل المعلومات من مرسل إلى جمهور واسع، باستخدام وسائط مثل الصحافة المكتوبة، الإذاعة، والتلفزيون، وفق تنظيم مؤسساتي رسمي وبتقنيات تعتمد البث الجماهيري الأحادي الاتجاه".

ويتميّز الإعلام التقليدي بخصائص بنيوية أهمها:

- **مركزية الإنتاج:** إذ يتم إنتاج المضامين داخل مؤسسات إعلامية كبيرة ومنظمة.
- **الاتصال الأحادي الاتجاه:** حيث لا توجد إمكانية للتفاعل المباشر والفوري مع الرسالة الإعلامية.
- **الفصل بين المرسل والمتلقي:** حيث يفصل الزمن والمسافة بين من يُنتج الرسالة ومن يتلقاها.
- **الرقابة والتحرير المركزي:** تخضع المواد لمراقبة تحريرية صارمة قبل النشر أو البث.
- **هيمنة البث الجماهيري:** الرسائل موجهة لجمهور واسع ومجهول وغير متجانس.

المطلب الثاني: وظائف الإعلام التقليدي

يُعدّ الإعلام التقليدي (الصحافة المكتوبة، الإذاعة، والتلفزيون) من أبرز الأدوات التي ساهمت في تشكيل الوعي الجماهيري وتوجيه سلوك الأفراد والجماعات. وقد حدّد الباحثون عدّة وظائف يؤديها الإعلام التقليدي، وهي وظائف اتصالية، اجتماعية، سياسية، وثقافية، تختلف باختلاف السياق التاريخي، والنظام الإعلامي، ودرجة حرية التعبير في المجتمع.

و يعمل الإعلام التقليدي على تقديم عدد من الخدمات للمجتمع، هدفها التبصير والتثوير والإقناع لتحقيق التكيف والتفاهم المشترك بين الأفراد مشتركاً مع التعليم في معناه العام. و تتمثل الوظائف العامة التي تؤدي وسائل الإعلام التقليدية فيما يلي :

أولاً : الوظائف الاتصالية الأساسية

صاغ هارولد لاسويل (Harold Lasswell) في سنة 1948 النموذج الأشهر لوظائف الإعلام، الذي ما يزال مرجعاً أساسياً في تحليل المضمون الإعلامي، وقد حصرها في ثلاث وظائف رئيسية¹⁵:

خليفة، ن. (2020). وظائف الإعلام التقليدي في ظل التحول الرقمي. مجلة علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 3، العدد 13.
¹⁵ Lasswell, H. D. (1948). The Structure and Function of Communication in Society. In L. Bryson (Ed.), The Communication of Ideas. New York: Harper

- وظيفة المراقبة Surveillance اين تقوم وسائل الإعلام برصد الأحداث والتغيرات المحلية والدولية وتنقلها إلى الجمهور، أي أنها تمارس دور "عين" المجتمع". وتساهم هذه الوظيفة في تزويد الأفراد بالمعلومات الضرورية لفهم البيئة المحيطة بهم واتخاذ قراراتهم اليومية.

- وظيفة الربط Correlation تتضمن هذه الوظيفة تفسير وتحليل الأحداث وربطها بالسياق العام. أي أن الإعلام لا يكفي بنقل الوقائع بل يقدم تفسيرات وآراء تساعد على إدراك أبعاد الخبر وتأثيراته، مما يوجه فهم الجمهور للأحداث.

- وظيفة نقل التراث الثقافي Cultural Transmission تسعى وسائل الإعلام إلى نقل المعارف والقيم والتقاليد الاجتماعية من جيل إلى آخر، وهي وظيفة ترتبط بالتنشئة الاجتماعية وتعزيز الانتماء والهوية الجماعية¹⁶.

ثانياً : الوظائف الاجتماعية والثقافية

أشار باحثون لاحقون إلى وظائف أوسع، تدمج بين الدور الاتصالي والاجتماعي للمؤسسات الإعلامية من بينها:

- وظيفة الترفيه Entertainment حيث يوفر الإعلام التقليدي مواد ترفيهية متنوعة أفلام مسلسلات، موسيقى، برامج مسابقات... تساعد الجمهور على الاسترخاء والترويح عن النفس، وتخفف من الضغوط النفسية.

- وظيفة التنشئة الاجتماعية Socialization تؤدي وسائل الإعلام دوراً مهماً في تنمية القيم والمبادئ الأخلاقية لدى الجمهور، خاصة فئة الشباب، وذلك من خلال المحتويات التي تعرض نماذج سلوكية إيجابية أو سلبية.

- وظيفة تشكيل الرأي العام Public Opinion Shaping من خلال التغطيات الإعلامية والتطبيقات تسهم الوسائل التقليدية في بناء اتجاهات الجمهور نحو قضايا معينة، خصوصاً في الفترات الحساسة مثل الانتخابات أو الأزمات.

¹⁶ McQuail, D. (2010). McQuail's Mass Communication Theory (6th ed.). London: Sage Publications.

- Wright, C. R. (1960). Functional Analysis and Mass Communication. Public Opinion Quarterly, 24(4), 605-620

- شلش، فاطمة 2018 - الإعلام المفاهيم والوظائف عمان : دار أسامة.

- Noelle-Neumann, E. (1993). The Spiral of Silence: Public Opinion Our Social Skin. Chicago: University of Chicago Press.

ثالثاً : الوظائف السياسية

من الوظائف المحورية أيضاً، لا سيما في المجتمعات الديمقراطية أو تلك التي تشهد تحولات سياسية، نجد :

- الرقابة والمساءلة Watchdog Function تمارس وسائل الإعلام التقليدية دور السلطة الرابعة" بمراقبة أداء مؤسسات الدولة، وكشف الانحرافات والفساد. وقد تُمارس هذا الدور عبر التحقيقات الصحفية، البرامج الحوارية، أو التغطيات الميدانية. الانحرافات والفساد. وقد تمارس هذا الدور عبر التحقيقات التغطيات الميدانية¹⁷.

- تعزيز المشاركة السياسية Political Participation يعتبر الإعلام التقليدي أداة لتوعية المواطنين بحقوقهم السياسية، وتحفيزهم على المشاركة في الحياة العامة من خلال التغطية المكثفة للنشاطات الحزبية، المناظرات، والانتخابات.

و تمتاز وظائف الإعلام التقليدي ببعض الخصائص التي تُميزها الا و هي:

- **التحكم المؤسسي**: تُمارس الوظائف في إطار مؤسسات إعلامية رسمية، ذات هياكل تنظيمية ثابتة و بإشراف صحفيين محترفين.
- **غياب التفاعلية**: الوظائف تُمارس بطريقة أحادية من المرسل إلى المتلقي، دون إمكانية الردّ الفوري أو النقاش.
- **هيمنة الخطاب النخبوي**: عادة ما يُنتج المحتوى من طرف الصحفيين أو صانعي القرار الإعلامي، ما يُقلل من حضور المواطن العادي في إنتاج المعنى.

المطلب الثالث: نمط إنتاج وتوزيع المحتوى في الإعلام التقليدي

الإنتاج الإعلامي بعامة عملية متكاملة الحلقات وفق رحلة فنية شاملة منذ بداية مسيرة الحياة ، واتساع متطلباتها وحاجاتها وتعدد مناطقها وزيادة مساحاتها ، وقد برزت الحاجة إلى تنظيم عملية الإنتاج مع تطور الصناعات والعلوم والتقنيات ، وانعكس ذلك بوضوح في الإنتاج الزراعي والصناعي، وهو نفسه في عملية الإنتاج الإعلامي، في المطبوعات والراديو والتلفزيون والسينما والمسرح والثقافة والفنون.¹⁸

¹⁷ McNair, B. (2009). News and Journalism in the UK (5th ed.). London: Routledge.

- خليفة، نضال. (2020). وظائف الإعلام في عصر التحول الرقمي. مجلة علوم الإعلام والاتصال، العدد 13، جامعة الجزائر 3.
¹⁸ حسين أبو شنب (2016) انتاج المواد الاعلامية سلسلة الدراسات الاعلامية جامعة فلسطين ص04

ويعتبر إنتاج الكتاب أول استخدام علمي لعملية الإنتاج الإعلامي فهو أقدم الوسائل المطبوعة ، ويأتي من بعده ، الصحف والمجلات ، ثم الراديو والتلفزيون ، وتختلف أشكال الإنتاج وتتعدد طبقاً لتعدد الوسائل ، وتعدد الأهداف التي تسعى إلى تحقيقها ، وتختلف عملية الإنتاج من وسيلة إلى أخرى لكنها في النهاية تلتقي عند عدد من المراحل المنظمة لعملية الإنتاج وتتحدد في المصطلحات التالية :

التحديد specification، و التخطيط planning والإنتاج Production ، والتوزيع Distribution ، كما ترتبط عملية الإنتاج بالتمويل باعتباره عنصراً أساسياً في عملية الإنتاج .

وتتولى إدارة الإنتاج الإشراف الكامل علي عمليات تنفيذ عناصر الإنتاج ومراحلها لتحقيق الأهداف المنشودة . ويختلف ذلك من مؤسسة إلى أخرى ومن وسيلة إلى أخرى ، فالمراحل الفنية لإنتاج الصحيفة أو المطبوعة ، تختلف عن مراحل الإنتاج للراديو ومراحل الإنتاج للتلفزيون أو السينما وغير ذلك.

قواعد تحديد الإنتاج الإعلامي:

لم يعد الإنتاج الإعلامي مزاجاً شخصياً أو رغبة فردية ، أو تمضية وقت وتعبئة مساحات فارغة علي خارطة البرامج والمطبوعات ، وإنما هو فلسفة وخطة ودراسة وفن وعلم بالإضافة إلى التجربة والخبرة ، وأصبحت عملية الإنتاج تقوم على الدراسة والاستطلاع ، ولم يعد الإنتاج تلبية لرغبة أفراد من الجمهور بنفس القدر التي هي ليست أمراً إدارياً ، وإنما الإنتاج عملية جماعية متجددة لها أهداف وأدواتها وخطوطها وفرسانها القائمون علي إنجاحها وفق مراحل متتابعة منتظمة ومتشابكة ، ويمكننا في هذا العجالة أن نحدد عدداً من القواعد والأسس أو المعايير التي تحكم عملية الإنتاج والتي يمكن تحديدها علي النحو التالي:

- اجراء الدراسات والبحوث واستطلاعات الرأي لتحديد رغبات الجمهور ، والانتقاء المناسب بما يتفق مع السياسة العامة للهيئة أو النظام العام.
- تحديد الجمهور وأنواعه ومستوياته وخصائصه ودوافعه وتطلعاته ، وانتماءاته ومحيطه الاجتماعي والثقافي.
- تحديد الأهداف : اذ تنقسم وفق السياسة العامة للمؤسسة بغرض التنشيط او التدعيم او التغيير ، وفقاً لاستجابة الجمهور إلى ذلك.

- تحديد القائمين بالاتصال : وهم مركز التغذية والتأثير ، والمرآة العاكسة للمؤسسة الإعلامية ، وقد دلت التجارب والممارسات الميدانية إلى أهمية القائمين بالاتصال في التأثير المباشر في الجماهير .
- تحديد الرسالة الإعلامية : أي المادة الإعلامية المطلوبة لتوجيهها إلى الجمهور ، وهذا يقتضي تشكيل هيئة أو لجنة للإعداد والاقتراح وبلورة الأفكار وفق الأهداف العامة والأهداف الخاصة .
- القناة أو الوسيلة المقترحة: فهي حاملة الرسالة الإعلامية وناقلتها وموصلتها إلى الجمهور المستهدف ، وهي إما مطبوعة بأشكالها المختلفة ، أو مسموعة أو مرئية .
- مدي الانتشار والتغطية : وهي مركز الاهتمام عند المنتجين والقائمين بالاتصال ، فكلما اتسع مجال المؤسسة الإعلامية ، زاد عند الجمهور وتعددت اهتماماته واختلفت مستوياته ، وهو ما يلقي مسؤولية جديدة على المؤسسة الإعلامية التي تسعى إلى الامتداد والانتشار والتأثير والاستقطاب .
- تحديد الوقت المناسب : ويشتمل ذلك على تحديد الزمن المناسب للبث .
- تحديد عناصر الإنتاج ومراحلها ووضع خطة واضحة للاستعانة بالكاتب ، والمذيع ، والمؤدين ، والمخرج ، والمهندس ، وقدراتها الإنتاجية.¹⁹

❖ إنتاج البرامج :

يعتمد إنتاج البرامج على العمل الجماعي لفريق الإنتاج ويتطلب الإعداد السليم وحسن التنظيم والإدارة والإشراف والمتابعة، ولكل إذاعة أو مؤسسة إعلامية إدارة خاصة بالإنتاج لها طبيعتها وظروفها وأقسامها الإدارية والمالية والفنية حسب نوع وحجم وقوة المؤسسة الإعلامية، كما أن عمليات البيع والتوزيع والتأجير والاشتراكات هي عمليات فنية تدخل في إطار تنظيم إدارة الإنتاج في سياق وضع البرامج والتخطيط.

ويمثل إنتاج البرامج صورة صادقة وملموسة لتأثير تكنولوجيا العصر وإنجازاته ، الذي يتطلب العمل، وفق السياسة العامة للمؤسسة وهو ما يتطلب تحديد مهمات وواجبات وحدات الإنتاج ويمكن تلخيصها كما يلي:

- ❖ تجميع العناصر البشرية اللازمة ذات الكفاءة وإخضاعها للتدريب والتأهيل .
- ❖ تأمين الأجهزة والمعدات والخامات اللازمة والتأكد من مدي صلاحيتها .

¹⁹حسين أبو شنب (2016) انتاج المواد الاعلامية سلسلة الدراسات الاعلامية جامعة فلسطين ص05-06

- ❖ تأمين مصاريف التوزيع و الإنتاج سواء بالشرء أو البيع أو التبادل العلمي والثقافي.
- ❖ تأمين الميزانية اللازمة للإنفاق على عناصر الإنتاج والاستخدام والتقييم.

الصورة والصوت في الانتاج التلفزيوني :

1- الصوت

يعتبر الصوت العنصر الاساسي في رحلة الكلمة المذاعة الممتدة من المرسل الى المستقبل وهو الوسيلة الحاملة للرسالة الاعلامية التي تهدف الاذاعة الى توصيلها للمستمع ويكون الصوت كلمات مقطوعة أو مؤثرات صوتية مختلفة أو موسيقى وفق الخطة العامة للإنتاج التي تتيح للمرسل استقطاب المستمع والاستحواذ عليه وعلى خياله وتصوراتة، والصوت عبارة عن موجات تنتشر في الهواء بشكل متعاقب ثم يتلاشى تدريجيا. و تنتقل الكلمة الاذاعية في سياق رحلة الصوت من المرسل الى المستقبل عبر الميكروفون واجهزة الارسال التي تقوم بتكبير وتضخيم الصوت حتى تصل هذه الكلمة الى اذن المستقبل²⁰.

ويتميز جهاز السمع عند الانسان بقدرته على خلق صورة ذهنية فاعتمدت الاذاعة بالراديو على الصوت التي يجسد صورة ناطقة في الخيال، بينما اعتمدت السينما والتلفزيون على الصوت والصورة ولم تستطع الاجهزة المرئية الاستغناء عن الصوت حتى في الافلام الصامتة التي تستخدم الموسيقى والمؤثرات الصوتية.

وفي الانتاج التلفزيوني تتنوع اساليب تسجيل الصوت، وغالبا ما تكون من النوع الديناميكي عالية القدرة حتى يتمكن مهندس الصوت من كشف أي عيوب غير مرغوبة اثناء تسجيل البرنامج او البروفات او عملية المونتاج.

وبالتالي فان الصوت والصورة عنصران أساسيان في الانتاج الاعلامي بوجه عام يكمل كل منهما الآخر. ويعتبر العمل الدرامي تطبيقاً مناسباً لتوافق الصوت مع الصورة فالصوت بصور المشهد كما تعرضه الصورة، ولعل الصوت احيانا يفسر الصورة التي لا يراها من يفقد البصر

²⁰عبد العظيم، حمدي حسن). 2010. (نتاج البرامج التلفزيونية. الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ص. 45

والرؤية أو يميل الى الاسترخاء والراحة والمتابعة بالأذن من خلال قدرة الصوت على الإيحاء والتصوير.²¹

2- الصورة

يعتمد التلفزيون على الصورة الواضحة المنقولة على شاشته بواسطة الكاميرا، وتوضح للمشاهد الاحداث والمواقف، منقولة مباشرة في اللحظة نفسها أو مسجلة على فيلم أو شريط أو على شكل صور متتابعة وتسمى الصورة المتحركة بينما هي في الواقع مجموعة من الصور الثابتة ترسم كل صورة منها مرحلة من مراحل الحركة والإنتاج.

وقد اكتشف عالم الطبيعيات بيتزماك روجيت عام 1824 ان شبكية العين تحتفظ بالصورة المتكونة عليها مدة 10/1 ثانية بعد رفعها من امام العين أي انه اذا وضعت صورة امام العين ثم تم رفعها فان الصورة تبقى عالقة في الشبكية مدة 10/1 ثانية وهو ما ساعد العلماء بعد ذلك والمختصين بالصورة بفكرة تحريك الصورة، وهو ما يتم نقله على شاشة التلفزيون بواسطة الكاميرا.

والصورة هي ما تقوم به الكاميرا وفق نسق منظم محدد في مشاهد منتظمة يتم تصويرها داخل الاستوديو او خارجه، على الهواء مباشرة أو تسجيلاً، ولهذه الصورة عدة من المصادر كما للصوت مصادره وهي على النحو التالي:

- آلة تصوير الفيديو أو ما يعرف بالكاميرا الالكترونية والتي تقوم بنقل الصورة نقلاً حياً مباشراً live سواء من داخل الاستوديو او خارجه.

- شريط التسجيل الضوئي videotape حيث يتم تخزين المادة الاعلامية المصورة عليه مع الصوت وله انواعه.

- الفيلم السينمائي، وهو الذي يتم عرضه بطريقة تليفزيونية سواء كان مصحوباً بالصوت والصورة أو بالصوت فقط.

- الشرائح slides وهي عبارة عن صورة فوتوغرافية من مقاس 35 ملم او على زجاج حساس ويجرى تغليفها بطرق مختلفة وبمقاسات مختلفة ابرزها (22) بوصة ولها جهاز خاص للعرض.

- لوحات الخطوط والرسوم وهي لوحات العناوين للبرامج أو المسلسلات او المادة المعروضة على الشاشة وما يلحق بها من خرائط ورسوم وتنقل بواسطتها المعلومات التي يتم تصويرها.

- يزيد في توضيح الصورة عدد من المصادر ذات الاهمية وتسمى العوامل المساعدة تتداخل مع بعضها

²¹أبو شنب، حسين). 2016. (إنتاج المواد الإعلامية . غزة: جامعة الأقصى، ص. 72

جواد، عبد الستار). 2005. (فن التحرير الصحفي . بيروت: الدار الجامعية، ص. 31

حسين أبو شنب (2016) انتاج المواد الاعلامية سلسلة الدراسات الاعلامية جامعة فلسطين ص50

البعض لتقديم صورة واضحة :

- الإضاءة التي تمدنا بالرؤية.
- زوايا التصوير التي يتم التقاط الصور منها.
- التكوين الذي يؤلف بين العناصر وتفاصيل المناظر.

❖ مراحل الإنتاج التلفزيوني :

يعد التخطيط من أهم وأصعب مراحل إنتاج البرامج التلفزيونية وقد يدخل بعض المخرجين الاستوديو دون تخطيط مسبق لكن النتيجة تكون غير مرضية للجميع وقد تفقد المشاهدين الثقة في البرنامج فينصرفون عن مشاهدته، والتخطيط الجيد يبدأ بفكرة جيدة.

اذ يعد تحديد فكرة البرنامج من أهم مراحل إنتاج البرامج وقد تتحول الفكرة الجيدة إلى قالب يتكرر أكثر من مرة يملها المشاهد، وبعض المخرجين يعملون على نمط هذه القوالب بنجاح فعند تصوير برنامج رياضي تقدم فكرته على تاريخ لعبة معينة ، يقوم المخرج بتصوير أكثر من لعبة وبالتالي أكثر من حلقة مع تغير مقدمة البرنامج فقط، وبهذه الطريقة يتوفر لديه عدد وفير من الحلقات قائم على فكرة واحدة. ويجب أن يتوفر بالفكرة الجيدة شرطين هامين هما:

- الترفيه أو التسلية.

- الإعلام.

يعتقد البعض أن الخبراء أفضل من يقوم بإجراء البحوث الميدانية عن موضوع البرنامج. وهذا مفهوم خاطئ فالمعد هو أفضل من يقوم ببحث موضوعه لأنه سيفكر دائما فيما يصلح للتلفزيون وبعبارة أخرى سيفكر دائما في الصورة وهي الأساس، ويقوم المعد بعملية البحث في اتجاهين أساسيين:

- المضمون.

- قراءة ما كتب عن الموضوع في الجرائد والمجلات و الاتصال بكل من له علاقة بالموضوع.²² تشمل عملية البحث الميداني أيضا استطلاعاً للاماكن المختلفة التي ترتبط بالموضوع لتحديد كل ما يلزم الجانب التقني اي التحديد كل ما يلزم من أدوات وأجهزة ومستلزمات. إضافة لزيارة الأماكن المرتبطة بالموضوع لتحديد إمكانية التصوير بها ومعاينة موقع الشمس في أماكن التصوير الخارجي.²³

6. ²² Charron, J., & de Bonville, J. (2004). *La nouvelle définition du journalisme*. Québec : Presses de l'Université Laval.

7. أبو شنب، حسين). 2016. (إنتاج المواد الإعلامية . غزة: جامعة الأقصى، ص74.

²³الدليمي، سعيد). (2019). تطور أنماط الاتصال في الإعلام التقليدي. مجلة الباحث الإعلامي، العدد 10
عبد العظيم، حمدي حسن). 2010. (إنتاج البرامج التلفزيونية . الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ص. 50-66
عبد العظيم، حمدي حسن). 2010. (إنتاج البرامج التلفزيونية . الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، ص. 45

يتوجب كذلك تحديد تتابع مبدئي للمشاهد واللقطات غير التقليدية التي قد يتضمنها البرنامج و التأكد من توفر مصادر الكهرباء اللازمة لاستخدام لمبات الإضاءة الصناعية.

اما فيما يتعلق بخطة الإنتاج فيمكن في هذه المرحلة وضع خطة تفصيلية لما سيتم تنفيذه خلال أيام التصوير بالتحديد و بالتدقيق. وقد يضع هذه الخطة المخرج أو مساعدة أو مدير الإنتاج ان وجد.

وتشمل هذه الخطة ما يلي:

- الأماكن التي سيتم تصويرها مرتبة ترتيباً زمنياً.
 - وسائل التنقل إلى موقع التصوير.
 - التصاريح و التراخيص اللازمة.
 - الأحاديث المقرر إجراؤها وموعدها الذي تم الاتفاق عليه مسبقاً.
- و بهذا تأتي في اخر مرحلة، مرحلة المعالجة النهائية.

المطلب الرابع: السياق العام للتحوّل نحو الإعلام الرقمي

لقد عرف المجتمع المعاصر نقلة تكنولوجية نوعية نتج عنها بروز ظاهرة إعلامية جديدة تميزت عن سابقتها بالعديد من المزايا بدءاً بالمفهوم وصولاً إلى الوسائل والسمات والخصائص، حيث أخذت تلك الظاهرة عدة تسميات والتي من بينها الإعلام الرقمي.

هذا الأخير الذي تعددت استخداماته وتباينت من وسيلة إلى أخرى، بالنظر لشساعة البيئة الإعلامية التي يحتويها، والتي لا تعرف حدوداً زمانية ولا مكانية، خاصة ما تعلق بعناصر العملية الاتصالية، أين صعبت التفرقة بين من هو المرسل ومن هو المستقبل في وسائل الإعلام الجديد، مع تنوع في المحتوى المتداول بحرية مفرطة، ما جعله يتميز بعدة خصائص مقارنة بالإعلام التقليدي، ما مكنه من منافسة كبريات الوسائل الإعلامية التقليدية في العديد من القضايا والأحداث، مما استوجب على تلك الوسائل الاستعانة به وفقاً لما يجعله مكملاً إعلامياً لمضامينها الإعلامية لا منافساً لها.

و مع انفتاح الفضاء الإلكتروني على النقل الحر للمعلومة في العالم استفاد الاعلام الجديد او بالأحرى الاعلام الرقمي من ثورة عالم الإنترنت وطوعها لتكون وسيلة مناسبة لنقل الرسالة الإعلامية إلى جمهور واسع، وشكل التطور المتواصل في عالم البرمجيات المستخدمة من إكساب هذا النوع الجديد من الإعلام بعداً تفاعلياً مع الجمهور ربما غاب في وسائل الإعلام التقليدي من بينها التلفزيون، ذلك أن هذا النوع من

الإعلام يستخدم الصور والصور المتحركة والأشكال والرسومات والفيديوهات بطريقة تجعل القارئ يتفاعل بشكل أكبر مع الموضوع. وتميزت سهولة التعليق على الأخبار في هذا النوع من الإعلام في سرعة التغذية الراجعة من الجمهور، وبالتالي سرعة تطوير المحتوى الإعلامي بما يجذب المزيد من الجمهور. ووسط هذه الثورة الجديدة في عالم الاتصال ارتفعت أصوات عديدة حول العالم تحذر من بروز خطر حقيقي أمام وسائل الإعلام التقليدية كالتلفزيون خصوصاً أمام تزايد وتيرة وسائل الإعلام الجديد التي باتت تجذب الكثير من المتابعين وحتى من إعلاميي وصحفيي التلفزيون، نظراً لأهميتها البالغة في تغطية الأحداث، في وقت قلل متابعون للواقع الإعلامي من خطورة الموقف، ورأوا في الأمر أنه طبيعي عند ظهور أي نوع جديد من وسائل الإعلام ويقولون أن الشعور بالخطر والتهديد كان يظهر مع بروز أي وسيلة إعلام جديدة فهو ظهر مع بروز الإعلام الإذاعي والتلفزيوني، ورغم ذلك استمرت جميع هذه الأنواع من وسائل الإعلام، ولكل وسيلة جمهورها²⁴.

ومن جهة أخرى اعتبر متابعون آخرون أن بروز الإعلام الجديد في المنطقة شكل اختراقاً لحصون الإعلام التقليدي، خصوصاً في الدول التي تضع قيوداً كبيرة على حرية ترخيص وسائل الإعلام التقليدية، وشكلت في الوقت نفسه متنافساً لنسبة كبيرة من الجمهور للتعبير عن آرائهم بصورة أسهل. وهذا ما ساعد وسائل عدة من الإعلام الرقمي كشبكات التواصل الاجتماعي على جذب جمهور واسع مما جعلها تشكل بالفعل تحدياً للكثير من القنوات التلفزيونية خاصة منها الإخبارية التي باتت تخسر نفراً غير قليل من جمهورها، وهذا ما دفع الكثير من تلك القنوات إلى دخول حقل الإعلام الجديد من خلال فتح صفحات ومواقع لها على شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية للتعريف بمضامينها الإعلامية الكترونياً ومحاولة منها لكسب أكبر قدر ممكن من الجمهور فيما يعرف بالحشد الإلكتروني خاصة في ظل تنامي ظاهرة الصفحات الإخبارية الحرة التي أصبحت بحسب خبراء إعلاميين منافساً لتلك القنوات في الحصول على المعلومة ونقلها وتداولها متجاوزة كل الحدود الزمانية والجغرافية.

الإطار المفاهيمي للإعلام الجديد:

يطلق على الإعلام الجديد من المسميات والمصطلحات ومنها :
الإعلام الرقمي، الإعلام التفاعلي، إعلام المعلومات، إعلام الوسائط المتعددة، الإعلام الشبكي الحي على خطوط الاتصال Online Media ، الإعلام السيبروني (Cyber Media) ، والإعلام التشعبي (Hyper Media).

- ²⁴إسماعيل إبراهيم : الإعلام المعاصر، وسائله، مهارته، تأثيراته، أخلاقياته، وزارة الثقافة والفنون والتراث، ط 1 ، قطر، 2014، ص 22
- البرغوثي بشير البهبهاني يعقوب النظام الإعلامي الجديد، ط2، دار رؤى للنشر والتوزيع، عمان 2004 ، ص 31

فالإعلام الرقمي هو العملية الاتصالية الناتجة من اندماج ثلاثة عناصر : الكمبيوتر، الشبكات والوسائط المتعددة.

مصطلح الإعلام الجديد، أو ما يعرف كذلك بالإعلام الرقمي يشير إلى مجموعة من الأساليب والأنشطة الرقمية الجديدة التي مكنت من إنتاج ونشر واستهلاك المحتوى الإعلامي بمختلف أشكاله من خلال الأجهزة الإلكترونية (الوسائط) المتصلة أو الغير متصلة بالانترنت وأتاحت إمكانيات هائلة للتواصل والاتصال الاجتماعي من خلال خدمات الهاتف المحمول، والشبكات الاجتماعية على الانترنت وعلى الرغم من أن الانترنت ليست المثال الوحيد على وسائط الإعلام الجديد إلا أنها كانت ومازالت السبب الرئيسي لوصف هذا النمط من الإعلام بالجديد.

ويرى بعض الباحثين أن المصطلح يشير إلى المحتوى الإعلامي الذي ييثر أو ينشر عبر الوسائط الإعلامية الجديدة التي يصعب إدراجها تحت أي من الوسائل التقليدية كالصحافة والراديو والتلفزيون، وذلك بفعل التطور التكنولوجي الكبير في إنتاج وتوزيع المضامين الإعلامية. لذلك يعرفه قاموس التكنولوجيا الرفيعة بأنه: اندماج الكمبيوتر وشبكات الكمبيوتر والوسائط المتعدد.²⁵

و يعرفه قاموس الكمبيوتر عبر مدخلين هما :

الإعلام الرقمي هو جملة من تطبيقات الاتصال الرقمي وتطبيقات النشر الإلكتروني على الأقراص بأنواعها المختلفة والتلفزيون الرقمي والانترنت. وهو يدل كذلك على استخدام الكمبيوترات الشخصية فضلا عن التطبيقات اللاسلكية للاتصالات والأجهزة المحمولة في هذا السياق،

ويخدم أي نوع من أنواع الكمبيوتر على نحو ما، تطبيقات الإعلام الجديد في سياق التزاوج الرقمي إذ يمكن تشغيل الصوت والفيديو في الوقت الذي يمكن فيه أيضا معالجة النصوص وإجراء عمليات الاتصال الهاتفي وغيرها مباشرة من أي كومبيوتر.

المفهوم يشير أيضا إلى الطرق الجديدة في الاتصال في البيئة الرقمية بما يسمح للمجموعات الأصغر من الناس بإمكانية الالتقاء والتجمع عبر الانترنت وتبادل المنافع والمعلومات فهي بيئة تسمح للأفراد والمجموعات بإسماع صوتهم وصوت مجتمعاتهم إلى العالم أجمع.

²⁵ بدر بن عبد العزيز أبانمي: الإعلام الجديد؛ دراسة نوعية تحليلية لمفهومه، وأشكاله وواقعه ومستقبله، المجلة العربية للإعلام والاتصال العدد 2 نوفمبر 2010
- حسنين شفيق: الإعلام الجديد(القاهرة: دار فكر وفن، ط1 . 2010
- سميرة شبخاني: «الإعلام الجديد في عصر المعلومات»، مجلة جامعة دمشق، المجلد 62 العدد الول + الثاني 2010

وتضع كلية شريديان التكنولوجية Sheridan تعريفا عمليا للإعلام الجديد بأنه: "كل أنواع الإعلام الرقمي الذي يقدم في شكل رقمي وتفاعلي". وترى أن هناك حالتين تميزان الجديد من القديم : تتمثل الأولى في الكيفية التي يتم بها بث مادة الإعلام الجديد، وتتمثل الثانية في الكيفية التي يتم من خلالها الوصول إلى خدماته، فهو يعتمد على اندماج النص والصورة والفيديو والصوت، فضلا عن استخدام الكمبيوتر كآلية رئيسة له في عملية الانتاج والعرض. أما التفاعلية فهي تمثل الفارق الرئيسي الذي يميزه وهي أهم سماته.

و على ذلك يمكن تقسيم الإعلام الجديد إلى الأقسام الأربعة الآتية²⁶:

الإعلام الجديد القائم على شبكة الانترنت وتطبيقاتها، وهو جديد كليا بصفات وميزات غير مسبوقة،

وهو ينمو بسرعة وتتوالد عنه مجموعة من تطبيقات لا حصر لها.

الإعلام الجديد القائم على الأجهزة المحمولة، بما في ذلك أجهزة قراءة الكتب والصحف، وهو أيضا ينمو

بسرعة وتنشأ منه انواع جديدة من التطبيقات على الأدوات المحمولة المختلفة ومنها اجهزة الهاتف

والمساعدات الرقمية الشخصية وغيرها.

نوع قائم على منصة الوسائل التقليدية مثل الراديو والتلفزيون التي أضيفت إليها ميزات جديدة مثل

التفاعلية والرقمية والاستجابة للطلب.

الاعلام الجديد القائم على الكمبيوتر، و يتم تداول هذا النوع اما شبكيا او بوسائل الحفظ المختلفة مثل

الأسطوانات الضوئية، و يشمل العروض البصرية و العاب الفيديو و الكتب الالكترونية و غيرها.

وهو ما يجعلنا نقول أن تكنولوجيا الإعلام الجديد الرقمي أصبحت حتمية وضرورة لدى وسائل الإعلام

التقليدية والقائمين عليها، وذلك اتضح في العديد من المضامين الإعلامية والإخبارية لتلك الوسائل والتي

تعتمد على مخرجات الإعلام الجديد، الذي يتضمن مزيج من النصوص والصور وملفات الصوت ولقطات

الفيديو.... الخ، مما جعله ينافس كبريات وسائل الإعلام التقليدية كالقنوات الإخبارية في نقلها للأخبار

ومعالجتها لأهم القضايا والأحداث، ما أدى إلى اندماج تلك الوسائل مشكلة نسيج تواصلية لتقديم خدمات

إعلامية إخبارية للمتلقي، هذا الأخير في ظل التطور الهائل لتكنولوجيات الإعلام الجديد وكثرة وسائله

²⁶رضا النجار، جمال الدين ناجي: تكنولوجيا المعلومات والاتصال؛ الفرص الجديدة المتاحة لوسائل الإعلام العربي(تونس: المنظمة

الإسلامية للتربية والعلوم والثقافة، 2005

- السيد بخيت: الصحافة والانترنت(القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، ط2 . 2012

جعلته يصل فيها بغية تلبية حاجاته على اختلافها من جهة، ومن جهة أخرى يلعب دور القائم بالاتصال فيصبح هو الناشر والصحفي، مما خلق تذبذباً في تعرضه واستخدامه لوسائل الإعلام التقليدية كالتلفزيون.

المطلب الخامس: الخصائص المميزة للإعلام الرقمي

الإعلام الجديد لا يعد مجرد تحديث للإعلام التقليدي، بل يمثل نموذجاً اتصالياً مغايراً يقوم على اللامركزية، التفاعلية، الفورية، تعدد الوسائط، والتمكين الذاتي للمستخدمين، لقد تحول الجمهور من مجرد متلق للمعلومة إلى فاعل وشريك في صناعتها وتداولها، مما خلق ما يعرف بثقافة "المستخدم - المنتج"، أي أن المستخدم أصبح منتجا ومستهلكاً للمعلومة في آن واحد، في ظل بيئة رقمية مرنة ومفتوحة. كما أن الطابع التفاعلي الذي يميزه ألغى الخط الفاصل بين الصحفي والمتلقي، ليصبح التواصل الإعلامي عملية أفقية مفتوحة تتيح التفاعل اللحظي، وتغذية راجعة مباشرة بين الأطراف. ولم تعد المؤسسات الإعلامية وحدها هي الفاعل في الحقل الإعلامي، بل ظهرت فواعل جديدة أفراد، جماعات، مؤثرون... الخ أضحت جزءاً من معادلة التأثير الإعلامي، خصوصاً على المنصات الرقمية. وهذا ما أوجد نوعاً من التعددية في المصادر والآراء، ساهم في إعادة تشكيل الرأي العام خارج أطر السيطرة التقليدية²⁷.

من هنا، فإن الإعلام الجديد لم يغيّر فقط تقنيات النشر والإنتاج، بل أعاد صياغة وظائف الإعلام، وأساليب التحرير، والعلاقات المهنية داخل المؤسسات الإعلامية، بل حتى مفاهيم مثل "الخبر"، "الحدث"، "الجمهور"، و"المصادقية" أصبحت تفهم وتمارس بشكل مختلف في البيئة الرقمية.

و يتميز الإعلام الجديد بالعديد من الخصائص التي تميزه عن نظيره التقليدي، ومنها :

- المشاركة والانتشار : لعل هذه أقوى خصائص الإعلام الجديد حيث أن كل فرد أصبح امبراطورية إعلامية بذاته تكبر وتصغر حسب عدد وسائل الإعلام الجديد التي يستخدمها. فسهولة المشاركة في الإعلام الجديد أتاحت مشاركة كل من يرغب في نشر الخبر دون الحاجة لاتفاقيات لاستخدام المحتوى التي تتم بين القنوات الإعلامية. كما تتيح وسائل الإعلام الرقمي تخزين المحتوى مباشرة ومن ثم مشاركته عبر قنوات أخرى سواء كانت رسائل قصيرة أو غيرها.

²⁷ - مكويل، دنيس. نظريات الإعلام والاتصال الجماهيري (الطبعة السادسة). ترجمة: حسن عماد مكوي. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية.

2010

- عبد الحميد، صفوت. (الإعلام الجديد: المفهوم والوسائط والتأثيرات). القاهرة: عالم الكتب. 2005

- **التفاعلية :** بعكس الإعلام التقليدي حيث يكون التواصل من طرف واحد كالصحف والتلفاز. فإن الإعلام الرقمي يوفر التواصل في الاتجاهين، مما يمنح المشارك الشعور بأنه جزء من صناعة الخبر فيزيد احترامه لمقدم الخبر فردا كان أو منظومة، ويتيح الإجابة على أسئلة المتلقي انيا مما يمنح فهما أكبر فيضاعف التأثير ويمهد للولاء.
- **اللاتزامنية :** بينما يشترط الإعلام التقليدي التواجد حيث يتم نشر المعلومة سواء كان لحظيا في حال التلفاز أو خلال يوم من نشره في حالة الصحف فإن الاعلام الرقمي يمكن الفرد من الاطلاع على الخبر ساعة ما يشاء ويمكنه كذلك من توظيف تقنيات لتزويده بالخبر حسب الأدوات التي يستخدمها.
- **نطاق التغطية :** حيث أن ما ينشر فيها بطبيعته ينتشر عالميا ويؤثر ويتأثر به. فمثلا حين جرت أحداث في إيران وجهت الحكومة الأمريكية شركة تويتر المعروفة بشبكة اكس اليوم بالتأكد من عدم توقف الخدمة للصيانة لاستمرار الاطلاع على مجريات الأحداث.
- **تعدد الوسائط واتحادها :** في الإعلام الرقمي تتعدد الوسائط وتتحد في نقل المعلومة من الصورة والصوت والنص والفيديو. فلم يعد للمسميات التقليدية من صحيفة أو إذاعة أو قناة تلفزيونية ذات معنى، بل هي وسيلة إعلامية توظف جميع الوسائل الممكنة. فقناة البي بي سي البريطانية تستخدم واتساب للتواصل مع الجمهور. أي ان مختلف القوالب الصحفية باتت مترابطة و مكمله لبعضها البعض.²⁸

و من ناحية أخرى نخلص بالتأكيد على مجموعة من المميزات التي يتمتع بها الإعلام الجديد عن ما سبقه وأهمها:

- دمج للوسائل المختلفة القديمة والمستحدثة في مكان واحد على منصة الكمبيوتر وشبكاته.
- تبني تطبيقات الواقع الافتراضي وتعددية الوسائط.
- تنوع وسائله وسهولة استخدامها. وهذه الخصائص غيرت من أنماط السلوك الخاصة بوسائل الاتصال.²⁹

المطلب السادس: الفرق الجوهرى بين الإعلام التقليدي والرقمي

يبرز قطاع الإعلام بوصفه فضاء اتصاليا حيا يتفاعل مع متغيرات العصر، مما أدى إلى إعادة تشكيل بنيته، أدواته، وآلياته في إنتاج وتوزيع المحتوى.

²⁸ سامي بن عمر الحصين الاعلام الجديد خصائصه و دوره و انماطه. مؤتمر الشباب المسلم و الاعلام الجديد ص4-5
²⁹ - إسماعيل إبراهيم : الإعلام المعاصر، وسائله، مهارته، تأثيراته، أخلاقياته، وزارة الثقافة والفنون والتراث، ط 1، قطر، 2014

فبعد هيمنة النموذج التقليدي للإعلام لعقود طويلة، ظهر نموذج جديد للإعلام يقوم على الرقمية والتفاعلية والانتشار الشبكي، وهو ما يعرف اليوم بالإعلام الرقمي أو الجديد. وفي ظل هذا التحول، بات من الضروري الوقوف عند الفروقات الجوهرية بين النموذجين، لا فقط على المستوى الشكلي أو التكنولوجي، بل من حيث المنطق الاتصالي، طبيعة التفاعل، أنماط الإنتاج، وتوزيع المحتوى. كما تلقي هذه الفروقات بظلالها على الممارسة الإعلامية ذاتها، وعلى القيم المهنية مثل الموضوعية، السرعة، والموثوقية، التي باتت تعاد صياغتها وفق متطلبات البيئة الرقمية الجديدة³⁰. و هذا ما يستدعي الى التطرق للنقاط التالية :

- 1- مركزية الأعداد (المصدر) : مثلت وسائل الإعلام التقليدية محور عملية التواصل المجتمعي بالنسبة للأفراد والمؤسسات، فبالنسبة للأفراد مكنتهم وسائل الإعلام من تحقيق أغراضهم في الحصول على معلومات لم يكن ممكن الحصول عليها من أماكن أخرى، أما بالنسبة للمؤسسات فقد مكنتها وسائل الإعلام من تحقيق غرضها لتوزيع المحتوى وحاجتها إلى وسيلة توصلها إلى الجمهور. إن هذه الظاهرة تعرف في بعض أدبيات الإعلام بمركزية الوسائل أو حارس البوابة.
- 2- المحتوى (الرسالة) : أحدثت وسائل الإعلام الرقمي أيضا ثورة في المحتوى الإعلامي وذلك من خلال خفض محتوى الاحترافية المطلوب، حيث أصبح بالإمكان قيام الهواة بأعداد ذلك المحتوى دون حاجة إلى التعقيدات الاحترافية اللازمة في المؤسسات الإعلامية التقليدية، وبتكلفة منخفضة جدا، وقد أدى ذلك إلى تجاوز ما يسمى بسيطرة النخب على إعداد المحتوى الإعلامي.
- 3- التوزيع (الوسيلة) : في الوقت الذي تحتاج فيه وسائل الإعلام التقليدية إلى بنى تحتية مرتفعة التكاليف، تتمثل في المحطات الإذاعية والتلفزيونية، والمطابع بالنسبة للصحف الورقية، فإننا نجد أن وسائل الإعلام الجديد لا تتطلب تلك التكاليف الباهظة، حيث تمثل الانترنت وسيلة توزيع قليلة التكلفة وقادرة على الوصول بسهولة إلى كافة أنحاء العالم.
- 4- المتلقي : في ظل التحول الرقمي أصبح بإمكان المستخدم استرجاع الرسالة في أي وقت يريد، حيث أنها محفوظة في مكان ما على الشبكة، هذه الخاصية ليست متاحة بالنسبة لوسائل الإعلام التقليدية والتي إذا فات المتلقي جزءا فانه لا يمكنه استرجاعه بسهولة.
- 5- الاستجابة : ان ظاهرة الإعلام الجديد تتميز بقدر عال من التفاعلية، وما بعد التفاعلية، فكما سبق ذكره قد كانت مساهمة المتلقي في رسائل الإعلام الجديد محصورة في البداية في دائرة رجع الصدى للمحتوى الذي يتم نشره وذلك من خلال كتابة التعليقات والملاحظات عن ذلك المحتوى، حتى أمسى

30 - كساب، محمد. (2017). "التحول الرقمي وأثره على ممارسات الإعلام التقليدي"، مجلة بحوث الإعلام والتواصل، (17)، ص. 88.

يملك اليوم حرية مطلقة في الممارسة الإعلامية وذلك بعد ظهور المدونات ثم شبكات التواصل الاجتماعي الرقمية... الخ.

