



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة باتنة 01 الحاج لخضر _ باتنة
كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية
قسم علوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات
عنوان الأطروحة:



تأطير القضايا السياسية الجزائرية عبر صفحات القنوات الإخبارية
في موقع الفيسبوك
- دراسة تحليلية مقارنة بين صفحتي التلفزيون العمومي والبلاد -

أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه ل.م.د.
تخصص: صحافة مطبوعة وإلكترونية

تحت إشراف الاستاذة:

إعداد الطالبة:

مريم نريمان نومار

عولمي دلال

● لجنة المناقشة:

الرقم	الاسم واللقب	الرتبة	الجامعة	الصفة
1	د. سيهام بوزيدي	أستاذ محاضر (أ)	باتنة 01	رئيساً
2	د. مريم نريمان نومار	أستاذ محاضر (أ)	باتنة 01	مشرفاً ومقرراً
3	د. إسماعيل شرقي	أستاذ محاضر (أ)	باتنة 01	ممتحناً
4	د. فتيحة كيحل	أستاذ محاضر (أ)	قسنطينة 3	ممتحناً
5	د. ليلي فرشة	أستاذ محاضر (أ)	جامعة الأمير عبد القادر قسنطينة	ممتحناً

السنة الجامعية: 2025/2024

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر وتقدير

ومن لا يشكر الناس لا يشكر الله.

يسعدنا أن نتقدم بعظيم الشكر والتقدير إلى الاستاذة الفاضلة "نريم نريمان نومان"

على إشرافها وسعيها الجهد وتشجيعها المستمر للوصول إلى المبتغى والتي أنارت
لي الطريق لإخراج هذا العمل بصورته الجليلة.

كما نتقدم بجزيل الشكر "للأستاذة الأفاضل" الذين تلقينا منهم العلم والمعرفة طيلة
مرحلة الدراسة.

وختاماً ندعو الله أن يتقبل علمنا هذا خالصاً لوجهه الكريم.

الإهداء

إلى والدي الكريمين أبي وأمي أطال الله في عمرهما

إلى... إخوتي وأخواتي الأعزاء.

إلى براعم الأمل .. أبناء أختي إسحاق ومرام.

إلى كل الرفاق والرفيقات والزملاء والزميلات.

وخاصة إلى صديقتي خلود البكري ورشيده ميهوبي وامال غرزولي وإلى

كل زملاء الدفعة.

إلى أساتذتي الأجلاء في مختلف الأطوار التعليمية.

نهدي هذا العمل ليكون ثمرة يستفاد منه.

عولمي
عولمي

دلال

المُلخَص

ملخص الدراسة:

تهدف هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية تأطير القضايا السياسية الجزائرية عبر صفحات القنوات الإخبارية "التلفزيون العمومي" وقناة "البلاد" في موقع الفيسبوك، والكشف عن مدى إهتمام صفحات الدراسة بالقضايا السياسية الجزائرية، وكيف تم تصويرها من خلال الأطر الإعلامية التي وظفتها، والتعرف على أوجه الشبه والاختلاف بين صفحات القنوات الإخبارية عينة الدراسة في الأطر.

بالاعتماد على المنهج الوصفي التحليلي والمنهج المقارن، وأداة تحليل المحتوى مستندة إلى نظرية الأطر الإعلامية، تم استخدام المنهج المقارن للمقارنة بين تأطير القضايا السياسية في صفحتي القناتين.

استندت الدراسة إلى أسلوب الحصر الشامل، حيث تم جمع البيانات من خلال تصميم استمارة تحليل المضمون الخاصة بالقضايا السياسية الجزائرية على صفحتي التلفزيون العمومي والبلاد في موقع الفيس بوك، بهدف الكشف عن نوعية المادة الإعلامية ومصادرها.

وخلصت الدراسة الى مجموعة من النتائج أهمها:

اهتمام صفحة " التلفزيون العمومي" بالقضايا السياسية الجزائرية بشكل اكبر مقارنة بصفحة قناة "البلاد"، كما كشفت الدراسة أن صفحة التلفزيون العمومي اعتمدت على فن التقرير الصحفي بشكل كبير وهي الأعلى نسبة من بين نسب باقي الفنون الصحفية الأخرى، أما صفحة البلاد وظفت الخبر الصحفي بنسبة أكبر.

كشفت الدراسة أن إتجاه الإطار الغالب في صفحة قناة البلاد على موقع الفيس بوك كان محايدا في تأطير القضايا السياسية الجزائرية، بينما إحتلت صفحة التلفزيون العمومي المرتبة الأعلى في الإتجاه المؤيد.

بينت الدراسة أن إطار التعاون وإطار المسؤولية، تصدرا قائمة الأطر الإعلامية الأكثر أهمية التي تم إعتماؤها في تأطير القضايا السياسية الجزائرية في صفحات القنوات الإخبارية عينة الدراسة.

الكلمات المفتاحية: الأطر، القضايا السياسية، موقع الفيس بوك، التلفزيون العمومي، البلاد.

Abstract:

This study aims to identify how Algerian political issues are framed through the pages of the news channels "Public Television" and "Al-Bilad" channel on Facebook, and to reveal the extent of the interest of the study pages in Algerian political issues, and how they were portrayed through the media frameworks they employed, and to identify the similarities and differences between the pages of the news channels of the study sample in the frameworks.

Relying on the descriptive analytical approach and the comparative approach, and the content analysis tool based on the theory of media frames, the comparative approach was used to compare the framing of political issues on the pages of the two channels.

The study was based on the comprehensive inventory method, as data was collected by designing a content analysis form for Algerian political issues on the pages of Public Television and Al-Bilad on Facebook, with the aim of revealing the type of media material and its sources.

The study concluded with a set of results, the most important of which are:

The "Public Television" page is more interested in Algerian political issues compared to the "Al-Bilad" channel page. The study also revealed that the public television page relied heavily on the art of journalistic reporting, which is the highest percentage among the other journalistic arts, while the Al-Bilad page employed journalistic news to a greater extent.

The study revealed that the dominant frame trend on the Al-Bilad channel page on Facebook was neutral in framing Algerian political issues, while the public television page ranked highest in the supportive trend.

The study showed that the framework of cooperation and the framework of responsibility topped the list of the most important media frameworks that were

adopted in framing Algerian political issues on the pages of the news channels in the study sample.

Keywords: Frames, political issues, Facebook, public television, Al-Bilad

الفهارس

فهرس المحتويات.....

العناوين.....

فهرس الجداول.....ص

المقدمة.....أ-د

الفصل الاول: موضوع الدراسة ومنهجيتها وإطارها النظري.....

أولاً: موضوع الدراسة.....01

1- تحديد الإشكالية وتساؤلاتها.....01

2- أهمية الدراسة.....05

3- أهداف الدراسة.....06

ثانياً: تحديد مفاهيم الدراسة.....07

1-القضية.....07

2-1-لغة.....09

2-2- إصطلاحا.....10

2- السياسة.....11

3- موقع الفيسبوك.....12

4- التلفزيون العمومي.....13

- 14.....البلاد
- 15.....الدراسات السابقة.5-
- 16.....الدراسات السابقة باللغة الأجنبية.5-1
- 25.....الدراسات السابقة باللغة العربية.5-2
- 35.....التعليق على الدراسات السابقة الدراسات السابقة.5-3
- 55.....ثالثا: الإطار النظري للدراسة (نظرية الأطر الإعلامية)
- 56.....01- مفهوم نظرية الأطر الإعلامية
- 59.....02- أنواع الأطر الإعلامية
- 61.....03- نماذج نظرية الأطر الإعلامية
- 63.....04- سمات نظرية الأطر الإعلامية
- 64.....05- نقاط القوة في نظرية الأطر الإعلامية
- 66.....06- توظيف نظرية الأطر الإعلامية في موضوع الدراسة
- 38.....رابعا: الإجراءات المنهجية للدراسة
- 38.....1- نوع الدراسة والمنهج المستخدم
- 39.....1-1- منهج الدراسة
- 41.....2- أدوات جمع البيانات
- 49.....3- مجتمع البحث وعينة الدراسة
- 51.....4- مجالات الدراسة
- 71.....5- صدق وثبات التحليل

الفصل الثاني: الإطار التوثيقي للدراسة.....

أولا : ماهية مواقع التواصل الاجتماعي.....70

1- تعريف مواقع التواصل الاجتماعي وخصائصها.....70

2- نشأة مواقع التواصل والتطورها.....73

3- الفيسبوك وخدمات مواقع التواصل الإجتماعي.....75

- الفيسبوك.....75

- خدمات مواقع التواصل الإجتماعي.....81

ثانيا: علاقة وسائل الإعلام التقليدية بمواقع التواصل الإجتماعي.....83

ثالثا: البعد السياسي لمواقع التواصل الإجتماعي في الجزائر.....84

1- وسائل الإعلام ومواقع التواصل الإجتماعي(سياق العلاقة).....84

2- شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر(مؤشرات وإحصائيات).....85

3- ثنائية شبكات التواصل الاجتماعي والفعل السياسي(التوظيف السياسي لشبكات

التواصل الاجتماعي).....86

4- آلية تاثير الخبر السياسي في مواقع التواصل الإجتماعي.....89

الفصل الثالث:الجانب التطبيقي للدراسة.....

أولا. تحليل فئات الشكل.....94

ثانيا. تحليل فئات المضمون.....109

الخاتمة.....148

قائمة المراجع.....151

الملاحق.....160

فهرس الحداول.....

رقم الجدول	عنوان الجدول	الصفحة
01	إجمالي الموضوعات التي تناولت القضايا السياسية الجزائرية المنشورة على صفحات عينة الدراسة (التلفزيون العمومي والبلاد).	
02	يوضح طبيعة المواضيع المتعلقة بالقضايا السياسية الجزائرية.	
03	يوضح الفنون الصحفية التي تستخدمها صفحة القنوات الإخبارية التلفزيون العمومي والبلاد في نشرها للقضايا السياسية الجزائرية.	
04	يوضح عناصر الإبراز التي تعتمد عليها الصفحة عينة الدراسة في نشر المضمون.	
05	يوضح أنواع الروابط الخاصة بالمنشورات المتعلقة بالقضايا السياسية الجزائرية.	
06	يبين الإطار اللغوي المستخدم في منشورات صفحات القنوات الإخبارية عينة الدراسة.	

07	يوضح نوعية المصادر التي تستند إليها المعلومات والأخبار المنشورة على صفحتي عينة الدراسة.
08	يوضح الشخصيات الفاعلة في القضايا السياسية الجزائرية.
09	يوضح نوع الأطر وفقا لتقسيمها الى أطر عامة وأطر خاصة في صفحتي الدراسة.
10	يوضح الأطر الإعلامية للقضايا السياسية الجزائرية في صفحتي الدراسة.
11	يوضح اتجاه الأطر في صفحتي الدراسة.
12	يوضح الأطر المرجعية في صفحتي الدراسة.
13	يوضح إستراتيجيات الإقناعية المستخدمة في عرض المضمون على صفحتي عينة الدراسة.

مقدمة

مقدمة:

شهدت تقنيات الاتصال تطوراً هائلاً عبر العصور، وأسهمت هذه التحولات في صياغة منظومة اجتماعية جديدة، حيث تغيرت أساليب تواصل الأفراد وتفاعلهم مع بعضهم البعض بشكل جذري. وتعتبر شبكة الإنترنت من أبرز مظاهر هذا التطور التكنولوجي في مجال الاتصال والمعلومات؛ إذ أتاحت للأفراد التواصل الفوري؛ مما يسهل تبادل الرسائل وإجراء المحادثات الحية. كما أصبح بإمكان الأفراد الوصول إلى الأخبار والمعلومات لحظة وقوعها، ومشاركة الوسائط المتعددة كالصور والفيديوهات عالية الدقة، مما يعزز من تدفق المعلومات ويسهم في تقريب المسافات بين المجتمعات في العالم.

مع ظهور الجيل الثاني من الإنترنت، الذي اتسم بتطور كبير في سرعة الاتصال وانتشار المحتوى الرقمي، برزت وسائل التواصل الاجتماعي مثل تويتر وفيسبوك وإنستغرام كأدوات رئيسية لتعزيز التواصل بين الأفراد والمجتمعات. ولم يقتصر دور هذه المنصات على تبادل الرسائل والصور، بل أصبحت بيئات تفاعلية غنية تتيح للمستخدمين التعبير عن آرائهم ومشاركة تجاربهم. وقد أسهمت هذه الوسائل في تغيير الطريقة التي يتفاعل بها الناس مع الأخبار والمشاركة في النقاشات العامة حولها عبر التعليقات والمشاركة وإعادة التغريد، ما يخلق فضاءات رقمية ديناميكية تعزز من تفاعل المجتمعات حول قضايا متعددة ومواضيع ذات اهتمامات مشتركة.

يُعتبر فيسبوك من أبرز وأكبر مواقع الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم، حيث يشكل منصة اجتماعية شاملة بفضل مجموعة من الخصائص الفريدة التي تميزه عن غيره من المواقع. من أهم هذه الخصائص قدرته على تقديم خدمات مبتكرة تلبي احتياجات المستخدمين، ومن أبرزها خاصية "الصفحات"، وهي مساحات مصممة لتمكين الأفراد والمؤسسات والمنظمات من تمثيل أعمالهم ومشاريعهم أو الترويج لموضوعات تهمهم. تتيح الصفحات للمستخدمين بناء قاعدة متابعين مهتمة بمحتواهم، حيث يمكنهم نشر المعلومات والمحتوى بشكل منظم ومركزي، مما يسهل وصول المتابعين إلى المحتوى الذي يثير اهتمامهم.

هذا الهيكل المنظم جعل فيسبوك منصة مفضلة للمؤسسات الإعلامية لنشر محتواها والوصول إلى جمهور واسع ومتنوع. كما يتيح فيسبوك استهداف جمهور معين وتوسيع دائرة الانتشار عبر تفاعل المستخدمين مع المحتوى من خلال التعليقات والمشاركة، مما يعزز من وصول المحتوى إلى جمهور أكبر ويسهم في زيادة التفاعل وتوسيع دائرة المتابعين المستهدفين.

استهدفت هذه الدراسة تحليل القضايا السياسية المنشورة على صفحات القنوات الإخبارية الجزائرية على موقع فيسبوك، بهدف فهم تأثير الأداء الإعلامي في معالجة هذه القضايا. في وقت تشكل فيه المواضيع السياسية أولوية قصوى لبعض المؤسسات الإعلامية الجزائرية، حيث تقوم بعرضها وتحليلها بشكل مكثف، مثل التلفزيون العمومي وقناة البلاد. وتركز هذه القنوات على تقديم القضايا السياسية المتعلقة بالجزائر باستخدام أساليب صحفية متنوعة لتحليلها وتبسيطها للجمهور. وجاء اختيار هاتين القناتين بالتحديد في هذه الدراسة

لأن إحداهما حكومية والأخرى خاصة، مما يوفر فرصة لدراسة التباين في معالجة الإعلام الرسمي مقارنةً بالإعلام الخاص للقضايا السياسية عبر صفحتهم الرسمية على فيسبوك. اعتمدت الدراسة على نظرية التأطير الإعلامي، التي تتيح فهماً معمقاً لكيفية تأطير الإعلام للقضايا وتأثير ذلك على إدراك الجمهور واهتمامه بها. تتكون الدراسة من أربعة فصول موزعة على النحو التالي:

الفصل الأول: تناولنا فيه الإطار المنهجي للدراسة، إذ قمنا بضبط إشكالية الدراسة وصياغة تساؤلاتها، وتحديد أهمية الدراسة وأهدافها، بالإضافة إلى تحديد مفاهيم ومصطلحات الدراسة الأساسية، ثم تم التطرق إلى الدراسات السابقة والمثابرة التي تم تقسيمها إلى الدراسات الأجنبية والدراسات باللغة العربية، ثم أوجه الإستفادة من الدراسات السابقة، أما فيما يتعلق بالخطوات والإجراءات المنهجية للدراسة، فقد تم تحديد نوع الدراسة والمنهج المستخدم، وتحديد أداة جمع البيانات، وأيضاً تحدد مجتمع البحث وعينة الدراسة مع بيان الصدق والثبات، التي تعد من أهم الخطوات والإجراءات المنهجية للوصول إلى النتائج المرجوة، أما في الخطوة الموالية تم عرض نظرية تحليل الأطر الإعلامية كمدخل نظري للدراسة.

الفصل الثاني: تم الحديث فيه عن مواقع التواصل الاجتماعي والفيس بوك وذلك بتحديد المفهوم والتطور التاريخي لها، وأيضاً التطرق إلى أبرز مواقع التواصل الاجتماعي مثل: الفيسبوك، ودوافع الانضمام إليها والخصائص والخدمات التي تقدمها، وبعدها التطرق إلى موقع الفيسبوك الذي هو محور دراستنا وذلك بالتطرق إلى النشأة، والخدمات.

الفصل الثالث: جاء هذا الفصل تحت مسمى البعد السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر، تم فيه الحديث أولاً: عن وسائل الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي (سياق العلاقة)، أما ثانياً تم الحديث عن شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر (مؤشرات وإحصائيات)، أما ثالثاً: تم الحديث فيه عن ثنائية شبكات التواصل الاجتماعية والفعل السياسي (التوظيف السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي)، أما رابعاً التحدث عن أليات تأطير الخبر السياسي.

الفصل الرابع: فقد تم تخصيصه لعرض وتحليل بيانات الدراسة، حيث قمنا بعرض البيانات الخاصة بفئات التحليل المتعلقة بفئات الشكل وكيفية تحليلها، ثم فئات المضمون وطريقة تحليلها، وفي الأخير تم عرض النتائج التي تم التوصل إليها ومقارنتها مع نتائج الدراسات السابقة، كما أنه تم السعي لشرح كيفية استخدام النظرية المتبناة في عمليات عرض النتائج وتحليلها.

الفصل الأول: موضوع الدراسة، ومنهجيتها وإطارها النظري

أولاً: موضوع الدراسة

1- تحديد الإشكالية وتساؤلاتها.

2- أهمية الدراسة.

3- أهداف الدراسة.

4- مفاهيم الدراسة.

5- الدراسات السابقة

1.5. الدراسات السابقة باللغة الأجنبية

2.5. الدراسات السابقة باللغة العربية

3.5. التعليق على الدراسات السابقة

ثانياً: الإطار النظري للدراسة

1- مفهوم نظرية الأطر الإعلامية

2- أنواع الأطر الإعلامية

3- نماذج نظرية الأطر الإعلامية

4- سمات نظرية الأطر الإعلامية

5- نقاط القوة والضعف

6- توظيف نظرية تحليل الأطر الإعلامية.

ثالثًا: الإجراءات المنهجية للدراسة

1- نوع الدراسة والمنهج المستخدم.

1-1- منهج الدراسة

2- أدوات جمع البيانات

3- مجتمع البحث وعينة الدراسة

4- مجالات الدراسة

1- صدق وثبات التحليل.

أولاً: موضوع الدراسة

1- إشكالية الدراسة وتساؤلاتها.

شهدت السنوات الأخيرة ثورة تكنولوجية قادت إلى تدفق غير مسبوق للمعلومات، ما أحدث تحولات جذرية في عالم الإعلام والاتصال. فقد أعادت التقنيات الحديثة صياغة أساليب جمع الأخبار وتوزيعها، وطرق إستهلاكها، خاصة مع ظهور الإنترنت في أواخر القرن العشرين، الذي فتح آفاقاً جديدة لوسائل الاتصال ومصادر المعلومات. ومع تطور التقنية ودخول الجيل الثاني للإنترنت، برزت منصات التواصل الاجتماعي كأحد أبرز تطبيقاته، مما جعلها جزءاً أساسياً من الحياة اليومية.

أثرت هذه المنصات بشكل كبير على البيئة الإعلامية، حيث تحول "فيسبوك" إلى منصة رئيسية ساهمت في تغيير أساليب نشر الأخبار وتداول المعلومات، وجعلت عملية الوصول إلى الأخبار ومشاركتها أكثر سرعة وانتشاراً. ويُعد فيسبوك اليوم أداة فعالة للوصول إلى الجمهور المستهدف، حيث أحدث هذا التحول التكنولوجي تغييرات عميقة في كيفية تناول القضايا واستهلاك الأخبار. فلم تعد وسائل الإعلام التقليدية تستخدم منصات التواصل الاجتماعي كأدوات ثانوية، بل أصبحت جزءاً جوهرياً من استراتيجياتها، مما يعكس التوجه الحديث في البيئة الإعلامية الجديدة؛ فوسائل الإعلام التقليدية تعتمد على هذه المنصات لعرض محتواها بطرق تفاعلية ومتاحة على مدار الساعة، ما يسمح للجمهور بمتابعة الأخبار والمشاركة فيها بأساليب تفاعلية وآنية.

لقد أثرت هذه التحولات في كيفية عرض القضايا، لا سيما القضايا السياسية، حيث باتت منصات مثل فيسبوك تتيح للإعلاميين والمستهلكين فرصة تبادل الآراء ومشاركة المحتوى في بيئة تفاعلية. هذا التحول دفع العديد من وسائل الإعلام التقليدية إلى تأسيس صفحات رسمية على منصات التواصل الاجتماعي، خاصة فيسبوك، بهدف تعزيز التواصل المباشر مع جمهورهم من خلال هذه الصفحات، الأمر الذي مكن وسائل الإعلام التقليدي من الوصول إلى جمهور أوسع وأكثر تنوعاً، يتسم بالانفتاح على المعلومات وبالقدرة على التفاعل الفوري مع المحتوى المنشور، مما يعكس إدراك المؤسسات الإعلامية لخصائص الجمهور الجديد وحاجته إلى التواصل المستمر والتفاعل المباشر مع الأخبار.

مكنت تطبيقات التواصل الاجتماعي القنوات الإعلامية التقليدية من تقديم محتوى متنوع من صور وفيديوهات ونصوص، مما يسهل على الجمهور الوصول إلى المعلومات بشكل سريع وسلس وجذاب، ويعزز تفاعل الجمهور من خلال الاعتماد على استراتيجيات تواصل فعّالة. كما تسعى القنوات العمومية والخاصة إلى استخدام هذه التطبيقات لزيادة تفاعلها مع الجمهور، عبر تقديم محتوى شامل يلبي احتياجات فئات المجتمع المختلفة، وتوظف وسائل تفاعلية مثل البث المباشر والمحتوى القابل للمشاركة، مما يعزز دورها كمنبر إعلامي يلائم طبيعة الجمهور.

ويمكن تفسير هذا النهج الإعلامي من خلال نظرية التأطير الإعلامي، حيث تعتمد وسائل الإعلام على وضع المعلومات ضمن سياقات معينة للتأثير على كيفية فهم الجمهور

للأحداث. من خلال التأطير، يتم تقديم المحتوى بطرق تبرز عناصر معينة، ما يوجه انتباه الجمهور إلى زوايا محددة للحدث ويؤثر على تفاعله وتفسيره للمعطيات. في هذا السياق، يمكن القول إن استخدام هذه التطبيقات يعكس محاولة وسائل الإعلام للاستجابة إلى تفضيلات الجمهور واهتماماته في العصر الرقمي، مما يعزز قدرتها التنافسية في المشهد الإعلامي الجديد ويزيد من تأثيرها على الرأي العام من خلال اختيار أطر محددة تناسب توجهات الجمهور الرقمي.

ومن هذا المنطلق تأتي هذه الدراسة لتبحث في الكيفية التي تتناول بها وسائل الإعلام، خاصة المرئية منها، القضايا السياسية في صفحاتها على فيسبوك، وذلك من خلال تحليل الأطر المستخدمة من قبل كل من التلفزيون العمومي الجزائري وقناة البلاد في عرضها للقضايا السياسية الجزائرية، فضلاً عن الأطر المرجعية التي اعتمدت عليها. وذلك من خلال طرح التساؤل الرئيسي التالي: كيف أطرت القنوات الإخبارية (التلفزيون العمومي والبلاد) عبر صفحاتها في موقع الفيسبوك القضايا السياسية الجزائرية؟

التساؤلات الفرعية:

1. ما هي أنواع القضايا السياسية الجزائرية التي تم نشرها علي صفحات القنوات الإخبارية التلفزيون العمومي والبلاد في موقع الفيس بوك؟
2. ما هي القوالب الصحفية التي اعتمدها القنوات الإخبارية (التلفزيون العمومي، والبلاد) عبر صفحاتهم في موقع الفيس بوك في تأطير القضايا السياسية الجزائرية؟

3. ما هي الوسائط المتعددة التي استخدمتها القنوات الإخبارية التلفزيون العمومي والبلاد عينة الدراسة عبر صفحاتها في موقع الفيس بوك في تأطير القضايا السياسية الجزائرية؟
4. ما هي أنواع الروابط التي اعتمدت عليها القنوات الإخبارية التلفزيون العمومي والبلاد على صفحاتها في موقع الفيس بوك في تأطير القضايا السياسية الجزائرية؟
5. ماهو الإطار اللغوي الذي استخدمته القنوات الإخبارية "التلفزيون العمومي" و" قناة البلاد" على صفحاتها في موقع الفيس بوك في تأطير القضايا السياسية الجزائرية؟
6. ما هي مصادر الأخبار التي اعتمدت عليها قناة التلفزيون العمومي والبلاد على صفحاتهم في موقع الفيس بوك في تأطير القضايا السياسية الجزائرية؟
7. ما هي الشخصيات الفاعلة التي اعتمدت عليها القنوات الإخبارية التلفزيون العمومي والبلاد على صفحاتها في موقع الفيس بوك في تأطير القضايا السياسية الجزائرية؟
8. ما هي نوع الأطر الإعلامية (عامة، خاصة) التي استخدمتها قنوات التلفزيون العمومي والبلاد على صفحاتهم في الفيس بوك في تأطير القضايا السياسية الجزائرية؟
9. ما هي الأطر الإخبارية التي استخدمها " التلفزيون العمومي" و" قناة " البلاد في تأطير القضايا السياسية الجزائرية عبر صفحاتهم في موقع الفيس بوك؟
10. ما هي الأطر المرجعية التي اعتمدت عليها القنوات الإخبارية " التلفزيون العمومي" و" البلاد " عبر صفحاتها في موقع الفيس بوك في تأطير القضايا السياسية الجزائرية؟

11. ما اتجاه الأطر التي استخدمتها صفحات القنوات الإخبارية "التلفزيون العمومي"

و"البلاد" في تأطير القضايا السياسية الجزائرية؟

12. ما هي الاستمالات الإقناعية المستخدمة في تأطير القضايا السياسية الجزائرية على

صفحتي القنوات عينة الدراسة؟

2- أهمية الدراسة:

تستقي دراستنا أهميتها من محاولة تأطير القضايا السياسية في وسائل الإعلام العمومية

والخاصة في الجزائر، هذه الأخيرة التي شهدت العديد من المحطات السياسية الأخيرة

الفاصلة والفارقة في تاريخها السياسي اخرها الحراك الشعبي بمسيرات مليونية، جعلت

الإعلام الجزائري في محاكمة شعبية صورية من طرف الشعب الجزائري لعدم تغطيته

للحراك، ليتبادر إلى الذهن التساؤل حول مدى إختلاف المعالجات الإعلامية للقضايا

السياسية بين الإعلام العام والإعلام الخاص

وهو ما تناولته دراستنا في سياقها المقارن لصفحات الفيسبوك للقنوات الإخبارية " التلفزيون

العمومي" و قناة " البلاد"، خاصة أن هذه المواقع إستطاعت أن تستفرد بالمواطن الجزائري

وتظفر بحيز كبير من إهتمامه اليومي.

كما تكمن أهمية هذه الدراسة في كونها قد تجاوزت أطر التحليل في الدراسات السابقة

التقليدية التي ركزت فقط على الإعلام التقليدي العمومي والخاص بالتلفزيون والراديو

والصحف.

لنتقل دراستنا هذا الموضوع إلى أفاق جديدة بتناولها نوع الأطر المعالجة لهذا الإعلام التقليدي لكن في صورته الرقمية، وذلك بتناول صفحات موقع الفيسبوك الخاصة بقناة التلفزيون العمومي وقناة البلاد.

3- أهداف الدراسة:

- التعرف على عملية تأطير القضايا السياسية الجزائرية بداية من التعرف على أنواع القضايا السياسية المنشورة على صفحات القنوات الإخبارية للتلفزيون العمومي وقناة البلاد على موقع الفيس بوك.

- تحديد الأطر التي وظفتها هذه الصفحات الفيسبوكية لكل من التلفزيون العمومي وقناة البلاد في رصد وتوصيف نوعية الأطر الخبرية التي يتم عرض المضمون من خلالها.

- التعرف على مصادر المادة الإعلامية التي يعتمد عليها كل من التلفزيون العمومي وقناة البلاد عبر صفحاتهم الفيسبوكية في تأطير القضايا السياسية الجزائرية

- التعرف على الفنون الصحفية التي اعتمدت عليها القنوات الإخبارية التلفزيون العمومي والبلاد عبر صفحات الفيس بوك في تأطير القضايا السياسية

- التعرف على نوع الإطار (عام، خاص) الذي اعتمدت عليه صفحات القنوات الإخبارية (التلفزيون العمومي والبلاد) في تأطير القضايا السياسية الجزائرية عبر صفحاتها الفيسبوكية

-التعرف على أهم عناصر الإبراز التي استخدمتها القنوات الإخبارية عين الدراسة عبر

صفحات الفيس بوك في تأطير القضايا السياسي الجزائرية

-التعرف على الأطر المرجعة التي اعتمدت عليها كل من القنوات الإخبارية محل الدراسة

عبر صفحاتها الفيسبوكية في تأطير القضايا السياسة الجزائرية.

4- تحديد مفاهيم الدراسة:

إن التحديد الواضح للمفاهيم والمصطلحات أصبح أمراً ضرورياً لأي بحث أو دراسة، إذ أن

من واجب الباحث عند صياغته للمشكلة تحديد المفاهيم التي سيستخدمها، وكلما كان تحديد

المفاهيم دقيقاً، سهل على القراء الذين يتابعون البحث إدراك المعاني والأفكار التي يريد الباحث

التعبير عنها، من دون أن يختلفوا في فهم ما يقول (المشهداني، 2017، صفحة 83).

فالمفهوم لا يعتبر مجرد أداة لتسهيل الفهم فحسب، بل هو أيضاً طريقة للتصور والتنظيم،

فالمفهوم ينظم الواقع ويحتفظ بالصفات المميزة للظواهر، ويشكل أول خطوة في عملية التصنيف

والتنظيم وسط الانطباعات المتنوعة التي يتلقاها الباحث. (عمار، 1993، صفحة 53)

وبناء عليه فإن مفاهيم دراستنا كالاتي:

1- الإطار أو التأطير أم الأطر:

إن مفهوم الأطر الإعلامية (Media Frames) يُعدّ أحد المفاهيم الجوهرية التي تشكّل أساس

العديد من النظريات والمداخل النظرية التي تسعى إلى فهم دور وسائل الإعلام وتأثيراتها. وهو

من المفاهيم الحديثة التي توضح كيف تقوم وسائل الإعلام بتشكيل وتوجيه آراء الجمهور حول مختلف القضايا والموضوعات. وبالتالي، يُعدّ هذا المفهوم من الركائز الأساسية لفهم كيفية عمل وتأثير وسائل الإعلام على المعالم الذهنية والاتجاهات التي يكوّنها الجمهور.

وفي مجال الدراسات الإعلامية هناك خلاف بين الباحثين حول استخدام مصطلح علمي موحد للإشارة لعملية التأطير (farming) على الرغم من هذا الخلاف هناك ثلاث مصطلحات رئيسية مستخدمة في هذا المجال وهي: "التأطير" (farming): وهو المصطلح الأكثر شيوعاً والذي يشير إلى عملية الاتصال المتعددة الأطراف التي من خلالها يتم تشكيل وتقديم الواقع الإعلامي، ومصطلح الأطر (Frames)، أو الإطار (Frame) وهو مصطلح يشير إلى الزوايا والجوانب التي من خلالها يتم تغطية الأحداث والموضوعات والشخصيات والقضايا المختلفة في الإعلام، وتأثيرها على الجمهور، فيما يشير مصطلح إطار (framework) وهو مصطلح يشير إلى إطار العمل ولكنه لا يعبر بدقة عن المقصود بعملية التأطير (عدة، 2021، صفحة 315)

إنّ فالإطار كما عرف إنتمان: "ENTMAN": الإطار بأنه اختيار بعض جوانب الواقع دون غيرها للتركيز عليها في النص الإعلامي، ويتضمن هذا الإطار إتباع أسلوب أو مسار محدد في معالجة القضية أو المشكلة المطروحة، ويشمل هذا المسار تحديد طبيعة القضية وتفسير أسباب حدوثها، بالإضافة إلى تقييم أبعادها الأخلاقية والجوانب المختلفة المرتبطة بها، كما يتضمن طرح فرضيات وحلول محتملة للقضية" (Robert, 1993, p. 52)

مضيفاً إنتمان أن تأثير الأطر لا يتحقق فقط من خلال إبراز بعض الجوانب في الأحداث أو الوقائع، ولكن أيضاً من خلال الحذف أو الإغفال لجوانب أخرى، أو تقديم توصيات خاصة من جانب القائم بالاتصال.

وعليه فالإطار الإعلامي هو الفكرة المحورية التي تنتظم حولها الأحداث الخاصة بقضية معينة (تامي، 2022، صفحة 893)

2- القضايا السياسية:

-تعريف القضية لغويا:

تعريف ومعنى القضية في معجم المعاني الجامع - معجم عربي عربي جاء كما يلي: (المعاني، 2024)

قضية: اسم

- الجمع : قَضِيَّات و قَضَايا
- القَضِيَّةُ : الحُكْم
- القَضِيَّةُ :مسألةٌ يُتَنَازَعُ فيها وتُعَرَضُ على القاضي أو القُضاة للبحثِ والفصل
- القَضِيَّةُ (في المنطق) : قولٌ مكوّنٌ من موضوع ومحمول يحتمل الصدق والكذب لذاته، ويصحُّ أن يكونَ موضوعًا للبرهنة والجمع : قضايا.

تعريف القضية اصطلاحا:

إثبات نظري يقدم بشكل عام كحقيقة جزئية بحيث إن نقيضها (Antithese) هو صحيح أيضا وتستخدم القضية أو الأطروحة للدلالة على موقف معين نلتزم بالدفاع عنه ضد اعتراضات الخصم كدفاع فيلسوف عن وجهة نظره من قضية محددة أو تأكيد رجل سياسي على فكرته في مواجهة أفكار خصومه. كما تستخدم في الجامعة للدلالة على بحث يقدمه للحصول على درجة علمية من خلال إثباته لوجهة نظر معينة بطريقة منهجية منطقية، ولهذا نجد القضية تستخدم كسلاح شديد الفعالية في الصراع السياسي والنقشات السياسية بهدف دحض مزاعم الغير أو نقص حجة الخصوم (الكياي، صفحة 785)

تعريف السياسة اصطلاحا:

- علم الحكومة وفن علاقات الحكم، وتطلق على مجموعة الشؤون الرعية التي تهم الدولة أو الطريقة التي سلكها الحكام.

أو أنها تنظيم أمور الدولة وتدبير شؤونها، وقد تكون شرعية أو تكون مدنية، فإذا كانت شرعية كانت أحكامها مستمدة من الدين، وإذا كانت مدنية كانت قسما من الحكمة العملية وهي لحكمة السياسية أو علم السياسة.

