

البرامج الساخرة الجزائرية من خلال برامج "التوك شو": قراءة تحليلية لبرنامج "راينا show"

The Algerian's satirical programs through talk show programs:
Analytical reading of the "راينا show" program

محمد سي أحمد¹

المدرسة الوطنية العليا للصحافة وعلوم الإعلام (الجزائر)، siahmed.mohamed@ensjsi.dz¹

تاريخ الاستلام : 2021/04/24 ؛ تاريخ القبول : 2021/08/31 ؛ تاريخ النشر : 2022/01/30

Abstract

The research aims to identify the features and characteristics about The sarcastic treatment of events raised in the "راينا show" program. The study relied on the descriptive analytical approach to describe facts and information related to the subject of the study; In order to collect information, the researcher used the content analysis tool.

The study reached a set of results, the most important of which are: the sample was used the Implicitness and Exaggeration template extensively; The most important sources of the sample are Social Media; The program was widely criticized for politics and Politician; and the sample failure to respect the principle of neutrality The principle of neutrality.

Keywords: Talk show; show راينا; Satirical programs; Infotainment.

الملخص

تستهدف الدراسة التعرف على المميزات والخصائص المتعلقة بالمعالجة الساخرة للأحداث المثارة في برنامج "راينا show" الذي يبث على القناة التلفزيونية الجزائرية الخاصة بالشروق العامة؛ استخدمت الدراسة المنهج الوصفي التحليلي بالاعتماد على أداة تحليل المضمون لجمع البيانات وتفسيرها؛ في حين تم اللجوء إلى استخدام العينة المتاحة، قوامها إحدى عشرة (11) مفردة.

وقد خلصت الدراسة إلى: تصدّر المبالغة، والضمنية جملة الأساليب الساخرة المستخدمة في عينة الدراسة؛ استمدت العينة البراجمية أغلب موضوعاتها من مواقع التواصل الاجتماعي؛ وصدّنا أيضا، أن ما يمثل السياسة والسياسي، والحكومة والحكومي قد تصدروا سَلَم النقد والنقد الساخر؛ بالإضافة إلى رصد نسبة عالية تشير إلى عدم احترام العينة لمبدأ الحياد.

الكلمات المفتاحية: التوك شو؛ راينا show؛ البرامج

الساخرة؛ الإعلام الترفيهي.

*المؤلف المراسل.

مقدمة:

أصبح البعد الاقتصادي اليوم جليا في الممارسة الإعلامية من خلال البحث عن زيادة عدد المشاهدين واستقطاب المعلنين، مما أدى إلى ظهور نمطية جديدة من البرامج، مثل تلفزيون الواقع (Télé-réalité)، الإعلام الترفيهي (Infotainment)، الحوار الاستعراضى (Talk Show). ويعتمد هذا النمط البراجمي في جوهره على استغلال الترفيه بأشكاله المتعددة في عرضه لما يدور من أحداث جارية في المجتمع التي تثير اهتمام الرأي العام. (كساسى، 2017).

ولعل من أكثر القوالب الفنية المستخدمة في تنشيط هذا النوع من البرامج نجد السخرية التلفزيونية. حيث تعرف هذه الأخيرة رواجاً كبيراً عبر وسائل الإعلام العالمية. وتعرف أيضاً انتشاراً - منذ العقدين الماضيين - عبر الفضائيات العربية، خاصة عقب أحداث التي اصطلح على تسميتها بـ "الربيع العربي". وتعد السخرية السياسية من الأكثر المضامين انتشاراً عبر مختلف الدعائم الاتصالية (التقليدية والحديثة)؛ وذلك بالتزامن مع زيادة تأثير مواقع التواصل الاجتماعي على مخرجات الفضاء العام؛ من خلال إتاحتها لفضاءات جديدة للتعبير عن الآراء الشخصية وإبداء النظرة النقدية. (نوير، 2020).

في المقابل، ليس الفضاء الإعلامي الجزائري بمعزل عن تلك التحولات الناجمة عن تلكم التفاعلات الحاصلة على المستويين الإقليمي والعالمي. ولعل من أبرز إسقاطات ذلك السياق على المشهد السياسي الجزائري العام، هو فتح قطاع النشاط السمعي البصري أمام القطاع الخاص؛ ما أدى إلى ظهور قنوات فضائية خاصة. باتت هذه الأخيرة تنتج مضامين إعلامية ذات طابع مختلف مقارنة بما هو عليه الحال في التلفزيون العمومي.

I- الجانب المنهجي:

1.1 - الإشكالية

يكتسح المشهد التلفزيوني الخاص في الجزائر موجة كبيرة من البرامج المتنوعة. تتميز بمحاكاتها لبرامج أجنبية. وما يلاحظ أيضاً بشأنها اتسام محتوى مضمونها بطابع الترفيهي من

جهة، والخلط والتداخل في المواضيع المعالجة من جهة أخرى. ومما يُرصد بصفة واضحة من حيث التجدد في الزمان والمكان- أي بمعنى انتشارها عبر مختلف القنوات الخاصة- هي البرامج الحوارية الاستعراضية "التوك شو". ويعد برنامج "راينا Show" الذي يبث عبر قناة الشروق العامة أحد النماذج الواضحة؛ فهو برنامج يعرض ما يدور من أحداث جارية في المجتمع، بطريقة مختلفة وخفيفة عن نشرات الأخبار. لذلك، يسعى الباحث إلى تسليط الضوء على طبيعة محتوى مضمون برنامج "راينا Show" المقدم عبر القناة التلفزيونية الجزائرية الخاصة الشروق العامة؛ وذلك بالإجابة عن التساؤل الرئيسي الآتي:

- **بماذا تميزت المعالجة الساخرة للأحداث المثارة في برنامج "راينا Show"؟**
- وينبثق من التساؤل الرئيسي مجموع الأسئلة الفرعية التالية:
- ما نوعية (البروفایل) الضيوف البرنامج؟
 - ما نوع النقاش الذي تناوله البرنامج؟
 - ما أهم مصادر المعلومات التي اعتمد عليها البرنامج؟
 - ما طرق العرض المستخدمة في تنشيط البرنامج؟
 - ما الجهات التي كانت محل انتقاد البرنامج؟
 - ما الشخصيات التي كانت محل انتقاد البرنامج؟
 - ما نوع الأسلوب الساخر المستخدم في البرنامج؟
 - ما هي التجاوزات (الأخلاقية والمهنية) المسجلة في البرنامج؟
 - ما اتجاه مقدم البرنامج إزاء القضايا المثارة في العينة البرمجية؟

وعلى ضوء ذلك، تهدف الدراسة الحالية إلى التعرف على خصائص برنامج "راينا Show" بالوقوف على أبرز الموضوعات والأحداث والشخصيات التي كانت محل نقد ونقاش؛ كما تحاول الدراسة أيضا استظهار أهم المصادر التي اعتمد عليها البرنامج، فضلا عن الأساليب والقوالب الفنية المستخدمة؛ مع تحديد مدى الالتزام الأخلاقي والمهني للبرنامج.

