

تقصص أدوار الجنس الآخر في البرامج الترفيهية للقنوات التلفزيونية الخاصة
-دراسة في إشباعات الشباب الجزائري من برنامج chez fati لقناة الشروق+

The role of the opposite sex in the entertainment programs of private TV channels- A study in the gratifications of Algerian youth from the program chez fati of Al-chorouk +-

ليليا شاوي*

كلية علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر 3 (الجزائر)

Journalismeitfc@yahoo.fr

تاريخ القبول: 2022./04./27.

تاريخ الاستلام: 2021../11./15

ملخص:

ساهم التطور السريع في تكنولوجيات الإعلام والاتصال في تعدد وتنوع البرامج والمضامين الإعلامية التي تثير انتباه المتلقي ليجد نفسه في حيرة في كيفية انتقاء المادة التي تشبع رغباته، وفي خضم الصراع الإعلامي حول جمع أكبر عدد من المشاهدات ولافتكك الصدارة كان للقنوات الجزائرية الخاصة نصيب من هذا الصراع إذ تميزت بزخم كبير في تقديم برامج يغلب عليها طابع - الاستنساخ - وتستهدف بالدرجة الأولى الشباب، ومن هذا المنطلق وجد المتلقون من الشباب الجزائري متنفسا ترفيهيا في هذه البرامج التي قد تخفف من أعباء الحياة والمشاكل الاجتماعية، إلا أن مثل هذه البرامج تمرر رسائل خفية بطريقة مستساغة في إطار العولمة التي تسعى إلى توحيد ثقافة العالم بأسره خصوصا بعد ظهور موجات التحرر الجنسي التي تنادي بالاعتراف الكامل بالجنس الثالث، ومنه جاءت هذه الدراسة لتبين الرسائل الضمنية في استخدام الجنس الثالث في البرامج الموجهة للشباب من خلال دراسة تحليلية وصفية لاشباعات الشباب الجزائري من برنامج chez fati بقناة الشروق+.

الكلمات المفتاحية: (التقمص، الدور، الجنس الآخر، البرامج، القنوات الفضائية الخاصة، الشباب)

summary:

The rapid development of information and communication technologies has contributed to the multiplicity and diversity of media programs and content that arouse the attention of the recipient, to find himself at a loss as to how to select the material that satisfies his desires, and in the midst of the media struggle over collecting the largest number of views and taking the lead, private Algerian channels had a share of this conflict. It was characterized by a great momentum in presenting programs dominated by the nature of - cloning - targeting primarily young people, and from this point of view, the recipients of the Algerian youth found an outlet for entertainment in these programs that may ease the burdens of life and problems. However, such programs pass hidden messages in a palatable manner in the context of globalization that seeks to unify the culture of the entire world, especially after the emergence of waves of sexual liberation calling for full recognition of the third sex, and from this study came to show the implicit messages in the use of the third sex in programs directed to young people. Through an analytical and descriptive study of the gratifications of the Algerian youth from the Chez Fati program on Al-Shorouk + channel.

Keywords: (reincarnation, role, opposite sex, programs, private satellite channels, youth)

رغم تسارع تطور تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة إلا أن التلفزيون يبقى من أكثر الوسائل تأثيرا في من يقبل على مشاهدته من الأفراد من مختلف المستويات الاجتماعية والثقافية وخاصة الشباب، وهذا يرجع أساسا إلى كيفية عرض المحتوى المقدم من تأثيرات صوتية وطريقة الإخراج الذي قد يكون لها تأثيرا على المتلقي أكثر من المحتوى نفسه ويستحوذ على اهتمام المشاهد، ومن هنا فقد استولت القنوات التلفزيونية الخاصة على أوقات فراغ الشباب إذ غيرت سلوكهم وتصرفاتهم وجعلتهم أكثر اهتماما بالمثلين والفنانين وبجياتهم وبتقليد تصرفاتهم ونمط معيشتهم، مما أدى إلى انهمار قيمهم الأصلية وتبني أفكار غريبة عن العادات والتقاليد وأنماط السلوك المحلية، ونشير بالذكر إلى أن العديد من القنوات تلجأ إلى تناول البرامج المستنسخة التي عادة ما تقتبس أفكارها من التلفزيون الغربي باهتماماته وأفكاره ورسائله خصوصا بعد ظهور موجات التحرر الجنسي التي تنادي بضرورة الاعتراف بالجنس الثالث ككيان كامل في المجتمعات الغربية، ومن هذا المنطلق جاءت ورقتنا البحثية لتعالج فكرة تقمص دور الجنس الآخر في البرامج التلفزيونية وتأثيرها على الشباب الجزائري والاشباعات المحقة أثناء عملية التعرض وذلك من خلال العناصر التالية:

- تقمص أدوار الجنس الآخر من خلال لغة الجسد ومكانته في المشهد الإعلامي الجزائري

- أخلاقيات الإعلام التلفزيوني وموقف المشرع الجزائري من فكرة الجنس الثالث

- الشباب الجزائري والاشباعات المحقة من تقمص أدوار الجنس الآخر في تقديم البرامج الترفيهية التلفزيونية في القنوات

الخاصة

2. تحديد مصطلحات الدراسة: (التقمص، الدور، الجنس الآخر، البرامج، القنوات الفضائية الخاصة، الشباب)

أ/التقمص:

لغة: جاء في المعجم: "تقمص في الماء تقلب وانغمس، والقمص لبسه، وشخصية غيره قَلْدُهُ وحاكاه في سلوكه وهيئته، والتقمص عند بعضهم هو انتقال الروح من جسد إلى آخر، وهو التناسخ". (أحمد مختار عمر وآخرون، 1993، صفحة 140)

اصطلاحا: هو: "عملية تلجأ النفس فيها إلى أن تدمج داخل ذاته دوافع واتجاهات وسمات خاصة بشخص آخر وهو: "عملية نفسية يتمثل الشخص بواسطتها أحد مظاهر أو خصائص أو صفات شخص آخر، ويتحول جزئيا أو كلياً تبعاً لنموذج". (لابلاش، 1985، صفحة 185)

ب/الدور:

لغة: كلمة الدور مستعارة من حياة المسرح، وأول من استعملها بهذا المعنى هو نيتش، حيث أن الفرد يمثل مجموعة من السلوك على خشبة المسرح، وكأنّ التنظيم الاجتماعي مسرح حياة الجماعة وأفرادها يملكون تلك الأدوار المتعددة والمختلفة حسب اختلاف مراكزه. (عدلي، 2001، صفحة 14)

اصطلاحا: هو: "مجموعة من النماذج الاجتماعية المرتبطة بمكانة معينة وتحتوي على مواقف معينة محددة من طرف المجتمع لكل فرد يشغل هذه المكانة، وهو كيفية التمتع بالحقوق وتحمل الواجبات التي يمنحها المركز فالدور هو الجانب الحركي للمركز". (إسماعيل، 1984، صفحة 71)

بما أنّ دراستنا تندرج ضمن المنظور الوظيفي فإنّنا سنعرف الدور أنّه الوظيفة التي تؤديها القائم بالاتصال المتقمص لشخصية الأنثى في البرامج الترفيهية، هذا باعتبار أن هذا الدور سيؤثر على سلوك الشباب.