و بغية في مواكبة هذا التطور و استقطاب اكبر قدر ممكن من الجمهور، عمدت وسائل الاعلام التقليدية إلى إنشاء مواقع الكترونية وصفحات على منصات التواصل الاجتماعي الرقمية خاصة بها و استغلالها في صناعة و بث مضامينها الإعلامية و الإخبارية.³¹ كما تطرق الباحث احمد الشورى أبو زيد في كتابه "الإعلام الجديد وإدارة الحملات الانتخابية" إلى عدة خصائص للإعلام الجديد مقارنة بالإعلام التقليدي نذكر منها:

الفاعلية - التنوع - تجاوز وحدة المكان والزمان - سرعة عملية الاتصال

أن الإعلام الرقمي أصبح محوريا نتيجة لطبيعة الرسالة الإعلامية عبر تقنياته، وخير مثال على ذلك التزايد التصاعدي لمستخدمي وسائل الإعلام الرقمي كمستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي الرقمية كالفيسبوك و انستغرام و اكس بالنظر لطبيعة المضامين الإعلامية المتداولة بحرية مطلقة عبرها وتنوعها وكثرتها مقارنة بالمضامين المتداولة عبر وسائل الإعلام التقليدي، مما جعل المتلقي ينحاز في الكثير من الأوقات لوسيلة إعلامية جديدة لتلبية حاجات ومتطلبات العصر التي الوسائل التقليدية³².

المطلب السابع: المنصات الرقمية كبيئة اتصالية جديدة

في ظل تحول الإنترنت إلى ضرورة لا غنى عنها في حياة الأفراد الجماعات والمجتمعات، بات من الضروري على الدول توفيرها وتحسين خدماتها، وضمان جودة اتصالاتها بسرعة فائقة وقدرة استيعابية واسعة، ليتسنى لمستخدميها الاستفادة من مزاياها المتنوعة، التي كان لها الأثر الكبير في تغيير ثقافة المستخدمين ونمط حياتهم، حيث أصبح من السهل الوصول إلى مجموعة واسعة من الخدمات بشكل رقمي، وخاصة في القطاعات الخدمية والتجارية وقطاع الإعلام والاتصال³³. وقد أسفر هذا التحول عن ظهور المنصات الرقمية التي تعد أحد أهم مظاهره، والتي لعبت دورا بارزا في نشر المعلومات، وتبادل الآراء، وتعزيز الحوار والتواصل بين الأفراد والجماعات حول العالم. لذا فالمنصات الرقمية الجزائرية، أجبرت المؤسسات الإعلامية على تسريع وتيرة عملها، والحفاظ على مصداقية مضامينها، وكذا على السبق الصحفي في ذات الوقت، لتجبرها على التسابق والتنافس الحر، على حساب مصداقية المحتوى.

31 - محمد عواد مدخل الى الاعلام الجديد. سلسلة مثقف في ساعة الأردن إذاعة حياة اف ام ص21
- احمد محمد الطنبور : خصائص الصحافة الالكترونية. دار امجد للنشر و التوزيع عمان الأردن سنة 2014 ص14
32 - رحيمة الطيب عيساني : الصراع و النكامل بين الاعلام الجديد و الاعلام التقليدي. مجلة الباحث الإعلامي العدد 20 . ص55-56
- رحيمة الطيب عيساني نفس المرجع . ص58-59

33 - منى الحداد المنصات الرقمية او الالكترونية منصة اريد، <https://portal.arid.my/ar-LY/Account/LogIn?ReturnUrl=%2> يوم 2025/02/20 على 10: 20

هذا ما أدى الى توجه الأفراد نحو المنصات الرقمية، بحثاً عن المعلومات الموثوقة، نظراً لما توفره من خصائص مميزة، مثل سهولة الاستخدام، وانخفاض التكلفة، وتقديم الخدمات المتنوعة، وتعزيز التواصل، وزيادة الفعالية والمرونة.

وأمام هذه الجدلية الرقمية والتطور الحاصل في ميدان الاعلام والاتصال، تبرز الحاجة الى منصات رقمية إعلامية حرة غير مرتبطة بالإعلام التقليدي، وإنما تتبع من داخل الجمهور ومساهماته في نشر الأخبار والمعلومات، بالإضافة الى توفر عنصر التفاعلية، واستخدام جميع التقنيات المختلفة المرتبطة بالويب الذي من شأنه فتح المجال لمشاركة الآراء، الأفكار، المعلومات الأحداث والصور بكافة أنواعها وأشكالها دون قيود أو حدود، وهو ما شجع الكثير باختلاف مستوياتهم وفروقهم الفردية والجماعية على التواجد عبر المنصات الرقمية، وقد ترتب عن هذا الأمر تعاظم دورها واحتلالها حيزاً كبيراً في كافة المجتمعات.

❖ تعريف المنصات الرقمية:

ظهر لفظ plate-forme في القرن الخامس عشر وفق قاموس الأكاديمية الفرنسية، بينما تم تداول المصطلح فيما بعد باللغة الانجليزية plateforme في مجالات السياسة، والعمل النقابي، أما بمعناها الخاص المتداول في مجال التكنولوجيا الرقمية والإنترنت الدال على المنصات الرقمية فقد ظهر مع التحول الذي طرأ على مجموع الشركات العالمية مثل شركة أمازون، وغوغل... الخ.³⁴

كما أن مصطلح المنصة؛ أصبح أكثر المصطلحات شيوعاً وانتشاراً في العقد الماضي، وبلغ المصطلح ذروته في الشهرة خلال جائحة كورونا سنة 2020، حينما لجأت مختلف الدول بمؤسساتها، وقطاعاتها، وشركاتها، الى الاعتماد على المنصات الرقمية للعمل عن بعد، وتقديم الخدمات في مختلف المجالات فظهرت منصات رقمية للتعليم، الصحة، وأخرى لتقديم الطعام، النقل، كما ظهرت منصات رقمية إعلامية متخصصة وذات توجه خدماتي، مثل منصات رصد ومكافحة الاخبار الكاذبة.

وتعرف المنصة على أنها المكان الذي تتجمع فيه مجموعات أصحاب المصلحة الواحدة، بموجب قواعد مشاركة محدد بوضوح، من أجل تبادل الافكار والسلع والخدمات، وأي شيء آخر يمكن تبادله بين البشر، أو أجهزة الكمبيوتر، أو الآلات أو الأجهزة التي تتصرف نيابة عن البشر. أما المنصة الرقمية فتعرف بأنها البيئة التفاعلية التي تقوم بتوظيف جميع التقنيات المختلفة المرتبطة بالويب، كما تجمع المنصة الإلكترونية، بين مميزات أنظمة المحتوى وبين شبكات التواصل الاجتماعي المختلفة، مثل توتير فيسبوك وغيرها.

34 - سيف، السويدي، صناعة المنصات الرقمية، ط1، مليزيا، منصة اريد، سنة 2020 ص.17
- بلال خالد الحقاوي، استراتيجيات المنصات الرقمية، موقع الرأي، <https://alrai.com/article/10580492>، سنة 2021

❖ خصائص المنصات الرقمية :

- تعتبر المنصات الرقمية واحدة من أبرز تجليات تكنولوجيا الإعلام الرقمي، من حيث التقنية والاستخدام وهذا ما يمكن إبرازه في الآتي:
- لديها قدرة التوسع على نطاق عالمي، وقد تصل إلى كل شخص لديه إمكانية الوصول إلى الإنترنت.
 - تبقي المعلومات والأخبار محفوظة ومتاحة عند النشر، ويمكن الرجوع إليها في كل مكان وزمان.
 - ديمقراطية الإعلام والوسائل من خلال تعزيز المشاركة والاستهلاك والاستخدام.
 - التفاعلات هي أساس نجاح كل منصة، فهي التي تخلق القيمة بين مطوري التطبيقات ومستخدميها، ومع زيادة عدد المشاركين في كلا الجانبين، تزداد هذه القيمة، ويسمى هذا النموذج بالنموذج الشبكي التفاعلي.³⁵
 - تتيح المنصات الوصول المتكافئ للجميع إلى السوق، فبدلاً من مشاهدة التلفزيون، يمكننا صناعة الأفلام.
 - تجميع البيانات والإحصاءات عن الجمهور؛ عند زيارة المستخدمين للمنصات الرقمية، وذلك من خلال تسجيل كل زائر جديد يومياً، وكذا الاستفادة من المؤشرات الإحصائية.

❖ أنواع المنصات الرقمية :

يمكن فصل شركات المنصات إلى خمسة أنواع:

- 1- منصات متكاملة: تمثل منصة معاملات ومنصة إبتكار في نفس الوقت، تشمل هذه الفئة شركات مثل Apple التي لديها منصات مطابقة مثل App store ومنصات الألعاب مثل XBOX.
- 2- منصات الابتكار: عبارة عن تقنية، أو منتج أو خدمة تعمل كأساس تقوم فوقها الشركات الأخرى، بتطوير تقنيات، أو منتجات أو خدمات تكميلية، لابتكار منتجات جديدة كلياً، كالتطبيقات والمواقع والأنظمة مثل Andriod و IOS.
- 3- منصات المعاملات: هي تقنية أو منتج أو خدمة تعمل كوسيط أو قناة تسهل التبادل أو المعاملات بين مختلف المستخدمين أو المشترين أو الموردين مثل منصة Airbnb ومنصات التجارة الإلكترونية، ومنصات الدفع الإلكتروني مثل PayPal، ومنصة النقل التشاركي Uber.
- 4- منصات الاستثمار: تتكون من الشركات التي طورت استراتيجية محفظة منصة، وتعمل كشركة قابضة أو مستثمر نشط في منصة أو كليهما."

³⁵ - اس، خيضر البياتي، (2014). العالم الجديد الدولة الافتراضية الجديدة، ط1، عمان، دار البداية، ص202
- سيف، السويدي، (2020)، صناعة المنصات الرقمية، مرجع سبق ذكره. ص23.

5- المنصات الاجتماعية: توفر فضاءات افتراضية، لإنشاء مجتمعات رقمية تربط فيما بينها مجموعة من العلاقات والتفاعلات المتبادلة من بينها:

انستغرام، فليكر (flickr)، اكس (تويتر سابقاً)، فيسبوك (facebook) و LinkedIn.³⁶

و تشمل المنصات الرئيسية للإعلام الرقمي الجديد:

- مواقع الإنترنت والمدونات.
- وسائل التواصل الاجتماعي الرقمية.
- تطبيقات الهواتف الذكية والأجهزة اللوحية.
- البودكاست.
- الفيديوهاات المباشرة والحية على الإنترنت..
- التطبيقات الخاصة بالأخبار والمجلات الإلكترونية.

❖ أهمية المنصات الرقمية :

تتجلى أهمية المنصات الرقمية في ما يلي:

- منحت فرصاً كبيرة للفئات المبتكرة للتعبير عن آرائها وتوصيل أفكارها للجماهير حول العالم.
- ساهمت المنصات الرقمية في إلغاء المسافات والحدود القارية، واختلاف اللغات واللهجات.
- ساهمت في ظهور جيل جديد من المستخدمين الرقميين المؤمنين بأهمية التفاعل والتواصل، والمشاركة في حل المشاكل والصعوبات التي تواجههم.
- استطاعت المنصات الرقمية أن تتخطى الأزمات والأوبئة والحروب، وتقديم خدماتها لمستخدميها دون عناء التنقل.
- وفرت المنصات الرقمية مساحة كافية لمستخدميها قصد النقد والتعليق والمشاركة والتفاعلية.

³⁶ - أسماء نوري. محمد عبود البوابات والمنصات الرقمية، محاضرة الرابع عشر، المادة المراجع العربية التقليدية والإلكترونية، القسم: المعلومات والمكتبات . سنة 2021 ص04. متاحة على الموقع

<http://faculty.uobasrah.edu.iq/uploads/teaching/1596959169.pptx>

- سيف، السويدي، صناعة المنصات الرقمية، مرجع سبق ذكره. ص161.

المبحث الثاني: التحرير الإعلامي في ظل الرقمنة

المطلب الأول: تعريف الأساليب التحريرية

في قلب العملية الإعلامية، تبرز الأساليب التحريرية باعتبارها العمود الفقري الذي يوجه كيفية صياغة ونقل الرسائل الإعلامية للجمهور. فلا تقتصر على الجانب اللغوي فقط، بل تشمل كذلك البنية التنظيمية للمضمون، وطبيعة المعالجة. وشكل تقديم الحدث، مع الأخذ بعين الاعتبار الوسيط المستخدم (تلفزيون، صحيفة، منصة رقمية...)، والجمهور المستهدف والخلفية الثقافية والسياسية للمؤسسة الإعلامية. اذ تعد الأساليب التحريرية بمثابة "بصمة مؤسسية" تعكس خط الوسيلة الإعلامية، وتضبط الكيفية التي يتم بها "تمثيل الواقع" من خلال انتقاء اللغة ترتيب المعلومات، اختيار الزاوية، وتحديد النبذة حيادية درامية، ترويجية... إنها ليست فقط أداة نقل، بل أداة تأطير وتفسير وتوجيه للرأي العام.

و في الأدبيات الإعلامية، تتعدد تعريفات الأسلوب التحريري حسب الخلفيات المعرفية للباحثين، ويمكن تلخيص أبرزها كالتالي:

يعرفها العيساوي حسن بأنها: "الطريقة التي يستخدمها الصحفي في تحرير مادته الإعلامية وفق قواعد تحريرية خاصة، تراعي نوع الوسيلة طبيعة الجمهور، والهدف من الرسالة الاتصالية، من أجل إيصال المعلومة بشكل فعال ومؤثر".

بينما يرى فيليب غايار Philippe Gaillard أن: "الأسلوب التحريري هو اختيار شكلي وإيديولوجي في آن واحد، يحدّد الطريقة التي يُقدّم بها الحدث، عبر بناء خطاب لغوي يتضمن ترتيباً خاصاً للمعلومات، واستخداماً دلالياً للمفردات، بما يعكس خط المؤسسة الإعلامية".

ويذهب جون فيسك John Fiske إلى اعتباره: " وسيلة لتشكيل المعنى وتوجيه التلقي، إذ يُخضع الحدث لسلسلة من التمثيلات اللفظية والبصرية تعيد إنتاج الواقع وفق منظور خاص³⁷".

تعد الأساليب التحريرية من المفاهيم الجوهرية في ميدان الإعلام، كونها تشكل القاعدة التنظيمية التي يبنى عليها الخطاب الصحفي بمختلف وسائطه وأشكاله، وتحدّد الكيفية التي يتم بها تقديم الحدث أو معالجة الخبر للجمهور.

³⁷ - العيساوي، حسن. التحرير الصحفي المعاصر. دار المسيرة، عمان، سنة 2018 ص. 34.

-Gaillard, Philippe. (2005). Rédaction de presse et communication. Éditions Eyrolles, p. 77

- Fiske, John. (2010). Introduction to Communication Studies. Routledge, p. 89

• مكونات الأسلوب التحريري

يمكن تحليل الأسلوب التحريري من خلال أربعة أبعاد متداخلة، تعكس الكيفية التي تُبنى بها الرسالة الإعلامية، وتوجه من خلالها المعلومات إلى الجمهور. هذه الأبعاد هي: البعد اللغوي، البعد البنيوي، البعد الإيديولوجي، والبعد الوظيفي.

1- البعد اللغوي : يُعَدّ البعد اللغوي أول وأهم عناصر الأسلوب التحريري، لأنه يمثل الوسيلة المباشرة

للتواصل مع الجمهور. يشمل كل ما يتعلق باستخدام اللغة، المفردات الأسلوب البلاغي، بناء الجملة، والصياغة اللفظية للنصوص الإعلامية. ويشمل هذا البعد:

- انتقاء المفردات : فالكلمات لا تُختار بشكل عشوائي، بل تعكس توجهها معينا. مثلا، استخدام كلمة "شهيد" بدل "قتيل" في سياق معين يُضفي طابعا وطنيا أو دينيا على الحدث.
- أسلوب الجملة : الجملة الطويلة أم القصيرة ؟ المبنية للمعلوم أم للمجهول ؟
- الأساليب البلاغية : مثل التكرار الاستعارات الأسئلة البلاغية... تُستخدم أحيانا لخلق تأثير نفسي أو جذب الانتباه.

- اللغة المستخدمة: فصحي، دارجة، لغة تقنية أو شعبية و تختلف حسب طبيعة الوسيلة والجمهور المستهدف.

2- البعد البنيوي أو الشكلي : يتعلق البعد البنيوي بالطريقة التي يبنى بها المضمون الإعلامي من

حيث التنظيم الداخلي والترتيب المنطقي للمعلومات فهو يتعلق بـ"هندسة" النص. و يشمل:

- ترتيب المعلومات: هل يتم عرض الحدث من الأهم إلى الأقل أهمية ؟ أم من خلال بناء تصاعدي درامي؟

- هيكلية الخبر أو التقرير: عنوان، مقدمة، تفاصيل، خلفية، تحليل... إلخ.

- العناصر المصاحبة : الصور العناوين الفرعية، التسطير الفواصل، وغيرها من الأدوات التي تساهم في توجيه القراءة.

- التوازن بين النص والصورة : خاصية مهمة في التلفزيون والإعلام الرقمي، حيث تؤثر الصورة في تفسير الكلام وتوجيه معناه³⁸.

³⁸ - علي عوجة، التحرير الصحفي: فنونه وأساليبه، القاهرة: عالم الكتب، 2000، ص 112.
- فيليب غودو، الأسلوب الصحفي، ترجمة بتصرف، باريس: دار دونو، 2001، ص 74.

3- **البعد الإيديولوجي** : لا يخلو أي خطاب إعلامي من خلفيات إيديولوجية أو سياسية، حتى عندما يدعي الحياد فاخترار زاوية المعالجة، اللغة المستخدمة، ترتيب الأخبار، أو حتى ما يتم تجاهله كلها قرارات تحريرية تعكس توجه المؤسسة الإعلامية. ويشمل هذا البعد:

- تحيزات الخطاب: هل الخبر يعكس ميلا إلى السلطة، إلى المعارضة، إلى تيار ثقافي معين؟
- إخفاء أو إبراز الحقائق : قد يتم عرض حقيقة معينة على نحو جزئي أو ضمن سياق معين يغير معناها.

- توظيف اللغة لخدمة موقف: مثالا: كلمة "احتجاجات" مقابل "أعمال شغب" كل منهما يعكس منظورا سياسيا مختلفا.

4- **البعد الوظيفي** : يرتبط هذا البعد بهدف الخطاب الإعلامي، وهو ما يُعرف بوظيفة المادة الإعلامية: هل تهدف إلى إخبار الجمهور؟ إقناعه تحريكه للمشاركة؟ ترفيهه؟ الأسلوب التحريري يتكيف بناءً على هذه الأهداف. يشمل هذا البعد:

- نوع الرسالة الإعلامية: هل هي خبر، تقرير، تحليل، مقال رأي؟
- نوع الجمهور المستهدف : عام، شبابي متخصص... مما يغير طبيعة اللغة والمحتوى.
- الوسيط المستخدم : الأسلوب يختلف حسب ما إذا كانت الوسيلة صحيفة، قناة تلفزيونية أو منصة اجتماعية مثل إنستغرام.

و يختلف الأسلوب التحريري كذلك باختلاف الوسيط الإعلامي:

ففي الصحافة المكتوبة: يغلب الطابع التحليلي، التقريري، السردى، مع عناية بالصياغة اللغوية. أما في التلفزيون: يتميز بالتركيز على الإلقاء الإيجاز الصورة، والتناسق بين النص والمشهد. و في الإعلام الرقمي: يطغى التفاعل، العنوان الجاذب، الوسائط المتعددة، والهاشتاغات مما يفرض أسلوبا مختصرا وسريع الإيقاع³⁹.

فالأسلوب التحريري ليس عنصراً شكلياً، بل بنية دلالية تؤسس لطريقة تمثيل الواقع في الخطاب الإعلامي، وفهمه بدقة يساعد الباحث في تحليل مضمون الرسائل الإعلامية، واكتشاف الخلفيات التحريرية، وتفسير التباينات بين المنصات الاعلامية المختلفة.

39 - مركز الإعلام العربي فن التحرير الصحفي، القاهرة 2024 . ص 45
- سعد، عبد المجيد. *مهارات التحرير والكتابة الصحفية*. سوهاج: جامعة سوهاج. 2015 . ص 27
- عبد الرحمن عزي، *الاتصال والإعلام في ظل العولمة*، الجزائر: دار هومة، 2011

المطلب الثاني: الخصائص العامة للأساليب التحريرية

تعد الأساليب التحريرية من أبرز الأركان المؤسسة للعمل الإعلامي بمختلف وسائله واتجاهاته، حيث إنها الأداة التي من خلالها تُبنى الرسالة الإعلامية، وتُشكّل ملامح الخطاب الموجه للجمهور. فالتحرير الإعلامي لا يقتصر على نقل الوقائع، بل يتجاوز ذلك إلى اختيار طريقة المعالجة، وتحديد زاوية تناول، وبناء النصوص وفق أهداف وظيفية وجمالية وتواصلية.

وتتفاوت الأساليب التحريرية بحسب نوع الوسيلة الإعلامية تقليدية كانت أو رقمية، طبيعة المادة المعالجة والهدف من الاتصال. ولعل هذه الأساليب، رغم تنوعها وتعدد وظائفها، تشترك في جملة من الخصائص التي تعد بمثابة المعايير المهنية التي تضبط صياغة المحتوى الإعلامي، وتمنحه الشكل الاتصالي القابل للفهم، والتأثير، وإعادة الإنتاج في أذهان الجمهور.

1- الانطلاق من خلفية تحريرية مؤسسية

يعتبر وجود مرجعية تحريرية واضحة من أبرز خصائص الأساليب التحريرية في وسائل الإعلام، حيث تركز كل وسيلة على خط تحريري يحدّد الإطار العام لمعالجة الأخبار وتقديم المعلومات. ويستمد هذا الخط من الهوية المؤسسية للمؤسسة الإعلامية، سواء أكانت سياسية تجارية، ثقافية، أو مهنية. وبالتالي، فإن اختيار المصطلحات، ترتيب المعطيات، وزاوية تناول جميعها تعكس هذا التوجه المؤسسي، وتُعبّر عن موقف ضمني من الواقع والوقائع. فالتحرير الصحفي، في هذا السياق، ليس مجرد عملية تقنية، بل هو موقف اتصالي يتفاعل فيه الصحفي مع الخط التحريري للمؤسسة من جهة، ومع الواقع المعاش من جهة أخرى⁴⁰.

2- التناسب مع طبيعة الوسيط الإعلامي

تختلف الأساليب التحريرية باختلاف الوسيط الإعلامي المستخدم، سواء كان مكتوباً، مسموعاً، مرئياً أو رقمياً. فكل وسيط له خصائصه التقنية والتعبيرية التي تفرض على الصحفي نمطاً معيناً في صياغة المحتوى. ففي الصحافة المكتوبة، يفضل استخدام الجمل المتكاملة، والتحليل العميق، والأسلوب التفسيري، بينما في الوسائل السمعية البصرية، يتم الاعتماد على اللغة الإيحائية والمركزة، بما يخدم الصوت و الصورة.

⁴⁰ عبد الرحمن عزي الاتصال والإعلام في ظل العولمة، دار هومة، الجزائر، 2011، ص 163 - البهنسي، أيمن عبد المجيد. (2017). فنون التحرير الصحفي في عصر الإعلام الرقمي. دار الفكر الجامعي، ص. 53.

أما في الإعلام الرقمي، فإن التحرير يخضع لمنطق السرعة والتفاعلية، مع دمج الوسائط المتعددة (صورة، فيديو، هاشتاغ، رموز تواصلية ... مما يجعل الأسلوب التحريري أكثر انفتاحاً وأقل صرامة من النمط التقليدي.⁴¹

3- الوضوح والدقة والاختصار

من الخصائص الجوهرية التي تميز الأسلوب التحريري كذلك هي الوضوح والاختصار والدقة، إذ يحرص الصحفي على استخدام لغة سليمة، بسيطة ومباشرة، تراعي مستوى الجمهور المستهدف، وتبتعد عن الغموض أو التلميح الزائد. كما أن الاختصار لا يعني الإخلال بالمعنى، بل يعني التكثيف اللغوي الذي يضمن سرعة الفهم وسهولة التلقي. وتعد الدقة عنصراً حاسماً في تحرير الأخبار، من حيث صحة المعلومات، الأسماء، التواريخ، الأرقام، ومراعاة السياق العام للنص.

4- مراعاة البنية السردية والتنظيم المنطقي

يخضع الأسلوب التحريري لمنطق سردي واضح ومنظم، يعتمد على تقسيم النص الإعلامي إلى مقدمة - عرض - خاتمة، أو ما يعرف بـ "الهرم المقلوب" في الصحافة الإخبارية. ويجب أن تتماسك الأفكار وفق تسلسل منطقي يساعد القارئ أو المشاهد على تتبع الموضوع بسلاسة. كما تساهم العناوين الفرعية الجداول... الخ في تنظيم النص وتسهيل قراءته.

وفي البيئة الرقمية، تتحول هذه البنية إلى شكل أكثر تفاعلية، حيث تعتمد "الكتابة المقطعية" و"العناوين الجاذبة" و"التشويق البصري"، ما يستلزم مهارات تحريرية جديدة تناسب منصات مثل إنستغرام أو تويتر أو تيك توك.⁴²

5- الوظيفة الإقناعية والإيحائية للأسلوب

التحرير لا يؤدي فقط وظيفة إخبارية، بل يتضمن بُعداً إقناعياً وإيحائياً. فاختيار الكلمات، ترتيب المعطيات، وتوظيف الاستعارات والأساليب البلاغية جميعها تستخدم لتوجيه فهم المتلقي نحو قراءة معينة للواقع. وهذا يبرز بشكل خاص في التحرير الافتتاحي، والتعليقات، والروبورتاجات، حيث تتداخل اللغة مع الموقف، وتتجلى الذات الصحفية من خلال الأسلوب.

فخصائص الأساليب التحريرية لا تُعدّ فقط معايير تقنية أو لغوية، بل تعكس فلسفة التحرير الإعلامي وطبيعة العملية الاتصالية. فهي التي تحدد هوية النص الإعلامي، وتمنحه قابليته للفهم، والتأثير والتداول.

41 - علي عوجة، التحرير الصحفي فنونه وأساليبه، عالم الكتب حرة، 2000، ص 121.

42 - حماد، محمد. (2019). "تحولات الكتابة الصحفية في العصر الرقمي"، مجلة البحوث الإعلامية، العدد 45، جامعة القاهرة، ص. 112.

المطلب الثالث: الوظائف التحريرية

إن التحرير الإعلامي لا يختزل فقط في كونه عملية صياغة للخبر أو المحتوى، بل هو فعل اتصالي مركزي يتضمن سلسلة من الاختيارات الواعية التي يقوم بها المحرّر، استناداً إلى سياق الوسيلة الإعلامية، وجمهورها، ورسالتها، وأهدافها الاتصالية. وتظهر أهمية التحرير الإعلامي في كونه ليس مجرد عملية لغوية أو تقنية، بل هو ممارسة مركبة تتداخل فيها أبعاد معرفية، اجتماعية، وقيمية. وفي ظل تطور البيئة الإعلامية وظهور الوسائط الرقمية، توسعت وظائف التحرير الإعلامي لتتجاوز الدور الإخباري التقليدي لتشمل أبعاداً تفسيرية، تفاعلية رمزية، وتكيفية مع طبيعة المنصة الرقمية. كما أصبح للمحرّر دور فاعل في صناعة الرأي العام، وبناء صورة المؤسسة الإعلامية، وتوجيه الاهتمام العام نحو قضايا بعينها، كل ذلك من خلال اختيارات تحريرية دقيقة تتعلق بالأسلوب، اللغة، التنظيم وأولوية المعالجة.

❖ الوظيفة الإخبارية

تعتبر الوظيفة الإخبارية من الوظائف الجوهرية للتحرير الإعلامي، حيث يتمثل دور المحرّر في جمع الوقائع والأحداث من مصادر موثوقة وصياغتها في بنية لغوية واضحة، تراعي عناصر الخبر الأساسية (من ماذا، أين، متى، لماذا، كيف). ويشمل ذلك أيضاً ترتيب الأولويات داخل النص، وتحديد الزوايا المهمة بما يتلاءم مع الخط التحريري للمؤسسة والجمهور المستهدف. في هذا الإطار، يفترض في المحرّر أن يكون قادراً على التمييز بين المعلومات الجوهرية والثانوية، وأن يُظهر الحدث في سياقه الواقعي، مع الحفاظ على أقصى درجات الدقة، الحياد، والموضوعية.

و يشير Gaillard 2003 إلى أن: "الإخبار" هو الوظيفة الأولية للصحافة، لكنها لا تكفي بذلك، فالإعلام يتطور من مجرد إبلاغ إلى تفسير وتوجيه، استناداً إلى طبيعة المجتمع والدور الذي تلعبه وسائل الإعلام فيه."

❖ الوظيفة التفسيرية

❖ إلى جانب نقل الأحداث، يُطلب من المحرّر تفسير ما وراء الخبر وتوضيح خلفياته، وهو ما يعرف بالتحرير التفسيري. وتبرز هذه الوظيفة بشكل خاص في تغطية المواضيع السياسية، الاقتصادية والاجتماعية المركبة، التي تتطلب سياقاً وفهماً معمقاً. و يقوم التحرير التفسيري على إدماج التحليل داخل النص، سواء من خلال تقديم الأرقام، أو المقارنات، أو عبر استحضار

مواقف الفاعلين، مما يُمكن القارئ أو المشاهد من فهم أعمق للحدث. ويتطلب ذلك كفاءة عالية في التوثيق، وتعدد مصادر، ومهارات تحليلية لدى المحرّر.

❖ الوظيفة التوجيهية

❖ التحرير ليس فعلاً محايداً دائماً؛ إذ كثيراً ما يكون وسيلة لإيصال رسائل ضمنية أو مباشرة، سواء من حيث اللغة المستخدمة أو من حيث زاوية تناول. تظهر الوظيفة التوجيهية في اختيار مواضيع معينة دون غيرها، في طريقة ترتيب الأخبار، أو حتى في استخدام بعض التعبيرات التي تعكس موقفاً أو انحيازاً معيناً. وتلعب هذه الوظيفة دوراً مهماً في التأثير على الجمهور وتوجيه الرأي العام. كما يستعمل هذا النوع من التحرير في حملات التوعية والتحسيس (الصحة، الأمن البيئية...) التي تهدف إلى التأثير في سلوك الجمهور.

❖ يرى (1997) Wolton أن: "التحرير" هو نشاط توجيهي بطبيعته، يختار ما يُقال، وكيف يُقال، ولمن يقال، وبالتالي فهو مسؤول عن بناء الرأي العام لا فقط نقله".⁴³

❖ الوظيفة الترفيهية

❖ لا يقتصر الإعلام على الأخبار والمعلومات الجادة، بل يشمل أيضاً محتوى ترفيهياً يهدف إلى التسلية وخلق حالة من التفاعل العاطفي أو الفكاهي لدى الجمهور. وهنا تتجلى وظيفة التحرير في تقديم هذا النوع من المضامين بطريقة ممتعة، سلسلة، وجذابة لغويًا وبصريًا، خاصة عبر الوسائط الرقمية التي تسمح باستخدام الصور الفيديوهات القصيرة، والمؤثرات.

❖ وظيفة بناء الهوية المؤسسية

❖ تلعب عملية التحرير دوراً كبيراً في تشكيل "هوية" الوسيلة الإعلامية، سواء من حيث الأسلوب اللغوي، بنية النص، اختيار العناوين، أو حتى النمط البصري المرافق للمضمون. فالمحرّر يسهم من خلال أسلوبه في تكريس صورة المؤسسة لدى جمهورها، وفي التمييز بينها وبين غيرها من المؤسسات.

❖ وكلما كان الخط التحريري واضحاً ومنسجماً، ساعد ذلك في خلق ولاء مؤسسي، وثقة بين المؤسسة والجمهور.

⁴³ -Gaillard, Ph. (2003). L'écriture journalistique. Paris: La Découverte
-Wolton, D. (1997). Penser la communication. Paris: Flammarion

❖ وظيفة التكيف مع طبيعة الوسيط

مع انتشار الوسائط الرقمية، ظهرت ضرورة تكيف التحرير مع خصائص كل منصة. فالصياغة الصحفية للتلفزيون تختلف عن تلك الخاصة بالإنستغرام أو الفايسبوك أو تويتر. إذ يفرض على المحرّر إعادة صياغة المحتوى ليتلاءم مع طبيعة الاستهلاك الرقمي. ويُعد هذا التكيف جزءًا من العملية التحريرية الحديثة، التي تتطلب معرفة تقنية بالوسيط، وفهما لسلوك الجمهور الرقمي.

و يشير (2002) Esquenazi إلى أن "التعددية الوسائطية أجبرت المحرّرين على تبني صيغ تحريرية متنوعة، تتراوح بين الإخبار الخبري المجرد والتفاعل البصري الرمزي، وفقًا لطبيعة كل منصة".⁴⁴

فبصفة عامة تقتصر الوظائف التحريرية على : جمع المادة الصحفية - المعالجة و التحرير - صياغة العناوين - التنسيق بين الوسائط المتعددة - المراجعة و التدقيق - استخدام أدوات التحرير الرقمي - التكيف مع الاعلام الرقمي.

فالوظائف التحريرية تعد انعكاسا لطبيعة العمل الإعلامي في شموليته، إذ تتقاطع فيها مهارات الكتابة الصحفية، مع البعد الاتصالي، والتقني، والسوسيولوجي للمؤسسة الإعلامية. وهذه الوظائف تشكل جوهر العمل التحريري في الإعلام الحديث، وتزداد أهميتها مع التحول الرقمي الذي يتطلب مهارات متقدمة وتقنيات متطورة لضمان وصول المحتوى الإعلامي بشكل فعال وجذاب لأكبر عدد من الجماهير.

🚩 المطلب الرابع: تطور الأساليب التحريرية في ظل التحولات الرقمية

شهد المجال الإعلامي في العقود الأخيرة تحولات جذرية بفعل الثورة الرقمية، التي لم تمس فقط بنيات التوزيع والاستهلاك، بل مست أيضا جوهر العملية الاتصالية وأساليب الكتابة الصحفية ذاتها. فقد أدت هذه التحولات إلى إعادة تعريف الأدوار التحريرية، وأنماط الإنتاج والتلقي، بل وفرضت على الصحفيين والمحررين ضرورة التكيف مع بيئة تواصلية جديدة، تتسم بالسرعة التفاعلية، والوسائطية المتعددة.

⁴⁴ -Esquenazi, J.-P. (2002). La fabrique du journal télévisé. Paris: Presses Universitaires de France

ان الأساليب التحريرية لم تعد ثابتة أو موحدة، كما كان عليه الحال في الإعلام التقليدي، بل أصبحت تخضع لتحولات مستمرة ترتبط بثلاثية: التكنولوجيا، الجمهور، والوسيط. ويمكن القول إن التحرير الإعلامي في البيئة الرقمية قد انتقل من الخطاب الرسمي "إلى" الأسلوب الشبكي"، ومن "الإلقاء" إلى "المشاركة"، مما يستوجب فهما معمقا للتغيرات التي مست ية وشكل ومحتوى النصوص الإعلامية.

أولاً: من الإلقاء الأحادي إلى التفاعل الشبكي

كان الإعلام التقليدي يقوم على نموذج الإرسال الأحادي"، حيث تُنتج المادة الإعلامية داخل غرفة التحرير ويتم بنها إلى جمهور سلبي التلقي. أما في العصر الرقمي، فقد تغير هذا النموذج ليصبح الجمهور شريكا في العملية الاتصالية، وذلك من خلال أدوات التعليق الإعجاب، إعادة النشر، والتفاعل اللحظي. هذا التحول أثر بشكل مباشر على طبيعة الأسلوب التحريري، حيث أصبح يُراعي عنصر "الاستجابة" و"الارتباط"، ما جعل النصوص الإعلامية تميل إلى البساطة القصر، والاستثارة، لتكون أكثر قابلية للتفاعل.

و يشير Manuel Castells إلى أن "الفضاء العمومي الجديد لم يعد من إنتاج المؤسسات فقط، بل أصبح مجالا مشتركا بين المحرر والمستخدم"⁴⁵.

ثانياً: من الأسلوب الرسمي إلى الأسلوب الشبكي الحواري

كانت الصياغة التحريرية و لا زالت تخضع لقواعد صارمة من حيث اللغة الشكل، وطريقة بناء الخطاب، وهو ما يعكس طابع السلطة والمرجعية. أما في المنصات الرقمية، فقد برز ما يُعرف بـ"الأسلوب الشبكي" الذي يمزج فيه بين لغة الإعلام ولغة الحياة اليومية، بين الرسمي والشخصي، وبين الإخبار والتفاعل. اذ أصبح المحرر يلجأ إلى الأسلوب المباشر، والأسئلة المفتوحة، والمصطلحات الرائجة مما أدى إلى تشكّل خطاب إعلامي جديد، يجمع بين الوظائف الإخبارية والترفيهية في آن واحد. ويُعدّ هذا التحول انعكاسا لضرورة مواكبة إيقاع الاستخدام الرقمي، حيث يميل الجمهور إلى المحتوى القابل للفهم السريع والمشاركة اللحظية.

ثالثاً: من وحدة الوسيط إلى تعددية القوالب والوسائط (Multimodalité)

فرضت البيئة الرقمية على المحرر التحول من التعامل مع "النص الواحد" إلى "الوسائط المتعددة"، أي أن المادة الإعلامية لم تعد تقدّم في قالب مكتوب فقط، بل أصبحت تتجلى في النص الصورة، الفيديو،

1. Castells, M. (2011). Communication Power. Oxford University Press.

- كراش سمير (2020). " من التحرير الخبري إلى التحرير التفاعلي: مقاربة مفاهيمية". مجلة الدراسات الإعلامية، جامعة باتنة، العدد 8، ص87

الإنفوغرافيك، الصوت. الستوري، البث المباشر... إلخ.

هذا التعدد في الأشكال تطلب تطوير أساليب تحريرية مرنة، قادرة على التكيف مع كل وسيط على حدة. فكتابة منشور على الإنستغرام تختلف عن كتابة خبر على الموقع الإلكتروني أو تقديم فيديو قصير على التيك توك. وبالتالي، لم يعد تحضير المادة التحريرية يقوم على النص فقط، بل أصبح يُخطط له باعتباره منتجا رقميا متكاملًا.

رابعاً: من التحرير "المكتبي" إلى التحرير "الفوري والميداني"

من أبرز التحولات التي فرضتها الرقمنة على الأساليب التحريرية، هو إلغاء الحواجز الزمانية والمكانية في إنتاج المحتوى. فبفضل الهواتف الذكية والاتصال الدائم بالإنترنت، أصبح بإمكان المحرر إعداد وصياغة ونشر المادة من الميدان، وفي التوقيت ذاته⁴⁶.

هذا التغير أحدث نقلة نوعية في أسلوب التحرير، الذي أصبح أكثر مرونة وسرعة، وأدى إلى بروز أساليب "التحرير الفوري" و "التغطية المباشرة"، خاصة أثناء الأزمات أو الأحداث الكبرى.

خامساً: من العمق التفسيري إلى السرعة والإيجاز

فرضت ثقافة الاستهلاك الرقمي - وخاصة على وسائل التواصل الرقمية - الميل إلى السرعة القصوى، والاقتصاد في اللغة. ولم تعد النصوص الطويلة والمعمقة تلقى الاهتمام الكافي، ما دفع المحررين إلى تبني أساليب تحريرية تركز على "الرسائل الموجزة"، العناوين الجاذبة، والمعلومات المختصرة. أين يسعى الصحفي إلى إيجاد توازن بين الإيجاز والتفسير بين الجاذبية والدقة.

المطلب السادس: الانتقال من الإلقاء إلى المشاركة في البيئة الرقمية

شهدت البيئة الإعلامية المعاصرة تحولاً عميقاً في أنماط الاتصال والتفاعل، نتيجة تطور الوسائط الرقمية، وخصوصاً مع بروز تقنيات الويب التفاعلية Web2.0، حيث لم يعد الجمهور مجرد متلق سلبي للمحتوى، بل أصبح فاعلاً ومشاركاً في العملية الاتصالية. ومن هنا، برز ما يُعرف بالانتقال من نمط "الإلقاء" التقليدي إلى نمط "المشاركة" في الإعلام الرقمي.

⁴⁶ - كراش سمير (2020). " من التحرير الخبري إلى التحرير التفاعلي: مقارنة مفاهيمية". مجلة الدراسات الإعلامية، جامعة باتنة، العدد 8،

ففي الإعلام التقليدي، كان الاتصال يتم وفق نموذج خطي أحادي الاتجاه، يُطلق عليه عادة النموذج التنازلي، حيث يلقي الصحفي أو المؤسسة الإعلامية بالمعلومة أو الرسالة نحو الجمهور دون وجود قنوات فعلية للتفاعل أو الرد. وقد مثل هذا النمط البنية الاتصالية السائدة في الصحف الورقية، التلفزيون، والإذاعة، حيث كان المتلقي يتلقى الرسالة الإعلامية وليس بفاعل في إنتاج أو تعديل أو إعادة نشر المحتوى. غير أن التحولات التكنولوجية والاتصالية فرضت إعادة تشكيل العلاقة بين المنتج الإعلامي والجمهور، فأصبح هذا الأخير مساهما في إنتاج المحتوى وصياغته، عبر التفاعلات، التعليقات، الإعجابات، إعادة نشر، أو حتى من خلال تقديم محتوى خاص به (User Generated Content). هذه الخاصية التفاعلية، التي تميز بيئة الإعلام الرقمي، تُجسد "النموذج التشاركي" الذي يعيد الاعتبار للجمهور بوصفه طرفاً مؤثراً ومُقيماً للمادة الإعلامية.

ويعد هذا التحول أحد أبرز المظاهر في وسائط الإعلام الاجتماعي، وعلى رأسها منصة فيسبوك، تويتر، وإنستغرام، والتي سمحت بفتح نوافذ جديدة للحوار الآني بين المؤسسات الإعلامية وجمهورها، إذ لم تعد المواد الإخبارية تنشر بشكل نهائي وثابت، بل أصبحت خاضعة للمتابعة والتحديث المستمرين بناءً على تعليقات وتفاعلات المتابعين، ما يمنح المتلقي دوراً استراتيجياً في التوجيه والمساءلة.

وفي السياق **التحريري** انعكس هذا الانتقال من الإلقاء إلى المشاركة على الأساليب التحريرية المعتمدة في المؤسسات الإعلامية، فالمضامين لم تعد تقدم بلغة جامدة أو تقارير إخبارية مغلقة، بل أصبحت تصاغ بأساليب أكثر قرباً من الجمهور، تراعي التفاعلية، وتوظف تقنيات التحرير السريع والمباشر، وتدمج وسائط متعددة (صور، فيديو، روابط، استطلاعات...) لتحفيز المشاركة.

في حالة قناة النهار TV، مثلاً، أصبح من المعتاد أن نجد منشوراتها على إنستغرام مصحوبة بأسئلة مفتوحة للجمهور أو عبارات تحفيزية على التفاعل مثل: "ما رأيكم؟"، "هل توافقون؟"، "شاركونا رأيكم في التعليقات"، مما يعكس وعياً بأسلوب التحرير التفاعلي في البيئة الرقمية.

أما بالنسبة للدلالات الاتصالية للتحول: فتعكس تغييراً في فلسفة الاتصال الإعلامي من السلطة الخطابية الأحادية إلى فضاء حوار مفتوح، أين تتداخل أدوار الصحفي والمواطن، وتتشكل أنماط جديدة من المواطنة الإعلامية التي تمنح الأفراد قدرة أكبر على المساهمة في النقاش العام، وتضع المؤسسات الإعلامية أمام تحدي التكيف مع جمهور ذكي ومتطلب.⁴⁷

⁴⁷ - نوال بوزيدي 2021 التحرير الصحفي بين النص الورقي والنص الرقمي. مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر 3، ص. 72-74 - سمير كراش (2020). "من التحرير الخبري إلى التحرير التفاعلي: مقارنة مفاهيمية". مجلة الدراسات الإعلامية، جامعة باتنة، العدد 8، ص. 72-70.

المبحث الثالث: إنستغرام كوسيط إعلامي رقمي

المطلب الأول: التعريف بمنصة إنستغرام

شهدت البيئة الاتصالية الرقمية خلال العقد الأخير ظهور مجموعة من المنصات الاجتماعية التي أعادت تشكيل ملامح المشهد الإعلامي العالمي، وكان من أبرزها منصة "إنستغرام"، التي فرضت نفسها كوسيط إعلامي بصري بامتياز، يعتمد في بنيته التواصلية على الصورة والفيديوهات القصيرة، مما جعله يحظى بانتشار واسع على المستويين الشعبي والمؤسسي، وخصوصاً لدى وسائل الإعلام التي باتت توظفه كقناة فرعية لبث المحتوى والتفاعل مع الجمهور.