فيما يرى بعض أهل الاختصاص بأنها تشير إلى السلوك المتعلق بالمؤسسات وعمليات الحكم، فإن البعض الآخر يعتبرها العملية التي تتعامل بمقتضاها الجماعة البشرية مع مشكلاتها وصولا إلى أهدافها (جاسم، 2018، صفحة 03)

تعريف القضايا السياسية اصطلاحا:

يرى روبرت دال أن القضايا السياسية هي تلك المطالب أو الاهتمامات التي يسعى المواطنون إلى تحقيقها من خلال المؤسسات السياسية والحكومات. ويؤكد أن هذه القضايا تتعلق بتوزيع الموارد، السلطة، والحقوق داخل المجتمع، وتشكل محور العمل السياسي والمنافسة بين الفاعلين السياسيين. (Dahl، 1971)

بينما يركز ديفيد إيستون على أن القضايا السياسية جزء من النظام السياسي، حيث يعرفها بأنها "المخرجات" التي يتعامل معها النظام السياسي من خلال مطالبة الأفراد والجماعات بحلول للمشكلات الاجتماعية والاقتصادية، ويعتبر أن القضايا السياسية هي جزء من عملية تفاعلية حيث تقوم الحكومة بتقديم حلول لمطالب الأفراد. (Easton، 1965)

ويدعمه في هذا الرأي سارتوري حيث يرى أن القضايا السياسية هي تلك التي تتعلق بعملية اتخاذ القرارات الحاكمة داخل المجتمع. وهو يعتبر أن هذه القضايا تشمل السياسات العامة، والإجراءات التشريعية والتنفيذية، وتمس المصالح العامة والخاصة التي تؤثر على المجتمع. (Sartori، 1987)

التعريف الاجرائي للقضايا السياسية الجزائرية: يقصد بالقضايا السياسية الجزائرية في هذه الدراسة مختلف المواضيع التي ترتبط بمجريات الأحداث السياسية في الجزائر منها الموضوعات المتعلقة بالنظام السياسي والحزبي في الجزائر والعلاقات بين السلطات الحكومية والقضايا الاقتصادية والاجتماعية ذات البعد السياسي، والقضايا الأمنية والخارجية ذات التأثير السياسي والمسائل المتعلقة بالحريات السياسية والديمقراطية، والتعددية الحزبية والعملية الانتخابية والتي تم التركيز عليها من قبل القنوات الإخبارية التلفزيون العمومي والبلاد من خلال منشوراتهم على موقع الفيس بوك في الفترة الزمنية الممتدة من (01 سبتمبر الى غاية 30 نوفمبر 2023)،

وذلك بتحليل كيفية تأطير هذه القضايا السياسية الجزائرية، بإجراء دراسة تحليلية مقارنة بين الصفحات محل الدراسة.

3- موقع الفيس بوك:

هناك تباين واضح في الآراء والتعريفات التي يقدمها الباحثون والمختصون لموقع فيسبوك وطبيعته وهذا التباين في التعريفات ينبع من اختلاف الزوايا التي ينظر منها الباحثون إلى الفيسبوك، حيث يركز كل منهم على جانب معين من جوانبه المتعددة والمتشعبة، ولا شك أن هذا التنوع في وجهات النظر يعكس مدى التعقيد والتشابك الذي يميز طبيعة هذا الموقع وتأثيره المتنامي على مختلف مناحي الحياة، وعليه يعرف موقع الفيسبوك حسب الباحث Gunter kinkoph Sherry بأنه واحد من الشبكات الاجتماعية، ومكان يجتمع فيه أفراد المجتمع بحيث يتيح لهم التفاعل مع بعضهم البعض، وتبادل الصور والفيديوهات ومختلف المعلومات، مع إمكانية التواصل مع الأصدقاء وزملاء العمل والدراسة، وبناء علاقات مختلفة على سطح الملفات الشخصية" (خلة و بوسنان، 2022، صفحة 607)

كما يعرف بأنه: "موقع من مواقع التواصل الاجتماعي، يسمح للمشاركين به بالتواصل مع بعضهم البعض عن طريق استخدام أدوات الموقع وتكوين روابط و صداقات جيدة من خلاله، كما يسمح للأشخاص الطبيعيين بصفتهم الحقيقية أو الأشخاص الاعتباريين كالشركات والهيئات والمنظمات بالمرور من خلاله وفتح آفاق جديدة لتعريف المجتمع بهويتهم". (نفيسة، 2020، صفحة 381)

4-التلفزيون العمومي:

-**التعريف الاصطلاحي:** هو المؤسسة الإعلامية السمعية البصرية، التي تخضع مباشرة لسلطة عمومية ملكية، أو رئاسية أو حكومية، هدفها بالدرجة الأولى الخدمة العمومية لا الربح(رزوق، 2020، صفحة 22)

تمثل المؤسسة العمومية للتلفزيون، أهم جهاز إعلامي في الجزائر، وهي مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي وتجاري، وتتمتع بالشخصية المعنوية والاستقلال المالي، موضوعة تحت وصاية وزير الإعلام.

تضطلع بمهام رئيسية يحددها دفتر شروط بموجبه تتابع في وسائطها الاتصالية النشاطات الرسمية لمؤسسات الدولة بالتبليغ والبت وفق ما يقتضيه الصالح العام للبلاد كما تضطلع بمهمة التوجيه والتنقيف.

تم بسط السيادة على المؤسسة الوطنية للتلفزيون في 28 أكتوبر 1962.

عرفت عدة تحولات إلي مؤسسة البث الإذاعي والتلفزيوني ثم إلي مؤسسة "الإذاعة والتلفزيون ثم إلي المؤسسة الإذاعية والتلفزيون إلي غاية صدور المرسوم رقم 86-147 المؤرخ 01 جويلية 1986 والذي بموجبه أنشأت المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري كقناة عمومية على البرامج المتنوعة ذات البعد الوطني والمحلي في الدرجة الأولى، وكذا المجتمع الدولي ومختلف قضاياها الراهنة التي تحرص أن تقدمها إلي الجمهور الجزائري بشفافية كاملة.

يضمن التلفزيون الجزائري التغطية على كامل التراب الوطني وهذا من أجل الوصول بأهدافه الاجتماعية والثقافية إلى كل شرائح الجزائر العميقة، إذ تتركز اهتمامات التلفزيون الجزائري كقناة عمومية على البرامج المتنوعة ذات البعد الوطني والمحلي في الدرجة الأولى، وكذا المجتمع الدولي ومختلف قضاياها الراهنة، التي تحرص أن تقدمها إلى الجمهور الجزائري بشفافية كاملة. كما يسهر التلفزيون الجزائري على مواكبة التقنيات الجديدة وتكنولوجيات الإعلام والاتصال، من خلال توسيع حركية الرقمنة داخل المؤسسة والتركيز على العمل بأجهزة متطورة وتنقسم المؤسسة إلى 06 مديريات سياسية هي:

مديرية الأخبار والإنتاج والبرمجة والخدمات التقنية والتجهيز والإدارة العامة والعلاقات الخارجية، بإضافة إلى مركز الأرشيف المحطات الجهوية والمديريات التجارية. (<https://www.ministerecommunication.gov.dz/ar/node/82>)

- قناة البلاد:

هي قناة جزائرية شرعت في البث رسميا يوم 19 مارس 2014، اشتهرت بالبرامج الحوارية والتحقيقات الحصرية وبرامج رياضية وثقافية واجتماعية وترفيهية عديدة، كما أنها تقدم نشرات إخبارية على رأس كل ساعة، مديرتها العام هو السيد يوسف جمعة

-البث الحي <http://www.elbilad.net/static/tv>

-الموقع الإلكتروني <http://www.elbilad.net>

ومقرها 52 شارع ديدوش مراد بالعاصمة، تبث القناة على قمر النايل سات على التردد 10922

أفقي 27500 (<https://areq.net/m/AF.html>)

5- الدراسات السابقة

مراجعة الدراسات السابقة هي عنصر مهم وأساسي في المنهجية البحثية، فهي نقطة البداية في إعداد وإنجاز وكتابة البحوث العلمية، حيث ورد مصطلح مراجعة الدراسات السابقة في المراجع العربية والأجنبية تحت مسميات مختلفة، مثل "مراجعة الأدبيات"، "مراجعة البحث العلمي"، "مراجعة التراث الإنساني"، "المراجعة الدقيقة للبحوث السابقة" في اللغة العربية، و Relatedresearch أو Relatedliterature أو reviewing the littérature في اللغة الأجنبية.

إن مراجعة الدراسات السابقة تساعد في تحديد أدوات القياس التي ثبت نجاحها في البحوث السابقة، وتجنب الأدوات التي لم تحقق الغرض المنشود، وبذلك فهي نقطة انطلاق مهمة في إعداد وكتابة البحوث العلمية. (سلام، 2020، صفحة 14).

5-1- الدراسات السابقة باللغة الأجنبية

الدراسة الأولى:

التي قام بها سيلفسترسيننو أوفوري - (2018) بعنوان: "تشاط الهاشتاج كشكل من أشكال

العمل السياسي -دراسة تحليلية لحملة # BBOG-

سعى الباحث من خلال دراسته إلى التعرف على كيفية تأطير وسائل الإعلام عينة الدراسة لحملة "#BringBack OurGirls" وذلك خلال الفترة الزمنية من شهر ماي إلى غاية شهر جويلية 2014، وتقوم هذه الدراسة بتقييم كيفية قيام وسائل الإعلام الإخبارية في نيجيريا والمملكة المتحدة والولايات المتحدة بتأطير حملة النشاط (#BBOG) وإيجاد اختلافات رئيسية في التغطية الإخبارية، باستخدام التحليل النوعي.

وتم الإعتماد في هذه الدراسة على صحيفتين وطنيتين رائدتين: Vanguard و This Day (نيجيريا)، و The Guardian و The Times (المملكة المتحدة)، و The Washington Post و The New York Times (الولايات المتحدة). تعد الصحف الوطنية الرائدة مفيدة لتأطير الدراسات لأن المواد الإخبارية من المرجح أن يكون لها تأثير متتالي على وسائل الإعلام الأخرى، وآراء النخبة، وفي نهاية المطاف الرأي العام

تمثل هذه المنشورات جانباً لا يتجزأ من الخطابات الوطنية في بلدانها. والجدير بالذكر أن Vanguard و This Day تعتبران مستقلتين عن السيطرة السياسية في نيجيريا، مما يسمح لهما بانتقاد سياسة الحكومة بحرية على غرار نظيرتيهما في المملكة المتحدة والولايات المتحدة. كما تعد كل هذه المطبوعات من بين العشرة الأوائل من حيث التوزيع والقراءة في بلدانها.

وتم أخذ العينات وجمع البيانات باستخدام قاعدة بيانات LexisNexis، من خلال فحص الأشهر من مايو إلى يوليو 2014، والتي تمثل انطلاق وتصاعد حملة #BBOG. وبعد تجربة مصطلحات بحث مختلفة (#BringBack OurGirls)، و #BBOG، و Bring Back

(Our Girls)، لم يكن هناك اختلافاً كبيراً في عدد المقالات الإخبارية التي تم استرجاعها. وتم استخدام أيضاً مصطلح البحث القائم على الهاشتاج لأن الاهتمام كان بكيفية تأطير وسائل الإعلام الرئيسية لحملة #BBOG، وليس فقط بعملية الإختطاف التي تقوم بها بوكو حرام. وأسفر البحث الأولي عن 45 و51 قصة إخبارية على التوالي لصحيفة "ذيس داي" و"فانجارڊ" في نيجيريا. 10 و13 قصة إخبارية على التوالي لصحيفة واشنطن بوست ونيويورك تايمز في الولايات المتحدة. و10 وأربع قصص إخبارية على التوالي لصحيفة الغارديان والتايمز في المملكة المتحدة. بالنسبة لجميع المنشورات الستة، تمت إزالة القصص التي تحتوي على إشارات غير رسمية أو هامشية لـ #BBOG. وقام الباحث أيضاً بإزالة المقالات (على سبيل المثال، من وكالات الأنباء والرسائل الموجهة إلى المحررين) التي لم يتم إنشاؤها بواسطة الصحف المركزية. وكانت هذه الخطوة ضرورية نظراً لاهتمام الدراسة بكيفية تأطير المؤسسات الإخبارية المختارة للحملة. أدت عمليات الفحص هذه إلى تقليص المجموعة الإجمالية للقصص الإخبارية. وفي النهاية، قم الباحث بتحليل 12 مقالاً من المملكة المتحدة، و14 من الولايات المتحدة، و14 من نيجيريا. على الرغم من المجموعة النهائية الصغيرة نسبياً المستخدمة في التحليل، إلا أنها كانت نتيجة اختيار وفحص منهجي

وجاءت النتائج على النحو التالي:

تأطير وسائل الإعلام النيجيرية لحملة #BBOG قدم تأطير الصحافة النيجيرية لحملة #BBOG المنظور الأكثر واقعية ومحلياً وسياقياً.

واعتمدت على إطار الاحتجاجات وردود أفعال الشرطة وانتقادات وإطار إجراءات الحكومة إلى دعوات المجتمع الدولي للمشاركة، وإطار الاحتجاج السلمي في مواجهة حملات القمع الحكومية سلب هذا الإطار الضوء على التحديات الميدانية التي يواجهها المتظاهرون في نيجيريا في المظاهرات والأحداث الاحتجاجية الأخرى. واستشهدت المواد الإخبارية بالعديد من حالات قيام المسؤولين العموميين بإسكات أو احتجاز متظاهري #BBOG. ووصفت صحيفة فانغارد التوتر بين الناشطين والشرطة بأنه "حرب باردة". صرحت صحيفة "فانغارد" (أكينبودي، 2014): في 21 جويلية، "اعتقلت عناصر الأمن زعيمة مجموعة حملة "أعيدوا فتياتنا" ووزيرة التعليم السابقة، السيدة أوبياجيلي إيزيكويسيلي، لفترة وجيزة في مطار ننامدي أزيكوي الدولي، أبوجا، في طريقها إلى لندن".

يوضح هذا الاقتباس الأبعاد التناظرية لحملة #BBOG. وقد قارن هذا الإطار بين تأكيدات المحتجين على استخدام "الدعوة السلمية" و"الوسائل القانونية" والاضطرابات المحتملة من مصادر خارجية.

-كما إتمدت الدراسة على إطار "عدم مبالاة الحكومة وإخفاقاتها" لقد استخدمت الصحف النيجيرية إطار عدم مبالاة الحكومة في انتقادات قاسية متكررة للحكومة النيجيرية. على سبيل المثال، لاحظت صحيفة "ذا داي" ما يلي:

"إنه لأمر مدهش كيف يمكن للحياة أن تستمر بشكل طبيعي عندما اختطفت مئات من بناتنا واختفت أو قُتلت المزيد منهن، ليس لدي أدنى شك في أنه إذا كان أطفال قادتنا والأثرياء من بين (الأسرى) فإن حكوماتنا كانت لتتفاوض وتدفع حتى فدية باهظة".

وكان هناك مثال آخر على هذا الإطار يتمثل في توبيخ ناشر مجلة للرئيس النيجيري لعدم مخاطبته الأمة حتى أصبح الاختطاف قصة إخبارية دولية، وأن مثل هذا التقاعس كان من الممكن أن يطارد شعب نيجيريا "إلى الأبد". ويشير هذا النقد إلى التأثير (المتصور) للتغطية الدولية لقضايا السياسة على الجهات الفاعلة السياسية. فقد اتهم أحد قادة مجموعة BBOG# منتقدي المجموعة بجعل ضحايا الاختطاف "مجرد بيادق في لعبتهم السياسية عديمة الروح"، وأعرب آخر عن أسفه لأن "اللامبالاة بقضية #فتيات تشيبوك هي أقوى بيان".

ومن بين الأطر المعتمدة أيضا إطار أن "العالم قد لاحظ مدى انهيار القانون والنظام في نيجيريا"، ويعكس هذا الإطار الفرعي قضيتين. أولاً، اعتبرت الحكومة النيجيرية أن حملة BBOG# مصدر قلق قوي بما يكفي لتبرير المساعدة المهنية للعلاقات العامة: كانت ثقة المستثمرين على المحك،

ثانياً، يعكس التأثير المحتمل لصناعة العلاقات العامة الدولية على الشؤون العالمية وقضايا حقوق الإنسان. وعلى الرغم من أن معظم الشركات تبنت نهج الطوارئ، إلا أن بعضها كان حريصاً ببساطة على عقد صفقة مع الحكومة النيجيرية، وذكرت صحيفة "ذا داي" إن جميع شركات العلاقات العامة تقريباً تصر على الالتزام الطويل الأجل، حيث تقدم معظمها المشورة

للويزة وفريقها لتحسين شفافية اتصالات الحكومة في ضوء التدقيق الإعلامي العالمي المكثف... وقالت إحدى شركات العلاقات العامة التي لديها مكاتب في لندن ونيويورك... إنه على الرغم من أعداد شركات العلاقات العامة المتنافسة، فإنها لا تزال متفائلة بشأن الحصول على الصفقة المربحة لفترة تتراوح من ثلاث إلى أربع سنوات.

-كما إتمدت على إطار " للمجتمع الدولي دور في دعم نيجيريا" أكد هذا الإطار على الدور الحاسم للدعم العالمي لقدرة نيجيريا على إنهاء الأزمة، وتماشياً مع فكرة الاختطاف باعتباره عملاً إرهابياً، زعم هذا الإطار أن المشاعر الدينية والعرقية كانت محرمة في مكافحة بوكو حرام، وليس بالضرورة نتيجة للاختلاف الديني، وعلى العكس من ذلك، عزز الإطار التضامن كحل لتمرد بوكو حرام. وكما ورد في فانغارد: لأنهم يعرفون أننا أشخاص متدينون، أرادوا تقسيمنا باستخدام الدين، ولكن عندما هزمناهم، لجأوا إلى مهاجمة المواطنين، وسوف يتطلب الأمر مسؤولية جماعية من جميع المواطنين للتجمع معاً لهزيمتهم مرة أخرى، يجب أن ننهض كشعب واحد.

على غرار نظيراتها النيجيرية، قدم تأطير وسائل الإعلام البريطانية لحملة #BBOG فهماً سياقياً لنيجيريا باعتبارها سوقاً ناشئة/ديمقراطية، وبوكو حرام، وما تعنيه عمليات الاختطاف للغرب، كما يعكس الإطار العلاقة التاريخية بين نيجيريا ومستعمرة بريطانية سابقة والتصورات القديمة حول تعليم الإناث باعتباره حقاً من حقوق الإنسان.

- واعتمدت أيضا إطار "الاختطاف باعتباره هجوماً على التعليم الغربي" وضع هذا الإطار عمليات الاختطاف التي ترتكبها بوكو حرام باعتبارها هجوماً على التعليم الغربي، وأشارت وسائل الإعلام البريطانية إلى الترجمة الإنجليزية لكلمة بوكو حرام: "التعليم الغربي حرام أو محرم". وأكدت صحيفة الجارديان أن "المدنيين والمدارس أصبحوا مستهدفين بشكل متزايد، وباكستان ونيجيريا لديهما بعض من أعلى أعداد الأطفال خارج المدرسة".

- اعتمدت أيضا إطار "نيجيريا في سياق سياسي واقتصادي أوسع" شرح هذا الإطار اختطاف التلميذات كجزء من القصة الأكبر حول التقلبات والإمكانات التي تتمتع بها دولة نامية في عالم يتجه نحو العولمة، ولاحظت صحيفة صندي تايمز أن نيجيريا، الدولة الأكثر سكاناً في إفريقيا، تجاوزت مؤخراً جنوب إفريقيا كأكبر اقتصاد أفريقي. في حالة من سوء التوقيت، استضافت نيجيريا المنتدى الاقتصادي العالمي في أوائل ماي، "على أمل عرض إنجازاتها"

الدراسة الثانية:

قامت بها الباحثة آن وانجاري مونوكو (2018) بعنوان: "تأثير علامات التصنيف (الهاشتاج) على تويتر في تكوين الرأي العام حول القضايا السياسية والاجتماعية في كينيا".

هدفت هذه الدراسة إلى فهم تأثير وسوم تويتر في تشكيل الرأي العام حول القضايا الاجتماعية والسياسية في كينيا. أرادت الدراسة تسليط الضوء على كيفية استخدام المواطنين، الناشطين، والإعلام لوسوم تويتر كأداة فعالة للتواصل الجماهيري وإشراك الجمهور في مناقشة القضايا

الوطنية. سعت إلى استكشاف قدرة الوسوم على تجميع الآراء حول موضوعات حساسة، مثل قضايا الفساد والسياسة، وأثرها على تعزيز المشاركة الرقمية والديمقراطية. كما حاولت تحديد دور الوسوم في تغيير ديناميات الاتصال التقليدي من حيث صنع القرار وطرح النقاشات العامة، خاصة في فترة بين عامي 2014 و2017، وكيف ساهمت في إعادة تعريف العلاقة بين الجمهور ووسائل الإعلام.

استخدمت الباحثة تصميمًا مختلطًا يجمع بين التحليل الكمي والكيفي، اختيرت عينة الدراسة باستخدام طريقة العينة القصدية لتمثيل "الكينيين على تويتر" ومجموعة من الوسوم (hashtags) التي ظهرت بين عامي 2014 و2017، شمل جمع البيانات تحليل المحتوى لمحتوى التغريدات تحت 35 وسما مختارًا، بالإضافة إلى مقابلات مع صحفيين ونشطاء ومتخصصين في الإعلام الرقمي، استخدمت الدراسة أيضًا التحليل النقدي للخطاب لتحليل التغريدات والتفاعل تحت هذه الوسوم، بهدف فهم الأثر اللغوي والإطار الذي يبني عليه النقاش العام.

و أظهرت النتائج أن :

- تأثير الوسوم على الرأي العام: وجدت الدراسة أن الوسوم لها دور كبير في جذب الانتباه العام وتوجيه النقاشات حول القضايا الاجتماعية والسياسية. كانت الاستجابة العامة تتزايد بشكل ملحوظ عندما تُطرح قضايا مهمة، مثل الأحداث السياسية، وهو ما أدى إلى إشراك الجمهور بشكل أكبر في الحوار العام.

- دور الإطار اللغوي: أشارت النتائج إلى أن كيفية صياغة الوسم (إطاره اللغوي) تؤثر بشكل كبير على استجابة الجمهور. الكلمات المختارة، وتكوين الجمل، والمفردات المستخدمة في صياغة الوسم كانت تساهم في تحديد كيفية تفاعل المستخدمين، حيث إن إطار الوسم أتاح توجيه الرأي العام نحو زوايا معينة في القضايا المطروحة.
- السياق وتأثيره: تبين أن السياق الذي يظهر فيه الوسم (سواء كان اجتماعياً أو سياسياً) يؤثر بشكل كبير على حجم ونوع التفاعل. وقد أظهرت الدراسة أن وسوم القضايا ذات الطابع الاجتماعي والسياسي كان لها تأثير ملحوظ في تحفيز التفاعل وتوجيه الآراء.
- دور الجهات الفاعلة: بيّنت الدراسة أن الجهات التي تشارك في إطلاق الوسوم وتداولها، مثل وسائل الإعلام والنشطاء، تلعب دوراً مهماً في تعزيز الوسم وزيادة مشاركته على نطاق واسع، مما يؤثر بدوره على الرأي العام. وقد تبين أن المستخدمين كانوا يتقنون أكثر في الوسوم التي يتداولها أشخاص أو مؤسسات ذات مصداقية.
- الديمقراطية الرقمية والتغيير الاجتماعي: كشفت الدراسة عن أن الوسوم أسهمت في توسيع الديمقراطية الرقمية من خلال منح المواطنين منصة للتعبير عن آرائهم والمشاركة في قضايا الرأي العام، مما أدى إلى ضغط أكبر على السلطات للتعامل مع هذه القضايا بجدية.

الدراسة الثالثة:

قام بها الباحث " لبيبي هيمفيل" (2013) بعنوان: "التأطير في وسائل التواصل الاجتماعي: كيف

يستخدم الكونجرس الأمريكي الهاشتاق على تويتر لتأطير القضايا السياسية"

هدفت هذه الدراسة الى معرفة ما إذا كان السياسيون يستخدمون الهاشتاق لتأطير القضايا

السياسية على تويتر، وكيف يتم ذلك؟ وذلك بتطبيق خوارزميات اختيار الميزات الإحصائية

لتحديد الهاشتاقات المستخدمة للتأطير. وتوصلت هذه الدراسة إلى النتائج التالية:

الأطراف السياسية تتخذ خيارات مختلفة حول الهاشتاقات التي يجب استخدامها ومكان

استخدامها وتركيز جهودهم في التأطير، وتم التوصل إلى أن السياسيين ينخرطون في جهود

التأطير الخاصة بهم، وخاصة فيما يتعلق بسياسة الطاقة وقضايا المرأة والاقتصاد والتعليم.

لاحظ أنه ليست كل التغريدات من تأليف السياسيين أنفسهم. بل هناك من يقوم بدور السياسيين،

حيث يوظف السياسيون موظفين وشركات لإدارة تواجدهم على وسائل التواصل الاجتماعي.

بغض النظر عن في الواقع يرسل تغريدات، يتم نشرها نيابة عن السياسي وتماشياً مع فريقه

خطة الرسائل. مثل العديد من البيانات العامة التي يدلي بها السياسيون ومكاتبهم - على سبيل

المثال. يضع النشرات والخطب - التغريدات ربما تكون عمل فريق؛ ومثل هؤلاء العامة الآخرين

البيانات والتغريدات هي جزء من استراتيجية الاتصال الأوسع للسياسي، توصلها تزال العلاقة

بين السياسيين وجمهورهم على تويتر تتم عبر الوساطة، ولكن ليس بالطرق التقليدية منافذ

الإعلام، نحن نقدم نظرة ثاقبة حول كيفية استخدام السياسيين (كعلامات تجارية) لتويتر لإنتاج

محتوى تأثير الوسائط مخصص عادةً لوسائل الإعلام الإخبارية التقليدية - التأطير - توفر

وسائل التواصل الاجتماعي للسياسيين فرصة لتجاوز وسائل الإعلام التقليدية وبشكل مباشر التأثير على آراء جمهورهم وسلوكهم من خلال التأطير. استخدام البيانات من تويتر حول كيف يستخدم أعضاء الكونجرس الأمريكي الهاشتاج، نفحص إلى أي مدى يستخدم السياسيون الوسوم شارك في التأطير، وأي القضايا حظيت بأكثر قدر من جهود التأطير، وأي السياسيون أظهرت أعلى معدلات التأطير. نجد أن السياسيون يستخدمون وسائل التواصل الاجتماعي بنشاط لتأطير القضايا من خلال اختيار كلا الموضوعين للمناقشة ووسوم محددة ضمن المواضيع، وذلك تحظى القضايا المثيرة للخلاف بشكل ملحوظ بأكثر قدر من الجهود. وأخيراً نجد أن التصويت تتماشى الأنماط عمومًا مع أنماط التغريد؛ ومع ذلك، تشير العديد من الاستثناءات الملحوظة إلى وجودنا يمكن أن توفر المنهجية صورة أكثر دقة للكونغرس من سجلات التصويت وحدها.

5-2- الدراسات السابقة باللغة العربية

الدراسة الأولى: التي قام بها الباحث سيف الدين بطسي (2023) بعنوان "تأطير النشرات الإخبارية في الفضائيات الجزائرية" - دراسة تحليلية مقارنة -.

سعت هذه الدراسة إلى التعرف على كيفية تأطير الأخبار في النشرات الإخبارية الرئيسية في الفضائيات الإخبارية (القناة الثالثة وقناة النهار)، وتحديد الأطر الإعلامية والقيم الخبرية التي يتم توظيفها.

انطلق الباحث في دراسته من التساؤل التالي:

كيف توطر القنوات الفضائية الجزائرية نشراتها الإخبارية من حيث الشكل والمضمون قبل

تقديم المنتج الإخباري النهائي للجمهور؟

وتعتمد هذه الدراسة " نظرية الأطر الإعلامية " إطارا نظريا لدراسة كيفية تأطير الأخبار في

النشرات الإخبارية الرئيسية في الفضائيات عينة الدراسة، مع الإعتماد على المنهج الوصفي

التحليلي وبالإضافة إلي المنهج المقارن.

وجاءت النتائج على النحو التالي:

- أظهرت نتائج الدراسة أن الإطاران الصحي والاجتماعي هما الغالبان في نشرات القنوات،

فقناة النهار ربطت أخبارها بالمجتمع وأفراده، أما القناة الثالثة ربطت أخبارها بمشاريع الحكومة

وأفرادها.

- وغلب الحياد على اتجاه تأطير الأخبار بقناة النهار، والتأييد بالقناة الثالثة الإخبارية وملكية

القناتين لها دور.

- تصدرت إطارا المسؤولية والاهتمامات الإنسانية قائمة أهم الأطر الإعلامية الواردة في نشرتي

القناتين.

- تمحورت أطر التحيز بقناة النهار حول القيم الثقافية والاجتماعية السائدة، بينما برزت بشكل

أكبر بالقناة الثالثة الإخبارية أطر التحيز المتعلقة بالنشاط السياسي

- ساد اختلاف ترتيب أولويات الخبر في نشرات القنوات، فقد استهلت قناة النهار كل نشراتها بخبر أو أكثر متعلق بالوباء والصحة، فيما استهلت القناة الثالثة نشراتها بخبر أو أكثر حول القضايا السياسية والدبلوماسية.

- ويبرز الاختلاف في الدعائم المصاحبة للخبر، حيث لم تعتمد قناة النهار على الشريط الإخباري لخبر مقروء من مقدم النشرة، فيما اعتمدت القناة الثالثة على شريط الأخبار كوسيلة منفردة لدعم الخبر البسيط الذي وظفته أكثر من قناة النهار في أخبارها، فيما وظفت الأخيرة الصور الثابتة أكثر من القناة الثالثة.

الدراسة الثانية:

التي قام بها الباحث "وائل محمد محمد العشري" (2018) بعنوان أطر تقديم قضية سد النهضة في الصحافة المصرية والسودانية والأثيوبية.

هدفت هذه الدراسة إلى رصد وتحليل الأطر التي تم استخدامها في تقديم قضية سد النهضة في وسائل الإعلام المصرية والسودانية و الأثيوبية خلال عام 2018، بالإضافة إلى تحليل العوامل التي تؤثر في معالجة هذه الصحف لهذه القضية من خلال التعرف على طبيعة الأطر المستخدمة في صحف الدراسة في تناول قضية سد النهضة وأيضاً على القوالب الفنية الأكثر استخداماً وآليات توظيف هذه الأطر والشخصيات والقوى المحورية التي تم التركيز عليها وأنماط السرد المستخدمة وكذا أطر تقديم الشخصيات والقوى المحورية والأطر المرجعية التي

اعتمدت عليها الصحف عينة الدراسة ومدى اتجاه الصحف نحو تقديم حلول بشأن قضية سد النهضة.

اعتمدت هذه الدراسة " نظرية الأطر الإعلامية " إطارا نظريا لدراسة كيفية تأطير الصحف عينة الدراسة لقضية سد النهضة، وقد استخدم الباحث مجموعة من المناهج البحثية لتحقيق هدفها، حيث تم تحديد نوع الدراسة كوصفية، واشتملت هذه المناهج على المنهج الوصفي التحليلي والمنهج المقارن بالإضافة إلي منهج دراسة الحالة للكشف عن أطر المعالجة الإعلامية لقضية سد النهضة في صحف ممثلة لكل من مصر والسودان وأثيوبيا، كما اعتمدت على أداة تحليل المحتوى بشقيه الكمي والكيفي لوصف المادة الصحفية ذات الصلة بالقضية.

ومن بين النتائج التي توصل إليها الدراسة:

- كشفت الدراسة إن إطار المسؤولية كان من بين الأطر المرجعية استخداما من قبل صحف عينة الدراسة.

- أن الصحف الثلاث مثل "اليوم" و"الانتباهة" وصحيفة "الأثيوبي"، على الرغم من كونها صحفا خاصة تعني بقضية مهمة وحيوية بالنسبة للدول الذين تصدر فيهم هذه الصحف خاصة بالنسبة لمصر وإثيوبيا فإن تأطيرها للقضية كان متفق مع الأطر العامة للسياسة الرسمية للدول التي تعمل بها.

- قامت صحيفة المصري اليوم بتناول القضية من جوانب مختلفة، سواء عندما يتعلق الأمر بأصول القضية أو أبعادها، وتأثيراتها وتداعياتها المستقبلية المحتملة على جميع القطاعات في

مصر، واستندت الصحيفة في ذلك إلى مجموعة من الكتاب، بما في ذلك الخبراء والمتخصصين في القضية.

- ركزت صحيفتي الإنباهة و The Ethiopian Reporter على تأكيد الفوائد المترتبة على السد وتأثيراته الإيجابية على السودان وإثيوبيا. حيث سيتحول السد إلى مصدر رئيسي للطاقة الكهرومائية في القارة الإفريقية، وذلك سيكون له تأثير إيجابي على البلدين.

الدراسة الثالثة:

التي قام بها إسماعيل شرقي (2018) بعنوان " الهجرة غير الشرعية من خلال مواقع الفضائيات الإخبارية-دراسة تحليلية مقارنة لموقعي فرانس 24 والعربية نت -"

تهدف هذه الدراسة إلى رصد وتحليل مضمون المواد الخبرية المنشورة على مواقع الفضائيات الإلكترونية الإخبارية (فرانس 24 والعربية نت)، فيما يتعلق بظاهرة الهجرة غير الشرعية، والوقوف على أوجه الاتفاق والاختلاف في التغطية الخبرية للظاهرة على مواقع الدراسة، وما سبقه من أحداث وما ترتب عليه من نتائج وتبعات، بما في ذلك تحليل الأطر الخبرية التي قدمت من خلالها الأحداث المختلفة للهجرة غير الشرعية وتداعياتها.

وتتنمي هذه الدراسة إلى البحوث الوصفية، واستخدمت منهج الدارات المسحية، الذي تم في إطاره استخدام أداة تحليل المضمون، وكذلك المنهج المقارن الذي تم في إطاره توظيف أسلوب المقارنة المنهجية، وقد تم جمع بيانات الدراسة من خلال استمارة تحليل المضمون بما فيها تحليل الأطر الخبرية، وشملت عينة الدراسة المواقع الإلكترونية المذكورة، فيما شملت العينة

الزمنية الفترة الممتدة من 01/07/2016 إلى 2017/06/30. بحيث تم اختيار العينة العشوائية غير المنتظمة لكافة الأخبار والتقارير الإخبارية المنشورة على المواقع الإلكترونية أثناء هذه الفترة الزمنية.

ومن بين أهم النتائج التي توصل إليها الباحث:

- ارتفاع نسبة اهتمام موقع فرانس 24 بتغطية أحداث الهجرة غير الشرعية بشكل أكبر من موقع العربية نت.

- كما كشفت النتائج اتفاق قع لموا المواقعين بأن (الخبر) هو الشكل الصحفي الغالب للمواد الخبرية المنشورة على الإلكترونية عينة الدراسة.

- كما كشفت الدراسة أن النسبة الأعلى للأطر الخبرية كانت لأطر (الشخصيات المحورية).

الدراسة الرابعة:

التي قام بها يحي محمد علي العزب (2019) بعنوان: "أطر معالجة قضايا الإرهاب في البرامج السياسية بالفضائيات اليمنية"

يسعى الباحث من خلال دراسته التعرف على حجم التداول البرامجي في الفضائيات عينة الدراسة لقضايا الإرهاب في اليمن، وتحديد الأطر التي وظفتها البرامج السياسية عينة الدراسة أثناء تناولها قضايا الإرهاب باليمن، والكشف عن أوجه الاتفاق، والاختلاف في الأطر الإعلامية المستخدمة في الفضائيات عينة الدراسة.

وظف الباحث لهذا الغرض منهج المسح في جانبه الوصفي والتحليلي مع استخدام أداة تحليل المحتوى وتم الاعتماد على نظرية الأطر الإعلامية كخلفية مرجعية.

ومن بين أهم النتائج التي توصل إليها الباحث:

- اعتمدت البرامج السياسية بشكل كبير على الصور الموضوعية للقضية أو الحدث كوسيلة من وسائل الإبراز في فقراتها عند طرحها لقضايا الإرهاب بنسبة (70.9%) يليها الاستعانة بالمادة الفيلمية بنسبة، (56.5%) وجاءت الاستعانة بالمؤثرات الصوتية والموسيقية المصاحبة للقضية المطروحة في المرتبة الثالثة بنسبة، (50.7%) يليها أسلوب كتابة بعض العناوين على الشاشة بنسبة، (45.1%) ثم الاستعانة بالصور الشخصية بنسبة ،39.2% ثم توظيف الجرافيك بنسبة، (33.3%) يليه تقسيم الشاشة الواحدة إلى عدة شاشات داخل الإطار بنسبة، (13.5%) وأخيراً جاءت الاستعانة، بالخرائط والرسوم البيانية كوسيلة إبراز في الأخير.

- أن القضايا الإرهابية التي تناولتها البرامج السياسية عينة الدراسة تشير: البيانات إلى أن قضايا قتل المدنيين وقصف منازلهم جاءت في الترتيب الأول.

- تشير النتائج إلى اعتماد البرامج السياسية على مصادرها الذاتية والممثلة في طاقم أو فريق الإعداد بالبرامج للأطر الإعلامية المستخدمة في تناول القضايا الإرهابية بالقنوات عينة الدراسة.