2.I - منهج الدراسة

استخدم الباحث المنهج الوصفي التحليلي، الذي يسمح بجمع البيانات وتحليلها وتفسيرها بهدف إعطاء وصف شامل لظاهرة محل الرصد.

■ **الحدود الزمنية للدراسة:** حدّدت الفترة الزمنية للدراسة الحالية من 19 نوفمبر 2020 إلى 24 فيفري 2021.

■ **مجتمع وعينة الدراسة:** يتمثل مجتمع الدراسة في برنامج "راينا Show" الذي يُبث عبر القناة التلفزيونية الجزائرية الخاصة الشروق العامة؛ وتمثل عينة الدراسة في مخرجات العينة المتاحة (العرضية) التي تعرف على أنها: "العينة التي يختارها الباحث نظرا لتيسرها وسهولة الأخذ بها". (الحيزان، 2004، صفحة 90)؛ وهذا النوع من العينات يتناسب مع قدرة الباحث الزمنية؛ لذا قام بمسح شامل لأول إحدى عشرة (11) عدد في موسم الأول (2020-2021). وعليه تضم عينة البحث إحدى عشرة (11) مفردة، أي (11) وحدة تحليلية.

■ **أداة جمع البيانات:** استعان الباحث بأداة تحليل المضمون لجمع البيانات المتعلقة بالظاهرة محل الرصد، ثم وصفها كمياً وكيفياً؛ وتُعرف هذه الأداة الإجرائية بأنها: "طريقة بحثية موضوعية منتظمة وكمية توضح محتوى المادة الإعلامية". (الحيزان، 2004، صفحة 138).

وقد اشتملت استمارة تحليل المضمون على مجموعة من الوحدات والفئات التحليلية التي تم تصميمها بما يساهم في تحقيق أهداف الدراسة الحالية، وهي:

أولاً: وحدات التحليل: وترتكز أساساً على:

- **وحدة العدد:** وتشمل عدد الأعداد البرمجية التي تم اعتمادها في عينة الدراسة، والمقدرة بإحدى عشر (11) عدداً؛

- **وحدة الفكرة:** وهي الأفكار الواردة بالبرامج محل الدراسة أو بالأحرى المواضيع المطروحة للنقاش.

ثانيا: فئات التحليل المستخدمة: وتشتمل أساسا على:

- الفئات الخاصة بالشكل: المصادر المستخدمة، طرق العرض (الإبراز) المستخدمة، نوع الأسلوب الساخر المستخدم.
- الفئات الخاصة بالمضمون: نوع الضيوف، نوع النقاشات (الموضوعات)، طبيعة الشخصيات محل نقد البرنامج، الجهات (مؤسسة) محل نقد البرنامج، اتجاه مقدم البرنامج، نوع التجاوزات الأخلاقية والمهنية.

3.I - تحديد المفاهيم الإجرائية المتعلقة بالدراسة

برنامج "راينا Show": هو برنامج "توك شو" أسبوعي يبث كل يوم خميس على الساعة الثامنة وخمسة وأربعين دقيقة (08:45) عبر القناة التلفزيونية الجزائرية الخاصة الشروق العامة (الشروق TV)؛ البرنامج من إعداد وتقديم الإعلامي قادة بن عمار، ويساعده في التنشيط كل من يوسف شيكر؛ مينة فاوست؛ أنس تناح؛ البرنامج من إخراج محمد بوكربوعة. وبحسب تعبير قادة بن عمار، يُقدم البرنامج ملخصا عن أبرز الأحداث التي تعيشها الجزائر والعالم ككل بشكل خفيف ومختلف عن نشرات الأخبار؛ يستضيف البرنامج في كل عدد ثلاثة ضيوف آتية من مختلف المجالات: السياسة، الثقافة، الرياضة، والمجتمع؛ يستخدم البرنامج لغة هجينة (المزج بين الدرجة واللغة العربية الفصحى والفرنسية). يتضمن البرنامج فقرات متنوعة مثل: "شوف الصورة" بمعنى (شاهد الصورة)؛ "واش صرا؟" (ماذا حدث؟)؛ "الراي رايب" (الرأي رأيي)؛ "دارو ال BUZZ" (صنعوا ضجة)؛ l'interview (المقابلة)؛ quiz (لغز).

البرامج الساخرة التلفزيونية: هي تلك البرامج التلفزيونية التي تتناول خصوصيات أشياء أو أشخاص أو مفارقات باستعمال الجمع بين الكلمات والتراكيب المناسبة أو غير المناسبة ضمن توجه ساخر وتهكمي، بهدف إحراز نقد لاذع أولا ثم الإضحاح ثانيا، وكل ذلك بأسلوب خاص غير مباشر.

برامج «التوك شو»: هي تلك البرامج التي تتعرض للأحداث السياسية والاجتماعية والاقتصادية، على حد سواء التي تحظى بالاهتمام الواسع لدى الرأي العام، بأسلوب فني تهكمي ساخر.