ج/الجنس الآخر:

نقصد به في دراستنا التخنث ويقال خنث الرجل كلامه أي: "شابه بكلام النساء لنا ورخامة". (منظور، 1993، صفحة 145)، وقد عبر عنه بالجنس الثالث في اللغة الإعلامية غير أكاديمية وهو لفظ دارج يضع الناس فيه من لا ينتمون إلى الذكورة التقليدية أو إلى الأنوثة التقليدية، فهو رجل في جسد امرأة أو امرأة في جسد رجل أو رجل وامرأة لديهما ميل لنفس الجنس (المثلية الجنسية) (محمد، 2017)، وحسب طارق الحبيب، فإن الجنس الثالث يصنف ضمن اضطراب الهوية الجنسية وقد يقتصر أحيانا على الحركات الجسدية والهئية العامة، وتكون مجرد حالة عابرة دون الوصول إلى مرحلة التحول الجنسي، وحين ترش " وليام جيفرسون كليبتون" للرئاسات بالولايات المتحدة الأمريكية واحتاجوا الشواذ جنسيا للتصويت سياسيا، نودي انه ليس بالمرض وأخرجوهم من التصنيفات الطبية النفسية فالمصالح أحيانا قد تغلب العلم (طارق، 2018) .

وبما أن دراستنا تتناول موضوع القائم بالاتصال كمتغير أساسي وحتى لا يكون التعريف الذي قدمناه مثيرا للشكوك حول شخصية مقدم البرنامج فان مصطلح التشبه الجنسي هو الأقرب لموضوع الدراسة ويقصد به تشبه الرجال بمهنة النساء أو العكس، وأكثر ما يكون ذلك في الملابس وتسريحات الشعر وحركات الجسد كنوع من الإثارة وشد الانتباه والجرأة فيكون ذلك علنا غير مهتمين بالتعليقات الجارحة، فيما تكتفي بعض الفئات بارتداء ملابس الجنس الآخر في حجراتهم المغلقة أو تحت ملابسهم العادية. (محمد، 2017)

د/البرامج الترفيهية:

يقصد بالبرنامج عامة مختلف الحصص الإعلامية التي تتناول مواضيع متنوعة سياسية أو اقتصادية أو تثقيفية أو تربية أو ترفيهية سواء كانت هذه الحصص في شكل الإلقاء العادي للأخبار أو في أشكال فنية إعلامية خاصة ومؤثرات صوتية مناسبة (دليو، 2013، صفحة 102)، وتشمل البرامج الترفيهية المضامين المتنوعة التي تتميز بالخفة والحركة الطليقة وتصدر منوعات من الأغاني والمسابقات، وهي تهدف إلى التسلية والترفيه من جهة، وتنشيط فكر المتلقي وتثقيفه من جهة أخرى (عوض، 2000، صفحة 197)

ونقصد بها في دراستنا البرامج التي تعطي متنفسا للشباب المتلقي عن مشكلاته وهمومه الخاصة، والهروب من الروتين ومشكلات الحياة اليومية وتخفيف القلق والتوتر، وتلجأ هذه البرامج إلى العاطفة وتقوي الخيال مثل البرامج الكوميدية، والألعاب الرياضية وبرامج المنوعات والمسابقات وأفلام الكوميديا وغيرها.

هـ/ القنوات التلفزيونية الخاصة:

هي: "القنوات التي تعتمد كليا أو في معظم الأحيان على تمويل من القطاع الخاص أي رأسمال خاص وتكون ملكيته لرأس المال الغالب". (العياري و عبد الكافي، 2006، صفحة 11).

إجرائياً: هي جميع القنوات الفضائية التي يعود أصل ملكيتها لجهة خاصة لا للدولة، وغالبا ما تكون للجهة الممولة تدخلات في بث البرامج المضامين الإعلامية بما يخدم مصالحها، وفي دراستنا هذه فان المصطلح يخص القنوات التلفزيونية الجزائرية الخاصة حديثة النشأة والتي تبث من الخارج ولها مكاتب إعلامية في ارض الوطن ونخص بالذكر قناة الشروق+.

و/الشباب:

لغة: هو: "جمع مذكر ومؤنث معاً، وتعني الفتاة والحداثة، ويطلق لفظ شبان، وشبيبة، كجمع لمذكر مفرد شاب، ويطلق لفظ شابات، وشائب، وشواب، كجمع مؤنث على مفرد شابة، وأصل كلمة شباب هو شب بمعنى صار فتياً، أي «من أدرك سن البلوغ ولم يصل إلى سن الرجولة". "وشب لون المرأة خمار أسود لبسته أي زاد في بياضها ولونها فحسنها"، وشب قصيدته بفلاحة أي حسنها وزينها بذكرها". (منظور، 1993، صفحة 482)، أما في المعجم اللغوي الإنجليزي Oxford فإن لفظ الشباب يقابله باللغة الإنجليزية كل من اللفظتين Youth و Young و"تطلق على المرحلة العمرية التي تمتد ابتداءً من مرحلة الطفولة إلى ما قبل الرشد (oxford . " Adulte learners pocket dictionary, 2008, p. 518، وفي معجم روبر (Robert) الفرنسي، نجد فيه أن لفظة الشباب (Jeunesse) تطلق "على فترة الحياة الممتدة ما بين الطفولة والنضج. (Robert ; p. 1227)

3. تقمص ادوار الجنس الآخر من خلال لغة للجسد ومكانته في المشهد الإعلامي الجزائري:

يختلف اضطراب الهوية الجنسية ببساطة عن مجرد سلوك عدم ملائمة الدور الجنسي لذلك الجنس، ويشتمل اضطراب الهوية الجنسية على الشعور بالضيق بسبب الرغبة الشديدة في الانتماء لجنس آخر غير الجنس الذي وُلد به الإنسان، والانغماس في أنشطة واهتمامات الجنس المختلف وفي كثير من الأحيان يلجأ متقمص دور الجنس الآخر إلى لغة الجسد (التواصل غير لفظي) للتعبير عن مكبوتاته النفسية، والذي نقصد به كل عملية تواصلية لا تعتمد على اللغة اللفظية لتحقيق أغراضها التواصلية، وهي العملية التي يتم من خلالها تبادل الأفكار والآراء والانطباعات بين الأفراد بدون استخدام الكلمات أو الألفاظ، وهو الاتصال الذي يعتمد على لغة الإشارات سواء كانت إشارات جسدية، لغة الجسد (والذي أصبح علم قائم بذاته)، تعبيرات الوجه وحركات اليدين وطريقة الجلوس وإشارات ورموز اصطناعية مثل إشارات المرور والملصقات والشعارات العلمية والتي تمثل ذلك البلد، دلالات الألوان، ومن هنا فنحن نرى أن الاتصال غير اللفظية على الاستخدام المقصود أو غير المقصود لتعابير الوجه والجسد لنقل إشارات وإيماءات توحى برسالة أو معنى معين، وتقدر بعض الدراسات أن نسبة استخدام الإشارات والإيماءات في الاتصال تفوق 99% في حالات معينة وبصفة خاصة فيما يتعلق بالاتصالات غير الرسمية في المؤسسة، وقد سميت هذه الاتصالات باتصالات لغة الجسد لأن الرسالة الاتصالية غالباً ما تفهم من قبل المتكلم اعتماداً على تعبيرات الوجه أو طبيعة وقوف أو جلوس مرسل الرسالة التعبيرية أو من خلال نبرة صوته أو حركة جسده أو إشارات وإيماءاته، ومن هنا سنعالج فكرة لغة الجسد من خلال ما يلي:

