

جامعة مولود معمري تيزي وزو

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص سمعي بصري



البرامج الاجتماعية في القنوات التلفزيونية الجزائرية

وآثارها على القيم

(حصة للعائلة / نموذج)

دراسة مسحية لمشاهدي القناة الأرضية عينة من جمهور

بلدية فريجة

مذكرة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص سمعي بصري

تحت إشراف الأستاذة:

لامية بن عمارة

إعداد الطالبة

علجية حنوش

السنة الجامعية : 2018 - 2019

شكر و عرفان

الحمد لله الذي وفقني على انجاز هذا العمل المتواضع و يسر لي الدرب
نحو العلم و المعرفة فكما قال رسول الله صلى الله عليه و سلم من لم
يشكر الناس لم يشكر الله و على ضوء هذا الحديث اتقدم بخالص الشكر
والعرفان والتقدير للأستاذة الفاضلة لامية بن عمارة على تفهمها لي
،فاني اسال الله القدير ان يجازيها عني خير الجزاء على كل ما قدمته
من جهد و بذلها للنصيحة و الارشاد فشكرا جزيلا.
اسال الله ان يجعل هذا العمل خالصا لوجهه و ان ينفع
به فهو الموفق و صلى الله و سلم و بارك على خير المرسلين محمد و
على اله و صحبه و سلم .

علجية

اهداء

اهدي عملي المتواضع هذا الى
الوالدين الكريمين اطال الله في عمرهما
اللذين ادين لها بكل الامتنان على ما
قدماه لي من دعم طوال مشواري
الدراسي كما اهديه الى اخي و اختي
رفاق دربي حفضهما الله كما اهديه الى
روح جدتي رحمها الله و اسكنها فسيح
جناته والى اعلى صديق في الكون
انيس ايدير الذي رافقتي طول فترة
انجاز المذكرة وقدم لي الدعم في كل
الافاقات وكان صامدا معي ووفيا جزاه
الله من الخير الوفير و اعاده الله له
اضعافا مضاعفة كما اهديه الى اطفال
العائلة الصغار لونس و توفيق و عبد
الله مصدر بسمتي حفضهم الله

وارجو من الله ان يوفقنا الى ما فيه
الخير و صلاح اعمالنا واستقامة نهجنا

علبية

خطة البحث

مقدمة

الإطار المنهجي للدراسة

- 1- تحديد إشكالية الدراسة
 - 2- تساؤلات الدراسة
 - 3- أسباب اختيار الموضوع
 - 4- أهمية الدراسة
 - 5- أهداف الدراسة
 - 6- منهج الدراسة وأدواته
 - 7- عينة الدراسة
 - 8- الخلفية النظرية للدراسة
 - 9- تحديد المفاهيم و المصطلحات
 - 10- الدراسات السابقة
- خلاصة الفصل

الفصل الأول : مدخل للتلفزيون وخصوصية البرامج الاجتماعية.

تمهيد

المبحث الأول : مدخل عام للتلفزيون

المطلب الأول : أهميته للتلفزيون

المطلب الثاني : خصائص التلفزيون

المطلب الثالث : وظائف التلفزيون

المطلب الرابع: إيجابيات التلفزيون

المطلب الخامس: سلبيات التلفزيون

المبحث الثاني : البرامج التلفزيونية

المطلب الأول : مفهوم البرامج التلفزيونية

المطلب الثاني : أنواع البرامج التلفزيونية

المطلب الثالث : مراحل إعداد البرامج التلفزيونية

المطلب الرابع: مكونات البرامج التلفزيونية

المطلب الخامس: القيم المطروحة في البرامج التلفزيونية

خلاصة الفصل

الفصل الثاني : ماهية الإعلام الاجتماعي والبرامج الاجتماعية.

تمهيد

المبحث الأول : ماهية الإعلام الاجتماعي

المطلب الأول : مفهوم الإعلام الاجتماعي

المطلب الثاني : مستويات الإعلام الاجتماعي

المطلب الثالث : شروط الإعلام الاجتماعي

المطلب الرابع: الآليات المتبعة في تحديد مسار البرامج الاجتماعية

المبحث الثاني : ماهية البرامج الاجتماعية

الفصل الأول: مفهوم البرامج الاجتماعية

الفصل الثاني: خصائص وسمات البرامج الاجتماعية

الفصل الثالث: كيفية إعداد البرامج الاجتماعية

الفصل الرابع: تأثير البرامج الاجتماعية

خلاصة الفصل

الفصل الثالث : ماهية القيم

تمهيد

المبحث الاول : مفهوم القيم

المطلب الاول : نبذة وجيزة عن تطور مفهوم القيم

المطلب الثاني : مفاهيم مرتبطة بالقيم

المطلب الثالث : خصائص و مكونات القيم

المطلب الرابع : وظائف و تصنيف القيم

المبحث الثاني : اهمية القيم و عملية اكتسابها

المطلب الاول : اهمية القيم

المطلب الثاني : عملية اكتساب القيم

المطلب الثالث : طرق ووسائل قياس القيم

المطلب الرابع : اهم المؤسسات التي تساهم في تثبيت القيم

خلاصة الفصل

الاطار التطبيقي :

1. لمحة عن التلفزيون العمومي الجزائري و بطاقة فنية لحصة للعائلة

- نبذة تاريخية عن التلفزيون العمومي الجزائري
- مراحل تطور التلفزيون العمومي الجزائري
- الهيكلة الادارية للتلفزيون العمومي الجزائري
- مميزات التلفزيون العمومي الجزائري
- وظائف التلفزيون العمومي
- مشاكل و عيوب التلفزيون العمومي الجزائري

2. بطاقة فنية لحصة للعائلة

- التعريف بحصة للعائلة
- فكرة حصة للعائلة
- صدى حصة للعائلة
- السيرة الذاتية لمقدمة حصة للعائلة

3. تفريغ البيانات و تحليلها

- التفريغ من خلال الجداول البسيطة
- التفريغ من خلال الجداول المركبة

4. النتائج العامة للدراسة

5. خاتمة

رقم الصفحة	قائمة المحتويات
	فهرس المحتويات
	فهرس الجداول
	شكر و عرفان
	اهداء
	ملخص الدراسة
ا- ب	مقدمة
	الاطار المنهجي
7-6	الاشكالية
8	اسباب اختيار الموضوع
9-8	اهداف الدراسة
10-9	اهمية الدراسة
11-10	منهج الدراسة و ادواته
11	ادوات الدراسة
12-11	مجتمع البحث و عينة الدراسة
16-13	الخلفية النظرية للدراسة
20-17	تحديد المفاهيم والمصطلحات
22-21	الدراسات السابقة
	الفصل الاول :مدخل للتلفزيون و خصوصية البرامج التلفزيونية
24	تمهيد
31-25	المبحث الاول: مدخل عام للتلفزيون
25	المطلب الاول :اهمية التلفزيون
27-25	المطلب الثاني :خصائص التلفزيون
29-27	المطلب الثالث :وظائف التلفزيون
30-29	المطلب الرابع :ايجابيات التلفزيون
31-30	المطلب الخامس :سلبيات التلفزيون
39-32	المبحث الثاني :البرامج التلفزيونية
32	المطلب الاول : مفهوم البرامج التلفزيونية
35-33	المطلب الثاني : انواع البرامج التلفزيونية
36-35	المطلب الثالث : مراحل اعداد البرامج التلفزيونية
37-36	المطلب الرابع : مكونات البرامج التلفزيونية
38-37	المطلب الخامس :القيم المطروحة في البرامج التلفزيونية
39	خلاصة الفصل

	الفصل الثاني : ماهية الاعلام الاجتماعي و البرامج الاجتماعية
41	تمهيد
48-42	المبحث الاول : ماهية الاعلام الاجتماعي
42	المطلب الاول : مفهوم الاعلام الاجتماعي
44-42	المطلب الثاني : مستويات الاعلام الاجتماعي
45-44	المطلب الثالث : شروط الاعلام الاجتماعي
48-46	المطلب الرابع : الاليات المتبعة في تحديد مسار البرامج الاجتماعية
52-48	المبحث الثاني : ماهية البرامج الاجتماعية
49-48	المطلب الاول : مفهوم البرامج الاجتماعية
49	المطلب الثاني : خصائص و سمات البرامج الاجتماعية
50	المطلب الثالث : كيفية اعداد البرامج الاجتماعية
51	المطلب الرابع : تأثير البرامج الاجتماعية
52	خلاصة الفصل
	الفصل الثالث : ماهية القيم الاجتماعية
54	تمهيد
	المبحث الاول مفهوم القيم
55	المطلب الاول : نبذة وجيزة عن تطور مفهوم القيم
57-55	المطلب الثاني : مفاهيم مرتبطة بالقيم
69-58	المطلب الثالث : خصائص و مكونات القيم
62-60	المطلب الرابع : وظائف وتصنيف القيم
	المبحث الثاني : اهمية القيم وعملية اكتسابها
63-62	المطلب الاول : اهمية القيم
64-63	المطلب الثاني : عملية اكتساب القيم
65-64	المطلب الثالث : طرق ووسائل قياس القيم
65	المطلب الرابع : اهم المؤسسات التي تساهم في تثبيت القيم
66	خلاصة الفصل
	الاطار التطبيقي
	لمحة عن التلفزيون العمومي الجزائري و بطاقة فنية لحصة للعائلة
72-69	نبذة تاريخية عن التلفزيون العمومي الجزائري
78-73	مراحل تطور للتلفزيون العمومي الجزائري
79-78	الهيكلية الادارية للتلفزيون العمومي الجزائري

81-79	وضائف التلفزيون العمومي الجزائري
83-81	مشاكل و عيوب التلفزيون العمومي الجزائري
	بطاقة فنية لحصة للعائلة
83	التعريف بحصة للعائلة
84-83	فكرة حصة للعائلة
84	صدى حصة للعائلة
85-84	السيرة الذاتية لمقدمة حصة للعائلة
123-86	تفريغ البيانات و تحليلها
127-124	النتائج العامة للدراسة
129-128	خاتمة
	الملاحق

رقم الصفحة	عنوان الجدول	رقم الجدول
107	توزيع افراد العينة حسب متغير الجنس	01
108	توزيع المبحوثين حسب متغير السن	02
108	توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي	03
109	توزيع المبحوثين حسب متغير المهنة	04
110	توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى المعيشي	05
111	مدى اقبال جمهور بلدية فريجة للقنوات الجزائية	06
112	مدى مشاهدة جمهور بلدية فريجة لحصة للقناة الارضية	07
112	يبين نوع البرامج التي يفضل الجمهور متابعتها	08
113	يبين الاجابة على التساؤل مع من متابعة هذه البرامج التي تفضلها	09
114	يبين مدى تعرض المبحوثين للبرامج التي اختاروها مسبقا	10
115	مدى اهتمام الجمهور بمتابعة الحصص الاجتماعية	11
115	راي الجماهير في مضامين الحصص الاجتماعية	12
115	يبين انتظار واهتمام الجمهور بموعد بث الحصص الاجتماعية	13
116	يمثل مدى مناقشة المبحوثين للمواضيع المطروحة	14
116	يوضح تقييم مضامين البرامج الاجتماعية من طرف الجمهور	15
117	يوضح مدى اهتمام الجمهور بالمواضيع الاجتماعية المطروحة	16
117	يوضح ما اذا كانت المضامين التي تحتويها البرامج تعكس حقيقة واقع المجتمع الجزائري	17
118	يمثل المواضيع التي تطرقت لها الحصص و اثرت في المشاهد	18
119	يوضح مدى تمكن الحصص الاجتماعية من التغيير في النمط المعيشي للجمهور من المواضيع التي تعرضها	19
120	الاسباب التي تدفع جمهور بلدية فريجة لمشاهدة البرامج الاجتماعية	20
120	يوضح نوع البرامج الاجتماعية التي تستهوي جمهور بلدية فريجة	21
121	يوضح اذا ما كانت معالجة البرامج الاجتماعية تأثر على الجمهور	22
121	مدى نجاح الحصص الاجتماعية في تحذير الجمهور في الوقوع في بعض الآفات	23
122	يبين مدى اقبال جمهور بلدية فريجة على مشاهدة حصة للعائلة	24
123	يبين مع من يفضل مشاهدي حصة للعائلة متابعتها	25
124	يبين مدى مواظبة جمهور حصة للعائلة على متابعتها	26
124	يبين مدى اكتفاء افراد العينة بمشاهدة حلقات الحصة	27

28	يبين المواضيع التي تطرقت لها حصة للعائلة و اثرت بشكل كبير على الجمهور	125
29	الاسباب التي دفعت جمهور حصة للعائلة لمتابعتها	126
30	يبين مدى تأثير شخصية مقدمة حصة للعائلة على الجمهور	127
31	يبين الاشياء التي استفاد منها المبحوثين من خلال متابعتهم لحصة للعائلة	128
32	يمثل تقييم المبحوثين لحصة للعائلة	129
33	يبين اهم القيم التي تضمنتها حصة للعائلة حسب اجابات المبحوثين	130
34	يبين اجابة المبحوثين حول قدرة حصة للعائلة على توجيه سلوكهم	131
35	يبين السلوكيات التي استطاعت حصة للعائلة توجيه المبحوثين اليها	131
36	يبين مساهمة الحصة في الترابط الاسري	132
37	يبين مظاهر الترابط الاسري بالنسبة للمبحوثين الذين أجابوا بنعم	132
38	مدى تفاعل مشاهدي حصة للعائلة من جمهور بلدية فريجة	133
39	يبين الوسيلة التي يتفاعل بها المجيبين بنعم	133
40	يبين المواضيع التي يفضلها المبحوثين و الحصة لم تتطرق اليها	134
41	مدى اقبال جمهور بلدية فريجة على مشاهدة حصة للعائلة حسب متغيرات الجنس ، السن و متغير المستوى التعليمي	134
42	مدى اكتفاء المبحوثين بمشاهدة حلقات الحصة و تأثير ذلك على ترسيخ القيم التي تحملها في اذهانهم حسب متغيرات الجنس السن المستوى المعيشي	136
43	يبين الاسباب التي تدفع جمهور بلدية فريجة لمتابعة حصة للعائلة من خلال متغير السن الجنس المستوى التعليمي	138
44	يبين المواضيع التي اثرت على جمهور بلدية فريجة حسب متغيرات الجنس السن المستوى المعيشي المستوى التعليمي	140
45	يبين القيم التي استوعبها جمهور بلدية فريجة من خلال حصة للعائلة حسب متغيرات الجنس و السن و متغير المستوى المعيشي	143

ملخص الدراسة

- تمحورت دراستنا حول البرامج الاجتماعية في القنوات التلفزيونية الجزائرية واثرها على القيم الاجتماعية، و تركزت حول التلفزيون كأكثر وسيلة قدرتا على التأثير على المجتمع و اسهامها في تصحيح و ترسيخ القيم و الافكار من خلال مضامينها الاعلامية خاصة بالبرامج و الحصص الاجتماعية التي لا تكاد اي قناة تلفزيونية جزائرية عامة او خاصة ان تستغني عنها في قائمتها البرمجية اليومية ، و حبذنا في دراستنا لفت النظر الى التلفزيون الجزائري بقناته الارضية و قناته الثالثة التي تبث حصة اجتماعية حصلت على لقب حصة الجماهير لأربع سنوات متتالية تحت عنوان للعائلة .
- و تهدف هذه الدراسة الى التعرف على دوافع متابعة الجمهور للبرامج الاجتماعية و معرفة القضايا الاجتماعية الاكثر مشاهدة و متابعة للبرامج الاجتماعية و كذلك معرفة مدى توافق مضامينها مع انشغالات الجمهور ، و امكانية التعرف على الفئات الاكثر مشاهدة و متابعتها لهذه البرامج الاجتماعية و مدى تأثيرها على المجتمع و مدى مساهمتها في ترسخ و تشكيل القيم الاجتماعية و اثارها في سلوك الافراد .
- و من اجل تحقيق الهدف الذي نسعى اليه من خلال دراستنا اعتمدنا على المنهج المسحي كون دراستنا هي دراسة كشفية تحليلية اجريناها على عينة من الجمهور قدر ب 120 مفردة من جمهور بلدية فريحة بولاية تيزي وزو ، و اخذنا حصة للعائلة كنموذج للبرامج الاجتماعية المعروضة في التلفزيون الجزائري و ذلك من الفترة الممتدة بين شهر سبتمبر 2018 الى غاية شهر جويلية 2019 .
- و اهم النتائج التي خلصت لها الدراسة هي كالآتي :
 - ان من بين اهم الدوافع التي تدفع الجمهور لمتابعة البرامج الاجتماعية و هو من اجل تفادي الوقوع في الافات الاجتماعية و من اجل التنشيط و التعليم و الاستفادة من الحلول التي تتوصل اليها الحصص الاجتماعية اثناء طرح القضايا و مناقشتها اما القضايا الاجتماعية الاكثر معالجة نجد قضايا الاسر و مقومات تشكيل اسرة تساهم في بناء مجتمع راقي يكون لمضامين هذه الحصص تتوافق مع قضايا الجمهور المتابع لها و افضل دليل لذلك هو كون الحصص الاجتماعية تفاعلية بامتياز بحيث منحت للجمهور منح اقتراحاته و طرح انشغالاته .

- مضامين حلقات الحصة الاجتماعية التي تبثها القناة الارضية ساعدت الجمهور لتغيير سلوكيات سلبية فيهم و تحويلها الى سلوكيات إيجابية مما يساهم في بناء مجتمع واع بما يحيط به من ظواهر اجتماعية و قد رسخت عدة قيم ايجابية وهو ما يؤكد ان حصة للعائلة حصة هادفة و تتضمن عدة قيم تساهم في بناء و تشكيل لدى جمهورها .

الكلمات المفتاحية :

البرامج الاجتماعية – القنوات التلفزيونية – القناة الارضية – القيم

مقدمة:

إن الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام بصورة عامة في مجتمعنا المعاصر تقودنا بالضرورة إلى إبراز الدور الذي يقوم به التلفزيون في هذا الخصوص لامتلاكه قدرة فريدة على توصيل الأفكار والرسائل من خلال الاستخدام التقني المتطور بالحركة والصوت والصورة، وقد تتجلى هذه القدرة التأثيرية في إسهامه جنباً إلى جنب مع التنظيمات الاجتماعية الأساسية كالمجتمع والأسرة في إرساء وترسيخ القيم في تفسيرها وتعديلها فضلاً عن إسهامه في توجيه مظاهر السلوك الإنساني والاجتماعي.