II. الجانب المعرفي للدراسة

ويشمل هذا الجانب ما يلي:

1.II- برامج "التوك شو" قراءة بانسحاب في النشأة والتطور

ظهرت برامج "التوك شو" (Talk Show)، لأول مرة في الخمسينيات من القرن الماضي (صالح، 2017)، وتتمتع منذ ذلك الحين بنجاح متزايد؛ وهي برامج يجتمع فيها الإعلام والثقافة والترفيه. ذلك ما جعلها تتميز - بشكل عام - بحضور مشترك لمقدم أو عدة مقدمين ومن ضيوف يتحدثون عن حياتهم المهنية أو الشخصية؛ وقد يتعلق الأمر بشخصيات مشهورة قصد الترويج لآخر أعمالها (فيلم، ألبوم، برنامج تلفزيوني، الخ) أو أشخاص غير معروفين (خبراء، ممثلين عن مؤسسات، الخ). (Vallet, 2011, p. 28).

ولعل مما له علاقة بهذا النجاح المستمر والمتزايد؛ هو استغلال السخرية باعتبارها فن في إنتاج المضامين الإعلامية من خلال إدغام الإعلام بالثقافة والترفيه، وعرضها بواسطة مختلف الدعائم الاتصالية (تلفزيون، مواقع التواصل الاجتماعي)؛ وكانت - وقتئذ - محاولة من القائمين عليها لمنافسة رسوم الكاريكاتير في الصحف والمجلات.

هذا، وكان لانتشار أجهزة التلفزيون في المنازل ثم استحداث القنوات الفضائية الخاصة، تأثير في بروز منافسة تجارية شديدة متعلقة بالصناعة الثقافية التلفزيونية؛ في هذه الأثناء ظهر نموذج تجاري جديد؛ أصبحت من خلاله المؤسسة الإعلامية خاضعة لرهان الجذب، بمعنى معالجة المعلومة ونشرها بالشكل الذي يجذب لها أكبر عدد ممكن من المتابعين. (Charaudeau, 2010). ومن هنا، بدأ الترفيه يحتل مساحة أكبر في الشبكات البرمجية. لذلك، وخلال العقود القليلة الماضية، يشهد الإعلام التلفزيوني موجة

كبيرة من برامج الترفيه، مثل برامج الألعاب وبرامج "التوك شو" وبرامج تلفزيون الواقع، لتحتل مساحة أكبر وأكثر في أوقات البث المتاحة. (Vallet, 2011, p. 29).

ويرتكز هذا النوع البراجمي في تناوله للأحداث الجارية سواء كانت سياسية أو اجتماعية أو اقتصادية أو فكرية لدى الأشخاص والمؤسسات على قوالب السخرية والهزل والتهكم (مقروس و عبديش، 2021)؛ وفي نفس الوقت يتميز بـ (كساسبي، 2017):

(1) المزج بين الأسئلة الجادة والهزلية؛ (2) الاستعانة بالاستعراض من خلال الكوميديا؛ (3) التركيز على الأحداث ذات البعد الإنساني؛ (4) التعرض للسياسات والشخصيات السياسية من سلطة ومعارضة.

وفي نفس السياق وبهدف الربط بين الإعلام الترفيهي وعلاقته ببرامج "التوك شو"، ابتداء من استغلال السخرية كقالب فني في تقديم العروض الإعلامية؛ كان من الأهمية بمكان أن نُعرِّج على السخرية في إطارها العام؛ ويمكن في هذا الصدد ان نصف عملية البحث في ثنايا معاني السخرية بالصعوبة، وهذا بالنظر إلى جذورها الضاربة في عمق التاريخ من جهة، وإلى ملامستها لمفاهيم معرفية أخرى من جهة ثانية. (مصطفى و المقدادي، 2014، صفحة 46). غير أننا سنقتصر على بسط - بإيجاز مفيد - العناصر التي تخدم متطلبات الدراسة الحالية.

بالرغم من وجود بعض التوافق والاختلاف في التعاريف، إلا أن هناك إجماعاً على أن السخرية هي أي منتج سواء أكان أدبياً أو فنياً (الحفناوي، 2017)، الذي يقوم على أساس النقد للنقائص الإنسانية والحماقات الفردية والجماعية، وهي طريقة خاصة بالمبدع أو الفنان لتقديم أفكاره ورؤاه بأسلوب فكاهي ومضحك. (ميهوبي و بن الشيخ، 2021). وبنفس المنطق، لا تُحتزل السخرية - باعتبارها فن - في التعابير اللفظية فقط، وإنما تتجاوزها إلى التعبير غير اللفظي، كالرقص، الموسيقى، الأعمال التشكيلية، وغيرها (مقروس و عبديش، 2021)؛ إلا أن الهدف من توظيف السخرية بأساليبها المتنوعة يبقى ثابتاً؛ وفي ما يلي نورد بعض أهدافها (الحفناوي، 2017):

➤ **النقد (Critique):** السخرية في جوهرها تعد من أشكال النقد من خلال محاولة تسليط الضوء على أحد الأفعال الإنسانية، التي تتسم بالقصور أو النقص، والدفع بشريحة واسعة من الجمهور إلى استهجانها، وبهدف التأثير على توجيهاتهم؛

➤ **التهكم (Irony):** تستخدم السخرية أسلوب "التهكم"، وذلك لكي تبرز المشكلة في السلوك محل الانتقاد؛

➤ **الضمنية (Implicitness):** فهي ليست موقفاً واضحاً أو حكماً قطعياً من قضية معينة، بل هي حكم ضمني غالباً ما يكون مبالغاً فيه أو يتم اقتطاعه من سياقه. وفي الغالب الأعم من الحالات، فإن سمة الضمنية، تكون الأكثر استخداماً من قبل القارئ على البرامج الساخرة، ولذلك لا يقعون غالباً تحت طائلة العقاب.

II.2- السخرية وتجلياتها في المضامين الإعلامية

بالإضافة إلى برامج "التوك شو"، ينتشر في الإعلام شكلين آخرين بارزين من السخرية، وهما الصحافة الساخرة، والميم الانترنت (الحفناوي، 2017):

أ. **الصحافة الساخرة:** غالبيتها ينشط عبر المواقع، حيث يعتمد هذا الشكل من العرض إما على قصص إخبارية صحيحة مكتوبة بطريقة ساخرة، أو على قصص إخبارية مزيفة من وحي الأحداث الجارية، ويهدف هذا النوع من الصحافة إلى إحداث الريبة والشك حول منطقية ونزاهة ما يتداول في الصحافة المؤسساتية؛

ب. **ميم الإنترنت (Internet Mems):** وهو مصطلح يُستخدم لوصف موضوع فكاهي أو ساخر ينتشر بسرعة كبيرة بين مستخدمي مواقع التواصل الاجتماعي. وعادة ما يكون ال"ميم" عبارة عن صورة واحدة يكتب عليها الناس تعليقات؛ وتعرف أيضاً بين الشباب بمصطلح "الثيمة".