أ-الجسد والمجتمعات:

تهتم الدراسات السوسولوجية بالعلاقة بين الجسد والمجتمع، ويظهر ذلك من خلال التجارب العديدة التي أجراها ديفيد لوبرتن حيث أكد أن الجسد يحمل الرموز الثقافية لمجتمعه ولجماعته، إضافة إلى دراسة "جون وبرتن" عن الثقافة والجسد الإنساني، والتي تؤكد الدور

الذي تلعبه الثقافة في جعل الجسد صناعة ثقافية أكثر من كونه ظاهرة طبيعية، وتجدر الإشارة إلى الدراسة التي أجراها نبيل صبحي عن الرائحة وتأثيرها على التفاعل الاجتماعي حيث ترتبط رائحة الجسم بالتفاعل الاجتماعي، كما أن الروائح حتى وإن كانت غير صادرة عن الجسم، فإنها لا يمكن أن تدرك إلا من خلال الجسم خاصة حاسة الشم (سامية، 2012، صفحة 32)، كما أن للإشارات والإيماءات رموز ودلالات ومعان في لغة الجسد، فنادرًا ما يكون الشخص المتحدث غير معبر أو غير متحدث، بل إن الوجه يتحرك كثيرًا أثناء الكلام كذلك جسم الإنسان، وهذه الحركات تعبر عن الانفعالات والعواطف وردود الفعل سواء كانت مقصودة أو غير مقصودة (Corraze، 1996، صفحة 214)، وتندرج ضمن هذا التقسيم الإشارات وهي أول وسيلة من الوسائل التي طورها الإنسان في اتصاله منذ القدم وتنطوي كل ثقافة من الثقافات المختلفة على نسق من الإشارات. (عثمان، وآخرون، 2005، صفحة ص116)، ويعتبر (أمبرتو إيكو) الإشارة الإيمائية ذات أهمية كبرى في حياتنا اليومية، وتستعمل كبديل لكلام خاص (توسان، 2000، صفحة 27)، كما أن لغة الإشارة، وهي تتكون من الإشارات البسيطة أو المعقدة التي يستخدمها الإنسان في الاتصال بغيره (مكاوي، 2001، صفحة 26)، ومن هنا فالإتصال غير اللفظي كالاتصال عن طريق الجسد وسيلة فعالة لنقل مشاعرنا وانفعالاتنا، فنظام الاتصال اللفظي مهمته الأساسية تركز على نقل وتبادل المعلومات فقط أي وسيلتنا للحصول على شيء ما من الآخر، أما الاتصال غير اللفظي فهو يسمح لنا بإشراك الآخرين مشاعرنا وإقامة علاقات معهم (رضوان، 2002، صفحة 40).

ب-الجسد والثقافة الاستهلاكية :

أثرت الثقافة الاستهلاكية على المجتمعات الغربية خاصة بعد ظهور فكرة العولمة، إذ خلقت هذه الثقافة الجديدة نمطا جديدا من الشخصية أكثر انجذابا نحو الخارج وأكثر اهتماما بالمظاهر الخارجية، وعلى رأسها المتع الحسية الخارجية المتصلة بالجسد حيث يتلقى كل فرد ترسانة من الصور المرئية تجعله أكثر وعيا بمظهره الجسدي وبكيفية تمثله، وتعد مفاهيم الذكورة والأنوثة مفاهيم ثقافية وليست مفاهيم بيولوجية فحسب، فالثقافة تحدد نظرة المجتمع إلى المرأة والرجل من خلال الأطر الثقافية التي ينشأ بها الأطفال من الذكور والإناث، وفي عمليات التنشئة الاجتماعية المصاحبة لنمو الأطفال يتم الارتقاء بشخصياتهم، حيث يلعب الجسد دورا مهما في تحديد أدوار النساء وأدوار الرجال. (قدري، 2013، صفحة 86)

ج-العولمة وجسد المرأة:

تعرض جسد المرأة لآثار العولمة السلبية فقد أصبح سوقا إعلاميا وإعلانيا معروضا في قانون العرض والطلب التجاري، فعلى الرغم من الخطاب الرسمي للعولمة قد صاحبه الدعوة إلى حقوق الإنسان وبالتالي حقوق المرأة بوصفها جزءا من هذه الحقوق (شريف، 1999، صفحة 249)

د-الجسد والمعتقد الشعبي الجزائري :

يعد جسد الإنسان قاسما مشتركا في جوانب التراث الشعبي بصفة عامة والمعتقدات و المعارف الشعبية بصفة خاصة حيث نجد بعض التصورات عن الإنسان وعن أجزاء من جسمه في كثير من قطاعات التراث الشعبي بكل أنواعه كالعادات والممارسات والأدب الشعبي، حيث تستخدم الجسد في كثير من الممارسات والطقوس الشعبية، لذلك تناولت العديد من الدراسات الانثروبولوجية والثقافية وكذلك دراسات التراث الشعبي الجسد الإنساني بالدراسة والتحليل باعتبار أن الجسد يعد تسجيلا لرموز التراث الشعبي تستقطعه من خلال علاقاته و تفاعلاته، ويشير محمد الجوهري في دراسته "المعتقد الشعبي و جسم الإنسان " إلى أن: "الجسد الإنساني هو محورا للعديد من المعتقدات والمعارف الشعبية من خلال استنتاج العديد من التفاصيل الخاصة بخلق الإنسان و طباعه، كما تقدم تفسيراً لكل سماته الجسمية والمزاجية". (سامية ، 2012، صفحة 83).