ورغم قوة وسائل الاعلام ركزنا في دراستنا على التلفزيون الذي يعتبر من أكثر الوسائل الإعلامية تأثيراً على سلوكيات واتجاهات الأفراد وقيمهم فهو الوسيلة المهمة التي تجمع بين الوسائل المباشرة والغير المباشرة المرئية والسمعية، الأقرب إلى التفاعل الاجتماعي بين الأفراد لماله من تأثير واضح في سلوكيات اتجاهات أفراد المجتمع وخاصة الأسرة أو العائلة باعتبارها الأقرب لهذه الوسيلة، ولهذا القائمين على التنمية الاجتماعية يستغلون هذه الوسيلة للتأثير على الأفراد المجتمع. باعتبارها الجمهور المستهدف من قبل القنوات التلفزيونية خاصة العمومية منها التي تعد أحد المؤثرات الأساسية في تشكيل القيم الاجتماعية وذلك لما تقدمه من معارف ومعلومات، قد تؤثر في معتقدات المجتمع وقيمه فميوله واتجاهاته ومعارفه، فالتلفزيون العمومي الجزائري له آثار اجتماعية ايجابية يساهم في إرساء القيم والعادات الاجتماعية والثقافية وتغيير سلوك الأفراد إلى الأفضل عن طريق بث ومعالجة القضايا الاجتماعية باعتبارها قضايا تخص المجتمع ككل. وعليه في هذه الدراسة حاولنا التعرف على البرامج الاجتماعية المعروضة في قنوات التلفزيون الجزائرية واثرها على القيم ،لقد اعتمدنا في دراستنا على هذه الخطة وهي كالتالي : استهلنا دراستنا بالإطار المنهجي التي تضمن تحديد الإشكالية وتسؤلات الدراسة، أسباب اختيار الموضوع، أهداف الدراسة، أهمية الدراسة، للدراسة ثم المنهج الدراسة وأدواته، مجتمع البحث وعينة الدراسة وتحديد المفاهيم والمصطلحات وأخيراً تطرقنا إلى الدراسات السابقة.

أما فيما يخص الإطار النظري فقد قسمناه إلى أربعة فصول حيث تطرقنا في الفصل الأول إلى موضوع التلفزيون كمدخل عام وخصوصية البرامج التلفزيونية، كما جزأناه إلى مبحثين ففي المبحث الأول تطرقنا إلى أهمية التلفزيون وخصائصه ووظائفه إضافة إلى إيجابيات وسلبيات أما المبحث الثاني فقد تناولنا فيه البرامج التلفزيونية من حيث مفهومها، أنواعها ومراحل إعدادها وكذلك مكوناتها والقيم المطروحة فيها أما الفصل الثاني فأخذنا ماهية الإعلام الاجتماعي والبرامج الاجتماعية في مبحثين المبحث الأول خصصناه للإعلام الاجتماعي من حيث ماهيته وقسمناه إلى أربعة مطالب ففي المطلب الأول تحدثنا على مفهوم الإعلام الاجتماعي، أما المطلب الثاني فقد ركزنا فيه على مستويات الإعلام الاجتماعي وفي المطلب الثالث تحدثنا عن شروطه وأخيرا تعرضنا إلى الآليات المتبعة في تحديد مسار البرامج الاجتماعية أما في المبحث الثاني فقد تطرقنا فيه إلى ماهية البرامج الاجتماعية من حيث مفهومها وخصائصها ثم إلى كيفية إعدادها وتأثيرها.

أما الفصل الثالث فقد تطرقنا فيه إلى ماهية القيم الاجتماعية الذي قسمناه بدوره إلى مبحثين ففي المبحث الأول تطرقنا إلى مفهوم القيم وتطور مفهومها و المفاهيم المرتبطة بها خصائص ومكونات القيم بالتالي وظائفها و تصنيفها ،أما في المبحث الثاني خصصناه للأهمية القيم وعملية اكتسابها ففيه تطرقنا إلى أهمية القيم و وعملية اكتسابها طرق ووسائل قياس القيم وأخيرا المؤسسات التي تساهم في تثبيت القيم .

ليأتي الإطار التطبيقي الذي تحدثنا فيه عن اللحظة التاريخية للتلفزيون العمومي الجزائري قدمنا فيه نبذة عن التلفزيون العمومي الجزائري وفيه تطرقنا إلى مراحل تطور التلفزيون العمومي الجزائري ووظائفه ومميزاته وأخيرا مشاكله وعيوبه كما قدمنا فيه بطاقة فنية لحصة للعائلة وتطرقنا فيها إلى التعريف بحصة للعائلة، فكرة الحصة صدى الحصة والسيرة الذاتية لمقدمة الحصة ثم عرضنا النتائج بعد تفريغها في جداول على شكل جداول بسيطة و مركبة .

- 1- تحديد إشكالية الدراسة
- 2- تساؤلات الدراسة
- 3- أسباب اختيار الموضوع
- 4- أهمية الدراسة
- 5- أهداف الدراسة
- 6- منهج الدراسة وأدواته
- 7- مجتمع البحث وعينة الدراسة
- 8- الخلفية النظرية للدراسة
- 9- تحديد المفاهيم و المصطلحات
- 10- الدراسات السابقة

إشكالية الدراسة :

يعتبر التلفزيون من التقنيات البارزة في تغيير المجتمع وتقويم السلوك وذلك لما يبثه من برامج إعلامية مختلفة بحيث بعد مصدرا تثقيفيا هاما للأفراد داخل المجتمع، ولعل انتشاره الواسع بين الناس شكل الفاصل الأبرز في تأثير هذه التقنية على الأفراد وذهنياتهم و سلوكياتهم بشكل عام، وعلى الرغم من التقدم التكنولوجي الهائل لم يسحب البساط من تحت التلفاز وبقي التلفزيون متربعا على عرش جميع وسائل الإعلام والاتصال على اعتباره الأكثر جماهيرية يتميز بقدرته الكبيرة على جذب انتباه وإثارة الجماهير، حيث ينقل الكلمة المسموعة والمرئية للمشاهدين على اختلاف أعمارهم وتباين ثقافتهم، يتوفر على خصائص تقنية توفر له تقديم المعلومات فهو يؤثر على المحزون، الفكري والثقافي للفرد.

كما يعد التلفزيون من أهم مكونات البيئة الاجتماعية بحيث يكون القيم للأفراد وهي من المحددات الأساسية التي تلعب دورا بالغا في توجيه سلوكهم ولمواجهة مشاكلهم وهذا يلقي عبأ على التلفزيون ويحدد مسؤولياته اتجاه ما يعرضه من معلومات ومعارف ومشاهد واقعية لبث البرامج الاجتماعية حتى أصبح البعض يلقبه بالأدب الثالث أو الأدب الروحي لدوره في التنمية الاجتماعية وإنائها كونها مصدر للعديد من خبرات التعلم وتقوية اتجاهات وانفعالات للمواقف الاجتماعية ولما تغرسه في الأفراد من قيم تربوية ودينية وأخلاقية وغيرها.

وعلى الرغم من انتشار القنوات الفضائية المتنوعة وبرامجها الاجتماعية فالتلفزيون العمومي الجزائري لا يزال صامدا، وعلى الرغم من المنافسة الشرسة على التقديم الأفضل من خلال طرح انشغالات واهتمامات الجمهور وقضاياها، ومحاولة الإلمام بكل الجوانب الاجتماعية وذلك بسعيها إلى جلب اهتمام الجمهور الجزائري من خلال برامجها الاجتماعية التي يحصل الجمهور من خلالها على معلومات لمشكلات مجتمعة وذلك بطريقة تفسيرها وتحليلها وعرضها لمختلف وجهات النظر حسب هرم البرامج ومتطلبات جذب الجماهير وكذا المصادقية، حيث باتت تمارس تأثيرا كبيرا على الأفراد. ومن بين البرامج الاجتماعية التي يسعى من خلالها التلفزيون العمومي المساهمة في تشكيل و ترسيخ القيم الاجتماعية والرفع من الوعي الاجتماعي نجد حصة " للعائلة " بما تحمله من مضامين وقيم ايجابية والتي توجهها لكل

عناصر الأسرة فردا بفرد لكونها اللبنة الأساسية لتشكيل المجتمع، فإذا كان الفرد واعيا بكل ذلك القيم التي يبنها البرنامج سيكون بذلك قد حقق ما يصبو إليه. ففي هذه الدراسة سنحاول التعرف على اثر البرامج الاجتماعية المعروضة في قنوات التلفزيون الجزائري في تشكيل و ترسيخ القيم ، ومدى فاعلية حصة "للعائلة" في ذلك بشكل خاص، لكونها تستحوذ على مساحة زمنية معتبرة حيث باتت مثل هذه البرامج تمارس تأثيرا كبيرا على الجماهير وتساهم في تشكيل توجهات الرأي العام و تعالج القضايا الاجتماعية فيحرص القائمين على هذا البرنامج الإعلامي على التنوع في طرح القضايا الاجتماعية والبحث عن علاج لها ،والدور الذي تلعبه لتشكيل وتقويم سلوك الأفراد داخل المجتمع الجزائري بمختلف شرائحهم ومكانتهم الاجتماعية والأسرية، وهذا لإجراء دراسة مسحية استطلاعية على مجموعة من الجماهير بغية الإجابة على السؤال التالي :

ما اثر البرامج الاجتماعية التي تبثها القنوات التلفزيونية الجزائرية على القيم " حصة للعائلة نموذجاً " ؟ ويتدرج ضمن هذا التساؤل الرئيس جملة من التساؤلات الفرعية وهي:

- ما هي الموضوعات التي عالجتها الحصة و اثرت بشكل كبير على الجمهور ؟
- هل ادرك جمهور بلدية فريجة " تيزي وزو " للقيم التي يحملها البرنامج ؟
- ما هي السلوكيات التي استطاعت الحصة تغييرها وتقويمها لدى المتابع لحصة للعائلة. ؟
- كيف هي عادات وأنماط تعرض جمهور بلدية فريجة ولاية تيزي وزو لحصة للعائلة ؟
- ماهي الفئة الجنسية و الفئة العمرية الأكثر تتبعا لحصة للعائلة ؟
- ماذا يقترح جمهور بلدية فريجة كمواضيع على القائمين على الحصة ؟

2- أسباب اختيار الموضوع :

تعتبر الأسباب الذاتية والموضوعية من العوامل التي تحدد اختيار الباحث لموضوع دراسة أما عن سبب اختيارنا لموضوع تأثير البرامج الاجتماعية المعروضة في التلفزيون العمومي الجزائري على التوعية الاجتماعية في وسط المجتمع الجزائري يتحجج في الأسباب التالية :

أ- الذاتية :

- الرغبة الذاتية في دراسة أثر البرامج الاجتماعية.
- الاهتمام الشخصي بالبرامج الاجتماعية وتأثيرها والرغبة في التعمق والتوسع في هذا المجال.
- الوصول والرغبة في معرفة ودراسة مدى تأثيرها للبرامج الاجتماعية على المجتمع.

ب- الموضوعية :

- قلة الدراسات والبحوث التي تناولت البرامج الاجتماعية في القنوات التلفزيونية الجزائرية واثرها على القيم الاجتماعية
- أهمية الدراسات التي تعني بوسائل الإعلام واثرها على المجتمع.
- أهمية الحصة ومكانتها الاجتماعية التي تحددتها القضايا المطروحة والتي تشكل أهمية كبيرة في المجتمع.

3- أهداف الدراسة :

نسعي من خلال دراستنا هذه إلى تحقيق جملة من الأهداف والتي تشتمل أساسا على :

- التعرف على دوافع متابعة الجمهور للبرامج الاجتماعية.
- معرفة القضايا الاجتماعية المعالجة من طرف حصة للعائلة و تركت اثرا لدى الجمهور المتابع لها .
- معرفة مدى توافق المواضيع التي تطرقت لها الحصة الاجتماعية للعائلة مع الواقع الاجتماعي للجمهور الجزائري .
- إمكانية التعرف على الفئات الأكثر مشاهدة وتتبعها لهذا النوع من البرامج الاجتماعية .

- التعرف على اثر البرامج الاجتماعية التي تعرض في القناة الارضية على العائلة الجزائرية.

- معرفة الآراء والاقتراحات الجديدة حول القضايا الاجتماعية لدى أفراد عينة البحث.

كما يمكن لهذه الدراسة أن تثير بعض القضايا وتفتح المجال لباحثين آخرين للقيام بدراسات في هذا واستكمال الجوانب الناقصة فيه.

4- أهمية الدراسة :

تستمد هذه الدراسة أهميتها من متابعة وتفاعل الجمهور الجزائري أسرا وأفراد مع البرامج الاجتماعية والتي تمثل إحدى أهم العناصر الاتصالية فدراسة أثر البرامج الاجتماعية تساعد القائمين على هذه البرامج التعرف على حاجات الجمهور كما سبق في ذكرنا سواء أسرا أو أفرادا ورغباتهم ومقترحاتهم من خلال التفاعل الذي يقدمه القائمين على سير مؤسسة التلفزيون العمومي بشكل عام والقائمين على حصة للعائلة بشكل خاص من خلال الاتصال المباشر أو بالوسائل الأخرى المتاحة لتعزيز الايجابيات وتفاذي السلبيات.

كما تبرز أهمية الدراسات من خلال التركيز على البرامج الاجتماعية والتي تلعب دورا في تغيير السلوكيات والمواقف والأوضاع الأسرية و الاجتماعية أو طريقة مناقشتها للقضايا والمشاكل التي تحدث في الوسط الاجتماعي وعرضها للمشاهد بالصوت والصورة ومحاولة إيجاد الحلول والعلاج والمساهمة في تشكيل وترسيخ القيم الاجتماعية الحقيقية.

كما تتجلى أهمية الدراسة في معرفة دوافع الأسر الجزائرية لمشاهدة البرامج الاجتماعية عامة و حصة للعائلة خاصة لأن رأي جمهورها له أهمية بالغة في تطوير مادتها الإعلامية المقدمة و كذلك مساعدة القائمين على هذه الحصة والمساهمة في تعديل وتحسين محتواها لما يتوافق مع احتياجات المجتمع الجزائري ويجعله أكثر ارتباطا بقناته العمومية او بالقناة الارضية.

أما على مستوى البحث العلمي الأكاديمي فتساهم في إثراء الرصيد المعرفي بدراسة ميدانية تخص العلاقة التي تربط عينة الدراسة المتمثلة في مجموعة من أفراد المجتمع

المشاهد للبرامج الاجتماعية بشكل عام والبرنامج الاجتماعي " للعائلة " الذي يبث على القنوات التلفزيونية الجزائرية.

5-منهج الدراسة وأدواته :

يعتبر المنهج ضروري في أي بحث عملي لأنه الطريق الذي يستعين به الباحث ويتبعه في كل مراحل دراسته بغية الوصول إلى نتائج علمية موضوعية وفي الحقيقة هناك طائفة كبيرة من التعريفات سنحاول التطرق لبعضها فقط والمنهج في تقديرنا هو عبارة عن طريقة علمية منظمة يسعى من خلالها إلى كشف الحقائق معتمدا على قواعد موضوعية تقود إلى فرز الحقائق وتحليلها ثم نستخلص منها المبادئ والقوانين العامة¹ أو هو فن التنظيم الصحيح لسلسلة من الأفكار سواء من أجل الكشف عن الحقيقة عند انعدام المعلومات أو من أجل البرهنة عليها للآخرين وإثباتها بجوانبها لهم حين نكون على معرفة وإلمام كامل بها² هو أيضا أسلوب فني يتبع في تقضي الحقائق وتبيانها ويحتوي على عناصر التشويق التي تحفر القراء على البحث وتمكنهم من التعرف على أسرارهم وهي أساليب تختلف بالضرورة من موضوع لآخر³ فاستخدام منهج لبحث معين دون المناهج الأخرى يرتبط إلى حد كبير بنوع المشكلة المطروحة. أي أن المناهج تصلح للبحث عن حقيقة ظاهرة معينة تختلف باختلاف الموضوعات المطلوب لها من الباحثين⁴.

ونظرا لطبيعة الدراسة وكذا الأهداف الرامية إلى تحقيقها فقد اعتمدنا المنهج المسحي الذي يعتمد عليه اعتمادا كبيرا في البحوث الكشفية والوصفية والتحليلية ذلك أنه عبارة عن دراسة عامة لظاهرة موجودة في جماعة معينة وفي مكان معين وفي الوقت الحاضر⁵ كما أن المنهج المسحي يعتبر من أفضل المناهج التي تبحث في اتجاهات الجمهور وخصائصه وكذا احتياجاته في بحوث الإعلام.

ويعرفه أحمد بن مورسلي " بأنه الطريقة العملية التي تمكن الباحث من التعرف على الظاهرة المدروسة من حيث العوامل المكونة لها والعلاقات السائدة داخلها، كما هي في الحيز

¹ أمين ساعتي، تبسيط كتابة البحث العلمي، من البكالوريوس، ثم الماجستير وحتى الدكتوراه المركز السعودي للدراسات الإستراتيجية، مصر الجديدة، 1999، ص 43.

² محمد عبد الغني لموصي، محسن أحمد الخضري، الأسس العلمية لكتابة الرسائل، الماجستير والدكتوراه، مكتبة الأنجلو المصرية، القاهرة، 1992، ص 43.

³ عقيل حسين، عقيل، فلسفة مناهج البحث العلمي، مكنين مدبلي دون ذكر مكان النشر ص 50.

⁴ محمد عبيدات، محمد أبو نصار عقلة، منهجية البحث العلمي القواعد والمداخل والتطبيقات دار وائل للنشر عمان ط 2 199 ص 35.

⁵ محمد ربيان عمر، البحث العلمي مناهجه، تقنياته، مصر الهيئة المصرية العامة للكتاب 2002 ص 117.

الواقعي وضمن ظروفها الطبيعية غير المصطنعة من خلال جمع المعلومات والبيانات المحققة لذلك¹.

ويتميز هذا المنهج بعدة سمات².

يمكن استخدام منهج المسح في دراسة المشكلات والظواهر في وضعها الراهن وكذلك وصف سمات الجمهور ونتائج سلوكه.

- يسمح بدراسة أو اختيار عدد من المتغيرات في وقت واحد مثل السمات الاجتماعية والفردية وكذلك أنماط السلوك المختلفة.

6- أدوات الدراسة :

- استمارة الاستبيان : يعرف الدكتور عبد الحميد الاستمارة " على أنها أسلوب لجمع البيانات تستهدف استمارة الأفراد المبحوثين بطريقة منهجية ومقننة لتقديم حقائق وآراء أو أفكار معينة³ في إطار البيانات المرتبطة بموضوع الدراسة وأهدافها دون التدخل من الباحث في التقرير الذاتي للمبحوثين في هذه البيانات ويعتبر الاستبيان تقنية مباشرة لاستجواب الأفراد كما يعد أكثر الأدوات ارتباطا بالمنهج المسحي الذي نعتمده فيه ونتعرف على معلومات وحقائق تتعلق بآراء واتجاهات الجمهور حول موضوع معين.

7- مجتمع البحث وعينة الدراسة :

مما لا شك فيه أن لكل بحث علمي مجتمع تدور حوله الدراسة إلا أنه عادة من يواجه الباحثين مشكلة الأعداد الكبيرة لمجتمع البحث محل الدراسة، مما يجعل دراسة هذا المجتمع أمرا صعبا للغاية وذلك لما يترتب عليه من جهد مضاعف ووقت أطول إلى جانب صعوبة جمع البيانات من كل أفراد مجتمع البحث، كلها أسباب تدفع الباحث إلى دراسة عدد صغير من الأفراد يمثلون المجتمع الكلي أفضل تمثيل ويطلق على هذا العدد الصغير من الأفراد مصطلح عينة الدراسة.