- كما جاء إطار المسؤولية في مقدمة الأطر المعتمدة في تاطير القضايا الإرهابية في القنوات الإخبارية محل الدراسة.

- قدرت المواد الإخبارية التي تضمنتها الصفحات الرئيسية لكل من موقع "فرانس 24" و "العربية نت" بنسبة بلغت 78 مادة خبرية جاءت منوعة بين: الخبر، والتقارير، المقال، الروبورتاج، وحتى المواد الفيلمية أو البرامج التلفزيونية التي يتم نقلها أو وضعها على الصفحات الرئيسية للموقع غير أن باقي المواد الإخبارية فقد يتم توزيعها على باقي الصفحات الخاصة بالموقع حسب الأبواب والصفحات المعتمدة فيه.

- أظهرت النتائج أن المواد الإعلامية التي تحدثت من الظاهرة "الهجرة غير الشرعية" في الصفحة الرئيسية في كلا الموقعين قدرت بنسبة 37,32%، أما باقي المشورات الإعلامية فوزعت على صفحات الموقعين المختلفة كل حسب اختصاصه وكذا بتوجيه للموقع، حيث قدرت نسبة هذه المادة المنشورة على هذه الصفحات بـ 62,68%.

- أوضحت النتائج أن موقع "فرانس 24" جاءت معالجة لظاهرة الهجرة غير الشرعية على الصفحة الرئيسية مقدرة بـ 42 موضوعا تتراوح بين أخبار ومقالات وتقارير زفقا لما وضحته النسبة المؤوية المقدرة بـ: 36,52%. أما باقي المواضيع المقدرة بـ 73 موضوعا ومادة إعلامية فقد نشرت على مختلف الصفحات الأخرى للموقع حيث قدرت بـ: 63,47%، ومقارنة بـ: "العربية نت" فقد أظهرت النتائج أنه لا يوجد اختلاف كبير من حيث نشر المواد الإخبارية المعالجة للظاهرة موضوع الدراسة، فما نشر على الصفحة الرئيسية للموقع فقد قدر بـ: 36 مادة خبرية، أما باقي المواد الإعلامية والمقدرة بـ: 58 موضوع قد تم نشرها على باقي صفحات الموقع.

- اهتمام كل من الموقعين "فرانس24" و "العربي نت" بظاهرة الهجرة غير الشرعية مع اختلاف طبيعة المواضيع المنشورة تبعا لطبيعة الوسيلة ومكان تواجدها، فاهتمام موقع " فرانس 24 " بظاهرة الجرة غير الشرعية يرجع إلى عدة عوامل لعل من أهمها معاناة هذه الدولة الأوروبية من هذه الظاهرة بشكل كبير إضافة إلى الاهتمام الملحوظ للموقع بالأخبار الخاصة بالقارة الأوروبية مقارنة ببقاقي الدول، كما أن موقع "العربية نت" هو الآخر أبدى اهتماما ملحوظا بمعالجة الظاهرة نظرا لأن المغرب العربي بعيد بشكل كبير.

الدراسة الخامسة:

التي قام بها الباحث عادل حمدي المطيري(2022) تحت عنوان "أطر المعالجة الإعلامية للقضايا السياسية المحلية في الصحافة الكويتية الإلكترونية واتجاهات الجمهور الكويتي نحوها"

تسعى هذه الدراسة للكشف عن أطر المعالجة الإعلامية للقضايا السياسية المحلية في الصحافة الكويتية، والكشف عن اتجاهات الجمهور الكويتي نحو أطر المعالجة الإعلامية، واعتمدت الدراسة على المنهج المسح الإعلامي، واستخدمت أدوات تحليل المضمون واستمارة الاستبيان، فالأداة الأولى تم استخدامها لتحليل المواد الصحفية المنشورة على الصحف الإلكترونية أما الاستبيان تم استخدامه كأداة لجمع البيانات عن الجمهور حول اتجاهاتهم نحو الصحافة الإلكترونية نحو الصحافة الإلكترونية وذلك لتقديم حقائق أو آراء أو أفكار معينة في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة.

ومن بين أهم النتائج التي توصل إليها الباحث:

- كشفت الدراسة أن إطار المطالبة كان من بين الأطر المرجعية استخداما من قبل صحيفة "سبر" للقضايا السياسية المحلية بنسبة (12,96%)، من إجمالي الأطر المستخدمة التي استخدمتها الصحيفة، أما صحيفة الكويت نيوز جاء فيها إطار المواجهة في المرتبة الأولى كأهم الأطر المستخدمة بصحيفة للقضايا السياسية المحلية بنسبة (16,04%) من إجمالي الأطر المستخدمة، أما صحيفة " الأن الكويتية" كان إطار المطالبة من بين الأطر المعتمدة في المرتب الأولى وذلك بنسبة (23,96%).
- كما كشفت الدراسة عن آليات المعالجة الصحفية بالصحافة الكويتية حيث اختلفت الصحف الثلاثة في آليات المعالجة، كما بينت الدراسة نتائج المتعلقة بفئة التحليل المتعلقة بالآليات المعالجة أن أهم آلية الإبراز بنسبة (45,83%)، من موضوعات الصحف الثلاث، ثم آلية الحشد بنسبة (21,59%)، من موضوعات الصحف الثلاث، وتأتي بعدها آلية التأييد والتأكيد بنسبة (11,57%) من موضوعات الصحف السالف ذكرها عينة الدراسة ومن خلال تحليل النتائج تبين أن الصحف الثلاث عينة الدراسة اتفقت على آلية الإبراز كأهم آلية للمعالجة.
- كما تم التبيان في نتائج الدراسة فيما يتعلق بنتائج التحليل دائما الخاص بفئة الفنون الصحفية المعتمدة في تأطير القضايا السياسية المحلية للدراسة حيث تم الاعتماد على

فن القصة الإخبارية في المرتبة الأولى من بين القوالب الصحفية الأخرى التي تم اعتمادها في التحرير الصحفي للصحف عينة الدراسة وقدر ذلك بنسبة (64,58%).

أما فيما يتعلق بالجانب الميداني للدراسة فكانت أهم النتائج تهدف لمعرفة اتجاهات الجمهور الكويتي نحو أساليب معالجات القضايا السياسية المحلية في الصحافة الكويتية الإلكترونية وتوصلت الدراسة إلى أن:

- درجة استفادة الجمهور من المعلومات التي تعرضها الصحف الإلكترونية الكويتية حول القضايا السياسية المحلية متوسطة.

- فيما خلصت الدراسة إلى أن التعرف على أهم المشكلات والقضايا السياسية التي تؤثر على النمو الاقتصادي كان هو أهم جوانب استفادة الجمهور من المعلومات التي تعرضها الصحف الإلكترونية الكويتية حول القضايا السياسية وقدر ذلك بنسبة 64% وهي من بين أهم النتائج التي اعتمدت عليها الدراسة.

5-3- التعليق على الدراسات السابقة:

تعتبر الدراسات السابقة خلفية معرفية وقيمة أكاديمية تساهم في منح الباحث تصورا واضحا حول إشكالية دراسته من خلال منحه العديد من المعلومات والبيانات التي تتمحور حول إشكالية دراسته، وبناء عليه فقد تمت الاستفادة من الدراسات السابقة على النحو التالي:

الدراسات الأجنبية:

يلاحظ الباحث بعد إطلاعه على هذه الدراسات أن معظمها، قد تناولت التأطير وذلك بدراسة جانب معين من الأخبار والظواهر مثل تأطير القضايا السياسية كيف يستخدم الكونجرس الأمريكي الهشتاق على تويتر لتأطير القضايا السياسية وكذلك تأطير الحملات الانتخابية..... إلخ .

بالنسبة للدراسة الأولى: سعت إلى فهم كيفية تأطير قضايا حملة "#BringBackOurGirls" من قبل وسائل الإعلام. تقوم هذه الدراسة بتقييم الطريقة التي غطت بها وسائل الإعلام الإخبارية في نيجيريا والمملكة المتحدة والولايات المتحدة حملة النشاط #BBOG، وتبحث في الاختلافات الرئيسية في التغطية الإخبارية، هذا الموضوع يتقاطع بشكل كبير مع دراستنا، وقد ساعدنا في صياغة التساؤلات المتعلقة بها.

- ما يمكن قوله عن الدراسة الثانية للباحث " أن وانجاري مونوك " التي إهتمت بتأثير الهاشتاج في تكوين الرأي العام حول القضايا الاجتماعية والسياسية في كينيا. وتناولت كيفية استخدام الجمهور لتويتر لنشر المعلومات حول مختلف القضايا الاجتماعية والسياسية، وكان هدف للبحث هو التعرف على تأثير تأطير الهاشتاج على تكوين الرأي العام، حيث بنيت على أساس فروض نظرية الاطر الإعلامية وإسقاط فروضها على نمط الممارسة في البيئة الإعلامية الجديدة، هذا ما ساعدنا في فهم كيفية تناول نظرية الاطر في البيئة الاعلامية الالكترونية.

- أما بالنسبة لدراسة " لبييه يمفيل" فقد هدفت إلى الكشف عن كيفية استخدام السياسيين الأمريكيين للهشتاقات على تويتر لتأطير القضايا السياسية، واستخدم الباحث خوارزميات

إحصائية لتحديد الهشجات المستخدمة في تأطير القضايا، مع التركيز على كيفية اختيار السياسيين للهشجات ومكان استخدامها، وتوفر الدراسة رؤية شاملة حول كيفية استخدام السياسيين تويتر كأداة لتأطير القضايا السياسية، وتبرز أهمية فهم استراتيجيات التواصل الحديثة في العصر الرقمي، وهو ماسهم في فهمنا كيفية تطبيق تحليل المحتوى في الفضاء الرقمي، وتقاطعت دراسة مع هذه الدراسة في أن كلا الدراستين تركزان على كيفية استخدام وسائل التواصل الاجتماعي لتأطير القضايا السياسية لهذا إعتدنا على هذه الدراسة بشكل كبير، وتركز دراسة هيمنيل على منصة تويتر، بينما دراستنا على موقع الفيسبوك كمنصة رئيسية، مما قد ينعكس على أنماط التأطير، كما تختلف الدراستان أيضا في السياق الثقافي والسياسي فالأولى تركز على دراسة السياق الأمريكي، بينما تركزدراستنا على القضايا السياسية الجزائرية، التي قد تتطلب استراتيجيات وأشكال تأطير مختلفة بناء على السياق الاجتماعي والسياسي المحلي، كما ان أدوات التحليل فإن دراسة الباحثة تستخدم الخوارزميات الإحصائية لتحديد الهشجات، أما دراستنا تعتمد أسلوب تحليل المحتوى.

أما بالنسبة للدراسات العربية: فهي تلتقي مع دراستنا في إعتادهم على نظرية الأطر الإعلامية" كمدخل نظري لفهم كيفية تأطير القضايا المطروحة، يتم استخدام أيضا المنهج الوصفي التحليلي، إلى جانب المنهج المقارن، هذا ما سعدنا في تحليل كيفية تأطير القضايا السياسية، وتعتمد أيضا هذه الأخيرة على أداة تحليل المحتوى لوصف كيفية تأطير القضايا.

من جهة أخرى إختلفت دراسة " سف الدين بطسي " عن دراستنا في كونها هدفت إلى التعرف على عملية تأطير الأخبار في النشرات الإخبارية الرئيسية في الفضائيات الجزائرية بداية من التعرف على المواضيع الأكثر معالجة، وصولاً إلى كيفية تأطير هذه المواضيع.

ومن الإختلافات أيضاً فقد إعتمدت الدراسة على الفضائيات كعينة للدراسة أما دراستنا فقد إعتمدت على صفحات القنوات الإخبارية على موقع الفيسبوك كعينة للدراسة.

من جهة أخرى إختلفت دراستنا عن دراسة " وائل محمد محمد لعشيري " من حيث : طبيعة الموضوع، فقد ركزت على تأطير القضايا السياسية الجزائرية عبر القنوات الإخبارية في موقع الفيسبوك، بينما تركز الدراسة السابقة على قضية سد النهضة في وسائل الإعلام المصرية والسودانية والإثيوبية، وهذا الإختلاف له أثر على نوعية الأطر المستخدمة.

وما تم ملاحظته في الدراسات العربية أنها لم تعتمد على دراسة هذه القضايا السياسية على منصات التواصل الإجتماعي، بل إكتفت فقد في دراستها من خلال وسائل الإعلام التقليدية.

ثالثاً: الإطار النظري للدراسة:

(نظرية الأطر الإعلامية (farming Theory):

فهم النظرية لا يقتصر فقط على اعتبارها نظم من الافتراضات الشبيهة بالقوانين، بل باعتبارها كمجموعة منهجية من الأفكار التي يمكن أن تساعد في فهم ظاهرة أو توجيه العمل أو التنبؤ بالنتيجة ما، وعندها يمكن للفرد أن يميز عما لا يقل عن خمسة أنواع من النظريات ذات الصلة

بالاتصال الجماهيري، ويمكن أن تكون هذه توصف بأنها نظريات اجتماعية، علمية، ثقافية، معيارية، علمية، مستقرة (بطسي، 2023، صفحة 71)

اعتمدنا في هذه الدراسة على نظرية التأطير الإعلامية أو الأطر الإخبارية كأحد أهم النظريات المعاصرة.

تعد نظرية تحليل الإطار الإعلامي واحدة من الروافد الحديثة في دراسات الاتصال، حيث تسمح للباحث بقياس المحتوى الضمني للرسائل الإعلامية التي تعكسها وسائل الإعلام، وتقدم هذه النظرية تفسيراً منتظماً لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات حيال القضايا البارزة وعلاقة ذلك باستجابات الجمهور المعرفية والوجدانية لتلك القضايا (مكاوي و حسين، 2009، صفحة 347).

1. مفهوم نظرية الإطار الإعلامي:

ظهر مفهوم الأطر " Frames " لأول مرة في أبحاث عالم الاجتماع جوفمان (Goffman) حيث أشار إلى مفهوم الإطار بأنه تنظيم وتدعيم للرسائل التي تقدمها وسائل الإعلام، ووضعها في سياقات وأطر إعلامية تؤكد معاني معينة وذلك لمساعدة الأفراد على إدراك وتصنيف الرسائل الإعلامية المقدمة إليهم.

كما يرى جوفمان Goffman أنه يمكن أن نعيد تأطير المواقف ونرتبها وفقاً لأهميتها عند الفرد سواء كانت إلى أعلى أو إلى أسفل، وبذلك كان المفهوم الذي طرحه جوفمان Goffman وسيلة أخرى لدراسة المضامين الإعلامية عبر مستويات مختلفة من التحليل بما فيها التحليل

اللغوي على المستوى الجزئي بدلا من التحليل على المستوى الكلي، كما أكد علماء الاجتماع على أن الإطار الإعلامي هو الأسلوب الدقيق الذي يستخدمه الصحفيون في تشكيل القصة الخبرية لكي تصل بسهولة إلى الجمهور (إبراهيم، 2020، صفحة 14)

وكان روبرت إنتمان (Robert Entman) قدم التعريف الأشهر لعملية التأطير؛ باعتبارها عملية تقوم على اختيار بعض الجوانب أو المظاهر للواقع المدرك، والعمل على جعلها أكثر بروزا في النص التواصلية، وذلك لتكريس أو فرض تعريف محدد للمشكلة، وتفسير منطقي أو تليلي لها، وتقييم أخلاقي، و/ أو مقترحات المعالجة للعناصر محل الشرح، وهذا ما كشفه فيما بعد ماكومبس وبعض زملائه أثناء بعض مراجعاته لنظرية ترتيب الأجنحة منذ العام 1977، وهو ما أشير إليه في دراسات لاحقة (ماكومبس، 1981) و(ماكومبس وغو 2005) مرتكزا على تعريف والتر ليبمان "الصور في رؤوسنا"، بمعنى أن وسائل الإعلام تقوم ببناء مفاهيمنا عن الأشياء والقضايا من خلال تقديم السمات الأكثر بروزا لجوانب الموضوعات المطروحة.

واستخدمت كلمة التأطير أو الإطار في البحوث للدلالة على السياق (Context) الذي وضع الخبر بما سيحد المغزى الأهم أو الرئيس له. صحيح أن التأطير عملية تنطلق من القائم بالاتصال، لكن دور المتلقي في بناء الصورة أو الإطار أو تفسير المعنى لم يكن سلبيا في أي مرحلة، بل تدخلت عوامل أخرى في تفسير المعنى في ذهن المتلقي، من ذلك مثلا التركيبية الثقافية للمتلقي وتأثير الجماعات المرجعية ومستويات التعليم والخبرة والعمر. أما في البيئة

الرقمية، فقد برزت متغيرات إضافية أهمها الاتصال الشبكي عبر الإنترنت، أدت جميعها إلى تعزيز دور الجمهور في وضع الأطر للأحداث وتحديد معناها، فالفرد في البيئة الجديدة أصبح أكثر فاعلية ونشاطا. ومن هنا استنتجت بعض الدراسات السابقة أن التأطير بمفهومه القديم لم يعد قائما، بل لم تعد كلمة " التأطير " نفسها مناسبة لما يحدث في البيئة الاتصالية الحديثة، ذلك أن الوسائط الحديثة ألغت ما كان في عملية التأطير من استقرار في ضوء آليات التفضيلات أو الخيارات المتعددة التي أتاحتها البيئة الرقمية الشبكية. وهذا البحث لا يتبنى وجهة النظر المتطرفة بشأن انتهاء أو إلغاء عملية التأطير، بل تؤكد الاستنتاجات التي توصل إليها أن التأطير سيظل قائما، غير أن الفاعلين في عملية التأطير تغيرت مكاناتهم وإسهاماتهم وفق حسابات عديدة أبرزها زيادة فاعلية الجمهور وتشاركيته في العملية الإعلامية من حيث حراسة البوابة وترتيب الأجندة ثم عملية التأطير التي باتت أكثر مرونة بعد أن تخلصت من الاتصال الهرمي الخطي الذي كان يمارس في البيئة الإعلامية التقليدية (عزام، 2020، الصفحات 13-14)

ويتحدد الغرض الرئيسي من النظرية في إمكانية النظر إلى القضية من وجهات نظر متنوعة، وتفسير الآثار المترتبة عليها أو انعكاساتها على القيم والاعتبارات، فتشير الأطر إلى العملية التي يقوم الناس من خلالها بتطوير مفاهيم القضية أو إعادة توجيه تفكيرهم حول قضية معينة. كما تفترض النظرية أن معلومات الجمهور واتجاهاته نحو القضايا المختلفة، تتشكل في ضوء تأثره بالمعالجات التي تطرح، وينعكس ذلك على اتخاذ الجمهور القرارات نحوها، ويقصد

بالإطار اختيار بعض جوانب الموضوع وجعلها أكثر بروز في النص الإعلامي، وبذلك يتم تحديد المشكلة، وتقديم التفسيرات، وطرح الحلول والبدائل بشأنها، ويؤدي اختلاف المعالجات الإعلامية التي تطرحها وسائل الإعلام حول القضايا المختلفة، إلى اختلاف وجهات النظر بشأنها، وتباين الأحكام اتجاهاها (عمارة، الصفحات 556-557)

2. أنواع الأطر الإعلامية:

-إطار المبادئ الأخلاقي **Ethical Principles Frame**: في السياق الأخلاقي للمجتمع ، يتم تقديم الوقائع بطريقة تستهدف معتقدات ومبادئ المتلقي، وذلك عن طريق الاستناد إلى الاقتباسات والأدلة الدينية المؤيدة لتلك الوقائع، أو من خلال الاستشهاد بمصادر وجماعات مرجعية تؤكد على هذا الإطار الأخلاقي (عبرين، 2015، صفحة 15)

-إطار الاهتمامات الإنسانية **Human Interest Frame**: يعزز الاهتمام بتأثير قضية أو موضوع معين على الأفراد، حيث يركز على الجانب الإنساني أو العاطفي عند تقديم على الأفراد، حيث يركز على الجانب الإنساني أو العاطفي عند تقديم حدث أو قضية أو مشكلة وقد وصفت "نيومان" ذلك بالتأثير الإنساني (المحمدي، 2016، صفحة 25).

-إطار الاقتصادي **EconomicConsequences Frame**:

يركز على النتائج الاقتصادية مثل الربح والخسارة، ويسلط الضوء على المحتوى والقضايا الاقتصادية، ويعتبر التأثير الاقتصادي لأي قضية أو مشكلة قيمة إخبارية مهمة بالنسبة للصحافيين، حيث يحاولون تحديد أي من هذه القضايا يمكن استخدامها كقصة إخبارية تناسب

الجمهور وتلفت انتباهه، خاصة تلك التي تحمل تأثيراً أو تترتب عليها أرباح. يتم استخدام هذا الإطار لجعل القضايا أكثر ارتباطاً بالجمهور، وهو الأكثر استخداماً في نصوص الأخبار، ويعد هذا النوع من بين الأطر الإعلامية الأساسية وتتفرع منه أطر إعلامية أخرى تحددها طبيعة الموضوع مثل إطار التنمية وغيرها من الأطر (الزبون، 2015، صفحة 48)

-إطار المسؤولية **Responsibility Fram**: يتمحور هذا الإطار حول الأحداث والقضايا بطريقة تسلط الضوء على المسؤولية وتربطها بأفراد أو جهات محددة، ويركز هذا الإطار على معرفة أصل الأزمة، أو السبب، ويحدد من هم المسؤولون وما الإجراءات التي يجب اتخاذها للتخفيف من تأثير القضية، ويتساءل: من المسؤول عن ذلك؟ ومن ثم يتحمل الأفراد أو المؤسسات أو الدولة مسؤولية التعرف على هذا المسؤول وتحديدته في صورة فرد أو مؤسسة أو قانون أو سلوك... الخ (لطي، 2018، صفحة 114).

-إطار الإستراتيجية: يتمثل الإطار الاستراتيجي في فهم الأحداث في سياقها الذي يؤثر على أمن الدولة القومي. يتماشى هذا الإطار مع التطورات السياسية والعسكرية، ويركز على قيم مثل مبدأ الفوز والخسارة والتقدم والتأخر والنهضة أو الانهيار، كما يركز الإطار الاستراتيجي على لغة الحروب والصراعات والتنافس الوطني والدولي، ويتضمن أيضاً مبدأ النفوذ والقوة ومصادره وأشخاصه ومظاهره، ويتعلق أيضاً بتقديم الانجازات الكبيرة أو الإخفاقات أو الانتقادات الكبرى.

- إطار الصراع: تقدم الأحداث في إطار تنافسي صراعي حاد قد تتجاهل الرسائل الإعلامية عناصر هامة في سبيل إبراز سياق الصراع، تبرز الفساد و عدم الثقة في المسؤولين، ترى الأشخاص قبل أن ترى الأحداث و ترصد المصالح قبل أن ترصد الأهداف و تقيس الرسالة غالبا بمقياس الخاسر والرابح والمنتصر والمهزوم وهو بعد يبالغ الصحفيون والمذيعون كثيرا في جعله إطارا للأحداث (مبارك، 2013، صفحة 14).

3. نماذج نظرية الأطر الإعلامية:

وتطرح النظرية نماذج تفسيرية يتم توظيفها في التحليل الكيفي لتمثيل الجوانب والسمات البارزة الواردة في الرسالة الإعلامية، أي تحديد أطر التغطية الخبرية للقضايا والأحداث المختلفة، ومن أبرز هذه النماذج ما يلي:

✓ نموذج روبرت إنتمان Robert Entman

وضع روبرت إنتمان أربعة وظائف أساسية للأطر الإعلامية تتمثل في:

- تعرف الأطر المشكلة أو القضية والأسباب الكامنة وراءها.
- تقوم الأطر بتشخيص الأسباب وتحديد القوى الفاعلة في القضية أو الحدث.
- تشير الأطر إلى التقييمات الأخلاقية للقضية أو الحدث.

وتبرز أهمية هذا النموذج في أنه يستخدم لتحديد القوى الفاعلة في القضايا أو الأحداث الدولية المعنية والتعرف على طبيعة الأدوار المنسوبة إليهم ومدى انعكاسها على صورتهم في وسائل الإعلام مثلا.

✓ نموذج بان وكويسكي:

قدم بان وكويسكي نموذجا يتضمن مجموعة من الأدوات لتحليل الأطر الخبرية تتمثل في الذي يشير إلى تسلسل:

- Syntactical Structure البناء التركيبي للقصة الإخبارية: العناصر والفقرات داخل القصة الخيرية وكذلك الاستراتيجيات التي يتبعها القائم بالاتصال في بناء الحدث الإخباري والمصادر الإخبارية التي توظف في النص الخبري.
- thematic Structure الأفكار الرئيسية (الفكرة المحورية) المتضمنة في النص الخبري تتضمن الأفكار الرئيسية السمات الرئيسية الفكرة الرئيسية والفكرة المحورية التي يدور حولها النص الخبري التي تساعد في تدعيم الفكرة المحورية.
- Phetroical Structure الإستخلاصات الضمنية للحدث أو القضية التي تركز عليها وسائل الإعلام. وترجع أهمية هذا النموذج إلى أن الباحثين رصدوا الأفكار الرئيسية الفكرة المحورية التي يتضمنها النص فيما يتعلق بالقضايا والأحداث الدولية المعنية بالدراسة.

✓ نموذج لينجروسيون:

يتناول هذا النموذج تصنيفا للأطر الخبرية يتضمن نوعين هما على النحو التالي:

- Episodic Frame الإطار المحدد المرتبط بأحداث محددة.

• Thematic Frame الإطار العام أو المجرد فالإطار المحدد، يصف الأحداث والقضايا المثارة من خلال وقائع وأحداث معينة، ويقدم الإطار العام أو المجرد القضايا أو الأحداث المثارة في سياق علم ومجرد.

✓ النموذج الذي طرحه ماكسويل ماكومبس وآخرون:

وقدم فيه تفسيراً لكيفية بناء الصور النمطية عن الشعوب والشخصيات البارزة لدى الجماهير بوصف ذلك يمثل التأثير الأهم لوسائل الإعلام في الآونة الأخيرة، ويشير ماكومبس وآخرون في هذا النموذج إلى أن الرسالة الإعلامية تتضمن موضوعية وهي تلك التي تتعلق بالمعلومات المجردة حول القضية وشخصياتها وأطرافها وأسباب الموقف أي كيفية تناول Affective Attributes المشكل فيها وبدائل حلولها، والسمات العاطفية الأطراف والشخصيات الواردة ضمن سياق القضية بشكل موات أو غير موات بكلمة أخرى تقدم الأطراف أو الشخصيات بصورة إيجابية أو سلبية (الدليمي ع.، 2016، الصفحات 226-227)

4-سمات نظرية تحليل الأطر الإعلامية:

ونشير في هذا الصدد إلى أن تشكيل الإطار الإعلامي للمحتوى يتسم بالآتي:

- إنه عملية تنظيم للمحتوى الإخباري قد يتفق مع القيم الإخبارية السائدة أو لا يتفق حسب الهدف من العملية ذاتها

- لا يقف الهدف عند حدود إثارة الاهتمام بالمحتوى ولكنه يهدف إلى الإقناع والتأثير بالدرجة الأولى.

- لا يهدف إلى غرس أفكار أو قيم جديدة و لكنه يقوم على الاستفادة من الأفكار والقيم المرجوة فعلا في الواقع الاجتماعي..

-يحاول تحقيق الاتساق بين ما يدركه الجمهور عن الواقع الاجتماعي، وما يقدمه هذا التشكيل اعتمادا على هذه المدركات.

- يهدف تحقيق الاتساق المذكور إلى تفعيل عملية تمثيل المعلومات في استعادة المعلومات وتفسير الرموز والمدركات الاجتماعية التي يتبناها تشكيل الأطر الإعلامية.

(الحميد، 2004، صفحة 402)

5-نقاط القوة والضعف في نظرية التأطير الإعلامي:

✓ نقاط القوة:

توجد العديد من نقاط القوة التي تجعل نظرية تحليل الاطار الاعلامي ملائمة للتطبيق في بيانات إعلامية مختلفة وهذه النقاط هي:

-تتناول النظرية دور القائم بالإتصال في صناعة الرسائل الإعلامية.

-تساعد النظرية على تقديم تحليل علمي للمعالجات الإعلامية المقدمة حول الأحداث والقضايا المختلفة.

-تتناول النظرية تأثير تلك المعالجات على معارف الجمهور واتجاهاته.

-تتسم النظرية بالمرونة وتتسجم معطياتها مع النتائج الحديثة في علم النفس المعرفي.

-يمكن اختبار نظرية تحليل الاطار الاعلامي منهجيا بعدة مناهج علمية حيث يمكن تحليل الأطر الخبرية في الرسائل الإعلامية من خلال الأساليب الكمية أو الكيفية، ويفيد في ذلك استخدام الملاحظة أو استمارة التحليل الكيفي أو استمارة التحليل الكمي.

-يمكن دراسة أثر الأطر الخبرية في تشكيل معارف واتجاهات الجمهور من خلال الدراسات التجريبية أو المسحية أو الميدانية.

تتيح نظرية تحليل الإطار الإعلامي للباحث الإعلامي للباحث قياس المحتوى الضمني للرسائل الاعلامية التي تعكسها وسائل الاعلام، وتقدم هذه النظرية تفسيراً منظماً لدور وسائل الإعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات نحو القضية البارزة وعلاقة ذلك باستجابات الجمهور المعرفية والوجدانية ليلك القضايا. (عايش، 2017، صفحة 74، 73)

6-توظيف نظرية تحليل الأطر الإعلامية في موضوع الدراسة:

استخدمنا نظرية الأطر من أجل معرفة كيف يتم تأطير القضايا السياسية عبر مواقع التواصل الاجتماعي، حيث تُعتبر هذه النظرية من أهم النظريات الإعلامية التي تهتم بدراسة كيف يتم تقديم وتفسير المعلومات والأحداث في وسائل الإعلام وكيفية تأثير ذلك على تصورات الجمهور وسلوكياته، تعتمد النظرية على الفكرة القائلة بأن وسائل الإعلام لا تقدم الحقائق كما هي، بل تشكل الأطر التي تحدد كيفية فهم هذه الحقائق.

وقد تعمدنا الاستناد إلى هذه النظرية لدراسة كيفية تأطير وسائل الإعلام للقضايا السياسية عبر منصات التواصل الاجتماعي، خاصة عبر موقع الفيسبوك ومن خلال الحسابات الرسمية لوسائل الإعلام مثل البلاد التلفزيون العمومي الجزائري. هذه الأطر الإعلامية قد تشكل رؤية الجمهور عن القضايا السياسية، وبالتالي تؤثر على ردود أفعالهم.

رابعاً: الإجراءات المنهجية للدراسة

1- نوع الدراسة والمنهج المستخدم

تتتمي دراستنا هذه إلى الدراسات والبحوث الوصفية التي تهدف إلى البحث في الظواهر والإشكاليات المبهمة من خلال السعي إلى الكشف عن أسبابها والعلاقات المرتبطة بها، وتقديم حلول لها يتم ذلك سواء من خلال استكشاف مسائل جديدة في مجال البحث التي لم يتم التطرق إليها من قبل أو من خلال الاستفادة من الدراسات السابقة التي تنتهي عادة بتسليط الضوء على مشكلات جديدة تستدعي مزيداً من الدراسة والبحث. وتمثلت دراستنا في تأطير القضايا السياسية الجزائرية عبر صفحات القنوات الإخبارية في موقع الفيس بوك -دراسة تحليلية مقارنة بين صفحتي التلفزيون العمومي والبلاد.

كما أنه لا يقتصر البحث الوصفي على جمع البيانات والحقائق وتصنيفها وتبويبها، بالإضافة إلى تحليلها التحليل الدقيق المتعمق بل يتضمن أيضاً قدر من التفسير لهذه النتائج، لذلك كثيراً

ما يقترن الوصف بالمقارنة، بالإضافة الى استخدام أساليب القياس والتصنيف والتفسير لهذه النتائج بهدف استخراج الاستنتاجات ذات الدلالة، ثم الوصول إلى تعميمات بشأن الظاهرة موضوع الدراسة (عوض صابر و علي خفاجة، 2002، صفحة 87)

وبالتالي هذه الدراسة لا تتوقف عند حدود معرفة أطر القضايا السياسية الجزائرية في القنوات الإخبارية عبر صفحاتها في موقع الفيس بوك (التلفزيون العمومي، والبلاد) بل تتعدى ذلك لإجراء مقارنة بين هذين الصفحتين ومعرفة أسباب اختلاف التأطير بين هذين الصفحتين إن وجد.

2.1. منهج الدراسة:

تتضمن الدراسات الوصفية العديد من المناهج التي تعرف بأنها "الطريقة أو الأسلوب الذي يعتمد عليها الباحث للوصول إلى نتائجه أو غياته، وتختلف المناهج باختلاف المواضيع المعالجة وزاوية معالجتها، ولكل منهج وظيفته وخصائصه والأدوات التي يستخدمها في ميدان تخصصه (بحوش و الذنبيات، 2001، صفحة 139)،

وإنطلاقا من طبيعة ونوع دراستنا الكمية الوصفية فإن المنهج المناسب لها هو "المنهج الوصفي التحليلي" وبالتالي فقد اخترنا المنهج الوصفي نظرا لأهميته في بحوث الإعلام والاتصال، وتوافقا مع هدف دراستنا الذي يتمثل في كيفية تأطير صفحات القنوات الإخبارية في موقع

الفيس بوك القضايا السياسية الجزائرية عن طريق التحليل والمقارنة

فالمنهج الوصفي التحليلي: "يركز على وصف طبيعة وخصائص مجتمع معين أو جماعة أو أفراد، وفي إطار هذا النوع من البحوث يتم استخدام منهج المسح باعتباره منظم يساعد في الحصول على بيانات ومعلومات تتعلق بالظاهرة موضوع الدراسة" (قشوط، 2016، صفحة 59).

أما المنهج المقارن يتم استخدامه في مجالات مختلفة مثل الوصف والتفسير والتحليل والتنبؤ، ومع ذلك يتم تطبيق المقارنة وفقا لاحتياجات الدراسة المحددة، كما أنه لا ينفصل عن مناهج البحث المعروفة: المنهج الوصفي والمنهج التاريخي والمنهج التحليلي والمنهج التجريبي، وبالإضافة إلى ذلك يعتمد المنهج المقارن في استخداماته على أدوات هذه المناهج (بكر،

2003، صفحة 07)

يركز الباحث في البحث المقارن على ظاهرة محددة أو حادثة تكون موضوع للدراسة، وبعدها يقوم بجمع البيانات الوافية والكافية والعميقة التي تخدم مجال بحثه، وينبغي أيضا أن يكون هناك معلومات وبيانات وافية وكافية حول التشابهات والاختلافات في الظواهر والحوادث المطلوب دراستها.

وتتنوع طرق المقارنة وأشكالها بصورة متعددة، ومن بين هذه الأشكال نجد المقارنة على المستوى الأدنى أو الأضيق النطاق. وتسمى "الميكروسوسيولوجي" فعلى سبيل المثال، يمكن أن تتم هذه المقارنة داخل مجتمع واحد، ولكن بين طبقات وفئات مختلفة، أو بين الفئات الحضرية الفئات الريفية في نفس البلد أو المجتمع (عامر، 2015، صفحة 112، 113).

وقد تم الإعتماد على " المنهج المقارن " للمساعدة في مقارنة نتائج التحليل الوصفي بين صفحتي " التلفزيون العمومي " وقناة "البلاد" للقضايا السياسية الجزائرية على صفحاتها عبر موقع الفيس، وذلك لتحديد أوجه التشابه والاختلاف بين الأطر الخبرية من طرف كل من صفحتي عينة الدراسة من خلال تناولهما لموضوع دراسة، وتقييم كيفية اختلاف طريقة عرض القضايا بناءً على الجهة الإعلامية المستخدمة (البلاد مقابل التلفزيون العمومي).