ه-الجسد والموضة:

تعد الموضة صناعة وفن وهي احد مكونات النظام الاجتماعي، كما أنها تخضع للتغيرات الاجتماعية وتلعب دورا في صورة الفرد الاجتماعية، ويدور جدل كبير حول السبب في وجود الموضة-خاصة بالنسبة للنساء- هل هو تحقيق المتعة والرغبة، أم الرغبة في إخضاع المرأة، ولقد انقسم الدارسون للموضة إلى فريقين : يرى الفريق الأول أنها وسيلة تحرك في المرأة رغبتها في التجديد وحاجتها للتغيير بل هي وسيلة للتوافق النفسي والديني والاجتماعي بين الرجل و المرأة وأحيانا تصبح مصدرا للصراع بينهما، كما أن الموضة هي مقياس مهم لجمال وجاذبية المرأة، وتعد دراسة (مي جبران) من الدراسات التي ترى أن الموضة ظاهرة اجتماعية تظهر الصفة الاجتماعية في سلوك الأفراد وهي عملية استهلاكية تعبر عما في داخل الجسد فتحجبه أو تفضحه وتغير في صورته من خلال الوشم وأدوات الزينة والمجوهرات، أما الفريق الثاني الذي ينتمي إلى التيار النسوي فيرى أن النسوية والموضة أمران لا يجتمعان وهي نوع من العنف ضد المرأة" حيث تجعل منها دائما مستهلكة . . Source spécifiée non valide.

و-الجسد في وسائل الإعلام:

تظهر القدرة التأثيرية في الآخرين وإقناعهم بما نرتديه من زي فاللباس الرسمي يعطي قدرا من المصداقية والاحترام، ولذلك نراه زيا إجباريا لبعض المهن: مذيع النشرة – الدبلوماسي والعديد من الهيئات، وسيكون من الصعب على الجمهور أن يقتنع بإنسان يرتدي ملابس رثة ويتحدث عن العلاقات الدبلوماسية بين الدول، وهنا لابد من الحديث عن العلاقة بين الزي والجسد حيث لا يعد الجسد تعبيرا في حد ذاته، وإنما هو تعبير عن علاقة يكون احد طرفيها الإنسان، وتتم العلاقة بين الإنسان وجسده عبر سياق اجتماعي ثقافي يمثل الزي أحد جوانبه حيث انه وفي إطار السياق الاجتماعي يمثل الجسد التعبير عن الذات، حيث يعبر الأفراد داخل المجتمع الواحد دلالات متشابهة للجسد، وغالبا ما يعيرون أهمية قصوى لمظهره وأفعاله المادية لتي تعد الملابس أحداها . (سامية ، 2012، صفحة 184)

ز-لغة الجسد وتقليد المشاهير:

نقصد بالتقليد تقمص دور أو صفة جديدة في الإنسان من خلال تمثيل دور الآخر، وفي كثير من الأحيان نجد الشباب يقلد المشاهير خاصة فيما يتعلق بطريقة اللباس أو الماكياج أو قصة الشعر أو في الوشم، ويظهر التقليد حتى في أدوار القائمين بالاتصال في وسائل

الإعلام من خلال تقليد محتوى البرامج والحصص في كثير من الأحيان حيث نجد نفس فحوى البرنامج يقدم في قنوات كثيرة لكن بمنشطين آخرين وبديكور يشبه كثيرا ديكور الحصة أو البرنامج الأصلي، وهذا بغرض رفع معدل المشاهدة وكسب أكبر عدد من المشاهدين، وكذا كسب الجماهيرية وذلك لأن جماهيرية هؤلاء أعطتهم من الحرية ما يخالفون به القواعد والمعايير، مدركين أن جمهورهم قد يغفر لهم ذلك أو يحب منهم ذلك، ولكنه في نفس الوقت لن يقبل بأن يرى نفس هذه المخالفات من وافد جديد. (عادل نور الدين ، 17 يناير 2013)، ومن هنا نؤكد أن المبادئ والقواعد ليست إلزامية في مجال الإعلام، ولكنها استرشادية، وتخضع للتقدير من قبل الإعلاميين المتمرسين الذين لديهم الحس القوي والإدراك بنتائج كلامهم الملفوظ ولغة أجسادهم المحسوسة.

4. أخلاقيات الإعلام التلفزيوني وموقف المشرع الجزائري من فكرة الجنس الثالث:

يعتبر الإعلام لسانا ناطقا عن أفكار الجماهير وروحهم وميولهم واتجاهاتهم، ولعل أخطر ما يواجه الإعلام يتلخص في توزيع مضامين ورسائل بشكل عكسي ولا يتوافق مع رغبات الجمهور، وكذلك مع أطره المرجعية ومعتقداته وهويته الثقافية، ويأتي التلفزيون في مقدمة وسائل الإعلام من حيث قدرته الهائلة على التأثير في الأفراد بمختلف أجناسهم وشرائحهم الاجتماعية وعاداتهم وتقاليدهم المختلفة (رحيمة، 2008، صفحة 106) وتأتي هذه القدرة كونه يستحوذ على اهتمام قطاع كبير من الجمهور من مختلف الأجناس إضافة إلى أنه يستخدم مؤثرات فنية عالية مثل اللون والصوت حتى يكاد يحاكي الحقيقة من خلال إعادة بناء الواقع، فالتلفزيون من أهم وسائل الترفيه لما يقدمه من أفلام وبرامج واستعراضات وفعاليات ترويجية أخرى إضافة إلى كونه من أهم وسائل الدعاية والإعلام **Source spécifiée non valide**. فكلما كان المرسل (القائم بالاتصال) دسما ومعقدا ويقدم الكثير من الإعلام يلقي رواجاً اقل ويبيع بكميات قليلة جداً " **Source spécifiée non valide** ، وكلما كان الإنتاج الإعلامي خفيفا ومسلية لقي إقبالا كبيرا من جمهور المتلقين حتى وإن كانت محتوياته في كثير من الأحيان لا تتماشى مع القيم الاجتماعية المحيطة به، وهنا من الضروري على القنوات التلفزيونية التحلي بأخلاقيات المهنة الإعلامية والتي نعني بها مجموعة المبادئ والمعايير لترشيد سلوك الإعلاميين خلال عملهم من تغطية الأحداث وتوجيههم لاتخاذ القرارات التي تتناسب مع الوظيفة العامة للمؤسسات الإعلامية ودورها في المجتمع، وضمان حقوق الجمهور في المعرفة وإدارة المناقشة الحرة مع التقليل إلى أقصى من الأضرار التي يمكن أن تلحق بالجمهور أو الأفراد أو المصادر وضمان حرية كرامة المهنة و نزاهة الصحفيين، وبالتالي احترام معايير الأصول الأخلاقية المهنية التي يعتمد عليها الإعلاميون و وسائل الإعلام أثناء التعامل مع قضايا المجتمع، أما الأفراد المعنيون بتنفيذ الأخلاقيات فهم صانعو الرسالة الإعلامية. **Source spécifiée non valide** ."