¹ أحمد بن مورسلي مناهج البحث في علوم الإعلام والاتصال الطبعة الثانية، الجزائر ديوان المطبوعات الجامعية 2006 ص 286.

² نبيلة بوخيرة تقنيات الاتصال العمومي المطبقة في الحملات العمومية المتلفزة " أطروحة دكتوراه غير منشورة " كلية العلوم السياسية والإعلام جامعة الجزائر 2007 ص 21.

³ عبد الله عامر العمالي : أسلوب البحث الاجتماعي وتقنياته منشورات جامعة قاريونس البنغازية ط 2 1994 ص 159.

فيعرف مجتمع البحث حسب مادلين قرافيب " أنه مجموعة عناصر لها خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها من العناصر الأخرى والتي يجري عليها البحث والتقصي¹ وعليه يشمل مجتمع البحث في دراستنا جمهور من بلدية فريحة بولاية تيزي وزو. الذين يتتبعون البرامج الاجتماعية عامة وبرامج للعائلة خاصة فمن المعروف علميا أنه من الصعب على الباحث إجراء دراسة مسحية لجميع مفردات مجتمع البحث حيث عدد مفرداته كبير ويتطلب من الباحث وقتا كبيرا وجهدا وإمكانيات مادية كبيرة، من أجل القيام بدراسة مسحية، ولهذا أغلب البحوث العلمية تكفي في الغالب بعينات تمثل المجتمع المدروس.

عينة الدراسة :

تعرف العينة بأنها مجموعة من الوحدات المعاينة تخضع للدراسة التحليلية ويجب أن تكون ممثلة تمثيلا صادق ومتكافئا مع المجتمع الأصلي ويمكن تعميم نتائجه عليه².

- إن نجاح الدراسة لأي بحث علمي يتوقف على مدى دقة اختيار العينة التي تمثل مجتمع الدراسة فبقدر ما تكون العينة ممثلة للمجتمع الأصلي بقدر ما تكون النتائج صادقة³.
- وقد اعتمدنا على **العينة القصدية** وهي تتناسب لهذا النوع من الدراسات خاصة وأن أفراد مجتمع البحث كبير وغير معروفين بالنسبة للباحث وكما يتم اللجوء إلى مثل هذا النوع من العينات في حال توافر البيانات اللازمة للدراسة لدى فئة محددة من مجتمع الدراسة الأصلي وقد اخترنا 120 مبحوث من سكان بلدية فريحة بولاية تيزي وزو. ،
- وقد تمكنا من استرجاع جميع الاستثمارات التي وزعناها فوجدنا كل المبحوثين يشاهدون الحصص و البرامج الاجتماعية في قنوات التلفزيون الجزائري ومن بينهم 109 مبحوث يشاهدون حصة للعائلة وهي نقطة إجابيه ومحفزة لنا لإتمام دراستنا .

¹ أحمد مرسللي : مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ط 2، ديوان المطبوعات الجامعية 2005 ص 182 ص 183.

² عبد الله عامر الهماللي : أسلوب البحث الاجتماعي وتقنياته، منشورات جامعة قاريونس، البنغازي، ط 2 1994 ص 159.

³ عمار بوحوش : مناهج البحث العلمي وطرق إعداد البحوث، ديوان المطبوعات الجامعية (د.ط) الجزائر 1995 ص 56.

8- الخلفية النظرية للدراسة :

كون دراستنا تمحورت حول تأثير البرامج التلفزيونية و التي حددنا نوعها و هي البرامج الاجتماعية و القيم التي تحملها هذه البرامج و تسعى لغرسها في عقول الجمهور المتابع لها بالإضافة الى انعكاسها على سلوكياتهم ،استلزمنا تأطيرها بخلفية بنظرية .

فالنظرية التي تناسب دراستنا هذه هي نظرية الغرس الثقافي التي تهدف الى ابراز نتائج تعرض المشاهدين لوسائل الاعلام خاصة التلفزيون وتأثير عمليات التكرار في المشاهدة و التشابه في المضامين المفروضة على ادراك المشاهدين للواقع الاجتماعي الحقيقي و الواقع التصويري الذي يقدمه الاعلام و وسائله .

و نظرية الغرس من النظريات التي تقيس تأثيرات الرسالة الاعلامية مع الجمهور و تراعي النظم كم من الاختبارات المهمة ،وترتكز على دراسة دور التلفزيون في غرس الثقافة عند الجمهور بشكل عام و الفئات التي تجلس كثيرا امام التلفاز ،الاطفال ،المراهقين ،الماكثات في البيت

اولا : مفهوم النظرية :

مجموعة من الافتراضات و المفاهيم المترابطة و المبنية على حقائق و ملاحظتها من شأنها تفسير ظاهرة معينة .

و بناء النظرية العلمية يعتمد على جهد عقلي تركيبي من جانب الباحث يتميز بالنظرة الكلية الى الحقائق الجزئية و يحرص على تنظيم الاجزاء في كل نطاق موحد و تعتبر اعلى مستويات المعرفة و تشترك النظرية العلمية مع القوانين العلمية في كونها نسبية تقريبية الا انها اقل تأكيدا من القوانين و يزداد يقين العلماء بالنظريات كلما ايدتها التجارب و غيرت اكبر عدد من الظواهر و القوانين¹ .

¹ عبد العزيز عبد الله الدخيل ،معجم مصطلحات الخدمة الاجتماعية و العلوم الاجتماعية ،دار المناهج للنشر و التوزيع ،عمان، ط1، ص ص 215 ، 216 .

وفي تعريف اخر هي مجموعة من البيانات و المعلومات المترابطة على مستوى عال من التجديد و التي يمكن ان تولد الافتراضات التي يتم اختبارها بالمقاييس العلمية و على اساسها يمكن ان نتوقع التنبؤات عن السلوك¹

ثانيا: مفهوم الغرس : يعني كثافة التعرض للتلفزيون و التعلم من خلال ملاحظة الصورة عبر الاستخدام الانتقائي للرسائل ، التي تقود المشاهد الى الاعتقاد بان العالم الذي يشاهده على شاشة التلفزيون هو صورته من العالم الواقعي الذي يعيش فيه .

الغرس يحدث عبر النقل المكثف للصورة الرمزية للأحداث ،فستكون الثقافة التي ببساطة عبارة عن وعاء من الرموز و الصور الذهنية التي تنظم العلاقات الاجتماعية و المواقف .

عرفها جورج جرنبرG.gerbner : الغرس هو ما تفعله الثقافة في مجتمعها²

ثالثا: مفهوم الغرس الثقافي :

هذه النظرية تتعلق بوسيلة التلفزيون لدراسة العنف و الجريمة في المضامين التلفزيونية و التطورات الناتجة عنها الا ان اكتشاف ان الفرد الذي يتعرض للتلفزيون تنغرس فيه قيم و تصورات

¹ بسام عبد الرحمان المشاقبة، نظريات الاتصال ، دار اسامة للنشر و التوزيع ،الاردن ،ط1،ص 171 .
² بسيوني ابراهيم حمادة، دراسات الاعلام و تكنولوجيا الاتصال و الراي العام ،عالم الكتب ،ط1،القاهرة ،2008،ص 111.

يجعله يتبناها ،و يضمن فعلا ان ما يحدث في الواقع وبالتالي تنغرس فيه لا شعوريا فاذا سألناه عن ظاهرة ما يكون تفسيره و نظره حسب ما يتلقاه من التلفزيون ومغايرة تماما للواقع¹ والمتلقي يتقبل ما يبث له على انه هو تعبير حقيقي للواقع كونه غير واع بعملية صنع هذا القرار او الواقع ،بل ان وعيه لا يتعدى الشعور بالتسلية ،و ذلك بقضاء الساعات الطويلة امام شاشة التلفاز و نظرية الغرس الثقافي نظرية اجتماعية تهدف الى دراسة تأثير التلفزيون على الأمريكيين و كان هذا في الستينيات و السبعينيات وضعها مجموعة من العلماء و لكن مؤسسها الرئيسي جورج يكتقد ان المجتمعات الغربية هم اسرى الواقع المصنوع و انهم يتصرفون و يعيشون على واقع غير حقيقي بكل ما ينبت من تعقيدات من مثل هذا التباين²

وهذه النظرية تفرض ان :

-الاشخاص الذين يشاهدون كميات ضخمة من البرامج التلفزيونية يختلفون في ادراكهم عن اولئك الذين يشاهدون كميات قليلة من البرامج او لا يشاهدون .

و يرى واضعو هذه النظرية ان وسائل الاتصال الجماهيرية تحدث اثار قوية على ادراك الناس للعالم الخارجي ،خاصة هؤلاء الذين يتعرضون لتلك الوسائل لفترات طويلة و منظمة .

و خلصت النظرية الى ان الذين يشاهدون التلفزيون بكثافة يعتقدون ان ما يشاهدونه من خلال التلفزيون من الواقع والاحداث و الشخصيات فانها تكون مطابقة لما يحدث في الحقيقة و في الحياة

رابعاً: خطوات قياس الغرس الثقافي :

1- تحليل نظم الرسائل الاعلامية من خلال :معايير الاداء ،الافكار و الاحداث التي يتم تناولها كمضامين اعلامية .

2- قياس تعرض الجماهير للبرامج التلفزيونية :ويتم ذلك من خلال هل هو تعرض كثيف ،متوسط ،قليل او معدوم ،بسؤال المتلقي او التقارير الذاتية او ملاحظته علميا .

3- تكوين اسئلة عن الواقع الاجتماعي ومعتقدات المبحوثين :و الهدف من ذلك هو معرفة بعد ادراكهم و معارفهم و سلوكهم و تكمن اهمية ذلك في انها تساعد في معرفة ماذا غرست وسائل الاعلام في الجمهور فيما بعد وهو ما يعرف بفروق الغرس الثقافي بعد و قبل المشاهدة.

¹ عبد الحافظ عواجي صلوي ،اسامة بن مساعد المحيا ،نظريات التأثير الاعلامية ، تم اعدادها بتاريخ 25-03-1433هـ ،ص 26 .
² ديفلر ملفين- ترجمة -عبد الرؤوف كمال ،نظريات وسائل الاعلام ،القاهرة ،الدار الدولية للاستثمار ،2006 ،ص 30 .

- 4- دراسة و تحليل المواد الاعلامية المراد قياس تأثيرها و معرفة القضايا السائدة في التناول و المحتوى .
- 5- مقارنة الواقع الاجتماعي الحقيقي مع الواقع الخيالي الذي قدمته وسائل الاعلام ومدى ادراكه للواقعي ، و هل الراسخ في ذهن المتلقي حقيقي ام من صنع وسائل الاعلام المتنوعة ¹

خامسا : مجال الاستفادة من النظرية :

- تعتبر هذه النظرية مفيدة لفهم موضوع دراستنا وهذا راجع الى ان وسائل الاعلام و خاصة التلفزيون تغرس في اذهان المشاهدين الافكار و القيم عبر رسائلها الاعلامية وتحدث اثرا على سلوكيات المشاهدين خاصة المتابعين للبرامج الاجتماعية ، بحيث يحل واقع التلفزيون محل الواقع الفعلي او الطبيعي ، كما تعتبر عملية الغرس الثقافي تأثر في بعض القضايا البارزة وله القدرة الكبيرة في التأثير على الافراد و يجعلهم يدركون للعوامل المحيطة بهم خصوصا بالنسبة لمشاهدي حصة للعائلة و يواظبون على مشاهدتها و يهتمون بكل ما تقدمه من صغيرة و كبيرة .

¹ جمال محمد ابو شنب ، نظريات الاتصال و الاعلام ، مفاهيم المداخل النظرية للقضايا ، الاسكندرية ، دار المعرفة الجامعية ، 2008 ، ص 45 .

9- تحديد المفاهيم و المصطلحات :

1 -البرامج الاجتماعية :

- يعد هذا النوع من البرامج الاكثر تعددا اذ يشمل اضافة الى برامج الاسرة و البرامج التي تعالج المشاكل الاجتماعية ، البرامج الفتوية الموجهة للشباب او الاطفال او المرأة وغيرها من البرامج المتعلقة بالأسرة ،فان مضمون البرامج الاجتماعية يعتمد على الموضوع و الفئة الموجهة لها ، فالبرامج الموجهة للأطفال يختلف في مضمونه و فقراته على ذلك الذي نعهده للشباب من حيث المفردات المستخدمة في الصياغة و عبارات المخاطبة ونوعية المادة التي يضمنها البرنامج ،لكن البرامج الاجتماعية بمجملها تتصف بقربها من الجمهور المستهدف و تتناول المواضيع القريبة من الناس بما يتعلق بأمورهم الحياتية اليومية و مشاكلهم و طموحاتهم و ادائهم واجتهاداتهم¹

- التعريف الإجرائي :

نظرا إلى ان هذه الدراسة تتناول البرامج الاجتماعية في القنوات التلفزيونية الجزائرية و اثرها على القيم الاجتماعية فإن ما أعنيه بالبرامج الاجتماعية لهذه الدراسة هي البرامج التي تتناول مضامينها ومحاورها عوامل تغيير وتقويم سلوكيات الأفراد داخل المجتمع وعوامل البناء الاجتماعي و عوامل تماسك المجتمع وهدمه وتعالج الكثير من المشكلات الاجتماعية التي يعيشها الفرد والأسرة في المجتمع ومناقشة الأسباب التي تعمل على تحقيق المساهمة في ترسيخ القيم الايجابية لدى الافراد و تساعد الجمهور على التعامل مع الظواهر الاجتماعية الحديثة التي تجتاح المجتمع بحكمة ووعي كحصة للعائلة التي تبث في القناة الارضية نمودجا لذلك .

2- مفهوم القناة :

لغة : هي الرمح الاجوف ،و هي بمعنى مجرى الماء ،يقال فلان صب الماء القناة اي القامة²

اصطلاحا :لكل محطة اذاعية او تلفزيونية قناة معينة تبث عليها ارسالها و هي بمثابة الطريق تسلكه الاشارة الاذاعية او التلفزيونية من محطة الارسال الى اجهزة الاستقبال ، و يطلق عليه الاسم نفسه على مصدر الاخبار او المعلومات او اي طريق تسلكه المعلومات .

¹ براهيم عزيز ،تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية و الثقافية ،دار الكتاب الحديث ،ط1،الجزائر 2012،ص 197.
² المعجم الوسيط ،مجمع اللغة العربية ،القاهرة ،صدر 1960.

اجرائيا : هي تلك المصادر الاعلامية التلفزيونية التي يبيث فيها الاعلاميون من خلالها رسائلهم الى الجمهور و يتلقاها عبرها ،ولكل قناة اسمها الاشهاري .

3 - التلفزيون :

لغة : إن التلفزيون من الناحية اللغوية كلمة مركبة من مقطعين Télé معناه عن بعد و vision معناه الرؤية، استعملت هذه الكلمة أول مرة عام 1990¹.

اصطلاحا: التلفزيون مؤسسة اجتماعية مكونة من مجموعة المصالح الإدارية والتقنية تضمن بث الحصص والبرامج الإعلامية المصورة بواسطة الكهرباء وعن بعد بطريقة استعمال التقنيات الحديثة، حيث أصبحت تنقل عبر الأقمار الصناعية.

لقد عرف العالم المعاصر تطورا هائلا في مجال الإعلام والاتصال خاصة في المجال ،التلفزيوني وهذا بمجيء التلفزيون الرقمي (la télévision numérique) أو « THD » وذلك نشر القناة مرات عديدة وفي أوقات مختلفة إذ ظهر التلفزيون الرقمي بشكل رسمي في أمريكا سنة 1998 ففضل الإعلام الآلي توصل بعض الباحثين إلى إعطاء قيمة رقمية لكل صورة تلفزيونية الشيء الذي أدى إلى إنتاج المئات من القنوات التلفزيونية ونشرها عبرا أنحاء العالم.

اجرائيا : هي من اهم وسائل الاعلام التي من خلالها يتلقى الافراد الرسائل الاعلامية عبر شاشات يمتلكونها و يتفاعلون مع ما يعرض فيها من مضامين ،و تترك فيهم اثارا تظهر في سلوكياتهم سواء ايجابيا ام سلبيا .

4 -القنوات التلفزيونية :

هي محطات تلفزيونية تبث ارسالها عبر الاقمار الصناعية لكي يتجاوز هذا الارسال نطاق الحدود الجغرافية لمنطقة الارسال ، حيث يمكن استقباله في مناطق اخرى عبر اجهزة خاصة بالاستقبال والتقاط الاشارات الوافدة من القمر الصناعي هذه الاجهزة التي تقوم بمعالجة تلك البيانات و عرضها على شاشة التلفزيون² وهي مد الحدود

¹ فيصل دليو : تاريخ وسائل الاتصال، دار أقطاب الفكر قسنطينة الطبعة (34) 2007 ص 118.

² هناء السيد ، الفضائيات و قادة الرأي ،العربي للنشر و التوزيع ،ط1، مصر ، 2005، ص37 .

الاتصالية الى ما وراء الحدود الجغرافية و السياسية فتصرف النظر عن الظروف المكانية و العوائق الطبيعية و بعد المسافات ¹ .

– القنوات التلفزيونية الجزائرية :

اجرائيا : في دراستنا هي تلك القنوات التي تملك مقر في القطر الجزائري سواءا الخاصة او العامة التي تحمل في شبكاتها البرامجية البرامج و الحصص الاجتماعية ، تستمد مادتها الاعلامية من وسط المجتمع الجزائري و تسعى للخدمة العمومية، على غرار القناة الارضية للتلفزيون العمومي الجزائري التي تبث حصة للعائلة التي تهتم بمعالجة القضايا الاجتماعية و ترسيخ القيم في اذهان جمهورها وتلقى تفاعلا منه .

5 - الاثر:

لغة :جمع اثار ،علامة او رسم متخلف من شئ ما ،اثار اقدام ،اثر عجلات ،علامة او دليل شاهد على وقوع حادث ²

اصطلاحا :وهو ما يمكن ان يحدث من تغير المواقف و السلوكيات و الآراء و المعلومات و المعتقدات من جراء انتقال الرسالة الاعلامية الى المتلقي ،فالرسالة الاعلامية قد تلفت انتباه المتلقي فيدركها وقد تضيف الى معلوماته معلومات جديدة و قد تجعله يتصرف تصرفات جديدة او تعدل من اتجاهاته السابقة ويمكن ان يكون الاثر انيا او بعديا ³ علاقة تفاعلية تبين افراد الجمهور ووسائل الاعلام اذ ان جوهر هذه العلاقة لا يتمثل في التأثير الحتمي على سلوكيات و اتجاهات المتلقي و انما هذا الاخير يتفاعل مع هذه الرسائل انطلاقا من خصائصه ومكوناته النفسية و الاجتماعية و الاقتصادية والثقافية المختلفة ،فان مفهوم الاثر قد تم تحديده من طرف الباحثين

¹ محمد ناصر عبد الباسط ، الاعلام الفضائي و الهوية الثقافية، دار المعرفة الجامعية ،الاسكندرية ،2012، ص 47 .