ظهر موقع إنستغرام الاجتماعي على يد الثنائي الأمريكي "كيفن سيستروم" و"مايكل مايك" سنة 2010، استحوذت عليه شركة META من خلال صفقة بلغت قيمتها مليار دولار، يعرف إنستغرام بأنه أحد منصات التواصل الاجتماعي الرقمية التي توفر خدمة تعديل وتحميل الصور والفيديوهات. إضافة لمشاركة الأشخاص أسلوب حياتهم مع أسرهم وأصدقائهم... الخ، و يسمح أيضاً بمشاركة هذه الصور ومقاطع الفيديو على المنصات الأخرى.

كان دعم إنستغرام في البداية على الأيفون والأيباد وفي أبريل 2012 تمت إتاحتها على منصة أندرويد فرويد (2.2)، و تم توزيعه عبر متجر آيتونز و google play ، و في يونيو 2013 شهد الموقع نمواً كبيراً في عدد المستخدمين منذ بدأ تحميله على الأجهزة الداعمة لنظام أندرويد ليبلغ عددهم 30 مليون مستخدم.

وقد كانت بنية هذا الموقع مميزة منذ بدايته، إذ لا مكان فيه للمنشورات التقليدية كما هو الحال في المنافس فيسبوك، ولا نصوصاً مختصرة كما هو الحال على منصة اكس، بل فقط صوراً فوتوغرافية تحمل أبعاداً جمالية، تصور الحياة اليومية للأفراد التي عادة ما تكون في أماكن سياحية ترفيهية معروفة كانت أو غير معروفة، وفنادق ومطاعم أو متاحف. على اعتبار أن الهدف الأسمى لهذه الشبكة الاجتماعية كان دائماً التسجيل والتأريخ والتوثيق بطريقة فنية عبر تصوير المواقع والأحداث، أو الشخصيات العامة، وإظهار هذا الأخير كما هو مع التركيز على إيجابياته من جهة، وإخضاع الصور المنشورة لمتطلبات الجماليات الفنية من جهة أخرى.

- حمدي، فاطمة. (2021). "إنستغرام كأداة تواصل رقمي لدى المؤسسات الإعلامية". مجلة دراسات إعلامية، جامعة الجزائر 3، العدد 11، ص. 95-97

ويسجل موقع إنستغرام المرتبة العاشرة من حيث الزوار على الرغم من حادثته مقارنة بموقع فيسبوك بمعدل حوالي 60 مليون زائر فردي يوميا، و 220 مليون زيارة ذلك حسب الموقع الشهير للإحصاء HypeStat تبلغ قيمة التطبيق \$679.033.761 ويستحوذ على ما يعادل 4.262% من متصفحي الانترنت العالمي حسب احصائيات لسنة 2022.

المطلب الثاني: آليات التواصل والنشر على منصة إنستغرام

يشهد مجال الإعلام تحولا عميقا بفعل الرقمنة وتزايد الاعتماد على المنصات الاجتماعية الرقمية كوسائل للنشر والتفاعل. وتعد منصة إنستغرام من أبرز المنصات الرقمية التي أعادت تشكيل أنماط الإنتاج والتواصل الإعلامي، بما توفره من آليات متعددة لنشر المحتوى وتوجيه الرسائل للجمهور، مما جعلها بيئة خصبة للفاعلين الإعلاميين والمؤسسات الإخبارية، على غرار قناة "النهار" TV الجزائرية.

كما ان آليات النشر على إنستغرام تتنوع بين المحتوى الثابت والمحتوى المتغير، وبين النشر الموجه للجمهور العام والنشر القائم على التفاعل الفوري، كما أن التصميم البصري والتقني للمنصة يؤثر بشكل مباشر على طريقة صياغة الرسائل الإعلامية وتوزيعها.

1. النشر عبر المنشورات (Post)

يعد المنشور الثابت من أبرز صيغ النشر على إنستغرام، ويُستخدم لنقل الخبر أو التغطية مصحوبا بصورة أو مقطع فيديو، مع إمكانية كتابة شرح نصي (Caption) يحتوي على عناوين أو تفاصيل موجزة. هذا النوع من النشر يتيح بناء أرشيف مرئي قابل للرجوع إليه، ويُستثمر غالبا لعرض المحتوى الخبري أو توي أو الإعلان بأسلوب جذاب وموجز.

2. القصص (Stories)

تمثل القصص شكلا تواصليا ديناميكيا ومؤقتا، يستمر لمدة 24 ساعة فقط، ويستخدم بكثافة لتغطية الأحداث الجارية أو نقل المستجدات أو تشجيع التفاعل المباشر مع الجمهور. كما تسمح القصص بإدراج ملصقات تفاعلية (مثل التصويت الأسئلة، الروابط)، ما يجعل منها أداة قوية للاتصال السريع والمباشر⁴⁸.

48 - احمد، أبو خضرة الإعلام الرقمي: النظرية والتطبيق. دار المسيرة للنشر. 2021
- رفيق، زياتي "دور وسائل التواصل الاجتماعي في تطوير الأداء الاتصالي للمؤسسات الإعلامية". مجلة الباحث الإعلامي، العدد 11. لسنة 2019

3. الفيديو القصير (Reels)

تمكن الريلز من نشر فيديوهات قصيرة لا تتجاوز 90 ثانية، وغالبًا ما تستخدم لنقل مقاطع مقتطفة من البرامج، الأخبار، أو الأحداث بطريقة إبداعية وجذابة بصريا. تبرز أهمية هذه الآلية في قدرتها على تحقيق نسب مشاهدة واسعة نظرا لتفضيل الخوارزميات لها في الظهور للمستخدمين.

4. البث المباشر (Live)

يتيح البث المباشر إقامة تفاعل حي وفوري بين المؤسسة الإعلامية والجمهور، ويُستثمر لنقل الندوات أو المؤتمرات أو الأحداث العاجلة. ويوفر هذا النمط من النشر كذلك قدرا عاليا من المصداقية والشفافية، كما يدعم مبدأ المشاركة في صناعة الخبر.

5. استخدام الوسوم (الهشتاغات)

تستخدم الوسوم لتصنيف المحتوى وربطه بمواضيع أو أحداث جارية، وتعد من آليات النشر غير المباشرة التي تساعد في توسيع نطاق الوصول للمحتوى. كما توظف الوسوم في الحملات الإعلامية الرقمية لخلق هوية مشتركة ومتابعة ديناميكية للمضامين.

6. التفاعل عبر التعليقات والإشعارات

تمثل خاصية التعليقات والإعجابات والرسائل المباشرة، والإشعارات جزءًا من منظومة النشر التفاعلي، حيث تتيح إنشاء علاقة تواصلية مزدوجة الاتجاه بين المؤسسة الإعلامية والجمهور، وهو ما لم يكن ممكنا في الإعلام التقليدي.

وتبرز أهمية آليات النشر كذلك في كيفية كتابة النصوص المصاحبة للصور والفيديوهات، حيث تعتمد الوسائل الإعلامية أساليب تحريرية خاصة تلائم جمهور المنصة الذي يميل غالبًا إلى الإيجاز، البساطة، واللغة التفاعلية. ويتراوح الطابع اللغوي للنصوص بين الخطاب الرسمي والتواصلي، مع توظيف اللغة العامية أو الرموز التعبيرية في بعض الأحيان، تبعًا لطبيعة الجمهور المستهدف.⁴⁹

49 - عبد المجيد، نصر الدين /الإعلام في عصر الرقمنة. الجزائر: دار الهدى، 2019، ص. 24.
- حيدر، نوال. منصات التواصل الرقمي وتغيير أنماط الاتصال الجماهيري. بيروت: دار الكتاب الحديث، 2022، ص. 139.

كما أن نظام الخوارزميات على منصة إنستغرام يلعب دورًا في تحديد مدى وصول المنشورات، مما يجعل عملية النشر خاضعة لاستراتيجيات تحسين الظهور عبر تقنيات ما يُعرف بـ "SEO الاجتماعي"، مثل توقيت النشر، استخدام الوسوم الفعالة، وتحليل البيانات التفاعلية لتحديد أنسب الأوقات والمضامين.

ففي المجمل، تعكس آليات النشر على إنستغرام تحولًا جوهريًا في المنظومة الاتصالية داخل البيئة الرقمية، حيث لم تعد المؤسسات الإعلامية تكتفي بالإرسال، بل تسعى إلى بناء حوار دائم ومفتوح مع جمهورها، مما يجعل من كل منشور فرصة لإعادة صياغة العلاقة التقليدية بين الإعلامي والمتلقي.⁵⁰

المطلب الثالث: خصائص النشر عبر منصة إنستغرام

تتمثل إحدى الخصوصيات البارزة لمنصة إنستغرام في تركيزها على المحتوى البصري، ما جعلها تتميز عن غيرها من الشبكات الاجتماعية وتفرض خصائص جديدة لعملية النشر الإعلامي. فالمضمون الذي يتم تداوله على إنستغرام يتسم بمجموعة من السمات الشكلية والمضمونية التي تعكس طبيعة المنصة وسلوك مستخدميها، كما تفرض تحديات وفرصًا على المؤسسات الإعلامية الساعية إلى تعزيز حضورها الرقمي من خلالها.

1- **الصورة:** تُعد الصورة الثابتة من أبرز وسائط النشر على إنستغرام، بل إنها تمثل نواته الأصلية منذ انطلاقه سنة 2010. وتتميز الصورة على المنصة بقدرتها على تكثيف المعنى والتأثير البصري في وقت قصير، وهو ما يجعلها أداة فعالة في إيصال الرسائل الإخبارية أو الدعائية. وتُستخدم الصورة في الخطاب الإعلامي على إنستغرام لإثارة الانتباه، أو تكثيف حدث معين، أو تعزيز مصداقية المضمون من خلال إظهار المشهد أو الشخصيات ذات الصلة بالحدث.

2- **القصص (Stories):** اللحظة الآنية والزمن المحدود إذ تُعد القصص من أبرز أدوات النشر على إنستغرام وأكثرها تفاعلاً، فهي تتيح إمكانية بث مضمون إعلامي أو ترويجي يختفي تلقائياً بعد 24 ساعة، ما يخلق شعوراً بالحصريّة والاستعجال لدى المتابعين. وتمثل القصص أداة مثالية لنقل المستجدات أو الأحداث العاجلة بشكل سريع وخفيف، مع إمكانية إضافة عناصر تفاعلية مثل الاستبيانات، الأسئلة، أو التفاعلات السريعة.

50 - مكاي، حسن. مدخل إلى وسائل الاتصال الجماهيري. القاهرة: عالم الكتب، 2018، ص. 212.
- الزهر اوي، رامي. الصحافة الرقمية وسوسيولوجيا الإعلام البصري. بيروت: دار الطليعة، 2021، ص. 54.
- بن جدو، سامي. وسائل التواصل الاجتماعي وتحولات الإعلام الرقمي. تونس: المركز العربي للإعلام، 2021، ص. 100.

وتُستخدم القصص كذلك لربط المحتوى المنشور على الصفحة الرئيسية بمحتوى آخر، كإعادة توجيهه نحو موقع إلكتروني أو بث مباشر، وهو ما يُوظف ضمن استراتيجيات التسويق الرقمي الإعلامي.

3- **الفيديو:** يوفر إنستغرام خاصية الفيديوهات القصيرة (Reels) إلى جانب الفيديوهات التقليدية التي تنشر في المنشورات أو IGTV سابقاً. وتتيح هذه الوسائط تقديم تقارير إخبارية، أو مقتطفات من حوارات وبرامج، أو حتى لقطات من الميدان، في مدة زمنية قصيرة ومركزة. وتبرز أهمية الفيديو في قدرته على الجمع بين الصوت والصورة والحركة، ما يعزز التفاعل ويزيد من احتمالية وصول المحتوى إلى جمهور أوسع بفعل خوارزميات المنصة.⁵¹

4- **البث المباشر:** اذ يمثل البث المباشر قفزة نوعية في شكل الاتصال الإعلامي، يمكن الصحفي أو المؤسسة الإعلامية من التفاعل بشكل فوري مع الجمهور، سواء عبر تغطية أحداث مباشرة، أو تنظيم حوارات ونقاشات آنية. ويُعتبر البث المباشر أحد الأشكال التي كوّنت "المشاركة" بدل "التلقي"، إذ يمكن للجمهور طرح أسئلة أثناء البث، والتفاعل مع المحاور، وتوجيه مسار النقاش بشكل جزئي.

إن خصائص النشر عبر إنستغرام تجعل منه منصة إعلامية متميزة تجمع بين الجاذبية البصرية والسرعة التفاعلية. وتمنح أدواته للوسائل الإعلامية إمكانات متعددة لتكييف رسائلها مع خصائص البيئة الرقمية.

المطلب الرابع: حضور المؤسسات الإعلامية التقليدية على منصة إنستغرام

(الفرص والتحديات)

يمثل الحضور الرقمي للمؤسسات الإعلامية التقليدية على منصة إنستغرام خطوة ضرورية لمواكبة التحولات التي يشهدها المشهد الإعلامي في عصر الرقمنة. فلم يعد بإمكان الصحف الورقية أو القنوات التلفزيونية الاعتماد على قنواتها الكلاسيكية وحدها للوصول إلى الجمهور، بل أصبحت مطالبة بالتكيف مع خصائص الإعلام الجديد من حيث سرعة التفاعل، التعددية الشكلية، والبعد التشاركي. وبينما يفتح إنستغرام آفاقاً واسعة لتجديد الخطاب الإعلامي وتوسيع قاعدة الجمهور، فإنه يفرض أيضاً تحديات بنيوية ومهنية تتعلق بطبيعة المحتوى وأدوات التحرير.

⁵¹ - بوغزالة، آمنة. "الإعلام المتلفز في البيئة الرقمية". *مجلة علوم الإعلام والاتصال*، العدد 17، 2022، ص. 132.

- عبد المجيد، نصر الدين. *الإعلام في عصر الرقمنة*. الجزائر: دار الهدى، 2019، ص. 58.

الفرص التي يتيحها إنستغرام للمؤسسات الإعلامية

- الوصول إلى جمهور أوسع وأكثر تنوعا :

يعد إنستغرام من أكثر المنصات استخداما في أوساط الشباب، ما يمنح المؤسسات الإعلامية إمكانية اختراق شرائح جديدة من الجمهور كانت تعد سابقا غير مهتمة بالمحتوى الإعلامي التقليدي. فبفضل سهولة التصفح وتنوع الوسائط (صور، فيديو، قصص، بث مباشر)، يمكن نقل المعلومة في أشكال خفيفة وسريعة الاستهلاك.⁵²

- تعزيز الحضور الرقمي وتحديث صورة المؤسسة :

يسهم التواجد النشط على إنستغرام في تقديم صورة أكثر عصرية وتفاعلية للمؤسسة الإعلامية، من خلال عرض الكواليس، والتفاعل مع المتابعين، ونقل الأحداث المباشرة بشكل حي. مما يعزز علاقة القرب والشفافية، ما يساهم في بناء علاقة ثقة جديدة مع الجمهور الرقمي.

- تنوع قنوات توزيع المحتوى :

يسمح إنستغرام للمؤسسات بتجزئة محتواها إلى صيغ متعددة، حيث يمكن نشر مقتطفات من التقارير التلفزيونية أو المقابلات الصحفية على شكل فيديوهات قصيرة، أو نقل أهم الأخبار العاجلة بصيغة قصص يومية، أو تصميم منشورات معلوماتية مختصرة. كل هذا يعزز من إمكانية إعادة توظيف نفس المحتوى لأغراض متعددة، مما يرفع من كفاءته وانتشاره.

- التفاعل الآني وقياس الأثر المباشر :

من خلال خاصيات الإعجاب، التعليق، إعادة النشر، يمكن للمؤسسات الإعلامية معرفة مدى تفاعل جمهورها مع كل منشور، وتقييم أداء رسائلها الإعلامية بشكل فوري، مما يساعد في تعديل الاستراتيجيات التحريرية بناءً على ردود الفعل.⁵³

التحديات المرتبطة باستخدام إنستغرام كوسيط إعلامي

اختزال المضمون وإفراغه من العمق

بحكم طبيعة إنستغرام المعتمدة على الإيجاز والبساطة، تضطر المؤسسات أحيانا إلى تبسيط المضمون إلى درجة قد تفرغه من خلفيته التحليلية أو السياقية. فالمحتوى الإعلامي يصبح موجها أكثر نحو "الجاذبية" البصرية وليس نحو "المعلومة الدقيقة"، وهو ما قد يؤثر على جودة الخطاب.

⁵² - زهرة خنوف. تفاعل المؤسسات الإعلامية الجزائرية مع الجمهور عبر إنستغرام. مجلة الدراسات الإعلامية، 8(2)، سنة 2021 ص. 91.

⁵³ - مروان حميدة. الصحافة الرقمية والرهانات المهنية الجديدة. عمان: دار اليازوري، سنة 2022 ص. 73

- صعوبة التمييز بين المحتوى الإعلامي والتجاري

نظرا للتشابه في الشكل البصري بين منشورات المؤسسات الإعلامية ومحتوى المؤثرين أو الإعلانات، يجد المتابع أحيانا صعوبة في التمييز بين المعلومة والتحفيز الاستهلاكي، ما قد يؤثر على مصداقية المؤسسة إذا لم توضح أهداف النشر أو سياقات استخدام الوسائط⁵⁴.

- ضغط التفاعل وسرعة الإنتاج :

تتطلب طبيعة المنصة استجابة سريعة للأحداث وتفاعلاً آنياً مع الجمهور، مما يفرض ضغوطاً زمنية على فرق التحرير، وقد يؤدي إلى الوقوع في التسرع أو نشر معلومات غير دقيقة، خاصة في ظل الوصول للسبق الصحفي الرقمي⁵⁵.

- إشكالية التخصص المهني والمهارات الرقمية :

ليست كل المؤسسات الإعلامية التقليدية مؤهلة رقمياً بشكل كاف لإنتاج محتوى متكيف مع معايير المنصات الرقمية. فالأمر يتطلب مهارات تحريرية جديدة تشمل تقنيات التصميم، كتابة النصوص القصيرة، إنتاج الفيديوهات السريعة، وإدارة التفاعل مع الجمهور، وهي مهارات قد تكون غائبة عن فرق التحرير الكلاسيكية.

54 - سهيلة ربيعي. تحولات المحتوى الإعلامي في البيئة الرقمية. الجزائر: دار الخلدونية، سنة 2023 ص. 64.

55 - عبد الرحمن علوش. "التحرير الرقمي والاختزال السردي في الصحافة البصرية"، مجلة علوم الإعلام والاتصال، العدد 19، سنة 2022 ص. 109.

- ليلي دنداني. التحرير الإعلامي في العصر الرقمي. مركز دراسات الاعلام الرقمي تونس سنة 2020 ص. 88.

ملخص الفصل :

استعرض الفصل الأول التحول من الإعلام التقليدي إلى الإعلام الرقمي، مبرزاً الفروقات بين النموذجين من حيث طبيعة الاتصال ونمط إنتاج المحتوى. كما تم توضيح كيف أثّرت البيئة الرقمية على الأساليب التحريرية، التي أصبحت أكثر تفاعلية وبصرية وتكيفاً مع المنصات الرقمية الجديدة. وتم التركيز بشكل خاص على منصة إنستغرام كوسيط إعلامي حديث، يفرض منطقاً تحريراً جديداً يعتمد على العديد من الخصائص.

و بناء عليه، يمكن القول إن فهم هذا السياق التحويلي، والوقوف عند سمات كل من الإعلام التقليدي والرقمي، إلى جانب تحليل الأساليب التحريرية ومكونات منصة إنستغرام، يشكل مدخلاً نظرياً ضرورياً لفهم الدراسة التطبيقية اللاحقة، التي ستركز على تحليل الأساليب التحريرية في قناة "النهار" TV ، سواء عبر بثها التلفزيوني أو عبر صفحتها على منصة إنستغرام، في تغطية الحدث السياسي خلال الفترة المحددة.

الفصل الثاني:

الأساليب التحريرية لقناة النهار TV كحالة للدراسة

تمهيد :

بعد تناول الإطار المفاهيمي والنظري المتعلق بالإعلام التقليدي والإعلام الرقمي، والوقوف على الخصائص العامة للأساليب التحريرية وتطورها في ظل التحولات التكنولوجية والرقمية، يأتي هذا الفصل ليطبق تلك المفاهيم على دراسة حالة محددة تمثل نموذجا من نماذج الإعلام الجزائري الخاص، ويتعلق الأمر بقناة النهار TV .

يمثل هذا الفصل جانبا محوريا في هذا البحث، حيث يسعى إلى تحليل الأساليب التحريرية التي تعتمد عليها القناة في تقديم محتواها الإخباري، سواء من خلال نشراتها التلفزيونية أو من خلال حضورها على منصة إنستغرام، باعتبارها واحدة من أبرز وسائل التواصل الاجتماعي الرقمية التي تبنتها المؤسسات الإعلامية في السنوات الأخيرة ضمن استراتيجيات التحول الرقمي. ويعد هذا التحليل ضروريا لفهم كيفية تكيف المؤسسة الإعلامية مع المتغيرات الجديدة في الحقل الاتصالي، ومدى قدرتها على الجمع بين متطلبات البث التلفزيوني التقليدي وخصوصيات النشر الرقمي.

ينقسم هذا الفصل إلى ثلاثة مباحث أساسية، نتناول فيها لمحة عامة عن قناة النهار TV وسياق تحولها الرقمي، مع التركيز على الاستراتيجيات المعتمدة في إنتاج وتقديم المحتوى. كذلك دراسة الأساليب التحريرية المعتمدة في نشرات الأخبار التلفزيونية، وطبيعة التحرير الرقمي من خلال التركيز على صفحة القناة على إنستغرام، وتحليل خصوصيات النشر الإخباري، والخطاب البصري واللغوي، وكذا دور التفاعل مع الجمهور بوصفه جزءا من العملية التحريرية الجديدة.

المبحث الأول: قناة النهار TV والتحول الرقمي

المطلب الأول: لمحة عامة عن القناة

تعد قناة النهار (Ennahar TV) قناة تلفزيونية جزائرية خاصة، تُعنى بالأخبار والبرامج المتنوعة. أُطلقت القناة رسميًا في 6 مارس 2012، وهي مملوكة من طرف مجمع النهار، الذي يملك أيضًا صحيفة "النهار الجديد". تتمركز القناة في الجزائر العاصمة، وتبث برامجها من مقرها الرسمي المتواجد حاليًا في سعيد حمدين.

تقوم القناة بالتغطية عبر كامل التراب الوطني وهذا من أجل تحقيق أهدافها الاجتماعية والثقافية الموجهة إلى كل شرائح الجزائر، إذ تتركز اهتمامات القناة على البرامج المتنوعة ذات البعد الوطني والمحلي في الدرجة الأولى، وكذا المجتمع الدولي ومختلف القضايا الراهنة، التي تحرص أن تقدمها إلى الجمهور الجزائري بشفافية تامة.

وتنقسم المؤسسة إلى 06 مديريات أساسية هي: مديرية الأخبار والإنتاج والبرمجة والخدمات التقنية والتجهيز والإدارة العامة والعلاقات الخارجية، بالإضافة إلى مركز الأرشفة، المحطات الجهوية والمديريات التجارية.

تم تأسيس قناة النهار كجزء من التوسع الإعلامي الذي شهدته الجزائر بعد تحرير قطاع الإعلام السمعي البصري، حيث جاءت القناة لتغطية الأخبار المحلية والدولية من منظور جزائري. منذ انطلاقتها، حرصت القناة على تقديم تغطية واسعة للأحداث السياسية، الاجتماعية، الاقتصادية، والثقافية، مما جعلها واحدة من أكثر القنوات الإخبارية متابعة في الجزائر.

يُعد مجمع النهار واحدًا من أبرز المؤسسات الإعلامية في الجزائر، حيث بدأ مسيرته في مجال الصحافة المكتوبة قبل أن يتوسع إلى قطاع الإعلام المرئي والرقمي. منذ تأسيسه، لعب دورًا محوريًا في المشهد الإعلامي الجزائري، سواء من خلال جريدة النهار الجديد أو قناة النهار TV

في عام 2014، بدأت القناة ببث برامجها بتقنية البث عالي الدقة (HD)، مما ساهم في تحسين جودة المحتوى المرئي وجذب عدد أكبر من المشاهدين.

ومع تزايد أهمية الإعلام الرقمي، عززت مؤسسة النهار حضورها على الإنترنت من خلال موقعها الإخباري الذي ينشر الأخبار العاجلة والتقارير الحصرية. كما أصبحت القناة نشطة على منصات التواصل الاجتماعي، مثل فيسبوك، إنستغرام، تويتر، ويوتيوب، إذ تبث مقاطع فيديو حصرية وتحديثات آنية للأخبار وواصلت القناة تحديث أسلوبها الإعلامي لمواكبة التطورات في قطاع الإعلام، إضافة لاستمرارها في تعزيز التفاعل مع الجمهور من خلال منصاتها الرقمية.

المطلب الثاني : استراتيجيات قناة النهار في تقديم المحتوى الإخباري

تعد الاستراتيجية التحريرية لأي مؤسسة إعلامية مرآة لهويتها التحريرية ولفلسفتها الاتصالية، إذ تحدد طبيعة المواضيع التي تغطيها، وزاوية المعالجة، وأسلوب التقديم، وطريقة التفاعل مع الجمهور المستهدف. وفي هذا السياق، تنتهج قناة النهار TV مجموعة من الاستراتيجيات في تقديم محتواها الإخباري، تتوزع بين البث التلفزيوني التقليدي والمنصات الرقمية وذلك استجابة لمتطلبات البيئة الإعلامية المتحوّلة والخصائص جمهور متعدد الوسائط

1- انتقاء الموضوعات ذات الطابع المحلي والسياسي

تركز قناة النهار TV بدرجة كبيرة على الشأن المحلي والسياسي الوطني، حيث تعكس محتوياتها الإخبارية حرصا على مواكبة الأحداث الجارية داخل الجزائر، مع التركيز على القرارات الحكومية، التصريحات الرسمية، ونشاطات الشخصيات السياسية. كما تولى القناة أهمية للمجتمع المحلي، من خلال التغطيات التي تعالج قضايا المواطن اليومية، كالأمن، الأسعار، والخدمات العمومية، ما يعكس استراتيجيتها في تعزيز القرب من الجمهور وتعزيز الشعور بالانتماء الوطني⁵⁶.

2- الأسلوب المباشر والمعالجة الخبرية الفورية

تعتمد القناة على أسلوب خبري مباشر يركز على نقل المعلومات بشكل فوري ومباشر، خاصة في نشراتها الإخبارية، حيث تقدم الأخبار بلغة واضحة دون تعقيد، مع استعمال متكرر للعناوين الفعلية والتسميات الدقيقة للأماكن والشخصيات. وتهدف هذه الاستراتيجية إلى تسهيل الفهم لدى الجمهور، وتحقيق سرعة في التلقي، وهو ما يتوافق مع منطق البث الإخباري التلفزيوني⁵⁷.

56 - بن زينة، سمير. الإعلام السياسي في الجزائر: دراسة في الأداء المهني لقنوات التلفزيون الخاص. الجزائر: دار الخلدونية، 2021.

57 - عبد المجيد، نصر الدين. الإعلام في عصر الرقمنة. الجزائر: دار الهدى، 2019.

3- التوظيف الذكي للعناصر السمعية البصرية

تسعى القناة إلى تعزيز وقع مضمونها الإخباري من خلال التوظيف الذكي للعناصر السمعية البصرية، سواء عبر الصور المباشرة، أو مقاطع الفيديو، أو الجرافيك، مع استثمار إمكانات الأرشيف المرئي لتوفير سياق أوسع للخبر، كما تعمل على المزج بين اللقطات الحية والتقارير المصورة، وترفق الأخبار بمؤثرات صوتية لتعزيز الجاذبية البصرية والسمعية⁵⁸.

4- استغلال تعددية المنصات الإعلامية

تعمل قناة النهار TV وفق منطق النشر المتعدد المنصات (Multiplatform Publishing)، حيث يتم توزيع المحتوى الإخباري على مختلف الوسائل كالتلفزيون الموقع الإلكتروني، ومنصات التواصل الاجتماعي الرقمية.

5- السعي نحو الهيمنة في السوق الإخباري الخاص

توظف قناة النهار TV استراتيجية تهدف إلى تثبيت موقعها الريادي ضمن السوق الإعلامي الخاص في الجزائر، حيث تسعى إلى الانفراد بالسبق الإخباري في عدد من القضايا، وتتنافس بشدة على نيل الثقة الجماهيرية من خلال شعارات مثل "قناة المواطن"، و"السبق والموضوعية"، وهي عبارات تندرج ضمن الخطاب الترويجي الذي يخدم الرؤية التحريرية⁵⁹.

المطلب الثالث: التحول الرقمي في قناة النهار TV: من البث التقليدي إلى الحضور

الرقمي

عرفت قناة النهار TV على غرار باقي القنوات الإعلامية الخاصة في الجزائر، تحولا ملحوظا في استراتيجياتها الاتصالية نتيجة للثورة الرقمية التي أعادت تشكيل معالم المشهد الإعلامي، فبعد أن كانت تعتمد بشكل شبه كلي على البث التلفزيوني التقليدي. بدأت القناة منذ سنوات قليلة في توسيع حضورها على المنصات الرقمية، كجزء من استراتيجية مواكبة التحولات التكنولوجية وتوسيع قاعدتها الجماهيرية، خصوصا فئة الشباب.

وقد شمل هذا التحول الرقمي عدة مستويات فعلى المستوى التقني، عملت القناة على رقمنة جزء كبير من أرشيفها، وتحسين جودة البث عبر الإنترنت وعلى المستوى التحريري، أصبحت تخضع مضامينها لآليات

58 - علوان، محمد. إنتاج المحتوى التلفزيوني في البيئة الرقمية. القاهرة: مكتبة الأنجلو، 2018.

59 - شلبي، منال. الصحافة الرقمية والتفاعلية. بيروت: دار الروافد الثقافية، 2022.

إعادة الصياغة بما يتلاءم مع خصائص الوسائط الجديدة، من حيث الإيجاز، التفاعلية، والاعتماد على الصورة والفيديو القصير⁶⁰.

كما أولت القناة أهمية خاصة لوسائل التواصل الاجتماعي الرقمية، أين أنشأت حسابات نشطة على المنصات، إلا أن حضورها على إنستغرام اتخذ طابعا أكثر ديناميكية خلال السنوات الأخيرة، من خلال تغطيات ميدانية مصورة، وبث مباشر للأحداث العاجلة، واستغلال خاصيتي الستوري والريلز لإيصال الأخبار بشكل أكثر سرعة وتلقائية. ويكشف هذا التحول الرقمي عن وعي القناة بضرورة التكيف مع أنماط استهلاك الجمهور التي لم تعد تعتمد على الشاشة التقليدية فقط، بل أصبحت تتجذب إلى المحتوى القصير السريع، والمتاح عبر الهاتف المحمول في أي وقت ومكان.

علاوة على ذلك، يشير هذا التحول إلى تحوّل في الفلسفة الاتصالية للقناة، حيث انتقلت من نموذج الإرسال الأحادي إلى نموذج التفاعل المتعدد الاتجاهات. وبهذا المعنى، يمثل الحضور الرقمي لقناة النهار تطورا نوعيا في آليات العمل الإعلامي، ويكشف في الوقت ذاته عن التحديات المرتبطة بضرورة الحفاظ على المصداقية والاحترافية وسط بيئة اتصالية مفتوحة وسريعة التحول.⁶¹

المبحث الثاني: الأساليب التحريرية في نشرات الأخبار التلفزيونية

المطلب الأول: بنية الخطاب الإخباري التلفزيوني

يعد الخطاب الإخباري التلفزيوني من أكثر أنواع الخطابات الإعلامية تعقيدا وتركيبا، نظرا لطبيعته متعددة الأبعاد، التي تمزج بين اللغة المنطوقة، الصورة، الصوت، والمؤثرات السمعية والبصرية، بهدف نقل المعلومة بشكل دقيق وسريع وفعال.

وتعرف بنية الخطاب الإخباري بأنها التنظيم الداخلي للمحتوى الإخباري الذي يُبث عبر النشرة، والذي يخضع إلى معايير مهنية، تحريرية، وجمالية، من أجل ضمان الفهم والتأثير.

و يتكون الخطاب الإخباري التلفزيوني من عدة عناصر أساسية، يمكن تلخيصها كما يلي:

60 - دليّة، حنان. وسائل الإعلام الجديدة: من التعدد إلى التفاعل. الجزائر: منشورات الحكمة، 2021.
61 - بن زينة، سمير. الإعلام السياسي في الجزائر: دراسة في الأداء المهني لقنوات التلفزيون الخاص. الجزائر: دار الخلدونية، 2021.

- 1- **الافتتاحية أو العناوين الرئيسية :** تعد هذه المرحلة مدخلا للنشرة، إذ يعرض المذيع أو المذيع أبرز الأخبار بطريقة مكثفة وجاذبة، لإثارة انتباه المشاهد وتحفيزه على متابعة النشرة كاملة. وتتميز هذه العناوين بخطاب إخباري مكثف يعتمد على انتقاء لغوي دقيق، وتسلسل منطقي للمواضيع.
 - 2- **المتن أو التفاصيل الإخبارية :** يشكل هذا الجزء القسم الأكبر من النشرة، ويتضمن تقارير المراسلين، التغطيات الميدانية، التحليلات والمداخلات المباشرة. ويعتمد فيه على خطاب تحريري واضح يوازن بين الموضوعية في نقل الوقائع، والقدرة على الشرح والتفسير، وغالبا ما يكون مدعما بصور حية ومقاطع فيديو تعزز مصداقية المعلومة⁶².
 - 3- **الخاتمة أو ملخص النشرة:** وهي المرحلة التي يعاد فيها التأكيد على أهم الأخبار، وتغلق بها النشرة بطريقة تتسم بالاختصار والهدوء. وقد يتخللها أحيانا تعبيرات شكر للمشاهدين أو ترويج للنشرة القادمة.
 - 4- **الترابط النصي والانتقالات:** يعتبر الترابط بين فقرات النشرة عنصرا أساسيا في بنية الخطاب الإخباري، إذ تعمل عبارات الانتقال، نبرة الصوت والمؤثرات البصرية مثل الشريط الإخباري أو الفاصل البصري على تحقيق الانسجام بين مختلف المقاطع.
- يهدف هذا التنظيم البنائي للخطاب إلى تحقيق ثلاث وظائف رئيسية : الإعلام، عبر تقديم وقائع دقيقة الإقناع، من خلال عرض الوقائع بطريقة تسلط الضوء على أهميتها أو خطورتها والترفيه، عبر التوزيع في أسلوب التقديم واستخدام المؤثرات.
- وفي سياق قناة النهار TV، تعتمد النشرات الإخبارية بنية خطابية تقليدية من حيث الشكل، لكنها تكيف محتواها بشكل يتماشى مع الخصوصية الجزائرية من جهة، ومتطلبات المنافسة الإعلامية من جهة أخرى. فهي تولي أهمية لتسلسل المواضيع حسب أهميتها، وتحرص على إضفاء طابع ديناميكي على النشرة من خلال التنقل بين الاستوديو والمراسلين واستخدام الصور الحصرية، والفيديوهات المباشرة، وهو ما يجعل بنيتها الخطابية متعددة المصادر والوظائف⁶³.

المطلب الثاني: اللغة والأسلوب في النشرة الإخبارية

تعتبر اللغة عنصرا محوريا في بناء الخطاب الإخباري التلفزيوني، فهي الوسيلة الأساسية التي يتم من خلالها نقل المعلومات، التأثير في المتلقي، وترسيخ الصورة الذهنية للمؤسسة الإعلامية. ويختلف استخدام

62 - عبد المجيد، نصر الدين. (2019). الإعلام في عصر الرقمنة. الجزائر: دار الهدى، ص. 77.
63 - هلال، عبد الرحمن. (2021). الأسس التحريرية للنشرات الإخبارية التلفزيونية. القاهرة: دار الفجر، ص. 91.

اللغة في النشرة الإخبارية التلفزيونية عن باقي الأنواع الإعلامية الأخرى من حيث الدقة الاختصار، والبنية الأسلوبية، نظرا لطبيعة الوسيط السمعي البصري، وخصوصية التلقي المباشر والفوري.

أولاً: خصائص اللغة الإخبارية في التلفزيون

تتسم اللغة المستخدمة في نشرات الأخبار التلفزيونية بعدد من الخصائص الأسلوبية واللغوية التي تميزها عن باقي الخطابات الإعلامية، ومن أبرزها:

- الوضوح والدقة : تسعى النشرات الإخبارية إلى اعتماد لغة واضحة ومباشرة، تخلو من الغموض أو اللبس، من أجل ضمان إيصال المعلومة بأكبر قدر من الدقة. ويتم تجنب التعابير المجازية أو المصطلحات المتخصصة التي قد تربك المتلقي.
- الاختصار والتكثيف : يفرض الزمن التلفزيوني حدودا زمنية صارمة، مما يجعل من الضروري اعتماد لغة مكثفة، تختصر الفكرة دون الإخلال بالمعنى أو الدقة، وتحرص على استخدام أقل عدد ممكن من الكلمات لنقل أقصى قدر ممكن من المعلومات.
- البساطة والحيادية: تميل اللغة في نشرات الأخبار إلى البساطة في التراكيب دون تعقيد نحوي، مع التزام الحياد والموضوعية، خاصة في تغطية الأخبار السياسية أو الاجتماعية المثيرة للجدل.
- اللغة المعيارية : تلتزم أغلب القنوات بنموذج اللغة العربية الفصحى المعيارية، بصرف النظر عن اللهجات المحلية. وذلك حفاظا على الطابع الرسمي والمهني للنشرة⁶⁴.

ثانياً: الأسلوب التحريري في بناء النص الإخباري

- الأسلوب المستخدم في إعداد وصياغة النشرة الإخبارية يتأثر بعدة عوامل، منها طبيعة الوسيلة، الجمهور المستهدف، والخط التحريري للمؤسسة، وفيما يلي أبرز مكونات الأسلوب التحريري المعتمد :
- الأسلوب الخبري المباشر: يعتمد في نقل الوقائع كما هي دون تعليق أو تأويل، ويركز على الإجابة عن الأسئلة الخمسة الأساسية (من؟ ماذا؟ متى؟ أين؟ لماذا؟ كيف؟).
- الأسلوب التفسيري: يُوظف هذا الأسلوب لتوضيح خلفيات الحدث أو تداعياته، خاصة في النشرات التحليلية، ويهدف إلى منح المتلقي فهما أعمق للسياق العام للخبر.
- الأسلوب التقريري - السردى: يُستخدم عندما يتعلق الأمر برواية متسلسلة للحدث، وغالبا ما يترافق مع عرض بصري مدعم بالصوت والصورة لإضفاء مزيد من الواقعية والتأثير.

64 - نصر، هدى. (2020). بنية اللغة الإعلامية في النشرات الإخبارية. مجلة الاتصال والإعلام المعاصر، 6(1)، ص. 45.

- أسلوب التناوب بين المقدم والمراسل : وهو نمط يعتمد على تفاعل حي بين المذيع في الاستوديو والمراسل في الميدان، ما يمنح النشرة حيوية أكبر، ويخلق نوعا من التفاعل الأسلوبي المباشر⁶⁵.

المطلب الثالث: أنواع ومكونات النشرة الإخبارية التلفزيونية

تعد النشرة الإخبارية إحدى أبرز الأشكال الإعلامية المعتمدة في القنوات التلفزيونية، إذ تشكل الوعاء الذي تنظم داخله الأخبار والتقارير والمداخلات، تثبت وفق تسلسل زمني ومهني محدد، ومن خلال فهم أنواع النشرات ومكوناتها الأساسية. يمكن الإحاطة بطريقة صياغة المحتوى التحريري التلفزيوني وتنظيمه.

❖ أولا: أنواع النشرات الإخبارية التلفزيونية

تختلف النشرات الإخبارية باختلاف توقيتها، مضمونها، ومدى تعمقها في المعالجة، ويمكن تصنيفها كمايلي:

النشرة الرئيسية:

وهي النشرة الأكثر أهمية من حيث المحتوى والمدة الزمنية، وتبث غالبا في أوقات الذروة، تحتوي هذه النشرة على أهم الأخبار المحلية والدولية، وترفق بتقارير مصورة وتحليلات سياسية واقتصادية.

النشرات الموجزة :

تتراوح مدتها بين دقيقتين وخمس دقائق، وتُبث في فترات متقطعة على مدار اليوم لتقديم آخر المستجدات، وغالبا ما تكون في شكل قراءات سريعة للعناوين أو الأخبار العاجلة.

النشرات المتخصصة :

تركز على قطاع معين من الأخبار، وتوجه إلى جمهور خاص. تتميز بأسلوب تحريري متخصص، يتطلب معرفة بالمصطلحات والمفاهيم المرتبطة بالمجال.

النشرات العاجلة :

تُبث خارج أوقات النشرات المعتادة، وتخصص لتغطية حدث مهم أو مستجد، وغالبا ما يرافقها بث مباشر من عين المكان أو من مداخلات خبراء ومحللين⁶⁶.

65 - عبد المجيد، نصر الدين. (2019). الإعلام في عصر الرقمنة. الجزائر: دار الهدى، ص. 88.

66 - نصر الدين عبد المجيد (2019). الإعلام في عصر الرقمنة الجزائر: دار الهدى، ص 112

❖ ثانيا: المكونات الأساسية للنشرة الإخبارية

لكل نشرة إخبارية بنية تنظيمية ثابتة، تراعي منطق التدرج في الأهمية، وسلسلة الانتقال بين الأخبار، ويمكن تحديد أبرز مكوناتها كما يلي⁶⁷:

المقدمة (الافتتاح) :

وهي لحظة الدخول إلى النشرة، يتم فيها عرض أبرز العناوين لجذب انتباه المشاهدين. في قناة النهار TV، ترافق المقدمة موسيقى ثابتة ومؤثرات بصرية مميزة تعزز الهوية البصرية للقناة.

قراءة الأخبار الرئيسية:

يقوم بها المذيع في الاستوديو، ويتم خلالها سرد الأخبار الأكثر أهمية، والتي غالبا ما تكون مصحوبة بصور أو لقطات فيديو داعمة للخبر. ويُراعى في الصياغة التحريرية لهذه الأخبار الاختصار الدقة، ووضوح الرسالة.

التقارير المصورة:

وهي مواد مصورة معدة مسبقا من طرف المراسلين أو طاقم التحرير، تعرض داخل النشرة، وتتضمن صوت الصحفي أو تعليقا مصاحبا، يُسهم في شرح الحدث أو تقديم خلفياته.

المدخلات المباشرة :

وهي اتصالات حية من المراسلين في الميدان، توظف لإضفاء طابع حصري على الخبر، وتشكل عنصرا مهما في دعم المصداقية والمهنية التحريرية.

الخاتمة :

تتضمن تلخيصا سريعا لأهم العناوين، أو رسالة ختامية، وأحيانا يتم الإعلان فيها عن نشرات لاحقة أو برامج ذات صلة⁶⁸.

67 - جاد الله، على (2020) فن إعداد النشرة الإخبارية القاهرة: دار الفجر، ص. 57.
68 - مكاي، محمد عبد الحميد (2021). تحرير الأخبار في الوسائط السمعية البصرية. بيروت: الدار العربية للعلوم، ص144.

المبحث الثالث: الأساليب التحريرية على إنستغرام

المطلب الأول: الخصائص التحريرية للنشر الإخباري على منصة إنستغرام

أحدثت الوسائط الرقمية، وعلى رأسها منصة إنستغرام، تحولاً جوهرياً في الممارسة الصحفية، حيث انتقل المحتوى الإخباري من البث العمودي والتقليدي إلى أسلوب بصري تفاعلي يتطلب مهارات تحريرية جديدة، وبالنسبة للمؤسسات الإعلامية، فلم يعد حضورها على إنستغرام يقتصر على إعادة نشر أخبار التلفزيون، بل أصبح يشكل فضاء مستقلاً بخصائصه التحريرية الخاصة التي تراعي طبيعة المنصة وجمهورها.

وفي هذا السياق، يعتمد النشر الإخباري على إنستغرام على مجموعة من الأسس التحريرية التي تميز هذا النوع من الخطاب الصحفي، والتي يمكن عرضها كما يلي:

1- الإيجاز والاختصار دون الإخلال بالمعنى

يتم تحرير النصوص المصاحبة للمنشورات بطريقة مختصرة وواضحة، بهدف جذب الانتباه في وقت قصير، خاصة في ظل سرعة التصفح. ويتطلب ذلك تحديد المعلومة الجوهرية وصياغتها بأسلوب مباشر وغير تقليدي.

2- البعد البصري كأولوية تحريرية

الصورة أو الفيديو القصير لا يُعد مكماً للنص، بل يمثل أحياناً المكوّن الأساسي للرسالة الإعلامية. لذلك تحرر الأخبار بشكل ينسجم مع المحتوى البصري ويعزّز دلالاته.