رغم اعتراف هيئة الأمم المتحدة بالهوية الجنسية وحقوق مغايري ومغايرات الهوية الجنسية في الحصول على الاعتراف القانوني بهويتهم وتغيير نوع الجنس في الوثائق الرسمية بما في ذلك شهادات الميلاد دون فرض شروط مرهقة وتعسفية، فموقف المشرع الجزائري من الجنس الثالث صريح حيث يعاقب القانون الجزائري في المادة 338 "كل من ارتكب فعلاً من أفعال الشذوذ الجنسي على شخص من نفس جنسه بالحبس من شهرين إلى سنتين وبغرامة من 500 إلى 2000 دينار جزائري، وإذا كان أحد من الجناة قاصراً لم يكمل 18 فيجوز أن تزداد عقوبة البالغ إلى الحبس لمدة 3 سنوات وغرامة 10 آلاف دينار جزائري". وفي المادة 333 "يعاقب بالحبس من شهرين إلى سنتين

وبغرامة 500 إلى 2000 دينار من ارتكب فعلاً علنياً مخالفاً بالحياء"، و"إذا كان الفعل العلني المخل بالحياء من أفعال الشذوذ الجنسي ارتكب ضد شخص من نفس الجنس تكون العقوبة الحبس من 6 أشهر إلى 3 سنوات، وغرامة من 1000 إلى 10 آلاف دينار جزائري". وينتشر رهاب المثلية بشكل كبير في الجزائر، بينما يهدد بعض المرتكبين بالقتل وسط ضغوط اجتماعية صارمة، ونشير بالذكر أن عديد المنظمات الحقوقية الدولية، دعت إلى إلغاء المادة 338 من القانون، وإسقاط تجريم المثلية في الجزائر، غير أن الجزائر اعتبرت الأمر "دفاعاً عن حرمان الجزائريين". **Source spécifiée non valide.**

5. الشباب الجزائري والاشباعات المحققة من تقمص أدوار الجنس الآخر في تقديم البرامج الترفيهية التلفزيونية في القنوات الخاصة:

تحمل القناة التلفزيونية دائماً سمات المجتمع الذي تعمل فيه، والجمهور الذي تتوجه إليه، كما أن المادة الإعلامية التي توجهها ليست معطى مستقلاً لذاته، بل هي نتاج لا يمكن فهم عمليات إبداعه وتلقيه إلا ضمن الأطر الاجتماعية والتنظيمية السائدة، كما أن مشاهدة التلفزيون لا تتم في فراغ وإنما تحدث ضمن سوسيولوجيا وقت الفراغ، في ضوء ذلك يمكن القول أن الجمهور المستهدف يشكل إحدى الركائز الأساسية للعملية الإعلامية، وتستهدف البرامج الترفيهية بصفة خاصة جمهور الشباب باعتبارها الفئة الأكثر عدداً والأوسع انتشاراً، والأكثر حراكاً اجتماعياً واقتصادياً وإعلامياً، ومن خلال البرامج الترفيهية عاد مقدمو البرامج في الآونة الأخيرة إلى فكرة تقمص دور المرأة الذي رجع للظهور بكثرة عبر القنوات الخاصة أمثال الحاجة "توحة" على قناة الجزائرية 1، وشخصية "فتيحة" في برنامج "chez fati" وهو برنامج دخل الشبكة البرمجية لقناة الشروق + في 17 جانفي 2019 تحت شعار "ديما jeune" يخاطب الفئة الشبابية على وجه الخصوص، و يهتم باستضافة نجوم الفن الجزائري تتخلله فقرات للتسلية، وقد سجل البرنامج نسبة مشاهدة عالية على اليوتيوب قاربت المليون مشاهدة مع بث أول حلقة، كما لقي استهجاناً وموجات غضب من قبل الجمهور الجزائري الذي علق على شخصية فتيحة العجوز التي ظهرت في شكل مغاير لما اعتاد الجمهور عليه، حيث تم تجسيد الشخصية بفستان سهرة ضيق يصف كل جسد المرأة، وتوالى ظهور هذه الشخصية بالحلة الجديدة على كل من تطبيق اليوتيوب، أما عن مجتمع الدراسة فهو جمهور البرامج الترفيهية من الشباب الجزائري المقيم بالجزائر العاصمة قوامها 300 مفردة وجهت له استمارة استبيانها اشترطنا فيها منذ البداية إلزامية مشاهدة قناة تلفزيون الشروق + الخاصة.

الجدول رقم (1): يوضح توزيع المبحوثين من الشباب الجزائري عينة الدراسة حسب الجنس والمستوى التعليمي:

المتغير	التكرار	النسبة %
الجنس	ذكر	65.66
	أنثى	34.33
	المجموع	99.99
المستوى التعليمي	ابتدائي	9.66
	متوسط	15.33
	ثانوي	38.66

العنوان: تقمص أدوار الجنس الآخر في البرامج الترفيهية للقنوات التلفزيونية
الخاصة- دراسة في إشباع الشباب الجزائري من برنامج chez fati لقناة الشروق+-

المؤلف: ليليا شاوي

36.33	109	جامعي	
99.98	300	المجموع	

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن نسبة مشاهدة الذكور للبرنامج هي 65.66% وهي أعلى من متغير الجنس بالنسبة للإناث 34.33% من إجمالي أفراد العينة، وهذا راجع إلى اهتمام الشباب أكثر بالبرامج الترفيهية والتي تخرج عن المألوف، أما بالنسبة للمستوى التعليمي فقد احتل مستوى الثانوي الصدارة بنسبة 38.66%، ثم المستوى الجامعي بنسبة 36.33%، لكن النسبتين متقاربتين وهو دليل على إقبال الشاب الجزائري المتعلم على البرامج الترفيهية.

الجدول رقم (2): متابعة الشباب الجزائري المشاهدين لقناة الشروق + الفضائية في البرنامج الترفيهي chez fati :

النسبة %	التكرار	المتغير	
10	30	أخبرني عنه الاصدقاء	أسباب المتابعة
44	132	بدافع الفضول حول البرنامج	
4	12	نتاج الإشهار المكثف لقناة الشروق +	
18	54	للتسلية	
22.33	67	للاطلاع على أخبار نجوم الفن	
1.66	5	لشهرة البرنامج	
99.99	300	المجموع	
76	228	بمفردي	مع من تتم المتابعة
9.66	29	مع الأسرة	
14.33	43	مع الأصدقاء	
99.99	300	المجموع	
18.66	56	التركيز على المشاهدة	السلوكيات التي الشباب أثناء فعل المشاهدة
18	54	تناول الطعام	
10.66	32	الحديث عن مضمون البرنامج	
52.66	158	التعليق على مضمون البرنامج في الانترنت	
99.98	300	المجموع	
7.66	23	مناقشة ما شاهدته مع اهلك	السلوكيات التي الشباب بعد فعل المشاهدة
32.66	98	مناقشته مع الأصدقاء	
32	96	التعليق في وسائل التواصل	
27.66	83	إضافة محتوى الكتروني	
99.98	300	المجموع	