² صبحي الحموي ، المنجد في اللغة العربية المعاصرة ، دار الشروق ،بيروت ، 1994، ص 145.
³ نصير بوعلي ،التلفزيون الفضائي و اثره على الشباب في الجزائر ،دار الهدى ، الجزائر ، 2005، ص 10.

على انه تغيير الآراء و الاتجاهات و تعديل سلوكيات المتلقي وهو يعني ذلك التغيير الذي يطرأ على مستقبل الرسالة الإعلامية¹

اجرائيا : هو تلك التغييرات التي تود البرامج التلفزيونية اطراءها في سلوكيات الافراد داخل المجتمع بعد تلقيهم الرسالة الاعلامية المحشوة بالقيم و بروز نتائجها في تصرفاتهم و في حياتهم اثناء تعاملهم مع الظواهر و القضايا الاجتماعية التي تحيط بهم .

7-القيم :

لغة: قيم ،يقيم ،قيم الشيء ،اعتنى به وحافظ عليه .

اصطلاحا : هي الافكار العامة التي يشترك فيها الناس حول ما هو جيد او غير جيد او صحيح او مرغوب .²

– اجرائيا : هي مجموعة من السلوكيات و الاتجاهات و المعتقدات التي تصدر عن الافراد قد تكون ذاتية او مكتسبة يمكن التعديل فيها او اجراء تغيير عليها مثلا من سلبية الى ايجابية ،من خاطئة الى صحيحة ،من طرف وسائل الاعلام خاصة بواسطة مضامين البرامج الاجتماعية .

¹ السعيد بومعيزة ، اثر وسائل الاعلام على القيم و السلوكيات لدى الشباب ،دراسة استطلاعية بمنطقة البليدة ، اطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراه ،قسم علوم الاعلام و الاتصال ، جامعة الجزائر ، 2006 ، ص 29 .
² محمد جمال الفار ، المعجم الاعلامي ، دار اسامة ، ص 100 .

8- الدراسات السابقة:

الدراسات السابقة في مجال العلمي هو المجال الواسع الذي يمكننا من فهم الموضوع والاستفادة مما توصل إليه الباحثين من قبل ويكون الاقتراب من الدراسات السابقة أو كما يسميها البعض الأدبيات السابقة إما نظريا أو منهجيا أو الاثنين معا ويشترط في هذه الدراسة التي يتناولها الباحث أن تكون ذات علاقة مباشرة بموضوع الدراسة فيؤكد الباحث أو يضيف أو يلغى ما توصل إليه الباحثون الذين استعان ببحوثهم ومن بين الدراسات التي لها صلة بدراستنا وجدنا :

- الدراسة الأولى :

هي دراسة الباحثة عبد النبي صورية وهي مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال بجامعة ابن باديس بمستغانم سنة 2017-2018 تناولت هذه الدراسة كموضوع دور قناة الشروق العامة في معالجة القضايا الاجتماعية المتضمنة لبرنامج "افتح قلبك" والكشف عن الانعكاسات التي تحدثها في المجتمع وتبلغ أهمية هذه الدراسة من خلال تركيزها على البرامج الاجتماعية وإلقاء نظرة على القنوات التلفزيونية الخاصة وكذلك على دورها في عمليات التوجيه والإرشاد، واستخدمت في هذه الدراسة المنهج الوصفي وتكون مجتمع من عدد من البرامج الاجتماعية الحوارية التلفزيونية في القنوات الخاصة لأهم النتائج التي توصلت إليها الدراسة أن الفضائيات الجزائرية الخاصة، قناة الشروق العامة تعالج القضايا الاجتماعية في الجزائر من خلال البرنامج الاجتماعي افتح قلبك كما تساهم في نشر الوعي الاجتماعي من خلال العمل على تغيير الاتجاهات إضافة إلى ارتباط هذه البرامج ببروز قنوات جديدة في الساحة الإعلامية الجزائرية.

فتكمن نقاط التوازي مع هذه الدراسة كونها تبحث عن تأثير البرامج الاجتماعية على المجتمع الجزائري، أما جوهر اختلاف هاتين الدراستين في أن الدراسة السابقة ركزت على القنوات الخاصة (قناة الشروق) أما دراستنا تمحورت حول التلفزيون العمومي الجزائري كما أن هذه الدراسة اتخذت كعينة مجموعة من البرامج وركزت على برنامج افتح قلبك أما نحن فقد ركزنا على جمهور البرامج الاجتماعية بصفة عامة وبرنامج للعائلة بصفة خاصة.

- الدراسة الثانية :

هي للباحثة حنان قندوزي وهي مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال بجامعة العربي بن مهيدي بولاية أم البواقي سنة 2016-2017 وتناولت هذه الدراسة دور البرامج التلفزيونية الاجتماعية في توجيه سلوك الشباب الجزائري وهي دراسة ميدانية على عينة من شباب مدينة أم البواقي واتخذت برنامج "خواطر" كنموذج، وتكمن أهمية هذه الدراسة في أهمية موضوعها بحد ذاته وذلك بالدور الذي تلعبه البرامج الاجتماعية في توجيه سلوك الشباب الجزائري من خلال برنامج خواطر من خلال مضامينه والقيم التي يحاول نشرها حيث أصبحت في الوقت الراهن من أهم الأولويات التي تسعى الدول إلى تحقيقها لأنها قضية تتطلب تضافر جميع فئات المجتمع و كذا البرامج والقنوات من خلال الدور البناء والايجابي الذي من المفترض أن تؤديها، باعتبار وسائل الإعلام وخاصة التلفزيون والبرامج التي ييئها من أحدث وأهم آليات وأساليب على الجمهور حيث ركزت على برنامج خواطر الذي انتشر بين مختلف الفئات العمرية بمختلف البلدان العربية. ولأن الشباب من أهم العناصر البناءة في المجتمع واستلها فيما بينه ويعمره، وتوفير له كافة الإمكانيات للإبداع في شتى المجالات وذلك يساهم في ازدهار القيم داخل المجتمع. وأهم نتيجة توصلت إليها الدراسة أن البرامج الاجتماعية التلفزيونية تلعب دورا مهما في توجيه سلوك الشباب قد أحدثت متغيرات عميقة في بنية العلاقات الاجتماعية وسلوكيات الأفراد داخل الأسر الجزائرية وفي المجتمع من جهة أخرى.

فعناصر التشابه بين هذه الدراسة مع دراستنا تتمثل في البحث عن تأثير البرامج الاجتماعية على سلوك الأفراد في المجتمع ودوره في ذلك أما نقاط الاختلاف فتتمثل في كون هذه الدراسة ركزت على فئة واحدة وهي الشباب أما دراستنا نحن فشملت كل الفئات العمرية وكذلك هذه الدراسة لم تحدد القناة التلفزيونية التي تبث هذا البرنامج. أما نحن فذكرنا نوع القناة وهي التلفزيون العمومي الجزائري وركزنا على حصة للعائلة.

الفصل الأول : مدخل للتلفزيون و خصوصية البرامج التلفزيونية.

تمهيد

المبحث الأول : مدخل عام للتلفزيون

المطلب الأول : أهمية التلفزيون

المطلب الثاني : خصائص التلفزيون

المطلب الثالث : وظائف التلفزيون

المطلب الرابع : ايجابيات التلفزيون

المطلب الخامس : سلبيات التلفزيون

المبحث الثاني : البرامج التلفزيونية

المطلب الأول : مفهوم البرامج التلفزيونية

المطلب الثاني : أنواع البرامج التلفزيونية

المطلب الثالث : مراحل إعداد البرامج التلفزيونية

المطلب الرابع : مكونات البرامج التلفزيونية

المطلب الخامس : القيم المطروحة في البرامج التلفزيونية

خلاصة الفصل

تمهيد :

تعددت وسائل الإعلام وتنوعت فمنها ما تميز بالصوت والصورة ومنها ما تميز بالكلمة المكتوبة، فالتلفزيون من الوسائل التي انفردت بالصوت والصورة فقد شهد مراحل عديدة ساهمت في تطويره.

وعليه سنتطرق في هذا الفصل إلى مجموعة من العناصر حيث قسمنا هذا الفصل إلى مبحثين وكل مبحث جزأناه إلى خمسة مطالب وقد تناولنا في المبحث الأول المدخل العام للتلفزيون وتعرضنا فيه إلى أهمية التلفزيون وخصائص التلفزيون ووظائف التلفزيون وإيجابيات التلفزيون وسلبيات التلفزيون أما المبحث الثاني فلقد تطرقنا فيه إلى البرامج التلفزيونية من حيث مفهومها، أنواعها، مراحل إعدادها ومكوناتها وأخيرا القيم المطروحة فيها.

الفصل الأول : مدخل التلفزيون وخصوصية البرامج التلفزيونية.

المبحث الأول : مدخل عام للتلفزيون.

المطلب الأول : أهمية التلفزيون

تقول الباحثة الكندية تاجرت (K. Taggart) ذات يوم كان التلفزيون مثل حلوى¹ ما بعد الطعام يتقاسمه أفراد الأسرة بعد العشاء أو بعد الأعمال اليومية الرتبية والأحاديث ولكن في هذه الأيام أصبح التلفزيون هو الوجبة الكاملة التي سادت الصمت والحذر بدلا من أحاديث الود.

وفي هذا السياق تظهر الأهمية الكبيرة التي حظي بها التلفزيون على غرار الوسائل الأخرى فقد أصبح واحد من الأساسيات التي لا يمكن الاستغناء عنها.

له أهمية سيكولوجية فهو يحمل في طياته أهمية نفسية كبيرة وهي نظرية² التراكم فالقضايا التي يتبناها ترسب في عقول المشاهدين لفترة طويلة وعلى المدى البعيد وذلك من خلال التكرار ونلاحظ ذلك في برنامج التوعية وإعلانات تنظيم الأسرة والحملات التلفزيونية المختلفة.

تجاوزه للبعدين المكاني والزمني إذ يمكن أن يصور لك قصص من التراث وينقل لك صورة حياة من التعليم في اليابان على سبيل المثال³.

له أيضا أهمية سياسية، حيث يعتبر أداة مهمة ووسيلة فعالة في توصيل سياسيات الدول والحكومة والأفراد وله دور كبير في عملية صنع القرار.

المطلب الثاني : خصائص التلفزيون

تتميز وسيلة التلفزيون على غيرها من وسائل الاتصال الجماهيري بعدة خصائص نوجزها

فيمايلي¹ :

¹ ماجي الحلواني : مدخل إلى الفن الإذاعي والتلفزيوني والفضائي، ط 1، عالم الكتب، القاهرة، 2005، ص 267 دار جرير للنشر عمان 2005 ص 18، 19 .

² عبد الرزاق محمد الدليهي، عولمة التلفزيون، ط 1، دار جرير للنشر، عمان، 2003 ص 18، 19.

³ أحمد أبو ملال، المرجع في مبادئ التربية، ط 1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 27.

الصورة والحركة واللون حيث أن أهم ما يميز التلفزيون عن وسائل الإعلام الأخرى، هو اعتماده على حاسة البصر بالدرجة الأولى، إلى جانب حاسة السمع أو عن طريق حاسة البصر يكتسب الإنسان ثمانية أعشار معلوماته، كما أن استعاب المرء للمعلومات يزداد بنسبة 35 % عند استخدام الصوت والصورة في آن واحد، كما تطول مدة الاحتفاظ مدة بهذه المعلومة عندئذ بنسبة 55 % والحركة في التلفزيون تطرد عن المشاهد الشام والملل، وبذلك يتحقق الهدف الأساسي وهم إيصال المعلومة.

لكونه لا يكلف الناس مشقة الانتقال لمشاهدة ما يقدمه ويعرضه من معلومات أو برامج عكس السينما فهو يوجه رسائله إلى الأفراد في إطارهم الاجتماعي².

حيث لا تتطلب مشاهدة التلفزيون استعدادات كالخروج من البيت أو التردد على دور السينما فهو لا يتسبب بأي عناء للمشاهد سوى الضغط على زر التحكم³.

التلفزيون أداة فعالة للإعلام والأخبار والتعليم والتبادل الثقافي ينقل الأحداث، التي تقع في أي مكان من العالم لذلك يعتبر النافذة التي يطل منها المشاهد على العالم كله سبب طاقته الفورية ومشاهدته للواقع يعتبر التلفزيون وسيلة مهمة في الاقتناع والوصول إلى الأفراد⁴.

يمكننا التلفزيون من مشاهدته أو الاستماع إليه أثناء القيام بأعمال أخرى كما يعطينا حرية اختيار أكثر من قناة.

عدم الحاجة إلى مهارة عند تشغيله، ويوفر عنصر التشويق لدى المشاهد بالإضافة لكونه من بين أكثر الوسائل تمثيلاً للواقع بما يمثله من مادة مصورة بألوان الطبيعة وصوت حقيقي.

تعدد إمكاناته من مناقشة، حوار، تمثيل، تعليق علمي.

تجاوزه للبعدين المكاني وتازماني إذ يمكن أن يصور لك قصصاً من التراث وينقل لك صورة حية من التعليم في اليابان على سبيل المثال⁵.

¹ ماجي الحلواني مرجع سابق ، ص 32.

² سعيد مبارك آل رعبير : التلفزيون والتغير الاجتماعي في الدول النامية دار ومكتبة الهلال للطباعة والنشر جدة، 2008، ص 157، 158.

³ نيهة صالح السامرائي، علم النفس الإعلامي. مفاهيم نظريات، تطبيقات، ط1، دار المناهج للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص 244.

⁴ سعيد مبارك آل رعبير، مرجع سابق، ص 110.

⁵ أحمد أبو هلال المرجع في مبادئ التربية، ط1، دار الشروق للنشر والتوزيع، عمان 1993، ص 573.

له القدرة على جذب الناس وانتباههم وله القدرة أيضا على تركيز اهتمام الناس في أشياء محددة. عدساته تكبر صورة الأشياء التي لا تراها العين.

وصفة "وحيه سلفرستون" بأنه¹ وسيلة ساحرة، معقدة مليئة بالتناقض يتميز عن باقي الوسائل بأنه وسيلة سمعية بصرية تجذب العين والأذن، لا يرسل الصورة فقط وإنما الصور المتحركة بما فيها حركة الجسم والتغيرات التي تنعكس على الوجوه، كما أنه وسيلة قوية وأتية يمكن بواسطتها الوصول إلى جميع الناس.

المطلب الثالث : وظائف التلفزيون

للتلفزيون العديد من الوظائف يقوم بها داخل المجتمع ومن بينها : الوظيفة الإعلامية : نظرا لكونه ينقل للمشاهد المعلومات المختلفة لا سيما النفعية منها والمرتبطة بظروف الحياة اليومية مثل الأخبار الاقتصادية، السياسية، الاجتماعية والعلمية، زيادة على ذلك لكونه يمتلك إمكانيات فعالة ومؤثرة في توعية أكبر عدد ممكن من المشاهدين لحقائق وأبعاد كثيرة من المشكلات الموجودة في المجتمع².

الوظيفة التثقيفية :

إن مسؤولية التلفزيون كبيرة في رفع مستوى المشاهد صغيرا أو كبيرا في بناء الأسس الفكرية فالشاشة الصغيرة تتحرك بسرعة إلى مختلف قطاعات المجتمع وفئاته، فهي تتجه إلى التاجر في متجره والطبيب في عيادته والمنازل بالطبع ومع تنوع المادة التلفزيونية المعروضة فالمشاهد يطلب المزيد من الفائدة في الثقافة والمعرفة لإمكانية رفع مستواه الفكري وهنا يبرز الدور التثقيفي للتلفاز³.

ثم إن التقدم السريع لجهاز التلفزيون جعله سيطر بنفوذه حتى أصبح من أحد أهم العناصر في الثقافة إذا أنه يسعى إلى تنمية خلال ما يعرضه من أشرطة علمية وأفلام وثائقية تساهم في نشر الثقافات المختلفة وتجعل من القيم الثقافية صناعة علمية متاحة لأكثر عدد من الناس⁴.

¹ لمياء طالة : الإعلام الفضائي والتغريب الثقافي، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2014، ص 148.

² سليم سالم عبد النبي : الاعلام التلفزيوني، ط 1 دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان 2010، ص 27.

³ لمياء طالة مرجع سابق، ص 113.

⁴ سامي محسن ختاتنة وأحمد عبد اللطيف أبو سعد : علم النفس الاعلامي ط 1 دار المسيرة للنشر والتوزيع، عمان 2010، ص 46، 47.

الوظيفة التربوية والتعليمية :

يقوم التلفزيون بدور كبير في هذه النواحي من حيث الاتساع في البرامج التعليمية وبرامج التوجيه والتربية ويظهر ذلك بوضوح من خلال معرفة مزايا التلفزيون التعليمية كمايلي :

يتيح التلفزيون الفرصة للذين لم يتعلموا في المدرسة بشكل كبير أو بأخر لأن يتعلموا من خلال ما يبثه ومثال عن ذلك استخدامه في محو الأمية للكبار.

يساعد التلفزيون المدرس في عمله بالمدرسة من خلال عملية الشرح والإيضاح واستخدامه للخرائط والصور وعرضها على الشاشة، فهذا له تأثير كبير في توضيح المادة التعليمية وجذب انتباه الدارسين.

الوظيفة الاجتماعية والنفسية :

يمكن اعتبار التلفزيون أداة اجتماعية تساهم في توحيد المجتمعات من خلال توحيد الأفكار والمشاعر الأساسية بين الناس، وتوحيد عاداتهم، تقاليدهم، قيمهم وأنماط سلوكهم إذ أن هذا يؤدي إلى خلق التماسك الاجتماعي، ويعزز التجانس ووحدة المجتمعات نظرا لتعرضهم إلى نفس المؤثرات مما يؤدي إلى تقاربهم في الأفكار والمعايير والسلوكيات، فمن هذا المنطلق يصح القول بأن التلفزيون أداة اجتماعية¹.

كما يتفق علماء الاجتماع وعلماء النفس الاجتماعي على أن التلفزيون يلعب دورا مهما وأساسيا في عملية التنشئة الاجتماعية وتغيير السلوك الاجتماعي لأنه يرتبط بالحياة البيئية فيكسب المشاهد المواقف.

والقيم والتقاليد والمعايير الاجتماعية من الزمن، وإنما تتكون من خلال تراكم التأثيرات وتكرار الآراء والممارسات من برنامج من برنامج آخر².

¹ محمد حميد كاظم الطائي، الفنون الإذاعية والتلفزيونية وفلسفة الإقناع، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر الإسكندرية، 2007 ص 91.

² نبيهة السامرائي : مرجع سابق ص 115.

الوظيفة الترفيهية :

وتعني الفرد في الهروب من المشكلات والخلود إلى الراحة وملء الفراغ.

أصبحت هذه الوظيفة تسيطر على الحياة العربية وذلك بسبب الاتجاه التجاري لمعظم القنوات الفضائية التي يطغى مفهوم ثقافة الترقية على معظم برامجها¹.