II.3- خصائص برامج "التوك شو"

رغم الاختلافات الملحوظة في برامج "التوك شو"، مثل الديكور، الاستيديو، وغيرها من الأمور الفنية؛ فإنها تشترك في أغلب الأحيان في (Vallet, 2011, pp. 28-30):

- **الحضور اللازم لمقدم أو أكثر وضيف أو ضيوف:** بمعنى لا تُوجد قواعد من خلالها يحدد العدد المشاركين، كما تعتبر الثنائية مقدم/ضيف مركز اهتمام البرنامج؛
- **تعدد أشكال العرض (polymorphie):** والمصممة عمومًا على شكل سلسلة متتالية من المقابلات والفواصل الموسيقية والتقارير التلفزيونية ومقاطع الأفلام وشعارات الصوتية "جينغل"؛
- **عدم التقييد البرنامج ببنية محددة في تنشيط الحوارات:** وهذا لا يُدل على أن التدخلات لا تكون محضرة ومهيئة مسبقا (ورقة طريق سير البرنامج)؛ في نفس النحو، يقوم المقدم الذي يمثل - غالبا- الوسيلة الإعلامية بلعب دور مدير الحوار: يسأل، يوزع الكلمة، يحاول تخفيف من حدة النقاشات الساخنة، يطلب تفسيرات وشروحات، يسعى أحيانا إلى إثارة ردود فعل تحقيقا للبعد الدرامي والعاطفي إنساني حيال القضايا المتناولة؛ بالإضافة إلى ذلك، يضمن السير الحسن للبرنامج، ويوجهه في اتجاهات التي تتطابق مع تصريحاته؛
- **طبيعة اللغة المستخدمة:** طريقة استخدام اللغة في مثل هذه العروض التلفزيونية يكون بحسب الوضعية التي يراد استظهارها، على سبيل المثال، هناك رموز محددة جدًا لتقديم ضيف جديد أو إطلاق فاصل موسيقي أو ببساطة تغيير موضوع المحادثة.

III. الجانب التطبيقي للدراسة

بعد الانتهاء من مرحلة جمع البيانات المستخرجة من الوحدات التحليلية للعينة البرمجية؛ قام الباحث بتفريغها في الجداول على شكل تكرارات ونسب مئوية.

الجدول (01): يبين طبيعة (البروفایل) ضيوف البرنامج

المجموع		أخرى		إعلامية/صحفية		رياضية		فنية/ثقافية		سياسية		ضيوف البرنامج
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	العينة
100	33	6,06	02	15,15	05	3,03	01	66,67	22	9,09	03	البرامجية

في قراءة لبيانات الجدول رقم (01)، يظهر أن ما نسبته 66,67 بالمئة من ضيوف البرنامج كانوا من الوسط الثقافي والفني، لتليها مباشرة نسبة 15,15 بالمئة تمثل ضيوف الآتية من وسط الصحافة والإعلام؛ أما من يمثل الوسط السياسي فلم يتجاوز نسبة 9,09 بالمئة؛ في المقابل تم استضافة ضيف واحد ونسبة 3,03 بالمئة يمثل الوسط الرياضي.

انطلاقاً من نتائج الجدول المشار إليه أعلاه، والذي يوضح بالنسب المئوية تصدر الفنانين والشخصيات ذات الطابع الثقافي مجموع الضيوف العينة البرمجية؛ ذلك يتوافق مع طبيعة البرنامج الذي يقوم أساساً على رُوح النقد وفق قوالب ساخرة؛ وهذا ما يمكن أن يتحقق باستضافة وجوه وشخصيات فنية وثقافية، تُضفي على البرنامج صبغة شكلية خفيفة، على غرار فنانيّ التمثيل والكوميديا، المغنيين، الكتاب. أما عن استضافة شخصيات إعلامية وصحفية أو دينية أو رياضية، فهو يتزامن مع أحداث جارية وسياقات معينة، هدفه الحصول على معلومات معينة من الضيف حول قضية أو حدث باعتباره مصدر للمعلومة (حوار المعلومات)؛ مثال ذلك استضافة الإعلامي فريد معطاوي في العدد الحادي عشر (11)؛ واستفادته الواسعة حول قضية الترشيحات المتعلقة برئاسة الاتحادية الجزائرية للكرة القدم.

الجدول (02): يبين نوع النقاش المثار في البرنامج

المجموع		أخرى		ديني		مجتمعي/إنساني		رياضي		فني/ثقافي		سياسي/حكومي		ن/النقاش
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	العينة البرمجية
100	152	13,81	21	6,58	10	19,73	30	11,84	18	23,68	36	24,34	37	

يظهر الجدول رقم (02) أن نوع النقاشات التي أثيرت في العينة البرمجية تراوحت وبتفاوت طفيف في النسب المئوية بين سياسي حكومي، وفني ثقافي: 24,34 و 23,68 بالمئة على التوالي، فيما سجلت نسبة 19,73 بالمئة في خانة النقاشات ذات الطابع مجتمعي إنساني، في حين لم تتعدى النقاشات في مجال الرياضة ومجالات أخرى نسبة 12، و 14 بالمئة على الترتيب، أما النقاش الديني فاستقر في حدود 6,58 بالمئة.

وذلك يكمن في نوعية البرنامج الذي يركز بصفة كبيرة على مخرجات السياسة المنتهجة من قبل السلطة وكل ما يمثلها من قرارات سياسية، اقتصادية، ثقافية؛ نهيك عن اهتمام البرنامج بمعالجة الظواهر والسلوكيات ذات الطابع الاجتماعي الإنساني.