يفسر الجدول رقم (2) أن المبحوثين يتلقون البرنامج الترفيهي chez fati بدافع الفضول بنسبة 44%، يليه للاطلاع على أخبار نجوم الفن بنسبة 22.33% فالطبيعة الفضولية للشباب تجعله ينجذب إلى كل ما هو غير مألوف في محاولة منه لمحاولة فهم وتحليل حياة الفنانين من مغنيين وممثلين، أما 18% من المبحوثين فهم يتابعون البرنامج بدافع التسلية لا غير، ورغم الإشهار الترويجي المكثف لقناة الشروق+ الذي يلعب دورا هاما في خلق إحساس التشويق لدى المتلقي مما يدفعه للاهتمام الشديد بالبرنامج للإجابة عن اللبس والتشويق الذي يخالجه إبان الإشهار المكثف، خصوصا وأن شعار القناة (jeune ديم) يخاطب الشباب بمفاهيمهم ويترجم روح الشباب وتطلعاته ويشبع حاجياته ورغباته إلا أنه لم يؤثر في اختيار الشباب عينة الدراسة لمضمون البرنامج إلا بنسبة 4%، وتبقى نسبة 10% من الشباب اقبلوا على مشاهدة البرنامج من خلال شبكة الأصدقاء وأطهرهم المرجعية حيث يعتمد اختيار جمهور المتلقين لوسيلة إعلامية معينة على الخصائص الفردية والاجتماعية والثقافية لهم ويستغرق المتلقين مع المضامين الإعلامية، ويحدث الاستغراق على المستوى الإدراكي والتأثري والسلوكي. (الغفار، 1990، صفحة 14)

أما بالنسبة للتعرض لمعظم الشباب شاهد البرنامج لوحده بنسبة 76% عوضا عن العائلة والأصدقاء، وهذا ما يفسر عدم تطابق شكل البرنامج مع العادات وتقاليد الأسرة الجزائرية، فهو حسب المبحوثين خادش للحياء العائلي، وهذا ما يدفع المبحوثين بنسبة كبيرة على الحديث على البرنامج ومناقشته أثناء العرض والتعبير على الشخصية بعد العرض بأشكال متعددة كالتعليقات السلبية وأيقونات الإعجاب أو عدم الإعجاب، خصوصا أن البرنامج لا يزال يعرض على اليوتيوب و يتفاعل معه المتلقي، 32% من الشباب يناقش محتوى البرنامج الكترونيا عبر شبكات التواصل الاجتماعي لأنهم يعتبرون موضوع البرنامج لا يليق أن تناقش مع الأصدقاء ولا مع الأسرة لذلك فهم يفتحون حلقات نقاش في كثير من الأحيان بأسماء مستعارة لمناقشة الموضوع بكل حرية وبدون قيود، كما يقدمون اقتراحات لاختيار ضيوف في الحصة

الجدول رقم (3): ما يلفت انتباه الشباب الجزائري المشاهد لقناة الشروق + الفضائية في البرنامج الترفيهي chez fati:

المتغير	التكرار	النسبة %
فكرة البرنامج	40	13.33
فقرات البرنامج	60	20
شخصية مقدم البرنامج	10	3.33
ديكور البرنامج	70	23.33
الموسيقى المستخدمة	30	10
الضيوف	90	30
المجموع	300	99.99

يفسر الجدول رقم (3) آراء المبحوثين حول ما يعجبهم في برنامج chez fati الترفيهي، حيث اجمع أغلب الشباب الجزائري من المبحوثين على أن نسبة المتابعة الكبرى تعود للضيف بنسبة 30%، وأغلب الضيوف في هذا البرنامج من الفنانين، وباعتبار الفنان شخص

مبتكر وصاحب أفكار حديثة تشتمل على ألوان مختلفة من الإنتاج الثقافي، والفن لا يقتصر على الفنون البصرية كالتصوير والنحت، وإنما يشتمل أيضاً على الموسيقى، والأدب، والمسرح، وغيرها من الفنون الأخرى. (سيد أحمد بنحيت علي، 2011، صفحة 48)، ومن هذا المنطلق يتصور الشباب مستقبلهم من خلال الأعمال الفنية، مما يدفعهم للمتابعة والتفاعل مع مستجدات الفنان، ومختلف البرامج التي يحضرها إشباعاً لرغباته، كما انجذب الشباب إلى الديكور البسيط ذو الطابع الشبابي وبألوان تستهوي نفسيتهم في البرنامج بنسبة 23.33%، أما 20% من المبحوثين فتستهويهم فقرات البرنامج، غير أن 13.33% من الشباب من المبحوثين يتابع البرنامج لكونها فكرة جديدة إذ أن الشباب يستهويه كل ما هو جريء وجديد يكسر به روتين الحياة، و تقاليد المجتمع، وهذا ما يفسر رفض جمهور الشباب الجزائري عينة الدراسة لاستخدام فكرة الجنس الثالث في البرامج الترفيهية لأن مثل هذه البرامج عادة ما تجمع شمل الأسرة، وتجدر الإشارة هنا إلى موقع البرنامج في أجندة القناة حيث يث وقت الذروة وهو الوقت الذي يكون فيه الشباب المتلقي في حالة استرخاء وتقبل كامل للأفكار مما يجعله عرضة لتبني هذه الرسائل الضمنية المكررة في قوالب كوميدية بصيغة مستساغة، نظراً لأن العقل البشري يمكنه تجاهل الأصوات ولكن ليس الصور التي تخزن تلقائياً في الذاكرة وتتلور بالتكرار وتأكيداها، لان تحليل الصورة التلفزيونية لا يمكن الرجوع إليها دون الرجوع إلى الربط بين ثلاثة عناصر وهي:

- 1- أغراض ونوايا القائم بالاتصال
- 2- النظام الرمزي للرسالة (سيمولوجيا الصورة)
- 3- التفسيرات والمعاني التي يضيفها الجمهور المتلقي على الصورة باعتبارها سياقاً السوسيو ثقافي، ومن هنا فالصورة هي الطريق للمعنى. (أكلي، 2007/2006، صفحة 105)

الجدول رقم(4): آراء الشباب الجزائري المشاهدين لقناة الشروق + الفضائية الخاصة حول فكرة تقمص الجنس الآخر في البرنامج الترفيهي chez fati :

المتغير	التكرار	النسبة %
مع	14	4.66
ضد	213	71
محايد	73	24.33
المجموع	300	99.99

من خلال الجدول أعلاه وجدنا أن 71% من الشباب أجاب ضد فكرة تقمص القائم بالاتصال لدور الجنس الثالث في الحصة ورغم هذا فهم من مشاهدي البرنامج وحجتهم في ذلك الازع الديني في تشبه الرجال بالنساء (لعن رسول الله - صلى الله عليه وسلم - المشتبهين من الرجال بالنساء، والمتشبهات من النساء بالرجال) رواه البخاري (5546)، فيما تبني 24.33% من الشباب موقف الحياد نظراً لكون بعض البرامج العالمية تستخدم الفنانين في تقديم البرامج بصفة عامة والجنس الثالث بصفة خاصة خصوصاً بعد موجات التحرر