وتحتل الجوانب الترفيهية قدرا كبيرا من فكر رجال التلفزيون اليوم، وبطلة الإشهار الأغاني، المسرحيات هذه الوظيفة لا تقل أهمية عن سابقتها لأنها تشاركها في غاياتها وهي وظيفة تثقيفية وتعليمية وتربوية وإعلامية في آن واحد ولكن في قالب طريف ومستمر وغير مباشر².

الوظيفة الخدمائية :

وتتمثل هذه الوظيفة في ما يقدمه التلفزيون من نشرات جوية ومعرفية لأحوال الطقس ومعرفة الوقت والاستشارة القانونية والطبية³.

المطلب الرابع : إيجابيات التلفزيون

- التلفزيون أداة فعالة في تنشيط الاقتصاد من خلال الإعلان والدعاية الاقتصادية.
- التلفزيون أداة اجتماعية مهمة يجسدها دوره في التوعية والتثقيف والتعبئة الجماهيرية.
- التلفزيون أداة تنموية مهمة تتميز عن بقية وسائل الإعلام الأخرى بالعديد من الخصائص الفنية سيما وأن له تطبيقات ناجحة تعكسها التجارب التي طبقت في عديد البلدان كفرنسا واليابان والهند والصين، مصر وساحل العاج.
- يحقق التلفزيون من خلال برامجه المختلفة التعاون الاجتماعي بين الجماهير كما أنه يزيد من التعاون والترابط الأسري وقلة الفراغ بين أفراد الأسرة من خلال عملية المشاهدة الجماعية.
- يسعى التلفزيون لنشر الإنتاج الفكري في كافة التخصصات المختلفة والتي تخدم الطاقات الإبداعية التي تسير بالمجتمع نحو النمو والتطور¹.

¹ صلاح محمد عبد الحميد، الإعلام الجديد، ط 1 مؤسسة طيته للنشر والتوزيع، القاهرة، 2012 ص 45.

² ياسر خضير، الاتصال الدولي والعربي مجتمع المعلومات ومجتمع الورق، ط 1، دار الشروق للنشر والتوزيع، 2010، ص 273.

³ الدسوقي إبراهيم، وسائل و أساليب الاتصال الجماهيري والاتجاهات الاجتماعية تحليل نظري، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الإسكندرية ص 121،

يساعد التلفزيون في تبادل المعلومات والآراء وتلاقى الأفكار في مختلف جوانب الحياة من خلال عملية الحوار والجدل والمناقشة وتوضيح وجهات النظر مما يزيد من القدرة المعرفية وتطور الوعي الاجتماعي في المجتمع.

- يعد التلفزيون أداة أساسية مهمة لأنه يساهم في تعميق الممارسات الديمقراطية من خلال تعريف الناخبين بالمرشحين وإنجازاتهم ومؤهلاتهم العلمية ومكانتهم الاجتماعية.

المطلب الخامس : سلبيات التلفزيون

يحتوي التلفزيون على مجموعة من المميزات وأهمية كبيرة وبالمقابل لديه مجموعة من الأضرار نوجزها فيما يلي :

أورت التلفزيون للمشاهد طابع السلبية وذلك من خلال تلقي المشاهدين للمعلومات والبرامج التي يبثها لساعات طويلة أثر على وقت القراءة والتحصيل والاجتهاد الفكري وهو بذلك يستفيد جهد المتلقي حيث أنه يقيد لساعات طويلة بمتابعة برامجه².

هناك أضرار صحية يسببها التلفزيون للعيون وأعضاء الجسم الأخرى وأولى المتضررين هم الأطفال خاصة وأن بعض البرامج متخصصة لهم تروج لسلوكيات تقدم على الخداع والعنف فتثير الخوف في نفوس الأطفال وتشعرهم بالقلق مما يؤثر على نموهم العقلي والبدني³.

ويعرضه للعنف وبعض الصور السلبية ينقل للجيل الناشئ أفكار قد تؤثر على تفكيرهم وتجرح بهم أحيانا نحو الجريمة وتقليدها عن طريق ما يشاهدونه من مشاهد إجرامية في التلفزيون.

وأفادت دراسة بريطانية أن مشاهد العروض التلفزيونية العنيفة بما في ذلك الأفلام تجعل خاصة الشباب أكثر عرضة للتصرف بشكل عدواني وكشف نتائج الدراسة التي استغرقت 15 عام أن برامج التلفزيون تؤثر في سلوك الشاب بعض النظر عن البيئة الأسرية التي يعيش فيها⁴.

سعت العديد من القنوات الفضائية وخاصة الغربية إلى تشويه الشخصيات في التاريخ الإسلامي والعربي، من خلال عرضها لأفلام ومسلسلات وبرامج ذات مضامين تثير الشك في عظمة

¹ فؤاد شعبان عبيدة صيطي : تاريخ وسائل الاتصال وتكنولوجياته الحديثة ،دار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2012 ص 140،141.

² محمد حميد كاظم الطائي، مرجع سبق ذكره ص 82، 83.

³ محمود حسن اسماعيل : مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، ط 1، دار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، 2003 ص 170-179.

⁴ فؤاد شعبان، مرجع سابق، ص 80.

التاريخ العربي الإسلامي في عقول الجيل الجديد وانعكس ذلك سلبا على الروح المعنوية للإنسان العربي المسلم خاصة عندما أصبحت أغلب القنوات الفضائية الغربية تروج لطاهرة أسمتها بالإرهاب وأصقتها بالعرب والمسلمين¹.

يؤثر التلفزيون على دماغ الإنسان، حيث يرى خبراء "شركة جيزال الكتريك" أنه وبعد نصف دقيقة من المشاهدة يبدو المخ وكأنه نائم "وهنا يكمن الخطر فالمخ شبه نائم ليس بمقدورة أن يعي ما يشاهده وما يبث له من أفكار من خلال متابعة برامج أو حصة معينة².

أظهرت الدراسات أم مشاهدة التلفزيون يسبب تلفا دائما لدى البصر لدى الأطفال ويسبب أيضا ظهور مرض التوحد لديهم في مراحل مبكرة من الطفولة، بالإضافة لكونه يربك دورات النمو لديهم خاصة منهم الرضع حديثي الولادة ويدفع معدل احتمال الإصابة بمرض السكري.

يؤثر التلفزيون على العلاقات الاجتماعية بما تتضمن هذه العلاقات من روابط أسرية صلة الرحم، زيادة الأقارب، عيادة المريض، التلفزيون أثر على هذه الروابط من خلال استحواذة على الوقت الذي كان مخصصا لها، وهذا تؤكد دراسة علمية أجريت على المجتمع الأردني والتي أكدت بأن 72,4% من الذكور و 52,5 من الجامعيين يرون بأن التلفزيون قد يقلل من عادات التزاور بين الناس³، كما أن إضاعة الوقت تسبب في إشاعة الكسل وتعطيل الإنتاج وصرف الطلبة عن الدراسة⁴.

ما يأخذ عليه أيضا هو تضييع بعض المشاهدين لصلواتهم وعدم أدائها مع الجماعة بسبب الانشغال لما يعرض من برامج مغربية وقت الأذان والصلاة كمباريات كرة القدم.

رغم كل ما ذكر سابقا إلا أن التلفزيون قد يكون نقمة أو نعمة وذلك حسب التعامل معه.

¹ محمد حميد كاظم الطائي : مرجع سابق، ص 81.

² سامي محسن ختاتنة أحمد عبد اللطيف أبو سعد، مرجع سبق ذكره ص 46، 47.

³ لمياء طالة، مرجع سابق ص 148.

⁴ سامي محسن ختاتنة مرجع سابق ص 423.

المبحث الثاني : البرامج التلفزيونية

المطلب الأول : مفهوم البرامج التلفزيونية

البرامج التلفزيونية هي المادة التلفزيونية المتنوعة من البرامج الإخبارية والاجتماعية والثقافية والدينية والتعليمية وغيرها مما يعرض على شاشة التلفزيون¹.

البرنامج التلفزيوني يعرف وفقا لنظريات الاتصال لفاروق ناجي محمود أنه فيه :

- الرسالة : وبما أنها رسالة فهذا يعني أنه يجب أن يكون هناك :
- مرسل : يقوم بتحرير الرسالة وإرسالها إلى :
- مستقبل : يقوم باستلام هذه الرسالة التي يجب أن ترسل عبر وسيلة ما أي قناة : يتم من خلالها إيصال ما حرره المرسل في رسالة لكي تصل إلى المستقبل أي قناة الاتصال وقناة الاتصال في البرنامج التلفزيوني هي الصوت والصورة المتتابعان فيما يسمى تعلم يوصل إلى المستقبل عبر أجهزة البحث الموجود في المحطات التلفزيونية وأجهزة الاستقبال الموجودة عند المستقبل إذا فإن العناصر الرئيسية للبرنامج التلفزيوني وفقا لما تحدده نظريات الاتصال هي :

رسالة من مرسل قناة إلى المستقبل، ولغرض تحقيق الأهداف في المستقبل من قبل المرسل لا بد أن يكون المرسل قادرا على إيصال الرسالة التي تستغرق زمنا قد يصل إلى ساعة أو أكثر حسب البرنامج التلفزيوني كاملة أي عليه أن يجعل المستقبل مستعدا لاستلام الرسالة عبر زمنها دون أن يعرف عنها².

¹ سكيمة خضرة وحبوسي صليحة، مشاهدة البرامج التلفزيونية العنيفة وعلاقتها بظهور العدوانية لدى تلاميذ السنة الأولى متوسط (9-12)، جامعة أكلي محمد ولحاج، تخصص علم النفس المدرسي، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، البويرة 2013، ص 28.

² فاروق ناجي محمود، البرنامج التلفزيوني، كتابته ومقومات نجاحه، دار الفجر للطباعة والنشر، ط 1، بغداد، 2007، ص 17.

المطلب الثاني : أنواع البرامج التلفزيونية

يتم تصنيف البرامج التلفزيونية إلى عدة أنواع من بينها التصنيف الأول الذي يعتمد على المعايير الآتية¹ :

- حسب الوظيفة أو الهدف : وتتكون هذه الوظيفة من عدة أنواع هي الوظيفة الإخبارية، الترفيهية، الثقافية، الرياضية، العلمية.
- حسب الجمهور : ويتكون هذا المعيار من الفئة التي يوجه إليها البرنامج ومنها كافة شرائح المجتمع، إلى فئة الأطفال، الشباب، النساء، النخبة ... إلخ.
- حسب دورية البث : فهي القدرة التي يتم عرض فيها البرامج وهي : برامج الصباح، برامج الظهيرة، برامج المساء، برامج السهرة ... إلخ.
- حسب الشكل والقالب الفني : ويكون هذا التصنيف من أهم الأنواع لأنه يمثل المدخل الذي يسهل دراسته البنية الأساسية للبرامج التلفزيونية مثل تكونه من شكل الحديث أو الحوار التحقيق وغيرها من الأنواع.
- حسب اللغة المستعملة : وتكون اللغة المستعملة حسب المجتمع منها اللغة العربية الفصحى، اللهجة العامة، اللغة الأجنبية أو اللغة الأجنبية المترجمة ... إلخ.

وهناك تصنيف آخر للبرامج التلفزيونية وتكون أنواع كالتالي² :

- **البرامج السياسية** : إن البرامج السياسية في عالم الفضائيات والإعلام شغلت شريحة كبيرة من المشاهدين في العالم وهذه البرامج تشبع حاجة الإنسان للفضول المعرفي السياسي، وتولد فيه موافق محددة يقتنع بها ثم يقوم بالدفاع عنها، إن ما يميز البرامج من هذا النوع هو أنها تدافع عن القضايا الوطنية وتحاول تسليط الضوء عما يدور من أحداث سياسية للبلاد وعلى هذا الأساس تبدو مسؤولية القائمين على إنتاج البرامج السياسية والحوارية

¹ اسامة ظافر كباره، برامج التلفزيون و التنشئة التربوية و الاجتماعية للأطفال، ط 1، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2003، ص 235.

² عبد الرزاق محمد الدليهي عولمة التلفزيون ط 1، دار جوبر للنشر، عمان، 2005 ص 18، 19.

وغير الحوارية أكبر بكثير رغم تضافر جهود البرامج لإيصال حالة المشهد السياسي. وهذه المسؤولية تدفعنا إلى طرح مجموعة من التساؤلات حول الأساليب المتبعة سواء كانت هناك شفافية أم لم تكن.

البرامج الحوارية : وهي أكثر البرامج التلفزيونية انتشارا حيث ينقسم هذا النوع من البرامج إلى ثلاثة أقسام وهي¹ :

حوار الرأي : وهذا النوع يعتمد على استطلاع رأي شخصية معينة في موضوع ما.

حوار المعلومات : وهذا النوع يهدف إلى الحصول على المعلومات وبيانات تخدم هدفا معينا.

حوار الشخصية : هذا القالب يهدف تسليط الضوء على شخصية ما وتقديم الجوانب المختلفة منها للمشاهد ويعتمد نجاح هذا النوع من البرامج على اختيار الشخصية المناسبة ومدى كفاءة مدير الحوار وطريقة صنع الأسئلة بحيث تكون مباشرة وبسيطة في نفس الوقت قوية وواضحة، لا تكون مما يحتمل الإجابة بنعم أو لا، ولكن يفضل أن يبتعد المعد عن الأسئلة الإيمائية التي تتضمن في طياتها الإجابة التي يجب أن يرد بها المضيف ومن المهم أن يستفز المعد الشخصية ويجري معها بأسئلة تجعله يقدم معلومات جديدة ومشوقة وآراء مهمة يبقى هناك عوامل معنية تساعد على نجاح البرنامج في كل قالب من هذه القوالب منها جدية الفكرة واحتياج الناس للموضوع، وتنوع المصادر وتكاملها بحيث تعبر عن كل الاتجاهات المرتبطة بالظاهرة ودقة المعلومات الكافية عن الشخصية أو الموضوع الذي يساعده وفريق العمل المتعاون معه على إخراج العمل بالشكل الذي يخدم العرض الذي قام من أجله².

برامج كوميدية : وهذه البرامج تختص بمواضيع الاستراحة والموافق المضحكة والمسلية.

برامج تثقيفية : هذه البرامج تقوم على أسس فنية من نشرات إخبارية ولقاءات ومقابلات أخرى والأخبار والمستجدات الفنية.

برامج الأطفال : وهذه البرامج تختص بفئة الأطفال نتن تابعة ودراسة الطفل لأنهم أكثر الفئات حساسية ويتعين أن يتم إخضاع كافة البرامج الموجهة لهم للبحث والدراسة قبل بثها.

¹ عبد المجيد شكري، تكنولوجيا الاتصال الجديدة في إنتاج البرامج في الراديو و التلفزيون، ط، دار الفكر العربي، القاهرة ص 130.

² عبد المجيد شكري، مرجع سابق، ص 130.

برامج اجتماعية : هذه البرامج تخص كافة شرائح المجتمع وهناك أخرى مثل : المسلسلات، الدراما، برامج رياضية، دينية، وبرامج تثقيفية.

المطلب الثالث : مراحل إعداد البرامج التلفزيونية

تمر عملية التخطيط لإعداد البرامج التلفزيونية بخمسة مراحل أساسية وهي ¹ :

- **الفكرة الأساسية (الموضوع) :** يستطيع المعد من خلال المعاشية الكاملة للواقع المحيط به وإحساسه بمشكلاته وقضاياها واهتمامه أن يدمج الأفكار التي تتناسب مع سياق البرنامج الذي يعده وتعتبر المتابعة الدائمة لوسائل الإعلام المختلفة وقراءة الكتب والدراسات التي تقوم بها مراكز البحوث والجامعات كل هذه تمثل روافد مهمة لخلق أفكار جديدة لأن الفكرة هي رأسماليه المعد.

ولا بد للفكرة المختارة أن تهم الجمهور المستهدف وتثير انتباهه وتمس مشكلاته وأن تتناسب الفكرة مع موضوع البرنامج واهتماماته المعد وأن تكون الفكرة أخلاقية بمعنى أنها تحترم أخلاقيات المجتمع وقيمة وعاداته.

- **تحديد الغرض :** يتراوح غرض البرنامج بين الإعلام أي تقديم المعلومات لجمهور المشاهدين أو لفئة منهم ويتضح ذلك أكثر من خلال النشرات والبرامج الإخبارية التثقيفية، كالبرامج السياسية، أو الدينية و الاجتماعية والترفيهية، كالبرامج الرياضية/ برامج المنوعات أو التوجيه والتعليم كالبرامج الصحية، الزراعية.

- **البحث العلمي أو جمع المادة العلمية :** مرحلة البحث العلمي أو جمع المعلومات وتبدأ هذه المرحلة بعد الاستقرار على الموضوع أو فكرته الأساسية وتحديد الهدف منه، هي قد تمتد حتى المراحل الأخيرة لتنفيذ البرامج التلفزيونية من خلال الكتب والمراجع، والنشرية والصحف، شبكات المعلومات الدولية (الانترنت)².

- **كتابة السيناريو :** يعرف كتاب ومعدو البرامج التلفزيونية شكلين للسيناريو التلفزيوني :

¹ عبد النبي صورية، دور قناة الشروق العامة في معالجة القضايا الاجتماعية في الجزائر، دراسة تحليلية لبرنامج افتح قلبك، مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام والاتصال، جامعة عبد الرحمان ابن باديس، 2017-2018
² زكرياء عبد العزيز محمد : التلفزيون والقيم الاجتماعية للشباب والمراهقين الطبعة الأولى، مركز الإسكندرية للكتاب مصر، 2002، ص 53.

أولهما : النصوص الكاملة وهي التي تستخدم عادة في البرامج الدرامية، حيث يكون بوسع الكاتب أن يتحكم في كل عناصرها، ويحدد كافة تفاصيلها من البداية حتى النهاية، أما الشكل الآخر فهو النصوص غير الكاملة، في هذا النوع لا يستطيع الكاتب أو معد البرامج التلفزيونية أن يتحكم في كل عنصر من البرنامج، ومن ثمة يقتصر المطلوب منه على مجرد تحديد الخطوط الرئيسية للبرامج والنقاط أو الجوانب التي يلتزم بها الأشخاص المشاركون فيه.

وقد جرت العادة أن يكتب السيناريو الكامل أو شبه الكامل في شكل عمودي تنقسم الصفحة إلى قسمين أو على النحو التالي¹ :

القسم الأول : يكون على يمين الصفحة ويشمل ثلث المساحة فقط ويخصص للصورة أو المرئيات فإن هذا القسم يشمل عادة العناصر التالية :

المناظر والديكورات، والأشخاص، وسائل الكائنات الحية، والإكسسوارات وشرح ما يجري من أحداث والحركة والمادة العلمية والشرائح واللوحات وكافة وسائل الاتصال المرئية.

القسم الثاني : يقع على يسار الصفحة ويشغل المساحة المتبقية وحتى ثاني الصفحة يخصص للصوتيات كالحوار والتعليق والمؤثرات الصوتية.