2- أدوات جمع البيانات:

تعتبر أدوات الدراسة من بين أهم خطوات البحث العلمي، حيث تحدد الطريقة التي يتم بها جمع المعلومات وتنظيمها وتصنيفها لتحقيق نتائج دقيقة، وتشمل أدوات البحث العلمي مجموعة متنوعة من الوسائل، التي قد تكون ملموسة مادية أو مجردة فكرية، مما يمكن الباحث من تحقيق أهدافه المرتبطة بإشكالية دراسته. لذا تعرف أدوات الدراسة في بحوث الإعلام والاتصال بأنها "الوسائل سواء كانت المادية أو الفكرية التي يستخدمها الباحث لمقاربة إشكالية بحثه" (تمار، مناهج وتقنيات البحث في الدراسات الإعلامية، 2017، صفحة 101)

اعتمادنا في هذه الدراسة على أداة تحليل المضمون لأنه الأكثر تناسب ومنهج الدراسة وعينتها، ويمكن من خلال هذه الأداة قياس متغيرات الدراسة على ضوء نظرية الأطر الإعلامية، المتمثلة في السياق التي وضعت الصفحات الإخبارية لكل من قناة البلاد والتلفزيون العمومي على موقع الفيس بوك التي تتناول القضايا السياسية الجزائرية المنشورة على صفحات عينة الدراسة (التلفزيون العمومي والبلاد)، وتم تحديد وحدات التحليل وفئات تحليل المحتوى بما يخدم

أهداف هذه الدراسة و تعرف هذه الأخيرة على أنها: "مجموعة من التصنيفات أو الفصائل يقوم الباحث بإعدادها طبقاً لنوعية المضمون، ومحتواه، وهدف التحليل حتى يستخدمها في وصف هذا المضمون، وتصنيفه بأعلى نسبة ممكنة من الشمول والموضوعية، وبما يتيح إمكانية التحليل واستخراج النتائج بأسلوب بسيط وسهل، لأن هناك فرق بين ما يشتمل عليه المضمون من كلمات وأفكار ومعان واتجاهات وقيم، والشكل أو الطريقة التي تم تقديم هذا المضمون بها إلى جمهور القراء أو المستمعين أو المشاهدين من خلال الوسائل والأشكال والقنوات الاتصالية" (المشهداني، 2017، صفحة 183)

وتم تصنيف هذه إلى الفئات إلى فئتين رئيسيتين وهما:

-فئات الشكل (كيف قيل؟).

-فئات المضمون (ماذا قيل؟).

-فئات الشكل (كيف قيل؟): هي تلك الفئات التي تصف المحتوى الشكلي للمضمون المزعم دراسته، وعادة ما تحاول الإجابة عن سؤال كيف قيل؟، تعد هذه الفئات أحد ركائز تحليل المحتوى، فالشكل الذي يقدم به المضمون إلى جمهور القراء أو المشاهدين أو المستمعين... الخ، من خلال مختلف قنوات الاتصال، يعد بالأهمية التي تجعل هؤلاء يميلون إلى الاضطلاع على المضمون أولاً. لأن الشكل الذي تقدم به المادة الإعلامية ليست دائماً بريئاً، فالوقت واللون والبنط الذي تكتب به المادة والمساحة المخصصة للمواضيع والحركات والإيماءات، لا تستعمل من باب الصدفة، بل لزيادة تأثير (حمدي الفاتح، 2017، صفحة 58)

كما يمكننا تقديم تعريف لفئات الشكل اعتبار لما جاء في مجموع التعريفات والتي بدورها تصب في نفس السياق وبناء على نوع دراستنا والهدف منها حيث "تتضمن فئات الشكل للدراسة الخصائص والسمات الشكلية ومجموعة الفنون الصحفية والقوالب الفنية التي تم استخدامها في تناول القضايا السياسية المدروسة، بالإضافة الى أنواع المنشورات التي تم نشرها في صفحات كل من قناة التلفزيون العمومي والبلد على موقع الفيسبوك بشأن القضايا السياسية الجزائرية وهي كالتالي:

- فئة الفنون الصحفية: تتضمن هذه الفئة الفنون الصحفية التي تم استخدامها في التعبير عن المنشورات التي تتضمن القضايا السياسية الجزائرية.
- فئة أنواع المنشورات: تشمل هذه الفئة أنواع المنشورات المختلفة التي تم نشرها على صفحات القنوات الإخبارية لقنوات التلفزيون العمومي والبلاد في موقع الفيس بوك والتي تتضمن الوسائط المتعددة من فيديوهات، الصور، النصوص.
- فئة الروابط والوصلات: تتضمن هذه الفئة مجموعة الوصلات والروابط التي تأخذ المتصفح إلى مواقع قنوات التلفزيون العمومي والبلاد، أو البث المباشر، أو روابط أخرى ذات صلة بالقضايا السياسية الجزائرية المدروسة.
- أما وحدات التحليل فقد كانت وحدة الموضوع أو الفكرة هي الوحدة الأساسية للتحليل.

فئات الشكل: (فئات كيف قيل):

تتضمن فئات الشكل للدراسة الخصائص والسمات الشكلية ومجموعة الفنون الصحفية والقوالب الفنية التي تم استخدامها في تناول القضايا السياسية المدروسة، بالإضافة إلى أنواع المنشورات التي نشرتها صفحة الشروق نيوز على الفيس بوك بشأن القضايا السياسية الجزائرية وهي كالتالي:

- فئة الفنون الصحفية: تتضمن هذه الفئة الفنون الصحفية التي تم استخدامها في التعبير عن المنشورات

- فئة أنواع المنشورات: تشمل هذه الفئة أنواع المنشورات المختلفة التي تم نشرها على صفحات القنوات الإخبارية لقنوات التلفزيون العمومي والبلاد في موقع الفيس بوك والتي تتضمن الوسائط المتعددة من فيديوهات، الصور، النصوص.

- فئة الروابط والوصلات: تتضمن هذه الفئة مجموعة الوصلات والروابط التي تأخذ المتصفح إلى مواقع قنوات التلفزيون العمومي والبلاد، أو البث المباشر، أو روابط أخرى ذات صلة بالقضايا السياسية الجزائرية المدروسة.

فئات المضمون: (فئات ماذا قيل):

وهي الفئات المراد إبرازها لمعرفة كيف تتم عملية تأطير قنوات التلفزيون العمومي والبلاد القضايا السياسية الجزائرية من خلال صفحاتهم على الفيس بوك، ويتم ذلك عن طريق تحديد الفئات المختلفة للمحتوى الذي تنشره القنوات وقد تم تحديد فئات التحليل في:

- فئة المصادر الإعلامية: أي مصدر استقاء المعلومة أو الخبر المنشور على صفحات القنوات الإخبارية: ويشمل مصادر إعلامية وحكومية وأخرى.

- فئة الشخصيات الفاعلة: تتضمن هذه الفئة مجموع الأشخاص المؤثرين وصانعي الأحداث كرئيس الجمهورية والوزراء، وأفراد الحكومة والمهام التي يقومون بها داخل البلد.

-فئة نوع الأطر الإعلامية(عام-خاص-مزدوج) : التي اعتمدها كل من قناة التلفزيون العمومي والبلاد عبر صفحاتهم في تأطير القضايا السياسية الجزائرية.

-فئة نوع الأطر الخبرية : التي اعتمدها قناة التلفزيون العمومي والبلاد عبر صفحاتهم في تأطير القضايا السياسية الجزائرية وتنقسم هذه الأطر إلى فئات فرعية وهي :

إطار التعاون:فقد تمثلت في التعاون الدولي والعلاقات الخارجية وتعزيز العلاقات الثنائية، على كافة الأصعدة بما يخدم مصالح البلدان، وبرز أيضا إطار التعاون في الشؤون الداخلية والسياسة المحلية والوطنية وكذلك الإصلاحات السياسية والاقتصادية.

الإطار الاقتصادي: تناول الجهود المبذولة لتعزيز التجارة الخارجية مع دول العالم وكذا لتحسين البنية التحتية وتطوير القطاع الصناعي في الجزائر.

إطار المسؤولية: حيث جاء هذا الإطار لتحسين الوضع الاجتماعي والاقتصادي وتشمل مساعي لتحقيق العدالة والمساواة وحماية حقوق المواطن والاهتمام بالصحة والتعليم والإسكان والخدمات الاجتماعية.

إطار الرقمنة والتحول: حيث يتم التركيز على أهمية التحول الرقمي في تسهيل الإجراءات الحكومية وتوفير الخدمات الرقمية وتسهيل الإجراءات وتقليل الوقت والجهد اللازمين للمواطنين للحصول على الخدمات الحكومية.

الإطار الأمني: حيث يتضمن الفساد وقد تم تناول بعض القضايا السياسية الأمنية المتعلقة بالجهود المبذولة لتطوير الأمن السيبراني في الجزائر وتحديث التشريعات الخاصة به.

الإطار القانوني: حيث يتضمن التركيز على أهمية مناقشة مشروع قانون الإجراءات المدنية والإدارية وقانون مكافحة التزوير وتحليل مدى تأثيرها على العدالة والحقوق في البلاد.

الإطار الإنساني: المقصود به التركيز على الأحداث والمواقف الإنسانية.

الإطار التحديات والفرص: حيث يتركز على التحديات السياسية الداخلية مثل التنمية الاقتصادية وفرص التطور والتحول الاقتصادي والسياسي في الجزائر وفرص التعاون الإقليمي والدولي للتغلب على التحديات السياسية والاقتصادية وأيضا فرص التعاون بين المؤسسات الحكومية والشركات الخاصة لتحقيق النمو الاقتصادي وتطوير البنية التحتية

الإطار الإصلاحى: اهتم هذا الإطار بإبراز بعض المظاهر الإصلاحية منها التحول الديمقراطي ومكافحة الفساد وتطهير المؤسسات العامة وتطوير اقتصاد وجذب الاستثمارات الأجنبية وكذا تحسين العلاقات الدولية وتعزيز التعاون.

إطار المنافسة: حيث يتم التركيز على المنافسة بين الأحزاب وتحليل مدى تأثير ذلك على التوجهات السياسية في البرلمان وقدرة الأحزاب على تمثيل الناخبين.

إطار الأمان والمصادقية: يتم التركيز على أهمية التواصل مع الجمهور وتوضيح المعلومات بشكل دقيق وشفاف حول المشاريع والجهود التي تبذلها الوزارة لتحقيق هذه المشاريع وتوضيح الإجراءات التي تتخذها الوزارة لمتابعة وتقييم المشاريع.

إطار الدعم والتأييد: حيث يتم التركيز على دور الحكومة في مواجهة التحديات الإقليمية والدولية وتعزيز الأمن والسلم الدوليين.

إطار التخطيط الاستراتيجي: حيث يتم التركيز على أهمية التخطيط الاستراتيجي لتحسين النظام وتحليل مدى أهمية تنظيم الندوات والمؤتمرات والاجتماعات لتطوير وتحسين النظام على كافة الأصعدة.

- فئة اتجاه الأطر الإعلامية: التي اعتمدها قناة التلفزيون العمومي والبلاد عبر صفحاتهم في تأطير القضايا السياسية الجزائرية، والتي تحدد اتجاه ومواقف وميول هذه الصفحات إزاء هذا المحتوى وتنقسم بدورها إلى: مؤيد، معارض، محايد.

- فئة الأطر المرجعية: عبارة عن تصور فكري يتم الاعتماد عليه في الحكم والتقييم

وتأطير القضايا السياسية الجزائرية وتنقسم هذه الأطر إلى فئات فرعية وهي:

- تاريخية: أي الاستناد إلى الخلفيات والجوانب التاريخية في عملية تأطير القضايا

السياسية الجزائرية. قانونية: يتم التعاطي مع القضية من منطلق استناد قانوني

كنصوص القانونية والجزائية في مجال التعاطي مع القضايا السياسية الجزائرية.

- سياسية: الاستناد إلى الخلفيات السياسية في تأطير القضايا السياسية الجزائرية.

- إنسانية: يقصد به الاستناد إلى خلفيات إنسانية في تأطير القضايا السياسية الجزائرية.

- لا يوجد: والمقصود به عدم الاعتماد على أي من الخلفيات السابق ذكرها.

- فئة الإستimalات الإقناعية: تم استخدامها للتعرف على نوع الأساليب الإقناعية التي

اعتمدها في عملية تأطير القضايا السياسية الجزائرية وتتضمن: الاستمالات العقلية،

العاطفية، الخوف.

أما وحدات التحليل فقد كانت وحدة الموضوع أو الفكرة هي الوحدة الأساسية للتحليل.

3- مجتمع البحث وعينة الدراسة

1.3. مجتمع البحث:

يعرف مجتمع البحث في الدراسات العلمية على أنه: "مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص

مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث والتقصي" (أنجرس،

2006، صفحة 298). وهو المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجتمع الأكبر، إلا أنه يصعب الوصول إلي هذا المجتمع المستهدف لضخامته فيتم التركيز على المجتمع المتاح أو الممكن الوصول إليه أو الاقتراب منه لجمع البيانات والذي يعتبر عادة جزءا ممثلا للمجتمع المستهدف ويلبي حاجات الدراسة وأهدافها ونختار منه عينة البحث (المشهداني، 2017، صفحة 85).

وفي دراستنا هذه المعنونة بـ "تأطير القضايا السياسية الجزائرية عبر صفحات القنوات الإخبارية في موقع الفيسبوك -دراسة تحليلية مقارنة بين صفحتي التلفزيون العمومي والبلاد_ مجتمع البحث في هذه الدراسة هو منشورات صفحات القنوات الإخبارية التلفزيون العمومي والبلاد في موقع الفيس بوك، سوف نقوم بتحديد مجتمع دراستنا كالتالي:

- **المجتمع المستهدف:** ويتمثل في كافة صفحات القنوات الإخبارية الجزائرية عبر شبكات التواصل الاجتماعي بصفة عامة .
- **المجتمع المتاح:** ويتمثل في صفحتي البلاد والتلفزيون العمومي الجزائري عبر موقع الفيسبوك.

ووقع اختيارنا على هذين القناتين التلفزيونيتين الجزائريتين لإجراء المقارنة، فكانت القناة الأولى عمومية (التلفزيون العمومي الجزائري) تعرض الأخبار والبرامج العامة، بينما القناة الثانية هي قناة خاصة تركز على الأخبار والبرامج. ومن خلال هذه المقارنة يتم تسليط الضوء على

الأهمية الكبيرة للمقارنة بين القنوات الحكومية والخاصة في مجال عرض مضامين القضايا السياسية الجزائرية وكيفية تأطيرها وهذا يساهم في خدمة صلب الموضوع.

2.3. العينة:

تم الأخذ بنظام الحصر الشامل في هذه الدراسة فالحصر الشامل هو "الدراسة الشاملة لجميع وحدات المجتمع الإحصائي، بهدف الحصول على معلومات إحصائية شاملة لخاصية أو أكثر من خواص المجتمع، ومن ثم إجراء التحليل المنهجية اللازمة". (مقيدهش، 2010، صفحة 18).

وكما يعرف أيضا الحصر الشامل بأنه: "جمع البيانات من جميع المفردات التي يتكون منها المجتمع المراد دراسته، ويسمى أحيانا أسلوب التعداد لكل مفردة من مفردات عن جميع مفردات المجتمع الأصلي" (نجم، 2015، صفحة 125)

ويلجأ الباحث إلى استخدام هذا الأسلوب في الدراسات التحليلية لبعض القضايا السياسية أو الاقتصادية أو السياسية أو الاجتماعية خلال فترة زمنية، لما يراه - طبقا لمعرفته التامة بمجتمع البحث- إنه يمثل المجتمع الأصلي تمثيلا صحيحا. (حسين، 1996، صفحة 123)

وفي اعتمادنا على هذا الأسلوب تم حصر جميع المنشورات ذات الصلة بالقضايا السياسية الجزائرية في صفحات القنوات الإخبارية عينة الدراسة على موقع الفيس بوك، وذلك بتحليلها لمدة ثلاث أشهر في الفترة الزمنية الممتدة من (01 سبتمبر 2023 إلي غاية 30 نوفمبر 2023)، بواقع 195 منشور خاص بقناة التلفزيون العمومي، وحصر 175 منشور لقناة البلاد.

4- مجالات الدراسة:

تعتبر مجالات الدراسة من الخطوات المنهجية الأساسية في كل بحث علمي، حيث يكون الباحث مطالباً بتحديد ما بدقة ووضوح، حيث من خلالها يتم التعرف على مجال البحث الذي أجريت عليه هذه الدراسة وهو ما يطلق عليه في علم المنهجية بمجتمع الدراسة (البحث)، كما تبين هذه الخطوة المنهجية المهمة المدة الزمنية التي استغرقتها الدراسة، وكذا المكان الذي أجريت فيه هذه الدراسة، وجاء في دراستنا هذه المجالات على النحو الآتي:

المجال المكاني: تمثل المجال المكاني للدراسة في منشورات الصفحات لقنوات الإخبارية عينة الدراسة (التلفزيون العمومي والبلاد) على موقع الفيسبوك.

المجال الموضوعي: يتمثل في منشورات القضايا السياسية الجزائرية على موقع الفيسبوك

المجال الزمني: اقتصرت هذه الدراسة التحليلية على دراسة كافة منشورات على صفحتي

التلفزيون العمومي والبلاد على موقع الفيسبوك خلال الفترة الزمنية الممتدة من 01/09/

2023 إلى 2023/11/30.

5- الصدق والثبات:

• **الصدق:** ويقصد به هو أن تؤدي وتقيس الأداة ما وضع لقياسه فعلا: بوضوح

"المحتوى وفقراته"، وللتأكد من صدق الأداة هناك عدة أساليب منها صدق المحكمين

أو استطلاع آراء المحكمين الخبراء والتي تعد من أكثر طرق الصدق شيوعاً وسهولة

(المشهداني، 2017، ص 152).

وبناء على ذلك وقع اختيارنا على 05 أساتذة محكمين مختصين في مجال بحثنا وهم:

الدكتور: رمزي جاب الله جامعة باتنة 01.

الدكتور: محمد فبول جامعة باتنة 01.

الدكتور: ميلود مراد جامعة قسنطينة 03.

الدكتورة: فاطمة حموتة جامعة باتنة 01.

الدكتورة: رمضان الخامسة جامعة محمد خيضر بسكرة.

ومن خلال توجيهات الأساتذة المحكمين تم تعديل جوانب متعلقة بفئات الشكل وفئات المضمون. وذلك للوصول بالأداة إلى شكلها النهائي.

• ثبات الأداة:

يحظى الثبات باهتمام كبير من قبل الباحثين لأن أداة القياس المستخدمة نادرا ما تكون صادقة بشكل كامل، وفي كثير من الحالات لا تتوفر لدى الباحث أي دليل حول الصدق، لذلك يلجأ الباحثون إلى تقديم أداة القياس من ناحية خصائص أخرى وافترض صدقها، ومن بين الطرق المستخدمة في ذلك هي درجة ثباتها (بشنة، 2020، صفحة 125)

يقصد بالثبات في البحوث العلمية على أنه إمكانية تكرار استخدام الأداة والحصول على نتائج في كل مرة (المشهداني، 2017، ص 153)

وفيما يتعلق بتحليل المضمون تعتمد العديد من الدراسات على معادلة هولستي holisti. حيث قمنا بإعادة التحليل لقياس الثبات على منشورات صفحات القنوات الاخبارية في موقع الفيس بوك ، ثم طبق عليها معادلة (هولستي) لقياس الثبات على هذا النحو:

-قياس الثبات:

العينة الخاصة بالدراسة والتي تمتد على مجال زمني من ثلاثة أشهر هي سبتمبر أكتوبر نوفمبر، لعام 2023 والتي تحتوي في إجمالها على 374 منشور فايسبوكي يمثل ما قدرة 199 منشور من صفحة التلفزيون العمومي الجزائري على الفايسبوك و175 منشور من صفحة قناة البلاد لذات المنصة الرقمية.

حيث تم الاستقرار على 38 منشور عشوائي من كلا الصفحتين بمعدل 19 منشور من كل صفحة لقياس ثبات الاستمارة، حيث انتهى الباحث إلى تحديد 72 وحدة

الاتفاق بين التحليل الأول والثاني

حيث من بين 72 وحدة تم الاتفاق بين التحليل الأول والثاني على 53 وحدة لتكون نسبة

الاتفاق بينهما مايلي

$$72-----53$$

$$م 1 من ----- 100$$

$$م 1 = 72/ 100 \times 53 = 73.61$$

الاتفاق بين التحليل الأول والثالث

من بين 72 وحدة كان الاتفاق بين التحليل الأول والثالث على 59 وحدة وبتابع ذات

الطريقة كانت نسبة الاتفاق م₂ = 81.94

الاتفاق بين التحليل الثاني والثالث

من 72 وحدة كان الاتفاق بين التحليل الثاني والثالث على 48 وحدة وبتابع ذات الخطوات

كانت نسبة الاتفاق م₃ = 66.66

متوسط الاتفاق بين المحكمين:

$$74.07 = 3/66.66 + 81.94 + 73.61 = 3/3 + 2 + 1 = م$$

$$0.74 = م$$

معامل الثبات يساوي $0.74 \times 3 / (0.74) (1-3) + 1 = (0.74 \times 2) + 1 / 2.22 =$

$$0.89 = 2.48 / 2.22 = 1.48 + 1 / 2.22$$

معامل الثبات 89 بالمائة.

الفصل الثاني

الإطار التوثيقي للدراسة

الفصل الثاني: الإطار التوثيقي للدراسة.

أولاً: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي.

1-تعريف مواقع التواصل الإجتماعي وخصائصها.

2-نشأة مواقع التواصل الإجتماعي وتطورها.

3- الفيسبوك وخدمات مواقع التواصل الإجتماعي

- الفيسبوك

- خدمات مواقع التواصل الإجتماعي

ثانياً: البعد السياسي لمواقع التواصل الإجتماعي في الجزائر

1- وسائل الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي(سياق العلاقة)

2- مواقع التواصل الإجتماعي في الجزائر (مؤشرات وإحصائيات)

3- ثنائية شبكات التواصل الإجتماعي والفعل السياسي(التوظيف السياسي لشبكات

التواصل الإجتماعي)

4- آلية تأطير الخبر السياسي في مواقع التواصل الاجتماعي

أولاً: ماهية مواقع التواصل الاجتماعي.

1- تعريف مواقع التواصل الاجتماعي وخصائصها:

1-1- تعريف مواقع التواصل الاجتماعي:

إن مفهوم شبكات التواصل الاجتماعي مفهوم غير ثابت في الأدبيات المختلفة، نظراً لتداخل الآراء والاتجاهات في دراسته، ونظراً للتطورات المتسارعة في عالم تقنيات الاتصال والاعلام، فقد عكس هذا المفهوم التطور التقني الذي طرأ على استخدام التكنولوجيا، وأطلق عموماً على كل ما يمكن استخدامه في التقاء الأفراد والجماعات وتواصلهم على الشبكة العنكبوتية العملاقة.

وتعرف بأنها مجموعة من تطبيقات الأنترنت التي تم بناؤها باستخدام تكنولوجيا الويب 2,0 والتي تسمح للمستخدمين بخلق وتبادل المحتوى الاتصالي، أي إنها تطبيقات تمكن المستخدمين من إنشاء صفحات - ملفات شخصية - تربطهم مع أصدقائهم ومعارفهم وتمكنهم من التواصل معاً من خلال تبادل الرسائل الشخصية عبر البريد الإلكتروني الخاص بالملف الشخصي للمستخدم، أو من خلال ترك التعليقات التي يتشارك فيها المستخدمون، وقد تحتوي تلك الملفات أو الصفحات الشخصية على الصور، أو ملفات الفيديو، أو ملفات صوتية. (مصطفى، 2023، صفحة 591 592)

كما عرفها أندرياس كابلان ومايكل هانلين بأنها "مجموعة من التطبيقات المرتبطة بشبكة الويب والانترنت تبني على أسس أديولوجية وتكنولوجية، وتسمح بإنشاء وتبادل المحتوى الذي ينتجه المستخدم، كما عرفها مالوني كريشمارمالوني بريس " بأنها مكان يلتقي فيه الناس لأهداف محددة وهي موجهة من طرف سياسات تتضمن عددا من القواعد والمعايير التي يقترحها البرنامج".

وبالمثل يعرفها بالاس: " بأنها برنامج يستخدم لبناء مجتمعات على شبكة الانترنت تتيح للأفراد أن يتصلوا ببعضهم البعض لعدد من الأسباب المتنوعة".

وحددتها السون وبويد بأنها " منظمة عصرانية غيرت في أسلوب الحياة من حيث الأسلوب والإدارة والممارسة" (الصالح، 2021، الصفحات 272 - 273)

1-2- خصائص مواقع التواصل الاجتماعي:

تتميز مواقع التواصل الاجتماعي عن غيرها من المواقع على شبكة المعلومات الدولية بعدة ميزات، واستطاعت هذه المواقع أن تفرض نفسها بقوة بعد أن أصبحت مصدرا لنقل العديد من الأخبار والمعلومات التي يقوم بنشرها نشطاء هذه المواقع، ومن بين أهم تلك الخصائص:

-**التفاعلية والتشاركية:** تتميز مواقع التواصل الاجتماعي بخاصية التفاعل القائمة على تبادل الآراء والأفكار والمعلومات، والتفاعل مع الآخرين بصورة مجانية وغاية في السلاسة والسهولة، فالمستخدم يمكن له أن يتبادل مع المستخدمين الآخرين معلوماته الشخصية مثل توجهاته السياسية ورغباته وهواياته في الرياضة وغيرها، وكذلك المعلومات المتعلقة بثقافته وتقاليدته أو

المتعلقة بموطنه وذلك من خلال توثيق معلوماته في ملفه الشخصي (الجبوري، 2019، صفحة 39).

-العالمية: حيث تلغي الحواجز الجغرافية والمكانية وتتخطى فيها الحدود الدولية فيستطيع الفرد في الشرق التواصل مع الفرد من الغرب ببساطة وسهولة. (حسن، 2021، صفحة 782)

-سهولة الاستخدام: تتميز مواقع التواصل الاجتماعي ببساطة وسهولة في الاستخدام ولا تحتاج إلي تدريب مركز.

- الإنفتاح: تقدم خدمات مفتوحة لردود الفعل والمشاركة، أو الأشياء والتعديل على الصفحات حيث إنها تشجع التصويت والتعليقات وتبادل المعلومات، بل نادرا ما توجد أية حواجز أمام الوصول والاستفادة من المحتوى.

- الإنسابية: أعطت مواقع التواصل الاجتماعي خاصية الحرية المطلقة والانسيابية في التعبير، وتخطي الحدود والحواجز المحلية والدولية بل وحدود القانون والرقابة المرتكزة على تقييد حرية التعبير وفق شروط وضوابط في معظم بلدان العالم. (نعمان، 2022، صفحة 586 587).

- قوة التأثير : فنظرا لما تتطوي عليه شبكات التواصل الاجتماعي من قوة في التأثير، وسرعة في الوصول، وكثافة في الانتشار، فلا ضير أن نقول: إنها أصبحت لغة العصر، وقد اكتسحت هذه اللغة التقنية الجديدة جميع لغات العالم وطوتها في سجلها، وأثرت في استعابها.

- إمكانية النشر من قبل المواطنين **User generated content**:

فلقد ساهمت شبكات التواصل الاجتماعي في ظهور الصحفي المواطن، الذي يمكن أن يشارك - بفاعلية- في تلك الشبكات، دون الخضوع لتأثير حارس البوابة، ليصبح للمواطن دور فعال في التأثير، والتغيير، والتعبير الحر عن الرأي، دون أي ضابط، أو رادع، تراعي فيه خصوصية الفرد والمجتمع.

-الاتصال السريع: فالشبكات لديها القدرة على نقل الأخبار، والمعلومات بسرعة فائقة، فأى حدث أو موقف يحدث في أي مكان يمكن نقله وتداوله عبر الشبكات الإجتماعية في نفس الوقت.

-التسويق: فقد أعادت شبكات التواصل الاجتماعي تشكيل المفهوم التسويقي في المجتمعات المعاصرة، بما تحمله من خصائص، كعالمية الانتشار، وسرعة الوصول، والتفاعل، وتعدد الوسائط، وقلّة التكلفة.(اسماعيل، 2019، صفحة 46 47).

2- نشأة مواقع التواصل الاجتماعي وتطورها:

عند الحديث عن مراحل تطور مواقع التواصل الاجتماعي في الفضاء المعلوماتي ، تجدر الإشارة إلى مرحلتين أساسيتين :

المرحلة الأولى: ويمكن وصفها بالمرحلة التأسيسية لمواقع التواصل الاجتماعي ، وهي المرحلة التي ظهرت مع الجيل الأول للويب 1.web. ومن أبرز الشبكات التي تكونت في هذه المرحلة شبكة موقع sixdegrees.com، الذي منح للأفراد المتفاعلين في إطاره فرصة طرح لمحات عن حياتهم وإدراج أصدقائهم .

وقد أخفق هذا الموقع عام (2000 م) . ومن المواقع التأسيسية للشبكات الاجتماعية أيضا موقع classmates.com الذي ظهر في منتصف التسعينيات من القرن العشرين، وكان الغرض منه الربط بين زملاء الدراسة . شهدت هذه المرحلة أيضا إنشاء مواقع شهيرة أخرى ، مثل موقع [live journal](http://livejournal.com) ، وموقع [keyword](http://keyword.com) الذي أنشئ في كوريا، وموقع [Ryze](http://Ryze.com) الذي كان يهدف إلى تكوين شبكات اجتماعية لرجال الأعمال لتسهيل التعاملات التجارية.

وكان أبرز ما ركزت عليه مواقع التواصل الاجتماعي في بدايتها خدمة الرسائل القصيرة والخاصة بالأصدقاء . وعلى الرغم من أنها وفرت بعض خدمات الشبكات الاجتماعية الحالية، إلا أنها لم تستطع أن تدر ربحا على مؤسسيها ، ولم يكتب لكثير منها البقاء . المرحلة الثانية : يمكن وصف المرحلة الثانية بأنها الموجة الثانية للويب 2 web ، والمقصود هنا أنها ارتبطت بتطور خدمات الشبكة، وتعتبر مرحلة اكتمال الشبكات الاجتماعية . ويمكن أن نؤرخ لهذه المرحلة بانطلاقة موقع [myspace](http://myspace.com) وهو الموقع الأمريكي المشهور ، ثم موقع الفيس بوك . وتشهد المرحلة الثانية من تطور مواقع التواصل الاجتماعي على الإقبال المتزايد من قبل المستخدمين لمواقع الشبكات العالمية . ويتناسب ذلك الإقبال المتزايد مع تزايد مستخدمي الإنترنت على مستوى العالم. (أحمد، 2017، صفحة 28 29)

بدأت مجموعة من الشبكات الاجتماعية في الظهور في أواخر التسعينيات مثل classmates.com عام 1995 للربط بين زملاء الدراسة وموقع sixdegrees.com عام 1997 وركز ذلك الموقع على الروابط المباشرة بين الأشخاص، وظهرت في تلك المواقع

الملفات الشخصية للمستخدمين وخدمة إرسال الرسائل الخاصة لمجموعة من الأصدقاء، وبالرغم من توفر تلك المواقع لخدمات مشابهة لما توجد في الشبكات الاجتماعية الحالية إلا أن تلك المواقع لم تستطع أن تدر ربحاً لمالكها وتم إغلاقها، وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات، وبعد ذلك ظهرت مجموعة من الشبكات التي لم تستطع تحقيق النجاح الكبير بين الأعوام 1999 و2001.

ومع بداية عام 2005 ظهر موقع يبلغ عدد مشاهدات صفحاته أكثر من جوجل وهو موقع ماي سبيس الأمريكي الشهير ويعتبر من أوائل وأكبر الشبكات الاجتماعية على مستوى العالم ومعه منافسه الشهير فيس بوك والذي بدأ أيضاً في الانتشار المتوازي مع ماي سبيس حتى قام فيس بوك في عام 2007 بإتاحة تكوين التطبيقات للمطورين وهذا ما أدى إلي زيادة أعداد مستخدمي فيس بوك بشكل كبير ويعتقد أن عددهم حالياً يتجاوز 115 مليون مستخدم على مستوى العالم (كافي، 2016، الصفحات 110 - 111)

3- الفيسبوك وخدمات مواقع التواصل الإجتماعي:

1-1- الفيسبوك:

1- تعريفه: يعد الفيسبوك من أهم مواقع شبكة الواب والأكثر شعبية لإسهاماته في نشر ثقافة التواصل والتفاعل على أوسع نطاق بين مختلف مستخدمي الشبكة، فمنذ 2004 تاريخ إنشائه " كمنندى لطلاب الجامعات، ساعد موقع فيسبوك على إشباع الحاجات المختلفة الشخصية والاجتماعية، ومكن الناس على البقاء في اتصال مع الأصدقاء

القداىى والحالىين، ويعتبر مارك زوكربيرج أو من صمم الموقع، حيث كان طالبا في جامعة هارفارد في حينه، وسمى الفيسبوك بهذا الاسم على غرار ما كان يسمى (كتب الوجوه) التي كانت تطبع وتوزع على الطلاب بهدف إتاحة الفرصة لهم للتعارف والتواصل مع بعضهم البعض، خاصة بعد الانتهاء من الدراسة والتخرج، حيث يتفرق الطلاب في شتى الأنحاء.(نوزيان، 2022، صفحة 167).

- مميزات موقع الفيسبوك من الناحية التقنية:

أهم مميزات الفيس بوك هي:

الملف الشخصي " Profile ": فعندما تشترك بالموقع عليك أن تنشئ ملفا شخصيا يحتوي على معلوماتك الشخصية، صورك، الأمور المفضلة لك، كلها معلومات مفيدة من أجل سهولة التواصل مع الآخرين، كذلك يوفر معلومات للشركات التي تريد أن تعلن لك سلعا بالتحديد. إضافة صديق " AddFriend ": وبها يستطيع المستخدم إضافة أي صديق أو أن يبحث عن أي فرد موجود على شبكة الفيسبوك بواسطة بريده الإلكتروني.

إنشاء مجموعة " Groups ": تستطيع من خلال خاصية إنشاء مجموعة إلكترونية على الأنترنت أن تنشئ مجتمعا إلكترونيا يجتمع حول قضية معينة، سياسية كانت أم إجتماعية أم رياضية....، وتستطيع جعل الاشتراك بهذه المجموعة حصريا للعائلة والأصدقاء، أو عامة يشترك بها من هو مهتم بموضوعاتها.

لوحة الحائط "Wall": وهي عبارة عن مساحة مخصصة في صفحة الملف الشخصي لأي مستخدم بحيث تتيح للأصدقاء إرسال الرسائل المختلفة إلى هذا المستخدم.

النكزة "Pokes": منها يتاح للمستخدمين إرسال "نكزة" افتراضية لإثارة انتباه بعضهم إلى بعض وهي عبارة عن إشعار يخبر المستخدم بأن أحد الأصدقاء يقوم بالترحيب به.

الصور "Photos": وهي الخاصية التي تمكن المستخدم من تحميل الألبومات والصور من الأجهزة الشخصية إلى الموقع وعرضها.

الحالة "Status": التي تتيح للمستخدم إمكانية إبلاغ أصدقائهم بأماكنهم وما يقومون به من أعمال في الوقت الحالي.

التغذية الإخبارية "News Feed": التي تظهر على الصفحة الرئيسية لجميع المستخدمين، حيث تقوم بتمييز بعض البيانات، مثل التغييرات التي تحدث في الملف الشخصي، وكذلك الأحداث المرتقبة وأعياد الميلاد الخاصة بأصدقاء المستخدم.

الهدايا "Gifts": ميزة تتيح للمستخدمين إرسال هدايا افتراضية إلى أصدقائهم تظهر على الملف الشخصي للمستخدم الذي يقوم باستقبال الهدية.

تتكلف الهدايا 100 دولار لكل هدية، ويمكن إرفاق رسالة شخصية بها.

السوق "Marketplace": وهو المكان أو الفسحة الافتراضية الذي يتيح للمستخدمين نشر إعلانات مبنية مجانية.

إنشاء صفحة خاصة على الموقع "FaceBook": تستطيع إنشاء صفحة خاصة بموضوع معين يكون اسم الأدمن الخاص بها منتهيا بـ فيس بوك، ويتيح لك أن تروج لفكرتك أو منتجك أو حزبك أو جريدتك، ويتيح الموقع أدوات لإدارة وتصميم الصفحة ولكنها ليست أدوات متخصصة كمافي المدونات، وكذلك يتيح أدوات لترويج الصفحة مع Face book Adds والتي تدفع مقابل كل مستخدم يرى هذا الإعلان الموصول لصفحتك على الفيسبوك، تدفع مبلغا يوميا أو شهريا أو سنويا يتراوح بين بضعة سنتات إلى الآلاف بل الملايين في حالة الاعلان لمئات المشتركين على الموقع لكي يتمكنوا من رؤيته. (المقدادي، 2013، صفحة 35 36)

-إيجابيات موقع الفيسبوك:

يؤدي هذا الموقع خدمات إلى مستخدميه تسهل عليهم الكثير من أعمالهم وتواصلهم...ومن هذه الخدمات:

1- إتاحة الفرصة للصدقة والتواصل بين الأعضاء المشتركين في هذا الموقع:

وذلك عن طريق :

أ- إتاحة الفرصة لإضافة من يشاء العضو إضافتهم من الأصدقاء للتواصل معهم بعد أخذ موافقتهم، فالخيار والحرية متاحة لمن يريد أن يضيف صديق له على الموقع، ومتاح لهذا الصديق أن يقبل أو يرفض هذه الصداقة عن طريق الإجابة سلبا أو إيجابا على الطلب الذي يتلقاه.