الجنسي التي شهدها العالم الغربي، ويرجع هذا إلى أن الفرد المشاهد أو المستمع أو القارئ حسب (البير باندورا) في نظرية القديفة السحرية يحاول دائما أن يتمثل مع شخصيات العرض التلفزيوني إلى درجة تقليد سلوكياتهم سواء في طريقة الكلام، الزى وطريقة معاملتهم للغير. (غازدا جورج وآخرون، صفحة 146)

الجدول (5): آراء الشباب الجزائري المشاهد لقناة الشروق + الفضائية الخاصة حول لغة الجسد في البرنامج الترفيهي chez fati :

المتغير	التكرار	النسبة %	
صوت مقدم شخصية الجنس الآخر المتقمصة	صوت خشن	55	18.33
	صوت ناعم	35	11.66
	مزيج بينهما	210	70
	المجموع	300	99.99
حركات جسم مقدم شخصية الجنس الآخر المتقمصة	حركات أنثوية	242	80.66
	حركات ذكرية	28	9.33
	ذات إيماءات جنسية	30	10
	المجموع	300	100
لباس المقدم للشخصية الجنس الآخر المتقمصة	تقليدي	55	18.33
	معاصر	33	11
	محتشم	17	5.66
	غير محتشم	195	65
	المجموع	300	99.99
مكياج المقدم للشخصية الجنس الآخر المتقمصة	مكياج حديث	22	7.33
	وشم تقليدي	82	27.33
	مزيج بين التقليدي والمعاصر	196	65.33
	المجموع	300	99.99

يتفق 70% من المبحوثين على أن نبرة صوت الشخصية ما هي إلا مزيج بين الصوت الناعم والخشن، وهذا راجع إلى عدم تمكن المقدم من تقمص شخصية المرأة لفترة طويلة لذلك تظهر شخصية المقدم تتخلل أحيانا شخصية فتيحة العجوز، أما بالنسبة للباس فيعتبره الشباب عينة الدراسة غير محتشم نظرا لظهور الشخصية في أول حلقة بلباس سهرة ضيق مع الجسم مبالغ فيه يصف مفاتن المرأة ولا يتلاءم مع شخصية العجوز التي لا طالما ترسخت في أذهان المجتمع الجزائري بصورتها المحتشمة الوقورة و التي عادة ما تكون الجدة أو الأم في الأسرة الجزائرية، خصوصا أن الأزياء طغى عليها الجانب المعاصر البراق بالأكسيسوارات المختلفة وهو ما يتنافى تماما مع بساطة المرأة العجوز خصوصا فيما يتعلق بالمكياج الذي يغلب عليه المزيج بين التقليدي كالوشم و المعاصر كأحمر الشفاه الفاقع، وهنا من الأجدر أن يعرف

العنوان: تقمص أدوار الجنس الآخر في البرامج الترفيهية للقنوات التلفزيونية
الخاصة- دراسة في إشباعات الشباب الجزائري من برنامج chez fati لقناة الشروق+-

المؤلف: ليليا شاوي

الشباب كيفية استهلاك المضامين بغربة البرامج واختيار المواضيع التي يستهلكونها وهذا لتجنب مخاطر الصورة التي تتسم بقوة التأثير في النفوس. (أكلي، 2007/2006، صفحة 93)

الجدول رقم (6): تلقي الشباب الجزائري المشاهد لقناة الشروق+ الفضائية الخاصة البرنامج الترفيهي chez fati عبر اليوتوب والتفاعل معه:

المتغير	التكرار	النسبة %	
هادف	20	6.66	تقييم الشباب الجزائري لمضمون فقرات البرنامج
غير هادف	45	15	
ممل	91	30.33	
حيوي	135	45	
مستفز	9	3	
المجموع	300	99.99	
نعم	184	61.33	متابعة الشباب الجزائري لفقرات البرنامج على اليوتوب
لا	116	38.66	
المجموع	300	99.99	
مشاركة المضمون على وسائل التواصل الاجتماعي	86	28.66	تفاعل الشباب الجزائري مع مضمون البرنامج
إضافة محتوى جديد خاص بمضمون البرنامج	16	5.33	
إضافة محتوى جديد خاص بمقدم البرنامج	42	14	
التفاعل باستخدام أيقونات الإعجاب وعدم الإعجاب	156	52	
المجموع	300	99.99	

يرى 45% من الشباب أن مضمون البرنامج حيوي وهذا دليل على أنهم يبحثون عن التسلية والهروب من ضغوط الحياة والمهم عندهم الترفيه بغض النظر عن فحوى البرنامج وعن الرسائل الضمنية التي تسوق من خلاله، كما أن 61.33% من العينة يتابعون فقرات البرنامج على مواقع التواصل الاجتماعي وعلى اليوتوب لأنهم يعتبرون أن التلقي من خلالها أكثر أرياحية من التلقي على شاشة التلفزيون، ومن خلال تفاعلهم الإلكتروني فهم يستخدمون إيقونات الإعجاب أو عدم الإعجاب بنسبة 52%، وبالتالي وبناء على نظرية الاستخدامات والاشباع فان المتلقين مشاركين فعالين في عملية الاتصال وفق ما يختارونه ويجدونه مناسبة لرغباتهم وحاجاتهم . ومن خلال ما سبق قد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- 1/ اتفق جل الباحثين على أن متابعة برنامج chez fati كان بالصدفة.
- 2/ الفضول ساعد على إثارة التشويق لدى المتلقي ودفعه للمشاهدة من أجل التعرف على محتوى البرنامج.
- 3/ انعدام الجو الأسري في متابعة البرنامج فأغلبية الباحثين تابعوه بشكل فردي نظرا للصورة التي يقدمها منشط البرنامج التي تعتبر خادشة للحياء العام سواء من حيث اللباس أو الألفاظ ذات الإيحاءات الجنسية.
- 4/ أجمعت عينة الدراسة على أن اللباس الذي يرتديه مقدم البرنامج لا يعبر فعليا عن المرأة العجوز التي تتمتع بقدر من الهيبة والاحترام في الأسر الجزائرية، سواء من حيث الملابس أو الحلي أو حتى طريقة الكلام، ولا يعبر عن التقاليد الجزائرية المتنوعة والثرية وبالتالي طمس هوية المجتمع وتقديم صور نمطية.
- 5/ جسد المرأة المبالغ فيه في تقديم البرامج التلفزيونية والتشبه بالنساء في التقديم يمرر عدة رسائل سلبية للمتلقى كفكرة الجنس الثالث وهو ما يجذب أكبر عدد من المشاهدات وبالتالي سلعة جسد المرأة.
- 6/ الترويج لتبني الثقافات والأفكار الغربية في صور مستساغة، فبعد حملات التحرر الجنسي في العالم المنددة بضرورة تقبل تقمص شخصية الجنس الآخر، يظهر الترويج لها جليا من خلال إجابات الباحثين كفرة باطنية في صورة كوميدية، قد يراها البعض تمثيلا، كما يراها البعض الآخر دعاية وتمهيدا لغزو ثقافي جديد تحت مسمى الجنس الثالث.
- 7/ الإفلاس الإعلامي للقنوات الخاصة من خلال بث برامج مستنسخة منافية لتقاليد المجتمع الجزائري.
- 8/ تبني الشباب الجزائري فكرة التلقي عبر الوسائط الإعلامية الجديدة وبالتالي التخلي على التلقي التلفزيوني في شكله التقليدي.
- 9/ إقبال الشباب الجزائري على التلقي الفردي خاصة في مضامين الطابوهات.