الاتصال والتنسيق : وهي المرحلة التي تعتبر الممارسات النهائية لإعداد البرامج التلفزيونية بالمصادر والتأكيد معهم على ميعاد التصوير والتنسيق مع فريق العمل كالمخرج ومقدم البرنامج والتواجد في مكان التصوير لمتابعة سير العمل وفق الطريقة المتفق عليها.

المطلب الرابع : مكونات البرامج التلفزيونية

من خلال مفهوم البرنامج التلفزيوني نرى أن البرنامج يحتوي على معلومات أي موضوع يجب أن ينقل من المرسل إلى المستقبل هذا الموضوع هو ما يستصلح عليه بالمحتوى وهذا المحتوى يجب أن يضمن أهدافا يريد المرسل تحقيقها في المستقبل وهو ما يستصلح عليه بالأهداف كما أن عملية نقل الموضوع يحتاج إلى أساليب محددة يستصلح عليه بالطريقة الغرض تحقيقها الأهداف يجب أن تكون مبنية لتلائم ميول ورغبات المستقبل وقدراته العقلية ويستصلح على ذلك بطبيعة المستقبل. ولهذا سنستخلص أن مكونات البرنامج التلفزيوني هي :

¹ سورية عبد النبي، مرجع سابق، ص 58.

1- طبيعة المستقبل

2- المحتوى

3- الهدف

4- الطريقة

ومن بديهيات الأمر أن أي أمر لا يكتمل إلا بتوفير مكوناته لذا فإن البرنامج التلفزيوني لا يكتمل من غير هذه الأربعة¹.

المطلب الخامس : القيم المطروحة في البرامج التلفزيونية

مع زيادة الاهتمام الجماهيري بالجهاز المرئي بدأ العلماء بدراسة أنماط محددة من السلوك الاجتماعي للشباب وأثر التلفزيون فيما مثل مساعدة الآخرين والتعاون، للصداقة، المثابرة في العمل ولكن رغم أهمية هذا الموضوع إلا أن الدراسات حول لا تزال قليلة وفي بداياتها متواضعة وقد انصبت الآراء والكتابات حول توظيف المسألة في إطارها العام ويبقى الجانب التحليلي الدقيق من المراحل الأولى والذي يحتاج إلى مزيد من الجهد والوقت والفهم العميق .

تكمن الصعوبة في كثرة القيم الموجودة التي يكمن الاختبار على أساسها وهنا يجب أن يبذل المجتمع والأسرة جهداً ليزودوا هذه (الفئة) الشباب بمعايير المعرفة للذوق والإحساس وقبل كل شيء عليه أن يعبر عن اختياره بأمانه وأن يحتفظ بحيويته وقدرته على النقد.

وحول الأخطار التي أثارت مخاوف حقيقية على مصير قيم التقارب الأسري داخل البيت الواحد أشارت الباحثة الكندية تاجرت "أن التلفزيون لا يقرب بين أعضاء الأسرة، ما عدا ماديًا، وقد تبذرت تلك الساعات التي كانت تقضيها الأسرة في تبادل الخبرات والأفكار والآراء لأنها أصبحت ساعات الذروة لمشاهدة التلفزيون.

أما مجرد التجمع المادي لأفراد الأسرة في مكان واحد لأنه يعتبر كافياً للتقارب الاجتماعي والأهم من ذلك القيم التقليدية التي تبثها الأسرة لشبابها أخذت في الضمور والاضمحلال لتخل محلها قيم تلفزيونية مشتقة من مسلسلات العنف والجريمة وهي دائرة ضخمة من الآثار الوخيمة ذات

¹ سكيمة خضرة وحبوس صليحة مرجع سابق، ص 18، 19.

الحلقات المتصل بها يصنعها التلفزيون كل يوم، ويتشبع أفراد الأسرة بهذه القيم ويصبحون رعاة لها¹.

وعلى مستوى العالم العربي فقد أبدى الكثير من الكتاب انتقادات واضحة حول مجموعة القيم التي تبرزها البرامج التلفزيونية، فانطلاقا من أجواء التأثير بالإنتاج العالمي في مضامين البرامج التلفزيونية وأساليب الوصف فيها، ويبدو جليا أن العديد من البرامج التي يعرضها التلفزيون لا تعبر بصورة أو بأخرى عن قيمنا الأخلاقية وأعرافنا الاجتماعية السائدة في مجتمعنا خاصة، والمجتمعات العربية بصفة عامة ويوجد العكس كبرنامج للعائلة الذي يروج لمختلف الأخلاق الإيجابية والسمات التي يجب أن يتصف بها شبابنا لاعتباره نعمة تعود على المجتمع بفوائد إلا إذا ما استطع توجيهها صحيحا².

¹ حنان قندوزي، دور البرامج التلفزيونية الاجتماعية في توجيه سلوك الشباب الجزائري، دراسة ميدانية على عينة من شباب ام البواقي، برنامج خواطر انموذجا، اطروحة مقدمة لنيل شهادة الماستر في علوم الاعلام و الاتصال، كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية، جامعة العربي تبسي، ام البواقي، 2016-2017، ص 37.

² اسامة طافر كباره، مرجع سبق ذكره، ص 235.

خلاصة الفصل :

التلفزيون التقنية الأكثر جماهيرية والأكثر اعتمادا، رغم ظهور وسائل تكنولوجيا أخرى أكثر تطورا كالأترنت والتلفون الذكي وذلك لسهولة الحصول عليه من قبل الفرد من جهة وما يدمجه من حواس مختلفة كالروية والقراءة والسمع في آن واحد مع سهولة الاستخدام من جهة أخرى وهذا ما شكل عنصر جذب هام للإنسان من أجل قضاء الأوقات أمامه وللحصول على التسلية أو مواكبة أحداث العالم وأحداث مجتمعه وفق ما يتمتع به التلفزيون كمرسل، وما يقوم به من وظائف متنوعة يحققها للمتلقي، فالتلفزيون وظيفة محورية تجعل منه أهم وسيلة إعلام على الإطلاق فضلا عن كونه آلية تثقيف وترفيه وتسلية وتربية فإنه بلا شك الوسيلة الإعلامية الحية بلا منازع التي لا يمكن أن تجاريها أو تنافسها أي وسيلة أخرى سواء كانت مسموعة (إذاعة) أو مقروءة (جريدة) أو "مرئية" بحكم مدى تأثيرها على الرأي العام لأن رسائله سهلة الهضم في وعي المتلقي و تمكنه من التعشيش في الأوعية والتفريخ في سلوكياته وعليه يمكننا أن نبين أثره الكبير في عملية التغيير داخل المجتمع الواحد. كما يعتبر التلفزيون أهم مصدر لنقل المعايير القيمية تجاه المشاهدين بممارسة لسلطته بطريقة عفوية بما تدمجه البرامج التلفزيونية في ذهنه وهذا ما يجعله أداة تحديد وتغيير للمواقف والمعايير القيمية بفضل الأطر الثقافية سواء المادية، التكنولوجية منها أو المعنوية ضمن مواده وفي صلب سياسة الإعلامية المضمرة اتجاه المجتمع المنطلق منه.

الفصل الثاني : ماهية الإعلام الاجتماعي والبرامج الاجتماعية

تمهيد

المبحث الأول : ماهية الإعلام الاجتماعي

المطلب الأول : مفهوم الإعلام الاجتماعي

المطلب الثاني : مستويات الإعلام الاجتماعي

المطلب الثالث : شروط الإعلام الاجتماعي

المطلب الرابع : الآليات المتبعة في تحديد مسار والبرامج الاجتماعية

المبحث الثاني : ماهية البرامج الاجتماعية

المطلب الأول : مفهوم البرامج الاجتماعية

المطلب الثاني : خصائص وسمات البرامج الاجتماعية

المطلب الثالث : كيفية إعداد البرامج الاجتماعية

المطلب الرابع : تأثير البرامج الاجتماعية

خلاصة الفصل

تمهيد :

تعتبر عملية ترسيخ القيم ا من بين الأهداف الأساسية التي يسعى إليها الإعلام بمختلف وسائله المعروفة وذلك يتجلى في أحداث مصطلح الإعلام الاجتماعي حيث تعوض وسائل الإعلام في عمق المجتمع باحثاً عن الظواهر السلبية التي تمس مختلف شرائح المجتمع لتستعمل كوسيط لنقلها إلى المختصين للبحث عن علاج لها.

ومن أبرز وسائل الإعلام التي نعتد عليها للوصول لغاية تقويم السلوك الفرد والمجتمع لتحقيق تنمية اجتماعية بدون منازع، هو التلفزيون وذلك لانتشاره الواسع بين الناس لذا يستغل لتحقيقها ببثه برامج اجتماعية ومواد إعلامية اجتماعية بمختلف أشغالها محاولة استهدافها الفرد ضمن المجتمع فلا تقف عملية ترسيخ القيم عند مرحلة معينة بل تطال كافة المراحل العمرية فلكل مرحلة خصائصها في هذه العملية، وكلها تأخذ بعين الاعتبار الأعداد والتصميم البرامج الاجتماعية، وهذا ما سنتعرف عليه في فصلنا هذا بالتطرق إلى ماهية الإعلام الاجتماعي والبرامج الاجتماعية حيث قسمناه إلى مبحثين وكل مبحث جزأناه إلى أربعة مطالب ففي المبحث الأول تناولنا ماهية الإعلام الاجتماعي من حيث مفهومه، مستوياته، وشروطه، وأخيراً الآليات المتبعة في تحديد مسار البرامج الاجتماعية أما المبحث الثاني فتناولنا فيه ماهية البرامج الاجتماعية من حيث المفهوم، خصائصها وسماتها إضافة إلى كيفية إعدادها وأخيراً تأثيرها.

الفصل الثاني : ماهية الإعلام الاجتماعي والبرامج الاجتماعية

المبحث الأول : ماهية الإعلام الاجتماعي

المطلب الأول : مفهوم الإعلام الاجتماعي

يمكن تحديد الإعلام الاجتماعي كنسق فكري وعلمي ويبحث عن القي بالإنسان (فردا أو جماعة) كفاعل أو كمضمون للاتصال، وهذا التعريف يحيلنا في البداية على التصور الفلسفي للإنسان والمجتمع، والذي يهدف إلى وضع الأفراد والمجموعات الاجتماعية في علاقات بعضهم مع البعض الآخر، ومن منظور الاستقلالية والمسؤولية وبشكل ملموس يبدو أن الإعلام الاجتماعي هو الفرصة للمجتمع المدني ليقدم مختلف مكوناته¹.

ليتعرفوا بعضهم على بعض ويتحاوروا فيما بينهم وهو الإمكانية المفتوحة لكل مواطن أو مجموعة من المواطنين للدخول بحرية وبفعالية الاتصال مع أي مواطن آخر أو مجموعة أخرى في جو من التسامح والاحترام المتبادل.

المطلب الثاني : مستويات الإعلام الاجتماعي

أ- المتلقي هو شريك

يمكن أن تؤول هذه الروحية للإعلام الاجتماعي الفعلي إلى عدة مستويات :

- البحث عن التفاعلية الحقيقية، سواءا كانت عن قرب أو من خلال الميديا.
- تكمن ميزة الإعلام الاجتماعي بأبعاده أي مشكل من التنظيم الذي يحبذ العلاقات ذات الاتجاه الواحد، لأن الانخراط بعلاقة تفاعلية يفترض توفر عدد من الشروط.
- يعتبر متلقي الرسالة شريكا جديرا باستقلاليته وليس متلقيا سلبيا وطيعا إراديا.

¹ القادري عيسى نهود : قراءة في ثقافة الفضائيات العربية ، تخدم التفكير مركز دراسات الوحدة العربية بيروت، 2007، ص 231.

- الحوار يتم بالتساوي على صعيد وسائل وإمكانيات التغيير وفي حالة اللاتوازن الطرف غير المحيطي من التدريب أو على الأقل من المساعدة التقنية.
- لكل محاور الخيار بأن يجب بطريقة لا تكون مقبولة سلفا من المرسل والناقل أو الوسيط أو الوسيلة الاتصالية، وهذا ما يجرد الاتساق شبه التفاعلية مت أهليتها التي تقتضي إعطاء الانطباع بالتحاور، إذ يكفي الضغط على زر معلوماتي للحصول على جواب المبرمج مسبقا.
- الاتصال يتم دون وسيط، وإذا تم اللجوء إلى وسيط أن الوسيلة الاتصالية وهذا ما يجرد الأنساق شبه التفاعلية من أهليتها التي تقتضي إعطاء الانطباع بالتحاور، إذ يكفي الضغط على زر معلوماتي للحصول على الجواب المبرمج مسبقا.
- الاتصال يتم دون وسيط وإذا تم اللجوء إلى وسيط لأسباب تقنية فإن هذا الأخير يجب ألا يشكل عائقا للحوار، بل على العكس يجب أن يكون في خدمته، وفي إطار الحوار لا شيء يرضي طلبات المحاور لكن الحد الأدنى من الإجابة تقتضي إعطاء فعل لكلام آخر.

ب- الاتصال البديل يركز على مجموعة من القيم الأخلاقية :

قد تكون هذه المعايير المذكورة أعلاه ذات صفة انتقالية، وهي تعود إلى مثاليات فطمح إلى الوصول إليها أكثر ما تعود إلى وقائع يومية معيشية، بما فيها داخل الأجهزة الإعلامية نفسها التي تقول أنها : أجهزة اتصال اجتماعي، لأن الحياة التعاونية التي يمكن أن تكون مصدرا غنيا لتجديد الحوار الاجتماعي توشك أن تفترك من المخاطر الممارسة المتصلة وممارسة اللغة الخشبية.

ففي العلاقة مع الشركاء وبعيدا عن المتطلبات الأخلاقية التي تبرز فردانيته يبدو أن للاتصال الاجتماعي مهمة تتمثل في وضع الأفراد المهمشين والمجموعات في علاقة اتصال فيما بينهم، وذلك لتحسين الشراكة والمساهمة في إغناء النسيج الاجتماعي. وبهذا فإن الاتصال الاجتماعي يمثل رهانا¹ استراتيجيا فهو لا ينفصل عن التنشيط الاجتماعي المحلي والبلدي، إذ انه في احترام الحميمية والحرية الشخصية لكل فرد، يقوم المنشط الاجتماعي أو الوسيط أو المنتخب بتسهيل التبادل من أجل بلورة مشاريع مشتركة، وهذا الهدف التوسطي يقع في قلب تجاوب الحوار ما بين الثقافات والاثنيات التي تتعايش وهي تتصادم وتتجاهل بعضها البعض.

¹ القادري عيسى نهود، مربع سابق، ص 232.

ويرتدي الحوار أبعادا فعلية، كمثل اللقاءات الودية والأعمال المشتركة، وكذلك أبعادا اتصالية (ربورتاجات و مقالات تحسيسية).

المطلب الثالث : شروط الإعلام الاجتماعي

ومن أهم شروط الإعلام الاجتماعي احترام الجمهور والبحث عن تفاعلية حقيقية معه ميثم تقويم الإعلام الاجتماعي تبعا لعدة معايير :

- احترام الجمهور والنظر إليه على أنه اتصال وليس مجرد مستهلك بسيط للإعلام.
- البحث عن تفاعلية حقيقية (مشاركة الجمهور في فعل الاتصال).
- نظرة مختلفة أو بديلة للحياة السياسية والثقافية والاجتماعية.
- أنماط معالجة إعلامية تخرج عن الأمور المطروحة.
- هاجس تربوي يسعى ليكون الجمهور شريكا مستقلا فمتحملا لمسؤولياته.
- انتباه خاص معطي لأخلاقيات الاتصال مستندا إلى الشرعية الأخلاقية الخاصة إذ يبدو الاتصال الاجتماعي من هذا المنظور كنمط من العلاقة يمكن أن يعزز القيم التالية :
- البحث عن استقلالية المحاور
- احترام الأخلاقيات
- الحرارة في العلاقات
- التبادل المعاكس لكن واقع الحال يقول غير ذلك لماذا ؟

وإذا كان الاتصال الاجتماعي يريد أن يشغل المكان الذي يعود له في قلب الاتصال المؤسساتي والإعلامي، ويبدو من الضروري وضع استراتيجية تنموية وتحفيزية تمر بالمراحل التالية :

- متابعة جهودا الاتصال الداخلي أو المجتمع المدني.
- تشجيع البحث حول مساهمة اتصال القطع الثالث في علم الاتصال بشكل عام، ومساهمة الاتصال التعاوني في إشكالية الاتصال الاجتماعي.

- توسيع دائرة الوصول إلى الميديا¹.

والقطاع الثالث بحاجة إلى الوصول إلى الميديا كي يعرف عن نفسه بالتسلل من خلال وسائل الاتصال الكبرى، وإما من خلال تطوير قطاع إعلامي مستقل، وكي يتمكن من تحقيق أهدافه عليه تحقيق عنصرين أساسيين هما :

التلقي التقني للرسالة وفعاليتها، لأن الاتصال يهدف إلى تغيير إما الاستعدادات والميول والفكرية وإما إلى تغيير السلوكيات، أي الانتقال إلى الفعل، وذلك بحث المتلقي إما على الانضمام إلى السجل المعرفي، وإما الانضمام إلى السجل العاطفي لأن الرسالة في الواقع، وحتى وإن كانت تحمل إعلانا تافها، فهي ليست أبدا محايدة، لا للمرسل ولا للمتلقي، بل إن الجانب المعرفي والجانب العاطفي يشكل جزءا أساسيا من كل اتصال ذي هدف، حيث أن النتيجة المراد الوصول إليها من قبل الإعلام والإقناع بوعي أو بلا وعي، تعود إلى مجالي المعرفة والعاطفة، وفي نسب مختلفة من رسالة إلى أخرى.

ويمكن أن نستعين بنموذج برنامج من برامج "التوك شو" الاجتماعي على شاشات الفضائيات العربية حيث كان يبث على شاشة "الجزيرة" تحت عنوان : للنساء فقط إذ أننا حاولنا في ضوء هذه المعطيات لرصد آلية خطاب هذا البرنامج من خلال عدة الشغل المتمثلة في المقدمة التي تعد للبرنامج، والتقرير المعد حول الموضوع والاتصالات التي ترد إليه وهو يذهب إليها والتحقيق الذي يرافقه أحيانا، ودور مقدمة البرنامج : حجم تدخلاتها وطريقتها في طرح الأسئلة، وردودها على الاتصالات، ومقاطعها للضيوف وترجيحها كفة ضيف على آخر وتجاوزها موضوعات معينة وتوقفها عند أخرى، وإصدارها بعض الأسئلة دون غيرها وتعاملها مع مضامين الاتصالات و طريقة اختتامها للبرنامج وحجم تدخل كل من المدعوين وحجم مقاطعته من قبل المقدمة أو الضيوف الآخرين ومدى تنافره مع طرح مقدمة البرنامج أو توافقه معها، ومدى ذهابه في اتجاه البرنامج أو محاولته أخذ البرنامج في الاتجاه الذي يريده هو، وأين يوفق وأين يتعثر².