الجدول (03): يبين المصادر المستمدة منها المواضيع المناقشة خلال البرنامج

المجموع		أخرى (غير محددة)		مواقع التواصل الاجتماعي		مواقع الالكترونية		قنوات فضائية		صحف وجرائد		المصادر المستخدمة
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	العينة البرامجية
100	305	40,65	124	50,50	154	4,92	15	3,60	11	0,33	01	

أفرزت نتائج الجدول رقم (03) أن ما نسبته 50,50 بالمئة من المصادر التي استمدت منها المواضيع التي عرضت للنقاش بالعينة البرمجية، تتمثل في مواقع التواصل الاجتماعي، ثم تليها مصادر أخرى غير موضحة (لم يحدد مصدرها) بنسبة 40,65 بالمئة، بينما رّصد ما نسبته 4,92، و3,60 بالمئة لكل من المواقع الالكترونية، والقنوات الفضائية على التوالي، أما مصدر الصحف والجرائد لم يذكر إلا في مرة واحدة.

وهنا يجب الإشارة إلى أن مواقع التواصل الاجتماعي أصبح لها تأثير على النسق الكلي لمصادر المعلومة، وهذا ما تم رصده من العينة البرمجية حينما اعتمدت وبشكل أساسي على الشبكات التواصل الاجتماعي؛ بالنظر لما تحوزه هذه الأخيرة من دينامية وتفاعلية منقطعة النظير من خلال الجمع بين النص والصوت والصورة في ملف واحد؛ وهذا ما يزيد في استخدامها واستهلاكها من قبل الجمهور الواسع. (أحمد حجازي، 2021). بالإضافة إلى كونها منصّات رقمية تتيح تنوعا في الأخبار والمعلومات سواء كانت صحيحة أو مغلوطة.

وفي نفس الصدد، استعانة العينة البرمجية بمعلومات دون تحديد مصدرها، ويرجع ذلك - ربما - إلى عدم حوزتها على حقوق البث والنشر؛ أو لمحاولة التنصل من أية متابعة قانونية جراء ذلك؛ في حين يعود ضعف الاعتماد على الأخبار المستقاة من الجرائد ومن القنوات الفضائية إلى منافسة الإعلام الجديد (بكافة أشكاله) بايجابياته ومميزاته للإعلام التقليدي.

الجدول (04): يبين طرق العرض (الإبراز) المستخدمة في تنشيط البرنامج

المجموع		صورة		صوت		بيان/ منشور		فيديوهات أو مواد مرئية		طرق العرض
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	العينة البرامجية
100	305	65,24	199	9,84	30	4,27	13	20,65	63	

حسب بيانات الجدول رقم (04) والمتعلقة بعملية رصد طرق العرض التي استخدمت في التنشيط بالعينة البرامجية، فإن ما يمثل نسبة 65,24 بالمئة من طرق الإبراز كانت بواسطة الصور، لتتبعها في المرتبة الثانية الفيديوهات والمواد المرئية بنسبة 20,65 بالمئة؛ وجاء استخدام الصوت بنسبة 9,84 بالمئة، أما الإبراز عن طريق المنشورات أو البيانات فاستقر في حدود 4,27 بالمئة.

ويرجع تصدر الصورة لطرق العرض بالعينة البرامجية إلى سهولة الحصول عليها من جهة، ومن جهة أخرى يساعد استخدامها في شرح وفهم الخبر بصفة كاملة، خصوصا إذا تعلق الأمر بموضوع يحمل أسماء أعلام، أو بيانات توضيحية (Infographies)؛ ولنفس الهدف تم الاعتماد على الفيديوهات والمواد المرئية لأجل التأثير ولفت انتباه الجمهور المتلقي.

الجدول (05) يبين الجهات التي كانت محل إشارة انتقاد في البرنامج

المجموع		أخرى		المجتمع		البرلمان		الحكومة		الرئاسة		الجهات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	العينة البرامجية
100	91	34,06	31	18,68	17	4,4	04	41,76	38	1,1	01	

انطلاقاً من مخرجات الجدول رقم (05) الذي يوضح الجهات التي كانت محل انتقاد العينة البرامجية، فإن الانتقاد طال الحكومة بنسبة 41,76 بالمئة، لتليها جهات أخرى بـ 34,06 بالمئة؛ وحل المجتمع في المرتبة الثالثة بنسبة 18,68 بالمئة؛ أما البرلمان فلم تتجاوز نسبة انتقاده 4,4 بالمئة، وسجلت أدنى نسبة ضد الرئاسة أو ما يمثلها بـ 1,1 بالمئة.

ويعود سبب اعتلاء الحكومة لسلم انتقاد العينة البرامجية إلى طبيعة الخط التحريري للبرنامج، والذي يركز بشكل منتظم على القرارات والسياسات الصادرة عن القطاعات

الحكومية، وذلك بالنظر إلى زيادة اهتمام الرأي العام المحلي بالشأن السياسي انطلاقاً من التعليق عليها عبر مواقع التواصل الاجتماعي؛ وعلى نحو مماثل، انتقدت أيضاً العينة البراجمية جهات أخرى على غرار فواعل الثقافة والفن، والرياضة، والإعلام والصحافة، بالإضافة إلى بعض السياسات والشخصيات العالمية باعتبارها أحداثاً جارية تحظى بتغطية إعلامية دولية واسعة.

الجدول (06): يبين الشخصيات التي كانت محل إشارة انتقاد في البرنامج

المجموع		أخرى		فنية/ثقافية		رياضية		سياسية/حكومية		الشخصيات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	العينة البراجمية
100	44	15,90	07	18,19	08	18,19	08	47,72	21	

توضح بيانات الجدول رقم (06) أن 47,72 بالمئة من مجموع الشخصيات التي كانت محل انتقاد العينة البراجمية هي الشخصيات السياسية والحكومية، لتساوي نسبة الانتقاد إزاء الشخصيات الرياضية، والشخصيات الفنية والثقافية بـ 18,19 بالمئة، وما يمثل 15,90 بالمئة إزاء شخصيات أخرى.

وبالاستناد على تحليل نتائج المتعلقة بالجدول الموضح أعلاه، فإن تصدر انتقاد مفردات العينة لشخصيات السياسة والحكومية يعود بالدرجة الأولى إلى طبيعة أهداف هكذا نوع من البرامج "التوك شو" الذي يضع السياسة والسياسي في أولى أولوياته من خلال تسليط الضوء على كل ما يمثل السلطة وفق نظرة ناقدة.