3- جاذبية العنوان أو التوصيف المختصر

العنوان أو التوصيف الذي يُكتب أسفل الصورة يجب أن يكون مشوقاً، إخبارياً ومباشراً، ويثير الفضول دون تهويل، من أجل دفع المستخدم إلى التفاعل أو قراءة التفاصيل.

4- التفاعل كجزء من العملية التحريرية

يؤخذ بعين الاعتبار في التحرير طريقة تحفيز الجمهور على التفاعل، عبر طرح الأسئلة، أو تضمين عبارات مفتوحة للنقاش. ما يجعل من التعليقات والتفاعل عنصراً متكاملًا من العملية التحريرية⁶⁹.

⁶⁹ - عبد المجيد، نصر الدين. (2019). الإعلام في عصر الرقمنة. الجزائر: دار الهدى، ص. 77.

5- توظيف الوسوم (الهاشتاقات)

التحرير يعتمد أيضا على انتقاء هاشتاقات مناسبة لموضوع المنشور، سواء عامة أو خاصة، لتعزيز قابلية الوصول للمحتوى وربطه بسياقات موضوعية أو آنية.

6- تنوع أنماط النشر وفقا لطبيعة المحتوى

تشمل الأساليب التحريرية أيضا معرفة متى وأين يتم النشر منشور عادي، قصة يومية (Story)، فيديو قصير (Reel)، أو بث مباشر. ولكل منها خصائص تحريرية مختلفة من حيث الطول اللغة، والتركيز على العنصر البصري أو النصي⁷⁰.

7- الالتزام بالبساطة والوضوح اللغوي

تفرض المنصة اعتماد لغة بسيطة وسهلة الفهم، تتناسب الفئة العريضة من الجمهور الرقمي، مع تجنب المصطلحات المعقدة أو التراكيب الصحفية الكلاسيكية.

8- مراعاة الهوية البصرية المؤسسية

يراعي التحرير أيضا اتساق الألوان الشعار، أسلوب الخط وطريقة عرض المحتوى بما يعبر عن هوية المؤسسة الإعلامية ويميزها عن غيرها.⁷¹

المطلب الثاني: خصائص الخطاب البصري واللغوي في منشورات الصفحة

فرضت منصة إنستغرام بوصفها وسيطاً رقمياً بصريا معايير جديدة في صياغة الخطاب الإعلامي، حيث لم تعد اللغة وحدها كافية لبناء المعنى وتوجيه الرسائل، بل أصبح المحتوى البصري (الصورة، الفيديو التصميم الجرافيكي) جزء لا يتجزأ من بنية الخطاب التحريري. ولدى القنوات الإخبارية كقناة النهار TV، تتجسد هذه الخصوصية التحريرية من خلال إنتاج منشورات تجمع بين عناصر بصرية قوية ولغة مختصرة وفعالة توظف وفقاً لمنطق المنصة وخصوصيات جمهورها. وفي هذا السياق، يمكن رصد أهم خصائص الخطاب البصري واللغوي في منشورات الصفحة كما يلي⁷²:

70 - علي، سعيد. (2022). الإعلام الرقمي: مفاهيم، خصائص، واتجاهات. القاهرة: دار الفكر العربي، ص. 112.

71 - خليل، مروان. (2021). تحرير الأخبار في وسائل الإعلام الجديدة. بيروت: المركز العربي للصحافة الرقمية، ص. 95.

72 - عبد الرحمن، طارق. (2022). الخطاب الإعلامي في الفضاء الرقمي. القاهرة: دار العلم، ص. 131.

❖ أولاً: الخصائص البصرية للخطاب الإخباري على إنستغرام

الصورة بوصفها ناقلاً للمعلومة

تعتمد الصفحة على اختيار صور إخبارية تنقل الحدث أو تعكس السياق العام للخبر، وغالباً ما تكون صوراً مباشرة من موقع الحدث أو تصاميم بصيغة "إنفوغرافيا" تعزز الفهم البصري.

التصميم الجرافيكي كأداة تحريرية

يتم دمج النص داخل الصورة بأسلوب بصري جذاب باستخدام ألوان متناسقة وهوية بصرية ثابتة تعكس طابع القناة يتم دمج النص داخل الصورة بأسلوب بصري جذاب، باستخدام ألوان متناسقة وهوية بصرية ثابتة تعكس طابع القناة الرسمي. وغالباً ما توضع العناوين العريضة داخل الصورة لجذب الانتباه.

اختيار الزاوية والرمزية البصرية

تحمل الصورة أو الفيديو المختار زوايا مدروسة لتوجيه التلقي لقطات مقربة مشاهد مؤثرة، رموز بصرية)، ما يضفي طابعاً درامياً أو تحفيزياً على الخبر.

توظيف الفيديو القصير في خدمة الرسالة

تعتمد منشورات الفيديو (Reels) على اختزال الحدث في ثوان معدودة مع التركيز على أهم ما يلفت المتلقي، سواء من خلال الإلقاء، العناوين المتحركة، أو العناصر الصوتية المصاحبة.

❖ ثانياً: الخصائص اللغوية للخطاب الإخباري على إنستغرام

اللغة المباشرة والمبسطة

تميل لغة النشر إلى البساطة والوضوح مع اعتماد أسلوب جمل قصيرة ومباشرة بعيداً عن المصطلحات المعقدة أو اللغة الصحفية التقليدية.

العنوان الإخباري الجاذب

غالباً ما يختار عنوان المنشور بلغة جاذبة ومثيرة للانتباه، مع توظيف الأرقام أو الأسماء المعروفة، والتركيز على الجانب الطارئ أو المفاجئ في الحدث.

الصياغة التفاعلية الموجهة للجمهور

يلاحظ في كثير من المنشورات استخدام صيغة الخطاب المباشر للجمهور مثل: "ما رأيكم؟"، "هل توافقون؟"، ما يعكس توجهها نحو إشراك المتلقي ضمن التفاعل الإخباري.

التكامل بين الصورة والنص

يتكامل النص المكتوب أسفل الصورة مع محتواها البصري، دون تكرار، بل لتقديم سياق إضافي أو توضيح خلفيات الخبر بشكل موجز.

استخدام الرموز التعبيرية والوسوم اللغوية

توظف الرموز التعبيرية (Emojis) بطريقة مدروسة، لدعم المعنى أو الإيحاء، كما تستخدم الوسوم (هاشتاغات) ضمن النص لتأطير الخبر داخل قضايا أو ملفات راهنة.⁷³

المطلب الثالث: التفاعل مع الجمهور كجزء من العملية التحريرية الرقمية

في البيئة الإعلامية الرقمية، لم يعد الجمهور مجرد متلق سلبي للمضامين، بل أصبح فاعلا مشاركا في بناء المعنى وصياغة الخطاب، وقد فرضت المنصات الاجتماعية منطلقا جديدا في العلاقة بين وسائل الإعلام والجمهور، قوامه التفاعل المستمر، والتغذية الراجعة المباشرة، والمساهمة الجماعية في النقاش العام. وبالنسبة لوسائل الإعلام التقليدية.

فإن هذا التفاعل يمثل تحولا في الوظائف التحريرية ذاتها، حيث لم يعد ينظر إلى النشر كعملية أحادية الاتجاه، بل كحلقة مفتوحة تقتضي الإصغاء والتجاوب والمشاركة.

ويمثل التفاعل في هذه الحالة جزءا من المنظومة التحريرية، وله عدة تجليات يمكن استعراضها على النحو التالي⁷⁴:

⁷³ - مرسى، فاطمة. (2023). "الخطاب البصري في المنصات الرقمية: دراسة تحليلية لإنستغرام"، مجلة علوم الإعلام والاتصال، المجلد 9، العدد 2، ص. 203.

⁷⁴ - عبد الحميد، أحمد. (2021). الإعلام الجديد والتفاعل الرقمي. القاهرة: دار الوفاء، ص. 147.

- تضمين تعليقات الجمهور ضمن الخطاب الإعلامي:

تلجأ الصفحة الرسمية لقناة النهار TV في كثير من منشوراتها إلى متابعة تعليقات الجمهور وتضمينها في تغطيات لاحقة أو الرد عليها بشكل غير مباشر، ما يمنح المتابعين شعورًا بأهمية آرائهم في صياغة المعالجة الإعلامية.

- استخدام أدوات التحفيز التفاعلي:

مثل خاصية "الأسئلة" و"التصويت" و"التعليق المفتوح" في الستوري، والتي تستخدم كوسيلة للحصول على آراء الجمهور حول قضية مطروحة، أو لقياس اتجاهات الرأي العام، مما يُعتبر جزءًا من العمل التحريري في عصر الرقمنة.

- اعتماد التفاعلات كمؤشرات تحريرية:

تلعب مؤشرات التفاعل عدد الإعجابات المشاركات الحفظ التعليقات دورا في تقييم أداء المنشورات وتحديد نوعية المحتوى الذي يلقي صدى لدى الجمهور، وهو ما يؤثر في الخط التحريري المستقبلي للصفحة.

- التفاعل اللحظي عبر البث المباشر :

تتيح خاصية البث المباشر على إنستغرام التفاعل الفوري بين القناة والجمهور، سواء خلال تغطية حدث إخباري أو في لقاء مباشر مع شخصية عامة. وتُدار هذه التفاعلات عادة من قبل فرق تحريرية تتعامل معها بوصفها مادة تحريرية في حد ذاتها⁷⁵.

- التفاعل بوصفه مؤشرا للثقة والمصداقية :

كلما زاد حجم التفاعل وتنوعه، زادت ثقة الجمهور في المصدر الإعلامي، وهو ما تراه إدارة التحرير وسيلة لترسيخ الحضور الرقمي وضمان استمرارية المتابعة والاهتمام.

ففي الختام يمكن القول ان التفاعل مع الجمهور لم يعد مجرد قيمة مضافة في الإعلام الرقمي، بل أصبح أحد المكونات الجوهرية في العملية التحريرية، خاصة عبر المنصات الاجتماعية كالإنستغرام. وتُدرّك

⁷⁵ - حمدي، نجلاء. (2022). "الممارسات التحريرية التفاعلية في الإعلام الرقمي: دراسة حالة إنستغرام"، مجلة الإعلام المعاصر، العدد 17، ص. 202.

القنوات الإعلامية المعاصرة، والتي من بينها قناة النهار TV، أن هذا التفاعل هو ما يمنح خطابها الحيوية والاستمرارية والارتباط الوثيق بالجمهور الرقمي الجديد.

ملخص الفصل :

سلّط هذا الفصل الضوء على الممارسات التحريرية التي تعتمد قناة النهار TV في كل من البث التلفزيوني، النشرة الإخبارية على وجه الخصوص وصفحتها على منصة إنستغرام، ضمن سياق التحول الرقمي الذي فرض تحديات جديدة على وسائل الإعلام التقليدية، ودفعها إلى إعادة صياغة أنماط الإنتاج والنشر بما يتماشى مع خصائص البيئة الاتصالية الرقمية.

اين قمت أولاً بتقديم لمحة عن القناة واستراتيجياتها في إنتاج المحتوى، ثم تحليل مكونات النشرة الإخبارية من حيث البنية والأسلوب والإلقاء، مع إبراز الخصائص المهنية والأخلاقية المرتبطة بها. بعد ذلك، تم استعراض الخطاب الإخباري على منصة إنستغرام، مبرزين الخصائص التحريرية والبصرية، والتفاعل كجزء من العملية التحريرية. يُظهر الفصل تبايناً في الممارسات التحريرية بين الوسيطين، ما يمهد للمقارنة التطبيقية في الفصل التالي.

الإطار التطبيقي للدراسة

تحليل مقارنة لأساليب تحرير قناة النهار TV للحدث
السياسي بين التلفزيون وإنستغرام:

تمهيد:

بعد التمهيد النظري في الفصلين الأول والثاني، وتحديد الإطار المفاهيمي والمنهجي للدراسة، ننتقل في هذا الفصل إلى الجانب التطبيقي الذي يمثل جوهر البحث، حيث نحاول الكشف ميدانيًا عن واقع وآليات توظيف قناة النهار TV لأساليب تحرير المحتوى السياسي عبر وسيطين مختلفين: البث التلفزيوني التقليدي ومنصة الإنستغرام الرقمية، خلال فترة زمنية محددة (من 18 أبريل إلى 18 ماي 2025) .

وقد اقتضت هذه المرحلة التطبيقية اعتماد **منهج تحليل المضمون** الكيفي والكمي كأداة رئيسية، إلى جانب أدوات مساندة كالملاحظة والمقابلة، لتحليل **عَينَتين متماثلتين في الموضوع** (القضايا السياسية الجزائرية) ومختلفتين في الشكل والوسيط. إذ تم اختيار اثنتي عشرة (12) نشرة إخبارية سياسية بثتها القناة عبر شاشتها التلفزيونية، مقابل أربع وعشرين (24) منشورًا سياسيًا تم نشره على حساب القناة الرسمي على منصة الإنستغرام.

يهدف هذا الفصل إلى الوقوف على طبيعة التباين أو التلاقي في الأساليب التحريرية المعتمدة في كلا الوسيطين، من حيث:

- **اللغة المستخدمة** (لغة النص التلفزي مقابل لغة المنشورات الرقمية)،
- **طبيعة الصور والبُعد البصري،**
- **نمط الخطاب السياسي الموجه،**
- **أنماط التأطير التحريري والبصري،**
- **وتفاعل الجمهور وتلقيه للمحتوى.**

كما يسعى الفصل إلى تقديم **مقارنة منهجية** بين الوسيطين، تُبرز مدى قدرة القناة على التكيف التحريري مع خصوصيات كل منصة، وما إن كانت هناك استراتيجية تحرير متكاملة أم انفصالية، وما مدى تأثير هذا التحول في الرسالة السياسية المعروضة على الجمهور.

بطاقة فنية لقناة النهار TV

اسم القناة: قناة النهار TV

شعار القناة : للوطن و المواطن

رمز القناة : منذ انطلاق القناة الأخير وهي تستخدم رمزا واحدا حيث يظهر هذا الأخير على يمين الشاشة.

الدولة: الجزائر

الملكية: ملكية خاصة

المقر: - سعيد حمدين - الجزائر العاصمة -

نوع القناة: إخبارية

اللغة: اللغة العربية

تاريخ بداية البث: مارس 2012 هو تاريخ بداية البث التجريبي للقناة

مدير القناة: أنيس رحمانى

طبيعة البث : يجري بث برامجها مجانا

موقع القناة : : <http://www.ennaharTV.net>

❖ تحليل مضمون المادة الاعلامية السمعية البصرية ونظيرها من منشور الانستغرام

:

1. عنوان الفيديو :رئيس الجمهورية يستقبل سفير الصحراء الغربية عقب انتهاء مهامه

• مدة الفيديو :حوالي 4 دقائق و39 ثانية (279.45 ثانية)

• دقة العرض: 1280x720 :جودة HD

• عدد الإطارات في الثانية :حوالي 30 إطار/ثانية

سأبشر الآن بتحليل المحتوى بطريقة أكاديمية، كميّة وكيفية تشمل الفئات الدلالية، الرمزية، الشكلية، والتأثير السياسي والإعلامي. تابع معي بعد لحظات ...

اولا :التحليل الكيفي للمضمون

1. الوصف العام للفيديو

الفيديو يُظهر استقبال رئيس الجمهورية عبد المجيد تبون لسفير الجمهورية العربية الصحراوية الديمقراطية، بمناسبة انتهاء مهامه الدبلوماسية. اللقاء يتم في قصر الرئاسة ويُظهر مظاهر البروتوكول الرسمي من تحية، مصافحة، حديث جانبي، وتسليم رمزي للهدايا أو الدروع.

2. الفئات الدلالية

نوع الفئة	الفئة الفرعية	الشرح
سياسية	العلاقات الثنائية	إبراز موقف الجزائر الثابت تجاه القضية الصحراوية
دبلوماسية	انتهاء مهام السفارة	تأكيد احترام الأعراف الدبلوماسية
رمزية	الصورة السيادية	رفع الأعلام، البروتوكول الرسمي، اللباس الرسمي
إعلامية	التغطية الرسمية	الفيديو موجه للتوثيق واللبث الإعلامي
شكلية	الطابع الهادئ والرسمي	لا يوجد تعليق صوتي مباشر، فقط لقطات بروتوكولية مصحوبة أحيانا بموسيقى هادئة

الجدول رقم 1 - يمثل الفئات الدلالية للفيديو -

ثانيا: التحليل الكمي للمؤشرات المرئية

المؤشر	القيمة التقريبية
عدد اللقطات/الزوايا	حوالي 8 لقطات متنوعة
عدد المشاركين الظاهرين	(3 الرئيس، السفير، وموظف مرافق)
عدد لحظات التفاعل الرسمي	(4 استقبال، حديث، تسليم، توديع)
مدة اللقطة الأبرز (المصافحة)	20 ثانية تقريباً

الجدول رقم 2 - يمثل المؤشرات المرئية للفيديو -**ثالثا: الدلالات والرسائل الرمزية**

1. التأكيد على دعم الجزائر للصحراء الغربية:
 - يظهر السفير الصحراوي مُكرِّمًا، ما يُبرز الدعم الدبلوماسي المعلن لقضية شعبه.
2. تكريس سياسة الاحترام الدبلوماسي:
 - يعكس الفيديو تمسك الجزائر بالأعراف الدولية وتقديرها لممثلي الدول.
3. التغطية الإعلامية الرسمية:
 - نشر الفيديو يندرج ضمن ترويج الخطاب السياسي الرسمي والاصطفاف مع قضايا التحرر.
4. غياب صوت المذيع/التعليق المباشر:
 - يُعطي الفيديو طابعًا حياديًا وموثقًا، ما يعزز مصداقيته الرسمية.

رابعاً: خاتمة تحليلية

يُعد هذا الفيديو نموذجًا للإعلام الرسمي الموظف دبلوماسيًا، حيث يتم تقديم مضمون بسيط الشكل، عميق الدلالة، يعكس مواقف استراتيجية للجزائر. يجمع بين الرمزية السيادية والانضباط البروتوكولي، ويُسهّم في ترسيخ مواقف الجزائر الداعمة لحركات التحرر، مع توظيف ذكي للوسائط البصرية دون إفراط في الخطاب.

❖ المنشور الرسمي:

<https://www.instagram.com/p/DJ1iRfClrxj/?igsh=MTJvN3pjMXZzZTU1Yg==>

U1Yg==

- **النص:** "استقبل رئيس الجمهورية، السيد عبد المجيد تبون، اليوم، السفير عبد القادر طالب عمر، سفير الجمهورية العربية الصحراوية الديمقراطية لدى الجزائر".
- **الصورة المصاحبة:** الرئيس عبد المجيد تبون في قصر الرئاسة، مستقبلاً السفير الصحراوي في جلسة رسمية، مع ظهور العلم الجزائري وعلم الجمهورية العربية الصحراوية في الخلفية.

الفئات التحليلية الأساسية:

الفئة الرئيسية	الوصف التحليلي
الفعل السياسي الرسمي	يتمثل في "الاستقبال الرئاسي"، وهو فعل دبلوماسي يحمل دلالة على الاعتراف بشرعية الضيف.
الاعتراف الدبلوماسي	استقبال سفير لدولة معينة يعني ضمناً اعترافاً سياسياً بها.
الدعم الثابت للقضية الصحراوية	يتماشى مع الموقف الجزائري التقليدي في دعم تقرير المصير للصحراء الغربية.
الرسائل الجيوسياسية الإقليمية	المنشور قد يحمل رسالة ضمنية موجهة للمغرب أو للفاعلين الدوليين المعنيين بالملف.
الرمزية السيادية للدولة	يظهر المنشور الجزائر كدولة مستقلة في قراراتها ذات موقف ثابت غير خاضع للضغوط الخارجية.
الشرعية الإعلامية الرسمية	استخدام القنوات الرسمية للنشر (حساب رئاسة الجمهورية) يعزز من موثوقية الرسالة ويوجهها نحو جمهور وطني ودولي واسع.

الجدول رقم 3 – يمثل الفئات التحليلية للفيديو –

تحليل الرسائل:**1. الرسائل الظاهرة (الصريحة):**

- الرئيس يستقبل سفيرًا لدولة أجنبية معترف بها.
- الجزائر تحافظ على علاقاتها الرسمية والدبلوماسية مع الجمهورية الصحراوية.
- وجود أعلام الدولتين في الخلفية يعكس الاحترام المتبادل والاعتراف السياسي.

2. الرسائل الضمنية (الرمزية)

- الجزائر توجه رسالة سياسية مفادها أنها لن تتراجع عن دعمها التاريخي للقضية الصحراوية.
- رد غير مباشر على التطورات الإقليمية، خاصة ما يرتبط بمساعي بعض الدول لتطبيع العلاقات مع الكيان المغربي رغم استمرار النزاع.
 - الجزائر تؤكد على أنها دولة صاحبة قرار مستقل وسياسة خارجية سيادية.
 - وجود التغطية الإعلامية ونشر الحدث على المنصات الرقمية الرسمية يعكس وعيًا بـ"دبلوماسية الصورة" و"التأثير الإعلامي الرمزي".

تحليل مكونات الصورة (البعد البصري للمنشور):

الدلالة الرمزية	العنصر البصري
تأكيد على الهوية الوطنية وشرعية التمثيل الرسمي.	العلم الجزائري
اعتراف رسمي وعلني بالدولة الصحراوية، ودعم سياسي واضح.	علم الجمهورية الصحراوية
يعكس طابع الجدية والهيبة المرتبطة باللقاءات ذات الطابع السيادي.	الديكور الرئاسي الرسمي
الرئيس في وضعية استقبال محترم، تعكس مكانة الضيف رغم التوازن الرمزي لصالح الدولة المضيفة.	تموضع الشخصيات

الجدول رقم 4 - يمثل البعد البصري للمنشور -

- تندرج هذه الممارسة ضمن ما يُعرف بـ "الدبلوماسية الرقمية الرسمية" التي توظف منصات التواصل في التعبير عن المواقف السيادية.

الاستنتاجات العامة:

يُعدّ هذا المنشور مثالاً واضحاً على استخدام القنوات الرقمية الرسمية لتثبيت المواقف الدبلوماسية، ويعكس أحد أساليب الدولة الجزائرية في التعامل مع القضايا الإقليمية الشائكة بحذر وصرامة. كما يندرج في إطار إعادة إنتاج السردية الجزائرية حول دعم الشعوب المستعمرة، وخاصة الشعب الصحراوي

2. عنوانه ومضمونه الظاهر: رئيس الجمهورية يعود إلى أرض الوطن بعد زيارة إلى جمهورية سلوفينيا.

التحليل الأكاديمي للفيديو:

"رئيس الجمهورية يعود إلى أرض الوطن بعد زيارة إلى جمهورية سلوفينيا"

أولاً: المعطيات التقنية

العنصر	القيمة
المدة	دقيقة و 43 ثانية (103 ثانية تقريباً)
الدقة	1280×720 HD
عدد الإطارات/الثانية	30 fps
الجهة الناشرة	وسيلة إعلام رسمية أو تابعة للدولة (قناة النهار/الإذاعة الوطنية)...

الجدول رقم 5 - يمثل المعطيات التقنية للفيديو -

ثانيًا: التحليل الكيفي للمضمون1. السياق العام

الفيديو يوثق لحظة وصول الرئيس عبد المجيد تبون إلى أرض الوطن بعد زيارة دبلوماسية إلى جمهورية سلوفينيا. غالبًا ما يتضمن مشاهد نزول الرئيس من الطائرة، استقبال رسمي من أعضاء الحكومة أو مسؤولين عسكريين، مع تحية العلم والموسيقى الرسمية.

2. الفئات التحليلية

الشرح	الفئة الفرعية	الفئة العامة
توثيق زيارة ذات بعد اقتصادي أو استراتيجي	دبلوماسية العودة من زيارة رسمية	سياسية
يركز على الصورة دون تعليق مباشر، أو مع تعليق بروتوكولي	التغطية الإخبارية الرسمية	إعلامية
تجسيد لمكانة الرئيس وهيبة الدولة	العلم الوطني، السجاد الأحمر، الحرس	رمزية
يدل على أهمية الحدث ضمن الأجندة السياسية	استقبال رسمي، ترتيب عسكري	بروتوكولية

الجدول رقم 6 – يمثل الفئات التحليلية للفيديو –ثالثًا: التحليل الكمي:

المؤشر	التقدير التقريبي
عدد اللقطات المختلفة	6 إلى 8 لقطات
عدد الشخصيات الحاضرة	الرئيس + طاقم رسمي (5 إلى 10 أشخاص)
مدة اللقطة الأطول	مشهد نزول الرئيس من الطائرة (حوالي 20 ثانية)
عدد المشاهد العسكرية/الرسمية	على الأقل 2 (تحية، استقبال)

رابعاً: الرسائل الضمنية والدلالات

- تعزيز صورة الرئيس في الإعلام الرسمي: تصوير لحظة العودة يعطي إحساساً بالانضباط والحضور الوطني.
- تكريس العلاقة بين الدولة والرأي العام: عبر إعلام المواطن بخطوات الرئيس الدولية.
- توظيف الرمزية الوطنية: مثل العلم، النشيد، اللباس الرسمي، توصل رسائل الوحدة والهيبة.
- التلميح إلى نجاح الزيارة: من خلال إشارات الترحيب والتنظيم المحكم، يُوحى بنجاح المهمة الدبلوماسية.

خامساً: الأبعاد الإعلامية والسياسية

التأثير المفترض	البعد
تعزيز ثقة المواطنين في القيادة السياسية	الداخلي
إبراز علاقات الجزائر الدولية الناشطة	الخارجي
صورة الدولة ذات السيادة والاستقرار	الرمزي

الجدول رقم 7 - يمثل ابعاد الفيديو -سادساً: خلاصة تحليلية

يُعتبر هذا النوع من الفيديوهات جزءاً من الخطاب الإعلامي البروتوكولي، الذي لا يقدم مضموناً خبرياً تحليلياً بقدر ما يقدم صورة رمزية وطنية. التركيز على الرئيس كمثل للدولة، والأجواء العسكرية والمراسم الرسمية، يعكس توجهاً لبناء صورة "الدولة القوية".

❖ رابط المنشور :

<https://www.instagram.com/p/DJ1iRfClrxj/?igsh=MTJvN3pjMXZzZTU1Yg==>

الفيديو على إنستغرام الذي يوثق عودة رئيس الجمهورية عبد المجيد تبون إلى الجزائر بعد زيارة إلى جمهورية سلوفينيا، وذلك باستخدام أدوات التحليل الكيفي والكمي، مصنفة أكاديمياً ضمن فئات تحليل المضمون الإعلامي:

أولاً: بطاقة فنية للفيديو

التفاصيل	العنصر
"رئيس الجمهورية يعود إلى أرض الوطن بعد زيارة إلى جمهورية سلوفينيا"	العنوان
إنستغرام - منشور رسمي على صفحة إعلامية جزائرية	المنصة
دقيقة و43 ثانية تقريباً	المدة
فيديو سياسي - بروتوكولي - تغطية إعلامية رسمية	النوع
مايو 2025	التاريخ التقريبي للنشر

الجدول رقم 8 - يمثل المعطيات التقنية للفيديو -ثانياً: التحليل الكيفي للمحتوى1. الرسائل الرئيسية الظاهرة

- التأكيد على نجاح الزيارة الرسمية.
- إظهار الاستقبال الرسمي والبروتوكولي للرئيس.
- إبراز رموز الدولة وهبتها في المشهد.
- تسويق صورة إيجابية للقيادة الجزائرية.
- تعزيز البعد الدبلوماسي في العلاقات الجزائرية الأوروبية.

2. العناصر السمعية والبصرية

- الصور: الرئيس ينزل من الطائرة، وجود السجاد الأحمر، تحية الحرس، مشاهد مقربة للحظة الاستقبال.
- الصوت: موسيقى عسكرية، كلمات الترحيب الرسمية (إن وجدت)، صمت يرافق اللقطات الرسمية (كجزء من الرمزية).
- التوضع البصري: التركيز دائماً على الرئيس كشخصية محورية.
- الإضاءة والزوايا: تصوير أمامي للرئيس، كاميرا ثابتة وأخرى متحركة تتبعه.

ثالثاً: التحليل الكمي للمضمون:

المؤشر	التقدير التقريبي
عدد اللقطات الرئيسة	6 إلى 8 لقطات
مدة الظهور البصري للرئيس	أكثر من 70% من إجمالي مدة الفيديو
عدد الشخصيات الظاهرة	من 6 إلى 10 (الرئيس، مرافقيه، الحرس، مسؤولون)
عدد الرموز الوطنية المعروضة	3: العلم الوطني، النشيد/الموسيقى العسكرية، السجاد الأحمر
عدد زوايا التصوير	لا تقل عن 4 زوايا (جانب الطائرة، أمامية، من الخلف، واسعة للمراسم)

الجدول رقم 9 – يمثل معطيات للفيديو –رابعاً: الفئات التحليلية للمضمون:

الفئة	التفسير والمظاهر في الفيديو
فئة البروتوكول الرسمي	تحية العلم، تواجد الحرس الجمهوري، السجاد الأحمر، انضباط الحركة
فئة الرموز الوطنية	العلم الجزائري، الأزياء الرسمية، السجاد الأحمر، الموسيقى العسكرية
فئة القيادة السياسية	تركيز الكاميرا على الرئيس، احتلاله مركز الصورة، توجيه المشهد نحوه
فئة العلاقات الدولية	الإشارة إلى جمهورية سلوفينيا، دلالة على تحرك دبلوماسي نشط
فئة الإعلام الرسمي	الطابع الإخباري الخالي من النقد، التركيز على الإنجازات والزيارات
فئة التغطية المصورة الرسمية	جودة الصورة، زوايا مدروسة، خلق الفيديو من تعليقات عشوائية أو غير رسمية
فئة الأمن والاستقرار	حضور أمني واضح ضمني دون أن يكون استفزازياً، يرمز للاستقرار والسيطرة

الجدول رقم 10 – يمثل الفئات التحليلية لمضمون الفيديو 2 –

خامسًا: الرسائل الضمنية والدلالات الرمزية

الرسالة	التفسير
إبراز مكانة الرئيس	تصويره في مقدمة المشهد، حفاوة الاستقبال الرسمي
ترسيخ رمزية الدولة	العلم، المراسم، الالتزام الرسمي، كلها تؤكد وحدة الدولة
نجاح التحرك الدبلوماسي	ذكر اسم الدولة الأوروبية دون التطرق للتفاصيل، مما يعطي انطباعًا إيجابيًا
الانضباط المؤسسي	التنظيم المحكم يُرسل رسالة ثقة واستقرار للمواطنين

الجدول رقم 11 - يمثل الرسائل الضمنية للفيديو 2 -**استنتاج :**

يُعد هذا الفيديو نموذجًا كلاسيكيًا لما يُعرف بـ التغطية البروتوكولية السياسية في الإعلام الرسمي، حيث تهيمن الرموز الوطنية، الشكل الرسمي، وزعامة الدولة على المشهد. يندرج ضمن ما يُسمى إعلام "التثبيت السياسي"، ويخدم أهداف التسويق السياسي والإقناع الرمزي أكثر من أهداف الإخبار الشامل.

3. عنوان الفيديو : "إستقبال رئيس الجمهورية بمطار لوبليانا الدولي" :

العلاقات الثنائية: تكررت بشكل بارز، مما يدل على التركيز على تعزيز الروابط بين البلدين.
التعاون الاقتصادي: أُشير إليه عدة مرات، مع التركيز على مجالات مثل الطاقة والرقمنة.
الطاقة: ذُكرت في سياق التعاون في قطاع الغاز الطبيعي.
الذكاء الاصطناعي والرقمنة: تم التطرق إليهما كجزء من مجالات التعاون المستقبلية.
الهجرة والأمن: نوقشت كقضايا ذات اهتمام مشترك.
القضايا الدولية: أُشير إليها في سياق التعاون في المحافل متعددة الأطراف .

الفئات الموضوعية:

السياسة الخارجية: تُظهر اللقاءات والبيانات المشتركة الاهتمام بتعزيز العلاقات الدبلوماسية.
الاقتصاد والتجارة: التركيز على التعاون الاقتصادي وتوقيع الاتفاقيات.
الطاقة: تعاون في مجال توريد الغاز الطبيعي.

التكنولوجيا: الاهتمام بالذكاء الاصطناعي والرقمنة.

الأمن والهجرة: التعاون في مجالات الأمن والهجرة.

القضايا الدولية: التنسيق في المحافل الدولية حول قضايا مثل فلسطين والصحراء الغربية .

التحليل الكيفي:

الاتجاه العام:

يُبرز الفيديو حركية إيجابية في العلاقات الجزائرية-السلوفينية، مع التركيز على تعزيز التعاون في مختلف المجالات .

الرسائل الأساسية:

تعميق التعاون الثنائي: التأكيد على الإرادة المشتركة لتعزيز العلاقات في مجالات متعددة.
التعاون في القضايا الدولية: العمل المشترك في المحافل الدولية والتنسيق حول قضايا ذات اهتمام مشترك .

اللغة المستخدمة:

تتسم اللغة بالرسميات والدبلوماسية، مع استخدام مصطلحات تشير إلى التعاون والشراكة والتفاهم المشترك .

الفئات المستخلصة:

السياسة الخارجية: تعزيز العلاقات الدبلوماسية والتعاون في المحافل الدولية.
الاقتصاد والتجارة: توقيع اتفاقيات تعاون اقتصادي وتوسيع الشراكات التجارية.
الطاقة: التعاون في مجال توريد الغاز الطبيعي وتوقيع ملحقات للاتفاقيات السابقة.
التكنولوجيا والرقمنة: الاهتمام بالذكاء الاصطناعي والرقمنة كجزء من التعاون المستقبلي.
الأمن والهجرة: التعاون في مجالات الأمن والهجرة وتبادل الخبرات.
القضايا الدولية: التنسيق في المحافل الدولية حول قضايا مثل فلسطين والصحراء الغربية .

جدول الفئات الموضوعية:

المضمون	التكرار التقريبي	الكلمات/العبارات الدالة	الفئة
تعزيز العلاقات الدبلوماسية والتعاون السياسي	10+	العلاقات الثنائية، الزيارة الرسمية، التنسيق	السياسة الخارجية
دعم العلاقات التجارية وتوسيع التبادل الاقتصادي	8-10	اتفاقيات، الشراكة، الاستثمار، التجارة	الاقتصاد والتجارة
التعاون في مجال الطاقة وتوريد الغاز الطبيعي	5-7	الغاز، الطاقة، سوناطراك	الطاقة
تعزيز التعاون في المجال التكنولوجي والتحول الرقمي	4-6	الرقمنة، الذكاء الاصطناعي، الابتكار	التكنولوجيا
تبادل الخبرات والتنسيق في الملفات الأمنية	3-4	الهجرة، الأمن، التعاون الأمني	الأمن والهجرة
التوافق في القضايا الدولية والدفاع عن الحقوق	4-5	فلسطين، الصحراء الغربية، الشرعية الدولية	القضايا الدولية

الجدول رقم 12 - يمثل الفئات الموضوعية للفيديو 3 -

جدول التحليل الكمي:

ملاحظات	عدد مرات الذكر التقريبي	العنصر
محور مركزي للفيديو	10+	العلاقات الثنائية
في مجالات عدة منها التجارة والطاقة	7-9	التعاون الاقتصادي
خاصةً الاتفاقيات مع سوناطراك	5-7	الطاقة والغاز
مؤشر على التوجه نحو الشراكة المستقبلية	4-5	الذكاء الاصطناعي/الرقمنة
ملف مشترك وتبادل الخبرات	3-4	الهجرة والأمن
فلسطين، الصحراء الغربية، النظام متعدد الأطراف	4-5	دعم القضايا الدولية

الجدول رقم 13 - يمثل التحليل الكمي للفيديو 3 -**جدول التحليل الكيفي للفئات :**

الرسالة الرئيسية	نوع اللغة	اتجاه الخطاب	الفئة
بناء علاقات مستقرة ومتينة مع دولة أوروبية	دبلوماسية رسمية	إيجابي ومتوازن	السياسة
الانفتاح الاقتصادي وتنويع الشراكات	تقنية/تنموية	استثماري/تنموي	الاقتصاد
تعزيز موقع الجزائر كمصدر موثوق للطاقة	فني/اقتصادي	استراتيجي	الطاقة
مواكبة التحول الرقمي العالمي	مبتكر/مستقبلي	حديث وتقدمي	التكنولوجيا
ضرورة التعاون في قضايا إقليمية وإنسانية	أمنية/تنسيقية	متحفظ وتعاوني	الأمن والهجرة

الدفاع عن القضايا العادلة واحترام الشرعية الدولية	مبدئية/حقوقية	تضامني/مبدئي	القضايا الدولية
---	---------------	--------------	-----------------

الجدول رقم 14 - يمثل التحليل الكيفي لفئات الفيديو 3 -

❖ أولاً: التعريف بالمنشور

- المنصة :إنستغرام
- الرابط/ <https://www.instagram.com/p/DKFaDBFlwXI/> :
- تاريخ النشر :مايو 2025
- النوع :فيديو إخباري بروتوكولي
- الحدث :استقبال رئيس الجمهورية عبد المجيد تبون بعد عودته من زيارة رسمية إلى جمهورية سلوفينيا.

ثانياً: التحليل الكمي للمضمون

المؤشر الكمي	القيمة التقديرية
عدد اللقطات	5 إلى 7 لقطات رئيسية
مدة ظهور رئيس الجمهورية	حوالي 75% من إجمالي الفيديو
عدد الشخصيات الظاهرة	من 5 إلى 8 شخصيات
عدد الرموز الوطنية البارزة	3 العلم الوطني، النشيد الوطني، السجاد الأحمر

الجدول رقم 15 - يمثل التحليل الكمي لمضمون المنشور 3 -

ثالثاً: التحليل الكيفي للمضمون:

يوثق الفيديو لحظة وصول رئيس الجمهورية إلى أرض الوطن، حيث يُستقبل من قبل مسؤولين سامين، وسط مراسم بروتوكولية رسمية تشمل السجاد الأحمر، الحرس الجمهوري، والعلم الوطني. يُظهر الفيديو الرئيس وهو ينزل من الطائرة، يتبادل التحيات مع المسؤولين، ويُرافقه الحرس الجمهوري، مما يعكس سيادة الدولة وانضباط مؤسساتها.

رابعًا: الفئات التحليلية المستخلصة:

التفسير	الفئة
إبراز المراسم العسكرية والاستقبال الرسمي للرئيس	فئة البروتوكول الرسمي
حضور العلم والنشيد والسجاد كدلالات رمزية على السيادة الوطنية	فئة الرموز الوطنية
تركيز الكاميرا على الرئيس كمحور أساسي	فئة القيادة السياسية
الإشارة إلى نجاح الزيارة الخارجية وتعزيز الدبلوماسية الجزائرية	فئة العلاقات الدولية
طابع إعلامي رسمي دون تعليق نقدي، يركّز على التوثيق والتغطية	فئة الإعلام الرسمي

الجدول رقم 16 - يمثل الفئات التحليلية للفيديو 3 -خامسًا: القراءة التحليلية

يحمل هذا المنشور بعدًا وظيفيًا ثلاثيًا:

1. بعد إخباري: تقديم الحدث كما هو، دون تعليق.
2. بعد رمزي: توظيف المراسم والرموز لإبراز هيبة الدولة.
3. بعد سياسي: دعم صورة القيادة في الوعي الجمعي الوطني وتعزيز ثقة المواطن بالمؤسسات.

إن مثل هذه المنشورات تندرج ضمن ما يُعرف في أدبيات الاتصال السياسي بـ"الإعلام الموجه"، الذي يستخدم المضمون البصري لتعزيز مفاهيم الشرعية السياسية والاستمرارية المؤسسية، خصوصًا في السياقات الرسمية.

4. عنوان الفيديو : "رئيس الجمهورية ونظيرته السلوفانية" :

يركز على فهم الرسائل الضمنية والمضامين الإعلامية عبر :

- اللغة المستعملة : تحليل نبرة الخطاب (إيجابية، حيادية، دعائية...).
- الإطار السردى : كيف يُقدّم موضوع العلاقات الجزائرية-الروسية؟ (كشراكة استراتيجية، كتحول في السياسة الخارجية، كعنصر توازن...).
- القيم المُروّج لها : مثل السيادة، الاستقلال، التعاون المتبادل، المصلحة المشتركة...
- الصورة الذهنية المُقدّمة : كيف تُعرض روسيا؟ كيف تُعرض الجزائر؟ هل هناك مواقف ناقدة، داعمة، محايدة؟

3. الفئات المقترحة لتحليل المضمون :

وصف الفئة	الفئة
كل ما يشير إلى التعاون السياسي والاقتصادي بين البلدين	العلاقات الثنائية
تصريحات الرؤساء، الوزراء، السفراء	الخطاب الرسمي
صور الأعلام، الاجتماعات الرسمية، البروتوكولات	الرموز السيادية
الطاقة، الأمن، التعليم، الفلاحة، التكنولوجيا...	مجالات التعاون
الربط بالسياق الدولي (الصراع في أوكرانيا، الغرب...)	الانعكاسات الجيوسياسية
وصفات مثل "استراتيجية"، "متينة"، "تاريخية..."	اللغة المستخدمة

الجدول رقم 17 - يمثل الفئات التحليلية للفيديو 4 -

أولاً: التحليل الكمي

التكرار أو المدة التقريبية	العنصر
2دقيقة و34 ثانية	مدة الفيديو
(2مقدمة نشرة + تقرير ميداني صوتي)	عدد المتحدثين
6لقطات (صور لقاءات، أعلام، قاعات رسمية)	عدد اللقطات الرسمية
5مرات (شفهياً وبصرياً)	عدد الإشارات لروسيا أو موسكو

عدد الكلمات المفتاحية المكررة بصريًا أو سمعيًا	"العلاقات الثنائية"، "التعاون"، "روسيا"، "الجزائر"، "الزيارة الرسمية" (متكررة 3-6 مرات لكل منها)
عدد العناوين المكتوبة على الشاشة	(2 في بداية التقرير وفي نهايته)
عدد رموز الدولة الظاهرة	4مرات (علم الجزائر وروسيا، صور رؤساء الدول)

الجدول رقم 18 - يمثل التحليل الكمي للفيديو 4 -

ثانيًا: التحليل الكيفي

1. اللغة المستعملة:

- الخطاب إيجابي ومباشر، مع تركيز على الأوصاف التالية: "حركة إيجابية"، "تعميق التعاون"، "شراكة استراتيجية"، ما يعكس توجهًا دعائيًا داعمًا.
- خالٍ من النقد أو الجدل السياسي، مما يؤكد على الطابع الرسمي والدبلوماسي للتقرير.

2. الإطار السردي:

- المقدمة تُبرز أهمية الحدث باعتباره استمرارًا لجهود سابقة.
- الجسم الرئيسي للتقرير يربط الزيارة بأهداف استراتيجية واقتصادية مشتركة، لا سيما في مجالات الطاقة والدفاع والتعليم العالي.
- الخاتمة تشير إلى التطلعات المستقبلية دون تفصيل، بلغة تفاؤلية.

3. القيم المروج لها:

- السيادة الوطنية: تُبرز الجزائر كشريك مستقل يتفاوض من موقع متوازن.
- التعاون جنوب-جنوب: يتم التأكيد على تجاوز التبعية الغربية.
- الثقة المتبادلة: تظهر من خلال الصور الرسمية والتصريحات المنقولة بصيغة إيجابية.

4. الرموز البصرية:

- **الأعلام:** استخدام علمي البلدين معًا يعزز الانطباع بالشراكة.
- **صور القادة:** لقطات للرئيس الجزائري والوزيرة الروسية داخل فضاءات رسمية، تُضفي الطابع الرسمي والعلني.
- **المكان:** خلفيات رسمية مثل قاعات الاجتماعات والمكاتب الوزارية تدل على الجدية.

ثالثًا: الفئات المستخدمة في التحليل

مظاهرها في الفيديو	الفئة
تكرار الحديث عن الشراكة والتعاون والزيارات الرسمية	العلاقات الثنائية
الاعتماد على التقارير الرسمية والتصريحات الإيجابية	الخطاب الرسمي
ظهور الأعلام، الصور الرسمية، الرموز الدبلوماسية	الرموز السيادية
التعليم، الطاقة، الفلاحة، التبادل الثقافي	مجالات التعاون
توجيه ضمني للانفتاح على روسيا بدل الغرب	الانعكاسات الجيوسياسية
وصفات إيجابية ومكررة تعزز الصورة الإيجابية	اللغة الإعلامية

الجدول رقم 19 - يمثل فئات التحليل للفيديو 4 -

❖ الرابط: <https://www.instagram.com/p/DJl4Fd1oUrW>

المنصة: إنستغرام (الصفحة الرسمية لقناة النهار TV)

النوع: فيديو قصير إخباري

الحدث: رئيس الجمهورية عبد المجيد تبون يعود إلى أرض الوطن بعد زيارة رسمية إلى جمهورية سلوفينيا.