ويمكن لمن يتلقى طلب الصداقة أن يتحرى عن الشخص طالب الصداقة عن طريق نبذته الشخصية أو الاستفسار عنه من أصدقاء آخرين وفي حال تمت الموافقة على الصداقة يستطيع كل منهم التواصل مع الآخر.....

ب- إرشاد صديقين إلى بعضهما على هذا الموقع، حتى وإن كانا لا يعرفان بعضهما في الواقع الحقيقي.

ج- اقتراح أصدقاء جدد لمن يريد من الأصدقاء القدامى الذين يعرفهم سابقا وبالتالي توسيع شبكة الصداقة والتواصل التي يمتلكها.

د- إتاحة الفرصة لمشاهدة كل الأصدقاء مرة واحدة مرتبة أسمائهم أبجديا مع أرقام هواتفهم الموجودة على نبذ حياتهم إذا كانت هذه الهواتف متاحة للأصدقاء.

هـ - إمكانية فرز الأصدقاء وتصنيفهم حسب أي معلومات مضافة عن كل منهم كزملاء الدراسة أو زملاء العمل أو حسب المهنة.

و- إمكانية التواصل والتفاعل مع الأصدقاء عن طريق الدردشة والرسائل والهدايا الافتراضية وإبلاغهم عن الأعمال التي تقوم بها حاليا بحيث يبقوا على اتصال مستمر عبر هذا الموقع الافتراضي.

ز - إتاحة المجال لحذف اسم أي صديق من لائحة الأصدقاء إذا كنت لا ترغب بالاستمرار في صداقته.

2- خدمة الشركات واصحاب الأعمال:

في الإعلان عن الوظائف واختيار الموظفين، كأخذ ما ينشرونه من نبذ شخصية عن أنفسهم وخبراتهم على الفيسبوك بعين الإعتبار عن البدء في اختيار الموظفين من بين المتقدمين.

وكذلك يمكن للفيسبوك إسداء خدمات كبيرة في التسويق والترويج للمنتجات.

3- يتيح الفيسبوك كذلك فرصة تحميل ألبومات الصور:

بشكل أكبر وأسهل مما تتحه المواقع الأخرى، حيث يتم تحميل أكثر من مليار صورة شهريا على الفيسبوك، وكذلك تسجيل مقاطع الفيديو عبر عدة مصادر كالهاتف النقال والبريد الإلكتروني.. حيث يتم تحميل أكثر من عشرة ملايين مقطع شهريا على هذا الموقع.

4- التواصل مع مجتمعات إفتراضية:

متخصصة في مواضيع شتى تفيد العضو في التدريب والتعليم، من هذه المجتمعات وزيادة خبراته...

5- متابعة أخبار الشخصيات المشهورة في كافة المجالات: كالشخصيات السياسية

والاقتصادية والفنية والعاملين في المجالات الاجتماعية والدينية، حيث أصبحت لمعظم هؤلاء حسابات على الفيسبوك يمكن لمن يتواصل معهم أن يطلع على أخبارهم وأفكارهم وخواطرهم ووجهات نظرهم حول مختلف الأحداث والقضايا.

6- إمكانية تثبيت أي موقع أو خبر أو صور ومقاطع فيديو:

وقاطع فيديو يرغب العضو في الإحتفاظ بها من مواقع وأخبار وصور للرجوع إليها في أي وقت يشاء، حيث يمكن للفيسبوك أن يلعب دور المفضلة في تخزين المعلومات المرغوبة (شقرة، 2014، صفحة 66 69)

- خدمات مواقع التواصل الاجتماعي:

تقدم مواقع التواصل الاجتماعي مجموعة من الخدمات الأساسية التي تتنوع بناءً على أهداف المستخدمين واحتياجاتهم. تشمل هذه الخدمات التواصل، المحتوى الترفيهي، التسويق الرقمي، ودعم العلاقات الشخصية والاجتماعية. أهم هذه الخدمات هي:

التفاعل والتواصل:

تعد مواقع التواصل الاجتماعي منصات مهمة لتعزيز التواصل الشخصي وتبادل المعلومات. وفقاً لدراسة بعنوان *Social Media and Interpersonal Communication*، تُسهم هذه المنصات في "زيادة مستويات التفاعل الاجتماعي وتحسين جودة العلاقات عبر الإنترنت" (Hampton, 2011)

التسويق الرقمي والإعلانات:

يستخدم التسويق الرقمي على وسائل التواصل الاجتماعي للوصول إلى جمهور مستهدف من خلال إعلانات موجهة وتفاعل مباشر، مما يعزز من التعرف على العلامات التجارية وزيادة المبيعات. يوضح كتاب *Contemporary Marketing* أهمية التواصل المباشر مع الجمهور لتحقيق أهداف الشركات. (Boone & Kurtz, 2019)

بناء وتبادل المحتوى الترفيهي والإبداعي:

مواقع مثل يوتيوب وإنستغرام وتيك توك تتيح للمستخدمين إنتاج ونشر محتوى إبداعي، مما يسهم في بناء هويتهم الرقمية. تشير دراسة حول إنشاء المحتوى الترفيهي إلى أن هذه المنصات تدعم انتشار المحتوى بفضل خوارزميات التوصية وجذب الجماهير. (Lobato, 2016)

دعم الحملات الاجتماعية والسياسية:

وسائل التواصل الاجتماعي أثبتت فعاليتها في نشر الوعي حول قضايا سياسية واجتماعية، حيث يُستخدم التفاعل الفوري لتنظيم الحملات المجتمعية وحشد الدعم. وفقاً لمقال (Eltantawy & Wiest, 2011)، أسهمت هذه الوسائل بشكل كبير في التعبئة السياسية.

خدمات التعليم والتعلم الذاتي:

توفر بعض المنصات الاجتماعية موارد تعليمية وأدوات تفاعلية، مما يسهم في تطوير المهارات من خلال التعلم الذاتي. وفقاً (Greenhow & Lewin, 2016) تقدم هذه المنصات دعماً كبيراً للمتعلمين، خاصةً من خلال المجتمع التشاركي الذي يوفره التعلم الاجتماعي.

ثانياً: البعد السياسي لمواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر.**أولاً: وسائل الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي (سياق العلاقة).**

أثار التطور الكبير الذي طرأ على وسائل الاتصال وتقنية المعلومات في السنوات الماضية، عدداً من التساؤلات لاسيما بعد ظهور ما يسمى بالإعلام الجديد الرقمي، الذي حول المتلقي إلى مرسل ومصدر للمادة الإعلامية، ومن هذه الأسئلة التي تفرض نفسها بقوة، «هل يمكننا

القول إن زمن الإعلام التقليدي انتهى؟»، أم إننا ينبغي أن ندرك حقيقة أن وسائل الإعلام لا تلغي بعضها؟، وهل يمكن اعتبار هذا الحراك، الكبير في مواقع التواصل الاجتماعي والمدونات، والصحف الإلكترونية... ظاهرة طبيعية وعالمية؟، وهل يمكن لهذه المواقع والاجتهادات أن تنتزع لقب صاحب الجلال؟، أم يجدر ألا يتم تضخيم كل ما سبق، واعتباره متنفسا وبوحا للجمهور فقط، من المؤكد أنه لا يمكن إخفاء الأثر الكبير الذي تركته شبكات التواصل الاجتماعي، على وسائل الإعلام التقليدية، فقد تحولت تلك الشبكات إلى ما يمكن تسميته بإعلام الشارع الحديث، مقابل إعلام النخبة السلطة، السياسية، المعارضة، الاجتماعية.. (طالة، 2019، صفحة 187)

وفي هذا الجانب نرصد مجموعة من الاعتبارات الأساسية التي تتصل بطبيعة العلاقة بين وسائل الإعلام وشبكات التواصل الاجتماعي وخاصة موقع الفيس بوك، باعتبارها الأبعاد التي تحدد طبيعة التناول السياسي للقضايا والأحداث وتتصل هذه الاعتبارات بجوانب كثيرة من أهمها: التحديات التي جعلت وسائل الإعلام منها: القنوات الإخبارية في نشر محتواها "القضايا السياسية" على موقع الفيس بوك .

وقد تمثل الاعتبار الأول من بين هذه الاعتبارات في كيفية استخدام المنصات كافة لتسويق المحتوى المتميز الذي تصنعه الوسيلة الإعلامية، فوسائل التواصل الاجتماعي كالكبش لوسائل الإعلام، فبعد أن كان انتشارها محدودا أضحت يصل لمئات الآلاف بل الملايين، حيث تكمن إيجابيات هذه الوسائل بأن فتحت أفقا ومنحت حرية غير مسبوقة لكنها لا تحتكم للقانون إلا

نادرا، وهي حتى الآن وسيلة لنقل الخبر والتفاعل وليست مصدرا له، ونحن كوسيلة إعلامية لدينا محاذيرنا في التنبيه لعدم مصداقية كثير مما يتداول ربما المتابع العادي هو من يقع ضحية لذلك. الاجتماعي هي علاقة تكاملية، حيث إن هذه المنصات تزيد من أهمية الإعلام، مشيرا إلي أن ليس ثمة ما يدعي للإعلام الجديد أو القديم، فالإعلام ذاته لم يتغير إنما تجددت الأدوات والنواقل.

بالحديث عن سلبيات وإيجابيات منصات التواصل الاجتماعي قال بوران: " تكمن الايجابيات في سرعة الوصول إلي المعلومة، وإلغاء العوائق الجغرافية والمسافات، وإظهار الوجه الاجتماعي أو الإنساني للأحداث. في حين أرى أن سلبيات هذه الوسائل تكمن بالتعامل معها كمصدر موثوق للمعلومة، وتوظيف أدواتها لنشر الشائعات أو بث الكراهية والفتن والتعصب بالإضافة إلي استخدام هذه المنصات لممارسة أسميتها في وقت سابق "غسيل الأخبار" من خلال اختلاق الإشاعات والتعامل معها كحقائق.

من جهة أخرى قال الدكتور عمار بكار إن وسائل التواصل الاجتماعي تتميز عم الإعلام التقليدي كونها ذات تفاعلية عالية جدا خلال لحظات، وتعمل على إنشاء حوارات جماعية تضم أعدادا كبيرة من المشاركين، كما أن هذه الوسائل تعطي القوة لأي فرد من الجمهور ليصبح وسيلة إعلامية مستقلة، وأشار بكار إلي تزايد الإقبال على هذه الوسائل وتنوع أدواتها سيزيد من سلبيات هذه الوسائل التي لا سبيل في تجنبها والتغلب عليها إلا حال تكثيف التعليم وحملات التوعية، وأضاف: " في العالم العربي مازال جهد التعليم والتوعية الإيجابية عن

الشبكات الاجتماعية محدودة جدا مقارنة بالغرب للأسف، حيث نعمل على استهلاك التكنولوجيا لا المساهمة في تطورها، كما أن شركاتنا الناشئة لها دعم، ونسبة التعليم والقراءة محدودة، أضف لذلك أن: " سوقنا الإعلانية صغيرة جدا مقارنة بالغرب، وهذا يمنع نجاح معظم مشاريع الإعلام الرقمي. وأشار إلي التطور الذي تشهده صناعة الإعلام ككل ستتج عن اندماج الإعلام التقليدي ووسائل التواصل الاجتماعي تدريجيا بحيث يستفيد كل منهما من قوة الأجر وميزاته، ليبقى الراجح هو الجمهور . (الأوسط، 2016)

ثانيا: شبكات التواصل الاجتماعي في الجزائر (مؤشرات وإحصائيات).

نشر موقع "داتا ريبورتال (data reportal)" تقريرا مفصلا يحتوي أحدث الإحصائيات المتعلقة باستخدام الجزائريين للأجهزة والخدمات الرقمية في عام 2023. ويكشف التقرير أن عدد مستعملي الإنترنت في الجزائر مع بداية سنة 2023 بلغ 32.09 مليون مستعمل، عندما بلغ معدل انتشار الإنترنت 70.9 بالمئة، مقابل 27.28 مليون السنة الماضية.

وبلغ متوسط سرعة الإنترنت عبر الهاتف المحمول في الجزائر 13.40 ميجابايت في الثانية (11.44 في 2022)، و 11.01 ميجابايت في الثانية للإنترنت الثابت (9.78 في 2022). ووصل عدد مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي في الجزائر في جانفي 2023 إلى 23.95 مليون شخص (26.60 مليون في 2022).

وانخفض عدد مستخدمي موقع "فيسبوك" إلى 20.80 مليون مطلع 2023 مقارنة بالعام الماضي (22.45 مليون مستخدم).

أما باقي مواقع التواصل الاجتماعي، فبلغ عدد مستخدمي منصة "إنستغرام" 8.40 مليون مستخدم و"يوتيوب" 22.70 مليون مستخدم، و"مسنجر" 13.60، و"لينكد إن" 3.20 مليون مستخدم، و"سناپ شات" 6.95 مليون.

وتخطى موقع "تويتر" حاجز المليون مستخدم في الجزائر خلال 2023 بـ 1.15 مليون مستخدم (891 ألف مستخدم في 2022).

وجاء محرك البحث "جوجل كروم" في صدارة أدوات التصفح على الإنترنت بالجزائر بنسبة 86.14 بالمئة.

ويظهر التقرير أن أكثر كلمة بحث عنها الجزائريون في سنة 2023 في محرك البحث "جوجل" هي كلمة Traduction وهي نفس كلمة العام الماضي 2022.

أما أكثر كلمة بحث عنها الجزائريون في يوتيوب YouTube هي أغنية متبوعة بكلمة أغاني مثل العام الماضي.

ثالثاً: ثنائية شبكات التواصل الاجتماعي والفعل السياسي(التوظيف السياسي لشبكات التواصل الاجتماعي).

"لطالما كانت وسائل الإعلام والاتصال ركن أساسي في تشييد المجتمع الديمقراطي فلا يمكن

القول على نظام أنه ديمقراطي دون وجود فضاء إعلامي يكرس حق المواطن في الإعلام الحق في التعبير وأكثر من هذا الحق في الاتصال لان وسائل الإعلام رافد لا غنى عنه في الدولة الديمقراطية، فالفضاء الإعلامي هو الذي يحتضن النقاش وهو الوسيط بين الحاكم والمحكوم وهو الفضاء الذي تتجلى فيه مختلف فئات المجتمع وتعبّر عن ذاتيتها، فوسائل الإعلام من خلال سلطتها الثقافية ورأسمالها الرمزي بإمكانها أن تتحول إلى مدرسة للديمقراطية ومراجعة الأفكار

تبرز أهمية شبكات التواصل الاجتماعي خاصة موقع الفيسبوك في الجانب السياسي بفضل عناصر ثلاثية أساسية وهي قيمة الرؤية النقدية لموقع "الفيسبوك" في كونها تشمل كل فئات تعبّر عن تيار نقدي أما عن طريق المستخدمين أنفسهم أو عن طريق صفحات الكترونية رائجة على الموقع لها موقف سياسي من حدث أو قضية سياسية معينة وهذا راجع لقدرة موقع "الفيسبوك" على التدخل في وجهات النظر بين مختلف القوى والحركات السياسية في الواقع الحقيقي.

لقد وفرت شبكات التواصل الاجتماعي من خلال المجتمع الافتراضي مجالاً رحباً لكافة المستخدمين للتعبير عن آرائهم بكل حرية في القضايا السياسية والتعبير كذلك بشكل أكبر للمشاركة الفاعلة في قضايا مجتمعاتهم.

بحيث يصبح المستخدمون كفاعلين أساسيين في توجيه العمل السياسي وفي طرح مواضيع للنقاش العام قد يصعب التطرق لها في وسائل الإعلام والاتصال التقليدية التي تستطيع أن

تسيطر عليها أو توجيهها وفق خط افتتاحي معين خاصة ما تعلق منها بالقضايا السياسية التي تمس نظام الحكم وأركانه، حيث استطاعت شبكات التواصل الاجتماعي على غرار الفيس بوك من إضعاف بعض الأنظمة السياسية لصالح القوي السياسية الفاعلة هيئات المجتمع المدني من خلال قضائه على احتكار المعلومات وتوفيره لقنوات ومنابر اتصال حديثة لا يمكن التحكم فيها.

لقد ساهم ظهور شبكات التواصل الاجتماعي على غرار موقع "فيسبوك" في إعطاء الحرية في إبداء الآراء خاصة فيما تعلق بالقضايا السياسية دون أي تضيق من خلال بين مرسل للمعلومة أو المسئول عن بثها ومتلقي يتفاعل معها بالطريقة التي يراها مناسبة وفقا لخلفيته السياسية أو الثقافية، فشبكات التواصل الاجتماعي وفرت المعلومات بسرعة غير مسبوقة من خلال توصل المعلومات والأخبار السياسية لتحقيق مستخدمي هذه المواقع الاجتماعية، فنجد أن موقع "فيسبوك" مثال دخل الساحة السياسية لتحقيق التفاعل والحوار السياسي وإيجاد منابر وكتل سياسية من خلال شباب تحولوا إلى ناشطين سياسيين على المواقع يقومون بتوصيل أصواتهم لأكبر عدد ممكن، ومن ثمة استغلال ذلك التأثير الكبير في بلدانهم وبذلك أصبحت شبكات التواصل الاجتماعي منبرا للتعبير عن الاتجاهات والمواقف بما فيها السياسية وبذلك يكون فضاء حرا لا يوجد مثله في الواقع.

كما أثبتت شبكات التواصل الاجتماعي أنها ليست بمعزل عن الواقع كما كان الاعتقاد السائد عن كونها فضاء افتراضي تحكمه أطر وقوانين بعيدة عن الواقع المعاش بل انه في

كثير من الأحيان انعكاس لهذا الواقع، تشير الدراسات أن هناك حقيقة مفادها أن أداء هذه الشبكات الاجتماعية لدور سياسي ما اعتمد بشكل كبير على البيئة التي ينشط فيها مستخدميها، فكانت شبكات التواصل الاجتماعي أداة تغيير وتأثير في الوعي السياسي للأفراد. (الصغير، 2020، صفحة 74 75)

رابعاً: آلية تأطير الخبر السياسي في مواقع التواصل الاجتماعي:

إن الحديث عن الأخبار كمادة أساسية باتت تسيطر على المشهد الإعلامي العربي عامة والجزائري خاصة. يقودنا إلي مناقشة مسألة ماهيها وطبيعتها وسيرورة إنتاجها وتقديمها للجمهور، حيث إذا استندنا إلي الطرح الكلاسيكي القائل بممارسة الإعلام عموماً لدور الناقل الموضوعي للوقائع والأحداث. معتمداً على المعلومات الصحيحة غير المتحيزة سياسياً أو اجتماعياً أو ثقافياً. نجد أن هذا الطرح أصبح غير مستساغ ومتناقض مع حرب الإعلام الإخباري وانتشار الأخبار السياسية.

تشير الدراسات والأبحاث إلي أن الخبر يؤدي نهاية إلي تأطير أشكال القيم والإدراك وذلك من خلال مراحل صناعته، من هنا فالخبر السياسي من الصعب أن يكون مجرد نقل بريء للواقع، بل يخضع لعملية تأطير تعتمد على تحديد جوانب بذاتها من الواقع وإبرازها بشكل أكبر خبرياً. ما تسبب في رسم حدود لفهم الظاهرة وتفسيرها وهذا يختلف عن الاختلاف والتلفيق أو تزييف الحقائق. فالأصل في الخبر هو حقيقة واقعة لن تم اجتزائها وتأطيرها في سياق معين، لجعل

هذه الزاوية الضيقة في ذاتها الإدراك الجمعي للواقع الكلي. وهنا يقع الخل وتبدأ مراتب التضليل الإعلامي.

إن الأخبار السياسية نادرا ما تكون خالية من القيم المضافة. حيث يتم إنتاجها وفق تأثيرات متبادلة مع السياق الاجتماعي والثقافي والسياسي لصانعي الخبر من جهة وملتقوه من جهة أخرى، حيث أن الأحداث الخارجية تكتسب معناها في ذهن المتلقي من خلال طريقة وصفها. فوصف الأحداث في حقيقة الأمر هو مزيج بين مدركات الشخص وخلفياته النفسية والاجتماعية. وبين تلك الأحداث والظواهر التي وصفها. وفي هذا ضمنها ابتعاد عن الموضوعية.

لقد تعرضت الكثير من المدارس النقدية إلي فكرة أن الإعلام يكرس إبقاء الواقع على ما هو عليه، من نظام سياسي قائم وأنماط وعلاقات اجتماعية سائدة، وقد كان هذا واضح المعالم في ظل الأنظمة السلطوية، إلا أن المنتبع اليوم يجد أن الأمر لم يختلف كثيرا مع الإعلام الخاص والمستقبل، مع مراعاة فروقات القوى الضاغطة وتباين السلطة المتحكمة، وهذا ما تؤيده المدرسة الماركسية التي ترى بأن الإعلام ما هو إلا أداة تستغلها الطبقة البرجوازية لفرض هيمنتها.

إن صناعة الخبر السياسي عملية معقدة تحدث وفق تفاعل بين الأنساق السياسية والثقافية والاقتصادية والتنظيمية لوسائل الإعلام ومحيطها، وما ينتج من توافق بين أجندة هذه الوسائل

والأجندة السياسية، فوسائل الإعلام المسيطرة تعتمد على الوزن الأكبر من تغطيتها على كل ما يتعلق بالمؤسسات السياسية والاقتصادية المهيمنة.

ما يجعلها تدريجياً تعزز توجه الرأي العام إلى أجندة هذه المؤسسات والابتعاد عن المسؤولية الاجتماعية المنوطة بها .

وقد يصل الأمر إلى إعطاء نسخة مزيفة عن الواقع تتحول مع مرور الوقت إلى حقيقة في أذهان الناس، وذلك من خال تكرار نشرها.

تخدم وسائل الإعلام الطبقة الاجتماعية المهيمنة بطرائق مختلفة مباشرة. بدءاً من اختيار الموضوعات والأخبار وتحديد الاهتمامات والأولويات. وتأطير قضايا دون غيرها من خلال الصيغ والعبارات المستخدمة والإبقاء على المجالات المسموح بها للنقاش، هذا النمط يؤدي إلى تهميش البني الاجتماعية والاقتصادية الهشة، وإن كان هذا يحدث أيضاً دون قصد للكثير من ممارسي الإعلام، فتأطير الأخبار يهدف إلى تحقيق أهداف أيديولوجية تحكمها آليات مختلفة، فإضافة على القيد الأيديولوجي هناك القيد اللغوي، حيث تؤثر اللغة كمنتج ونظام ثقافي على النص الخبري، من خلال المعنى والمصطلح المستخدم، هذا الأخير الذي يوجه قراءة الحدث لسياق معين كما يوزع المسؤوليات ضمنه (باي، 2019، صفحة 208 209)

الفصل الثالث

الجانب التطبيقي للدراسة

تحليل نتائج الدراسة التحليلية:

الجدول رقم (01): إجمالي عدد المنشورات التي تناولت القضايا السياسية الجزائرية المنشورة على صفحات عينة الدراسة (التلفزيون العمومي والبلاد)

النسبة %	التكرار	الصفحات الإخبارية على الفيس بوك
53,21%	199	التلفزيون العمومي
46,79%	175	قناة البلاد
100%	374	المجموع:

يتضح من خلال الجدول رقم(01): أن صفحة قناة التلفزيون العمومي على موقع الفيسبوك جاءت في المرتبة الأولى من حيث إجمالي عدد المنشورات التي قامت فيها بتأطير القضايا السياسية الجزائرية، حيث بلغت نسبة هذه المنشورات (53,21%)، بينما جاءت صفحة قناة البلاد في المرتبة الثانية بنسبة(46,79%)، وهو ما يعكس أهمية القضايا السياسية الجزائرية كمحور رئيسي لإهتمام صفحات القنوات الإخبارية عينة الدراسة، نظرا للتأثير الكبير الذي تحظى به هذه القضايا على مختلف الجوانب في الجزائر، مما يجعلها موضوعا ذو أولوية في التغطية الإعلامية، ويظهر الفارق النسبي(06,42%) بين القناتين وهذا يشير إلى أن قناة

التلفزيون العمومي تركّز جهودها بشكل أكبر في منشوراتها على تأطير القضايا السياسية الجزائرية.

وبناء على هذه النتائج يمكن القول أن القضايا السياسية في الجزائر ليست مجرد موضوعات عابرة، بل هي قضايا محورية تؤثر في حياة الأفراد بشكل مباشر، وبالتالي، فإن التركيز عليها من قبل القنوات الإخبارية يعكس إلتزام هذه المؤسسات بتزويد الجمهور بالمعلومات التي تساهم في فهم الديناميكيات السياسية المحلية، ويعد هذا التركيز جزءا من مسؤوليتها الإجتماعية كوسائل إعلام في ظل بيئة سياسية معقدة ومتغيرة.

أولا: تحليل فئات الشكل (كيف قيل):

الجدول رقم (02): يوضح الفنون الصحفية التي تستخدمها صفحة القنوات الإخبارية

التلفزيون العمومي والبلاد في نشرها للقضايا السياسية الجزائرية.

صفحة البلاد		صفحة التلفزيون العمومي		القوالب الصحفية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
53,71%	94	48,24%	96	خبر
46,29%	81	51,76%	103	تقرير
00,00%	00,00	00,00%	00,00	مقال
00,00%	00,00	00,00%	00,00	قصة
00,00%	00,00	00,00%	00,00	مقابلة

00,00	00,00	00,00	00,00	تحقيق
00,00	00,00	00,00	00,00	رأي
100%	175	100%	199	المجموع

تبين لنا من خلال الجدول رقم(02): الذي يبرز الأنواع الصحفية التي تم الاعتماد عليها في تأطير القضايا السياسية الجزائرية عبر صفحات القنوات الإخبارية عينة الدراسة (التلفزيون العمومي وقناة البلاد) في موقع الفيس بوك، نلاحظ أن صفحة التلفزيون العمومي اعتمدت على فن التقرير الصحفي بشكل كبير وهي الأعلى نسبة من بين نسب باقي الفنون الصحفية الأخرى، حيث قدرت (51,76%)، فقد تم اعتماده لنقل الأحداث والمعلومات بشكل دقيق وموضوعي وبشكل تسلسلي لما جاء في المنشورات وذلك باعتبار فن التقرير الصحفي من الفنون التي تعتمد على تفسير الأحداث وتركيز على الوصف الدقيق لبعض مجريات الأحداث، تم اعتماده في القضايا السياسية التي كانت تتطلب تفسيراً وتحليلاً أكثر لتوفير محتوى إعلامي متنوع وشامل يمكن أن يسهم هذا في زيادة التفاعل والمشاركة من قبل المستخدمين، فيما اعتمدت صفحة البلاد على فن الخبر الصحفي بشكل مكثف في تأطيرها القضايا السياسية الجزائرية وبأعلى نسبة، حيث تم ملاحظة أن اغلب المنشورات تم كتابتها باختصار لموضوع الخبر المنشور سواء كان نص مرفق بصورة أو نص مرفق بفيديو وذلك ما يناسب الكتابة على صفحة الفيسبوك والتي تستدعي كتابة المنشورات بشكل مختصر، خاصة وأن أغلب الأحداث والقضايا السياسية تمثلت في بعض المهام التي يتولها رئيس الجمهورية في تمثيل

الدولة في الأحداث الرسمية والدبلوماسية والمناسبات ونشاطاته الوطنية منها: زيارة العمل والتفقد التي قام بها إلي ولاية الجلفة أين أعطى الإشارة لانطلاق العديد من المشاريع التنموية، وقام بتدشين الخط الحيوي للسكك الحديدية بين بوزول والجلفة، وأيضاً تدشين مركز مكافحة السرطان بذات الولاية، إلى جانب توجيه السياسة العامة وتحديد أجندة الحكومة والقضايا الوطنية المهمة وتعيين بعض المسؤولين الحكوميين وإنهاء مهام البعض الآخر حيث وقع مرسوم يتضمن إنهاء مهام كل من السيدين بن أودينة لمنور رئيس دائرة عناية وسريم يوسف رئيس دائرة القرارة بولاية غرداية بسبب التقصير في أداء المهام المنوطة بهما والإخلال بواجب التحفظ، أما الخبر الصحفي لم يقل هو الآخر أهمية في صفحة التلفزيون العمومي بإحتلاله المرتبة الثانية في عرض المنشورات وذلك بنسبة (48,24%).

أما صفحة البلاد وظفت الخبر الصحفي بشكل أكبر وذلك بنسبة (53,71%)، وقد يكون تفضيل استخدام الخبر على التقرير في هذه الحالة لأنه أكثر قابلية للمشاركة والتعليقات الفورية من قبل المتابعين يتم تقديم الخبر بشكل مباشر ومختصر لجذب الانتباه وتشجيع المشاركة وبالتالي يمكن استخدام الصور ومقاطع الفيديو بشكل فعال لنقل الأخبار والمعلومات بشكل مرئي في الصفحة وهذا يعني أن صفحة القناة تعتمد على الخبر بصورة أكبر وهذا يرجع إلي سياسة القناة في محاولة منها لجذب المتابع الذي يفضل المحتوى القصير والمبسط بدلاً من التقارير المفصلة والمطولة، فيما اعتمدت صفحة البلاد في المرتبة الثانية على فن التقرير الصحفي وذلك بنسبة (46,29%)، ففي الوقت الذي اعتمدت فيه قناة البلاد في صفحاتها في

موقع الفيس بوك على الخبر الصحفي بشكل أكبر مقارنة بالتقرير الصحفي فإن صفحة التلفزيون العمومي اهتمت بشكل أكبر على التقرير الصحفي في عرض مضامين القضايا السياسية الجزائرية، في حين انعدمت باقي الأنواع الصحفية الأخرى وكلا الصفحتين. ويرجع هذا الاختلاف في اعتماد الأنواع الصحفية بين التقرير والخبر في عرض وتأطير مضامين القضايا السياسية الجزائرية على صفحات عينة الدراسة إلى ارتباطه بسياسة كل قناة، حيث كل صفحة على فيسبوك تحدد سياسة نشر المحتوى الخاص بها وتحدد أولوياتها وأسلوبها الصحفي، بعض القنوات قد تفضل استخدام التقارير التفصيلية والمعقدة لتقديم المعلومات وتحليل الأحداث. قد يتم التركيز على جمع المعلومات من مصادر متعددة، وإجراء مقابلات، وتقديم تحليلات متعمقة للأحداث والقضايا. من جهة أخرى، قد تختار بعض القنوات الاعتماد على الأخبار القصيرة والمبسطة. يتم التركيز فيها على توفير المعلومات الأساسية بشكل سريع وموجز، وقد يتم استخدام العناوين القوية والصور المعبرة لجذب الانتباه وتشجيع المتابعين على القراءة والمشاركة. بالإضافة إلى ذلك، تعتمد سياسة القناة على الجمهور المستهدف وأهدافها الرئيسية. قد تكون بعض القنوات موجهة نحو نقل الأخبار السياسية والاقتصادية بشكل أساسي، في حين قد تتركز الأخرى على مجالات معينة مثل الرياضة أو الترفيه.

لذلك، يجب أن نأخذ في الاعتبار أن هناك تفاوتاً في سياسات القنوات وأولوياتها، وهذا ينعكس على اختلاف الاعتماد على الفنون الصحفية بين التقرير والخبر في تأطير القضايا على صفحة الفيسبوك.

وبالحديث عن هذه القوالب الصحفية تظهر نتائج الدراسة للباحث "بن نوار الصالح" بعنوان القضايا الراهنة عبر مواقع التواصل الإجتماعي التابعة للفضائيات الإخبارية" تماثلاً واضحاً مع نتائج دراستي من حيث الأنواع الصحفية المستخدمة، حيث أكدت على أن الخبر القصير هو الأكثر استخداماً في منشورات صفحة الجزيرة، بنسبة 92.20%، مما يعكس توجهها نحو الاختصار والوضوح في نقل الأحداث، لا سيما تلك المتعلقة بالحراك الوطني الجزائري. بالمقابل، جاء التقرير الإخباري بنسبة 11.0%، مُبرزاً أهمية تقديم معلومات أكثر تفصيلاً حول الأحداث المعقدة، مما أضفى جمالية تقنية على المحتوى، هذا التنوع في القوالب الصحفية يعكس استجابة فعالة لخصوصيات وسائط التواصل الاجتماعي ومتطلبات الجمهور.

الجدول رقم (03): يوضح الوسائط المتعددة التي تعتمد عليها الصفحة عينة الدراسة في

نشر المضمون.

صفحة البلاد		صفحة التلفزيون العمومي		الوسائط المتعددة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
00,00%	00	00%	00	نص فقط

29,71%	52	37,69%	75	نص مرفق بصورة
37,14%	65	23.12%	46	نص مرفق بفيديو
00,00%	00	00%	00	نص مرفق بصورة وفيديو
09,14%	16	06,53%	13	نص مرفق بصورة ورابط
06,28%	11	04,52%	09	نص مرفق بفيديو ورابط
00,00%	00	12,06%	24	صورة فقط
08,00%	14	03,01%	06	صورة مرفقة برابط
09,72%	17	13,07%	26	فيديو فقط
00,00%	00	00%	00	فيديو برابط أو أكثر
100%	175	100%	199	المجموع

تبين لنا من خلال الجدول رقم (03): تفاصيل تكرارات ونسب طبيعة منشورات القضايا السياسية الجزائرية موضوع الدراسة حسب كل صفحة.

ويتضح من خلال الأرقام الواردة في الجدول، اتفاق الصفحتين بأعلى نسبة في استخدام النصوص المرفقة بصورة.

فبالنسبة لطبيعة منشورات صفحة "التلفزيون العمومي": استخدم التلفزيون العمومي النص المرفق بصورة بأعلى نسبة وذلك بنسبة (37,69%)، حيث تم ملاحظة أثناء فترة التحليل استخدامات كثيرة للنص المرفق بصورة يشير إلى أن الصفحة تعتمد بشكل كبير على المحتوى المكتوب

المصاحب للصور المنشورة وبمعنى آخر، فإن الصفحة تعتمد على النصوص المرافقة للصور بدلا من أن تعتمد بشكل أساسي على الصور ذاتها. وذلك يعود لكون النص المكتوب مهما لأنه يوفر معلومات إضافية للمستخدمين حول القضايا السياسية المنشورة مثل: العنوان أو الشرح أو السياق. وقد يتضمن أيضا النص تفاصيل هامة عن الأحداث والقضايا المتعلقة بالتلفزيون العمومي. وأيضا كون للنص المرافق دور كبير في توجيه المستخدمين إلى المزيد من المعلومات أو المصادر المتعلقة بالقضايا السياسية الجزائرية، كما يمكن أن يزيد من التفاعل والمشاركة بمزيد من التعليقات أو المشاركات والفهم لدى الجمهور بالمقارنة مع الاعتماد الكامل على الصور وحدها، وبشكل عام الاعتماد النصوص المرفقة بالصور يعد من الأساليب الأكثر شيوعا في الوسائط الاجتماعية وتمثل ذلك في القضايا والأحداث، وتمثلت في المنشورات الخاصة بالقضايا السياسية المتعلقة بانعقاد مجلس الأمة والردود التي قدمها الوزير الأول أيمن بن عبد الرحمان عن انشغالات أعضاء مجلس الأمة حول بيان السياسة العامة للحكومة، وأيضا حول بعض القضايا السياسية الخارجية للحكومية في عدد من القضايا الإقليمية والدولية وكان أبرزها قيام وزير الشؤون الخارجية والجالية الوطنية بالخارج أحمد عطاف بإلقاء الكلمة خلال مجلس الأمن حول الحالة في الشرق الأوسط كما يدعو إلى فك الحصار الجائر المفروض على قطاع غزة ويناشد بضرورة وقف تهجير السكان الذي يرقى إلى جريمة أخرى وهي جريمة التصفية العرقية، وكذلك سياسات وقرارات الحكومة حول القضايا المحلية أين شرع الرئيس عبد المجيد تبون في زيارة عمل وتفقد إلى ولاية الجلفة يعاين خلال هذه الزيارة

ويعطي إشارة انطلاق عدد من المشاريع التنموية منها مشروع خط السكة الحديدية بوغزول الجلفة وتدشين مركز مكافحة السرطان بذات الولاية.