الجدول (07) يبين نوع الأسلوب الساخر المستخدم في البرنامج

المجموع		المبالغة		الهزل		الاستهزاء		الضحك		التهمك		الضميمة		الأسلوب
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	العينة البراجمية
100	231	29,87	69	7,35	17	15,15	35	6,06	14	19,90	46	21,63	50	

يتضح من معطيات الجدول رقم (07) أن أسلوب المبالغة سجل أكبر نسبة من بين الأساليب الساخرة الأخرى المستخدمة في العينة البراجمية بـ: 29,87 بالمئة، ثم أسلوب

الضمنية والتهكم والاستهزاء بنسب: 21,63، 19,90، 15,15 بالمئة على الترتيب؛ أما السخرية عن طريق أسلوبي الهزل والضحك فاستقرا عند 7,35، و6,03 بالمئة على التوالي. ضمن نتائج الجدول السابق، من أهمية بمكان أن نشير إلى بعض أنواع الأساليب التي تنتمي إلى فن السخرية والتي غالبا ما تستخدم في البرامج الساخرة المتلفزة، ومن جملتها نذكر أسلوب المبالغة، الضمنية، التهكم، الاستهزاء...؛ لذا، وبالعودة إلى سياق نتائج الجدول المبين أعلاه، نجد أن المبالغة قد تصدّرت جملة القوالب المستخدمة للنقد والتعليق على المواضيع التي كانت محل نقاش العينة البراجمية، ثم يليها الضمنية؛ وعلى هذا الأساس، تعتبر المبالغة أحد أساليب السخرية الذي يقوم على الإفراط في الوصف وتحسيم الصورة أو العيب المقصود، وذلك ما يساعد في استظهار بعض الجزئيات غير المهمة وتكبيرها تحقيقا لأهداف البرنامج؛ أما الضمنية هو أسلوب لا يختلف كثيرا عن المبالغة، بحيث يقوم على حكم ضمني غالبا ما يكون مبالغاً فيه أو يتم اقتطاعه من سياقه (مصطفى و المقدادي، 2014، صفحة 149). في المقابل، ومما لا شك فيه أن هذا النوع من المواد الإعلامية، قد يترك المتلقي في وضعية يكون فيها غير قادر على التحقق من الخبر أو المعلومة (الاستخفاف بالمتلقي).

الجدول (08): يبين أشكال التجاوزات (الأخلاقية والمهنية) المرصودة بالعينة البراجمية

المجموع		عدم حيادية التعليقات		المساس بالتوابت الوطنية		المساس برموز الدولة		السب والقذف		المساس بسمعة الأشخاص		المساس بالدبلوماسية		التجاوزات
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	العينة
100	131	43,51	57	9,17	12	19,08	25	9,17	12	15,26	20	3,81	05	البراجمية

في قراءة للجدول رقم (08) والمتعلقة بأهم التجاوزات الأخلاقية والمهنية المرصودة من العينة البراجمية، فإنه تم تسجيل نسبة 43,51 بالمئة متعلقة بلاحيادية (انحياز) التعليقات إزاء الموضوعات المطروحة للنقاش، كما سجلت 25 مرة من مجموع التكرارات التي خلالها تم التماس المساس برموز الدولة بنسبة 19,08 بالمئة؛ و15,26 بالمئة نسبة التجاوز الذي

طال سمعة الأشخاص؛ ورصد نسبة 9,17 بالمئة على مرتين في كل من السب والقذف، وكذلك المساس بالثوابت الوطنية.

يدعونا تحليل نتائج الجدول المبين أعلاه، إلى التطرق إلى المعايير الأخلاقية والمهنية التي لا يمكن الاستغناء عنها في المعالجة الإعلامية للخبر والمعلومة، وذلك قصد تقديمها للمتلقي بشكل واضح بعيدا عن أي غموض قد يكتنف مضمونها. غير أن ما رصده الباحث من العينة البرمجية بخصوص التجاوزات المهنية والأخلاقية كالحوض أو إثارة النقاش - على الأقل - في الثوابت الوطنية والهوية، والذي من شأنه أن يفتح المجال أمام دعاة خطاب الكراهية لبث سُمومهم. لذا، وبالرغم من استعمال العينة البرمجية لألفاظ ذات بعد هزلي ساخر إلا أنها تتضمن رسائل تتنافى مع القيم الاجتماعية والثقافية للبلد. وفي نفس الوقت، تعد الموضوعية هي أساس كل تناول إعلامي؛ فعدم احترام مبدأ حيادية التعاليق حيال المواضيع والأخبار المطروحة للنقاش، هو يعنى بضرورة تفضيل جانب على آخر أو وجهة نظر على أخرى، ذلك ما يخالف مبدأ التوازن الذي يحرص على العدل والإنصاف في طرح وجهات نظر مختلفة أو متباينة (هدير، بوسجرة، و بودريالة، 2020). في المقابل، فانه يكون من الصعب على الجمهور المتلقي الوقوف على ذلك خصوصا وأن البرنامج يقدم مضامين في إطار ساخر يمزج بين الهزل والجد.

الجدول (09): يبين اتجاه مقدم البرنامج حيال المواضيع المثارة للنقاش خلال البرنامج

المجموع		سلي		محايد		ايجابي		اتجاه المقدم
%	ك	%	ك	%	ك	%	ك	العينة البرمجية
100	116	47,42	55	37,93	44	14,65	17	

تشير معطيات الجدول رقم (09) والتي توضح اتجاه مقدم البرنامج إزاء المواضيع المطروحة للنقاش في العينة البرمجية، إلى أنه تم رصد سلبية المقدم اتجاه المواضيع محل النقاش بنسبة 47,42 بالمئة؛ وعلى الجهة المقابلة، تم تسجيل نسبة 14,65 بالمئة في اتجاه ايجابي؛ في حين أن مقدم البرنامج كان محايدا في 44 حالة وبنسبة 37,93 بالمئة.

ضمن نتائج الجدول المبين أعلاه والتي توضح اتجاه مقدم البرنامج حيال المواضيع المعروضة للنقاش بالعينة البراجمية، يمكن أن نشير إلى أن مقدم البرنامج كان في أغلب المرات سلمي اتجاه في طرحه للمواضيع خلال البرنامج؛ بمعنى أن تعليقاته تضىف عليها السلبية، وهذا راجع إلى - ربما - انخيازه نحو تحقيق مصلحة ذاتية أو تحقيقا لخريطة طريق البرنامج أو تماشيا مع الخط الافتتاحي الخاص بالقناة التلفزيونية (الشروق العامة).