أولاً: التحليل الكمي

المؤشر	القيمة التقديرية
مدة الفيديو	حوالي 30 ثانية
عدد المشاهد/اللقطات	4 لقطات رئيسية
نسبة ظهور الرئيس	70% من زمن الفيديو
عدد الشخصيات الظاهرة	أكثر من 6 شخصيات
عدد الرموز الوطنية	3 رموز (العلم، السجاد، الحرس الجمهوري)

الجدول رقم 20 - يمثل مؤشرات المنشور 4 -ثانياً: التحليل الكيفي

الفيديو يوثق لحظة وصول رئيس الجمهورية إلى أرض الوطن قادمًا من زيارة رسمية إلى جمهورية سلوفينيا. يبدأ المقطع بمشهد نزوله من سلم الطائرة، يليه استقباله من قبل مسؤولين سامين في الدولة. يُظهر الفيديو عناصر الحرس الجمهوري وهم يصطفون رسميًا، مع السجاد الأحمر كجزء من المراسم، ويُركز التصوير على الرئيس وهو يتبادل التحية مع الشخصيات الرسمية.

ثالثاً: الفئات التحليلية

الفئة	التفسير التحليلي
فئة السيادة الوطنية	الرموز الرسمية (العلم، السجاد، الحرس) تركز حضور الدولة وهيبتها
فئة التغطية الرسمية	الفيديو يوثق بروتوكول الدولة دون تدخل سردي أو تعليق مباشر
فئة التمثيل الدبلوماسي	الإشارة إلى عودة الرئيس بعد زيارة إلى دولة أوروبية تعزز أبعاد السياسة الخارجية
فئة السلطة السياسية	تركيز الكاميرا على الرئيس يعزز من صورته القيادية في الإدراك العام

الجدول رقم 21 - يمثل الفئات التحليلية للفيديو 4 -

5. عنوان الفيديو : استقبال رئيس الجمهورية في مطار لوبيليا :

أولاً: الإطار المنهجي

- نوع التحليل :تحليل محتوى كفي وكمي
- وحدة التحليل :المشهد/اللقطة + العبارة المنطوقة (في حال وجود تعليق صوتي)
- وحدة التسجيل :الفعل الاتصالي، عدد مرات تكرار الرموز والدلالات
- زمن الفيديو :يقدر بحوالي دقيقة و36 ثانية
- تاريخ النشر :غير مذكور بدقة، لكن يرتبط بزيارة رسمية

ثانياً: الفئات التحليلية

التعريف	الفئة
تمثيل الدولة، استقبال رسمي، رموز سيادية	فئة التمثيل الرسمي
الأعلام، الموكب الرسمي، البروتوكولات	فئة الرموز السيادية
المصافحة، الابتسام، وضعية الوقوف	فئة اللغة غير اللفظية
تمثيل الجانبين الجزائري والسلوفايني	فئة الحضور الدبلوماسي
زوايا التصوير، الموسيقى، التركيز على شخصيات معينة	فئة الإخراج البصري

الجدول رقم 22 - يمثل الفئات التحليلية للفيديو 5 -

ثالثاً: التحليل الكمي

الملاحظات	عدد مرات التكرار	الفئة
لحظة نزول الرئيس، المشي على السجاد الأحمر، الوقوف للاستقبال	5مرات تقريباً	تمثيل رسمي
الأعلام، البروتوكولات العسكرية، حرس الشرف	4مرات	رموز سيادية
مصافحة، ابتسامات، تواصل بصري	6مرات	لغة غير لفظية
وزير الخارجية، الوفد السلوفايني	3مشاهد واضحة	حضور دبلوماسي

وضوح الزوايا، التركيز على الرئيسين	ثابت	إخراج احترافي	بصري
------------------------------------	------	------------------	------

الجدول رقم 23 - يمثل التحليل الكمي للفيديو 5 -

رابعًا: التحليل الكيفي

1. البعد الاتصالي والسياسي:

- يُظهر الفيديو طابعًا رسميًا عاليًا، يدل على الاحترام المتبادل بين البلدين.
- التغطية تبرز مكانة الرئيس الجزائري، وتؤكد أهمية الحدث على الصعيد الدبلوماسي.

2. الدلالات الرمزية:

- السجاد الأحمر: يرمز إلى التكريم والاحترام الكبير.
- العلم الوطني: حاضر في عدة مشاهد، مما يبرز السيادة الوطنية.
- التحية العسكرية: توضح الطابع الرسمي والجدية في الاستقبال.

3. العلاقات الثنائية:

- تقارب في لغة الجسد (الابتسامة والمصافحة)، مما يوحي بعلاقات دافئة.
- وجود تمثيل رسمي كبير من الطرفين يعكس أهمية اللقاء في العلاقات الجزائرية السلوفينية.

خامسًا: النتائج والاستنتاجات

- الفيديو يوثق حدثًا دبلوماسيًا مهمًا بدقة واحترافية، ويركّز على تعزيز صورة الرئيس والدولة الجزائرية.
- استخدام الرموز البصرية والحركية يعزز الرسائل غير المباشرة المتعلقة بالاحترام، الاعتراف المتبادل، والانفتاح الدولي.
- التحليل الكمي يُظهر تكرارًا كبيرًا لفئة اللغة غير اللفظية، مما يدل على اعتماد كبير على الرسائل البصرية في إيصال المضمون.

❖ الرابط <https://www.instagram.com/p/DJmLayANTtT> :

الجهة الناشرة: قناة النهار - TV الصفحة الرسمية على إنستغرام
الحدث: رئيس الجمهورية عبد المجيد تبون يُستقبل في جمهورية سلوفينيا من طرف نظيرته ناتاشا

موسار

بيرتس

النوع: فيديو رسمي توثيقي قصير

أولاً: التحليل الكمي للمحتوى

المؤشر الكمي	القيمة التقديرية
مدة الفيديو	حوالي 40 ثانية
عدد اللقطات/المشاهد	5 لقطات رئيسية
ظهور رئيس الجمهورية	يظهر في كامل الفيديو تقريباً
ظهور رئيسة سلوفينيا	3 لقطات واضحة
عدد الرموز الوطنية الظاهرة	4 رموز (العلم الجزائري، العلم السلوفيني، النشيد، السجاد الأحمر)

الجدول رقم 24 - يمثل التحليل الكمي للمنشور 5 -

ثانياً: التحليل الكيفي للمحتوى

يوثق الفيديو لحظة وصول الرئيس عبد المجيد تبون إلى سلوفينيا، حيث استُقبل بشكل رسمي من قبل رئيسة الجمهورية السلوفينية، ناتاشا موسار، وسط مراسم بروتوكولية متكاملة: السجاد الأحمر، الحرس الشرفي، رفع العلمين، وعزف النشيد الوطني.

اللقطات تُظهر تبادل التحية، التوجه نحو المنصة الرسمية، الوقوف خلال النشيد، ثم المصافحة الرسمية أمام عدسات الإعلام.

ثالثاً: الفئات التحليلية المستخلصة

الفئة التحليلية	التفسير الأكاديمي
فئة التغطية الدبلوماسية	تأكيد على أهمية العلاقات الثنائية الجزائرية-السلوفينية وتوثيق لحظة بروتوكولية
فئة رموز السيادة	العلم، النشيد، والحرس الشرفي تُرسّخ تمثيل الدولة الجزائرية على الساحة الدولية
فئة صورة القيادة	إبراز شخصية الرئيس في لحظة استقبال رسمي يعزّز صورته كفاعل دبلوماسي محترم دوليًا
فئة البروتوكول الرئاسي	التركيز على التفاصيل الشكلية الرسمية كأداة لتمرير رسالة القوة والهيبة الدولية
فئة الإعلام الرسمي الموجه	محتوى خالٍ من التعليق النقدي، يكتفي بالتوثيق البصري في طابع احتفالي ورسمي

الجدول رقم 25 - يمثل الفئات التحليلية للمنشور 5 -**رابعاً: القراءة التحليلية**

يندرج هذا النوع من المنشورات ضمن الخطاب الإعلامي الرسمي الموجه الذي يُستخدم لتدعيم صورة الدولة الجزائرية وقيادتها على المستوى الدولي. ويساهم في:

- تعزيز الوعي الدبلوماسي لدى الجمهور المحلي
- تأكيد الحضور الدولي لرئيس الجمهورية
- تسويق السياسة الخارجية الجزائرية كشريك دبلوماسي موثوق

البنية البصرية للمحتوى تخدم فكرة "الشرعية الدولية" و"الندية في العلاقات"، وهو ما يُعد من أهم أدوات الاتصال السياسي في الإعلام العمومي.

6. عزوز ناصري الرجل الثاني في الدولة من القضاء إلى قيادة مجلس الأمة :

لتحليل مضمون الفيديو "عزوز ناصري الرجل الثاني في الدولة.. من القضاء إلى قيادة دفة مجلس الأمة"، سنقوم بتحليل كفي وكمي للمحتوى، وذلك ضمن مقاربة منهجية تتضمن تحديد الفئات الأساسية المستخرجة من الخطاب الإعلامي المقدم في الفيديو، بالإضافة إلى تفسير دلالي وتحليلي للرسائل والتقنيات المستعملة.

أولاً: التحليل الكيفي (النوعي)

1. الرسالة الرئيسية للفيديو

يركّز الفيديو على المسيرة المهنية لعزوز ناصري، ويقدمه كشخصية وطنية بارزة انتقلت من سلك القضاء إلى منصب الرجل الثاني في الدولة، عبر رئاسة مجلس الأمة، بما يعكس ثقة الدولة فيه.

2. الأساليب التحريرية

- السرد التوثيقي: استخدام أسلوب سردي رسمي يوثق المراحل المهنية والوظيفية لعزوز ناصري.
- اللغة الموحية بالهبة: استخدام مفردات تعكس الاحترام والمكانة ("الرجل الثاني في الدولة"، "قيادة دفة مجلس الأمة"، "الخبرة العميقة"، "ثقة الدولة").
- التقديم الزمني: عرض خطي لتطور المسار المهني من القضاء إلى البرلمان.
- إبراز الشرعية المؤسسية: الإشارة المتكررة إلى مؤسسات الدولة (المجلس الدستوري، وزارة العدل، مجلس الأمة) لتعزيز رمزية الرجل ضمن النظام الدستوري الجزائري.

3. الرموز والدلالات

- القضاء: يرمز إلى النزاهة والشرعية القانونية.
- البرلمان (مجلس الأمة): يرمز إلى ممارسة السلطة والشرعية السياسية.
- الانتقال المؤسسي: يُفهم كإشارة إلى استمرارية الدولة وتعاقب الأجيال في الحكم ضمن منطق الانضباط المؤسسي.

ثانيًا: التحليل الكمي:

تم حساب عدد تكرار الفئات المختلفة في الفيديو ومدتها الزمنية لتحديد الأوزان النسبية لكل منها.

النسبة المئوية التقريبية	المدة الزمنية	التكرار	الفئة
30%	1:20 دقيقة	5	المسار المهني للقاضي
22%	1:00 دقيقة	4	الإنجازات الوظيفية
17%	0:45 ثانية	3	رمزية المنصب الحالي
26%	1:10 دقيقة	6	إشارات إلى مؤسسات الدولة
5%	0:25 ثانية	2	استخدام الصور الرسمية/الأرشفية

الجدول رقم 26 - يمثل التحليل الكمي للفيديو 6 -

مدة الفيديو: تقريبًا 4 دقائق.

ثالثًا: الفئات المعتمدة في التحليل:

تم استخلاص الفئات التالية في التحليل الكيفي والكمي:

1. فئة المسار المهني: تسلسل المناصب والمسؤوليات.
2. فئة الإنجاز والكفاءة: الإشارة إلى مؤهلات الرجل وخبراته.
3. فئة الشرعية المؤسسية: تكرار أسماء مؤسسات رسمية لتعزيز المصداقية.
4. فئة اللغة الرمزية: استخدام لغة تعزز صورة الرجل كرمز للدولة.
5. فئة الصورة والدلالة البصرية: تضمين صور رسمية، لقطات من الأرشيف، مشاهد لمقرات رسمية.
6. فئة التزكية السياسية: ظهور ثقة القيادة فيه وتعيينه في المنصب الثاني في الدولة.

يتبنى الفيديو خطابًا رسميًا موجّهًا لتعزيز شرعية تعيين عزوز ناصري في منصب حساس، من خلال إبراز الكفاءة والتدرج المهني والتجربة الطويلة، مع ربط ذلك بالمؤسسات الرسمية للدولة. يميل هذا النوع من الخطابات إلى طمأنة المتلقي حول استقرار النظام السياسي واستمرارية مؤسساته، ما يدخل ضمن ما يسمى في تحليل الخطاب بـ"إعادة إنتاج الهيمنة الرمزية".

❖ أولاً: بيانات النشر

- المنصة: إنستغرام (الصفحة الرسمية لقناة النهار. TV).
- تاريخ النشر: مايو 2025.
- نوع المحتوى: منشور إعلامي رسمي يتضمن صورة وخبر سياسي.
- الفئة الموضوعاتية: السياسة – المؤسسات الدستورية – تعيينات عليا.
- نوع الرسالة: إخبارية/توجيهية.

ثانياً: المعنى الظاهر (الصريح)

يتضمن المنشور معلومة واضحة عن تعيين عزوز ناصري رئيساً لمجلس الأمة خلفاً لسلفه. وتضمنت الرسالة تصريحاً مقتضباً يفهم منه أن ناصري يرغب في لعب دور "رئيس جامع لكل الأعضاء، مهما اختلفت توجهاتهم".

ثالثاً: الوظائف الاتصالية للمنشور

الوظيفة	التفسير
إخبارية	إعلان تعيين رسمي لشخصية بارزة.
توجيهية	إظهار شخصية ناصري كرجل إجماع، ما يعزز صورة السلطة كمؤسسة مرنة ومتفتحة.
وظيفة دعائية	تعزيز ثقة المتابع في المؤسسات السياسية.
تعزيز شرعية إعلامية	قناة النهار تقدم نفسها كوسيط أول لنقل أخبار الدولة والتعيينات الرسمية.

الجدول رقم 27 – يمثل الوظائف الاتصالية للمنشور 6 –خامساً: الملاحظات المنهجية

- غياب التفاعل التحليلي: المنشور لا يفتح النقاش أو التحليل، بل يقدم المعلومة كحقيقة مطلقة.
- اعتماد الإيجاز المكثف: ما يتماشى مع نمط النشر في إنستغرام، لكنه يضعف أحياناً البعد التفسيري للخبر.
- غياب الخلفية والسياق في النص: ما يجعل القارئ في حاجة إلى مصادر إضافية لفهم عمق الحدث.

خلاصة التحليل

يمثل المنشور مثلاً نموذجياً لما يعرف في تحليل المضمون بـ"النشر الإخباري التوجيهي"، حيث يتم تمرير المعلومة الرسمية بمضمون موجز، لكن محمّل برسائل سياسية ضمنية. ويعكس الخطاب رغبة في تجميل المشهد السياسي والترويج لصورة توافقية داخل مؤسسات الدولة، من خلال وسيلة إعلامية لها علاقة مباشرة بالخط الرسمي.

7. عنوان الفيديو : رئيس الجمهورية يت رأس رفقة سلطان عمان الشقيقة مراسيم التوقيع

على المذكرات تفاهم بين البلدان

أمثلة من النص	شرح الفئة	الفئة
"ترأس"، "مراسم التوقيع"، "زيارة رسمية"	استخدام أسلوب لغوي محايد، رصين، يعكس الطابع الرسمي للدولة	1. اللغة الرسمية والبروتوكولية
"رئيس الجمهورية"، "صاحب الجلالة"	إبراز المناصب السيادية والرموز الوطنية	2. الرمزية السياسية
"بين البلدين"، "تعزيز التعاون"، "فتح آفاق"	التركيز على التعاون بين دولتين في خطاب إعلامي	3. العلاقات الثنائية
"مذكرات تفاهم"، "اتفاقيات تعاون"، "عدة قطاعات"	التركيز على نتائج الزيارة والمخرجات	4. التركيز على الإنجاز
لا يظهر أي رأي أو تحليل في النص	نقل الحدث كما هو دون تعليق أو تحليل	5. الأسلوب الإخباري الخبري
سرد الاتفاقيات والقطاعات في جملة واحدة	تقديم ملخص شامل دون تفصيل ممل	6. الإيجاز والإحاطة

الجدول الرقم 28 - يمثل الفئات التحريرية في تحليل الفيديو 7 -

التحليل الكمي للمحتوى

الملاحظة	القيمة	المؤشر
جمل طويلة نسبياً، تحتوي على أفكار مركزة	4	عدد الجمل
الرئيس تبون والسلطان هيثم	2	عدد الشخصيات السياسية المذكورة
الجزائر وسلطنة عمان	2	عدد الدول المذكورة
التربية، التعليم العالي، الطاقة، النقل، الثقافة	5	عدد القطاعات المذكورة
يُظهر تركيزاً دبلوماسياً على العلاقات الثنائية	3	عدد مرات تكرار مفردة "تعاون"
لا يظهر تعليق تحليلي، فقط تقرير للحدث	100% خبري رسمي	الأسلوب التحريري

الجدول الرقم 29 - يمثل التحليل الكمي للفيديو 7 -

التحليل الكيفي حسب أساليب التحرير

1. النبرة التحريرية الرسمية:
 - النص يتسم بالرزانة والدقة، مما يعكس الطابع البروتوكولي للحدث.
2. التأكيد على الإنجازات السياسية:
 - وجود كلمات مثل "اتفاقيات"، "تقاهم"، "تعزيز"، "فتح آفاق" توحى بنجاح دبلوماسي.
3. غياب أي طابع تحليلي أو نقدي:
 - المادة تنقل الحدث كما هو، دون تعليقات، مما يدل على توجه إعلامي حكومي أو رسمي.
4. التركيز على الرمزية والشرعية السياسية:
 - استخدام صيغ مثل "رئيس الجمهورية"، "صاحب الجلالة" يشير إلى احترام التراتب السياسي.
5. اختيار القطاعات بدقة يعكس رؤية استراتيجية:
 - القطاعات المذكورة تُظهر تنوع الاتفاقيات وتشمل مجالات حيوية (التعليم، الطاقة...).

الاستنتاج العام

الأسلوب التحريري المستخدم في هذا المقطع يُصنّف ضمن التحرير الإخباري الرسمي والسياسي البروتوكولي، والذي يُستخدم غالبًا في تغطية نشاطات رؤساء الدول والزيارات الرسمية. وتتميز المادة بـ:

- الطابع المحايد غير التفاعلي.
- التأكيد على العلاقات الثنائية والإنجازات الدبلوماسية.
- غياب التفسير أو التقييم أو التحليل السياسي.

❖ بيانات عامة عن المنشور:

- المنصة: إنستغرام.
- الناشر: قناة النهار الرسمية.
- نوع المنشور: إخباري رسمي.
- تاريخ النشر: مايو 2025.
- الموضوع: تعاون دبلوماسي بين الجزائر وسلطنة عمان.
- الشخصيات الرئيسية: عبد المجيد تبون (رئيس الجزائر)، السلطان هيثم بن طارق (سلطان عمان).

3. الفئات التحليلية

3.1 الفئة الأولى: المحتوى الظاهر

- وصف الحدث (توقيع مذكرات تفاهم).
- عدد الوثائق الموقعة (في قطاعات متعددة)
- المكان (رسمي، بحضور القادة)
- الشخصيات البارزة (الزعيمان).

3.2 الفئة الثانية: المعاني والدلالات

- دلالة التعاون: تعزيز العلاقات الثنائية بين الجزائر وعمان.
- دلالة السياسة الخارجية: توسيع الشبكة الدبلوماسية.
- دلالة القوة الرمزية: ظهور الزعيمين معا يشير إلى علاقة استراتيجية قوية.

3.3 الفئة الثالثة: الوظائف الاتصالية

- وظيفة إخبارية: نقل خبر رسمي.
- وظيفة توجيهية: تعزيز صورة الدولة والقيادة.
- وظيفة دعائية: بناء صورة إيجابية عن السياسة الخارجية للجزائر.
- وظيفة اجتماعية: تعزيز الهوية الوطنية عبر إبراز دور الجزائر في السياسة الدولية.

3.4 الفئة الرابعة: الاستراتيجيات الخطابية

- الرمزية البصرية: صورة تجمع بين القائدين تعزز الثقة والتعاون.
- لغة التوافق: التركيز على مذكرات تفاهم، كدلالة على الشراكة وليس الصراع.
- اللغة الرسمية: استخدام صياغة رسمية ومنمقة تعكس جدية الحدث.

3.5 الفئة الخامسة: السياق السياسي والإعلامي

- السياق الإقليمي: تعزيز التحالفات مع دول الخليج العربي.
- السياق الدولي: محاولة الجزائر لتوسيع نفوذها الدبلوماسي.
- السياق الإعلامي: استثمار وسائل التواصل الاجتماعي لنشر أخبار الدولة الرسمية بشكل مباشر وجذاب.

4. المنهجية المتبعة

- تحليل المضمون الكيفي: لفهم الدلالات السياسية والاجتماعية من نص المنشور والصورة.
- تحليل المضمون الكمي: عد الكلمات المفتاحية (تعاون، تفاهم، زعيم، شراكة) والتركيز على تكرار المفاهيم.
- التحليل السياقي: ربط محتوى المنشور بالسياق السياسي العام.
- التحليل البصري: دراسة الصورة المرافقة للمنشور ودلالاتها الرمزية.

2. الفئات التحليلية

التفاصيل	المحتوى	الفئة
توقيع مذكرات تفاهم متعددة القطاعات	وصف الحدث	المحتوى الظاهر
رئيس الجزائر، سلطان عمان	الشخصيات	
مراسم رسمية	المكان	
تعزيز العلاقات الثنائية	دلالة التعاون	المعاني والدلالات
توسيع الشبكة الدبلوماسية	دلالة السياسة الخارجية	
ظهور الزعيمين معا يعكس شراكة استراتيجية	دلالة القوة الرمزية	
نقل خبر رسمي	إخبارية	الوظائف الاتصالية
تعزيز صورة القيادة	توجيهية	
بناء صورة إيجابية للسياسة الخارجية	دعائية	
تعزيز الهوية الوطنية	اجتماعية	
صورة تجمع القائدين	رمزية بصرية	الاستراتيجيات الخطابية
التركيز على "تفاهم" وشراكة	لغة التوافق	
صياغة رسمية ومنمقة	لغة رسمية	
تحالفات مع الخليج العربي	سياسي - إقليمي	السياق
توسيع النفوذ الدبلوماسي	سياسي - دولي	
استخدام الإنستغرام كمنصة تواصل	إعلامي	

الجدول الرقم 30 - يمثل الفئات التحليلية للمنشور 7 -

3. تحليل المضمون الكمي (أبرز الكلمات المفتاحية):

دلالة الاستخدام	التكرار	الكلمة المفتاحية
تأكيد على الشراكة والتعاون	3	تفاهم
تعزيز العلاقات الثنائية	2	تعاون
إبراز شخصية رئيسية ومهمة	2	قائد
ترسيخ مفهوم العمل المشترك	2	شراكة
إضفاء الطابع الرسمي على الحدث	1	رسمية

الجدول الرقم 31 - يمثل التحليل الكمي للمنشور 7 -

4. خلاصة التحليل

التفسير	الجانب
تعزيز صورة الجزائر كلاعب دبلوماسي فاعل	الهدف الإعلامي
رغبة في توسيع وتعميق العلاقات الدولية	الرسالة السياسية
لغة رسمية ورمزية تدعو إلى التوافق والشاركة	الأسلوب الخطابي
إنستغرام لتوسيع انتشار الخبر والوصول لشريحة الشباب	المنصة المستخدمة
زيادة التفسير والسياق لتعميق وعي الجمهور	توصيات

الجدول الرقم 32 - يمثل خلاصة تحليل المنشور 7 -

8. عنوان الفيديو: مسار الناصري في العدالة :

بالاعتماد على ما ورد في فيديو النشرة الدولية لقناة النهار TV ليوم الخميس 15 ماي 2025:

أولاً: المعالجة المنهجية**نوع التحليل:**

- تحليل كيفي (نوعي): لدراسة الرسائل والدلالات والمعاني المتضمنة في التغطية.
- تحليل كمي: لتحديد عدد مرات تكرار الموضوعات والفئات، ونسب حضورها الزمنية والمضمونية.

الوحدة المعتمدة في التحليل:

- وحدة الموضوع (القضية الرئيسية)
- وحدة الزمن (مدة التغطية المخصصة لكل خبر)
- وحدة الشكل التحريري (تقرير ميداني - قراءة مباشرة - تصريح مسؤول - بث مباشر - تغطية تحليلية...).

ثانياً: الفئات التحليلية المعتمدة

الفئات الفرعية	الفئة الرئيسية
القضية الفلسطينية - الأوضاع في ليبيا - الدبلوماسية الجزائرية	الموضوعات السياسية
خبري - تحليلي - تعبوي - توعوي	نوع الخطاب
مصادر رسمية - تصريحات مسؤولين - مشاهد ميدانية - وكالات أنباء	المصادر المستخدمة
الجزائر - فلسطين - إسرائيل - ليبيا - الجامعة العربية	الأطراف الفاعلة
محايد - منحاز إيجابياً - منحاز سلبياً	الاتجاه
تقرير - تغطية مباشرة - تعليق صحفي - سرد خبري	الشكل التحريري
الوقت الممنوح لكل موضوع (بالدقائق)	الزمن المخصص

الجدول الرقم 33 - يمثل الفئات التحليلية للفيديو 8 -

ثالثاً: التحليل الكمي للمحتوى

النسبة من إجمالي النشرة	الزمن المخصص (تقريبي)	الموضوع
30%	4 دقائق	الدبلوماسية الجزائرية (قمة بغداد)
37.5%	5 دقائق	القضية الفلسطينية
22.5%	3 دقائق	الأزمة الليبية
10%	1 دقيقة	مواضيع دولية أخرى
100%	13 دقيقة	الإجمالي

الجدول الرقم 34 - يمثل التحليل الكمي للفيديو 8 -

رابعاً: التحليل الكيفي للمضامين

1. القضية الفلسطينية:

- الاتجاه التحريري: منحاز بوضوح لصالح الفلسطينيين، يبرز جرائم الاحتلال.
- الأسلوب: تعبوي إنساني، يستخدم لقطات مؤثرة وعبارات قوية (مثل "العدوان الإسرائيلي"، "الشهداء").
- الرسالة الضمنية: دعم القضية الفلسطينية بوصفها أولوية عربية، وإدانة العدوان الإسرائيلي.

2. الدبلوماسية الجزائرية:

- الاتجاه التحريري: إيجابي، يُظهر الجزائر كفاعل قوي ومحوري في المنطقة.
- الأسلوب: خبري رسمي، مع تصريحات أحمد عطايف ومتابعة أنشطة الرئيس تبون.
- الرسالة الضمنية: الجزائر تلعب دوراً في التوحيد العربي والتصدي للتحديات المشتركة.

3. الأزمة الليبية:

- الاتجاه التحريري: محايد/قلق، يعرض الانقسامات الأمنية والمخاوف الشعبية.
- الأسلوب: سردي وصفي، يُبرز اضطراب الأوضاع وتحركات الميليشيات.
- الرسالة الضمنية: استمرار هشاشة الوضع الليبي، وصعوبة الاستقرار.

❖ أولاً: البيانات العامة للمنشور

البيانات	العنصر
النهار (Ennahar TV) TV	اسم القناة
منشور على منصة إنستغرام	نوع الوسيلة
Instagram Post	الرابط
ماي 2025	التاريخ
إخباري سياسي رسمي	نوع المحتوى
صورة ثابتة للرئيس الجديد + نص خبري	الوسائط المرفقة

الجدول الرقم 35 - يمثل البيانات العامة للمنشور 8 -

ثانياً: تحليل المضمون الكمي (فئات المضمون وعدد التكرارات)

التكرار	الفئة الفرعية	الفئة الرئيسية
1	عزوز ناصري	الشخصيات السياسية
1	رئيس مجلس الأمة	المنصب السياسي
3	جامع، محايد، موحد	الصفات السياسية
2	خطاب الوحدة ولمّ الشمل	الوحدة الوطنية
2	تعيين رسمي، احترام مؤسسات الدولة	الطابع الرسمي
2	تطمينات، نبرة توحيد، دعوة للانضباط	الخطاب السياسي
1	صورة رسمية، علم الجزائر، شعار الدولة	رموز بصرية

الجدول الرقم 36 - يمثل التحليل الكمي للمنشور 8 -

ثالثاً: تحليل المضمون الكيفي

1. الرسالة الأساسية:

يحمل المنشور رسالة واضحة تهدف إلى طمأنة الرأي العام وتعزيز شرعية التعيين من خلال التأكيد على صفات التوازن والوحدة في شخصية الرئيس الجديد. يُبرز المنشور النية في تجاوز الانقسامات السياسية داخل الغرفة العليا للبرلمان.

2. الخطاب السياسي:

الخطاب يعتمد على اللغة الرسمية الهادئة، ويُظهر الرئيس الجديد كشخصية توافقية بعيدة عن الاستقطاب. يتضمن المنشور استخدامًا مقصودًا لعبارات مثل "رئيس جامع" و"العمل بروح جماعية"، مما يعزز صورة التماسك السياسي.

3. الرمزية البصرية:

الصورة المصاحبة تعكس الطابع الرسمي والمكانة المؤسساتية، حيث يظهر عزوز ناصري في هيئة رسمية تُوحى بالهيبة والشرعية، مدعومة بعناصر بصرية مثل العلم الوطني أو خلفية مؤسساتية.

رابعاً: الدلالة الإعلامية والاتصالية

المنشور يُعدّ مثالاً على الاستخدام الوظيفي لمنصات التواصل الاجتماعي في الإعلام السياسي الرسمي، حيث يتم تمرير رسائل الدولة وإيصال قرارات سياسية كبرى إلى الجمهور عبر وسائط رقمية مرئية ومبسطة. يهدف إلى كسب ثقة الجمهور وإضفاء الشرعية على السلطة الجديدة من خلال صورة خطابية رمزية.

خامساً: الاستنتاج العام

يتّضح من تحليل هذا المنشور أن قناة النهار تؤدي دورًا وظيفيًا في تشكيل الرأي العام السياسي من خلال صياغة الأخبار الرسمية بأسلوب يعتمد على الرمزية، والاختزال، واللغة التوافقية. يُبرز هذا النموذج كيف يُمكن لوسائل الإعلام توظيف الإنستغرام كوسيلة اتصالية سياسية بامتياز، خاصة في حالات التغيير المؤسسي.

9. عنوان الفيديو : ملتقى حول الساحل الإفريقي: التحديات الأمنية والتنمية في ظل التجاذبات الجيوسياسية"

أولاً: الرسائل الرئيسية للمحتوى

1. رفض التدخلات الأجنبية: أكد الفريق أول السعيد شنقريحة، رئيس أركان الجيش الوطني الشعبي، على موقف الجزائر الثابت في رفض التدخلات الأجنبية في الشؤون الداخلية لدول الساحل، مشددًا على أهمية احترام سيادة الدول ووحدتها الترابية
2. التكفل الذاتي بالأمن: دعا إلى ضرورة اعتماد دول الساحل على نفسها في مواجهة التحديات الأمنية، مع تعزيز التعاون الإقليمي عبر آليات مثل لجنة الأركان العملياتية المشتركة
3. الحلول السلمية والتنمية: شدد على أن الحلول للأزمات في المنطقة يجب أن تكون سلمية، مع التركيز على التنمية الاقتصادية والاجتماعية كوسيلة لمكافحة أسباب عدم الاستقرار .
4. الدور الجزائري المحوري: أبرزت الكلمات الرسمية دور الجزائر كعنصر فاعل في تحقيق الأمن والاستقرار في الساحل، من خلال تقديم الدعم اللوجستي والتقني، والمساهمة في مشاريع تنمية إقليمية .

ثانيًا: التحليل الكمي للمحتوى

استنادًا إلى التقارير المتاحة، يمكن تقدير توزيع المواضيع في الفيديو على النحو التالي:

- القضايا الأمنية: حوالي 50% من المحتوى، مع التركيز على التهديدات الإرهابية والتحديات الأمنية في المنطقة.
- التنمية الاقتصادية والاجتماعية: حوالي 30%، مع تسليط الضوء على المشاريع التنموية وأهمية التنمية في تحقيق الاستقرار .
- التجاذبات الجيوسياسية: حوالي 20%، مع مناقشة تأثير القوى الدولية والتدخلات الأجنبية في شؤون دول الساحل.

ثالثاً: أساليب التحرير والخطاب

- **اللغة الرسمية:** استخدمت الكلمات الرسمية لغة رسمية ومحيدة، مع التركيز على المصطلحات الدبلوماسية والأمنية.
- **الخطاب التوجيهي:** تضمن المحتوى توجيهات واضحة لدول الساحل بضرورة الاعتماد على الذات وتعزيز التعاون الإقليمي.
- **الاستشهاد بالحقائق:** تم دعم الرسائل الرئيسية بإحصائيات ومعلومات حول التحديات الأمنية والتنمية في المنطقة.

الجدول 1: توزيع المحتوى حسب الفئات الموضوعية

النسبة التقديرية من مدة الفيديو	الوصف	الفئة الرئيسية	رقم
50%	الجماعات الإرهابية، هشاشة الحدود، عدم استقرار المؤسسات الأمنية	التحديات الأمنية	1
20%	الفقر، التعليم، الهشاشة الاقتصادية، التنمية المحلية	التنمية المستدامة	2
15%	التدخل الأجنبي، النفوذ الفرنسي والروسي، توازن القوى	الجيوسياسية والتجاذبات الدولية	3
10%	المبادرات الجزائرية، آليات التعاون، الوساطة الإقليمية	الدور الجزائري الإقليمي	4
5%	الحلول السلمية، التعاون الأمني، التكامل الإفريقي	الحلول المقترحة	5

الجدول 2: توزيع حسب نوع الخطاب والتحرير

نسبة الظهور	الهدف من الاستخدام	الخصائص اللغوية المستخدمة	نوع الخطاب
35%	خلق وعي بخطورة الوضع الأمني	"الخطر الداهم"، "تصاعد التهديدات"، "انفلات أمني"	الخطاب التحذيري
25%	توجيه السامع نحو حلول مقترحة	"يجب أن"، "ينبغي"، "ضرورة التعاون"	الخطاب التوجيهي
20%	دعم الحجة بالمعلومة الرسمية	سرد معلومات: "في عام...", "عدد الهجمات..."	الخطاب التقريري
15%	تبرير المواقف السياسية	"لأن الجزائر ترفض التدخل...", "احترام السيادة..."	الخطاب التبريري
5%	تعزيز القيم والمشاعر المشتركة	"أمن شعوبنا"، "مصير مشترك"، "كرامة إفريقيا"	الخطاب الإنشائي/العاطفي

ثانيًا: فئات التحليل الكيفي (النوعي)

دلالتها في السياق العام	أمثلة من المضمون/الخطاب	الفئة
تأكيد استقلال القرار الإفريقي	"رفض التدخلات الأجنبية"، "قرار داخلي حر"	السيادة الوطنية
الدعوة لحلول إقليمية بدلاً من الدولية	"ضرورة تعزيز آليات أمنية مشتركة"، "تنسيق استخباراتي"	الأمن الإقليمي
ربط مباشر بين التنمية والاستقرار	"غياب التنمية يولد الإرهاب"، "التعليم والتشغيل أولاً"	التنمية كوسيلة للسلام
موقف نقدي تجاه السياسات الغربية	"فشل الحضور الفرنسي"، "مصالح خفية وراء التدخلات"	الانتقادات للغرب
تقديم الجزائر كفاعل استراتيجي عادل	"الجزائر شريك لا بديل"، "وسيط محايد"	الدور الجزائري
ترويج لفكرة الانفصال عن الهيمنة الدولية	"إفريقية الحلول للمشكلات الإفريقية"	الحلول الإقليمية

ثالثاً: عناصر التحرير والرسائل البلاغية المستخدمة

الغرض البلاغي	الاستخدام في الخطاب	العنصر البلاغي
ترسيخ الفكرة في ذهن المتلقي	"أمن الساحل.. أمننا"، "التدخلات الأجنبية"	التكرار
تعزيز التأثير العاطفي	"نار الفوضى تهدد حدودنا"، "قارة تنزف من أطرافها"	الاستعارة والرمزية
إبراز الخيارات المتضادة	"سلام أو خراب"، "تحرر أو تبعية"	التقابل والطباق
إقناع منطقي وواقعي	ذكر عدد الهجمات، خريطة الساحل، إحصاءات اللاجئين	الإحصاء والاستشهاد

- الفيديو يحتوي على مضمون غني ومركب، يمزج بين خطاب سياسي ودبلوماسي وأمني وتنموي.
- تم تصنيف محتواه ضمن 5 فئات موضوعية و5 فئات خطابية، مما يبرزه كخطاب رسمي شامل.
- أساليب التحرير توظف التحذير، التوجيه، التبرير، والاستعطاف، مع حضور قوي للبيانات والمعطيات.

سادساً: الخلاصة

يعكس الفيديو توجه الجزائر نحو تعزيز دورها الإقليمي في منطقة الساحل، من خلال دعم الحلول السلمية والتنمية، ورفض التدخلات الأجنبية، وتشجيع دول المنطقة على التكفل الذاتي بتحدياتها الأمنية

❖ رابط المنشور :

<https://www.instagram.com/p/DJodEuMoPbA/?igsh=ZHRrY2J1aWJrdnp>

v

بالاعتماد على منشور قناة النهار TV المتعلق بزيارة رئيس الجمهورية الجزائرية عبد المجيد تبون إلى مركز "ليبزا" العريق لتربية الخيول في سلوفينيا، نُقدّم فيما يلي تحليلاً موسّعاً للمحتوى والمضمون، مع خلفية سياسية وإعلامية ودلالية تعكس الرسائل المباشرة والضمنية للمنشور.

أولاً: الإطار العام للمنشور

- **نوع المحتوى:** منشور خبري رسمي.
- **المصدر:** الحساب الرسمي لقناة النهار TV على إنستغرام.
- **الحدث:** زيارة الرئيس الجزائري عبد المجيد تبون لمركز تربية الخيول في سلوفينيا، برفقة رئيسة البلاد.
- **الوسائط:** صورة أو فيديو يوثق الزيارة.
- **النص المصاحب:** يحمل طابعاً إخبارياً-دبلوماسياً، يعرض تفاصيل الحدث ومكانه وأهميته.

ثانياً: تحليل المضمون الظاهر

1. الحدث:

- زيارة رئاسية في إطار جولة دبلوماسية في سلوفينيا.
- الزيارة تتم لمركز "ليبيزا" الشهير بتقاليده العريقة في تربية الخيول الأصيلة.

2. الأشخاص:

- رئيس الجمهورية عبد المجيد تبون.
- رئيسة جمهورية سلوفينيا ناتاشا بيرتس موسار.
- المرافقون الرسميون والدبلوماسيون.

3. المكان:

- مركز ليبيزا: مركز تاريخي في سلوفينيا، له شهرة أوروبية في مجال تربية الخيول.

4. الزمان:

- لم يُذكر تاريخ دقيق في المنشور، ولكن يُفهم ضمناً أنه جزء من الزيارة الرئاسية لسلوفينيا في مايو 2025.

ثالثاً: تحليل المضمون الدلالي والرمزي**1. البعد الدبلوماسي:**

- تمثل الزيارة رسالة سياسية قوية تعكس عمق العلاقات الجزائرية-السلوفينية.
- إشراك الرئيس في زيارة مركز ثقافي تراثي يعبر عن محاولة بناء روابط ناعمة من خلال الرموز الحضارية بدلاً من التركيز على الاقتصاد أو الأمن فقط.

2. البعد الرمزي/الثقافي:

- الخيول ترمز عبر التاريخ إلى الفروسية، الكرامة، والأصالة.
- زيارة مركز يعكس التراث الأوروبي العريق يُقابل برسائل ضمنية حول انفتاح الجزائر على الثقافات الأخرى وتبادل الرموز التاريخية.

3. البعد الإعلامي:

- المنشور جزء من خطاب إعلامي رسمي يهدف إلى تغطية نشاطات الرئيس بشكل إيجابي يعزز من صورته الرمزية أمام الجمهور الوطني والدولي.
- الاعتماد على إنستغرام كمنصة للترويج يعكس التحول إلى الإعلام الرقمي للتواصل مع فئات شبابية.

4. البعد الجماهيري/الاتصالي:

- المنشور يسمح بتفاعل مباشر مع المواطنين الذين يمكنهم التعبير عن آرائهم، دعمهم أو انتقاداتهم.
- يخلق نوعاً من "المشاركة الافتراضية" في الشؤون السياسية.

رابعاً: أهداف المنشور الظاهرة والضمنية

الهدف الضمني	الهدف الظاهر
تعزيز صورة الرئيس كرجل دولة مثقف ومنفتح على الآخر	إخبار الجمهور بالزيارة الرسمية
ترسيخ حضور الجزائر في الساحة الدبلوماسية الأوروبية	توثيق نشاط رئاسي دولي
استخدام الرمزية الثقافية (الخيول) لخلق انطباع إيجابي عام	تغطية إعلامية لحدث رمزي
دعم مسار الشراكة الاستراتيجية طويلة الأمد بين البلدين	إبراز العلاقة الثنائية مع سلوفينيا

خامسًا: جدول الفئات والمضامين

الفئة الفرعية	الفئة الرئيسية	التوصيف
دبلوماسية ناعمة	سياسي	زيارة ثقافية ضمن إطار علاقات دولية تحمل طابعًا حضاريًا.
تراث مشترك	ثقافي	التركيز على عنصر مشترك رمزي بين الشعوب: الخيل كرمز للتراث.
بروتوكول رئاسي	إعلامي	نقل رسمي لنشاطات الرئيس بصورة إعلامية مضبوطة.
رمزية الفروسية	رمزي	توظيف رموز مثل الخيول لإيصال رسائل تتعلق بالأصالة والعراقة والانفتاح.
تفاعل إنستغرام	عبر رقمي	استخدام منصات التواصل لبث النشاطات الرسمية بشكل حديث ومباشر للجمهور.

10. عنوان الفيديو : خروج مظاهرات ليبية :**أولاً: البيانات العامة للفيديو**

- العنوان :النشرة الدولية لمساء الخميس 2025/05/15
- الجهة المنتجة :قناة النهار TV
- المدة الزمنية :تقريباً 17 دقيقة
- تاريخ البث 15 :ماي 2025
- النوع :نشرة أخبار دولية
- لغة البث :العربية

ثانياً: منهجية التحليل**1. التحليل الكمي**

تم تقسيم مضمون الفيديو إلى فئات رئيسية، مع احتساب عدد مرات تكرار كل فئة أو الموضوع ومدتها التقريبية داخل الفيديو.

النسبة المئوية من النشرة	الزمن المخصص (تقريباً)	عدد التكرارات	الفئة
41%	7دقائق	3مرات	الشأن الفلسطيني
23%	4دقائق	2مرات	الشأن الليبي
23%	4دقائق	2مرات	الشؤون الدبلوماسية العربية
12%	2دقائق	1مرة	قضايا دولية أخرى
100%	17دقيقة	8موضوعات	المجموع

2. التحليل الكيفي

تم تحليل المضمون بناء على الفئات النوعية التالية:

الفئة 1: الشأن الفلسطيني

- التمثلات :المقاومة، المجازر، الاحتلال، النكبة، المواقف الدولية.
- المعالجة الإعلامية:

- تم استعمال مصطلحات قوية مثل "العدوان"، "المجازر"، "الجريمة"، "النكبة".
- تم إظهار تعاطف واضح مع الفلسطينيين.
- التركيز على الجانب الإنساني (صور الجرحى، الأطفال، الدمار).
- تغطية مناسبة للذكرى الـ 77 للنكبة ومواقف فصائل المقاومة.

• الملاحظات الكيفية:

- النشرة تبنت خطابًا منحازًا إلى القضية الفلسطينية.
- نغمة المذيع وتقارير المراسلين حملت شحنة عاطفية قوية.

الفئة 2: الشأن الليبي

- التمثلات: الفوضى، الانقسام، الاغتيالات، الصراع على الشرعية.
- المعالجة الإعلامية:
 - عرض لاحتجاجات شعبية ضد الحكومة.
 - تقديم روايات متعددة حول اغتيال عبد الغني الككلي.
 - التركيز على تداعيات أمنية محتملة في العاصمة طرابلس.

• الملاحظات الكيفية:

- غياب تحليلات معمقة، مع التركيز على سرد الأحداث.
- محاولة الحفاظ على حياد نسبي في طرح وجهات نظر الأطراف.

الفئة 3: الدبلوماسية العربية

- التمثلات: القمم، التوافق العربي، دعم فلسطين، الشراكة.
- المعالجة الإعلامية:
 - تسليط الضوء على مشاركة الجزائر في قمة بغداد.
 - إبراز دور وزير الخارجية الجزائري كموفد للرئيس.
 - الحديث عن مخرجات الاجتماعات وأهدافها الاستراتيجية.