¹ نهنود القادري عيسى، مرجع سابق، ص 233، ص 234.

² القادري عيسى نهنود ص 234، 235.

المطلب الرابع : الآليات المتبعة في تحديد مسار البرامج الاجتماعية

من أجل رصد الاتجاهات التي تنحو نحوها خطابات البرامج الاجتماعية والمرجعيات التي تم الاستناد إليها أن كان على صعيد الإدماج الجمعي أو الإثبات الذاتي وذلك من خلال دراسة برنامج للنساء فقط على شاشة الجزيرة وملاحظة برامج أخرى على محطات أخرى فقد وجدنا أن :

- الآلية المتبعة حددت مسار الحلقات بدأت من العنوان الذي كان غالبا بالثنائيات بقصد الإخفاء.
- مروراً بالمقدمة التي تثبت الموضوع وتقول كل شيء قبل البدء بالحوار من خلال الأسئلة الملزمة ومن ثم التقرير الذي يدعم المقدمة من خلال اختيار المكان المتوقع مسبقاً. ماذا يمكن أن يصدر منه من آراء ومواقف تدعم اتجاه البرنامج.
- وإنهائه بتفحظة تجيب عن التساؤلات بشكل إلزامي يستبعد الاحتمالات الأخرى والاتصالات التي طغى عليها اتصال الذكور وتميزت بنفخة دينية قيمته محافظة، مؤدياً دوراً في تدعيم الإنتاج الجمعي وانتهاء باستدعاء الضيفات المشاركات اللواتي إما لا يتكلمن إما لا ينتظر منهن، وإما ضيفات معروف عنهن أن لديهن مشروعاتهن الشخصي في الكلام يستعين لإثبات ذواتهن بشكل يمكنهن من إعطاء أفق للحوار وأحياناً من إضافة جديد وهؤلاء كما لاحظنا لم تتم دعوتهم من أجل آراءهن بذاتها إنما لغاية علائقية أي بمعناه إضعافهن من خلال التهويل في اهتماماتهن ودفعهن إلى القيام بعمليات تبرير ودفاع على طريقة "أخرج فأخرج" أو أن اتجاهاً مطلوب إبرازه ليؤدي الدور العاكس للاتجاه المطلوب الترويج له على طريقة والعكس يعكس حسن الضن لأنه في الإجمال كان المطلوب من الضيوف إخفاء نقاط النقائهم الجوهرية ومسرحية نقاط تباعدن، بما يشبه النيوتوتا ليطارية الجديدة التي لا تتمثل بمنع الحوار، إنما بالإجبار على القيام به، وأخيراً، بالمقدمة التي رأينا كيف وزعت الأدوار بطريقة مسرحية فكانت تعطي الأهمية لفلانة وتستخف بالأخرى تنزعج من هذه، وتعلق على تلك بسخرية وفي الإجمال أدت المقدمة دوراً رائعاً لحفظ النظام الرمزي من خلال البحث عن المشير والمشهدي بما تستدعي المسرحية التي أبرزتها عدة أمور منها :
- صيغ المبالغة.

- الكلمات الاستثنائية التي تولد هلوسات ومخاوف ورعب وتمثلات خاطئة، والجمل الإلزامية والجمل التي لا تحمل الازدواجية¹.

- وصيغ التثمين مقابل السماح بالكلام، والتي تعزز الاندماج الجمعي واختزال الشعوب والآراء إلى صنفين والتحرش من خلال الكلمات، ويتمثل ذلك في تكرارها وجر الخصم إلى استعمالها.

- ووضع الآخر الذي لا يتلاءم مع الاندماج الجمعي في موقع تبريري لإضعافه والاستفادة مما يسمى بصنف اللغة من أجل تصغير الخصم ووضعه في حالة ضعف.

- استعمال كليشيهات وصيغ جاهزة، الأمر الذي يعيق تقدم الحوار الذي يراد له التوقف عند نقطة دون التجاوز إلى نقطة أخرى.

إن هذا النوع من الكلام الانطلاقي البديهي يقفل على الموضوع المطروح، بما معناه أنه يدمر الحوار، يعكس الخطاب الممتدة جذوره المتشعبة آفاقه، الذي يلعب دورا تنمويا، بنائيا، مساهما في استمرارية الحوار وقد رأينا أن المقدمة بين مطرقة المصادقية وسند إن الإثارة فضلت الكلام البسيط الممكن فهمه من الجمهور، والمحرك لمراكز اهتماماتهم والمسرح الذي يثير فضولهم، وليكون الكلام بسيط استعملت كلمات تفيد : لكن وفي حين، وعلى الرغم ... إلخ وكانت تطرح تأكيدا لتصحيحه في ما بعد وتضخم ظاهرة ما لتخطيها فيما بعد، وتستخدم التعاقب في الكلام : إما هذا أو إما ذاك وتقيس حادثة محدودة على الإنسانية وتستخدم المحاجة النمطة ولذلك أمكن لنا الكشف الكبت الذاتي الذي حال دون تقدم الخطاب لقد حجبت المحطة مرجعيتها بمرجعية مطلقة هي الإسلام، وحجب البرنامج

إسلامي الحداثي، وحجب المخاطب الفعلي بمخاطب مفترض، وهو التوجه نحو التطوير الذات والتحرك مع المعطيات المستجدة دون لمس الثوابت، وحجب تمثل الزمان بحقائق بدت عامة وتمثل المكان بأمكنة عامة، وتمت مراوغة المحرمات من خلال اتساق المخاطب الاعتراضات المحتملة باختصار أريد لهذا الخطاب : كما كل خطاب، أن يؤدي ثلاث وظائف.

1- وظيفة السلطة (السلطة المضادة وتتمثل في السلطة الدينية التي هي فوق الجميع ممن يسمون بها أو يعارضونها).

¹ القادري عسي نهود، مرجع سابق، ص 235، ص 236.

- 2- وظيفة تنظيم الحياة اليومية أي الخطاب المبرر للعادات : ما يجب فعله وما يجب عدم فعله.
- 3- وظيفة المسرحة وعرض الحالات.

في هذه الزاوية بدأ الخطاب ممسرحا بامتياز وتمثلت الحبكة الممسرحة كما يلي :

- العمل على تضخيم الظاهرة المراد الكلام عنها، والتي سبب وجودها العولمة والانفتاح والشركات والدول الكبرى والغرب، أي الخارج الشواطئ مع أهل الداخل من المنفتحين أو المتتبعين أو الخائفين من الغرب ... إلخ. إلى درجة التخويف منها ثم البحث عن حل لها بشكل يطمئن من ثمة إفاقتهم، وذلك بالعودة إلى ديننا القويم وتراثنا وعاداتنا مثل : الرجل سمح للمرأة بالعمل، ثم استولى على أعمالها في حين أن الإسلام أعطاهم الذمة المالية المستقلة¹.

● الملاحظ أنه في الحلقات التي التقى فيها المحاورون تقدم الخطاب وسجل نقاطا ايجابية أما في الحلقات التي لم يلتقوا فيها فقد تبرز الخطاب مكانه وانتقى الحوار، وفي الأمكنة التي كان فيهما المحاورون ممن يمثلون مرجعته سياسية أو دولية، خولت لهم إمكانية انتقاء الأنظمة السياسية والمورثات العتيقة وسوء فهم الدين، تقدم الحوار بعض الشيء أما الممثلون ممن يمثلون فاعلية ديبلوماسية أو غيرها، ولم يتجاوزوا مع اتجاه المحطة في إطلاق تسميات ملموسة، فقد تكلموا في العام أو بشكل منمط وبقيت المحطة على تصلبها تجمد الحوار مكانه.

المبحث الثاني : ماهية البرامج الاجتماعية

المطلب الأول : مفهوم البرامج الاجتماعية

يعد هذا النوع من البرامج الأكثر تعددا إذ يشمل إضافة إلى برامج الأسرة والبرامج التي تعالج المشاكل الاجتماعية، البرامج الفنية الموجهة للشباب أو الأطفال أو المرأة وغيرها من البرامج المتعلقة بالأسرة كالبرامج الصحية.

إن مضمون البرامج الاجتماعية يعتمد على الموضوع والفئة الموجه لها، فالبرامج الموجهة للأطفال سيختلف في مضمونه وفقراته على ذلك المختص للشباب من حيث المفردات المستخدمة في الصياغة وعبارات المخاطبة ونوعية المادة التي يضمنها البرنامج لكن البرامج الاجتماعية

¹ القادري عسي نهود ، مرجع سابق، ص 235، ص 236.

بمجمّلها تتصف بقربها من الجمهور المستهدف وتتناول المواضيع القريبة من الناس بما يتعلق بأمرهم الحياتية اليومية ومشاكلهم وطموحاتهم وأدائهم واجتهاداتهم.

ويقوم البرنامج الاجتماعي في الغالب على مبدأ المشاركة الجماهيرية من خلال المقابلات الميدانية التي يقوم بها مقدم البرنامج ومن خلال الاتصالات الهاتفية أو الأقمار الصناعية أو الاتصالات من خلال الرسائل التي تصل إلى البرنامج ويقدر ما يعمل المعد على تخصيص فقرات من النجاح ذلك لأن مضمون البرنامج الاجتماعي يكون محوره الأساسي الجمهور نفسه بواقعه ومشاكله وآرائه ووجهات نظره.

المطلب الثاني : خصائص وسمات البرامج الاجتماعية

تعتبر البرامج الاجتماعية شكلا من أشكال البرامج الحديثة لسيما في الجزائر والعالم العربي وبها العديد من الخصائص والسمات التي يمتاز بها عن غيرها من البرامج وتتلور في :

- الحالة
- الإشارة
- ارتفاع نسبة المشاهدة
- تنوع الجمهور المستهدف
- التفاعل مع المشاهد
- المصادقية وحرية التعبير¹.

ومن خلال ما سبق يتضح أن البرامج الاجتماعية تعتبر أحد الأشكال البرنامجية التي تتمتع بالعديد من الخصائص التي تهتم في بناء هذا القالب البرامجي الذي يتمتع بالمصادقية والحيوية والجاذبية والتفاعلية مع الجمهور، وذلك يجعلها أكثر شعبية وجماهيرية وأداة قوية للاستعانة بها في التأثير على سلوك الأفراد والقيم الاجتماعية والرأي العام².

¹ كريم شلبي، المذيع وفن تقديم البرامج في الراديو والتلفزيون، دار مكتبة الهلال بيروت ص 282.
² ابراهيم عزيز : تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيرها الاجتماعية والثقافية، دار الكتاب الحديث، الطبعة الأولى الجزائر، 2012، ص 200.

المطلب الثالث : كيفية إعداد البرامج الاجتماعية

إن الإعداد لهذا النوع من البرامج يتطلب العمل على خلق العلاقات الاجتماعية مع الناس عامة ومع المهتمين بالدراسات الأساسية والاجتماعية خاصة كالأطباء النفسانيين والتربويين وممثلي المؤسسات والمنظمات النسجية والاجتماعية.

الإعداد يحتاج إلى تنسيق وترتيب بين فقرات البرنامج وهو يتطلب التنسيق لإنتاج كل فقرة من الفقرات.

- 1- إعداد فكرة البرنامج في كونه برنامجا اجتماعيا يعالج قضايا تهم المجتمع.
- 2- المحاور العامة للبرنامج حسب نوعية البرنامج الاجتماعي.
- 3- تحديد مواضيع الزوايا السابقة.
- 4- تحديد الفترة الزمنية لكل زاوية من زوايا البرنامج وهذا حسب المدة الزمنية المخصصة للبرنامج ككل.
- 5- جمع المعلومات وهنا يأتي دور معد البرنامج والمنسقين معه وفريق الإعداد.
- 6- التنسيق : هنا مع المعد والشخص المستضاف إليه تسجيل البرنامج أو إذا كان الهواء مباشرة حسب نوعية البرنامج¹.
- وكذلك على المعد أن ينسق مع المخرج والمكتبة الموسيقية لتزويده بالمادة الموسيقية وعليه أن ينسق مع مسؤول الاستوديوهات لتحديد موعد لتسجيل كل فقرة.
- 7- ترتيب فقرات البرنامج.
- 8- الصياغة².

¹ نورية بوقزولة : البرامج التلفزيونية في محيط متغير دراسة تحليلية لشبكة برامج التلفزيون الجزائري، لموسم 1999-2000 قسم علوم الإعلام والاتصال، جامعة الجزائر 2003، 2004، ص 116.

² إبراهيم عزيز، مرجع سابق، ص 197.

المطلب الرابع : تأثير البرامج الاجتماعية

تعتبر البرامج الاجتماعية أحد الأشكال البرامجية التي لها تأثير كبير على الجمهور من خلال ما تقدمه من مضامين إعلامية فتعتبر أداة فاعلة في تشكيل الرأي اتجاه مختلف القضايا والأحداث من خلال ما يلي :

- تنثير اهتمام الجمهور بمختلف القضايا الاجتماعية والسياسية الهامة فقد اهتمت بمواضيع مهمة مثل : المساواة، حقوق المرأة وقضايا المجتمع.
 - تعتبر البرامج الاجتماعية بمثابة مرآة تعكس مشكلات وقضايا المجتمع فتكشف السلبيات داخل المجتمع وأحيانا تساعد على حل هذه المشكلات فمنتجوا ومذيعوا هذه البرامج لديهم القدرة على طرح مختلف القضايا التي تمس المجتمع كما أن الجمهور لديه القدرة على أن يختار ما يريد أن يشاهده ولا تكتفي بذلك ولكنها تجعل الجمهور يدرك أبعاد وجوانب هذه القضايا والأحداث من خلال تحليلها وتفسيرها بطرح مختلف الآراء وبالتالي يتشكل لديهم اتجاهات حول هذه القضايا.
 - تعد البرامج الاجتماعية صوت الشعب فمن خلالها يعبر الأفراد على آرائهم ويصل صوتهم إلى المسؤولين وهذا له تأثير على المستوى السياسي والاجتماعي وداخل المجتمع.
- يرى علماء الإعلام والاجتماع أن البرامج الاجتماعية لها تأثير في المجال الثقافي والاجتماعي والترفيهي من خلال مضمونها المتنوع وبالتالي أصبحت أحد العوامل المؤثرة في نشر كل القيم والأفكار والسلوكات¹.

¹ إبراهيم عزيز، مرجع سابق، ص 200.

خلاصة الفصل :

بعدما استعرضنا في فصلنا ماهية الإعلام الاجتماعي والبرامج الاجتماعية نقول بأن هناك علاقة طردية متكاملة بين الإعلام الاجتماعي الذي يهدف إلى تعديل وتقويم سلوك الأفراد داخل المجتمع للمساهمة في خلق القيم من خلال البرامج الاجتماعية التي ثبت في التلفزيون حيث أن البرامج الاجتماعية في التلفزيون من بين أهم الوسائل التي يعتمد عليها الإعلام الاجتماعي وذلك باهتمامها بمضامين البرامج الاجتماعية من حيث المواضيع المعالجة وطريقة علاجها وقبل البث بداية من فكرة البرنامج وتصميمه لتحقيق التأثير الكبير على أفراد المجتمع لتكون هذه البرامج كوسيط أساسي ويجعلها كشریک في تكوين وتعديل سلوك الأفراد.

الفصل الثالث : ماهية القيم

تمهيد

المبحث الاول : مفهوم القيم

المطلب الاول : نبذة وجيزة عن تطور مفهوم القيم

المطلب الثاني : مفاهيم مرتبطة بالقيم

المطلب الثالث : خصائص و مكونات القيم

المطلب الرابع : وظائف و تصنيف القيم

المبحث الثاني : اهمية القيم و عملية اكتسابها

المطلب الاول : اهمية القيم

المطلب الثاني : عملية اكتساب القيم

المطلب الثالث : طرق ووسائل قياس القيم

المطلب الرابع : اهم المؤسسات التي تساهم في تثبيت القيم

خلاصة الفصل

تمهيد

ان معرفة ماهية القيم يساعد في التعمق و التفصيل في فهم معنى القيم و اهميتها في تشكيل هوية المجتمع وكيف تؤثر و تتأثر في الواقع الملموس من طرف وسائل الاعلام وكيف يتم ترسيخها و تشكيلها لدى الافراد و يتأثر بها المجتمع وتكمن ايضا اهمية التعرف على ماهية القيم في معرفة مدى توافق البرامج الاجتماعية في التلفزيون الجزائري و ما تحاول ترسيخه في اذهان جمهورها .

الفصل الثالث : ماهية القيم

المبحث الاول : مفهوم القيم

المطلب الاول : نبذة وجيزة عن تطور مفهوم القيم :

على الرغم من اهمية موضوع القيم في مجال الدراسات الاعلامية ،ظل لفترة طويلة خاضعا للتأملات الفلسفية بعيدا عن الدراسة العلمية الواقعية ،فالفحوص الامبريقية للقيم ضلت وكأنها جزر او مناطق منعزلة عن الاعلام والاتصال وارتبطت بمجالات و تخصصات عديدة كالفلسفة و الدين و الاقتصاد و علم الاجتماع و الأنثروبولوجيا .

ربما كان من العوامل المسؤولة عن اهمال هذا الموضوع من جانب العلماء في ميدان الدراسات الاعلامية ، بدا الاهتمام بدراسة القيم من طرف هارولد لازويل على المجتمعات البدائية ودراسات ولبر شرام وشبرانجر احد المفكرين الالمان الذي نشر نظريته انماط الشخصية و ميلتون روكيش في مسح اجراه على لمجلة الملخصات السيكولوجية في الفترة من 1961 الى 1965.¹

المطلب الثاني : مفاهيم مرتبطة بالقيم :

القيم والاتجاهات ، يرى الباحث البريطاني اوبنهم بان الاتجاه يتكون من مجموع الآراء المتراكمة عبر تاريخ الفرد نحو موضوع او قضية ما ،و بثبات هذا الاتجاه بعد مدة معينة ، و بترابط الاتجاهات تتكون في النهاية قيمة من القيم² و الاتجاهات لا تقوم بمفردها و انما تتجمع في تنظيمات و يتركز كل تجمع من الاتجاهات حول قيمة ما ،اين القيمة يمكن اعتبارها جوهر او مركزا لتجمع من الاتجاهات³ يرى ميلتون روكيش ان الفرق بين القيم و الاتجاهات يتمثل كالاتي

¹ عبد اللطيف محمد خليفة ،ارتقاء القيم ، عالم المعرفة ، المجلس الوطني للثقافة و الفنون و الادب ، الكويت ، 1978، ص14

² ناصر دادي عدون ، علم نفس الشخصية ، ط1 ، دار النهضة العربية ، بيروت ، 2001، ص 260 .

³ حلمي المليحي لو كيا الهاشمي، مفاهيم اساسية في علم النفس الاجتماعي ،مخبر التطبيقات النفسية و التربوية ،جامعة منتوري بقسنطينة ،الجزائر ، ص

- ان الاتجاه يشير الى تنظيم لمجموعة من المعتقدات التي تدور حول موضوع او موقف محدد، في حين تشير الى معتقد واحد فقط و تشمل على ضرب من السلوك المفضلة او غاية من الغايات .