IV- المناقشة العامة لنتائج الدراسة على ضوء تساؤلات وأهداف الدراسة

سعت الدراسة إلى محاولة تحقيق أهدافها، وذلك من خلال الإجابة عن جملة من الأسئلة التي تشكل حقلها الاستفهامي، والمتمحور بإيجاز في التساؤل الرئيسي التالي: بماذا تميزت المعالجة الساخرة للأحداث المثارة في برنامج "راينا Show"؟ وعلى هذا النحو توصلت الدراسة إلى العديد من النتائج، أهمها:

كشفت الدراسة عن أن غالبية ضيوف البرنامج كانت ذات طبيعة فنية ثقافية بنسبة 66,67 بالمئة، وهو مؤشر يدل على أن البرنامج أعطى حيزا معتبرا للمواضيع الفنية والثقافية ضمن إطار الأحداث الجارية؛ وذلك ما يلاحظ بشكل جلي حينما ننظر إلى طبيعة النقاش الذي رّصد في العينة البراجمية، حيث نلاحظ تمحور النقاش حول كل ما هو حكومي سياسي، وفي ثقافي بنسب مئوية - تكاد تكون - متساوية: 24,34، و 23,68 على التوالي.

كما وضحت الدراسة أيضا أن العينة البراجمية استقت نصف حجم الأخبار والمعلومات التي تناولتها بالنقاش والتحليل من مواقع التواصل الاجتماعي بنسبة 50,50 بالمئة؛ وهذا يدل على أن البرنامج يحاول استقطاب المزيد من الجمهور بإثارته للمواضيع والرؤى التي كانت محل خلاف وتفاعلية معتبرة عبر مواقع التواصل الاجتماعي خلال سياق زمني معين، والتي تحظى باهتمام الرأي العام بشكل عام ومستخدمي الانترنت والوسائط الجديد بشكل خاص، هذا من جهة، ومن جهة ثانية أوضحت المواقع التواصل الاجتماعي تمثل بالنسبة للإعلام التقليدي إحدى المصادر الجديدة التي تتيح أخبارا متنوعة صحيحة أو

مغلوبة على حد سواء. في المقابل أفرزت الدراسة أن 40,65 بالمئة من مجموع المصادر المستخدمة في العينة البرمجية لم يتم تحديدها، مثل الصور، الفيديوهات، بيانات... الخ، وذلك يرجع ربما إلى عدم حوزة البرنامج على حقوق البث والنشر أو لتفادي أية متابعة قانونية ضده.

وتوصلت الدراسة من جهة أخرى إلى أن طرق العرض التي استخدمت في تنشيط البرنامج كانت بالصورة بنسبة 65,24 بالمئة، وهو مؤشرا يدل على أن عينة الدراسة لجأت إلى استخدام الصورة بشكل مفرط، نظرا لكونها تساعد في عملية جذب الاهتمام وتقديم رسائل مثيرة للاهتمام، هذا من جانب؛ ومن جانب آخر لا يحتاج الحصول عليها الكثير من الوقت والجهد، فضلا عن الابتعاد في السقوط في التبعات القانونية المتعلقة بحقوق الملكية. لذلك، وبالموازاة مع النتائج السابقة المذكورة أعلاه والمتعلقة بتبيان المصادر المستخدمة في إثراء المواضيع المعالجة بعينة الدراسة، نجد أن 40,65 بالمئة من مجموع المصادر لم يتم تسميتها (تحديدها) لان جُلها كانت عبارة عن صور مستقاة من شبكة الانترنت.

كما تضمنت نتائج الدراسة أيضا، أن الحكومة وقطاعاتها نالت حصة كبيرة من النقد بنسبة 41,76 بالمئة؛ لتليها جهات أخرى: الإعلام، الرياضة، الفن والثقافة... الخ؛ بنسبة 34,06 بالمئة. وهي أرقام تنمُّ على أن العينة البرمجية وضع الحكومة وما يمثلها ضمن صلب أولوياتها.

في نفس السياق وبهدف الربط، أفرزت نتائج الدراسة الحالية أن الشخصيات السياسية والحكومية نالت صدارة الترتيب في سلم النقد بـ 47,72 بالمئة من أصل مجموع 44 شخصية؛ وذلك بالنظر للمميزات "التوك شو" الذي يركز بصفة "تفضلية" على انتقاد السياسيين والمسؤولين، وغيرهم من الشخصيات التي تكون مع أو ضد السلطة؛ وذلك ما يتأكد بإسقاط هذه النتيجة بانسحاب على النتيجة السابقة من حيث التقارب الكمي (41,76%، 47,72%)؛ بمعنى أن إذا كانت الجهة الحكومية محل انتقاد، ففي اغلب الحالات يتم إشارة أو انتقاد من يمثلها.

كما تبين نتائج الدراسة بخصوص نوع الأسلوب الساخر المستخدم في العينة أن المبالغة تصدرت مجموع القوالب الأخرى المستخدمة بنسبة 29,87 بالمئة، لتليها الضمنية فالتهكمية بـ 21,63، 19,90 بالمئة على الترتيب؛ ثم حل وبنسبة أقل أسلوب الاستهزاء بـ 15,15 بالمئة. وتدلل هذه النتائج أن عينة الدراسة نوعت من استخدام القوالب الساخرة، حيث تراوحت وتداخلت بشكل كبير بين المبالغة والضمنية والتهكم؛ وهي كلها أساليب تشارك في حيز واسع يشملها، انطلاقاً من أنها أحكام ضمنية غالباً ما يكون مبالغاً فيها أو يتم بثها من سياقاتها الأصلية. ذلك ما يجعل الرسالة أو المنتج الإعلامي يفقد للموضوعية التي هي أساس الممارسة الإعلامية بأشكالها المختلفة؛

لذا، وعطفاً على ما تم ذكره أعلاه حول الموضوعية، فإن النتائج المتحصل عليها بخصوص التجاوزات المتعلقة بالأخلاقيات المهنية، تؤكد ذلك، من خلال تسجيل عدد من الحالات التي لا تتماشى مع الإطار الأخلاقي والمهني المرتبط بالممارسة الإعلامية، حيث رصدت نسبة 43,51 بالمئة لم يحترم فيها مبدأ الحيادية في التعاليق، وهو ما يمثل انحياز العينة البراجمجة تجاه أفكار معينة، وبتالي تغييب الموضوعية.