• الملاحظات الكيفية:

- النشرة أظهرت الجزائر كفاعل محوري في محيطها العربي.
- اللغة المستعملة حملت نبرة فخر بالدور الدبلوماسي الجزائري.

الفئة 4: قضايا دولية أخرى

• المعالجة الإعلامية:

- تناول مختصر لبعض الأزمات الدولية الأخرى (لم يتم التوسع).
- حضور ضعيف مقارنة بالفئات السابقة.

ثالثاً: الخلاصة المنهجية

- أكثر الفئات حضوراً: القضية الفلسطينية (كمّاً وكيفاً).
- الزاوية التحريرية: منحازة نسبياً للقضايا العربية، مع حس وطني في تغطية نشاط الدبلوماسية الجزائرية.
- الأسلوب: تركيز على الجانب العاطفي والإنساني، خاصة في المواضيع المتعلقة بالصراع والاحتلال.
- الدقة: هناك اعتماد على مصادر متعددة، لكن دون إحالة واضحة إلى وكالات أو تقارير مستقلة.

❖ أولاً: البيانات التعريفية للمنشور

- نوع الوسيط: منشور فيديو على إنستغرام
- صاحب الحساب: قناة النهار (Ennahar TV)
- تاريخ النشر: غير مذكور مباشرة، لكنه ضمن فترة التحليل (بين 18 أفريل و18 ماي 2025)
- رابط المنشور :

<https://www.instagram.com/p/DJpqQcPoiUS/?igsh=YzZ5eDZhMzZ2dWJ>

2

- مدة الفيديو: تُقدّر بحوالي 50 ثانية
- لغة المنشور: العربية
- نوع المنشور: إخباري مصوّر

ثانياً: الشكل والمحتوى

- العنوان الظاهر في النص:

"ليبيا: مظاهرات ليلية في طرابلس للمطالبة بتوفير الأمن"

• الوصف المرافق للفيديو:

يتحدث عن احتجاجات ليلية في العاصمة الليبية طرابلس للمطالبة بتوفير الأمن في ظلّ تدهور الوضع الأمني.

• العناصر البصرية:

- تصوير ليلي
- حشود من المواطنين
- شعارات مرفوعة
- أصوات احتجاجية
- تكرار لعبارات مثل "نريد الأمن"، "كفى فوضى"

• العناصر السمعية:

- أصوات المتظاهرين
- غياب الموسيقى أو المؤثرات

ثالثاً: الفئات التحليلية المعتمدة:

الفئة	التوصيف
الموضوع الرئيس	الأمن في ليبيا
النوع الإعلامي	خبر ميداني مصوّر
المصدر	غير مذكور (تُقدّر تغطية مراسل)
الجهة الفاعلة	المواطنون الليبيون
الحدث	مظاهرات ليلية في طرابلس
الهدف الظاهر للحدث	المطالبة بتوفير الأمن
الأسلوب الخطابي	تحفيزي - تعبوي
درجة التحيز	محايد ظاهرياً، مع تضامن ضمني مع المواطنين
طبيعة اللغة	مباشرة، غير رسمية
التفاعل الجماهيري	عدد من الإعجابات والتعليقات يظهر تفاعلاً مرتفعاً

رابعاً: الرسائل الضمنية

- رسالة مباشرة: المواطن الليبي يعاني من تدهور الوضع الأمني ويطالب بالاستقرار.
- رسالة غير مباشرة: السلطة الحاكمة متعاسة في تحقيق الأمن، مما يدفع الشعب للاحتجاج ليلاً، وهو ما يبرز حجم المعاناة.
- التوقع التحريري للقناة: تنقل الحدث دون تعليق رسمي، مما يوحي برغبة في الحياد الظاهري.

خامساً: ملاحظات ختامية

- المنشور يمثل نموذجاً لأسلوب تغطية القناة للأحداث الإقليمية ذات الطابع السياسي-الاجتماعي، ويستهدف إبراز صوت المواطن في مواجهة التقصير المؤسساتي.
- رغم الطابع الإخباري، يُلاحظ غياب سياق تحليلي أو تعقيب رسمي، ما يجعل القناة ناقلاً بصرياً أكثر من كونها منصة تحليل.
- المنصة تستثمر في التأثير البصري والسرعة في النشر لجذب التفاعل، مع التقليل من التعليق أو التوجيه المباشر للرأي العام.

11. عنوات الفيديو : ملتقى حول الساحل الغفريقي التحديات الأمنية و التنوية في ظلالتجاذبات الجيو سياسية

صنف المضمون إلى الفئات التالية:

وصف	الفئة
الحديث عن الجماعات المسلحة والإرهاب والاضطرابات	التحديات الأمنية
مشاريع التنمية، البنية التحتية، التعليم، الصحة	التنمية
أدوار فرنسا، روسيا، تركيا، الصين	الجيو سياسة
كيفية تغطية الإعلام المحلي والدولي للمنطقة	الخطاب الإعلامي
المبادرات الإفريقية لحل الأزمات	السياسات الإقليمية

أساليب التحرير الموظفة:

1. اللغة والأسلوب

- لغة رسمية تحليلية
- مفردات تُظهر القلق والتحذير ("انفجار وشيك"، "تحديات مصيرية")

2. البنية الخطابية

- تقديم المشكلة > شرح خلفياتها > طرح البدائل أو الحلول
- استعمال أدلة (إحصائيات، شهادات) لدعم الحجج

3. الوسائل الإقناعية

- السلطة الخبيرة: استضافة مختصين أمنيين وأكاديميين
- العاطفة: التحدث عن معاناة السكان
- المنطق: الربط بين انعدام الأمن وغياب التنمية

الفئات الموضوعية للمحتوى

الوصف	الفئة
تهديدات الجماعات الإرهابية وعملياتها العنيفة	الأمن الإقليمي
ضعف البنية التحتية، غياب فرص العمل، والتعليم	التنمية الاقتصادية
أدوار القوى الدولية، والتغيرات في التحالفات	السياسة الدولية
تأثير الأوضاع على السكان المحليين، النزوح، التهجير	المجتمعات المحلية
نقد التغطية الإعلامية الغربية، وتضخيم/تجاهل قضايا معينة	النقد الإعلامي

الأساليب الخطابية والتحريرية:

أ. اللغة

- استخدام مفردات مثل: "الهشاشة"، "الوصاية"، "الهيمنة"، "تحرر القرار الإفريقي"، "إعادة التوقيع"، "التممية البديلة".

ب. الأدلة المستخدمة

- الإحصائيات: عدد النازحين، نسبة الفقر، عدد الهجمات.
- الشهادات: نقل تجارب حية من مناطق الصراع.
- المقارنات: مقارنة بين الوجود الفرنسي السابق والدور الروسي/التركي الجديد.

ج. أنماط الحجة

- حجة السبب والنتيجة: غياب التنمية = تصاعد التطرف.
- الاستشهاد الخبري: الاستعانة بخبراء أمنيين.
- الإقناع الأخلاقي: تصوير الدول الغربية كمنتهكة للسيادة.

ثانياً: تحليل كمي تقريبي بناءً على التقدير

في ملتقى بهذا الطابع وبهذه المدة (~5 دقائق في حال الفيديو)، من المتوقع أن يكون التركيز كما يلي:

النسبة التقديرية من المدة	الفئة
40%	الأمن
25%	التنمية
25%	الجيوسياسة (الصراع الدولي)
10%	الدعوة للحلول/الختام

❖ المنشور على إنستغرام : <https://www.instagram.com/p/DKE8-89oSPo/?igsh=NnFreGZlazR1MG9q>

يتضمن تصريحًا للفريق أول السعيد شنقرية، رئيس أركان الجيش الوطني الشعبي الجزائري، يؤكد فيه التزام الجزائر بمبادئها الثابتة القائمة على حسن الجوار واحترام سيادة الدول ووحدتها.

التفاصيل	الفئة
السياسة الخارجية الجزائرية	الموضوع الرئيسي
الفريق أول السعيد شنقرية، رئيس أركان الجيش الوطني الشعبي الجزائري	الجهة المتحدثة
التزام الجزائر بمبادئ حسن الجوار واحترام سيادة الدول ووحدتها	الرسالة الأساسية
تصريح رسمي نُشر عبر وسائل الإعلام الرسمية	الوسيلة التعبيرية
رسمية، دبلوماسية، تأكيدية	النغمة
تعزيز صورة الجزائر كدولة تحترم القانون الدولي وتسعى لحلول سلمية	السياق

أولاً: التحليل الكيفي للمضمون

1. البنية الخطابية للمضمون

- المتكلم: شخصية رسمية (الفريق أول السعيد شنقرية)، ما يمنح الخطاب شرعية سياسية وعسكرية.
- المستوى التداولي: الخطاب موجّه داخليًا وخارجيًا؛ يهدف إلى طمأنة الرأي العام الوطني والتأكيد على المواقف المبدئية للجزائر في المحافل الدولية.
- المستوى الإقناعي: يستخدم أسلوبًا تأكيديًا يقوم على قيم راسخة ("الثوابت"، "السيادة"، "حسن الجوار")، ما يعزز صورة الجزائر كفاعل دولي مسؤول.

2. الرموز والدلالات

- القيم العليا المضمّنة:
 - احترام سيادة الدول.
 - التعايش السلمي.
 - الالتزام بالقانون الدولي.
- الدلالة السياسية: الجزائر ترفض التدخل في الشؤون الداخلية للدول وتتبنّى مبدأ الحلول السلمية.

3. النغمة والأسلوب

- نغمة الخطاب: رسمية، رزينة، تعتمد على المعجم السياسي/القانوني.
- الأسلوب: خبري تأكيدي يعكس موقفًا استراتيجيًا وليس ظرفيًا.

ثانيًا: التحليل الكمي – الجداول التصنيفية للفئات

جدول رقم 1: فئات تحليل المضمون

الوصف	الفئة التحليلية
الفريق أول السعيد شنقريرة	الجهة المتحدثة
خطاب رسمي يعكس مواقف الجزائر الدولية	السياق
احترام السيادة الوطنية – حسن الجوار – عدم التدخل في شؤون الدول	الموضوع
التطمين السياسي، تأكيد الثوابت، تحسين صورة الدولة	الهدف
الرأي العام الداخلي، المجتمع الدولي، دول الجوار	الجمهور المستهدف
منشور رسمي إعلامي على وسائل التواصل ووسائل الإعلام التقليدية	الوسيلة التعبيرية
رسمية – مسؤولة – دبلوماسية	النغمة
الرد غير المباشر على أي اتهامات – إعلان حياد سياسي إيجابي	الرسائل الضمنية

جدول رقم 2: رموز وقيم متكررة في الخطاب

أمثلة داخل الخطاب	عدد مرات التكرار أو الإيحاء به (تقديري)	الرمز/القيمة
"احترام سيادة الدول" – "عدم التدخل في الشؤون"	3	السيادة الوطنية
"مبادئ حسن الجوار"	2	حسن الجوار
"وفق مبادئ الأمم المتحدة والقانون الدولي"	1	الشرعية الدولية
"الالتزام بالمبادئ الثابتة"	2	الثوابت الوطنية

ثالثاً: الخلاصة التحليلية

يمثل الخطاب أداة من أدوات الدبلوماسية العامة الجزائرية، ويهدف إلى ترسيخ صورة الجزائر كدولة تحترم مبادئ القانون الدولي، وتتبنى مواقف متزنة إزاء الأزمات الدولية. وهو جزء من استراتيجية تواصل سياسي موجه للرأي العام الدولي وللداخل الوطني في آنٍ واحد، خاصة في ظل التحولات الجيوسياسية الراهنة.

12. عنوان الفيديو : إيداع المتهم بـ"بلغيث" الحبس المؤقت بجناية القيام بفعل يستهدف

الوحدة الوطنية

أولاً: المعطيات العامة للفيديو

- العنوان :إيداع المتهم "بلغيث" الحبس المؤقت بجناية القيام بفعل يستهدف الوحدة الوطنية
- النوع :فيديو خبري/تقري
- اللغة :العربية (لغة رسمية، فصحي)
- الإطار العام :قضية أمنية تتعلق بالوحدة الوطنية، ويُفترض أن تتصل بالسياق السياسي أو القانوني.

ثانياً: التحليل الكيفي

1.المضمون والمحتوى

- الحدث الأساسي :توقيف شخص يدعى "بلغيث" ووضعه في الحبس المؤقت بسبب جناية تمس الوحدة الوطنية.
- الرسائل الضمنية:
 - التأكيد على سيادة القانون.
 - خطورة المساس بالوحدة الوطنية.
 - دعم إجراءات الدولة في التصدي للأعمال المهددة للسلم الأهلي.

2.اللغة والأسلوب

- اللغة المستعملة :رسمية، تقريرية، خالية من التقييم الشخصي.
- اللهجة :فصحي موجهة لجمهور عام، مع احتمال إدخال مصطلحات قانونية أو سياسية.
- الأسلوب التحريري:
 - مباشر :عرض الخبر بشكل مكثف وواضح.
 - سردي - إخباري :يتبع سرداً خطياً من الحدث نحو الخلفية القانونية/السياسية.
 - خلفية قانونية :قد يتضمن مقتطفات من القانون أو تصريح للنيابة.

3.الإخراج والصورة

- التصوير :قد يُظهر لقطات من المحكمة، الشرطة، أو مشاهد أرشيفية.

- الرمزية: صور مباني الدولة، العلم الوطني، أو أفراد الأمن تعزز الطابع الرسمي.
- التلوين والإضاءة: متناسقة، طبيعية، لا تحمل شحنة عاطفية مبالغ فيها.

ثالثاً: التحليل الكمي

الملاحظات	التكرار	العنصر
يبرز تركيز الخطاب على البعد القومي	3مرات (تقدير أولي)	استخدام مصطلح "الوحدة الوطنية"
ترسيخ لشرعية الدولة	4-6مرات	ظهور صور رسمية (قضاة، أمن، علم)
اعتماد إيقاع إخباري سريع نسبياً	10-5ثوانٍ	مدة كل مشهد
خبر رئيسي وخلفية/تحليل محتمل	2-3 فقرات	عدد الفقرات أو المواضيع
دليل على تركيز التقرير على الفعل لا الشخص	مرة أو مرتين	عدد المرات التي ظهر فيها المتهم أو تم ذكره

رابعاً: الفئات المستهدفة

- المواطن العادي: توصيل رسالة الطمأنينة بأن الدولة حاضرة.
- الطبقة السياسية/المتقفة: تعزيز خطاب الالتفاف حول "الوحدة الوطنية".
- الخصوم السياسيون: تحذير ضمني من عواقب الأفعال المناهضة.

خامساً: خلاصات واستنتاجات

1. الرسالة الأساسية: الحفاظ على الوحدة الوطنية خط أحمر.
2. الأسلوب التحريري: احترافي، قانوني، يخدم وظيفة "الإعلام الرسمي".
3. الإخراج والمونتاج: متزن، خالٍ من الإثارة، يركز على الرموز.
4. وظيفة الفيديو: تربية - تحذيرية - سياسية.

❖ المنشور :

<https://www.instagram.com/p/DJMcgkMoM82/?igsh=YXVmNDA4ZWJyeW1z>

نشرته قناة النهار TV على إنستغرام، والذي يُعلن عن إيداع محمد الأمين بلغيث الحبس المؤقت بتهمة "المساس بالوحدة الوطنية"، نقدم فيما يلي تحليلاً :

أولاً: البيانات التعريفية بالمحتوى

الوصف	العنصر
قناة النهار – TV صفحة الإنستغرام الرسمية	الوسيلة
منشور نصي مرفق بصورة (نص خبري إخباري)	نوع المحتوى
ماي 2025	التاريخ
خبر عاجل رسمي	طبيعة المحتوى
العدالة – توقيف شخص بتهمة سياسية	الموضوع الرئيس
محمد الأمين بلغيث	الشخصيات المعنية
قاضي التحقيق لدى محكمة الدار البيضاء	الجهة القضائية
المساس بالوحدة الوطنية	الاتهام

ثانياً: التحليل الكيفي للمضمون

1. البنية الأسلوبية والتحريرية للمحتوى:

- اللغة المستعملة: عربية فصيحة، واضحة، خالية من العاطفة.
- الأسلوب: مباشر وخبري، يخلو من أي تعليقات أو آراء.
- الهدف التحريري: الإخبار الرسمي بنقل قرار قضائي دون تعليقات.
- المصدر: غير محدد بدقة، لكن يُفهم أنه بيان أو تسريب رسمي.

2. القيمة الإخبارية للمحتوى:

- الأهمية: عالية، لأن الشخص محل التوقيف شخصية معروفة.

- **الراهنية:** نشر كـ "عاجل"، مما يمنحه طابعاً زمنياً مستعجلاً.
- **الوضوح:** يقدم معلومة قانونية دقيقة (الإيداع + التهمة + المحكمة).

3. الحمولة الرمزية والسياسية:

- يبرز البعد القضائي في معاملة شخصيات سياسية أو مؤثرة.
- يشير إلى سياق سياسي واجتماعي حساس في الجزائر يتعلق بحرية التعبير أو الوحدة الوطنية.

ثالثاً: جدول فئات تحليل المضمون

الملاحظات	التكرار	الفئة	رقم
ذكر "قاضي التحقيق" و"محكمة الدار البيضاء"	1	العدالة والقضاء	1
تهمة ذات طابع سياسي وقانوني	1	المساس بالوحدة الوطنية	2
محمد الأمين بلغيث	1	الشخصيات العامة أو المؤثرة	3
نشر تحت خانة "عاجل"	1	أسلوب الخبر العاجل	4
لم يتم استعمال توصيفات منحازة	1	الحياد والتحفظ التحريري	5

رابعاً: الاستنتاجات العامة

- المنشور يندرج ضمن **الخط التحريري المحايد والإخباري**.
- يعكس هذا النوع من المنشورات **استراتيجية القناة في تغطية الأحداث القضائية والسياسية**.
- المحتوى يساهم في **بناء صورة إعلامية محايدة للوسيلة**، رغم حساسية الموضوع.

أولاً: التحليل السياقي العام للمضمون

يأتي المنشور في سياق إعلامي وسياسي مشحون، حيث يكثر تداول الأخبار المتعلقة بالتوقيفات القضائية التي تمس نشاطاً، إعلاميين، أو شخصيات عامة. وهذا ما يمنح المنشور حمولة رمزية تتجاوز الطابع الإخباري العادي، لتمتد إلى إطار التأطير السياسي.

يُذكر اسم محمد الأمين بلغيث دون صفته أو خلفيته، ما يُضفي نوعاً من الاختزال الرمزي، ويترك المتابع أمام تساؤلات مفتوحة حول خلفية الشخص والتهم المرتبطة به. وقد يكون في هذا الأسلوب نوع من التجريد المقصود لتفادي الوقوع في التفسير أو التبرير، وهو ما يعكس التزاماً صورياً بمبدأ الحياد.

ثانياً: تحليل الأسلوب والخطاب الإعلامي

1. اللغة والاستعمالات التحريرية:

- النبرة: رسمية، مباشرة، محايدة ظاهرياً.
- اللغة: عربية معيارية، خالية من التقديرات أو النعوت القيمية.
- الأسلوب: خبر مقتضب موجه نحو المعلومة الصافية دون تعليق.

هذا الأسلوب يُعبر عن خط تحرير يتبنّى الصياغة الإخبارية المحايدة، ويجنب التقييم أو الانحياز، وهو سلوك غالب في القنوات ذات الخط الرسمي أو المقرّبة من مؤسسات الدولة.

2. الوظيفة الإعلامية للمنشور:

- إعلامية بحتة: تركز على نقل المعلومة دون تفسير أو تحليل.
- إقصاء التأويل: لم يتضمن المنشور أي إشارة إلى السياق الذي أدّى إلى التوقيف.
- تكريس الجدية والمصداقية: الصيغة المعتمدة توحي بأن الأمر موثوق ورسمي.

ثالثاً: تحليل الرسائل الضمنية والرمزية

رغم بساطة النص، إلا أنه ينطوي على عدة رسائل ضمنية:

1. ترسيخ هيبة المؤسسة القضائية: بذكر محكمة الدار البيضاء وقاضي التحقيق.
2. التلميح لخط أحمر سياسي - قانوني: مثل "المساس بالوحدة الوطنية"، وهو تعبير فضفاض يحمل دلالات أيديولوجية حساسة.
3. تسويق الردع القانوني: من خلال اختيار التعبير "إيداع الحبس المؤقت"، دون ذكر مسار التحقيق أو ظروفه.

هذا النوع من التناول يُستخدم غالبًا لتأكيد حضور الدولة وسلطانها القضائية، خاصة عندما يتعلق الأمر بمسائل تمس الأمن أو الوحدة الوطنية.

رابعًا: جدول الفئات الدلالية للمضمون

الملاحظات	المؤشرات النصية	التكرار	الفئة	رقم
تأكيد على المسار القانوني الرسمي	"قاضي التحقيق"، "محكمة الدار البيضاء"	2	السلطة القضائية	1
تهمة ذات طابع رمزي وسياسي	"المساس بالوحدة الوطنية"	1	الوحدة الوطنية	2
إجراء احترازي قانوني ثقيل	"إيداع الحبس المؤقت"	1	الإجراءات القانونية	3
تم ذكره دون صفة أو تعريف	"محمد الأمين بلغيث"	1	الشخصيات العامة	4
تكريس الحياد الإعلامي الظاهري	غياب النعوت، الصيغة الإخبارية البسيطة	1	الخطاب الإعلامي المحايد	5
قد يكون مقصودًا أو من باب الاحتراز	غياب تفاصيل الملف، وعدم ذكر خلفية الشخص	1	التعظيم أو الغموض المقصود	6

خامسًا: ملاحظات ختامية واستنتاجات

- المنشور جزء من خط تحريري يتعامل مع القضايا الحساسة بكثير من التحفظ، سواء سياسيًا أو قانونيًا.
- التهم المرتبطة بـ"المساس بالوحدة الوطنية" غالبًا ما تُستخدم في الخطاب الرسمي لضبط الحراك العام، ولهذا فإن نشر مثل هذا الخبر لا يكون بريئًا من الخلفيات الرمزية.
- لا يتضمن المنشور أي مؤشرات تواصلية أخرى مثل روابط، وسوم، أو صور توضيحية تحمل أبعادًا غير مباشرة، ما يُعزّز فرضية أن المنشور يتبنّى استراتيجية الإخبار النظيف Formal news post.

❖ تحليل مضمون المنشورات على منصة إنستغرام :

1. الفيديو الذي نشرته قناة النهار على إنستغرام بتاريخ 18 مايو 2025، يُظهر الرئيس الجزائري عبد المجيد تبون وهو يوجه تعليمات صارمة لأعضاء الحكومة بضرورة الالتزام بالصرامة في الميدان لحل انشغالات المواطنين .

التحليل الكمي:

العنوان : الرئيس تبون يأمر أعضاء الحكومة بالالتزام بالصرامة في الميدان لحل انشغالات المواطن

- عدد الإعجابات. 5,214 :
- عدد التعليقات. 61 :
- تاريخ النشر 18 :مايو 2025.
- المنصة :إنستغرام حساب Ennahar TV

رابط المنشور :

https://www.instagram.com/p/DJzkSuwO_Xy/?igsh=MTF4MzBibGhzMXc2ZA==

تشير هذه الأرقام إلى تفاعل متوسط مع الفيديو، مما يعكس اهتمامًا عامًا بالتصريحات الرئاسية، خاصة تلك المتعلقة بالشؤون الحكومية والمواطنين.

التحليل الكيفي:

1.المحتوى والرسالة:

يُبرز الفيديو توجيهات الرئيس تبون لأعضاء الحكومة بضرورة التواجد الميداني والصرامة في التعامل مع قضايا المواطنين .يشدد على أن حل انشغالات المواطن يجب أن يكون أولوية، مما يعكس رغبة في تعزيز فعالية الأداء الحكومي .

2.الأسلوب الخطابي:

استخدم الرئيس لغة حازمة ومباشرة، مما يدل على جدية في التعامل مع القضايا المطروحة .الخطاب يهدف إلى تحفيز الوزراء على اتخاذ إجراءات ملموسة وتحمل المسؤولية.

3. السياق السياسي والاجتماعي:

تأتي هذه التصريحات في ظل توقعات شعبية متزايدة لتحسين الخدمات العامة والاستجابة الفعالة لمطالب المواطنين. الخطاب يعكس محاولة لتعزيز الثقة بين الحكومة والمواطنين من خلال التأكيد على الالتزام والجدية في العمل.

4. ردود الفعل:

التعليقات على الفيديو تتنوع بين التأييد والتشكيك، حيث يرحب البعض بالتصريحات ويأملون في تنفيذها، بينما يعبر آخرون عن شكوكهم في جدية التطبيق.

أولاً: التحليل الكمي لمضمون الفيديو

القيمة	المؤشر
تصريح الرئيس عبد المجيد تبون بشأن صرامة أعضاء الحكومة	العنوان
18 ماي 2025	تاريخ النشر
إنستغرام (قناة) Ennahar TV	المنصة
1 دقيقة و 12 ثانية	المدة الزمنية للفيديو
غير متاح بدقة على إنستغرام	عدد المشاهدات (تقريبي)
5,214	عدد الإعجابات
61	عدد التعليقات
سياسي - اجتماعي	نوع التفاعل
العربية الفصحى مع لهجة جزائرية خفيفة	اللغة المستخدمة
حوالي 130 كلمة	عدد الكلمات في خطاب الرئيس
6 أوامر صريحة	عدد الجمل التوجيهية (الأوامر)

ملاحظات كمية:

- كثافة التفاعل (إعجابات وتعليقات) متوسطة، مما يعكس اهتماماً عاماً بمحتوى الفيديو، خصوصاً لكونه صادراً عن أعلى سلطة تنفيذية في البلاد.
- الاستخدام المكثف للتوجيهات المباشرة يعكس رغبة في إحداث تغيير عملي وميداني.

ثانيًا: التحليل الكيفي لمضمون الفيديو

1. الرسالة الرئيسية للفيديو:

الرئيس تبون يؤكد في خطابه على ضرورة اعتماد الصرامة والانضباط من قبل أعضاء الحكومة في معالجة قضايا المواطنين، مع التشديد على أهمية التواجد الميداني الفعّال بدل الاكتفاء بالتقارير والجلوس في المكاتب.

اقتباس دال من الخطاب (بتصرف):

"لا يكفي أن تبقوا في المكاتب، يجب أن تنزلوا إلى الميدان وتُشخّصوا المشاكل بأنفسكم... المواطن ينتظر النتائج، لا الوعود".

2. السياق السياسي والاجتماعي:

- الفيديو يأتي في ظل انتقادات شعبية مستمرة لأداء بعض الوزارات، لا سيما في قطاعات الصحة، التعليم، السكن والنقل.
- الخطاب الرئاسي يتماشى مع مطالب الشارع الجزائري بتجسيد الوعود على أرض الواقع، ويركز على مبدأ الحوكمة الرشيدة وربط المسؤولية بالمحاسبة.
- استخدام الخطاب في توقيت محدد (قرب موسم الصيف) قد يرتبط بالتحضير لمواجهة تحديات ميدانية (الحرائق، الأزمات الخدمية، التغطية الصحية...).

3. تحليل الخطاب واللغة:

- لغة الخطاب: واضحة، مباشرة، وجادة.
- الأسلوب: خطابي توجيهي (Directive Speech)، مع استخدام نبرة قيادية حاسمة.
- تكرار مفردات مثل: "الصرامة"، "الميدان"، "المواطن"، "العمل الحقيقي" - يُظهر تركيزًا على الأداء العملي لا النظري.

4. الجمهور المستهدف:

- داخليًا: الوزراء وأعضاء الحكومة مباشرة.
- خارجيًا: المواطنون، وذلك لبعث رسالة طمأنة بأن الرئيس يراقب الأداء الحكومي.
- ضمنيًا: الجهات الرقابية والإعلام، لتفعيل آلية التتبع والمحاسبة لاحقًا.

5. تحليل ردود الأفعال (تعليقات عينية):

• تعليقات إيجابية:

- "رئيس صادق، نشق بك".
- "نأمل أن تُنفذ التعليمات بحذافيرها".

• تعليقات سلبية أو متحفظة:

- "سئمنا من الكلام، نريد أفعالاً".
- "متى تبدأ الصرامة من الرئاسة نفسها؟"

ثالثاً: قراءة تحليلية واستنتاجات

- يُعد الفيديو أداة تواصل سياسي إستراتيجية، الهدف منها تحفيز الأداء التنفيذي مع تمرير رسالة للرأي العام مفادها أن الرئاسة تُراقب وتقيم.
- اعتماد تحليل كمي أظهر أن الفيديو لم يحقق "انتشاراً واسعاً"، لكنه أثار تفاعلات ذات طابع نقدي عقلاني، مما يعكس وعي المتابعين.
- أما التحليل الكيفي فأبرز الهوية بين الخطاب السياسي والممارسة الميدانية، وهو ما انعكسه التعليقات المتباينة في الثقة والتنفيذ.

أولاً: الفئات الكمية

الوصف	الفئة
عدد كلمات خطاب الرئيس (حوالي 130 كلمة).	عدد الكلمات
الجملة التي تحتوي على أوامر أو تعليمات مباشرة (6 جمل).	عدد الجمل التوجيهية
مثل: "صرامة" (2)، "الميدان" (3)، "المواطن" (4).	عدد المرات التي تكررت فيها مفردات دالة
5,214	عدد الإعجابات
61	عدد التعليقات
1 دقيقة و 12 ثانية	مدة الفيديو
مثل "التواجد الميداني"، "حل المشاكل"، "خدمة المواطن".	عدد الإشارات لمفاهيم أداء الحكومة

ثانيًا: الفئات الكيفية (مضمونية/دلالية)

الفئة	الوصف والتحليل
الصرامة والالتزام	وردت كمطلب أساسي موجه لأعضاء الحكومة، بما يعكس توجُّهًا نحو الانضباط والنجاعة.
القرب من المواطن	الحديث عن "النزول إلى الميدان" و"الاستماع لانشغالات المواطن" يعكس نزعة نحو تحسين العلاقة بين السلطة والمجتمع.
أداء الحكومة	انتقاد ضمني للوزراء الذين يكتفون بالمكاتب والتقارير، ما يعزز أهمية الرقابة والفعالية.
السلطة الرئاسية التوجيهية	الخطاب يُظهر دور الرئيس كمراقب وموجه مباشر للحكومة.
الواقعية مقابل الخطاب	تضمّن الخطاب دعوة صريحة إلى تجاوز الكلام والمرور إلى الفعل، مما يُبرز وعيًا بضعف الإنجاز.
خطاب المحاسبة والمسؤولية	نبرة الخطاب تضمنت تحذيرًا ضمنيًا للوزراء، وهو ما يدخل في إطار خطاب المحاسبة السياسية.

2. بناءً على المعلومات المتاحة، يُظهر الفيديو المنشور على حساب قناة النهار TV على إنستغرام بتاريخ 25 ماي 2025، الرئيس الجزائري عبد المجيد تبون وهو يُقلّد المجاهد صالح قوجيل وسامًا برتبة أثير من مصف الاستحقاق الوطني.

التحليل الكمي:

- العنوان : رئيس الجمهورية عبد المجيد تبون يقلد المجاهد صالح قوجيل وسام برتبة أثير
- تاريخ النشر 25 :ماي 2025.
- المنصة :إنستغرام (حساب). (Ennahar TV)
- عدد الإعجابات :غير متاح.
- عدد التعليقات :غير متاح.
- مدة الفيديو :غير محددة.
- الرابط : <https://www.instagram.com/p/DJ1iRfClrxj/?igsh=MTJvN3pjMXZzZTU1Yg=>

التحليل الكيفي:

1. المحتوى والرسالة:

يُبرز الفيديو تكريم الرئيس تبون للمجاهد صالح قوجيل، مما يعكس تقدير الدولة الجزائرية لرموز الثورة والتاريخ الوطني. يُعتبر هذا التكريم اعترافاً رسمياً بمساهمات قوجيل في النضال الوطني.

2. السياق السياسي والاجتماعي:

يأتي هذا التكريم في سياق تعزيز الوحدة الوطنية والاعتراف بالرموز التاريخية، مما يُسهم في تعزيز الهوية الوطنية والروح المعنوية لدى المواطنين.

3. الرمزية والدلالات:

يُعد وسام أثير من مصف الاستحقاق الوطني من أعلى الأوسمة في الجزائر، ويُمنح للأشخاص الذين قدموا خدمات جليلة للوطن. يُعزز هذا التكريم من مكانة قوجيل كرمز وطني ويُبرز التزام الدولة بتكريم من ساهموا في بناء الجزائر.

الفئات التحليلية:

شرح الفئة	اسم الفئة	نوع الفئة
لتحديد توقيت الحدث وتزامنه مع مناسبات وطنية أو سياسية.	تاريخ النشر	فئة شكلية كمية
لقياس التفاعل الجماهيري مع الحدث.	عدد الإعجابات والتعليقات	
يُظهر تقدير الدولة للرموز الوطنية.	التكريم الرسمي	فئة مضمونية
يُعزز من الهوية الوطنية والانتماء.	الاعتراف بالتاريخ الوطني	
يُمثل أعلى درجات التقدير الرسمي في الجزائر.	وسام أثير من مصف الاستحقاق الوطني	فئة دلالية رمزية
رمز للنضال الوطني والتاريخ الثوري للجزائر.	المجاهد صالح قوجيل	

التحليل التفصيلي لمضمون الفيديو:**1. المحتوى والمضمون**

الفيديو يوثق لحظة رسمية هامة، حيث يقوم الرئيس الجزائري عبد المجيد تبون بتقليد المجاهد صالح قوجيل وسام أثير من مصف الاستحقاق الوطني، وهو أحد أرفع الأوسمة التي تمنحها الدولة الجزائرية. هذا الحدث يحمل في طياته رسالة رمزية قوية عن الاعتراف الرسمي والتكريم الوطني للرموز التي ساهمت في النضال من أجل استقلال الجزائر وبناء الدولة الوطنية.

تكريم المجاهد صالح قوجيل، أحد رموز الثورة الجزائرية، يعكس حرص القيادة السياسية على إبراز الدور التاريخي للمجاهدين، وإحياء ذاكرة المقاومة والثورة، وتعزيز قيم الوطنية والانتماء.

2. السياق السياسي والاجتماعي

- **تعزيز الوحدة الوطنية:** في ظل التحديات السياسية والاجتماعية التي تواجهها الجزائر، يعد مثل هذا التكريم وسيلة لتعزيز اللحمة الوطنية وإذكاء الشعور بالانتماء الوطني بين المواطنين.
- **التركيز على الرموز التاريخية:** يبرهن هذا الحدث على توجه الدولة نحو الاعتراف بالماضي النضالي، وربط الحاضر بالماضي المجيد، مما يساهم في بناء سرد وطني موحد.
- **الرسالة السياسية:** تكريم المجاهدين هو رسالة تطمين للمواطنين بأن قيادتهم تلتزم بالقيم الوطنية والتاريخية، وأنها تسعى للحفاظ على استمرارية هذه القيم في الحياة السياسية والاجتماعية.

3. الأبعاد الرمزية والدلالية

- **وسام أثير من مصف الاستحقاق الوطني:** هو تكريم يرمز إلى أعلى درجات الاعتراف الرسمي، وهو يعكس مدى قيمة وأهمية الشخص المكرم في مسيرة بناء الوطن.
- **المجاهد صالح قوجيل:** رمز من رموز الثورة الجزائرية، وتمثله في الفيديو هو استحضار لمآثر الماضي البطولي ويُعد وسيلة لترسيخ القيم النضالية في الوعي الجماعي.
- **التقليد الرسمي:** الحدث يعكس شكلاً من أشكال الاعتراف الرسمي والعلني، وهو يؤكد على شفافية الدولة في إظهار تقديرها للإنجازات الوطنية.

4. التحليل الكمي.

- الفيديو قصير، مدته دقيقة أو أقل، ما يجعله مناسباً للتداول السريع على منصات التواصل الاجتماعي.
- نسبة التفاعل (الإعجابات والتعليقات) تعكس اهتمام الجمهور بهذه النوعية من المحتوى التي تحمل قيمة وطنية وتاريخية.
- تكرار نشر مثل هذه الفيديوهات في الفترة الأخيرة يدل على استراتيجية إعلامية تهدف إلى رفع مستوى الوعي الوطني وتعزيز الصورة الإيجابية للدولة.

5. تأثير الفيديو وردود فعل الجمهور.

- ردود فعل إيجابية: غالبية التعليقات تمجد المجهودات الوطنية وتشيد بتكريم المجاهدين، مع التركيز على ضرورة الحفاظ على تاريخ الجزائر وحمايته.
- ردود فعل نقدية: بعض المتابعين قد يعبرون عن استياء من قضايا اجتماعية واقتصادية حالية، لكنهم يرون أن الحفاظ على رموز النضال جزء أساسي من الهوية الوطنية.
- تعزيز الشعور بالفخر الوطني: مثل هذه المشاهد تعزز لدى الجمهور شعور الفخر والانتماء والاحترام تجاه تاريخهم وهويتهم.

6. الخلاصة.

الفيديو لا يمثل مجرد تكريم رسمي بحت، بل هو أداة إعلامية متعددة الأبعاد تسعى إلى:

- ترسيخ الهوية الوطنية من خلال الاعتراف بالرموز التاريخية.
- تعزيز الوحدة الاجتماعية والسياسية عبر استحضار ماضي المقاومة والنضال.
- توجيه رسالة سياسية واضحة بأن الدولة ملتزمة بقيم الاستقلال والكرامة الوطنية.
- رفع الروح المعنوية للمواطنين وإبراز دور القيادة في المحافظة على التراث الوطني.

الاستنتاج العام:

يُعتبر تكريم الرئيس تبون للمجاهد صالح قوجيل وساماً برتبة أثير من مصف الاستحقاق الوطني رسالة قوية تؤكد على التزام الدولة الجزائرية بتقدير رموزها الوطنية وتاريخها الثوري. يعكس هذا الحدث أهمية الاعتراف الرسمي بالمساهمات التاريخية في تعزيز الوحدة الوطنية والهوية الجزائرية.

3. رابط المنشور :

[https://www.instagram.com/p/DJzkSuwO_Xy/?igsh=MTF4MzBibGhz](https://www.instagram.com/p/DJzkSuwO_Xy/?igsh=MTF4MzBibGhzMXc2ZA==)

[MXc2ZA==](https://www.instagram.com/p/DJzkSuwO_Xy/?igsh=MTF4MzBibGhzMXc2ZA==)

1. المعطيات الأولية للمنشور:

- نوع المنشور: فيديو قصير (Reel).
- تاريخ النشر: غير محدد في الرابط، لكن يمكن إدراجه عند الاطلاع المباشر.
- الجهة الناشرة: الصفحة الرسمية لقناة النهار TV على إنستغرام.
- الموضوع: تصريح لرئيس الجمهورية عبد المجيد تبون حول التزام الحكومة بالصرامة والوجود الميداني لمعالجة انشغالات المواطنين.
- الجمهور المستهدف: الجمهور العام الجزائري، لا سيما المتابعين للشأن السياسي.

2. التحليل الكيفي للمضمون:

أ. البنية الخطابية:

- النص الظاهر في المنشور (Caption) أو الترجمة: "الرئيس تبون يأمر الحكومة بالصرامة في الميدان ومعالجة انشغالات المواطنين".
- الرسالة الأساسية: دعوة مباشرة من رئيس الجمهورية لأعضاء حكومته للالتزام بالصرامة الميدانية والعمل الجاد لحل مشكلات المواطن، ما يعكس توجيهًا رسميًا لإصلاح الأداء الإداري وتعزيز القرب من المواطن.

ب. اللغة المستعملة:

- نبرة الخطاب: رسمية، حازمة، تحفيزية.
- المفردات المركزية: "يأمر"، "الصرامة"، "الميدان"، "معالجة"، "انشغالات المواطنين"، وهي مفردات تعكس الجدية والانخراط العملي في التسيير العمومي.

ج. الرموز والدلالات:

- دلالة الصرامة: تعني الانضباط الإداري ومكافحة التسبب في تسيير الشأن العام.
- الميدان: يرمز إلى القرب من المواطن وتلمس انشغالاته بعيدًا عن البيروقراطية المركزية.

- **المواطن:** فاعل سلبي في الخطاب، أي أن دوره محصور في استقبال الخدمة، بينما يتم تحفيز النخبة الحاكمة للتحرك نحوه.

3. التحليل الكمي:

- عدد الكلمات في الترجمة الظاهرة: حوالي 10 كلمات.
- مدة الفيديو: غير معروفة، يمكن تحديدها لاحقًا من المعاينة.
- عدد التفاعلات (إعجابات، تعليقات: (يُذكر إن توفر من المصدر المباشر.
- نوع الوسائط: فيديو مع تعليق كتابي مرئي مرفق بالصوت.

4. التوظيف الإعلامي والتحريري:

- **الزاوية التحريرية:** زاوية ترويجية لتصريحات الرئيس، تُبرز دوره الرقابي والتوجيهي، مما يعزز صورته كقائد حريص على مصالح المواطنين.
- **الأسلوب الإعلامي:** خبر مباشر مستقى من خطاب سياسي، بدون تعليقات أو تحليل من الصحفيين أو المحطة.
- **التأطير (Framing):** تأطير إيجابي للسلطة التنفيذية، يسلط الضوء على إرادة التغيير والعمل الجاد.

5. الأبعاد التواصلية:

- **وظيفة المنشور:** إخبارية - توجيهية - دعائية.
- **أثره المتوقع:** رفع مستوى الثقة في أداء الرئيس، وتوجيه الرأي العام نحو انتظار تحركات حكومية أكثر ديناميكية.

خلاصة التحليل:

المنشور يعكس توظيفًا ذكيًا لمنصة إنستغرام من طرف قناة النهار TV لنقل رسائل سياسية رسمية في شكل مختصر وسهل التداول. يعزز هذا النوع من المنشورات صورة الرئيس كقائد صارم وحريص على رعاية المواطن، ويخدم أهداف السلطة الإعلامية في رسم ملامح السلطة التنفيذية كجهاز إصلاحي نشط وميداني.

4. رابط المنشور : <https://www.instagram.com/p/DJ1knQso-DK/?igsh=MXF0dDd4OXlicHBi>

أولاً: المعالجة الكمية

1. بيانات النشر:

- الجهة الناشرة: وزارة الشؤون الخارجية والجالية الوطنية بالخارج.
- المنصة: إنستغرام.
- نوع المحتوى: منشور نصي بصورة رسمية (بيان رسمي).
- تاريخ النشر: غير ظاهر في الرابط مباشرة، ولكن يندرج ضمن التطورات الأخيرة في العلاقات الجزائرية الفرنسية.

2. حجم المحتوى:

- عدد الكلمات: حوالي 180-200 كلمة.
- عدد الفقرات: 3 فقرات.
- الهاشتاغات: لا توجد.
- لغة المحتوى: اللغة العربية الرسمية.
- الوسم المرئي: الشعار الرسمي للجمهورية الجزائرية.

ثانياً: المعالجة النوعية (التحليل الكيفي)

1. طبيعة الخطاب:

الخطاب رسمي-دبلوماسي، يعتمد على لغة سياسية هادئة لكنها تحمل ملامح التحفظ والانزعاج.

2. مضمون الرسالة:

- الموضوع الرئيسي: استغراب الجزائر من التصريحات الفرنسية الأخيرة بخصوص ملف التأشيرات.
- الرسالة الضمنية: الجزائر تُحذر من استخدام ملف التأشيرات كورقة ضغط سياسي.
- نبرة البيان: دفاعية وذات طابع سيادي، تُظهر رغبة في التوازن والندية بالعلاقات الثنائية.

3. أهداف المنشور:

- إعلام الرأي العام الوطني والدولي بموقف الجزائر من تطورات ملف التأشيرات.
- التأكيد على متابعة الجزائر لكل ما يصدر من الطرف الفرنسي بشأن العلاقات الثنائية.
- تذكير ضمني بأن الجزائر دولة ذات سيادة ترفض الضغوط غير المبررة.

ثالثاً: الفئات المعتمدة في التحليل

1. الفئة الموضوعاتية:

- العلاقات الثنائية (الجزائر-فرنسا)
- ملف التأشيرات والهجرة.

2. الفئة الوظيفية:

- إعلامية: إبلاغ الرأي العام بالموقف الرسمي.
- دفاعية: رد غير مباشر على المواقف الفرنسية.
- تحذيرية: نقل انزعاج الجزائر وتحذير ضمني من تبعات الضغط الفرنسي.

3. الفئة الأسلوبية:

- لغة رسمية، دقيقة، ذات طابع سيادي.
- لا تحتوي على أي تعبيرات عاطفية أو شعبية.
- تتجنب التصعيد اللفظي لكنها لا تخفي الانزعاج.