ويليه النص المرفق بفيديو في المرتبة الثانية وذلك بنسبة (23.12%)، وهذا يعود إلى كون النص المكتوب يوفر ملخصا سريعا للفيديو ويساعد في جذب المستخدمين كما يمكن أن يسهل عليهم تحديد ما إذا كانوا يرغبون في مشاهدة الفيديو بالكامل، كما أنه يعتبر أداة فعالة لتوضيح وشرح المحتوى المرئي وتحسين تجربة المشاهدة للمتابعين، ويرجع ذلك بالدرجة الأولى إلى الانتشار الملفت لعنصر الفيديو على منصات التواصل الاجتماعي، نظرا لما تتميز به من خاصية شرح الفكرة في وقت قصير جدا.

كما جاءت في المرتبة الثالثة الفيديوهات (فيديو فقط) وذلك بنسبة قدرت ب: (13,07%) حيث اعتمدت الصفحة على هذا النوع من المنشورات لكونه وسيلة فعالة في نقل المحتوى بشكل شامل ومتكامل، حيث يتضمن جميع الوسائط من صورة وصوت وحركة إذ بإمكان الفيديو أن يقدم محتوى وتجربة مشاهدة غنية ومشوقة للمستخدمين، كما يجب مراعاة أن المتلقي يفضل تلقي المعلومات عن طريق النص المكتوب، حيث يمكنهم قراءة وفهم المحتوى بشكل أسرع وأكثر تحكم، وبالتالي: قد يتسبب التركيز الكبير على الفيديو في إبعاد جزء من الجمهور عن استيعاب المحتوى. وتمثل ذلك في القضايا السياسية الجزائرية المتعلقة بالسياسات الخارجية للحكومية في عدد من القضايا الإقليمية والدولية منها: التوقيع على الإعلان المشترك للاجتماع المجلس التعاون رفيع المستوى بين تركيا والجزائر والتوقيع على مذكرة التفاهم بين وكالة الأنباء

الجزائرية ووكالة الأناضول التركية وبين وكالة الفضاء الجزائرية ووكالة الفضاء التركية للتعاون في مجال استخدام علوم وتكنولوجيات وتطبيقات الفضاء للأغراض السلمية.

كما جاءت الصورة فقط في المرتبة الموالية بنسبة (12,06%)، ولجأت الصفحة لهذا النوع من المنشورات لأن الصور تحمل معان ورموزا تعبر عن الأفكار والمشاعر بصورة قوية وفورية بالإضافة إلي كون الصور تستطيع إيصال الرسائل بشكل أكثر فعالية وتكون أكثر تفاعلية وجاذبية بالمقارنة مع النص المكتوب و"وكما يقول المثل الصور أصدق تعبير من ألف كلمة" (تمار، 2007، صفحة 58).

فبالنسبة لطبيعة منشورات صفحة "بقناة البلاد": فقد اعتمدت صفحة البلاد على النص المرفق بفيديو بنسبة أكبر من بين عناصر الإبراز الشائع استخدامها بالمقارنة مع صفحة التلفزيون العمومي التي اعتمدت بدرجة أكبر على النص المرفق بصورة في عملية تأطير القضايا السياسية الجزائرية وقدرت بنسبة (37,14%)، في حين احتل النص المرفق بصورة المرتبة الثانية بنسبة (29,71%)، يليه في المرتبة الثالثة والرابعة بالترتيب الفيديو فقط والصورة المرفقة برابط بنسب قدرت ب: (09,72%)، وجاءت في المرتبة الخامسة الصورة المرفقة برابط بنسبة قدرت ب: (08,00%)، في حين احتل النص المرفق بفيديو ورابط المرتبة السادسة والأخيرة بنسبة قدرها (06,28%).

ومن خلال ما تم ملاحظته تركز هذه الأخيرة بشكل كبير على الوسائط المرئية، خاصة مقاطع الفيديو، في إطار ترويج برامجها التلفزيونية، وقد لوحظ أن هذه الفيديوهات تتضمن عادة

خطابات لرئيس الجمهورية تتعلق بقرارات حكومية حول القضايا المحلية والمشروعات الحكومية، وتبعاً لما تم الإشارة إليه سابقاً فإن هذه الفيديوهات يتم إرفاقها بنصوص مختصرة تلخص محتواها أو تقدم مقدمة تشويقية لما يحتويه الفيديو، وهذا المنهج الذي اعتمده يهدف إلى مساعدة المستخدمين على فهم القضايا السياسية المطروحة بطريقة أكثر شمولية وتفصيلاً وبشكل عام يمكن القول أن صفحة البلاد تتبنى إستراتيجية إعلامية في تأطير القضايا السياسية محل الدراسة تركز على الوسائط المرئية والمحتوى المصاحب لها، تهدف من خلال هذا إلى توصيل رسائل سياسية وحكومية وفق أطر معينة إلى الجمهور بطريقة تلفت انتباه الجمهور المستخدم والمتابع وهذه الخطط أو الإستراتيجية المتبعة تساهم في زيادة المتابعين وفهمهم أكثر للقضايا السياسية الجزائرية محل الدراسة.

من خلال النتائج التي سبق وتطرقتنا لها نلاحظ أن هناك اختلاف طفيف بين الصفحتين عين الدراسة من حيث استخدام عناصر الإبراز التي تتم من خلالها عملية تأطير القضايا السياسية الجزائرية، فإن صفحة التلفزيون العمومي تركز بشكل كبير على استخدام النص المرفق بصورة بأعلى نسبة من بين عناصر الإبراز الأخرى، في حين كان النص المرفق بفيديو يحتل الصدارة من بين عناصر الإبراز في صفحة قناة البلاد على موقع الفيس بوك، وتفسير هذا أن هناك اختلاف في الإستراتيجية الإعلامية لكل صفحة، فصفحة البلاد سعيها منها إلى تقديم رسائل سياسية وحكومية جذابة وكاملة الوضوح، أما صفحة التلفزيون العمومي فإنها تسعى إلى تقديم محتوى إعلامي أكثر تفصيلاً ودقة من خلال النصوص والصور، كما أن هذا

الاختلاف يفرضه اختلاف السياسة التحريرية للصفحتين، فإن صفحة البلاد تعطي الأولوية للفيديوهات في عملية تأطير القضايا السياسية الجزائرية كأداة أكثر جاذبية وتفاعلية للمتابعين، أما صفحة التلفزيون العمومي تعطي الأولوية للنص مرفق بالصورة سعياً منها هي الأخرى إلى تقديم محتوى إعلامي عبر صفحاتها ويكون يتميز بالدقة وأكثر تفصيلاً.

الجدول رقم (04): يوضح أنواع الروابط الخاصة بالمنتشورات المتعلقة بالقضايا السياسية

الجزائرية.

صفحة البلاد		صفحة التلفزيون العمومي		الروابط
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
17,65%	11	14,29%	04	رابط البث المباشر
32,35%	06	32,14%	09	رابط القنوات على اليوتيوب
50,00%	17	53,57%	15	رابط موقع القانتين الاخباري
100%	34	100%	28	المجموع

من خلال الجدول رقم (04): تظهر النتائج أن نسبة استخدام رابط موقع القانتين الإخباريتين في منشورات صفحتي "التلفزيون العمومي" و"البلاد" هي الأعلى مقارنة بباقي الروابط الأخرى، حيث بلغت النسبة في "التلفزيون العمومي" حوالي (53,57%)، بينما سجلت البلاد نسبة (50,00%)، هذا الاستخدام الكبير يعكس استراتيجية فعالة لجذب الزوار إلى المواقع الرسمية،

مما يُسهم في تعزيز المصداقية وزيادة التفاعل مع المحتوى، ليلبيها مباشرة في المرتبة الثانية رابط القناتين على موقع اليوتيوب وذلك بنسب متقاربة جدا في كلا الصفحتين، حيث تم استخدامه في صفحة "التلفزيون العمومي" بنسبة (32,14%)، بينما كانت النسبة في صفحة "البلاد" (32,35%)، تشير هذه الأرقام إلى اهتمام متزايد بالمحتوى المرئي، مما يعزز من أهمية منصات الفيديو في جذب الجمهور، أما رابط البث المباشر في الصفحتين بنسب بلغت (14,29%) لصفحة التلفزيون العمومي، أما صفحة البلاد فقد كانت (17,65%)، وهي الأقل نسبة بالمقارنة مع الروابط الأخرى التي إعتدتها الصفحتين في تأطير القضايا السياسية الجزائرية، حيث تعكس هذه النسب أهمية البث المباشر للجمهور، حيث يظهر ذلك رغبة المتابعين في متابعة الأحداث بشكل لحظي، والقول أن رابط البث المباشر جاء الأقل نسبة هذا لا يعني أنه الأقل أهمية، حيث استخدمته الصفحتين في خطابات رئيس الجمهورية عبد المجيد تبون مثل "كلمته التي وجهها إلى المشاركين في إجتماع لجنة العشرة للإتحاد الإفريقي: المعنية بإصلاح مجلس الأمن ألقاها نيابة عنه وزير الشؤون الخارجية أحمد عطاف، في خطابه أيضا أثناء ترأسه إجتماعا لمجلس الوزراء تناول مشروع قانونين تعلق الأول بالنفقة والثاني بتسوية الميزانية لسنة 2021، ثم عرض هذا الأخير لنشاط الحكومة في الفترة الماضية، وأسدى السيد الرئيس أوامر بوجوب اعتماد الحكومة السرعة القصوى في تطبيق قرارات مجلس الوزراء، التي لم تجسد أو تأخر تنفيذها، كما حث أعضاء الحكومة على تفادي الوعود المبالغ فيها، والبعيدة عن التزامات الشعب".

ومن خلال هذا يمكن القول تظهر هذه النتائج أهمية الروابط كأداة فعالة للتواصل مع الجمهور وتوجيهه نحو محتوى إضافي، كما يُظهر تفضيل الجمهور للروابط التي توفر معلومات موثوقة ومباشرة، تعتبر هذه الاتجاهات مؤشراً على كيفية تطور وسائل الإعلام الرقمي وضرورة تكيف القنوات مع احتياجات الجمهور المتزايدة للحصول على معلومات دقيقة وسريعة، وأن هذه النتائج توضح أهمية الروابط كمصدر للمعلومات بالنسبة للمتابعين، مما يعكس اعتماد هاتين القنوات على تعزيز تواجدهما الرقمي من خلال نشر محتوى يوجه الجمهور إلى مواقعهم الرسمية، كما قد يعكس هذا التوجه استراتيجية متعمدة لزيادة اعتماد المتابعين على المواقع، مما يسهم في زيادة التفاعل مع المحتوى.

علاوة على ذلك، يدل هذا الاستخدام المكثف للروابط على أن هاتين القنوات تسعيان إلى تقديم محتوى موثوق ومحدث لجمهورهما، مما يعزز من مصداقيتهما في الساحة الإعلامية كما يفهم ذلك كاستجابة لمتطلبات الجمهور الذي يبحث عن معلومات دقيقة وسريعة، مما يزيد من أهمية التواجد الرقمي في المشهد الإعلامي المعاصر

الجدول رقم (05): يبين الإطار اللغوي المستخدم في منشورات صفحات القنوات الإخبارية

عينة الدراسة.

صفحة البلاد		صفحة التلفزيون العمومي		الإطار اللغوي
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
36,00%	63	29,65%	59	عربية فصحى

عربية دارجة	21	%10,55	26	%14,86
فرنسية	16	%08,04	11	%06,28
إنجليزية	29	%14,57	00	%00,00
الدارجة والفصحى	41	%20,60	39	%22,29
مزيج بين اللغة العربية والفرنسية	33	%16,58	36	%20,57
المجموع	199	%100	175	%100

يوضح الجدول رقم(05): نلاحظ أن استخدام اللغة العربية الفصحى جاءت في المرتبة الأولى في منشورات صفحات القنوات الإخبارية عينة الدراسة (التلفزيون العمومي، البلاد) في تأطير القضايا السياسية الجزائرية، وذلك بنسبة (29.65%) للتلفزيون العمومي، بينما صفحة التلفزيون العمومي قدرت النسبة ب: (36,00%)، ويشير هذا إلى التركيز أكثر على المحتوى الرسمي والأكاديمي، وهذا رائج في الأدبيات المتعلقة بالأخبار في الإعلام الجزائري، في حين هناك إختلاف في ترتيب معظم الأطر اللغوية المتبقية في الصفحات عينة الدراسة، فقد إحتلت العربية والدارجة المرتبة الثانية لكن هناك فارق في الاستخدام حيث تم استخدام الدارجة والعربية في صفحة البلاد (14,86%)، أكثر من التلفزيون العمومي(10,55%)، وهذا يدل على محاولة صفحة البلاد الوصل إلى جمهور أوسع من خلال لغة أكثر قربا، بينما إحتل المزيج بين اللغة العربية والفرنسية المرتبة الثالثة في الصفحتين بنسب تختلف من قناة إلى أخرى، حيث تظهر النتائج أن صفحة البلاد أعلى نسبة مقدرة ب: (20,57)، مقارنة بالتلفزيون العمومي (16,58%)، مما يعكس تفاعلا أكبر مع ثقافة ثنائية اللغة، تتمثل في الأخبار التي

تتضمن مدخلات لشخصيات شعبية أو التقارير الإخبارية التي يتم فيها تقديم تعرض تصريحات المسؤولين الحكوميين.

أما العربية الدارجة فقد كانت في الترتيب الرابعة في كلا الصفحتين، حيث إستخدامته صفحة البلاد بنسبة (14,86%)، أكثر من صفحة التلفزيون العمومي التي قدرت النسبة ب(10,55%)، في حين إحتلت اللغة الأنجليزية المرتبة الخامسة في صفحة التلفزيون العمومي والتي كانت غالبا ماتقدم من طرف قارئ نشرة الأخبار ، بينما إنعدمت في صفحة البلاد، نلاحظ أن صفحة التلفزيون العمومي تستخدم الإنجليزية بشكل ملحوظ، بينما صفحة البلاد لا تحتوى على أي منشورات باللغة الإنجليزية، وهذا يعكس إختلاف في الإستراتيجية أو الفئة المستهدفة .

تليها مباشرة اللغة الفرنسية في المرتبة الخامسة في كلا الصفحتين لكن بإختلاف طفيف بين الصفحتين، حيث تظهر صفحة التلفزيون العمومي استخداما أكبر للغة الفرنسية بنسبة (08,04%) مقارنة بصفحة البلاد(06,28%).

وبناء على النتائج التي تم عرضها يمكن القول إن صفحة البلاد تميل إلى إستخدام اللغة العربية الفصحى والدارجة بشكل أكبر، بينما تبرز صفحة التلفزيون العمومي في إستخدام اللغة الإنجليزية، هذا الإختلاف قد يشير إلى استراتيجيات مختلفة في مخاطبة الجمهور، حيث تسعى صفحة البلاد إلى جذب جمهور محلي بشكل أكبر، بينما قد تستهدف صفحة التلفزيون العمومي جمهورا أوسع يتضمن الناطقين بالإنجليزية.

ثانيا: تحليل فئات المضمون (كيف قيل):

الجدول رقم (06): يوضح المواضيع المتعلقة بالقضايا السياسية الجزائرية

صفحة البلاد		صفحة التلفزيون العمومي		مواضيع القضايا السياسية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
14,29%	25	19,59%	39	قضايا الانتخابات والبرلمان وما يطرحه من تشريعات.
17,71%	31	11,56%	23	قضايا المشاريع الحكومية وسياسة الحكومة اتجه الية تنفيذها .
33,71%	59	33,67%	67	سياسات وقرارات الحكومة حول القضايا المحلية
28,00%	49	25,63%	51	السياسات الخارجية الحكومية في عدد من القضايا الإقليمية والدولية.
06,28%	11	09,55%	19	أنشطة وزارية
100%	175	100%	199	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول رقم(06): أن هناك تجاوز للتلفزيون العمومي لقناة البلاد من

حيث عدد المنشورات المتعلقة بموضوعات القضايا السياسية الجزائرية (199مقابل175)

على صفحاتهم في موقع الفيسبوك وهو الأمر الذي سوف يؤخذ بعين الاعتبار أثناء القيام بعملية المقارنة الموضوعية، لهذا ستم عملية التركيز على النسب المئوية.

انطلاقاً من هذا لاحظنا أنه لا يوجد إختلاف في نوعية المواضيع السياسية التي أطرتها صفحات الدراسة.

بداية بصفحة التلفزيون العمومي التي أطرت القضايا السياسية الجزائرية، حيث أن مواضيع "سياسات وقرارات الحكومة حول القضايا المحلية" حازت على الأهمية الكبيرة مقارنة بالمواضيع السياسية الأخرى في صفحة التلفزيون العمومي، وذلك بنسبة (33,67%)، ويعود ذلك لكون الدولة الجزائرية تهتم بالشؤون الداخلية المحلية، حيث اتخذت الحكومة الجزائرية في عهد الرئيس عبد المجيد تبون إجراءات على عدة جبهات لمعالجة القضايا منها: فيما يتعلق بالإصلاحات السياسية أقر استفتاء تعديل الدستور لتعزيز الحريات مع الحفاظ على الأمن، وهذا ما تم الإشارة إليه في مقال منشور في صحيفة "الشعب أون لاين" بعنوان "الرئيس تبون ... معركة التغيير والإصلاحات لن تتوقف" (محصول، 2024)

وتهدف أيضا السياسات وقرارات الحكومة إلى خلق فرص العمل بهدف الحد من البطالة بين الشباب من خلال برامج التدريب المهني ومشاريع الأشغال العامة، إلى جانب سياسات الحكومة حول قضايا الفساد حيث تسعى الدولة إلى مكافحة الفساد من خلال محاسبة المسؤولين عن الفساد في قطاعات مختلفة، وذلك بتشكيل هيئات مستقلة وإجراء تحقيقات واسعة النطاق ، أما مواضيع السياسات الخارجية الحكومية في عدد من القضايا الإقليمية والدولية فقد حازت على

المرتبة الثانية وذلك بنسبة (25,63%)، وذلك يعود إلى كون الجزائر تلعب دورا هاما في الساحة السياسية والإقليمية ولها مكانة جيو سياسية بارزة في المنطقة حيث تواجه الدولة تحديات وقضايا تتعلق بالصراعات الإقليمية حيث تعمل الدولة على تعزيز الحل السلمي للصراعات الإقليمية مثل الأزمة في نيجر من خلال توافق الرؤي بين الجزائر ونيجيريا حول ضرورة تنسيق الجهود المبذولة من قبل البلدين من أجل تعزيز الزخم الدولي حول المسار السياسي والسلمي لحل الأزمة في النيجر، وقضية العدوان الإسرائيلي على فلسطين من خلال المساعي الدبلوماسية والوساطة والمشاركة في التظاهرات العالمية بإصرار ومثابرة إسهما في قرار وقف العدوان تكريسا لمبدأ الحل السلمي للنزاعات وفقا لميثاق الأمم المتحدة خلال فترة عضويتها في مجلس الأمن الدولي ، وأيضا تعتبر الجزائر شريكا مهما في الجهود الدولية لمكافحة الإرهاب والتطرف وتشارك في التعاون الأمني مع الدول المجاورة والشركاء الدوليين، كما تواجه بدورها تحديات الهجرة غير الشرعية وتدفق اللاجئين عبر حدودها، وتعمل على تعزيز التعاون الإقليمي والدولي لمعالجة هذه القضية الإنسانية، كما تسعى إلى تعزيز العلاقات الاقتصادية مع الدول المجاورة والشقيقة، وتطوير التجارة والاستثمار في المنطقة، وتعزيز التكامل الاقتصادي والإقليمي وكان هذا في إطار زيارة العمل التي يقوم بها وزير الخارجية والجالية الوطنية بالخارج السيد أحمد عطاف بتكليف من رئيس الجمهورية عبد المجيد تبون، حيث أجرى هذا الأخير محادثات ثنائية ببودابيست مع نظيره المجري السيد بيتر سيارتو، وتلتها جلسة عمل موسعة بحضور وفدي البلدين في حين تركزت المحادثات حول سبل "إضفاء

دينامكية جديدة على علاقات التعاون والصداقة بين البلدين، إلى جانب القضايا الإقليمية والدولية" وهو ماتم الإشارة إليه في وكالة الانباء الجزائرية (الانباء، 2023)

أما في ما يخص قضايا الانتخابات والبرلمان وما يطرحه من تشريعات فقد حازت على المرتبة الثالثة وقدرت بنسبة (19,59%)، وهي الموضوعات المتعلقة بالانتخابات والبرلمان الجزائري شملت عدة جوانب كالانتخابات البرلمانية التي تعد أحد أهم الأحداث السياسية في الجزائر وتتمثل في المشاركة السياسية ونزاهة العملية الانتخابية وتمثيل الأقليات والمجتمعات المختلفة في البرلمان، وتشمل أيضا إصلاح النظام الانتخابي فيتمحور النقاش حول الأساليب المستخدمة في التصويت، والتوزيع الجغرافي للمقاعد، واليات تعزيز التمثيلية والشفافية. إلى جانب الشفافية ومكافحة الفساد حيث تمثل هذه الأخيرة قضيتين حيويتين في العملية الانتخابية وعمل البرلمان وتتطلب هذه القضيتان تعزيز الحوكمة السياسية والشفافية في التمويل الانتخابي وضمان النزاهة العملية السياسية، في حين حازت قضايا المشاريع الحكومية وسياسة الحكومة اتجه الية تنفيذها على المرتبة الرابعة من بين القضايا السياسية الجزائرية و التي تم التطرق إليها وذلك بنسبة (11,56%)، حيث تسعى الحكومة الجزائرية لتنفيذ العديد من المشاريع الاقتصادية الاجتماعية لتحسين معيشة المواطن وذلك بتطوير القطاع الزراعي من خلال مشاريع الري وتحديث المعدات الزراعية والدعم المقدم للمزارعين، كما تهدف لبناء المناطق الصناعية الجديدة وتقديم حوافز للاستثمارات الأجنبية في قطاعات مثل تجميع السيارات والصناعات الدوائية والطاقة المتجددة وتطوير البنية التحتية من خلال مشاريع الطرق والسكك الحديدية وما تم

تجسيده في الزيارة الأخيرة للسيد رئيس الجمهورية في زيارة العمل والتفقد إلى ولاية الجلفة، استهلها بتدشين الخط الحيوبي للسكك الحديدية بين بوغزول والجلفة الرابط بين عدة ولايات، حيث استمع السيد الرئيس إلى العرض المفصل حول المشروع الذي يعتبر شريان الحركة الاقتصادية والتنمية لولاية الجلفة والولايات المجاورة لها.

كما سعت إلى تطوير قطاع السياحة والشباب وتحقيق العدالة الاجتماعية من خلال البرامج والمشاريع الاجتماعية والبيئية المختلفة، بالإضافة إلى الإستعانة بالخبراء والشراكات مع القطاع الخاص لضمان نجاح تلك المشاريع ومتابعة تنفيذها عبر لجان حكومية مختصة للوقوف على سير العمل ومعالجة أي صعوبات. أما الأنشطة الوزارية فقد احتلت المرتبة الخامسة والأخيرة وذلك بنسبة (55,09%) وتعتبر الأنشطة الوزارية جزء من هام من سياسية الدولة في تحقيق أهدافها ومن بين هذه أهم هذه الأنشطة وضع المشاريع التنموية وإصدار التراخيص وتشرف على المؤسسات والهيئات التابعة لها وتنفيذ المشاريع والبرامج كما تقوم بإعداد الموازنة السنوية والخطط الإستراتيجية لقطاعاتها، ومتابعة تنفيذ القوانين والسياسات وتقديم التقارير لمجلس الوزراء، كما تدير الموارد البشرية والمادية والخدمات لقطاعاتها بكل ولايات الجزائر، كما يتم القيام بالتنسيق مع الجهات ذات العلاقة سواء داخليا أو خارجيا وذلك حسب وظيفة كل وزير. أما صفحة قناة البلاد لم تختلف بشكل كبير عن صفحة التلفزيون العمومي فيما يتعلق بالترتيب الخاص بالمواضيع السياسية التي قامت بتأطيرها، فنجد مواضيع سياسات وقرارات الحكومة حول القضايا المحلية حازت هي الأخرى على الأهمية الكبيرة من بين المواضيع السياسية

بنسبة بلغت (33,71%)، ثم جاءت مواضيع السياسات الخارجية الحكومية في عدد من القضايا الإقليمية والدولية في المرتبة الثانية بنسبة بلغت (28,00%) ولم يكن هناك فرق كبير بين المرتبة الأولى والثانية وتراوح ذلك بنسبة (05,00%)، ثم كانت لمواضيع السياسية الخاصة بقضايا المشاريع الحكومية وسياسة الحكومة اتجاه آلية تنفيذها في المرتبة الثالثة بنسبة بلغت (17,71%)، في حين إختلفت الصفحتين في ترتيب مواضيع قضايا الانتخابات والبرلمان وما يطرحه من تشريعات حيث تم تظيفه في المرتبة الرابعة في صفحة البلاد عكس صفحة التلفزيون العمومي التي اعتمدت عليه في المرتبة الثالثة وكان ذلك بنسبة (14,29%)، أما مواضيع الأنشطة الوزارية فقد احتلت المرتبة الأخيرة بنسبة بلغت (06,28%)، فمن خلال ما تم ملاحظته؛ أظهرت الإحصائيات أن هذه المواضيع احتلت المرتبة الأخيرة من بين المواضيع السياسية الأخرى في الصفحتين، حيث سجلت نسب متدنية كما تم الإشارة إليها سابقا، وهذا التراجع في الاهتمام قد يكون ناتجا عن شعور المواطنين بأن القضايا السياسية لا تعكس اهتماماتهم أو احتياجاتهم الفعلية. بالإضافة إلى ذلك، قد تساهم الأزمات الاقتصادية والاجتماعية في تحويل تركيز الناس بعيدا عن السياسة، مما يؤدي إلى شعورهم بأن الأنشطة الوزارية ليست لها تأثير مباشر على حياتهم.

لذا، فإن هذه النسب المنخفضة تشير إلى ضرورة إعادة تقييم كيفية تقديم المعلومات السياسية وتعزيز الشفافية والمشاركة. من المهم أن تسعى الجهات المعنية إلى تحسين التواصل مع

المواطنين، وإبراز أهمية القضايا السياسية وتأثيرها على المجتمع، من أجل إعادة إثارة اهتمامهم وتحفيزهم على المشاركة الفعالة في العملية السياسية.

وبالنظر لهذه النتائج التي تؤكد الاختلاف بين الصفحتين " التلفزيون العمومي و"البلاد"، في تاطير القضايا الساسية الجزائرية قد يعود بالدرجة الأولى إلى التوجهات السياسية فغالبا ما يكون التلفزيون العمومي متماشيا مع سياسات الحكومة، مما يجعله يبرز القضايا التي تتماشى مع الأجندة الرسمية مثل الإنجازات الاقتصادية أو الاستقرار السياسي أما صفحة البلاد قد تكون أكثر جرأة في تناول مواضيع معينة، لكنها تخضع أيضا لتأثيرات النظام السياسي.

الجدول رقم (07): يوضح نوعية المصادر التي تستند إليها المعلومات والأخبار المنشورة على صفحتي عينة الدراسة.

صفحة البلاد		صفحة التلفزيون العمومي		المصادر	
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار		
02,86%	05	02,51%	05	رؤساء دول	مصادر خارجية
11,43%	20	10,05%	20	رؤساء حكومات	
10,86%	19	11,06%	22	مسؤولين في الأحزاب السياسية	

%06,29	11	%06,03	12	تقارير رسمية	مصادر داخلية
%08,75	15	%08,54	17	متحدث رسمي	
%09,14	16	%08,04	16	وكالات الأنباء (المحلية والعالمية)	
%16,00	28	%15,08	30	صحفي	
%12,00	21	%11,56	23	مراسل	
%04,57	08	%03,52	07	وسائل إعلام محلية	
%05,71	10	%04,52	09	وسائل إعلام أجنبية	
%03,43	06	%02,01	04	موقع إلكتروني	
%17,71	31	%17,09	34	متعدد المصادر	
%00,00	00	%00,00	00	بدون مصادر (خبر مجهول)	
%100	175	%100	199	المجموع	

أوضحت نتائج الجدول رقم (07): أن مصادر الأخبار التي إعتمدت عليها صفحات القنوات في تأطير القضايا السياسية الجزائرية، متنوعة ما بين مصادر داخلية ومصادر خارجية، ثم متعددة المصادر وأخيرا بدون مصادر (خبر مجهول).

ويتضح أيضا أن كلا صفحات القنوات الإخبارية عينة الدراسة تعتمد "مصادر متعددة" وعلى مصدر "الصحفي" و"المراسل" في تأطير القضايا السياسية الجزائرية على الترتيب وذلك بنسبة أكبر من باقي المصادر الأخرى، حيث تم اعتماد "المصادر المتعددة" بنسبة مئوية قدرت ب(17,09%) بالنسبة للتلفزيون العمومي، أما بالنسبة لصفحة قناة البلاد فقد قدرت النسبة ب:(17,71%)، أما في فئة "صحفي"، حققت صفحة البلاد نسبة 16.00% مقارنة بـ 15.08% للتلفزيون العمومي. وفي فئة "مراسل"، سجلت صفحة البلاد 12.00% مقابل 11.56% للتلفزيون العمومي، مما يدل على حرص كلا الصفحتين على تقديم معلومات متنوعة، تؤثر هذه الاختيارات على إدراك الجمهور للأخبار، حيث تعزز المصادر الرسمية من مصداقية المحتوى، بينما تساهم المصادر المتعددة في تقديم وجهات نظر متنوعة، وهو ما يعكس هوية كل وسيلة إعلامية.

كما أظهرت النتائج المتعلقة بنوع المصادر الخارجية بين صفحة التلفزيون العمومي وصفحة البلاد، أن صفحة البلاد تتفوق في معظم الفئات، حيث سجلت أعلى نسبة في "رؤساء حكومات" بنسبة 11.43% مقارنة بـ 10.05% في التلفزيون العمومي، وكذلك في "تقارير رسمية" بنسبة 6.29% مقابل 6.03%. بينما يتفوق التلفزيون العمومي في فئة "مسؤولين في الأحزاب السياسية" بنسبة 11.06% مقارنة بـ 10.86% في صفحة البلاد، ويشير هذا إلى اعتماد كلا المصدرين على التصريحات الرسمية، ما يعكس أهمية الجهات السياسية في تشكيل المعلومات، أما في فئة "رؤساء دول"، فإن صفحة البلاد تسجل نسبة أعلى (2.86%) مقارنة بالتلفزيون

العمومي (2.51%). وبذلك، يمكن ملاحظة أن صفحة البلاد تركز بشكل أكبر على بعض الفئات، مما يعكس استراتيجيات مختلفة في تقديم المحتوى، بينما يظهر التلفزيون العمومي قوة في فئة معينة.

أما بالنسبة للمصادر الداخلية بين صفحة التلفزيون العمومي و صفحة البلاد، نجد أن صفحة البلاد تتفوق في العديد من الفئات. في فئة "وكالات الأنباء"، سجلت صفحة البلاد نسبة 9.14% بينما سجل التلفزيون العمومي 8.04%. ومع ذلك، يتفوق التلفزيون العمومي في فئة "وسائل إعلام محلية" بنسبة 3.52% بينما سجلت صفحة البلاد 4.57%، وكذلك في فئة "وسائل إعلام أجنبية" حيث سجلت 4.52% مقابل 5.71% لصفحة البلاد. وفي فئة "موقع إلكتروني"، سجل التلفزيون العمومي 2.01% بينما سجلت صفحة البلاد 3.43%. بشكل عام، يظهر أن صفحة البلاد تقدم محتوى أكثر تنوعاً في بعض الفئات، بينما يحافظ التلفزيون العمومي على قوة في فئات معينة.

وبناء على هذه النتائج يمكن القول وإن هناك اختلافات ملحوظة في نوعية المصادر المستخدمة في تغطية القضايا السياسية الجزائرية بين صفحة التلفزيون العمومي و صفحة البلاد، مما يعكس استراتيجيات مختلفة في تقديم المعلومات. على الرغم من تشابه النسب في بعض المصادر، مثل رؤساء الدول ورؤساء الحكومات، إلا أن صفحة التلفزيون العمومي تعتمد بشكل أكبر على الصحفيين (15.08%) مقارنةً بـ"البلاد" (16.00%)، مما يشير إلى توجه نحو تعزيز المصداقية من خلال الاستعانة بالخبراء. من جهة أخرى، يعكس الاعتماد المتساوي

تقريبًا على المصادر المتعددة (17.09% و 17.71%) حرص الطرفين على تنوع المعلومات المقدمة. تؤثر هذه الاختيارات على كيفية إدراك الجمهور للأخبار، حيث يمكن أن تعزز المصادر الرسمية من موثوقية المحتوى، بينما تسهم المصادر المتعددة في إظهار وجهات نظر متنوعة، مما يعكس هوية كل وسيلة إعلامية. إن فهم هذه الديناميكيات يساعد في تعزيز الوعي النقدي لدى الجمهور حول كيفية تشكيل الأخبار وما تتضمنه من رسائل، عندما تُظهر القناة التزامها بمصادرها الخاصة، فإن ذلك يعزز ثقة الجمهور في دقتها ومهنتها، بهذه الطريقة، تسعى القنوات الإخبارية إلى تقديم محتوى إخباري موثوق وذو جودة عالية، ويرتبط الاعتماد على هذه المصادر (الصحفي والمراسل) على اعتبار أنهم أكثر موثوقية حيث يمتلكون الخبرة اللازمة لتقييم الأحداث وتحليلها، كما أنهم قادرين على تقديم تقارير فورية عن الأحداث الجارية، مما يسمح للقنوات بتقديم أخبار حية ومباشرة، ولديهم أيضا القدرة على التواصل المباشر مع الأحداث، مما يتيح تقديم تفاصيل دقيقة وشهادات حية، وأن الصحفي المحرر يمكنه تقديم تحليلات عميقة وسياقات تاريخية، مما يساعد المتابعين على فهم الأحداث بشكل أفضل، بالإضافة إلى هذا تستطيع صفحات القنوات تجنب معلومات غير دقيقة أو مضللة من مصادر خارجية .

الجدول رقم (08): يوضح الشخصيات الفاعلة في القضايا السياسية

صفحة البلاد		صفحة التلفزيون العمومي		الشخصيات الفاعلة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	

33,71%	59	34,17%	68	رئيس الجمهورية
28,57%	50	26,13%	52	الوزير الأول
15,43%	27	14,57%	29	الوزراء
10,86%	19	13,06%	26	إعلامي
02,86%	05	03,52%	07	محلل سياسي
08,57%	15	08,54%	17	هيئات ومنظمات دولية
100%	175	100%	199	المجموع

تبين لنا من خلال الجدول رقم (07): أن هناك تقارب كبير في الشخصيات المحورية التي تم الاعتماد عليها في صفحات القنوات الإخبارية عينة الدراسة التلفزيون العمومي والبلاد في تناولها للقضايا السياسية الجزائرية، نادرا ما يكون هناك تجاوز للنسبة بمقدار (02 %)، حيث نجد الشخصيات الفاعلة في القضايا السياسية، مثل الرئيس والوزير الأول، عناصر حاسمة في تأطير القضايا السياسية الجزائرية، والأكثر بروزا في المنشورات. فما يتعلق بصفحة التلفزيون العمومي فالشخصيات الفاعلة والأكثر بروزا كما تم الإشارة إليها سابقا هي رئيس الجمهورية والوزير الأول وقدرت النسب بالترتيب ب: (34,17%)،

(26,13%)، وهذا يدل على الاهتمام بالدور الفاعل والكبير لهم حيث تلعب هذه الشخصيات دورا رئيسيا في توجيه السياسات الحكومية واتخاذ القرارات الهامة التي تؤثر في حياة المواطنين ومستقبل البلاد. يتعين على صفحات القنوات الإخبارية عينة الدراسة إبراز وتغطية دورهم

ونشاطاتهم بشكل دقيق وموضوعي. من خلال منشوراتهم في موقع الفيسبوك، فالرئيس هو الشخصية الأعلى في السلطة التنفيذية في الدولة، وهو مسؤول عن قيادة البلاد وتمثيلها في الشؤون الداخلية والخارجية. يتلقى اهتمامًا كبيرًا من قبل القنوات الإعلامية، حيث تم تغطية خطابه وقراراته ومواقفه السياسية بشكل واسع. وتركزت الانتقادات والتحليلات حول أداء الرئيس وسياساته، ويعتبر تقييمه جزءًا أساسيًا من النقاش السياسي. بينما نجد شخصيات الوزراء الأكثر ورودًا في منشورات صفحات القنوات عينة الدراسة في المرتبة الثالثة وذلك بنسبة (14,57%)، وهذا يعود إلي كون الوزراء يلعبون دورًا مهمًا في القضايا السياسية، كما هو الحال بالنسبة للشخصيات الفاعلة السالف ذكرها، فهم يشغلون مناصب رفيعة في السلطة التنفيذية ويشاركون في صنع القرارات الحكومية وتنفيذ السياسات. يتمثل دورهم في تشكيل الحكومة وتحقيق أهدافها والتعامل مع التحديات السياسية والاقتصادية والاجتماعية التي تواجه البلاد، ثم يليها شخصيات الإعلاميين بنسبة قدرت ب: (13,06%)، ثم تأتي مباشرة بعدها شخصيات المنظمات والهيئات الدولية في المرتبة الخامسة بنسبة (08,54%)، في حين احتلت شخصيات المحللين السياسيين المرتبة الأخيرة بنسبة (08,54%).