وعلى نحو مماثل، أظهرت النتائج أن مقدم البرنامج لم يحرص على حياده في التعليق على المواضيع التي أثير حولها النقاش؛ حيث غلبت على مواقفه السلبية بنسبة 47,42 بالمئة؛ وهذا مؤشر يدل أن المقدم عمد إلى توجيه الآراء والأفكار المطروحة وفق نظرته المبنية على مبدأ تحقيق المنفعة الذاتية أو تحقيق أهداف البرنامج أو السير وفق الخط التحريري للقناة التلفزيونية.

V - خلاصة

يُضفي مثل هكذا برامج (راينا Show) استناداً إلى الدراسة الحالية، مسألة كانت ولا تزال إلى يوم تشكّل هاجساً كبيراً تُورق الباحثين والقانونيين وغيرهم من المهتمين في مجالات الإعلام، وهي حرية الإعلام (بين المطلق والمقيد) التي باسمها صارت الممارسة الإعلامية تنتهج أفقا يغلب عليه الرهان المادي (البعد الاقتصادي). فالسخرية ومشتقاتها من

الأساليب والقوالب الفنية التي أصبحت تستخدم لتقديم الرسالة الإعلامية في سياقات معينة ضمن إطار نقدي لاذع؛ وهي بذلك تمثل منفذاً يتصل من خلاله الإعلامي وغيره من الفواعل الأخرى المرتبطة بالممارسة الإعلامية من المسؤولية القانونية والمجتمعية والأخلاقية؛ باعتبارها التزامات أساسية في تكريس إعلام حُرّ ونزيه. فالبرامج المحاكية لتصورات برامجية أجنبية والمقدمة في التلفزيونات الجزائرية الخاصة على شاكله "التوك شو"، وكل ما يندرج في بوتقة الإعلام الترفيهي بشكل عام، لا بد عليها من أن تتقيد بالضوابط التشريعية والمجتمعية والدينية التي تأطر حرية الإعلام في الجزائر.

مراجع

1. حجازي صالح أحمد فاطمة الزهراء. (يناير، 2021). التفاعلية عبر صفحات المؤسسات الخيرية على فيس بوك وتعزيز المسؤولية الاجتماعية لدى المستخدمين. مجلة البحوث الإعلامية، جامعة الأزهر، كلية الإعلام (ع 56)، الصفحات 116-156.
2. الحفناوي هالة. (ماي، 2017). البرامج الساخرة: جدل غير محسوم حول تأثيراتها السياسية. مجلة اتجاهات الأحداث، الصفحات 50-53.
3. الحيزان محمد بن عبد العزيز. (2004). البحوث الإعلامية، أسسها، أساليبها، مجالاتها (الإصدار ط 2). الرياض: مكتبة الملك فهد الوطنية للنشر.
4. صالح سهير ابراهيم. (خريف، 2017). المعايير المهنية والأخلاقية لمعالجة قضايا الرأي في البرامج الحوارية في الفضائيات المصرية (دراسة على القائم بالاتصال). المجلة المصرية لبحوث الأعلام، المجلد 2017 (العدد 61)، الصفحات 305-398.
5. كساسى مصطفى. (15 06، 2017). برامج الإعلام الترفيهي في التلفزيون بين إعادة النظر في الإعلام التقليدي والأثر على حرية التعبير؟ حالات The Daily Show (و،م،أ)، Le Grand Journal (فرنسا) وكي حناكي الناس (الجزائر). مجلة الاتصال والصحافة، مج 4 (ع 2)، الصفحات 129-168.
6. محمد حسام الدين غادة. (أكتوبر /ديسمبر، 2018). برامج السخرية الاجتماعية التلفزيونية بين فلسفة الهزل وزيادة الوعي الاجتماعي للجمهور (دراسة ميدانية على عينة من الجمهور المصرى في إطار نظرية المضاهاة الساخرة). المجلة العلمية لبحوث الإذاعة والتلفزيون (العدد السادس عشر)، الصفحات 193-243.
7. مصطفى ضياء، و المقدادي كاظم. (2014). السخرية في البرامج التلفزيونية (الإصدار الطبعة الأولى). بغداد: دار ميزوبوتاميا.
8. مقروس عقيلة، و عبديش صونية. (25 03، 2021). المضامين الساخرة وتأثيرها في تنمية الوعي السياسي لدى ال شباب الجزائري عبر الفايستوك _ دراسة ميدانية لعينة من شباب ولاية جيجل، من جويلية إلى ديسمبر 2019م-. مجلة جامعة الأمير عبد القادر للعلوم الإسلامية، المجلد 34 (العدد 3)، الصفحات 965-998.

9. ميهوبي عثمان، و بن الشيخ أحلام. (06 04, 2021). مسرح سعد الله ونوس بين السخرية والتلميح السياسي. *دراسات وأبحاث*، المجلد 13 (العدد 2)، الصفحات 111-120.
10. نويرة ربهام علي. (يوليو، 2020). استخدام الشباب المصري للفيديوهات الساخرة على اليوتيوب وعلاقتها باتجاهاتهم نحو المنظمات الإرهابية. *مجلة البحوث العلمية*، الصفحات 3464-3540.
11. هدير محمد، بوسجرة ليليا، و بودريالة عبد القادر. (2020). *المتابعة التلفزيونية للقنوات التلفزيونية لاستفتاء تعديل الدستور 2020 قراءة تحليلية مقارنة/غير منشورة*. الجزائر: المركز الدولي للصحافة.

12. Charaudeau, P. (2010). Une éthique du discours médiatique est-elle possible ? [Édition électronique]. (U. Laval, Éd.) *revue Communication*, 27 (2), 51-75 [En ligne][<https://doi.org/10.4000/communication.3066>].
13. Vallet, F. (2011, septembre 21). Structuration automatique de talk shows télévisés [Thèse de doctorat]. Paris: Télécom ParisTech.