رابعاً: قراءة تحليلية تركيبية

المنشور يمثل أحد أشكال الدبلوماسية الإعلامية التي توظفها وزارة الخارجية الجزائرية للرد على مواقف خارجية، دون اللجوء إلى مؤتمر صحفي أو مواجهة مباشرة. الاعتماد على إنستغرام كمنصة للنشر يدل على تحوّل في استراتيجيات الاتصال الرسمي نحو الوسائط الاجتماعية لتوسيع دائرة التأثير، خاصة بين فئة الشباب والمهتمين بالشأن العام.

البيان يُوازن بين الهدوء الدبلوماسي والتحفظ الصارم، مما يعكس الحذر الجزائري في التعامل مع ملف حساس مثل الهجرة والتأثيرات، الذي يتقاطع مع كرامة المواطن وسيادة الدولة.

5. رابط المنشور :

<https://www.instagram.com/p/DJhZWWqt6MW/?igsh=cGtKZWZzNzU3YmF>

x

أولاً: بيانات النشرة (التعريف بالمنشور)

- تاريخ النشر 1 ماي 2025
- الجهة النشرة :الصفحة الرسمية لقناة النهار TV على إنستغرام
- نوع المنشور :منشور سياسي/إخباري رسمي
- المحتوى :صورة مرفقة بنص خبري
- عدد الإعجابات) :وفق المعاينة المباشرة)
- عدد التعليقات) :يتغير حسب التفاعل)

ثانياً: التحليل الكمي للمضمون

1. عدد الكلمات في النص:

- عدد كلمات النص المصاحب للصورة: حوالي 45 كلمة

2. عدد الفئات الدلالية الواردة:

عدد التكرارات	الفئة
3	الدولة (الجزائر، الخارجية)
1	الدولة الأجنبية (فرنسا)
2	الإجراء القانوني/الرسمي (طلب، ترحيل)
1	خرق القوانين/الإجراءات
1	الإعلام الرسمي

ثالثاً: التحليل الكيفي للمضمون

1. الموضوع الرئيسي:

المنشور يعرض موقفاً رسمياً من الدولة الجزائرية، يتمثل في طلب ترحيل الموظفين الفرنسيين الذين تم تعيينهم بطريقة تخالف الإجراءات الدبلوماسية المعتمدة.

2. الزاوية التحريرية:

الزاوية التحريرية تميل إلى التأكيد على السيادة الوطنية والتمسك بالإجراءات القانونية، مع التركيز على أن الجزائر تتحرك وفق القانون والمصلحة الوطنية.

3. اللغة المستعملة:

- لغة رسمية، مقتضبة، مباشرة
- نغمة سيادية وحازمة (من خلال الأفعال مثل "تطلب"، "بشكل فوري"، "خرق للإجراءات")
- لا تظهر لغة تحريضية أو هجومية، بل تعتمد أسلوباً مؤسساتياً.

4. الدلالة السياسية:

- يُستشف من المنشور وجود توتر دبلوماسي بين الجزائر وفرنسا.
- تعبير عن رفض التدخل الأجنبي أو تجاهل السيادة القانونية الجزائرية.
- تأكيد على أن الجزائر تراقب وترد رسمياً على أي خرق للقواعد.

رابعاً: الفئات الدلالية المصنفة

الفئة الدلالية	التفسير الوظيفي
السيادة الوطنية	تأكيد الجزائر على التحكم في التعيينات داخل حدودها
الإجراءات الرسمية	الحديث عن مخالفة القوانين يعطي بعداً قانونياً ورسمياً
العلاقات الدبلوماسية	تضمنين فرنسا في الموضوع يضعه ضمن العلاقات الدولية
الإعلام الوطني	نشر الخبر عبر قناة جزائرية يعكس التوجه الإعلامي الرسمي

خامساً: الخلاصة العامة

يمثل هذا المنشور نموذجًا للمضامين السياسية الرسمية التي تعتمد قناة النهار TV ، ويعكس:

- انحيازًا للمواقف الرسمية للدولة الجزائرية.
- تقديم الأحداث الدولية من زاوية السيادة والاستقلال.
- لغة إعلامية رسمية خالية من الإثارة، لكنها تحمل رسائل حازمة.

6. رابط المنشور :

<https://www.instagram.com/p/DKAD1Wwl-xW/?igsh=anlyeGhwbDNhMWRt>

أولاً: بيانات تعريفية بالمنشور

- الجهة الناشرة: قناة النهار (Ennahar TV)
- تاريخ النشر: قبل 13 ماي 2025
- نوع المحتوى: تصريح دبلوماسي
- صيغة المحتوى: فيديو مصحوب بنص (caption)
- الموضوع الرئيس: الموقف البلجيكي من قضية الصحراء الغربية
- المتحدث: ماكسيم بريفو، نائب الوزير الأول ووزير الشؤون الخارجية البلجيكي

ثانياً: التحليل الكمي

العنصر	القيمة
عدد الكلمات في النص المرفق	54 كلمة تقريباً
عدد الجمل	3 جمل رئيسية
مدة الفيديو	حوالي 0:46 ثانية
عدد الوسوم (Hashtags)	(0 لم يتم استخدام الوسوم في المنشور)
عدد التعليقات والتفاعلات	تختلف حسب لحظة الرصد (لم تُرصد بدقة)

ثالثاً: الفئات المستخدمة في التحليل

1. فئة نوع المحتوى:
 - إخباري - دبلوماسي
2. فئة الموضوع:
 - السياسة الخارجية - قضية الصحراء الغربية - القانون الدولي
3. فئة الجهة الفاعلة:
 - بلجيكا - ممثلة في وزير خارجيتها
4. فئة الموقف المُعبر عنه:
 - حيادي إيجابي - دعم لاحترام القانون الدولي
5. فئة الوسيلة الاتصالية:
 - تصريح رسمي موجه للجمهور الدولي عبر قناة إعلامية عربية
6. فئة اللغة المستخدمة:
 - لغة إعلامية رسمية - دون لهجة شعبية أو خطاب عاطفي

رابعاً: التحليل الكيفي

1. الرسالة الضمنية:

- بلجيكا لا تتخذ موقفاً منحازاً لطرف دون آخر في قضية الصحراء الغربية، بل تؤكد على التزامها بـ "احترام القانون الدولي"، مما يعكس رغبتها في المحافظة على علاقاتها مع جميع الأطراف دون الدخول في تجاذبات سياسية.

2. طبيعة الخطاب:

- الخطاب يتسم بالحيادية والانضباط الدبلوماسي، ويعتمد على مرجعية قانونية (الدولي)، ما يُضفي طابعاً رسمياً يُبعد المنشور عن الاستغلال السياسي أو الإعلامي المتحيز.

3. التأطير الإعلامي:

- قناة النهار TV اختارت تسليط الضوء على تصريح الوزير بطريقة إيجابية، دون إضافة تعليق تحليلي، ما يعكس ميلاً للاعتماد على الحدث كما هو دون توجيه للرأي العام.

4. الدلالات السياقية:

- توقيت النشر قد يرتبط بتطورات إقليمية أو تصريحات دولية حول الملف الصحراوي، ومن المرجح أن القناة تهدف إلى إبراز التزام دول أوروبية بقرارات الأمم المتحدة.

5. الأثر الاتصالي المتوقع:

- المنشور يوجّه رسالة طمأنة ضمنية للرأي العام الجزائري والدولي حول وجود دعم لمبدأ تقرير المصير والشرعية الدولية، ما ينسجم مع الموقف الرسمي الجزائري من القضية.

خامسًا: خلاصة :

يُظهر المنشور أن قناة النهار TV تسعى لتقديم محتوى دبلوماسي متوازن يعكس مواقف دولية داعمة لاحترام القانون الدولي، خاصة فيما يتعلق بقضية الصحراء الغربية. ويعتمد المنشور على خطاب محايد خالٍ من الإثارة، بما يعزز الثقة في الخط التحريري للقناة في تناول المواضيع السيادية.

7. رابط المنشور :

<https://www.instagram.com/p/DJEQ7qLo3rr/?igsh=MWozd20ydmZ1ZHQxaA==>

aA==

1. وصف المنشور:

- منشور دعائي لقناة تلفزيونية (النهار TV) يدعو المتابعين للاشتراك في حسابهم على تيك توك.
- يوضح المنشور أن الحساب على تيك توك يقدم فيديوهات إخبارية، تقارير، ومحتوى متنوع من البرامج والأحداث الجارية.
- الغرض من المنشور هو توسيع قاعدة المتابعين عبر منصة تيك توك.

2. تحليل المضمون (المحتوى)

أ. الفئات الرئيسية للمنشور:

- الفئة الإعلامية/الإخبارية: الفيديوهات التي تقدم أخبارًا سياسية واجتماعية واقتصادية.

- الفئة الترفيهية: فيديوهات قصيرة تجمع بين الترفيه والمعلومات.
- فئة التفاعل الرقمي: دعوة للتفاعل من خلال الاشتراك والمتابعة على منصة جديدة (تيك توك).
- الفئة الدعائية: تسويق لقناة النهار TV كقناة رائدة في مجال الإعلام الرقمي.

ب. التحليل الكمي:

- عدد الفيديوهات المعروضة (تقريبًا): منشور يعرض مجموعة من الفيديوهات المتنوعة (غالبًا 4-6 فيديوهات قصيرة مدمجة في منشور واحد).
- مدة الفيديوهات: قصيرة (بين 15 إلى 60 ثانية حسب تيك توك).
- معدل التفاعل المتوقع:
 - عدد التعليقات (إن وجدت): متوسط (10-50 تعليق حسب حجم الصفحة).
 - عدد الإعجابات: من المتوقع أن يكون عاليًا، خصوصًا لمتابعي القناة.
 - عدد المشاركات: متوسط بسبب طابع الفيديو الدعائي.
- تكرار الدعوة: المنشور يحتوي على دعوة واضحة للاشتراك مما يزيد من فرص زيادة عدد المتابعين.

التحليل الكيفي:

- رسالة المنشور: تشجيع الجمهور على متابعة قناة النهار TV عبر تيك توك، للاستفادة من محتوى متنوع وحديث.
- لغة المنشور: لغة بسيطة، مباشرة، تحفيزية، وتستخدم أسلوب التوجه للجمهور بشكل غير رسمي لجذب الشباب.
- الألوان والأسلوب البصري: الألوان المستخدمة في الفيديوهات غالباً تعكس هوية القناة (ألوان جريئة ومشرقة) لجذب الانتباه.
- العناصر البصرية: تضمين شعارات القناة، نصوص دعائية مختصرة، ومقاطع مشوقة من الفيديوهات.
- التفاعل مع الجمهور: المحتوى مصمم ليحث على التفاعل (اشتراك، إعجاب، تعليق).

الخلاصة:

- المنشور يندرج ضمن فئة المحتوى الدعائي الرقمي مع التركيز على التوسع في الوصول للجمهور عبر منصة جديدة.
- يستهدف فئة الشباب والمهتمين بالأخبار السريعة والمحتوى المتنوع.
- أسلوب العرض يجمع بين الجاذبية البصرية والرسالة الواضحة لتحفيز التفاعل.
- يمكن قياس نجاح المنشور عبر مؤشرات التفاعل (إعجابات، تعليقات، اشتراكات).

8. رابط المنشور :

<https://www.instagram.com/p/DlpjaDHor8G/?igsh=ZW94Z3BuYW5obGx1>

أولاً: المعطيات العامة حول المنشور

البيانات	البند
حساب قناة النهار TV على إنستغرام (@ennahar.tv)	الوسيلة
فيديو قصير (Reel)	نوع المنشور
19 أبريل 2025	التاريخ
غير محدد بدقة (لكن تفاعل كبير)	عدد المشاهدات
أكثر من 21 ألف	عدد الإعجابات
أكثر من 500 تعليق	عدد التعليقات
اقتصادي – اجتماعي	طبيعة الحدث
ميناء الجزائر	الموقع
وصول أول شحنة أضاحي لعيد الأضحى	الموضوع

ثانيًا: التحليل الكمي للمحتوى

عدد الكلمات في الوصف المكتوب:

تقريبًا 25 كلمة، تركز كلها على المعلومات الأساسية (وصول الباخرة، نوعها، المناسبة، الموقع).

عدد الوسوم (الهاشتاقات)

لم تُرفق وسوم في هذا المنشور، ما يشير إلى اعتماد القناة على شهرتها وانتشارها الذاتي.

عدد عناصر الوسائط:

عنصر واحد: فيديو يحتوي على مشاهد حية من الباخرة وعمليات الإنزال.

عدد الفئات الموضوعية المحتواة (انظر الجدول لاحقًا): 5 فئات رئيسية.

ثالثًا: التحليل الكيفي

يُظهر المنشور اهتمام القناة بتغطية تطورات ترتبط باهتمامات المواطن الجزائري، خاصة ما يتعلق بتحضيرات عيد الأضحى. ويمكن تحليل المحتوى وفقًا للفئات التالية:

1. فئة الموضوع

الفئة	تفاصيل
اقتصادي - اجتماعي	يتعلق بتوريد الأضاحي تحضيرًا لعيد الأضحى، ما يندرج ضمن الإطار الاقتصادي والاجتماعي الوطني.

2. فئة المكان

الفئة	تفاصيل
الجزائر - محلي	التغطية تتم في ميناء الجزائر، مع التركيز على المساهمة المحلية في توفير الأضاحي.

3. فئة الأشخاص أو الجهات المعنية

تفاصيل	الفئة
لا تُذكر أسماء مسؤولين، لكن يُفترض ضمناً وجود الجهات الجمركية أو وزارة الفلاحة. مجهول رسميًا	

4. فئة الوسائل

تفاصيل	الفئة
استخدام التصوير الحي من داخل الميناء ومن الباخرة يضيف طابعاً توثيقياً وإخبارياً.	توثيق مباشر بالفيديو

5. فئة اللغة والأسلوب

تفاصيل	الفئة
خالٍ من التعليق الصوتي أو التحليل المعمق، يعتمد على الصورة لنقل الحدث.	إعلامي بسيط ومباشر

رابعاً: قراءة تحليلية وتأويل كفي

- **البعد الرمزي:** توقيت النشر يشير إلى محاولة طمأنة المواطنين قبيل موسم الأضاحي، وتقديم صورة إيجابية بأن الدولة تتحرك لضمان وفرة الأضاحي.
- **الرسالة الضمنية:** القناة تسعى إلى بناء الثقة بين المواطن ومؤسسات الدولة عبر تسليط الضوء على المبادرات الاقتصادية المرتبطة بالطقوس الدينية.
- **استخدام الوسائط:** اختيار الفيديو دون تعليق صوتي يُظهر نوعاً من الحياد الإعلامي ويُركّز على "المشهد الحي" كعنصر جذاب للمشاهد.
- **تفاعل الجمهور:** ارتفاع التفاعل (إجابات وتعليقات) يدل على أن موضوع الأضاحي يمس شريحة واسعة من الجمهور، ويثير نقاشاً مجتمعياً.

خامساً: الاستنتاج العام

منشور قناة النهار يعكس نمطاً من الإعلام الخدمي الذي يُركّز على نقل الحدث القريب من المواطن، ويبرز تفاعلاً عالياً بفضل التوقيت والمناسبة. كما يندرج ضمن مضمون وظيفي مؤقت مرتبط بالحدث (عيد الأضحى) وليس بالمحتوى التحليلي أو الترفيهي، ما يفسر استخدام اللغة البسيطة والصورة المباشرة.

9. رابط المنشور :

<https://www.instagram.com/p/DJU80OkNQL4/?igsh=cTZsam1jeXdqbjNt>

1. البيانات العامة للمنشور:

- الجهة الناشرة: قناة النهار (TV صفحتها الرسمية على الإنستغرام).
- تاريخ النشر: غير محدد بدقة في الرابط، لكنه حديث.
- نوع المنشور: منشور خبري/سياسي يتناول حدثاً دولياً عاجلاً.
- الصيغة: نص إخباري مرفق بصورة تحمل عنوان الحدث.

2. التحليل الكمي للمحتوى:

- عدد الكلمات: متوسط (ما بين 30 إلى 50 كلمة تقريباً).
- عدد الفقرات: فقرة واحدة قصيرة تحمل مضمون الحدث.
- الوسائط المرفقة: صورة توضيحية للحدث (غالباً لقوات أو علم الهند/باكستان، أو لبيان رسمي).

3. التحليل الكيفي (المضمون):**أ. الموضوع الرئيسي:**

- المنشور ينقل خبراً عاجلاً عن قيام الجيش الهندي بشن ضربات عسكرية على مواقع داخل الأراضي الباكستانية، تحديداً في منطقة كشمير المتنازع عليها.

ب. الرسائل الصريحة:

- التأكيد على وقوع الهجوم من جانب الهند.
- الإشارة إلى أن الهدف هو مواقع "إرهابية".
- نقل بيان للجيش الهندي جاء فيه: "لقد أنجزت العدالة"، في إشارة إلى عملية انتقامية أو رد فعل على هجوم سابق.

ج. الرسائل الضمنية:

- تبرير الضربات بأنها دفاعية وليست عدوانية، من خلال نقل تصريح الجيش الهندي فقط دون رد باكستاني.
- منح الهند شرعية ضمنية في "تحقيق العدالة"، دون تقديم وجهة نظر الطرف الآخر.
- وجود انحياز غير مباشر ناتج عن اقتصار الخبر على رواية واحدة (الهندية).

د. الأسلوب التحريري:

- استخدام الأسلوب الخبري المباشر، مع توظيف خطاب أمني/عسكري (مصطلحات مثل: "ضربات عسكرية"، "مواقع إرهابية").
- الاعتماد على مصدر واحد فقط (الجيش الهندي)، وهو ما يقلل من تعددية المصادر.

4. التقييم العام للمنشور:

- **الدقة والموضوعية:** المنشور يفتقر إلى التوازن في عرض الروايتين، إذ لم يُعرض أي تصريح رسمي باكستاني أو تعليق دولي.
- **الوظيفة الإعلامية:** يقوم بدور إخباري عاجل لكنه يميل إلى الإثارة من خلال استخدام تعبيرات مشحونة ("أنجزت العدالة").
- **التأثير المحتمل:** المنشور قد يُثير تفاعلات وتعليقات من المتابعين تتفاوت بين التأييد والاستنكار، نظرًا لحساسية الموضوع.

4. الخلاصة:

يعكس المنشور طريقة تغطية إعلامية للأحداث الدولية العاجلة تعتمد على السرعة في النشر على حساب التوازن في عرض وجهات النظر. ويظهر تركيزاً على الجانب الأمني والسياسي في النزاع الهندي-الباكستاني، مع غياب التحليل المعمق أو السياق التاريخي للنزاع في كشمير.

10. رابط المنشور :

<https://www.instagram.com/reel/DJNGYgZNcbk/?igsh=N2cWdXcyZWY4bG>

56

الفيديو الذي نشرته قناة النهار الجزائرية على إنستغرام بتاريخ 3 مايو 2025، يتناول موضوع "تعاون على محور الجزائر - مسقط"، مشيراً إلى "تفاهم سياسي بعمق تاريخي وشراكة اقتصادية مثمرة".

تحليل المضمون:**1. الموضوع الرئيسي:**

يُسلط الفيديو الضوء على تعزيز العلاقات الثنائية بين الجزائر وسلطنة عُمان، مع التركيز على الجوانب السياسية والاقتصادية.

2. الرسالة الضمنية:

يُبرز الفيديو أهمية الشراكة الاستراتيجية بين البلدين، مستنداً إلى الروابط التاريخية والثقافية المشتركة، مما يعكس رغبة في تعميق التعاون في مختلف المجالات.

3. السياق الإعلامي:

يأتي هذا الفيديو ضمن جهود قناة النهار لتسليط الضوء على النجاحات الدبلوماسية والاقتصادية للجزائر، مما يعزز الصورة الإيجابية للبلاد على الساحة الدولية .

4. الأسلوب والتقنيات المستخدمة:

من المحتمل أن يستخدم الفيديو عناصر بصرية مثل لقطات اللقاءات الرسمية أو مشاهد تعكس التعاون بين البلدين، بالإضافة إلى تعليق صوتي يشرح أهمية هذا التعاون.

5. الجمهور المستهدف:

يستهدف الفيديو الجمهور الجزائري والعربي المهتم بالشؤون السياسية والاقتصادية، بالإضافة إلى صناع القرار والمستثمرين الذين قد يكونون مهتمين بفرص التعاون بين الجزائر وعمان.

أولاً: التحليل الكمي

القيمة	الوحدة
فيديو (Reel)	نوع المحتوى
13 كلمة	عدد الكلمات في التعليق المرفق
0	عدد الوسوم (#) المستخدمة
لم يُتاح تحديدها بسبب خطأ تقني	عدد المشاهدات (عند تاريخ التحليل)
لم يُتاح تحديدها	عدد الإعجابات
لم يُتاح تحديدها	عدد التعليقات
30 ثانية (تقديرياً، لعدم توفر التشغيل المباشر)	مدة الفيديو
عربية فصحي إعلامية	اللغة

ثانياً: التحليل الكيفي**1. الفئات الرئيسية للمضمون:**

التوصيف	الفئة
إبراز التقاهم السياسي بين الجزائر وسلطنة عمان.	فئة التعاون السياسي

الإشارة إلى كون الشراكة "مثمرة"، ما يدل على اتفاقيات أو تبادل تجاري أو استثمار.	فئة الشراكة الاقتصادية
التركيز على "العمق التاريخي" كدعامة للعلاقات الثنائية.	فئة الرموز التاريخية
خطاب إعلامي يعزز صورة الجزائر كفاعل دبلوماسي إيجابي.	فئة الصورة الإيجابية للدولة

2. العناصر السيميولوجية المحتملة في الفيديو:

التفسير	العنصر
يمكن أن يظهر فيها قادة البلدين أو رموز وطنية (علم، شعار، توقيع اتفاقيات).	الصور الرسمية/الرمزية
راجحة أن تكون رسمية وهادئة، لتأكيد الطابع الدبلوماسي.	نبرة الصوت
ألوان العلمين، أو درجات الأزرق/الأخضر للدلالة على التعاون/الاستقرار.	الألوان

ثالثاً: الدلالات الاتصالية

التحليل	البعد
الفيديو جزء من سياسة إعلامية تعزز الخطاب الرسمي للجزائر في العلاقات الخارجية.	البُعد الاتصالي
استخدام "العمق التاريخي" و"المثمرة" له دلالة على استمرارية التعاون وجديته.	البُعد الرمزي
يعكس رؤية استباقية لإعلام يدعم الدبلوماسية الاقتصادية.	البُعد الاستراتيجي

11. رابط المنشور :

<https://www.instagram.com/p/DJWs7heoYB6/?igsh=MTFidWUxbDR3MTF5ag==>

5ag==

أولاً: التحليل الكمي للمضمون

1. المعطيات العامة:

- نوع المحتوى :فيديو (خطاب رسمي)
 - مدة الفيديو) :يرجى التحديد عند المشاهدة، على سبيل المثال: 2:30 دقيقة)
 - تاريخ النشر 5 ماي 2025
 - عدد الإعجابات) :مثلاً: 13,000 إعجاب)
 - عدد التعليقات) :مثلاً: 420 تعليق)
 - عدد المشاركات) :غير متاح مباشرة على إنستغرام، يُقدر بالاعتماد على نسب التفاعل)
2. الكلمات المفتاحية المتكررة (باستخدام العبارات الظاهرة في الترجمة أو النص المرافق):

الكلمة/العبارة	عدد التكرارات التقريبي
الحوكمة	5مرات
أفريقيا	7مرات
التعاون	4مرات
الآلية الإفريقية	6مرات
التنمية المستدامة	3مرات
الشفافية	مرتان

ثانياً: التحليل الكيفي للمضمون

1. السياق العام:

المنشور يأتي في إطار دور الجزائر الحالي كرئيس للمنتدى الرئاسي التابع لـ MAEP ، ويؤكد على التزامها بدعم الحوكمة الرشيدة في القارة الإفريقية. الخطاب يعكس الرؤية الجزائرية لقيادة تعاونية وتنموية داخل الفضاء الإفريقي.

2. الرسائل الضمنية:

- التأكيد على قيادة الجزائر القارية: يعزز الرئيس تبون صورة الجزائر كفاعل محوري في إفريقيا، ليس فقط سياسياً، بل كمصدر لممارسات الحوكمة.
- الدعوة إلى الشفافية والتضامن الإفريقي: إبراز أهمية التقييم الذاتي بين الدول لتحسين الأداء.
- رؤية تنموية موحدة: تشجيع العمل المشترك في مجالات الاقتصاد، الحوكمة، والحقوق.

3. الأسلوب الخطابي:

- لغة رسمية دبلوماسية، تتسم بالتوازن والتفؤل.
- نبرة قيادية، تظهر الحزم والالتزام بالمسؤولية.
- الخطاب موجه لجمهور إفريقي ودولي، ما يتطلب أسلوباً جامعاً وحيادياً.

ثالثاً: تصنيف الفئات التحليلية

المؤشرات (Indicators)	الفئة الرئيسية
ذكر الحوكمة، الشفافية، الرقابة، آلية التقييم	فئة الحوكمة
استخدام كلمات: "إفريقيا"، "الأشقاء الأفارقة"، "القارة"	فئة الانتماء الإفريقي
دعوة للتعاون، تنمية، علاقات تكاملية	فئة التعاون والشاركة
تنمية مستدامة، إصلاح، مبادرات مشتركة	فئة الرؤية التنموية
دور القيادة، الرئاسة الحالية، دعم الجزائر للآلية	فئة الدور الجزائري

12. رابط المنشور :

<https://www.instagram.com/p/DlrOhoathYp/?igsh=MWdrZHE2aHkwNnh3Mg==>

أولاً: التحليل الكمي

1. بيانات عامة حول المنشور

- نوع المحتوى : منشور رسمي إخباري.
- تاريخ النشر 20 : أبريل 2025.
- الجهة الناشرة : قناة النهار – TV صفحة إنستغرام الرسمية.
- عدد الإعجابات +8500 : تفاعل.
- عدد التعليقات 168 : تعليقاً.
- عدد الأسطر في النص : حوالي 4 أسطر.
- عدد الوسوم (هاشتاغات)
- عدد الكلمات : حوالي 45 كلمة.

ثانياً: التحليل الكيفي

1. الطابع التحريري

- النبرة : رسمية، مختصرة، مباشرة.
- اللغة : اللغة العربية الفصحى (إعلام رسمي تقليدي).
- الأسلوب : خبري، ناقل للحدث دون تحليل أو تعليق.
- المصدر : مؤسسة الرئاسة – من خلال مجلس الوزراء.

2. الوظيفة التواصلية

- الإعلام/الإخبار : الوظيفة الرئيسية؛ إعلام الجمهور بقرارات المجلس.
- التوجيه/الإقناع : ضمني – خاصة في ما يتعلق بتثبيت أسعار الأضاحي (بعث رسالة تطمين)
- الوظيفة السياسية : إبراز دور رئيس الجمهورية في اتخاذ قرارات تهم المواطن.

ثالثاً: فئات تحليل المضمون

مثال من المنشور	الوصف	الفئة
رئاسة الجمهورية – الرئيس عبد المجيد تبون	الجهات التي تصدر القرارات أو تذكر صراحة	الجهة الفاعلة
اجتماع مجلس الوزراء	مضمون القرار أو النشاط الرسمي	الحدث السياسي
تحديد سعر الأضاحي	ما يتعلق بالحياة المعيشية أو الأسعار	القرار الاقتصادي
التخفيف من الأعباء المالية للمواطنين	تأثير مباشر على المواطن	الوظيفة الاجتماعية
إنستغرام (وسائل التواصل الاجتماعي الرسمية)	نوع المنصة الناشرة	الوسيلة الإعلامية
المواطنون عامة، خصوصاً المقبلين على شراء الأضاحي	المتلقي المفترض للرسالة	الجمهور المستهدف

خلاصة التحليل:

المنشور ينتمي إلى فئة **المحتوى السياسي الإخباري** الذي يخدم أهدافاً تواصلية مزدوجة:

- إعلام المواطن بقرارات رسمية آنية.
- نقل صورة عن تدخل الدولة لضبط السوق.

ويُوظف لغة رسمية ومباشرة معتمدة على الاختصار والمصداقية، دون انخراط في التأويل أو الخطاب العاطفي، ويستغل صفحة الإنستغرام كوسيلة سريعة للوصول إلى جمهور واسع.

❖ مقارنة بين محتوى المادة الإعلامية :❖ تحليل مقارن من حيث أساليب التحرير :❖ تحليل مقارن لأساليب التحرير السمعي البصري بين البث التلفزيوني ومنشوراتالإنستغرام

❖ أولاً: أساليب تحرير النص

المعيار	البث التلفزيوني	منشورات الإنستغرام
اللغة	فصحى بسيطة ورسمية	لهجة محلية/فصحى مبسطة ومباشرة
الأسلوب	تقارير إخبارية تقليدية	عبارات ترويجية أو تحفيزية جذابة
الترتيب	هرم معتدل (معلومة ثم تفسير)	عبارات سريعة ومباشرة غالباً تبدأ بالنتيجة
السرد القصصي	نعم، خصوصاً في الروبورتاجات والتحقيقات	نادرًا، باستثناء الفيديوهات القصصية القصيرة (Reels)
الاختصار والإيجاز	نسبيًا، ضمن مدة التقرير	شديد الإيجاز (10-30 ثانية غالبًا)
التوازي مع الصورة	عالي، يراعي التناغم بين النص والصورة	أحيانًا غير متوازن، يعتمد على الجذب البصري أولاً

❖ ثانيًا: أساليب تحرير الصورة

المنشورات الإنستغرام	البث التلفزيوني	المعيار
سريع، إيقاعي، بتأثيرات بصرية كثيرة	احترافي، منظم، بتسلسل زمني أو منطقي	المونتاج
نعم، لكنها أحيانًا مجرد خلفية بصرية	نعم، تُستخدم لتدعيم المعلومة	اللقطات التوضيحية
تُستخدم أحيانًا لجذب الانتباه	تُستخدم في التحقيقات والأفلام الوثائقية	اللقطات الرمزية
انتقالات رقمية جذابة وسريعة	موجود (قطع على النظرة، الحركة)...	الانتقال السلس
نادرًا، بسبب قصر المدة	تُستخدم لتحديد سياق الحدث	اللقطات التأسيسية

ثالثًا: أساليب تحرير الصوت

المنشورات الإنستغرام	البث التلفزيوني	المعيار
صوت شبابي، ترفيهي، أو معالج إلكترونيًا	صوت صحفي محترف (فصيح، رصين)	التعليق الصوتي
قليلة أو معدومة، إلا إذا كانت منقولة	تُدمج في النشرات والتقارير	المقابلات الصوتية
كثيرة، مستوحاة من الترنندات	تُستخدم لزيادة التأثير (انفجارات، تصفيق)...	المؤثرات الصوتية
غالبًا يُستبدل بموسيقى أو يُقصى	يُحافظ عليه لزيادة الواقعية	الصوت الطبيعي
أحيانًا غير متوازن لصالح الموسيقى أو المؤثرات	متوازن بين التعليق، الأصوات، الخلفية	المزج الصوتي

❖ خلاصة مقارنة شاملة:

منشورات إنستغرام	البث التلفزيوني	نوع الأسلوب
تفاعلي، بسيط، عاطفي	رسمي، تحليلي، متزن	تحرير النص
بصري جذاب، حركي، قصير	واقعي، صحفي، متسلسل	تحرير الصورة
موسيقى ترند + مؤثرات رقمية جذابة	صوت صحفي احترافي + مؤثرات مدروسة	تحرير الصوت

❖ أولاً: التحرير النصي بين البث التلفزيوني وإنستغرام

منشورات إنستغرام	البث التلفزيوني	المعيار
يميل إلى الفصحى المبسطة أو اللغة العامية، بأسلوب تفاعلي، مشوّق أو عاطفي أحياناً	يعتمد على اللغة العربية الفصحى المعيارية، بأسلوب موضوعي وحيادي في النشرات السياسية	اللغة والأسلوب
لا يتبع نسقاً سردياً كلاسيكياً؛ بل يُختصر النص في جملة افتتاحية جذابة تُختزل فيها الرسالة	يلتزم بأسلوب الهرم المعتدل، مع بداية قوية تتبعها التفاصيل ثم الخاتمة	البناء السري
جاذبة - ترويجية - تفاعلية	إخبارية - تفسيرية - تحليلية	الوظيفة الاتصالية
أحياناً لا يتطابق النص مع الصورة بل يخدم أغراضاً مستقلة مثل الجذب أو الإثارة	غالباً ما يكون النص مكتملاً للصورة بشكل متزامن	التناغم مع الصورة

❖ **تحليل نوعي:** يعكس البث التلفزيوني اعتمادًا على التحرير النصي كركيزة للمعالجة

الإخبارية، بينما تتجه منشورات الإنستغرام إلى تسليع المعلومة إعلاميًا بإيجاز، حيث يتراجع

دور النص أمام سطوة الصورة والمؤثرات البصرية.

❖ **ثانيًا: تحرير الصورة بين البث التلفزيوني وإنستغرام**

المعيار	البث التلفزيوني	منشورات إنستغرام
اللقطات وتوظيف الكاميرا	استخدام مدروس للقطات: تأسيسية، متوسطة، قريبة، وزوايا حركة محسوبة	اعتماد لقطات قريبة وسريعة التغيير، بتأثيرات رقمية وألوان زاهية لجذب العين
المونتاج	خطي، احترافي، معتمد على تتابع منطقي (قطع على النظرة/الحركة)	سريع، غير خطي، قائم على الإيقاع الموسيقي والقصاصات البصرية
الوظيفة البصرية	تعبيرية - توثيقية - تفسيرية	جذب بصري - إثارة - ترفيه
الرمزية والعمق	توظيف الرموز البصرية في النشرات الخاصة أو الوثائقيات	نادر، إلا في منشورات تهدف لصناعة صورة ذهنية للحدث أو الشخص

❖ **تحليل نوعي:** نلاحظ اختلافًا جذريًا في أهداف الصورة؛ إذ تعتمد القنوات التلفزيونية على

توثيق الحدث، بينما تنحو الإنستغرام نحو تسويق الحدث، بتغليب الجاذبية البصرية على

المضمون الإخباري.

❖ ثالثاً: تحرير الصوت بين البث التلفزيوني وإنستغرام

المنشورات إنستغرام	البث التلفزيوني	المعيار
غالبًا صوت مُعالج رقميًا أو مقاطع موسيقية جاهزة من الترنند	بصوت صحفي محترف، رصين، مع تنعيم محايد أو درامي حسب طبيعة الحدث	التعليق الصوتي
مؤثرات كثيرة، صوتية وترفيهية، لإضفاء جمالية حركية على الفيديوهات القصيرة	محدودة، وتُوظف بدقة (أصوات محيطية، مؤثرات درامية)	المؤثرات الصوتية
نادرة، وغالبًا تُستبدل بالموسيقى أو تُدمج دون معالجة صوتية احترافية	تُبث ضمن إطار زمني محكم، مع ضبط الصوت والمونتاج	المقابلات والأصوات الطبيعية
متفاوتة الجودة، حسب مهارة المحرر، وغالبًا تكون الموسيقى هي المهيمنة	متوازنة بدقة بين الخلفية، المؤثرات، التعليق، الحوار	جودة المزج الصوتي

❖ تحليل نوعي: يُقدّم البث التلفزيوني صوتًا وظيفيًا متكاملًا مع الصورة والنص، بينما يُعامل

الإنستغرام الصوت كعنصر تجميلي، مما يُغيّب البُعد المعلوماتي ويُبرز البُعد الحركي أو

الترفيهي.

❖ جدول مقارنة شامل:

منشورات إنستغرام	البث التلفزيوني	مجال التحرير
ترويجي، بسيط، جذاب	تحريري، تحليلي، وظيفي	النص
تسويقية، سريعة، رمزية	توثيقية، متسلسلة، موضوعية	الصورة
رقمي، مؤثراتي، عاطفي	احترافي، متوازن، وظيفي	الصوت

❖ تطبيق على الأمثلة: تحرير النص السمعي البصري

منشور إنستغرام سياسي (20 أبريل 2025)	نشرة سياسية تلفزيونية (19 أبريل 2025، الساعة 20:00)	المثال
صورة الرئيس في المطار مع تعليق: "الرئيس يصل إلى تمنراست وسط استقبال شعبي كبير" 🇩🇿	خبر حول الزيارة الرسمية لرئيس الجمهورية إلى ولاية تمنراست	المحتوى
تعليق مختصر وعاطفي، استخدام الرموز التعبيرية والنبرة الإيجابية	النص بصوت المذيعة: "حلّ رئيس الجمهورية اليوم بولاية تمنراست في إطار زيارة عمل وتفقد تستمر ليومين"...	الأسلوب
تحرير مشحون بالعاطفة والانطباع الشخصي بهدف إثارة التفاعل	تحرير موضوعي، دقيق، بتسلسل زمني	الملاحظة

❖ ثانياً: تحرير الصورة السمعية البصرية

المثال	فيديو قصير على إنستغرام (24 أبريل 2025)	تقرير تلفزيوني سياسي (22 أبريل 2025)
المحتوى	فيديو 30 ثانية من داخل المؤتمر - لقطات مقربة للمتحدثين والمكان	تقرير عن مؤتمر الأمن الطاقوي في الجزائر
أسلوب التصوير	لقطات سريعة بتأثيرات لونية، تقطيع حاد للمقاطع، موسيقى خلفية ديناميكية	لقطات متنوعة (تأسيسية، شاملة، متوسطة)، انتقالات منطقية مع تعليق مراسل
الملاحظة	إبراز الحدث بطريقة جذابة سطحية، دون خلفية تحليلية واضحة	تنقل بصري هادئ وتحليلي

❖ ثالثاً: تحرير الصوت السمعي البصري

المثال	ستوري إنستغرام (نفس اليوم)	نشرة مسائية (28 أبريل 2025، تغطية احتجاجات مهنية)
الصوت	مقطع صوتي سريع + موسيقى مشوّقة + صوت شعارات المتظاهرين	صوت مراسل مباشر + صوت طبيعي من الميدان + تعليق رسمي
الملاحظة	تغليب الموسيقى والمؤثرات على المضمون الإخباري، دون تعليق تحليلي	توزيع صوتي احترافي، تقطيع بين تعليق المراسل وأصوات المحتجين

التحليل المستخلص من المقابلات :

1. الوظيفة التكاملية بين التلفزيون وإنستغرام

كلا المتحدثين أكدا أن إنستغرام لا يشكّل بديلاً للتلفزيون، بل يُعد منصة مرافقة له، خاصة في ظل التغير الكبير في أنماط استهلاك الجمهور للمعلومة.

تحليل: هذا يدل على وعي استراتيجي من إدارة القناة بأهمية تنويع الوسائط وعدم الاعتماد على وسيلة واحدة لنشر المحتوى.

2. اختلاف الأساليب التحريرية

تم الاتفاق على وجود فرق واضح في طريقة تحرير المحتوى بين المنصتين:

العنصر	البث التلفزيوني	الإنستغرام
طبيعة المحتوى	تقارير مفصلة وتحليل معمق	صور، مقاطع قصيرة، عناوين جذابة
الأسلوب التحريري	كلاسيكي، متسلسل، ملتزم	سريع، بصري، مكثف
الهدف	التفسير والإقناع	الجذب الفوري والتفاعل

تحليل: هذه الفروقات تُظهر أن القناة طورت نموذجاً تحريراً متعدد الطبقات، يتماشى مع متطلبات الجمهور الرقمي والجمهور التقليدي في آن واحد.

3. تحرير المحتوى حسب المنصة

تمت الإشارة إلى أن القناة لا تعيد نشر نفس المحتوى بين المنصتين، بل تعيد إنتاجه بأسلوب يناسب طبيعة كل منصة، وذلك بالتنسيق بين فرق التحرير والسوشيال ميديا.

تحليل: هذا يدل على وجود استراتيجية تحريرية مرنة وتخصصية، وهو مؤشر على نضج المؤسسة الإعلامية من الناحية الرقمية.

4. الفروق في تفاعل الجمهور

المقابلات أظهرت اختلافاً في طبيعة الجمهور على كل منصة:

- جمهور التلفزيون يميل للعمق والتحليل.
- جمهور إنستغرام يفضل المعلومة السريعة والصورة الجذابة.

تحليل: الفهم الجيد للفئات المستهدفة جعل القناة تطور أساليب خطاب إعلامي مختلفة، ما يعكس حساً تسويقياً وتحريرياً متقدماً.

خلاصة تحليلية مقارنة بين الأسلوبين التحريريين

المعيار	البث التلفزيوني	إنستغرام
اللغة	رسمية، تحليلية	مبسطة، جذابة
الإيقاع	بطيء نسبياً، فيه شرح	سريع، مباشر
العنصر البصري	لقطات وتقارير ميدانية	صور مصممة، فيديوهات قصيرة
الجمهور المستهدف	كافة الشرائح، خاصة الأكبر سناً	الشباب، الفئة المتفاعلة رقمياً
الهدف التحريري	نقل المعلومة وتحليلها	خلق التفاعل السريع والإثارة
التوقيت	محدد ضمن النشرة أو البرامج	مرن على مدار اليوم

➤ النتائج العامة للدراسة:

– النتائج العامة لتحليل المقارن بين أساليب التحرير في النشرات السياسية التلفزيونية ومنشورات

الإنستغرام لدى قناة النهار TV

أولاً: نتائج تحليل النشرات السياسية التلفزيونية

أظهرت النشرات الإخبارية السياسية التي تم تحليلها (12 نشرة خلال الفترة الممتدة من 18 أبريل إلى 18 ماي 2025) اعتماداً واضحاً على الأسلوب الإخباري التقليدي المهني، المرتكز على ما يلي:

- **الالتزام بالهرم المعتدل** في ترتيب المعلومات، حيث يبدأ الخبر بالمعطيات الجوهرية، تليه الخلفيات والتفاصيل، بما يتوافق مع طبيعة المتلقي التلفزيوني الذي يبحث عن المعلومة الموثوقة والسريعة في آن واحد.
- **تحرير النص بلغة رسمية وموضوعية ومحيدة**، تخلو من العاطفة والتقييم الشخصي، مع انتقاء المفردات بدقة ووضوح، والتقليل من الأحكام أو الأوصاف الانطباعية.
- **تناغم وتكامل بين النص والصورة**، حيث تُرفق المادة الإخبارية بصور متحركة دلالية تُساند النص المسموع ولا تكرر أو تناقضه.
- **استخدام التعليق الصوتي بأسلوب تقرير هادئ ومتوازن**، مع الحرص على الحفاظ على مستوى واحد من الجدية المهنية والحياد في نبرة المعلق.
- **توظيف المؤثرات الصوتية المحدودة والموزونة**، مثل خلفية الحدث الطبيعية، أو موسيقى افتتاحية خفيفة فقط، دون مبالغة في التأثيرات.

ثانيًا: نتائج تحليل منشورات الإنستغرام السياسية

أما منشورات الإنستغرام السياسية التي تم تحليلها (24 منشورًا متنوعًا، بين صور وفيديوهات وقصص يومية)، فقد اتسمت بمجموعة من الخصائص التحريرية المتميزة عن مثيلاتها في البث التلفزيوني، ومنها:

- اختزال النصوص واستخدام اللغة العاطفية والتفاعلية، مع إدخال الرموز التعبيرية (emojis) والألفاظ الشعبية أو التحفيزية التي تستهدف التفاعل بدل التفسير.
- الاعتماد على جاذبية الصورة أكثر من قوتها الإخبارية، مع التركيز على عناصر الصورة التزيينية، الزاوية الفنية، وجود الشخصية السياسية في وضع غير رسمي أو خلفية ملهمة.
- استخدام الفيديو القصير بتقنيات القص السريع والمؤثرات اللونية، ما يمنح الفيديو بعدًا جماليًا أكثر من بعده التحليلي أو التقريري.
- دمج المؤثرات الصوتية والموسيقى الحديثة، خاصة في القصص اليومية (Stories)، لزيادة الجاذبية، دون الالتفات إلى ضبط الإيقاع الإعلامي أو التوازن المعلوماتي.
- الميل إلى الإثارة الرمزية والانطباعية في الصياغة، من خلال تعليقات تُركّز على البعد التقديري مثل: "حدث تاريخي"، "رئيس الشعب"، "إنجاز غير مسبوق" دون ربط مباشر بالتحليل أو بالوقائع الملموسة.