أما صفحة قناة البلاد الإخبارية هي الأخرى تم التركيز فيها أثناء عملية تأطير القضايا السياسية محل الدراسة من خلال منشوراتها على شخصية رئيس الجمهورية والوزير الأول باعتبارهما الشخصيات الأولى في البلاد ولهما كامل الصلاحيات في إدارة شؤون البلاد على

الصعدين المحلي والدولي، حيث تم تمركزهما في المراتب الأولى وبنسب متتالية وقدرت ب: **33,71%** بالنسبة لرئيس الجمهورية أما الوزير الأول فقد قدرت النسبة ب: **28,57%**. ثم تأتي في المرتبة الثالثة الوزراء بنسبة **15,43%**، في حين احتلت شخصيات الإعلاميين المرتبة الرابعة **10,86%**، ثم تليها شخصيات الهيئات والمنظمات الدولية في المرتبة الخامسة بنسبة **08,57%**، أما المرتبة الأخير كانت لشخصية لفاعلين السياسيين وذلك بنسبة **02,86%**.

من خلال النتائج الواردة في الجدول أعلاه وما تم ملاحظته فإن نتائج كل صفحة من صفحات القنوات الإخبارية في موقع الفيسبوك لم يكن هناك إختلاف من حيث ترتيب الشخصيات الفاعلة المحورية كرئيس الجمهورية ورؤساء الحكومات والوزراء الوارد ذكرها في منشورات الصفحات عينة الدراسة، وقد يعود هذا إلى عدة عوامل يمكن أن تؤثر في ترتيب هذه الأخيرة في الصفحات عينة الدراسة، حيث يمكن أن تكون لديها اتجاهات سياسية محددة وبالتالي تعرض الشخصيات المحورية وفقا لتلك الاتجاهات، وأيضا لدى الجمهور دور كبير في هذا فإذا كانت بعض الشخصيات تلقى اهتماما كبيرا من الجمهور فإنه يتم تأطير الأخبار في المنشورات بما يتماشى ورغبة المتابعين، كما يمكن أن ننوه أن هذا لدى التأطير الإعلامي للقضايا السياسية أثر كبير على صناع القرار في البلاد، من خلال تقديم القضايا وتصورها للجمهور، وتسلط الضوء على بعض الجوانب وتجاهل الأخرى، مما يؤثر على طريقة تلقي الجمهور لتلك القضايا وفهمها تصبح محور اهتمام الجمهور وصناع القرار، مما يؤثر في

جدول أعمالهم وأولوياته حول بعض القضايا السياسية لتوجيه النقاش وتشكيل الآراء والمواقف وبالتالي يؤثر في قراراتهم، كما أن التأطير الإعلامي يعزز من القوة الإقناعية للرسائل السياسية ويؤثر في آراء صناع القرار. ومن المهم أن يكون لدى صناع القرار الوعي بتأثير التأطير الإعلامي والقدرة على تحليل وفهم القضايا من منظورات متعددة ومصادر متنوعة.

الجدول رقم (09): يوضح نوع الأطر وفقا لتقسيمها إلى أطر عامة وأطر خاصة في

صفحتي الدراسة.

صفحة البلاد		صفحة التلفزيون العمومي		نوع الأطر
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
30,29%	53	32,66%	65	عام
56,57%	99	57,79%	115	خاص
13,42%	23	09,55%	19	المزدوج
100%	175	100%	199	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم(09): أن صفحات القنوات الإخبارية "التلفزيون العمومي" و"قناة البلاد" قد قامت بتأطير القضايا السياسية الجزائرية ضمن إطار خاص في منشوراتها على موقع الفيسبوك، حيث كانت هذه النسبة مرتفعة مقارنة بالأنواع الأخرى من الأطر، بلغت نسبة التأطير الخاص في التلفزيون العمومي(32,66%)، بينما سجلت صفحة قناة البلاد

(29,30%)، يتمثل هذا النوع من التأطير في رصد حالات خاصة فردية، سواء كانت أشخاصا أو أحداثا واضحة المعالم، وذلك لأن القنوات الإخبارية عينة الدراسة قد اعتمدت الطابع الإخباري السردى، حيث جاءت أغلب القضايا السياسية الجزائرية في شكل خبر أو تقرير، وهي الأنسب لمعالجة مثل هذه الحالات الفردية والخاصة، أما الإطار العام، فقد احتل المرتبة الثانية في كلا الصفحتين، مع تفوق طفيف للتلفزيون العمومي حيث بلغت نسبته (32,66%)، مقابل (30,29%) لصفحة قناة البلاد، يركز هذا الإطار في تأطير القضايا السياسية الجزائرية بشكل عام دون التخصص في حالات معينة، حتى ولو تم الإستعانة بها فعلى سبيل لدعم الموضوع فقط. غالبا ما يتميز هذا النوع بجوانبه التحليلية التفسيرية، حيث يلقي الضوء على بعض تفاصيل الظواهر السياسية ، ويستخدم عادة في تقارير إخبارية. فيما يتعلق بالإطار المزدوج، فقد جاء في المرتبة الثالثة والاخيرة، حيث سجل التلفزيون العمومي نسبة (09,55%)، بينما تفوقت صفحة قناة البلاد بنسبة (13,22%)، وبالتالي يمثل هذا الإطار اجمالا النسبة الأقل في القضايا السياسية التي تم التطرق إليها في الصفحات عينة الدراسة.

وبناء على هذه النتائج يمكن القول أن القنوات الإخبارية تفضل استخدام التأطير الخاص في تأطير القضايا السياسية الجزائرية، مما يعكس توجهها نحو تقديم معلومات دقيقة ومفصلة عن قضايا معينة، وهذا الأسلوب يسهل على الجمهور فهم الاحداث السياسية بشكل أعمق، بينما الإطار العام يتيح رؤية شاملة للقضايا ويعزز من التحليل السياسي، أما الإطار المزدوج فيظهر

أنه الأقل استخداما، مما يشير إلى تفضيل الصحفيين تأطير القضايا بشكل خاص أو عام دون المزج بين الإطارين.

الجدول رقم (10): يوضح الأطر الإخبارية للقضايا السياسية الجزائرية في صفحتي الدراسة

صفحة البلاد		صفحة التلفزيون العمومي		الأطر الخبرية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%19,43	34	%17,08	34	إطار المسؤولية
%11,43	20	%10,55	21	الإطار الإنساني
%23,43	41	%20,60	41	إطار التعاون
%05,71	10	%03,52	07	الإطار الاقتصادي
%01,14	02	%00,50	01	إطار الرقمنة والتحول
%01,71	03	%03,01	06	إطار الدعم الرئاسي
%00,00	00	%01,51	03	أطر المقارنة
%14,29	25	%15,07	30	الإطار القانوني
%00,00	00	%01,00	02	إطار المنافسة

08	04,02%	10	05,71%	إطار التحديات والفرص
07	03,52%	05	02,86%	الإطار الإصلاحي
02	01,00%	00	00,00%	إطار التخطيط الإستراتيجي
22	11,05%	25	14,29%	الإطار الأمني
11	05,53%	05	02,86%	إطار الأمان والمصادقية
04	02,01%	05	02,86%	الإطار الأخلاقي
199	100%	175	100%	المجموع

يتضح من خلال الجدول رقم(10): أن صفحات القنوات الإخبارية "التلفزيون العمومي" و"البلاد" على موقع الفيس بوك، قد أولت اهتماما بمجموعة من الأطر الإعلامية في تأطير القضايا السياسية الجزائرية محل الدراسة وتشمل هذه الأطر: (إطار المسؤولية، والإطار الإنساني، وإطار التعاون، والإطار الإقتصادي، وإطار الرقمنة والتحول، وإطار الدعم الرئاسي، وإطار المقارنة، والإطار الأمني، وإطار المنافسة، وإطار التحديات والفرص، والإطار الإصلاحي، والإطار القانوني، كما توجد مجموعة أخرى من الأطر، إلا أن نسبتها كانت ضئيلة كما هو موضح في الجدول أعلاه.

وإختلف ترتيب معظم الأطر الإعلامية في الصفحات، بإستثناء إطار التعاون وإطار المسؤولية، حيث تصدر قائمة الأطر الإعلامية الأكثر أهمية التي تم إعتمادها في تأطير القضايا السياسية

الجزائرية، وإن اختلفت نسب وكيفية توظيفها في الصفحتين عينة الدراسة، فيما يتعلق بمعدلات استخدامها، حيث يحتل " إطار التعاون" النسبة الأكبر كما تم الإشارة إليه سابقا في كلا الصفحتين والتي قدرت ب: (23,43%) بالنسبة لصفحة البلاد مقابل (20,60%) في التلفزيون العمومي، مما يعكس إهتماما أكبر بالتعاون بين الفاعلين السياسيين، ويشير الباحث أن مجيء إطار التعاون في المرتبة الأولى من بين الأطر الإعلامية المعتمدة، يرجع ذلك إلى كون وسائل الإعلام في الجزائر تواجه تحديات مثل الرقابة، وضغوط الحكومة هذا بالنسبة إلى قناة "البلاد" على اعتبار أنها قناة خاصة، أما "التلفزيون العمومي" فهو ملكية عمومية، وتمثلت القضايا السياسية التي تم تناولها في هذا الإطار في المفاوضات السياسية بمتابعة المفاوضات المتعلقة بالقضايا الساخنة، مثل النزاعات الإقليمية أو قضايا حقوق الإنسان، والتأثيرات المحتملة على السياسات الداخلية، وأيضا دراسة دور الجزائر في المنظمات الإقليمية والدولية، مثل الاتحاد الإفريقي أو الأمم المتحدة، وكيف تسهم في تعزيز السلام والأمن، إلى جانب تحليل الإتفاقيات الموقعة بين الجزائر ودول أخرى، مثل الإتفاقيات التجارية أو الأمنية، وكيف تؤثر على العلاقات الثنائية، كما تسلط الضوء على المشاريع المشتركة و الإستثمارات الأجنبية ودورها في تعزيز التنمية الإقتصادية، وتحليل التحديات التي تواجه التعاون الدولي مثل التوترات السياسية أو الأزمات الإقتصادية.

ويأتي "إطار المسؤولية" في المرتبة الثانية، الذي هو بدوره يحتل الصدارة إلى جانب إطار التعاون في تأطير القضايا السياسية الجزائرية، حيث تحقق البلاد نسبة (19,43%)، بينما

سجلت صفحة التلفزيون العمومي (17,08%)، مما يدل على تركيز مشترك على مسؤوليات الفاعلين، أي تركز هذه القنوات التلفزيونية العمومية و"البلاد" في تاطير القضايا السياسية الجزائرية هذا الإطار مع التركيز على إطار المسؤولية من خلال تسليط الضوء على الأخبار المتعلقة بالإنجازات التي يحققها المسؤولون والباحثون في مختلف المجالات مثل تغطية المشاريع التنموية الكبرى كبناء البنية التحتية والمرافق العامة، والمثال على ذلك ما تم نشره عبر صفحة قناة التلفزيون العمومي "رئيس الجمهورية القائد الأعلى للقوات المسلحة وزير الدفاع الوطني السيد عبد المجيد تبون يتراًس اجتماعا لمجلس الوزراء يتناول مشروع قانون ينظم النشاطات المنجمية وعروضا تخص فتح رأسمال بنكين عموميين وشروط وكيفيات منح العقارالموجه لإنجاز مشاريع استثمارية بالإضافة إلى تقييم عملية تعويض البحارة الصيادين".

مما يعكس جهود الحكومة في تحسين جودة الحياة، وعرض الأبحاث والابتكارات التي يحققها الباحثون في الجامعات والمراكز البحثية، كما تسلط الضوء على المبادرات الإقتصادية الجديدة مثل المشاريع الصغيرة والمتوسطة، ودورها في خلق فرص العمل وتحفيز الإقتصاد المحلي، وإبراز البرامج الإجتماعية التي تهدف إلى تحسين مستوى المعيشة، مثل الدعم الاجتماعي والتكوين المهني، مما يعكس إلتزام الحكومة بالمواطنين، إلى جانب تقديم تقارير عن المبادرات الإصلاحية في مختلف القطاعات مثل التعليم والصحة، وكيف تساهم في تحسين الخدمات المقدمة للمواطنين، فمن خلال هذا تسعى صفحات القنوات إلى تعزيز الوعي العام بالجهود المبذولة لتحسين الوضع السياسي في الجزائر.

أما الإطار القانوني فقد احتل المرتبة الثالثة، حيث نجد أن التلفزيون العمومي يسجل نسبة (15,07%)، بينما البلاد نسبة (14,29%)، مما يشير إلى أهمية الأبعاد القانونية في تأطير القضايا السياسية الجزائرية ، بينما احتل الإطار الأمني المرتبة الرابعة في كلا الصفحتين حيث قدرت النسبة في صفحة التلفزيون العمومي ب:(11,05%)، و صفحة البلاد فقد قدرت النسبة ب:(14,29%)،

وهذا يدل على أن التلفزيون العمومي يركز على قضايا الأمن بشكل ملحوظ، مما يعكس اهتمامه بتسليط الضوء على التحديات الأمنية التي تواجه البلاد، ومع ذلك فإن نسبة الإطار الأمني أقل مقارنة ب "البلاد"، مما يشير إلى أن عملية تأطير القضايا كانت أكثر تنوعا وتوزيعة على الأطر الأخرى، كما أن تركيز صفحة البلاد بشكل أكبر على القضايا الأمنية يدل على أهمية هذه القضايا في سياقها التحريري، وهذا التركيز يشير إلى إستجابة أكبر للتحديات الأمنية الراهنة أو رغبة في تقديم تحليلات أعمق حول الوضع الأمني في البلاد.

أما الإطار الإنساني فقد احتل المرتبة الخامسة في الصفحات عينة الدراسة ، وكان هناك تباينا في التركيز على القضايا الإنسانية، حيث قدرت النسبة في صفحة التلفزيون العمومي ب: (10,55%)، بينما في صفحة البلاد فقد قدرت ب:(11,43%)، مما يدل على إهتمام أكبر من الأخيرة في تسليط الضوء على التحديات والمشكلات التي يواجهها الأفراد والمجتمعات، وهذا التركيز يعكس رغبة "البلاد" في تقديم محتوى يلامس حياة الناس بشكل مباشر، وبالتالي يزيد من تفاعل الجمهور مع القضايا المطروحة، من جهة أخرى، قد تشير

النسبة الأقل في صفحة التلفزيون العمومي إلى توزيع أكبر للاهتمام بين الأطر المختلفة، مما يعني أن تغطيته قد تكون أكثر تنوعا ولكن أقل تركيزا على الجوانب الإنسانية، وتعكس هذه الفروقات السياسية التحريرية لكل قناة، حيث تسعى "البلاد" إلى تعزيز الوعي بالقضايا الإنسانية، بينما التلفزيون العمومي يعتمد أسلوبا أكثر تنوعا في التغطية الإعلامية.

وتظهر النتائج أيضا إختلافات في ترتيب باقي الأطر التي إعتدتها الصفحات في تأطير القضايا السياسية الجزائرية، حيث يحتل الإطار الإقتصادي المرتبة السادسة في صفحة "البلاد" بنسبة (05,71%)، بينما في صفحة "التلفزيون العمومي قدرت النسبة ب: (03,52%)، مما يدل على اهتمام "البلاد" بالقضايا الإقتصادية ويأتي إطار التحديات والفرص في المرتبة السابعة في كلا الصفحتين، حيق قدرت النسبة في صفحة "البلاد" (05,71%)، مقابل (04,02%) في التلفزيون العمومي، مما يشير إلى إهتمام متزايد بالقضايا المرتبطة بالتحديات التي تواجه البلاد، أما الإطار الإصلاحية، فيحتل المرتبة الثامنة في "البلاد" بنسبة (02,86%)، بينما يسجل التلفزيون العمومي نسبة (03,52%)، مما يدل على تراجع الإهتمام بالقضايا الإصلاحية في "البلاد"، وبالنسبة لإطار الرقمنة والتحول، يسجل التلفزيون العمومي نسبة (00,50%)، بينما تكون النسبة في "البلاد" (01,14%) مما يشير إلى إهتمام بسيط بهذا الجانب في كلا الصفحتين، أما إطار الدعم الرئاسي وأطر المقارنة وإطار المنافسة، فقد جاءت نسبها منعدمة في البلاد، حيث لم يتم تناولها، مما قد يعكس توجه "البلاد" نحو التركيز على

قضايا أكثر إلحاحا وتلامس حياة الناس بشكل مباشر، بينما يظهر التلفزيون العمومي تنوعا أكبر في تغطيته، مما يشير إلى استراتيجية تحريرية مختلفة تسعى لتقديم محتوى شامل. وبالرجوع إلى الدراسات السابقة التي تم الإعتماد عليها في دراستنا، نجد دراسة "يحي محمد على العزب" بعنوان "أطر معالجة قضايا الإرهاب في البرامج السياسية بالفضائيات اليمنية" حيث نرى أن نتائج دراسته جاءت مماثلة لنتائج دراستنا، حيث كان إطار المسؤولية في مقدمة الأطر المعتمدة في تأطير القضايا في القنوات الإخبارية محل دراسته، وهذا يدل على أن الفضائيات الإخبارية في البيئة الإعلامية لا تختلف كثير عن القنوات الإخبارية في إطار الرقمنة في عملية التأطير رغم التأثيرات التكنولوجية الحديثة.

الجدول رقم (11): يوضح اتجاه الأطر في صفحتي الدراسة

صفحة البلاد		صفحة التلفزيون العمومي		اتجاه الأطر
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
38,86%	68	63,32%	126	مؤيد
05,14%	09	02,01%	04	معارض
56,14%	98	34,67%	69	محايد
100%	175	100%	199	المجموع

يوضح الجدول رقم (11): أن هناك إختلاف واضحا في إتجاه تأطير القضايا السياسية الجزائرية عبر صفحات القنوات الإخبارية في موقع الفيسبوك، حيث أن إتجاه الإطار الغالب في صفحة

قناة البلاد على الفيسبوك كان محايدا وبلغت بنسبة (56,14%)، في المقابل، إحتلت صفحة التلفزيون العمومي المرتبة الأعلى في الإتجاه المؤيد، وذلك من خلال ما وضحته النسبة المئوية (63,32%)، ويمكن تفسير هذا التفاوت في النسب بناءا على ملكية القانتين الإخباريتين، فقناة البلاد هي قناة خاصة، بينما التلفزيون العمومي فهو ملكية عامة، على الرغم من أن القناة الخاصة تتمتع بقدر من الحرية ، إلا أن ذلك لايعنى بالضرورة أنها خالية من القيود والمعارضة، وينعكس هذا بدوره على عملية التغطية الإعلامية للقضايا السياسية وتأطيرها، فتنوع ملكية القنوات بين الملكية العامة (حكومية) والملكية الخاصة (شركات إعلامية) تلعب دورا مهما في كيفية تأطير القضايا الساسية فالقناة الحكومية غالبا ما تميل إلي تأطير القضايا بما يخدم مصالح النظام الحاكم، بينما القناة الخاصة تكون أكثر حرية في تأطير القضايا السياسية الجزائرية على صفحاتها في موقع الفيسبوك ويكون ذلك بما يتناسب مع توجهاتها السياسية والإيديولوجية، كما أن تنوع ملكية هذين القناتين يخلق جو من المنافسة بينهما مما ينتج عنه تنوع في التغطية والتأطير للقضايا محل الدراسة مما يتيح للمشاهد فرصة للاختيار والمقارنة، فيما يتعلق بالإتجاه المحايد، إحتل المرتبة الثانية في للتلفزيون العمومي بنسبة (34,67%)، بينما جاء الإتجاه المؤيد في قناة البلاد في المرتبة الثانية بنسبة (38,86%)، في حين أن الإتجاه المعارض يمثل النسبة الضئيلة جدا في كلا الصفحتين، حيث بلغت (02,01%)، في صفحة التلفزيون العمومي، وبنسبة (05,14%) في صفحة قناة البلاد، أي أن غالب القضايا السياسية الجزائرية المؤطرة في صفحات القنوات الإخبارية

تميل إما نحو الاتجاه المؤيد أو الاتجاه المحايد الذي يُوَطر للقضايا بشكل أقرب إلى الموضوعية في الطرح، مما يؤدي إلى تشكيل صورة معينة عن القضايا السياسية في الجزائر.

من خلال هذا يمكن القول إن هناك ميلا واضحا في الصفحة الأولى في إتجاه تأطير القضايا السياسية الجزائرية، حيث غالبا ما يميل إلى تقديم محتوى يروج للسياسات الحكومية ويعكس وجهات نظر السلطات، يظهر ذلك من خلال تأطيرها للقضايا السياسية، حيث يتم تسليط الضوء على إنجازات الحكومة بالتركيز على مواقف الحكومة في القضايا الإقليمية والدولية التي تعزز من سيادة البلاد، والتركيز على تعديل الدستور لتعزيز الديمقراطية مثل تقوية دور المؤسسات والمشاركة السياسية، وأيضا التركيز على تنظيم انتخابات حرة ونزيهة بما في ذلك الإنتخابات الرئاسية والتشريعية، مما يعكس الالتزام بالعملية الديمقراطية، إلى جانب هذا التركيز على توجيه الجهود لمكافحة الفساد، بما في ذلك محاسبة المسؤولين المتورطين في قضايا الفساد.

بينما صفحة قناة البلاد تعتمد على تقديم معلومات أكثر توازنا، مما يتيح للمتلقي رؤية جوانب متعددة للقضايا، بما في ذلك الإنتقادات والآراء المختلفة.

الجدول رقم (12): يوضح الأطر المرجعية في صفحتي الدراسة:

صفحة البلاد		صفحة التلفزيون العمومي		الأطر المرجعية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	

00,00%	00	00,00%	00	تاريخية
22,29%	39	30,65%	61	قانونية
32,00%	56	35,18%	70	سياسية "رسمية"
29,14%	51	23,62%	47	أمنية
00,00%	00	00,00%	00	دينية
16,57%	29	10,55%	21	إنسانية
100%	175	100%	199	المجموع

ويتضح لنا من خلال الجدول رقم (12): الذي يمثل الإطار المرجعية - التي اعتمدت عليها صفحات القنوات الإخبارية عينة الدراسة على موقع الفيس بوك في تأطير القضايا السياسية الجزائرية، حيث تعكس بدورها الأفكار التي يستند إليها الإعلامي أو يستدعيها لتأكيد توجهاته ومواقفه وبالتالي فإن هذه الأطر المرجعية المعتمدة تشكل عنصرا كاشفا لمحتوى الأطر المستخدمة في تأطير تلك القضايا السياسية محل الدراسة، وما تم ملاحظته أن الإطار المرجعي الرسمي هو الإطار الغالب في منشورات كلا الصفحتين، وكان ذلك بدرجات متفاوتة من صفحة إلي أخرى، فبالنسبة لصفحة قناة التلفزيون العمومي قدرت النسبة ب: (35,18%)، أما صفحة البلاد فقد قدرت النسبة ب: (32,00%)، حيث تم الاستناد فيه على سبيل المثال إلي: تصريحات رئيس الجمهورية والوزراء المختصين بالقطاعات الحكومية المختلفة كتصريح

رئيس الجمهورية الذي "يناشد فيه كل أحرار العالم وخبراء القانون العرب برفع دعوى قضائية أمام المحكمة الجنائية الدولية ضد الكيان الإسرائيلي لإنهاء عقود الإفلات من العقاب"، وأيضاً تصريح وزير الشؤون الخارجية أحمد عطايف أثناء الدورة الطارئة للجمعية العامة للأمم المتحدة -نيويورك " الجزائر تجدد مطالبها في: أن تحظى فلسطين بعضوية كاملة في الجمعية الأممية". وبالعودة لصفحة التلفزيون العمومي تمثل الأطر المرجعية القانونية والأطر المرجعية الأمنية من أهم الأطر التي جاءت في المرتبة الثانية والثالثة على التوالي بنسب متقاربة بعد الأطر المرجعية الرسمية والتي قدرت نسبها ب: (30,65%)، (23,62%)، ومن جهة أخرى نلاحظ فارق كبير في الأطر المرجعية الأمنية بين الصفحتين، حيث تمثل هذه الأخيرة النسبة من بين الأكبر في صفحة قناة البلاد والتي قدرت بنسبة (29,14%)، بينما تمثل النسبة من بين الأقل في صفحة التلفزيون العمومي، في حين أن الأطر المرجعية الأمنية مثلت النسبة الثانية من بين الأقل في صفحة البلاد.

من خلال تحليل الأطر المرجعية المعتمدة في كل من صفحات القناة التلفزيونية العمومية والقناة الخاصة البلاد عند تأطيرهما للأخبار السياسية الجزائرية، تمكن من الكشف عن الاختلافات والتباينات في المقاربات والتوجهات السياسية بين هذين الوسيطين الإعلاميين فالقناة العمومية كانت أكثر ارتباطاً بالإطار السياسية الرسمي والقانوني، بينما القناة الخاصة " البلاد" ربما ستكون أكثر انفتاحاً على مختلف التحليلات والآراء السياسية المتنوعة. كما أن

بُعد التأثيرات الإقليمية والدولية قد يكون أكثر حضوراً في تناول القناة الخاصة للقضايا السياسية مقارنة بالقناة العمومي.

وبالتالي، فإن دراسة هذه الاختلافات في الأطر المرجعية المعتمدة ستكشف بوضوح عن التباينات في آليات تأطير وتناول القضايا السياسية الجزائرية بين هذين الوسيطين الإعلاميين.

الجدول رقم (13): يوضح الاستمالات الإقناعية المستخدمة في عرض المضمون على

صفحتي عينة الدراسة.

صفحة البلاد		صفحة التلفزيون العمومي		الإستمالات الإقناعية
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
26,86%	47	18,59%	37	تقديم تحليلات وتفسيرات
31,43%	55	16,08%	32	عرض حقائق ووقائع
16,57%	29	27,13%	54	عرض ارقام واحصائيات
20,00%	35	31,66%	63	عرض النصوص القانونية
05,14%	09	06,53%	13	الترغيب والترهيب
00,00%	00	00,00%	00	التخويف
100%	175	100%	199	المجموع

تظهر البيانات في الجدول رقم(13): تباينا ملحوظا في استعمال الإستمالات الإقناعية بين

صفحتي التلفزيون العمومي وصفحة البلاد، حيث تصدر صفحة التلفزيون العمومي في

استخدام "عرض النصوص القانونية" بنسبة (31,66%)، مقارنة ب(20,00%) في صفحة البلاد، هذا التركيز يعزى إلى رغبة القناة في تأكيد شرعية المعلومات المقدمة، مما يعكس توجهها نحو تعزيز الإطار القانوني للقضايا المطروحة، بينما تتفوق فحة البلاد في عرض الحقائق والوقائع بنسبة (31,43%)، مقابل (16,08%) في صفحة التلفزيون العمومي، مما يعكس اعتمادها على المعلومات الموثوقة لتعزيز مصداقيتها وبناء الثقة مع جمهورها.

ومن جهة أخرى، نجد أن "عرض الأرقام والإحصائيات" كان الأكثر استخداما في صفحة التلفزيون العمومي بنسبة (27,13%)، مما يدل على أهمية البيانات الكمية في دعم الرسائل الإعلامية وجعلها أكثر تأثيرا، بينما تظهر صفحة البلاد نسبة أقل من حيث استخدام هذه الأرقام، وذلك بنسبة (16,57%)، مما يعكس نمطا مختلفا في تاطير القضايا السياسية الجزائرية.

أما بالنسبة لاستمالات "الترغيب والترهيب" و"التخويف"، فهي لم تحظ باهتمام كبير من كلا الصفحتين، حيث تظهر البيانات نسبا منخفضة جدا، هذا قد يشير إلى اتجاه نحو أساليب إقناعية إيجابية، تركز على تقديم المعلومات بشكل يهدف إلى توعية الجمهور بدلا من ممارسة الضغوط النفسية

أما بالنسبة لاستمالات "الترغيب والترهيب" و"التخويف"، فهي لم تحظ باهتمام كبير من كلا الصفحتين، حيث تُظهر البيانات نسبا منخفضة جدًا. هذا قد يشير إلى اتجاه نحو أساليب

إقناعية إيجابية، تركز على تقديم المعلومات بشكل يهدف إلى توعية الجمهور بدلاً من ممارسة الضغوط النفسية.

يمكن تفسير هذه النتائج من خلال النظر في سياق القضايا السياسية في الجزائر، اعتمد التلفزيون العمومي على عرض النصوص القانونية لتدعيم موقف الحكومة، مما يعكس سعيه لتقديم معلومات قانونية حول شرعية الانتخابات أو التعديلات الدستورية، كما شهدت البلاد نقاشات حادة حول قانون المالية لعام 2024، حيث اعتمد التلفزيون العمومي على النصوص القانونية لتبرير بعض التوجهات الاقتصادية للحكومة، مما يعكس تركيزه على الشرعية القانونية في معالجة قضايا مثل الضرائب والدعم الاجتماعي. في المقابل، استخدمت صفحة البلاد الحقائق والوقائع لتسليط الضوء على ردود فعل المواطنين والمحللين الاقتصاديين، مما ساهم في بناء مصداقية أكبر لدى جمهورها، . كما يمكن رؤية ذلك في استخدام الأرقام والإحصائيات خلال تغطية قضايا مثل أزمة البطالة أو التغيرات الاقتصادية، حيث كانت الإحصائيات تُستخدم لتسليط الضوء على التحديات التي تواجه الشباب.

كما تم تناول قضايا مثل الإصلاحات التعليمية، حيث استخدم التلفزيون العمومي الأرقام والإحصائيات لإظهار نتائج هذه الإصلاحات وتأثيرها على جودة التعليم، بينما ركزت صفحة البلاد على التجارب الواقعية للطلاب والمعلمين، مما يعكس نمطاً مختلفاً في تقديم المعلومات . بالتالي، يتضح أن كل صفحة تتبنى استراتيجيات مختلفة تعكس توجهاتها الإعلامية، مما يؤثر على كيفية استقبال الجمهور للمعلومات. هذا يشير إلى دور الإعلام في تشكيل الرأي العام

في ظل السياقات السياسية المتغيرة، حيث تعكس هذه الاختلافات في الأسلوب تأثيراً كبيراً على فهم القضايا الراهنة والمشاركة المدنية.

مناقشة النتائج:

بعد تطبيق منهجية البحث وتحليل عينة الدراسة، خلصنا إلى مجموعة من النتائج نعرضها فيما يلي:

1. من حيث فئات الشكل:

- أظهرت النتائج أن صفحة التلفزيون العمومي قد اعتمدت بشكل كبير على فن التقرير الصحفي، حيث بلغت نسبته (51.76%)، مما يعكس اهتماماً بتقديم محتوى دقيق وموضوعي يتضمن تفسيراً وتحليلاً للأحداث السياسية. وفي المقابل، اعتمدت صفحة قناة البلاد على فن الخبر الصحفي بشكل أكبر، بنسبة (53.71%)، مما يدل على رغبتها في جذب المتابعين من خلال محتوى مختصر وسهل القراءة، مما يتناسب مع طبيعة منصات التواصل الاجتماعي. وعليه، يمكن القول إن هذا الاختلاف في استخدام الأنواع الصحفية بين التقرير والخبر يعود إلى سياسات كل قناة وأهدافها التحريرية، حيث تفضل قناة التلفزيون العمومي تقديم معلومات معمقة، بينما تسعى قناة البلاد لتلبية احتياجات جمهورها من خلال توفير أخبار سريعة ومباشرة. بالإضافة إلى ذلك، تعكس هذه الاستراتيجيات تنوع الجمهور المستهدف، حيث يفضل بعض المستخدمين المحتوى

المفصل، بينما يفضل آخرون المعلومات الموجزة، مما يؤكد على ضرورة فهم تأثير سياسات القنوات على كيفية تأطير القضايا السياسية الجزائرية عبر منصات التواصل الاجتماعي -أوضحت النتائج اختلاف الصفحتان من حيث استخدام عناصر الإبراز لتأطير القضايا السياسية، حيث اعتمدت صفحة التلفزيون على النصوص المرفقة بالصور أكثر، بينما اعتمدت صفحة قناة البلاد على الفيديوهات المرفقة بنصوص، هذا الاختلاف يرجع لاختلاف الإستراتيجية الإعلامية وسياسة التحرير في كل صفحة، وتسعى كل صفحة لتقديم المحتوى الإعلامي بطريقة مناسبة لهويتها وأهدافها، فالتلفزيون يركز على التفصيل أكثر بينما قناة البلاد تعتمد الوسائط المرئية لجذب المشاهدين، بشكل عام النتائج تدل على استخدام استراتيجيات متباينة لكنها تستهدف نفس الغاية وهي تأطير القضايا السياسية.

- أن القناتين الإخباريتين "التلفزيون العمومي" و"البلاد" تركزان بشكل كبير على استخدام الروابط كوسيلة لجذب الجمهور وتعزيز التفاعل مع المحتوى. وفقاً لنظرية تحليل الإطار الإعلامي، تعكس هذه الاستراتيجيات كيفية تأطير المعلومات وتوجيه الجمهور نحو مصادر موثوقة، حيث احتل رابط الموقع الرسمي المرتبة الأولى في الاستخدام، مما يعزز مصداقية القنوات. كما يُظهر التركيز على المحتوى المرئي عبر منصة يوتيوب أهمية التفاعل البصري في جذب الجمهور. بينما تظل الروابط للبت المباشر أقل استخداماً، فإنها تظل ضرورية لتلبية حاجة الجمهور لمتابعة الأحداث الحية. تشير هذه الاتجاهات إلى تطور وسائل الإعلام الرقمي

وضرورة تكيف القنوات مع احتياجات الجمهور المتزايدة، مما يعكس اعتماد القنوات على تعزيز وجودهما الرقمي وتقديم محتوى موثوق ومحدث.

- تظهر نتائج الدراسة إلى أن استخدام اللغة العربية الفصحى يتصدر منشورات القنوات الإخبارية، مما يعكس التركيز على المحتوى الرسمي والأكاديمي، وهو سمة بارزة في الإعلام الجزائري. بينما تسعى صفحة "البلاد" للوصول إلى جمهور أوسع من خلال استخدام الدارجة رغبة منها في الاتصال المباشر مع المشاهدين. كما يظهر تفاعل أكبر مع الثقافة الثنائية اللغة في "البلاد"، بينما يستخدم التلفزيون العمومي اللغة الإنجليزية بشكل واضح، مما يدل على استراتيجيات مختلفة في استهداف الجمهور. بينما تركز "البلاد" على تعزيز الهوية المحلية، يسعى التلفزيون العمومي إلى توسيع قاعدة مشاهديه لتشمل الناطقين باللغة الإنجليزية، مما يعكس الفروق في الرؤى التحريرية بين القنوات وتتفق نتائج دراستنا هذه في بعض النقاط مع دراسة الباحث "محمد محمد عمارة" في دراسته على البرامج الكوميديّة الساخرة في المجتمع المصري، حيث أن الدراسات تتناولان كيفية استخدام اللغة كوسيلة للتواصل مع الجمهور، سعياً منهما إلى تعزيز العلاقة مع المشاهدين من خلال المزيج اللغوي.