6. خاتمة:

يجب على الإعلام العربي عموما والجزائري على وجه الخصوص أن يهتم بالبناء الثقافي الذي أصبح مطلبا ملحا وكذلك الحفاظ على العادات والتقاليد خاصة مع الانفتاح الغربي بعد سنوات من تطلع الجزائريين لفتح فضاء خاص إعلامي بشكل يسمح للقنوات الخاصة أن تكون بديلا ومتنفسا عن سيطرة الإعلام الحكومي يبدو جليا أن الإعلام الخاص خيب آمال العديد من الشباب، ومن أبرز ملامح الخيبة حالات الاستنفار التي يتبادلها الشباب في أوساطهم عن بعض المضامين الإعلامية التي تعرض على القنوات الخاصة وما يروج له من أفكار في إطار سلعة الثقافة في برامج يعتبرها الكثيرون خدشا للحياء ومساسا بالذوق العام وتهديدا للأسر والشباب الجزائري في مجتمع قدست فيه العادات والتقاليد وخيبت فيه الآمال عن طريق تمرير الأفكار والرسائل الضمنية في قوالب مستنسخة كفكرة الجنس الثالث أي تبني أفكار وثقافات تهدد البناء الاجتماعي الجزائري.

المؤلف: ليليا شاوي

العنوان: تقمص أدوار الجنس الآخر في البرامج الترفيهية للقنوات التلفزيونية
الخاصة- دراسة في إشباع الشباب الجزائري من برنامج **chez fati** لقناة
الشروق+-

7. قائمة المراجع والمصادر:

1. محمد جمال، (2014) معجم المصطلحات الإعلامية، الاردن، دار أسامة للنشر والتوزيع.
2. سيد أحمد بخيت علي(2011)، تصنيف الفنون العربية الإسلامية-دراسة تحليلية نقدية-ط1، الولايات المتحدة الأمريكية ، المعهد العالمي للفكر الإسلامي.
3. سلوي عثمان، وآخرون،(2005)، الاتصال والخدمة الاجتماعية، مصر ،دار المعرفة الجامعية.
4. شعبان خيضر،(1422)، اللسان العربي مصطلحات في الإعلام و الاتصال ، دار اللسان العربي للترجمة والتأليف والنشر.

5. عيساني رحيمة الطيب، (2008)، مدخل إلى الإعلام و الاتصال المفاهيم الأساسية والوظائف الجديدة في عصر العولمة الإعلامية ، عمان ،عالم الكتب الحديث للنشر والتوزيع
6. عصمت عدلي، (1984)، علم الاجتماع الأمني-الأمن و المجتمع-، الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية.
7. عادل نور الدين،(2013)، لغة الجسد ومهارات الاتصال للإعلاميين، مجلة "الفن الإذاعي"، العدد 201 .
8. عادل عبد الغفار،(1995) استخدام الصفوة المصرية للراديو والتلفزيون المحلي والدولي، رسالة ماجستير غير منشورة، جامعة القاهرة ، كلية الإعلام، قسم الإذاعة والتلفزيون.
9. فضيل دليو(2013)، تاريخ وسائل الإعلام و الاتصال، الجزائر، دار الخلدونية للنشر والتوزيع .
10. فضيلة آكلي، (2006/2007) استهلاك المراهق للصورة التلفزيون-دراسة ميدانية حول تأثير القنوات الغربية الرقمية على مراهقي كل من باب الواد، اليبار وحيدرة، مذكرة تخرج لنيل شهادة الماجستير، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية قسم علم الاجتماع، جامعة الجزائر.
11. قباري محمد إسماعيل،(1984) ، علم الاجتماع الجماهيري وبناء الاتصال-دراسة في الإعلام و اتجاهات الرأي العام، مصر، منشأة المعارف.
12. الدليمي عبد الرزاق، (2015)، أخلاقيات الإعلام و تشريعاته في القرن الحادي والعشرين، عمان، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع.
13. قدرى سامية،(2012)، الجسد بين الحداثة وما بعد الحداثة، القاهرة ، الهيئة المصرية العامة للكتاب.
14. محمد عوض،(2000)، مدخل إلى فن العمل التلفزيوني، القاهرة، دار الفكر العربي.
15. Oxford, Learners Pocket, Dictionary, 2008, Fourth edition.
16. المهدي محمد، الجنس الثالث، مقال مدونة واحة النفس المطمئنة، قسم العيادة النفسية، 2017، http://elazayem.com/main/problems_categories، متاح على الخط يوم 2021/09/18
17. الحبيب طارق، اضطراب الهوية الجنسية، برنامج يا هلا، قناة روتانا خليجية ، 2، ماي 2018، https://www.youtube.com/watch?v=Y_IIfj07hnqo، متاح على الخط يوم 2021/09/14
18. زعتر هيفاء، كيف تتعاطى القوانين العربية مع المثلية الجنسية، 19 يونيو 2018، متاح على الخط <https://raseef22.net/article> ، لوحظ يوم 2021/09/15.
19. المنصف العياوي محمد عبد الكافي، (2006)، القنوات التلفزيونية العربية المتخصصة، تونس، سلسلة بحوث ودراسات إذاعية.
20. ابن منظور، لسان العرب، بيروت، دار الصادر.
21. بوجمعة رضوان، (2003)، الاتصال غير اللفظي، دراسة في بعض الأبعاد الثقافية للاتصال، الجزائر، المجلة الجزائرية للاتصال.
22. برنار توسان،(2000)، ما هي السميولوجيا، ترجمة محمد نضيف، بيروت ،مكتبة العقد الفريد.
23. جان لابلاش،(1985) معجم مصطلحات التحليل النفسي، ترجمة مصطفى حجازي ، المؤسسة الجامعية للنشر والتوزيع.
24. حسن عماد مكاي، ليلي حسين السيد، (2001)، الاتصال ونظرياته المعاصرة، مصر، دار شادو .
25. حتاتة شريف،العولمة و المرأة(1999) ، في العولمة و التحولات المجتمعية في الوطن العربي ، القاهرة،مكتبة مدبولي.