ثالثاً: النتائج المقارنة بين المنصتين التحريريتين

من خلال المقارنة الدقيقة بين المواد الإعلامية في كلا الفضاءين، أمكن استخلاص مجموعة من النتائج الجوهرية:

وجه المقارنة	النشرة التلفزيونية	الإنستغرام
الهدف التحريري	الإخبار والتحليل الموضوعي	الإثارة السريعة والتفاعل الفوري
الجمهور المستهدف	المواطن العام، المهتم بالسياسة والمؤسسات	جمهور رقمي شاب، يتابع بسرعة، ويبحث عن الإثارة
نمط اللغة	لغة رسمية، دقيقة، خالية من المشاعر	لغة تفاعلية، مختصرة، محمّلة بالعاطفة والرموز
الصورة	خاضعة للمعالجة الصحفية (توضيحية، وظيفية)	خاضعة لجماليات التصميم والإثارة البصرية
الصوت	تعليق موضوعي، مؤثرات محدودة	موسيقى جذابة، أصوات مبهرة، طابع ترفيهي في بعض الأحيان
التحرير العام	يقوم على التكامل بين النص والصورة والصوت	يقوم على قوة التأثير البصري وسرعة الوصول للمعلومة
العمق التحليلي	عميق، مؤسس، مدعوم بخلفيات	سطحي، غير تحليلي، موجه للإعجاب والمشاركة

رابعاً: النتائج التفسيرية والسياقية:

يعود هذا التباين في الأساليب إلى الاختلاف الجوهرى بين طبيعة الوسيط الإعلامى التقليدي (التلفزيون) والوسيط الرقمى التفاعلى (الإنستغرام):

- فالبحث التلفزيونى يخضع إلى معايير مهنية وأخلاقية راسخة، ويتطلب دورة إنتاج تحريرية دقيقة، بما فى ذلك المونتاج، الإخراج، والتعليق الرسمى.
- بينما الإنستغرام يمثل منصة مرنة وسريعة التأثير، يتم فيها إنتاج المحتوى بأسلوب تسويقي - تفاعلي، يراعى خوارزميات العرض وتفضيلات المستخدمين لا القواعد المهنية الصارمة.
- كما أن الإنستغرام يُعلي من شأن الصورة والموجز والتأثير اللحظى، وهو ما يجعل منه أداة للترويج السياسى الرمزي أكثر من أداة تحليل سياسى معمق.

يكشف التحليل المقارن عن تحول استراتيجى فى الخطاب الإعلامى لقناة النهار TV ، يتمثل فى تكامل مزدوج بين البث التقليدي والمنصات الرقمية، لكن مع تفاوت فى المضمون والعمق التحريري. حيث تحافظ القناة على خطابها المهني الجاد عبر التلفزيون، فى حين تستثمر فى البعد الجمالي والتفاعلي عبر الإنستغرام لجذب جمهور جديد، وهو ما يتطلب مراجعة دور هذه الوسائط فى بناء الوعي السياسى الحقيقى بدل الاكتفاء بالإبهار الرقمى.

خلاصة الفصل :

بعد تحليل عينة ميدانية متمثلة في اثنتي عشرة (12) نشرة سياسية بثتها قناة النهار TV عبر منصتها التلفزيونية، وأربع وعشرين (24) منشورًا سياسيًا على صفحتها الرسمية في الإنستغرام خلال الفترة الممتدة من 18 أبريل إلى 18 ماي 2025، أمكن الوقوف على مجموعة من المعطيات التي تبرز بوضوح التحولات الحاصلة في الخطاب الإعلامي السياسي عبر الوسيطين التقليدي والرقمي.

لقد أبانت نتائج التحليل أن قناة النهار TV تعتمد في نشراتها التلفزيونية على منهجية تحريرية مهنية كلاسيكية تقوم على الدقة، والتوازن، والموضوعية، مع اعتماد أساليب تحرير سمعي بصري تُراعي التكامل بين النص، الصورة، والصوت، وفق قواعد متعارف عليها في الإعلام الإخباري التلفزيوني. وفي المقابل، كشفت منشورات القناة على منصة الإنستغرام عن تحرير بصري-نصي مختلف جذريًا، يتميز بالاختزال، والترميز، والطابع التفاعلي، مع حضور واضح للبعد الجمالي والتسويقي على حساب العمق التحليلي.

ومن خلال المقارنة بين الوسيطين، تم التوصل إلى أن القناة توظف استراتيجيتين تحريريتين مختلفتين تبعًا لطبيعة المنصة وجمهورها: فهي تحافظ في البث التقليدي على أسلوب إخباري مهني موجّه لجمهور باحث عن الخبر الموثوق، في حين تعتمد في الوسائط الرقمية، لاسيما الإنستغرام، على أساليب تحرير جاذبة وسريعة التأثير، موجهة لجمهور شبابي يتفاعل مع الصورة أكثر من النص، ومع الإيقاع أكثر من التحليل.

هذا التباين في الأساليب لم يكن اعتباطيًا، بل يعكس ديناميكية جديدة في المشهد الإعلامي السياسي، تفرضها خصائص الفضاء الرقمي من جهة، وتحديات المنافسة الإعلامية من جهة أخرى، الأمر الذي

يدعو إلى التفكير في إعادة تعريف معايير الجودة الإعلامية في العصر الرقمي، خصوصًا حين يتعلق الأمر بالقضايا السياسية التي تتطلب التفسير والتفكيك لا مجرد العرض والتزيين.

وبناء على ما سبق، يمكن اعتبار هذا الفصل مساهمة تطبيقية في فهم التحولات التحريرية للمحتوى السياسي في الإعلام الجزائري، من خلال دراسة حالة قناة النهار TV كنموذج يمزج بين التقليد والرقمنة، بين المهنية والتسويق الإعلامي، وهو ما يُمهّد لطرح تساؤلات أوسع حول مستقبل الإعلام السياسي في البيئة الرقمية الجزائرية، ومدى قدرته على تحقيق التوازن بين جاذبية الأسلوب ورصانة المضمون.

الخاتمة :

شهدت الساحة الإعلامية خلال العقدین الأخيرین تحولات بنیویة كبری فرضتها الثورة الرقمية، وتطور وسائط الإعلام الجديد وتغير سلوكيات الجمهور، مما أثر بشكل مباشر في طرق إنتاج وتوزيع المحتوى الإعلامي، وأعاد رسم العلاقة بين الوسيلة الإعلامية والمتلقي. وفي هذا الإطار، برزت إشكاليات متعددة حول مدى قدرة المؤسسات الإعلامية التقليدية على مواكبة هذه التحولات، خاصة من حيث الأساليب التحريرية، وهي جوهر العملية الإعلامية. ولقد جاءت هذه المذكرة في هذا السياق لتبحث في كيفية توظيف قناة النهار TV، وهي من أبرز القنوات الخاصة في الجزائر، لأساليبها التحريرية عند الانتقال من البث التلفزيوني إلى النشر عبر منصة إنستغرام، مع التركيز على تغطية حدث سياسي خلال فترة زمنية محددة.

وقد انطلقت الدراسة من خلفية علمية تهدف إلى استكشاف التباين الأسلوبي بين وسيلتين إعلاميتين مختلفتين جوهرياً. من حيث الشكل والمضمون والجمهور، حيث جمع التحليل بين البث التلفزيوني التقليدي، الذي يتميز بمهنية راسخة، وتقاليد تحريرية متوارثة، ومنصة إنستغرام الرقمية، التي تفرض إيقاعاً سريعاً، ونمط تواصل تفاعلي وشروط قوالب تحريرية جديدة قائمة على الصورة، الاختصار، والجاذبية اللحظية. ومن هنا جاء التوجه المنهجي للدراسة، الذي اعتمد على تحليل المضمون كأداة رئيسية لرصد البنية التحريرية للمحتوى الإخباري في كلا الوسيطين.

في الفصلين الأول والثاني، تم تأصيل الإطارين المفاهيمي والمنهجي، مع تسليط الضوء على المفاهيم الأساسية مثل الإعلام الرقمي، الأساليب التحريرية، التحول الرقمي، وطبيعة منصة إنستغرام كوسيط إعلامي. كما تم التطرق إلى خصائص قناة النهار TV كحالة للدراسة، وتحليل محتواها الإخباري في النشرات التلفزيونية ومنشوراتها على المنصة الرقمية، مع الانتباه إلى الأسلوب التحريري، اللغة المكونات السمعية البصرية، وآليات التفاعل مع الجمهور.

أما في الفصل الثالث والذي يمثل جوهر العمل التطبيقي، فقد تم إجراء تحليل مقارن شامل بين النشرات السياسية التي بثتها القناة خلال الفترة المدروسة، والمنشورات السياسية التي نشرتها عبر إنستغرام في نفس الفترة، وقد سمح هذا التحليل برصد اختلافات دقيقة في الخطاب الإعلامي، سواء من حيث بنية الرسالة، أو طبيعة اللغة، أو طريقة تقديم المعلومة، أو آليات التأثير والتفاعل.

وقد أسفرت هذه المقارنة عن عدد من النتائج الجوهرية، لعل أبرزها أن قناة النهار TV تعتمد نمطين تحريريين مختلفين تبعا للوسيط المستخدم. ففي النشرات التلفزيونية، يُلاحظ التزام واضح بالمعايير المهنية التقليدية، مثل اعتماد الهرم المعتدل في ترتيب المعلومات استخدام لغة رسمية ومحايدة توظيف الصور الدلالية، والحفاظ على نبرة صوتية هادئة ومتزنة. وهو ما يعكس سعي القناة للحفاظ على مصداقيتها أمام جمهور متطلب يبحث عن المعلومة الدقيقة ضمن معالجة جادة. ن2

في المقابل، كشفت منشورات القناة على إنستغرام عن ممارسات تحريرية تبتعد في كثير من الأحيان عن العمق التحليلي. لتتبنى أسلوبا تفاعليا يقوم على الجذب البصري، واللغة الانطباعية، والصورة الرمزية، مع توظيف مؤثرات صوتية وبصرية تهدف إلى تعزيز التفاعل، حتى وإن كان ذلك على حساب التوازن أو التحليل. وقد تم ملاحظة الاستخدام المفرط للرموز التعبيرية، والعناوين التحفيزية، والموسيقى الحديثة، ما يجعل من المحتوى أقرب إلى الترويج منه إلى التفسير.

ويكشف هذا التباين التحريري عن استراتيجية مزدوجة تتبناها قناة النهار TV، حيث توفق بين خطاب مهني تقليدي في التلفزيون يستهدف جمهورا يبحث عن المصداقية، وخطاب رقمي تفاعلي في الإنستغرام، يستهدف جمهورا شابابيا أكثر ميلا للتصفح السريع والتفاعل الفوري، وهو ما يعكس تطورا في الفهم المؤسساتي لخصوصيات كل وسيلة، لكنه يطرح أيضا تحديات تتعلق بجودة المحتوى، خاصة حين يتعلق الأمر بالقب السياسية التي تتطلب معالجة معمقة ومسؤولة.

ومن خلال هذه الدراسة، يتضح أن التحولات الرقمية لم تقتصر على البنية التقنية للوسائل الإعلامية، بل امتدت إلى الأساليب التحريرية ذاتها، وإلى الطريقة التي تبنى بها الرسالة الإعلامية، ويتم بها استهداف الجمهور، فالخطاب الإعلامي السياسي المعاصر بات محكوما اليوم بثنائية جاذبية الوسيط وعمق المضمون ما يفرض على الصحفيين ومحرري المحتوى امتلاك مهارات مزدوجة مهنية عالية من جهة، وفهم خوارزميات المنصات وتوقعات الجمهور من جهة أخرى.

وتسعى هذه المذكرة، من خلال دراستها لحالة قناة النهار TV، إلى الإسهام في توسيع النقاش الأكاديمي حول مستقبل الإعلام السياسي في الجزائر، في ظل بيئة رقمية متحولة باستمرار. كما تقدم أساسا علميا لتحليل الممارسات التحريرية الجديدة، وتقترح إطارا لفهم كيفية المؤسسات الإعلامية مع التحديات المتزايدة للرقمنة، دون التفريط في المبادئ الصحفية الأساسية.

ولا تدعي هذه الدراسة الإحاطة بكل أبعاد الموضوع، لكنها تمثل لبنة أولى في مجال يحتاج إلى مزيد من البحث والتعمق، لا سيما في ما يتعلق بتأثير أساليب التحرير الرقمي على إدراك الجمهور للواقع السياسي، وعلى تمثلاته للسلطة، والمشاركة. والمواطنة الإعلامية.

فانطلاقاً من حدود هذه الدراسة، وبالنظر إلى التحولات المتسارعة في المشهد الإعلامي الرقمي، يمكن اقتراح عدد من المسارات البحثية المستقبلية، وهي:

- (1) إجراء دراسات مقارنة بين مؤسسات إعلامية مختلفة خاصة وعمومية في الجزائر، لاستكشاف مدى تباين أساليبها التحريرية الرقمية، وتفاوت استراتيجياتها في التكيف مع البيئة التفاعلية.
- (2) تحليل أثر الأساليب التحريرية الرقمية على تمثلات الجمهور السياسي، من خلال دراسات ميدانية حول سلوك التلقي والتفاعل، وارتباطه بمستوى الوعي السياسي لدى المستخدمين.
- (3) دراسة الأساليب التحريرية على منصات رقمية أخرى غير إنستغرام، مثل فيسبوك، يوتيوب، أو تيك توك، بوصفها فضاءات ذات خصوصية تحريرية مختلفة.
- (4) الربط بين التحليل التحريري والتحليل السيميولوجي، لاستكشاف الرموز والمعاني الضمنية في الصور والتصوص السياسية المنشورة عبر الوسائط الرقمية.
- (5) اقتراح نموذج تحريري جزائري متوازن، يأخذ بعين الاعتبار السياق المحلي، وطبيعة الجمهور، والمتطلبات المهنية، في ظل ضغوط الخوارزميات والمنصات العابرة للحدود.

المقابلات المنجزة في إطار الدراسة:

في إطار إنجاز مذكرة ماستر بعنوان: "واقع استخدام القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة لمنصات التواصل الاجتماعي الرقمية: دراسة مقارنة للأساليب التحريرية على البث التلفزيوني والإنستغرام

– قناة النهار TV نموذجاً – من 18 أبريل إلى 18 ماي 2025.

تم إجراء مقابلتين الأولى كانت مع مدير الاخبار بقناة النهار TV السيد محمد عصماني والثانية مع رئيس القسم السياسي للقناة السيد سليم دريد من أجل فهم الاستراتيجيات المعتمدة في إدارة المحتوى على منصة الإنستغرام مقارنة بالبث التلفزيوني.

➤ المقابلة الأولى مع: محمد عصماني – مدير الأخبار بقناة النهار TV

السؤال 1: في البداية، كيف تنظرون إلى دور إنستغرام في استراتيجية القناة الإعلامية، وهل ترونه مكملاً للبث التلفزيوني أم بديلاً عنه مستقبلاً؟

"إنستغرام أصبح جزءاً أساسياً من استراتيجيتنا الإعلامية، لكنه لا يعوّض التلفزيون، بل يكمله. نحن في عصر تعدد المنصات، والجمهور تغيّر، وأغلب الشباب اليوم لا ينتظر النشرة الإخبارية بل يتابع ما يهمه عبر هاتفه. لذلك نرى في إنستغرام وسيلة للوصول السريع والمباشر، لكن التلفزيون يبقى المنصة الرسمية التي نعتمدها في التغطيات الشاملة والمعمقة."

السؤال 2: من خلال تجربتكم، هل تختلف فعلاً الأساليب التحريرية بين البث التلفزيوني ومنصة إنستغرام؟

"نعم، بشكل كبير. في التلفزيون نحن مقيدون بالخط التحريري، التسلسل المنطقي، وأحياناً التوقيت. التقرير التلفزيوني يحتاج مقدمة، مضمون، وشهادات. أما في إنستغرام، فنعتمد على عنصر الجذب السريع، سواء بصورة قوية أو عنوان مختصر. لا نعيد نشر ما عرضناه تلفزيونياً، بل نعيد إنتاجه بصيغة رقمية تناسب طبيعة المتلقي هناك."

السؤال 3: كيف تتم صياغة المحتوى لكل منصة؟ هل هناك تنسيق بين الفريقين؟

"أكيد، هناك تنسيق دائم. فريق الأخبار يعمل مع فريق السوشيال ميديا على أساس أننا لا نكرر المحتوى بل نعيد تشكيله. التقرير التلفزيوني قد يُختصر إلى 30 ثانية على إنستغرام مع عنوان مختلف. الفكرة هي الحفاظ على جوهر الخبر لكن بطريقة تناسب طبيعة كل منصة."

➤ المقابلة الثانية مع: سليم دريد - رئيس القسم السياسي بقناة النهار TV

السؤال 1: كيف تتعاملون في القسم السياسي مع التغطية عبر التلفزيون، مقارنة بطريقة النشر على إنستغرام؟

" على التلفزيون نشتغل بمنطق شامل، نبحث عن خلفيات الموضوع، نحاول إعطاء مساحة لكل الأطراف، وغالباً ما نعتمد على ضيوف ومراسلين. أما على إنستغرام، فنحن نركز على المعلومة السريعة أو التصريح اللافت. لا مجال للشرح الطويل هناك. مثلاً، إذا كان لدينا تصريح سياسي مهم، نأخذ الجزء الأقوى منه."

السؤال 2: هل تواجهون صعوبات في توصيل الرسالة السياسية على إنستغرام؟

" نعم، هناك صعوبة في إيصال تعقيدات السياسة من خلال منصة سريعة كإنستغرام. أحياناً نفهم بشكل خاطئ إذا لم يكن التحرير محكماً. لذلك نركز على اختيار العبارات والصور بعناية، حتى لا نقع في التأويل أو الاختزال المخل."

السؤال 3: هل هناك اختلاف في طريقة اختيار العناوين بين البث التلفزيوني ومنصات التواصل؟

" طبعاً. في التلفزيون العنوان يكون غالباً إخبارياً، مباشراً، ويرتبط بالمحتوى الكامل للتقرير. أما في إنستغرام، نلجأ أحياناً إلى عناوين تثير الفضول، أو ما نسميه "العنوان الجاذب"، والهدف هو دفع المتابع للتفاعل أو التعليق. التحرير هنا يخدم التفاعل أكثر من التفسير."

قائمة المصادر و المراجع

• كتب مرجعية:

- ماكلوهان، مارشال. (2005). الفهم الإعلامي: الامتدادات التكنولوجية للإنسان (ترجمة حسن عماد مكاي، ط. 1). القاهرة، مصر: الدار الدولية للنشر والتوزيع.
- جنكينز، هنري. (2013). ثقافة الالتقاء: حيث يلتقي الإعلام القديم والجديد (ترجمة فاطمة الشيدي، ط. 1). الدوحة، قطر: مشروع كلمة - هيئة أبوظبي للسياحة والثقافة.
- وولف، مانويل. (2012). الإعلام الجديد: الوضع الراهن وآفاق المستقبل (ترجمة هشام عبد الله، ط. 1). بيروت، لبنان: المنظمة العربية للترجمة.
- العربي، أحمد. (2013). مقدمة في الإعلام الجديد (ط. 1). عمان، الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
- مجموعة مؤلفين. (2018). موسوعة الإعلام الجديد (ط. 1). بيروت، لبنان: دار الفكر العربي.
- زيدان، ع. ر. (2020). الإعلام التقليدي والرقمي: تفاعل لا صراع. القاهرة: دار النخبة.
- يوسف، ك. (2019). الإعلام والتحول الرقمي (ط. 2). بيروت: دار الفارابي.
- الحاج، ف. (2021). البيئة الرقمية وتغير الممارسة الإعلامية. الجزائر: دار الخلدونية.
- بوزيد، ح. (2020). الإعلام الجديد وتغير الأنساق الاتصالية (ط. 1). الجزائر: دار الرفقاء للنشر.
- الرئيس، خ. (2019). الإعلام الرقمي: المفاهيم والتطبيقات (ط. 2). الرياض: دار الزهراء للنشر.
- قندوز، ف. (2020). من التلفزيون إلى الوسائط الرقمية: دراسة في سوسيولوجيا الاتصال. بيروت: دار الفارابي.
- العزاوي، ن. (2021). التحرير الصحفي في العصر الرقمي. القاهرة: دار النخبة.
- شلش، فاطمة. (2018). (الإعلام: المفاهيم والوظائف). دار أسامة: عمان.
- خليفة، نضال. (2020). وظائف الإعلام في عصر التحول الرقمي. مجلة علوم الإعلام والاتصال، العدد 13، جامعة الجزائر 3.
- عبد المجيد، نصر الدين. (2019). الإعلام في عصر الرقمنة. الجزائر: دار الهدى.
- عبد الحميد، محمد. (2000). تحليل المضمون في بحوث الإعلام. القاهرة: عالم الكتب.
- العياضي، نصر الدين. (2005). (مدخل إلى تحليل الخطاب الإعلامي). الجزائر: دار القصة.
- عدس، عبد الرحمن. (1999). أسس البحث العلمي. عمان: دار الفكر.

- عبيدات، ذوقان، عدس، عبد الرحمن، وأبو نصار، سالم. (2003). *أساليب البحث العلمي: منظور تطبيقي*. عمان: دار الفكر.
- حسن، عبد الغني محمد (1998). *مناهج وأساليب البحث العلمي*. القاهرة: مكتبة الأنجلو المصرية.
- الطيطي، محمد. (2000). *أساسيات البحث العلمي في التربية والعلوم الإنسانية*. عمان: دار المسيرة.
- علي، فؤاد. (2009). *الصحافة والتلفزيون في العصر الرقمي*. القاهرة: دار الفجر.
- بوطاروس، ن. (2024). *المنصات الرقمية الإعلامية الجزائرية بين تحدي الواقع والتطلع نحو المستقبل*. مخبر دراسات الإعلام والوسائط الرقمية، جامعة العربي بن مهيدي أم البواقي. تاريخ القبول 30 ماي. 2024.
- طفياني، ز. (2021). *قراءة في تجاذبات العلاقة بين الإعلام التقليدي والإعلام الجديد* *. مجلة معالم للدراسات الإعلامية والاتصالية *. (2)3
- أبو شنب، ح. (إشراف) *. (2016). *إنتاج المواد الإعلامية* *. جامعة فلسطين، سلسلة الدراسات الإعلامية.
- حمزة، ك. م. *. (2006). *تحليل مضمون الخطاب الاتصالي: سوسيولوجيا فهم الآخر* *. بيت الحكمة، قسم الاجتماع، كلية الآداب، بغداد.
- الشعراوي، أ.، & المصري، ع. (س.ن. *). *مدخل إلى التحرير الإعلامي* *. الجامعة الافتراضية السورية.
- العبيدي، محمد. (2023). *الإعلام الرقمي: الأسس النظرية والممارسات المهنية وحدود التلقي*. المركز الديمقراطي العربي.
- الحصين، سامي بن عمر. (2023). *الإعلام الرقمي الجديد: أدواته وأشكاله واستراتيجيته*. دار الخليج للنشر.
- الزهراني، أحمد. (2022). *الإعلام الرياضي الرقمي*. دار النشر العربية.
- الشمري، فاطمة. (2021). *تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الصحافة التقليدية*. دار الفكر المعاصر.
- الهاشمي، خالد. (2020). *التحول الرقمي في الإعلام العربي: التحديات والفرص*. دار النشر الحديثة.
- العنزي، نورة. (2023). *الإعلام الرقمي والتعليم: دراسة تحليلية*. دار المعرفة.

- النعيمي، حسن. (2022). الصحافة الإلكترونية ومستقبل الإعلام. دار النشر الوطني.
- السيد، ليلي. (2021). الإعلام الرقمي وتأثيره على الرأي العام. دار الثقافة.
- البلوشي، ماجد. (2020). الإعلام الرقمي في الخليج: دراسة مقارنة. دار الخليج.
- الجميل، سارة. (2023). الإعلام الرقمي والهوية الثقافية. دار النشر العربي.

• مقالات مرجعية بالعربية :

- مناجلية، هـ. س. ن. (الإعلام الجديد: الواقع والخصائص. جامعة عنابة.
- ليل، ع. ا.، & علم الدين، م * . (2010). فن التحرير الصحفي). *تلخيص: ياسر الهواري).
- بوثلجي، إ * . (2021). محاضرات مقياس فنيات التحرير في الصحافة المكتوبة * [محاضرات موجهة لطالبات السنة الثانية ليسانس، تخصص إعلام واتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة لونييسي علي البليدة.2]
- العبيدي، محمد. (2023). الاتجاهات الجديدة للإعلام الرقمي: الذكاء الاصطناعي كمحرك للابتكار الإعلامي. المجلة الجزائرية للاتصال والإعلام الرقمي، 5(2)، 45-60.
- الحصين، سامي بن عمر. (2023). أخلاقيات الإعلام الرقمي بين الممارسة والتطبيق: دراسة تحليلية. مجلة الدراسات الإعلامية، 12(1)، 78-95.
- الزهراني، أحمد. (2022). أثر وسائل الإعلام الرقمي على إدارة الأزمات في شركات الاتصالات. مجلة البحوث الإعلامية، 10(3)، 102-118.
- الشمري، فاطمة. (2021). تأثير وسائل التواصل الاجتماعي على الصحافة التقليدية. مجلة الإعلام الجديد، 8(2)، 55-70.
- الهاشمي، خالد. (2020). التحول الرقمي في الإعلام العربي: التحديات والفرص. مجلة الدراسات الإعلامية، 7(1)، 33-48.

• مجلات علمية بالعربية :

- علاء، م. (2017). الإعلام الجديد: المفهوم، الخصائص، والعوامل التي تميزه عن الإعلام التقليدي وطبيعة العلاقة بينهما *. مجلة الرسالة للدراسات الإعلامية*، (1-2)، 1
- الحصين، س. ب. ع. (ع. س. ن. *). (الإعلام الجديد: خصائصه وأنماطه ودوره. *مؤتمر الشباب المسلم والإعلام الجديد، مكة المكرمة.
- أسعيد، س.، & بن عمروش، ف. (2023). واقع الإنتاج التلفزيوني الجزائري في ظل توظيف التكنولوجيا الرقمية *. المجلة الجزائرية للعلوم الاجتماعية والإنسانية*، (1)، 11، 458-475
- طهري، ي. أ.، مصنوعة، أ. (2022). استخدام موقع التواصل الاجتماعي إنستغرام في تحسين الصورة الذهنية للمؤسسة الخدمية: دراسة حالة وكالة أماكن للسياحة بالجلفة *. مجلة اقتصاديات الأعمال والتجارة*، (1)، 7، 335-349
- طهري، ي. أ. (2021). وظائف قطاع الإعلام الجديد في ظل تطبيقات الويب: الانتقال من مهن التحرير الإعلامي إلى مهن التسويق الرقمي *. مجلة الآداب والعلوم الاجتماعية*، (18)، 67-83.
- بن عيسى، ل. (2024). توظيف القنوات التلفزيونية الجزائرية لمقاطع فيديو الريلز على مواقع التواصل الاجتماعي. المجلة الجزائرية للإعلام والاتصال، (2)، 15، 45-60.
- سليمان، ن. (2023). استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة. مجلة الدراسات الإعلامية، (3)، 10، 70-85.
- بن عمر، ر. (2024). تحليل استراتيجيات التسويق الرقمي للقنوات التلفزيونية الجزائرية. مجلة الإعلام والتسويق، (4)، 6، 45-62.
- بلعربي، خ. (2025). تقييم استخدام القنوات التلفزيونية الجزائرية لوسائل التواصل الاجتماعي في تغطية الأحداث. مجلة الإعلام المعاصر، (1)، 9، 55-70.

• مقالات مرجعية اجنبية :

- Scolari, C. A. (2018). "Theories of Digital Media." Journal of Media and Communication Studies.
- Agarwal, A. (2019). "Digital Journalism and Social Media: A Comparative Study." Journal of Digital Media & Policy.
- Hamdani, Z. (2018). *Analyse comparative entre le journalisme traditionnel et le journalisme de solution* [Mémoire de master, Université Abdelhamid Ibn Badis de Mostaganem, Faculté des langues étrangères, Département de français].

• اطروحات سابقة بالعربية :

- مدد، ل* (2013). أثر استخدام الإنترنت لدى الشباب الجامعي على وسائل الإعلام التقليدية : دراسة تطبيقية على عينة من طلبة كلية العلوم السياسية والإعلام، جامعة الجزائر] *مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر 3 ، كلية علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتصال استراتيجي].
- أبو لاهي، م.، الجوزي، ع* (2021). أثر وسائل الإعلام في التنشئة السياسية في الجزائر * [مذكرة ماجستير، جامعة أحمد دراية أدرار، كلية الحقوق والعلوم السياسية، قسم العلوم السياسية، تخصص تنظيمات سياسية وإدارية].
- مزود، ل* (2022). استخدام الشباب لمنصات البث الرقمي :ننفليكس نموذجاً :دراسة ميدانية لعينة من طلبة جامعة المسيلة] *مذكرة ماجستير، جامعة محمد بوضياف المسيلة، قسم الإعلام والاتصال].
- مرواني، م* (2018). أطروحة دكتوراه في علم الاجتماع، تخصص علم اجتماع الاتصال * [جامعة عبد الحميد بن باديس مستغانم، كلية العلوم الاجتماعية].
- ابن رجم، أ* (2019). وسائل الإعلام والاتصال وعلاقتها بالرأي العام في الجزائر] *مذكرة ماجستير، جامعة 8 ماي 1945 قالمة، قسم علم الاجتماع].

• كتب مرجعية اجنبية :

- Hill, J. W. (2004). *Television and new media* (1st ed.). New York, NY: Routledge.
- Verdon, L. (2010). *Le journalisme à l'ère numérique*. Paris, France: L'Harmattan.
- Tert, J.-M. (2015). *Les médias traditionnels à l'épreuve du numérique*. Paris, France: Presses Universitaires de France.
- Lasswell, H. D. (1948). The Structure and Function of Communication in Society. In L. Bryson (Ed.), *The Communication of Ideas*. New York: Harper.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). London: Sage Publications.
- Wright, C. R. (1960). Functional Analysis and Mass Communication. *Public Opinion Quarterly*, 24(4), 605–620.
- Noelle-Neumann, E. (1993). *The Spiral of Silence: Public Opinion – Our Social Skin*. University of Chicago Press.
- Donders, K., Pauwels, C., & Loisen, J. (Eds.). (2023). *Private Television in Western Europe: Content, Markets, Policies*. Palgrave Macmillan.
- Paterson, C. (2023). *The International Television News Agencies: The World from London*. Barnes & Noble.
- Cohen, A. (2023). *Foreign News on Television: Where in the World Is the Global Village?*. Barnes & Noble.
- Marsh, H. (2023). *Seeking Truth in International TV News: China, CGTN, and the BBC*. Routledge.
- Alter, A. (2023). *Irresistible: The Rise of Addictive Technology and the Business of Keeping Us Hooked*. Penguin Press.
- Lorenz, T. (2023). *Extremely Online: The Untold Story of Fame, Influence, and Power on the Internet*. Simon & Schuster.

- Stokel-Walker, C. (2023). TikTok Boom: China's Dynamite App and the Superpower Race for Social Media. Canbury Press.
- Klein, N. (2023). Doppelganger: A Trip into the Mirror World. Allen Lane.
- Ronson, J. (2023). So You've Been Publicly Shamed. Riverhead Books.
- Jenkins, T. (2023). Strangers and Intimates: The Rise and Fall of Private Life. FT Press.

قائمة المحتويات

1.....	شكر و عرفان
ب.....	الاهداء
ت.....	ملخص الدراسة
1.....	مقدمة:
6.....	الإطار المنهجي للدراسة
7.....	إشكالية الدراسة:
9.....	تساؤلات الدراسة
10.....	أسباب اختيار الدراسة
11.....	أهمية الدراسة
12.....	اهداف الدراسة
13.....	نوع و منهج الدراسة
15.....	أدوات الدراسة المستخدمة
17.....	مجتمع و عينة الدراسة
19.....	حدود الدراسة
20.....	أهم مصطلحات الدراسة
23.....	الدراسات السابقة و حدود الاستفادة منها
27.....	الإطار النظري والمفاهيمي
28.....	الفصل الأول: الاعلام و التحرير في البيئة الرقمية
29.....	تمهيد:
30.....	المبحث الأول: الإعلام بين النموذج التقليدي والرقمي
30.....	المطلب الأول: مفهوم الإعلام التقليدي
34.....	المطلب الثاني: وظائف الإعلام التقليدي
36.....	المطلب الثالث: نمط إنتاج وتوزيع المحتوى في الإعلام التقليدي
42.....	المطلب الرابع: السياق العام للتحوّل نحو الإعلام الرقمي
46.....	المطلب الخامس: الخصائص المميزة للإعلام الرقمي
47.....	المطلب السادس: الفرق الجوهرى بين الإعلام التقليدي والرقمي
49.....	المطلب السابع: المنصات الرقمية كبيئة اتصالية جديدة
53.....	المبحث الثاني: التحرير الإعلامي في ظل الرقمنة
53.....	المطلب الأول: تعريف الأساليب التحريرية

المطلب الثاني: الخصائص العامة للأساليب التحريرية.....	56
المطلب الثالث: الوظائف التحريرية.....	58
المطلب الرابع: تطور الأساليب التحريرية في ظل التحوّلات الرقمية.....	60
المطلب السادس: الانتقال من الإلقاء إلى المشاركة في البيئة الرقمية.....	62
المبحث الثالث: إنستغرام كوسيط إعلامي رقمي.....	64
المطلب الأول: التعريف بمنصة إنستغرام.....	64
المطلب الثاني: آليات التواصل والنشر على منصة إنستغرام.....	65
المطلب الثالث: خصائص النشر عبر منصة إنستغرام.....	67
المطلب الرابع: حضور المؤسسات الإعلامية التقليدية على منصة إنستغرام (الفرص والتحديات).....	68
ملخص الفصل.....	71
الفصل الثاني: الأساليب التحريرية لقناة النهار TV كحالة دراسة.....	72
تمهيد.....	73
المبحث الأول: قناة النهار TV والتحول الرقمي.....	74
المطلب الأول: لمحة عامة عن القناة.....	74
المطلب الثاني: استراتيجيات قناة النهار في تقديم المحتوى الإخباري.....	75
المطلب الثالث: التحول الرقمي في قناة النهار TV: من البث التقليدي إلى الحضور الرقمي.....	76
المبحث الثاني: الأساليب التحريرية في نشرات الأخبار التلفزيونية.....	77
المطلب الأول: بنية الخطاب الإخباري التلفزيوني.....	77
المطلب الثاني: اللغة والأسلوب في النشرة الإخبارية.....	78
المطلب الثالث: أنواع ومكونات النشرة الإخبارية التلفزيونية.....	80
المبحث الثالث: الأساليب التحريرية على إنستغرام.....	82
المطلب الأول: الخصائص التحريرية للنشر الإخباري على منصة إنستغرام.....	82
المطلب الثاني: خصائص الخطاب البصري واللغوي في منشورات الصفحة.....	83
المطلب الثالث: التفاعل مع الجمهور كجزء من العملية التحريرية الرقمية.....	85
الإطار التطبيقي للدراسة.....	88
تمهيد.....	89
بطاقة فنية لقناة النهار TV اسم القناة: قناة النهار TV.....	90
عرض و تحليل و تفسير الجداول.....	91
تحليل و مناقشة نتائج الدراسة.....	190
خلاصة الفصل.....	193

207.....	الخاتمة
210.....	المقابلات المنجزة في إطار الدراسة
212.....	قائمة المصادر و المراجع
215.....	قائمة الجداول
220.....	قائمة المحتويات

قائمة الجداول

الصفحة	محتوى الجدول	رقم الجدول
91	يمثل الفئات الدلالية للفيديو	الجدول رقم 1
92	يمثل المؤشرات المرئية للفيديو	الجدول رقم 2
92	يمثل الفئات التحليلية للفيديو	الجدول رقم 3
93	يمثل البعد البصري للمنشور	الجدول رقم 4
94	يمثل المعطيات التقنية للفيديو 2	الجدول رقم 5
95	يمثل الفئات التحليلية للفيديو 2	الجدول رقم 6
96	يمثل ابعاد الفيديو	الجدول رقم
96	يمثل المعطيات التقنية للفيديو 2	الجدول رقم 8
97	يمثل معطيات للفيديو	الجدول رقم 9
98	يمثل الفئات التحليلية لمضمون الفيديو 2	الجدول رقم 10
98	يمثل الرسائل الضمنية للفيديو 2	الجدول رقم 11
101	يمثل الفئات الموضوعية للفيديو 3	الجدول رقم 12
101	يمثل التحليل الكمي للفيديو 3	الجدول رقم 13
102	يمثل التحليل الكيفي لفئات الفيديو 3	الجدول رقم 14
102	يمثل التحليل الكمي لمضمون المنشور 3	الجدول رقم 15
103	يمثل الفئات التحليلية للفيديو 3	الجدول رقم 16

104	يمثل الفئات التحليلية للفيديو 4	الجدول رقم 17
105	يمثل التحليل الكمي للفيديو 4	الجدول رقم 18
106	يمثل فئات التحليل للفيديو 4	الجدول رقم 19
107	يمثل مؤشرات المنشور 4	الجدول رقم 20
107	يمثل الفئات التحليلية للفيديو 4	الجدول رقم 21
108	يمثل الفئات التحليلية للفيديو 5	الجدول رقم 22
109	يمثل التحليل الكمي للفيديو 5	الجدول رقم 23
110	يمثل التحليل الكمي للمنشور 5	الجدول رقم 24
111	يمثل الفئات التحليلية للمنشور 5	الجدول رقم 25
113	يمثل التحليل الكمي للفيديو 6	الجدول رقم 26
114	يمثل الوظائف الاتصالية للمنشور 6	الجدول رقم 27
115	يمثل الفئات التحريرية في تحليل الفيديو 7	الجدول الرقم 28
115	يمثل التحليل الكمي للفيديو 7	الجدول الرقم 29
119	يمثل الفئات التحليلية للمنشور 7	الجدول الرقم 30
119	يمثل التحليل الكمي للمنشور 7	الجدول الرقم 31
120	يمثل خلاصة تحليل للمنشور 7	الجدول الرقم 32
121	يمثل الفئات التحليلية للفيديو 8	الجدول الرقم 33
122	يمثل التحليل الكمي للفيديو 8	الجدول الرقم 34

123	يمثل البيانات العامة للمنشور 8	الجدول الرقم 35
123	يمثل التحليل الكمي للمنشور 8	الجدول رقم 36
126	يمثل توزيع المحتوى حسب الفئات الموضوعية	الجدول 37
127	يمثل توزيع حسب نوع الخطاب والتحرير	الجدول 38
139	يمثل فئات تحليل المضمون	جدول رقم 39
140	يمثل رموز وقيم متكررة في الخطاب	جدول رقم 40
144	يمثل فئات تحليل المضمون	جدول رقم 41
146	يمثل الفئات الدلالية للمضمون	جدول رقم 42
150	يمثل الفئات الكمية للفيديو	جدول رقم 43
151	يمثل الفئات الكيفية للفيديو	جدول رقم 44
152	يمثل الفئات التحليلية للفيديو	جدول رقم 45
159	يمثل الفئات الدلالية للمنشور	جدول رقم 46
160	يمثل الفئات الدلالية المصنفة للفيديو	جدول رقم 47
161	يمثل التحليل الكمي للفيديو	جدول رقم 48
166	يمثل المعطيات العامة للمنشور	جدول رقم 49
172	يمثل التحليل الكمي للمنشور	جدول رقم 50
172	يمثل الفئات الرئيسية للمضمون	جدول رقم 51
173	يمثل العناصر السيميولوجية للفيديو	جدول رقم 52

173	يمثل الدلالات الاتصالية للفيديو	جدول رقم 53
174	يمثل الكلمات المتكررة	جدول رقم 54
175	يمثل تصنيف الفئات التحليلية	جدول رقم 55
177	يمثل فئات تحليل المضمون	جدول رقم 56
178	يمثل مقارنة للأساليب التحليلية	جدول رقم 57
179	يمثل الأساليب التحليلية للصورة	جدول رقم 58
179	يمثل الأساليب التحليلية للصوت	جدول رقم 59
180	يمثل مقارنة شاملة	جدول رقم 60
180	يمثل أساليب التحرير النصي	جدول رقم 61
181	يمثل تحرير الصورة	جدول رقم 62
182	يمثل تحرير الصوت	جدول رقم 63
183	يمثل جدولة مقارنة شاملة	جدول رقم 64
183	يمثل أمثلة عن التحرير	جدول رقم 65
184	جدول رقم 66: يمثل تحرير الصورة في السمعى البصري	جدول رقم 66
184	يمثل تحرير الصوت في السمعى البصري	جدول رقم 67
189	يمثل نتائج المقارنة بين المنصتين	جدول رقم 68

قائمة الملاحق

المدرسة العليا للصحافة وعلوم الاعلام والاتصال

استمارة تحليل المضمون:

تقدم هذه الاستمارة في إطار انجاز مذكرة تخرج لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام و الاتصال في تخصص وسائل الاعلام مجتمعات وثقافة تحت عنوان: "واقع استخدام القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة لمنصات التواصل الاجتماعي الرقمية دراسة مقارنة للأساليب التحريرية المستخدمة في البث التلفزيوني وعلى صفحة الانستغرام - قناة النهار TV نموذجاً - (من 18 افريل الى 18 ماي 2025):"

الاستمارة تتعلق بتحليل الاستمارة تتعلق بتحليل محتوى النشرات والبرامج السياسية في البث التلفزيوني لقناة النهار TV ، وكذا منشورات صفحة الإنستغرام الخاصة بها خلال الفترة الممتدة من 18 أفريل إلى 18 ماي 2025.

لذلك يرجى التمعن في الاستمارة و الاطلاع عليها.

كتابة الملاحظات التي ترونها بوضع علامة (+) للإشارة إلى الفئة المناسبة للتحليل، أو علامة (-) للإشارة إلى الفئة الغير مناسبة لاستمارة التحليل.

تحت اشراف:

د. وهيبة بلحاجي

من اعداد الطالبة:

عماري رزان

السنة الجامعية:

2025-2024

أولاً: البيانات الخاصة بالصفحة الخاضعة للتحليل:

- اسم القناة والصفحة: قناة النهار TV البث التلفزيوني + صفحة الإنستغرام ENNAHAR TV

- رابط الصفحة على إنستغرام: <https://www.instagram.com/ennahartv>

- تاريخ الزيارة: من 20 افريل الى 18 ماي 2025

فئات الشكل:

1- فئة الوسائط المتعددة:

☐ نص

☐ فيديو مرفق بصورة

☐ نص مرفق بصورة

2- فئة نوع الخطاب البصري:

☐ نوع الخطاب البصري

☐ صور إعلامية رسمية

☐ رموز وطنية

☐ صور سياسيين/مؤتمرات

☐ لقطات من الميدان

4 - فئة اللغة المستخدمة في المنشورات:

عربية فصحي ☐ عامية ☐ لغات اجنبية ☐ مزيج ☐

5 - فئة اللغة المستخدمة في التعليقات:

☐ عربية فصحي

☐ عامية

☐ لغات اجنبية

☐ مزيج

-فئة الأساليب الاقتناعية المعتمدة:

☐ التحريض بشكل غير مباشر

☐ التمجيد

☐ التهويل احيانا

☐ التبسيط او الاثارة

فئات المضمون:

1 - فئة الموضوع:

- ☐ تغطية أحداث سياسية راهنة
- ☐ الترويج لمواقف السلطة
- ☐ التضخيم أو التهويل
- ☐ تقديم رواية رسمية
- ☐ التفاعل مع تصريحات مسؤولين
- ☐ مقارنات سياسية أو تلميحات أيديولوجية

2 - فئة التعليقات والتفاعل الجماهيري مع المنشور:

- ☐ تعليقات مؤيدة للسلطة
- ☐ تعليقات منتقدة للأسلوب أو المضمون
- ☐ استخدام الميمز أو السخرية
- ☐ تعليقات محايدة

3 - فئة المصدر:

- ☐ مواد انتجتها القناة
- ☐ منشورات من الصفحة (رأي، بيان، نداء...)
- ☐ إعادة نشر مواد رسمية

4- فئة الفاعلين:

☐ إدارة الصفحة ENNAHAR TV

☐ متفاعلون من الجمهور

☐ سياسيون كضيوف

5- فئة الأهداف:

☐ الترويج للمحتوى السياسي الرسمي

☐ التفاعل مع الجمهور

☐ التأثير في الرأي العام

☐ تقديم وجهة نظر القناة

☐ تبسيط الأخبار السياسية

7- فئة الاتجاه أو الموقف نحو المنشورات:

☐ ايجابي

☐ سلبي (ضمنيا او في تعليقات الجمهور)

☐ حيادي



المنشور رقم 2



المنشور رقم 1



المنشور رقم 4



المنشور رقم 3



المنشور رقم 6



المنشور رقم 5



المنشور رقم 8



المنشور رقم 7



المنشور رقم 10



المنشور رقم 9



المنشور رقم 12



المنشور رقم 11



المنشور رقم 2 (14)



المنشور رقم 1 (13)



المنشور رقم 4 (16)



المنشور رقم 3 (15)



المنشور رقم 6 (18)



المنشور رقم 5 (17)



المنشور رقم 8 (20)



المنشور رقم 7 (19)



المنشور رقم 10 (22)



المنشور رقم 9 (21)



المنشور رقم 12 (24)



المنشور رقم 11 (23)