2. من حيث فئات المضمون:

-تظهر النتائج أن هناك اختلافات في نوعية المصادر المستخدمة في الأخبار بين صفحة التلفزيون العمومي و صفحة "البلاد"، مما يعكس استراتيجيات مختلفة في تقديم المعلومات، إلا أن صفحة التلفزيون العمومي تعتمد بشكل أكبر على الصحفيين (15.08%) مقارنةً بـ"البلاد"

(16.00%)، مما يشير إلى توجه نحو تعزيز المصداقية من خلال الاستعانة بالخبراء. من جهة أخرى، يعكس الاعتماد المتساوي تقريباً على المصادر المتعددة (17.09% و 17.71%) حرص الطرفين على تنوع المعلومات المقدمة. وفقاً لنظرية تحليل الإطار الإعلامي، تؤثر هذه الاختيارات على كيفية إدراك الجمهور للأخبار، حيث يمكن أن تعزز المصادر الرسمية من موثوقية المحتوى، بينما تسهم المصادر المتعددة في إظهار وجهات نظر متنوعة، مما يعكس هوية كل وسيلة إعلامية. إن فهم هذه الديناميكيات يساعد في تعزيز الوعي النقدي لدى الجمهور حول كيفية تشكيل الأخبار وما تتضمنه من رسائل.

- حول طبيعة القضايا السياسية الجزائرية، تم ملاحظة أن مواضيع سياسات وقرارات الحكومة حول القضايا المحلية حازت على الأهمية الكبيرة من بين المواضيع السياسية الأخرى في صفحة التلفزيون العمومي، وذلك بنسبة (33,67%)، أما صفحة قناة البلاد لم تختلف بشكل كبير عن صفحة التلفزيون العمومي فيما يتعلق بالترتيب الخاص بالمواضيع السياسية التي قامت بتأطير، فنجد مواضيع سياسات وقرارات الحكومة حول القضايا المحلية حازت هي الأخرى على الأهمية الكبيرة من بين المواضيع السياسية بنسبة بلغت (33,71%).

ومن هذا المنطلق فإن هذه النتائج تتشابه مع الدراسة السابقة للباحث "عبد السلام بطسي" فالدراستين تشيران إلى أن مواضيع سياسات وقرارات الحكومة حول القضايا المحلية حازت على الأهمية الكبيرة، وهذا يعكس التقارب في أولويات القنوات الإخبارية الجزائرية ويشير إلى

تركيز عام على القضايا المحلية، مما يعكس توجه الجمهور نحو متابعة القضايا التي تؤثر مباشرة على حياتهم اليومية.

- يتضح من التحليل أن الشخصيات الأكثر اعتمادًا في تأطير القضايا السياسية الجزائرية عبر القنوات الإخبارية عينة الدراسة، هي رئيس الجمهورية والوزير الأول، حيث احتلت نسبتهما المرتبة الأولى في المنشورات، مما يعكس دورهما المحوري في توجيه السياسات الحكومية واتخاذ القرارات المهمة، إذ تمثل هذه الشخصيات رأس السلطة التنفيذية، وبالتالي فإن تغطية أنشطتهما تؤثر بشكل كبير على الرأي العام، تليهما شخصيات الوزراء والإعلاميين، مما يشير إلى أهمية هؤلاء في تشكيل السياسة العامة والتفاعل مع القضايا الاجتماعية والاقتصادية، كما أن التأطير الإعلامي يلعب دورًا حيويًا في تشكيل وعي الجمهور، حيث يتم تقديم القضايا بطرق تتماشى مع الاتجاهات السياسية واهتمامات المتابعين، مما يؤثر على كيفية تلقي الجمهور للأخبار وفهمهم لها. لذا، يجب على صناع القرار أن يكونوا واعين لتأثير الإعلام وتحليل القضايا من زوايا متعددة لضمان اتخاذ قرارات مستنيرة.

- أظهرت نتائج تأطير القضايا السياسية الجزائرية على صفحات القنوات الإخبارية "التلفزيون العمومي" و"قناة البلاد" في الفيسبوك أن التأطير الخاص هو الأكثر استخدامًا. يعكس هذا الاتجاه حرص القنوات على تقديم معلومات دقيقة وموضوعية حول قضايا محددة، مما يسهل على الجمهور فهم الأحداث بشكل أعمق، على الجانب الآخر جاء "الإطار العام" في المرتبة الثانية، حيث يركز على تقديم رؤية شاملة حول القضايا دون التخصص في حالات فردية.

في حين كان الإطار المزدوج الأقل استخدامًا، مما يشير إلى تفضيل الصحفيين لتأطير القضايا إما بشكل خاص أو عام دون دمج بين الأسلوبين، تعكس هذه النتائج اعتماد القنوات الإخبارية على أسلوب إخباري سردي يتماشى مع طبيعة القضايا السياسية المطروحة، مما يسهل فهمها وتحليلها من قبل الجمهور.

- وأن صفحات القنوات الإخبارية "التلفزيون العمومي" و"البلاد" على الفيسبوك قد اعتمدت على مجموعة متنوعة من الأطر الإعلامية في تأطير القضايا السياسية الجزائرية، حيث تركزت الأطر الأهم على التعاون والمسؤولية. جاء إطار التعاون في المقدمة، مما يعكس أهمية التعاون بين الفاعلين السياسيين، خاصة في ظل التحديات التي تواجه وسائل الإعلام في الجزائر. بينما احتل إطار المسؤولية المرتبة الثانية، مشيرًا إلى تركيز القنوات على إنجازات المسؤولين والمشاريع التنموية. من جهة أخرى، أظهر الإطار القانوني أهمية الأبعاد القانونية في تأطير القضايا السياسية، بينما كان الإطار الأمني أكثر وضوحًا في تغطية قناة "البلاد"، مما يعكس استجابة أكبر للتحديات الأمنية. كما أن اهتمام "البلاد" بالقضايا الإنسانية والاقتصادية يدل على رغبتها في التواصل مع الجمهور بشكل مباشر. تظهر هذه الاختلافات في الأطر المعتمدة تنوعًا في الاستراتيجيات التحريرية بين القناتين، حيث يسعى التلفزيون العمومي إلى تقديم محتوى شامل، بينما تركز قناة البلاد على القضايا الأكثر إلحاحًا التي تؤثر على حياة الناس.

-أبرزت النتائج غلبة الحياد في اتجاه تأطير القضايا السياسية الجزائرية بصفحة "قناة البلاد" على موقع الفيسبوك، بينما تجسد التأييد في اتجاه الأطر بصفحة "قناة التلفزيون العمومي" وهي نتيجة قد يفسرها نمط ملكية القنوات بين العمومي والخاص، فنحن أمام أطر تتعلق بقناة خاصة أطر أخرى تتعلق بقناة عمومية، وهذا لزاماً أن تتبنى القناة الخاصة تأطيراً يتيح لها قول ما تشاء بحرية أو المعارضة الصريحة.

-أظهرت النتائج أن الأطر المرجعية المعتمدة في صفحات القنوات الإخبارية على الفيسبوك تعكس توجهات الإعلاميين في تأطير القضايا السياسية الجزائرية، حيث كان الإطار الرسمي هو الأكثر شيوعاً في كلا الصفحتين، مع تباين في التركيز، بينهما صفحة التلفزيون العمومي استعانت بتصريحات رسمية من الحكومة لتعزيز الشرعية القانونية للسياسات، مما يدل على ارتباطها الوثيق بالإطار الرسمي في المقابل، اعتمدت صفحة البلاد على الأطر الأمنية بشكل أكبر، مشيرة إلى انفتاحها على تحليلات وآراء متنوعة، مما يعكس اهتماماً بالتأثيرات الإقليمية والدولية، تكشف هذه الاختلافات عن تنوع في المقاربات والتوجهات السياسية، حيث تسعى القناة العمومية لتقديم معلومات تدعم المواقف الحكومية، بينما توفر قناة البلاد مساحة لوجهات نظر متباينة، مما يؤثر على فهم الجمهور للقضايا السياسية.

- تظهر النتائج اختلافاً واضحاً بين صفحتي التلفزيون العمومي وقناة البلاد في استخدام الاستمالات الإقناعية، يتصدر التلفزيون العمومي استخدام "عرض النصوص القانونية"، مما يعكس سعيه لتأكيد شرعية المعلومات المقدمة وتعزيز الإطار القانوني للقضايا المطروحة.

هذا الاتجاه يهدف إلى دعم موقف الحكومة، خاصة في سياق القضايا السياسية مثل الانتخابات والتعديلات الدستوري، أما صفحة البلاد تتفوق في عرض الحقائق والوقائع، مما يعكس اعتمادها على المعلومات الموثوقة لبناء مصداقية مع جمهورها، هذا التركيز على الوقائع يسهم في تعزيز الثقة ويظهر ردود فعل الجمهور والمحللين تجاه الأحداث السياسي، بالنسبة لعرض "الأرقام والإحصائيات"، فقد اعتمد التلفزيون العمومي بشكل أكبر على البيانات الكمية، مما يعكس أهمية هذه الأرقام في دعم الرسائل الإعلامية، بينما استخدمت صفحة البلاد هذه الأرقام بشكل أقل، مما يشير إلى نمط مختلف في تأطير القضايا، أما بالنسبة لاستمالات "الترغيب والترهيب" و"التخويف"، فقد كانت نسب استخدامها منخفضة في كلا الصفحتين. يُشير هذا إلى اتجاه نحو أساليب إقناعية إيجابية تركز على توعية الجمهور بدلاً من ممارسة الضغوط النفسية، وتفسير هذه النتائج حيث يستخدم التلفزيون العمومي النصوص القانونية لتدعيم موقف الحكومة. في حين تركز صفحة البلاد على تقديم الحقائق والوقائع لتعزيز مصداقيتها، مما يساهم في فهم الجمهور للقضايا الراهنة.

الخاتمة

خاتمة:

في ختام هذه الدراسة، نكون قد استعرضنا بشكل شامل كيفية تأطير القضايا السياسية الجزائرية عبر صفحات القناة الإخبارية للتلفزيون العمومي والبلاد، لقد أظهرت النتائج أن التأطير الإعلامي يلعب دورا حاسما في تشكيل الرأي العام وتوجيه النقاشات حول القضايا الوطنية.

وتعتبر وسائل الاعلام محركا رئيسيا للتغيير الاجتماعي والسياسي، حيث تساهم في تقديم المعلومات وتفسيرها بطرق تؤثر على تصورات الجمهور، ومن خلال تحليلنا المقارن، أظهرنا كيف تختلف أساليب التأطير والتوجهات بين القانتين، مما يعزز من أهمية التنوع الإعلامي في الفهم العام للقضايا السياسية، علاوة على ذلك فإن توظيف نظرية الأطر الإعلامية في تحليل هذه الظواهر يسلط الضوء على كيفية تشكيل الرسائل الإعلامية في تحليل هذه الظواهر يسلط الضوء على كيفية تشكيل الرسائل الإعلامية للواقع الاجتماعي والسياسي، وكيف أن هذه الأطر تؤثر على كيفية استعاب الجمهور للمعلومات، فيؤثر بالتالي على أحكامهم نحو الوقائع والأحداث وتقديراتهم لها.

وأن دراستنا هذه لا تهدف فقط إلى تسليط الضوء على الأساليب المستخدمة في التأطير، بل تدعو أيضا إلى المزيد من البحث والتقصي حول تأثير هذه الأساليب على المجتمع الجزائري ودور الميديا الجديدة في تعزيز الديمقراطية والمشاركة الفعالة، حيث يمكن أن تسهم هذه

الوسائل في إعادة تشكيل الأطر التي ينظر من خلالها المواطنون إلى القضايا العامة، مما يعزز من قدرتهم على المشاركة بفعالية في الحياة السياسية.

كما يمكن أن تشكل هذه الدراسة نقطة انطلاق للبحوث الإستكشافية المستقبلية لفهم تأثير تطير وسائل الإعلام في البيئة الرقمية على السياق السياسي وفي هذا الإطار يمكن تقديم مجموعة من التوصيات: في هذا المجال وفهم أعمق لتأثير وتطير وسائل الاعلام في البيئة الرقمية في السياق السياسي.

بتوسيع نطاق البحث لكي تشمل الدراسات المستقبلية مجموعة متنوعة من وسائل الإعلام، بما في ذلك الميديا الجديدة، لفهم تأثيرها على تطير القضايا السياسية.

كم ينبغي إجراء دراسات معمقة حول الأطر المستخدمة في وسائل الإعلام المختلفة، وكيف تؤثر على تشكيل الآراء والسياسات العامة.

من الضروري أيضا دراسة مواقع التواصل الإجتماعي في التأثير على الرأي العام وتعزيز المشاركة السياسية في الجزائر.

كما يجب توسيع الدراسات لتشمل المنصات الأخرى مثل تويتر وإنستغرام، لفهم كيفية تطير القضايا السياسية عبر مختلف مواقع التواصل الإجتماعي.

قائمة المراجع

قائمة المراجع:

أولا : المراجع باللغة الأجنبية:

1. AlinaVytiaz. (2018). *Youtube – a new era of TV*. Masaryk University Faculty of Economy and: Public Economics.
2. Boone, L. E., & Kurtz, D. (2019). *Contemporary Marketing*. Cengage Learning.
3. Dahl, R. A. (1971). *Polyarchy: Participation and Opposition*. Yale University Press.
4. Easton, D. (1965). *A Systems Analysis of Political Life*. Wiley.
5. Eltantawy, N., & Wiest, J. (2011). The Role of Social Media in Political Mobilization: A Case Study of the January 2011 Egyptian Uprising. *International Journal of Communication*.
6. Greenhow, C., & Lewin, C. (2016). Social Media in Education: The Role of Personal Learning Networks. *Learning, Media and Technology*.
7. Hampton, k. (2011). Social Media and Interpersonal Communication. *Communication Research*.
8. Lobato, R. (2016). The Cultural Logic of Digital Intermediaries: YouTube Multichannel Networks. . *Convergence : The International Journal of Research into New Media Technologies*.
9. Robert, M. (1993). *Framing: Toward clarification of a fractured paradigm*. Journal of Communication.
10. Robert, M. (1993). *Framing: Toward clarification of a fractured paradigm*. Journal of Communication.

11. Sartori, G. (1987). *The Theory of Democracy Revisited*. Chatham House Publishers. a
12. ثانيا: المراجع باللغة العربية:
13. إبراهيم، م. س. (2020). *تقنيات التأطير الإعلامي وبناء المعنى*. جامعة طنطا: العلوم للنشر والتوزيع، ط.1
14. ابراهيم قندجلي عامر. (2015). *البحث العلمي في الصحافة والإعلام*. عمان: دار المسيرة للنشر والتوزيع ط1.
15. أحمد، ا. ا. (2017). *فاعلية مواقع التواصل الإجتماعي في توجيه الرأي العام*. عمان: دار البداية للنشر والتوزيع .
16. اسماعيل، ع. ا. (2019). *مواقع التواصل الاجتماعي بين التصرفات المرفوضة...والاخلاقيات المفروضة*. دار التعليم الجامعي، الاسكندرية .
17. إسماعيل، ع. س. (2020). *مواقع التواصل الاجتماعي، بين التصرفات المرفوضة... والاخلاقيات المفروضة*. جامعة المنيا: دار التعليم الجامعي.
18. الانباء، و. 09، 2023). الجمعة. (08 عطف يحل ببودابيست في زيارة عمل إلى المجر. وكالة الأنباء الجزائرية.
19. الأوسط، ا. (17، 05، 2016). *العلاقة بين وسائل الإعلام ومنصات التواصل الاجتماعي تتصدر حوار «نقاش»*. تاغ. Récupéré sur «الشرق الأوسط»: [https://aawsat.com/home/article/642726/%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%82%D8%A9-%D8%A8%D9%8A%D9%86-%D9%88%D8%B3%D8%A7%D8%A6%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-%D9%88%D9%85%D9%86%D8%B5%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84-](https://aawsat.com/home/article/642726/%D8%A7%D9%84%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%82%D8%A9-%D8%A8%D9%8A%D9%86-%D9%88%D8%B3%D8%A7%D8%A6%D9%84-%D8%A7%D9%84%D8%A5%D8%B9%D9%84%D8%A7%D9%85-%D9%88%D9%85%D9%86%D8%B5%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D9%84%D8%AA%D9%88%D8%A7%D8%B5%D9%84-%)

20. الجبوري، خ. ا. (2019). *مواقع التواصل الإجتماعي ودورها في التحولات السياسية*. عمان: شركة دار الأكاديمون للنشر والتوزيع.
21. الجواد، ب. ع. (2002). *منهج البحث المقارن، بحوث ودراسات*. الاسكندرية، مصر: دار الوفاء لنديا الطباعة والنشر، ط.1
22. الحميد، م. ع. (2004). *نظريات الاعلام واتجاهات التأثير*. عالم الكتب، ط.3. القاهرة.
23. الدليمي، ع. ا. (2016). *نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين*. عمان: دار اليازوري للنشر والتوزيع.
24. الدليمي، ع. م. (2020). *مواقع التواصل لإجتماعي نظرة عن قرب*. عمان: دار عيذاء للنشر والتوزيع.
25. الديهي، م. س. (2015). *تأثير شبكات التواصل الإجتماعية الإعلامية على جمهور المتلقين*. مكتبة الوفاء القانونية للنشر والتوزيع الإسكندرية.
26. الله، م. ا. (2020). *مواقع التواصل الاجتماعي وقضايا الشباب الجامعي*. دار الخليج للنشر والتوزيع، الاردن: عمان.
27. المعاني - Récupéré sur <https://www.almaany.com/ar/dict/ar-%D9%82%D8%B6%D9%8A%D8%A9/?#:~:text=%D8%A7%D9%84%D9%82%D9%8F%D8%B6%D8%A7%D8%A9%20%D9%84%D9%84%D8%A8%D8%AD...-%D8%A7%D9%84%D9%82%D9%8E%D8%B6%D9%90%D9%8A%D9%8E%D9%91%D8%A9%D9%8F%20%3A%20%D8%A7%D9%84%D8%AD%D9%8F%D9%83%D9>
28. المقدادي، خ. غ. (2013). *ثورة الشبكات الإجتماعية*. عمان: دار النفائس للنشر والتوزيع.
29. أنجرس، م. (2006). *منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية* (Vol. ط). (2ت). ب. وآخرون (Éd.)، دار القصبه للنشر والتوزيع.

30. بحوش, ع & ,الذنيبات, م. م. (2001). *مناهج البحث العلمي* (Vol. الطبعة 3). الجزائر.
31. بشته, ح. (2020). *الصدق والثبات في البحوث الإجتماعية*. جامعة جيجل:مجلة دراسات في علوم الإنسان والمجتمع، العدد.(2).
32. بطسي, س. ا. (2023). *تأطير النشرات الاخبارية في الفضائيات الجزائرية دراسة تحليلية مقارنة*.
33. بكر, ع. ا. (2003). *منهج البحث المقارن، بحوث ودراسات*. الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا النشر والتوزيع، ط.1
34. بن مرسلي, أ. (2010). *مناهج البحث العلمي في بحوث علوم الاعلام والاتصال*. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
35. بندر عويض الجعيد، و نعمة عجاج فهد. (2022). *تكتيكات الاتصال التوعوي المناهضة للعنف ضد المرأة في السعودية، تحليل مضمون لتعريفات المؤسسات الاجتماعية السعودية في تويتر "دراسة تحليلية"*.
36. تامي, بن, (2022). جوان. (01) *التموقع المنهجي لنظرية التأطير الاعلامي في الدراسات الإعلامية قراءة في الابعاد والاستخدامات*.
37. تمار, بي. (2007). *تحليل المحتوى للباحثين و الطلبة الجامعيين*. طاكسيج -كوم للدراسات والنشر والتوزيع، ط. 1. الجزائر.
38. تمار, بي. (2017). *مناهج وتقنيات البحث في الدراسات الإعلامية*. الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية.
39. جوهر الهمالى قشوط. (2016). *تحليل مضمون الصفحات الأولى في الصحف الأردنية، دراسة تحليلية*. رسالة مقدمة لاستكمال شهادة الماجستير في الإعلام. جامعة الشرق الأوسط.
40. حسن, ع. ج. (2021). *مواقع التواصل الاجتماعي: المفهوم والأهمية*. جامعة جنوب الوادي: مجلة كلية الآداب بقنا.

41. حمدي الفاتح، م. (2017). *منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال* (دروس نظرية وتطبيقات). (الأردن: دار أسامة لنشر والتوزيع).
42. حمزة محصول. (11 09, 2024). الرئيس تبون ... معركة التغيير والأصلاحات لن تتوقف. *الشعب اون لاين*.
43. خلة، س. & بوسنان، ر. (2022). *صورة المرأة الجزائرية عبر وسيلة التواصل الاجتماعي فيس بوك -دراسة تحليلية سيميولوجية لعينة من الصور الكاريكاتيرية لصفحات الفيس بوك مجلة المعيار، العدد 7.*
44. خليل بن م. (2023). *الشباب وشبكات التواصل الاجتماعي التحديات والتدعيات : تويتز نموذجاً*.
45. خندقجي، م. ع. (2012). *مناهج البحث*. الأردن.
46. راضي، و. ف. & التميمي، م. ح. (2017). *الإعلام الجديد*. الامارات، لبنان: دار الكتاب الجامعي.
47. رزوق، ك. (2020). *التناول الإعلامي التلفزيوني للمخاطر الإرهابية "دراسة تحليلية مقارنة بين القناة الأرضية الجزائرية وقناة الشروق نيوز . أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه . كلية علوم الإعلام والاتصال :جامعة الجزائر 03.*
48. زكريا جاسم. (2018). *المدخل الى علم السياسة*. دمشق: الجامعة السورية الافتراضية.
49. زكرياء، ج. (2018). *مدخل إلى علم السياسة*. دمشق: الجامعة السورية الافتراضية.
50. سلام، م. أ. (2020). *القضايا الراهنة عبر مواقع التواصل الاجتماعي التابعة للفضائيات الاخبارية*. مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية أم البواقي.
51. سلام، م. أ. (2020). *القضايا السياسية الراهنة عبر المواقع الإخبارية، القضية السورية أنموذجاً، دراسة تحليلية لموقع الجزيرة القطرية*. دراسة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه.
52. سلام، م. أ. (2020). *القضايا السياسية الراهنة عبر المواقع الإخبارية، القضية السورية أنموذجاً، دراسة تحليلية لموقع الجزيرة القطرية*. دراسة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه.

53. سلمان المشهداني. (2017). *مناهج البحث العلمي*. الامارات العربية المتحدة: دار الكتاب الجامعي.
54. سماح محمد المحمدي. (2016). *أطر معالجة الصحف الأسبوعية للأزمات المجتمعية. المجلة العلمية لبحوث الصحافة - العدد الثامن*.
55. سمير حسين. (1996). *تحليل المحتوى. عالم الكتب، ط2. القاهرة، مصر*.
56. شيماء السيد أحمد الصالح. (2021). *مواقع التواصل الاجتماعي وصناعة الشائعات. جامعة عين الشمس: الجمعية المصرية للقراء والمعرفة*.
57. طالة ل. (2019). *نظريات شبكات التواصل الاجتماعي واثرها على وسائل الإعلام التقليدية دراسة في النماذج الإعلامية. جامعة الجزائر 3*.
58. عامر قندلجي. (2020). *الإعلام والمعلومات والأنترنت. دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن*.
59. عامر ق. (2020). *الإعلام والمعلومات والأنترنت. دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، الأردن*.
60. عايش ح. (2017). *تأطير الاخبار السياسية في الفضائيات العربية، دراسة تحليلية للأخبار السياسية المغربية في قناتي الجزيرة والعربية سنة 2014. جامعة قسنطينة 03*.
61. عبد القادر بغداد باي. (2019). *دور الإعلام في تأطير السياسة، دراسة ميدانية في العلاقة والتأثيرات*.
62. عبد الوهاب الكيالي. (بلا تاريخ). *موسوعة السياسية. بيروت: المؤسسة العربية للنشر والتوزيع الجزء الرابع*.
63. عدة م. (2021). *أليات التأطير الإعلامي في التقارير الإخبارية التلفزيونية دراسة تحليلية لعينة من التقارير الإخبارية المتعلقة بحركة التغيرات الإجتماعية والسياسية بالمنطقة العربية -التلفزيون انموذجا -جسور المعرفة*.
64. عزام، أ. ا. (2020). *دراسات إعلامية-مراجعة نقدية لنظرية ترتيب الأولويات في سياق البيئة الرقمية للاتصال والاعلام. مركز الجزيرة للدراسات*.

65. على خليل شقرة. (2014). الإعلام الجديد (شبكات التواصل الاجتماعي). عمان الأردن: دار أسامة للنشر والتوزيع.
66. عمارة م. م. (s.d.). أطر معالجة البرامج الكوميديا الساخرة للقضايا المجتمعية داخل المجتمع المصري برنامج أسعد الله مسائكم نموذجا. المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون العدد.17
67. عمر عبرين. (26 مارس, 2015). الإعلام اليمني: وسيلة لتغطية الصراع أو لتأجيجه؟ مركز الجزيرة للدراسات.
68. عوض صابر ف. & علي خفاجة م. (2002). أسس ومبادئ البحث العلمي. الإسكندرية: مكتبة ومطبعة الإشعاع الفنية.
69. غراوتيز مادلين، ترجمة سام عمار. (1993). مناهج العلوم الاجتماعية. دمشق: المركز العربي للتعريب.
70. فاضل م. ط. (2019). مواقع التواصل ودورها في التوجهات السياسية. شركة دار الأكاديميون للنشر والتوزيع عمان، الأردن.
71. فريدة الصغير. (2020). تفاعل الشباب مع القضايا السياسية عبر شبكات التواصل الاجتماعي (أطروحة دكتوراه). جامعة الجزائر 3.
72. قناة الشروق نيوز 04 08, 2023. (s.d.).
73. قناة الشروق نيوز 2023, sur (s.d.).
<https://tv.echoroukonline.com/echorouk-news>
74. كافي م. ي. (2016). الإعلام التفاعلي. الأردن: دار الحامد للنشر والتوزيع.
75. لعلامة م. (2023, 02 13).
<https://www.awras.com/%D8%A5%D9%84%D9%8A%D9%83-%D8%A3%D8%AD%D8%AF%D8%AB-%D8%A5%D8%AD%D8%B5%D8%A7%D8%A6%D9%8A%D8%A7%D8%AA-%D8%A7%D8%B3%D8%AA%D8%AE%D8%AF%D8%A7%D9%85->

%D8%A7%D9%84%D8%AC%D8%B2%D8%A7%D8%A6%D8%B1%D9

%8A%D9%8A/. Consulté le 09 27, 2024

76. ماجد فاضل الزبون. (2015). الاعلام الاقتصادي قراءة في القنوات العربية المتخصصة. العربي للنشر والتوزيع.
77. مبارك م. د. (2013). التأثير الدلالي للكلمة والصورة في الخبر الإعلامي دراسة نظرية في الإعلامي الكويتي. جامعة الشرق الأوسط.
78. محمود أحمد لطفي. (2018). برامج التوك شو وإعلام الأزمات. العربي للنشر والتوزيع. القاهرة.
79. مصطفى خ. ن. (2023). الشباب وشبكات التواصل الاجتماعي التحديات والتدعيات، تويتير نموذجاً. جامعة المنصورة.
80. مقيدش ن. (2010). أهمية أسلوب المعاينة في الدراسات الإحصائية، دراسة تطبيقية حول الحوكمة في الجامعة الجزائرية. أطروحة لنيل شهادة الماجستير في علوم الاقتصاد. جامعة فرحت عباس.
81. مكاي ح. ع. & حسين ل. (2009). الاتصال ونظرياته المعاصرة. القاهرة: الدار المصرية اللبنانية ط.8
82. موقع. (21 مارس, 2024). العلاقة بين وسائل الإعلام ومنصات التواصل الاجتماعي تتصدر حوار "نقاش_تاغ".
83. ميرنا موريس نعمان. (2022). استخدام الشباب لمواقع التواصل الاجتماعي بين الاثار الايجابية والاثار السلبية. جامعة المنيا: مجلة بحوث العلوم الاجتماعية والتنمية المجلد الرابع الجزء الاول والثاني .
84. نجم ط. ع. (2015). مناهج البحث العلمي. دار الكلمة للنشر والتوزيع، ط.1
85. نفيسة ن. (2020). المرأة العربية من خلال مضامين وسائل الإعلام الجديد. مجلة علوم الإنسان والمجتمع العدد. (5)9

86. نور الدين نوزيان. (2022). مساهمة موقع فيسبوك في تفعيل المشاركة السياسية من خلال منظوراأساتذة الجامعيين. مجلة الحوار الثقافي.
87. يحيى محمد علي العزاب. (2019). أطر معالجة قضايا الارهاب في البرامج السياسية بالفضائيات اليمنية. المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون العدد 17.

الملاحق

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة باتنة 1

كلية العلوم الانسانية والاجتماعية

قسم علوم الاعلام والاتصال



استمارة تحليل المضمون

تأطير القضايا السياسية الجزائرية عبر صفحات القنوات الاخبارية في موقع الفيس بوك

دراسة تحليلية مقارنة بين التلفزيون العمومي والبلاد

مذكرة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الاعلام والاتصال

تخصص: صحافة مطبوعة والكترونية

تحت إشراف الدكتوراه:

د. نومار مريم نريمان

إعداد الطالبة :

عولمي دلال

السنة الجامعية: 2023/ 2024م

هذه استمارة بحث نقدمها في إطار إنجاز مذكرة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه في علوم الإعلام

والاتصال، تخصص صحافة مطبوع وإلكترونية، بعنوان: تأطير القضايا السياسية الجزائرية

عبر صفحات القنوات الإخبارية في موقع الفيس بوك-دراسة تحليلية مقارنة بين التلفزيون

العمومي والبلاد- في الفترة الممتدة بين 01 سبتمبر 2023 إلى 01

نوفمبر 2023. مستعنيين في ذلك بأداة تحليل المضمون، باعتماد أسلوب الحصر الشامل

لجمع البيانات ذات الصلة بالقضايا السياسية الجزائرية.

ملاحظة:

وحدة التحليل: وحدة المنشور **post**: حيث تم اعتماد المنشور كوحدة للعد وأسلوب لقياس

تكرار المواضيع وفهم المعاني المتضمنة فيها وإعطاء دلالة لاتجاه المضمون.

يتكون هذا الدليل من النقاط التالية:

أولاً: البيانات الخاصة بصفحات القنوات في موقع الفيس بوك محل الدراسة.

حيث أن :

المستطيل رقم 01: يمثل اسم صفحات القنوات الإخبارية في موقع الفيس بوك

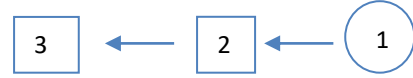
اسم الصفحة:

الملاحق

دليل قراءة استمارة تحليل المحتوى:

- الدائرة رقم (1) تمثل فئة الصفحات الإخبارية على الفيس بوك: وتشير المربعات (2)

و(3) إلى عناصرها



- الدائرة (4) تمثل فئة مواضيع القضايا السياسية: وتشير المربعات من (5) إلى (9) إلى

عناصرها



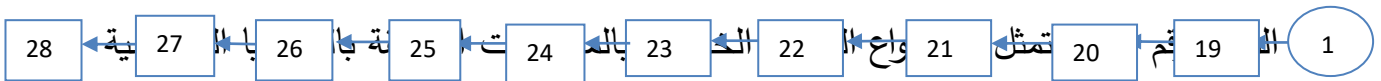
- الدائرة (10) تمثل فئة القوالب الصحفية: وتشير الأرقام من (11) إلى (17) إلى

عناصرها

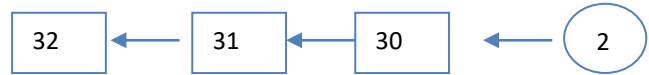


- الدائرة رقم (18) تمثل فئة عناصر الإبراز، وتشير المربعات من (19) إلى (28) إلى

عناصرها



الجزائرية، وتشير المربعات من (30) إلى (32) إلى عناصرها



- الدائرة رقم (33) تمثل فئة الإطار اللغوي المستخدم في منشورات الصفحات الإخبارية،

وتشير المربعات من (34) إلى (39) إلى عناصرها



الملاحق

- الدائرة رقم (40) تمثل فئة نوعية المصادر التي تستند إليها المعلومات والأخبار المنشورة

على صفحتي العينة، وتشير المربعات (41) إلى (44) إلى عناصرها



- الدائرة رقم (45) تمثل فئة الشخصيات الفاعلة في القضايا السياسية، وتشير المربعات من

(46) إلى (51)، إلى عناصرها



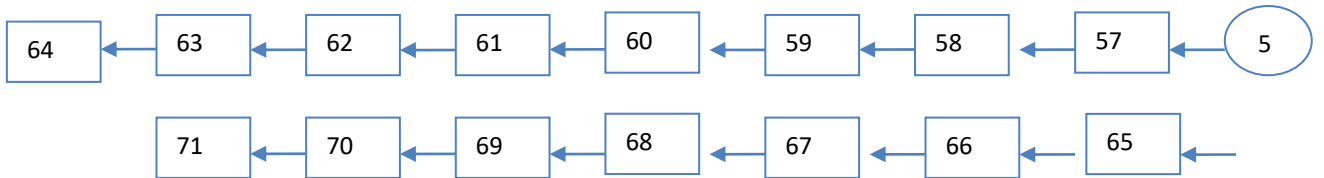
- الدائرة رقم (52) تمثل فئة نوع الأطر في صفحتي الدراسة، وتشير المربعات من (53)

إلى (55)، إلى عناصرها



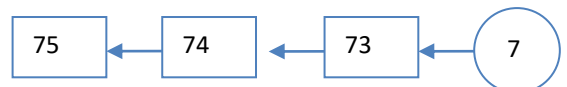
- الدائرة رقم (56) تمثل فئة الأطر الإخبارية للقضايا السياسية في صفحتي الدراسة، وتشير

المربعات من (57) إلى (71) إلى عناصرها



- الدائرة رقم (72) تمثل فئة اتجاه الأطر في صفحتي الدراسة، وتشير المربعات من (73)

إلى (75) إلى عناصرها



.....

.....

.....

.....

.....

دليل التعريفات الإجرائية:

تم إعداد هذا الدليل في إطار التحضير لأطروحة الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال تخصص صحافة مطبوعة وإلكترونية والموسومة بـ "تأطير القضايا السياسية الجزائرية عبر صفحات القنوات الإخبارية في موقع الفيسبوك- دراسة تحليلية مقارنة بين التلفزيون العمومي والبلاد- وتم الاعتماد في هذه الدراسة على أسلوب تحليل المحتوى كأداة لتحليل عينة الدراسة في الفترة الممتدة بين 01 سبتمبر 2023 إلى غاية 30 نوفمبر من ذات السنة، وتحتوي هذه الأخيرة على التعاريف الإجرائية الخاصة بفئات التحليل فئات الشكل والمضمون، وتم الاعتماد على وحدة الفكرة كوحدة للعد والقياس.

لذا أرجو من سيادتكم المحترمة:

- قراءة الاستمارة المسلمة قراءة دقيقة وشاملة.
- قراءة شاملة ووافية لدليل التعريفات الإجرائية ذات الصلة بالدراسة.

- ضع علامة (X) أمام التعريفات التي تراها متوافقة مع المفهوم المذكور في المواقع
عينة الدراسة.
- ضع علامة (0) أمام المصطلحات التي لا تتناسب مع التعريفات الواردة في المواقع
عينة الدراسة
- إذا كان لديك أي تعديلات على أحد المصطلحات، يرجى تسجيلها في المكان
المخصص للملاحظات.



Télévision Algérienne - المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري

٣ مليون تسجيلات إعجاب · ٥,٥ مليون متابعين



التلفزيون الجزائري



المنشورات حول الصور مقاطع الفيديو ريد

التفاصيل

صفحة · قناة تلفزيونية ⓘ

entv.dz 🔗

توصية من ٨٠% (٢,٢٣٥ من الآراء) ★



الشكل رقم 01: يوضح صورة لصفحة التلفزيون العمومي على موقع الفيسبوك



El Bilad TV

٢,٦ مليون تسجيلات إعجاب • ٥,٨ مليون متابعين



الصفحة الرسمية لقناة "البلاد TV"

أعجبك

مراسلة

مقاطع الفيديو

الصور

حول

المنشورات

التفاصيل

صفحة • شركة أخبار/وسائل إعلام

elbilad.net

El Bilad TV

8 س •



الشكل رقم 02: يوضح صورة لصفحة قناة "البلاد" على موقع الفيسبوك