تحتل القيم مركزية و اكثر اهمية من الاتجاهات حيث ترتبط مباشرة بالدافعية في حين ان الاتجاهات ليست كذلك فهي ليست عوامل اساسية موجهة للسلوك .

بينما تقوم القيم بدور اساسي في تحقيق الذات و تحقيق الذات و تحقيق توافق الفرد نجد ان الاتجاهات تقوم بمثل هذه الوظائف ولكن بدرجة اقل .

القيم و المبادئ ،تعد المبادئ قواعد و اسسا موجهة للقيم ولا تستنبط من شئى اخر ولا تتغير بتغير الزمان و المكان و تمتاز بخاصية الالزامية ، اما القيم فهي تستق من المبادئ وهي مطلقة و نسبية¹

القيم و المعتقدات ،تنقسم المعتقدات الى ثلاثة انواع وصفية هي التي توصف بالصحة او الزيف ، و تقييمية اي التي يوصف على اساسها موضوع الاعتقاد بالحسن او القبح ، امرة او ناهية حين يحكم الفرد بمقتضاها على بعض الوسائل او الغايات بجدارة الرغبة او عدم الجدارة

القيم و الاخلاق ، تعتبر الاخلاق من اهم المعاني الحياة وتأتي في ترتيبها بعد اركان الايمان وردت في القران 1504 اية تتصل بها في جانبها النظري او العملي ، اي ما يقارب ربع عدد ايات القران الكريم ، فالخلاق اذن كل من القيم وبما ان القيم متعلمة و مكتسبة وكما تعد الاخلاق المرجع الاساسي لها فان كانت القيم مستنبطة او متعلمة من صاحب خلق حميد كانت قيمة حسنة و ان كان العكس كان العكس .

القيم و المثل ، هناك تقارب قوي بين القيم و المثل ، فالمثل تمثل الحوافز الطويلة الامد او الغايات التي نسعى لتحقيقها و يمكن ان ننظر الى القيمة على انها اهتمام او اختيار او تفضيل او حكم يصدره الانسان على شئى كان مهتديا بمجموعة من المبادئ او المعايير التي وصفها و حددها المجتمع الذي نعيش فيه و الذي يحدد المرغوب عنه من السلوك² .

¹ عبد الطيف محمد خليفة ،مرجع سبق ذكره ،ص 15

² محمد جمال خياط ،المبادئ و القيم في التربية الاسلامية، جامعة ام القرى مكة المكرمة ،1996، ص42.

القيم و العادات : تتفق القيم مع العادات في كونهما دوافع للسلوك تتأثر بالثقافة السائدة في المجتمع على ان مفهوم العادة يشير مجرد سلوك بطريقة تلقائية في مواقف معينة بينما القيم اكثر تعقيدا ممن السلوك .

القيم و الاهتمام ،الاهتمام مفهوم ضيق من مفهوم القيمة و يرتبط عادة بالتفضيلات المهنية التي لا تستلزم الوجوب كما انها لا تتفق مع المعايير التي تحدد ما ينبغي وما لا ينبغي ان يكون بينما القيم ترتبط بنوع من السلوك او غاية من الغايات وتتصف بخاصية الوجوب .

القيمة و السلوك ، يعرف موريس القيم بانها التوجه او السلوك المفضل او المرغوب من بين عدد التوجهات المتاحة ،و القيم مفهوم اكثر تجريدا من السلوك فهي ليست مجرد سلوك انتقائي بل تشتمل على المعايير التي قام التفضيل على اساسها ،فالاتجاهات و السلوك محصلة لتوجهات الفرد القيمية ¹

القيم و المعيار ،المعيار هو سلطة اجتماعية يخضع لها الفرد ولو كان بعيدا عن اعين الرقباء بحيث يؤثر في كثير من دوافعه وسلوكه وانفعاله وهو مصطلح قياسي لتقدير الخطأ و الصواب في سلوك الفرد كعضو من الجماعة و المعايير نتيجة للثقافة و التراث اما القيم فهي نتيجة تكوين نفسي تبعا للفروق الفردية الانسانية ومبادئ و اراء يتبناها الفرد و تنبع من نفسه فهي ذات منطلق فردي نحو مبادئ و اراء الاخرين ²

القيمة و الراي ،يرى كل من كانترل و ماكجوير ان الراي و القيم يتميزان على اساس ان الراي هو اعتقاد خال من الدافعية او الدينامية في حين ان القيم تتسم بسيادة الخصائص الدينامية و الدافعية فالراي يوجد فقط حين تعجز اتجاهات و قيم الفرد او الجماعة من مواجهة المواقف ³

المطلب الثالث :خصائص و مكونات القيم :

ا خصائص القيم :

¹ محمد فتحي عكاشة ،المدخل الى علم النفس الاجتماعي ،المكتب الجامعي الحديث الاذارية ،الاسكندرية ،1997، ص-ص 239 240
² جابر نصر الدين ،مرجع سبق ذكره ،صص 165 - 166 .
³ عبد الرحمان الشعلان ،القيم و طرق تدريسها في الدراسات الاجتماعية ،مجلة جامعة الملك سعود للعلوم التربوية و الدراسات الاسلامية ،1997، ص 160 .

- القيمة مسالة نسبية شخصية متغلغلة في الانسان تتبع منه ومن رغباته لا من خارجه والانسان هو الذي يضيف على الشيء قيمته فالحجاب الذي ترديه المرأة ما هو الا قطعة قماش لا قيمة له من الناحية المادية ولكن تتمثل قيمته الكبرى في اعتقادها بان هذا الحجاب سيكون سببا في رضى الله .
- القيم اساسية في حياة كل انسان سوي يجعل لا عماله و دوافعه تنظيما فكريا يقتنع به فالقيم اشبه بمرشد يتحكم في الكثير من النشاط الانساني الارادي ، وهذه القيم تساعد كل انسان على تنظيم معالم شخصيته الفردية و الاجتماعية¹
- القيمة تكون نسبية اي تختلف من شخص لآخر بل تختلف لدى نفس الشخص بالنسبة لنوع حاجاته و رغباته و ظروفه ، فيما تمثل قطعة الحلوى لدى الطفل قيمة كبيرة نجد انها لا تمثل نفس القيمة عند الشخص البالغ ، كما نجد ان قيمة كوب من الماء عند شخص يموت عطشا في الصحراء تختلف عن قيمته لشخص ملا بطنه شربا .
- القيم تلقائية اي انها ذات الزام جمعي وتخضع لمنطق المجتمع ونظمه و قوانينه الاجتماعية .
- علو القيمة لدينا جميعا احساس بعلو القيم وارتفاع قدرها
- القيم قابلة للانتقال ، ومن ثم فهي تشكل تراثا لعدد من الانساق الاجتماعية وانه من الممكن ان تكون موضع مشاركة جماعية .
- القيم قابلة للانتقال ومن ثم فهي تشكل تراثا للعديد من الانساق الاجتماعية وانه من الممكن ان تكون موضع مشاركة جماعية .
- كثرة القيم ووحدها ويرجع ذلك الى كثرة و تنوع الحاجات الانسانية بمعنى ان وجود القيم بكافة انواعها انما هو استجابة لحاجات الطبيعية الانسانية وميولها العاطفية والاقتصادية والاجتماعية²

¹ ضياء زاهر ، القيم في العملية التربوية ، مؤسسة الخليج العربي ، القاهرة 1986 ، ص15
² عبد اللطيف محمد خليفة ، مرجع سبق ذكره ، ص 152 .

- القيم مترابطة تؤثر و تتأثر بغيرها من الظواهر الاجتماعية فهناك اعتماد متبادل بين الادوار الاجتماعية و القيم كما ان هناك تأثر وتأثير مشترك بين القيم ومكونات البناء الاجتماعي .
- القيم مكتسبة اذ يتعلمها الفرد عن طريق التربية الاجتماعية و التنشئة في نطاق الجماعة .
- تتصف القيم بالهرمية اي ان قيم كل فرد تكون مرتبة تنازليا طبقا لأهميتها من الالهة الى المهم حيث تسود لدى كل فرد القيم الأكثر اهمية بالنسبة له .
- تتصف القيم بالعمومية فهي تشكل طابعا قوميا عاما مشتركا بين جميع طبقات المجتمع الواحد¹

ب – مكونات القيم :

1. **المكون المعرفي :** والذي يتضمن ادراك موضوع القيمة و تميزه عن طريق العقل او التفكير ومن حيث الوعي بما هو جدير بالرغبة و التقدير ويمثل معتقدات الفرد و احكامه و افكاره و معلوماته عن القيمة او بمعنى اخر وضع احد موضوعات التفكير على بعد او اكثر من ابعاد الحكم²
2. **المكون الوجداني :** ويشمل الانفعالات و المشاعر و الاحاسيس الداخلية ،وعن طريقه يميل الفرد الى قيمة معينة ويتصل هذا المكون بتقدير القيمة و الاعتزاز بها وفي هذا الجانب يشعر الفرد بالسعادة لاختيار القيمة و يعلن الاستعداد للتمسك بالقيمة على الملا³
3. **المكون السلوكي :** وهذا الجانب هو الذي تظهر فيه القيمة فالقيمة هنا تترجم الى سلوك ظاهري ويتصل هذا الجانب بممارسة القيمة او السلوك الفعلي والقيم بناءا على هذا التصور تقف كمتغير وسيط او كمعيار مرشد للسلوك او الفعل .

¹ عبد اللطيف محمد ،خليفة مرجع سبق ذكره ،ص 152

² جابر نصر الدين ،مرجع سبق ذكره ،ص 164

³ عبد الحليم محمود السيد ،علم النفس الاجتماعي و الاعلام ،دار الثقافة للطباعة و النشر ،القاهرة 1997، ص 59 .

المطلب الرابع : وظائف و تصنيف القيم :

ا- وظائف القيم :

من اهم الوظائف التي تؤديها القيم نجد :

- القيم تدفعنا الى تفضيل او تبني ايدولوجية سياسية او دينية دون اخرى
- تحافظ القيم على هوية المجتمع وتعمل على تماسكه ووحدته عبر التاريخ
- القيم توجهنا في اتباع الاخرين و التأثير عليهم لتبني مواقف و معتقدات او اتجاهات نعتقد انها جديرة بالاهتمام و الدفاع عنها¹
- القيم تساعد المجتمع على مواجهة التغيرات التي تحدث فيه من خلال تحديد الاختيارات الصحيحة التي تجعل هذا المجتمع مستقرا و متماسكا في اطار موحد
- تعمل القيم على الاسهام في خفض حدة الصراع و التوتر و المعاونة على اتخاذ القرار على اساس الاختيار بين البدائل
- للقيم تأثير واضح كأداة للتضامن الاجتماعي فوحدة الجماعات تستند الى وجود القيم المشتركة .
- تتخذ كأساس للحكم على الاخرين
- تمكن الفرد من معرفة ما يتوقعه من الاخرين وماهية ردود الفعل²
- تلعب دورا مهما على المستويين الفردي و الاجتماعي حيث تعطي نمطا معيننا من الشخصيات القادرة على التوافق الشخصي و الاجتماعي .

ب- تصنيف القيم :

لا يوجد تصنيف موحد يعتمد عليه في تحديد انواع القيم فهناك عديد من التصنيفات التي وضعها الباحثون في هذا المجال بناءا على معايير مختلفة وفيما يلي بعض هذه التصنيفات :

¹ حامد عبد السلام زهران ،اجلال محمد سري ،القيم الساندة، و القيم المرغوبة في سلوك الشباب ،الجمعية المصرية للدراسات النفسية ،القاهرة 1985،

ص 167

² نورهان منير حسن فهمي ،القيم الدينية للشباب من منظور الخدمة الاجتماعية ،المكتب الجامعي الحديث، الاسكندرية ،1999 ص 101 .

➤ تصنيف القيم من حيث المحتوى : و هو تصنيف البورت و فيرنون وليندزي ويفترض هذا التصنيف ان الناس يهتدون اساسا بواحدة او اكثر من القيم الست الشهيرة الاتية

- القيمة النظرية تكون عادة عند الفلاسفة و العلماء و المفكرين
- القيمة الاقتصادية تكون عادة عند رجال الاعمال
- القيمة الجمالية
- القيمة الاجتماعية وتظهر لدى الفرد الذي يحب الحياة الاجتماعية الواسعة و يميل الى الناس فهو يحبهم و يميل الى مساعدتهم و يجد في ذلك راحة نفسية اجتماعية يتميز هذا النوع من الافراد بروح تعاونية كبيرة سمتها البذل و السخاء و العطف و الحنان
- القيمة السياسية يتمتع افراد هذه القيمة بروح قيادية .
- القيمة الدينية

➤ تصنيف القيم على حسب شدتها: والمقصود من بعد الشدة هو درجة الالتزام التي تفرضها القيم ، و يحدد ذلك نوع الجزاء الذي يقرره المجتمع و يوقعه على من يخالفها فهناك القيم الملزمة (ما ينبغي ان يكون) و الامرة الناهية و التفضيلية (ما يفضل ان يكون) و هناك القيم المثالية (ما يرجى ان يكون).

➤ تصنيف القيم على اساس العمومية :

- 1-القيم العامة وهي القيم التي يعم انتشارها في المجتمع كله بغض النظر الى ريفه و حضره و طبقاته و فئاته المختلفة وهي القيم المرتبطة بالعقائد و الاعراف و التقاليد فبقدر ما يكون في المجتمع من قيم عامة يكون هذا المجتمع متماسكا و متعاوننا .
- 2-القيم الخاصة وهي ما تعرفه بقيم الدور وهي ما يقوم بها فرد معين او فئات معينة او التي تحدث في مناسبات محددة مثل قيم خاصة (القبائل – البدو) كالقيم المتعلقة بالزواج الخ

➤ تصنيف القيم على اساس الدوام :

قيم دائمة نسبيا : القيم التي يستمر بقائها لمدة طويلة في حياة المجتمع و يورثها الالباء للأبناء مثل القيم المرتبطة بالعرف و التقاليد .

قيم عابرة : و هي القيم العارضة القصيرة الدوام و السريعة الزوال و التذبذب قيم الموضوعة عند الشباب .

➤ تصنيف القيم على اساس بعد الشكل ويعني الثوب الذي تظهر فيه القيمة ويمكن تقسيمها الى قسمين :

قيم ايجابية والتي تظهر في ثوب مرغوب فيه ويكون اتجاه الفرد اليها اتجاه اقدم و قبول ورضا ومن هذا المنطلق فان الرفع من القيم ذا قيمة ايجابية
قيم سلبية والتي تظهر على عكس ما تظهر به القيم الايجابية فهي قيم تؤدي الى تدني قدر صاحبها¹

المبحث الثاني : اهمية القيم وعملية اكتسابها :

المطلب الاول : اهمية القيم

للقيم اهمية بالغة في حياة الامم و الشعوب و المجتمع الانساني مجتمع محكوم بمنظومة معايير تحدد علاقة افرادهم ببعض في مجالات الحياة المختلفة كما تصنع القيم مجموعة من المعايير التي يتعامل بها المجتمع مع غيره من المجتمعات الانسانية وتشكل هذه المعايير بمجموعها قيما محددة ،حيث تتضح اهمية القيم مع النقاط الرئيسية الاتية :

1. القيم تحفظ للمجتمع بقاءه واستمراريته :تشهد الحقيقة التاريخية ان قوة المجتمعات وضعفها لا تتحدد فقط بالمعايير المادية بل ان بقاءها ووجودها و استمراريتها مرهون بتملكه من معايير قيمية و خلقية فهي الاسس و الموجهات السلوكيات التي تبني عليها تقدم المجتمعات و رقيها البشري وفي حالة اختلال التوازن و فقدان البناء القيمي السليم فان عواقب ذلك وخيمة تؤدي بالمجتمع الى الضعف و التفكيك و الانهيار و تلك سنة بشرية اثبتتها التاريخ الانساني حيث زالت وطواها النسيان و تجاوزها الزمن ،عندما يتفشى فيها الظلم وحكمها الجبروت و ساد فيها فساد القيم و الاخلاق²

2. القيم تحفظ للمجتمع هويته وتميزه : ذلك ان القيم تشكل محورا رئيسيا من هذه الثقافة التي تعكس انماط السلوك الانساني الممارس فيه و نظرا لتعامل القيم في جوانب الحياة كافة فان

¹ عبد الرحمان بن عبد الله العفيسان ، مرجع سبق ذكره ، ص 33.

² محمد فتحي عكاشة ، مرجع سبق ذكره ، ص 240 .

هوية المجتمع وفقا للمنظومة القيمية السائدة في تفاعلات افراده الاجتماعية و المجتمعات تتمايز و تختلف عند بعضها البعض لما تتبناه من اصول ثقافية ومعايير قيمية تشتمل نواحي الحياة المختلفة تظهر القيم كعلامات فارقة و شواهد واضحة لتمييز بعضها البعض فان الحفاظ على هوية المجتمع تنبع من المحافظة على معايير القيمية المتأصلة لدى افراده و التي هي جزء من عمومياته الثقافية .¹

3. القيم تحفظ المجتمع من السلوكيات الاجتماعية و الاخلاقية الفاسدة : تؤمن القيم للمجتمع حصن راسخا من السلوكيات و القيم و الاخلاق تحفظ له سلامته من المظاهر السلوكية الفاسدة مما يجعله مجتمعا قويا بقيمه و مثله تسوده قيم الحق و الاحسان و تحارب فيه قيم الشر و الفساد مما يبين اهمية القيم و اثرها في المحافظة على بناء مجتمع نظيف من السلوكيات السلبية رغم ما شهده من تحول المجتمع البشري اليوم الى قرية صغيرة لا حواجز تحول دون امتزاج الثقافات و تداخلها بكل عناصرها الايجابية و السلبية و تعدد وسائل الاتصال و التكنولوجيات و نقلها للخبث و الطيب اي المفيد من الضار الامر الذي الى تسرب القيم السلبية الى المجتمع و تكون مرفوضة اخلاقيا حيث تؤثر سلبا في بناء المجتمع القيمي و الاخلاقي .

المطلب الثاني : عملية اكتساب القيم

ان الوقوف على الصيغة الاساسية و النهائية التي تكسب في ظلها الافراد انساق قيمهم مازال امرا يتعامل معه الباحثون من منظور التعقيد وبالتالي العمومية الشديدة التي يعجز المرء من خلالها على الوقوف على ديناميات عملية الاكتساب لدى الافراد و الجماعات و في هذا المحل يفرق العاملون في هذا المجال بين عملية اكتساب القيم وعن عملية تغييرها حيث يعرف ريشر عملية اكتساب القيم على انها العملية التي يتبنى الفرد من خلالها مجموعة من القيم مقابل التخلي عن قيم اخرى اما تغيير القيم فيقصد بها تحرك

¹ نورهان منير حسن فهمي، مرجع سبق ذكره ، ص 93 .

وضع القيمة فالإكتساب اذن يعني مسألة الوجود او عدم الوجود اما التغيير فهو التي يتحدد بها هذا الوجود¹

محددات اكتساب القيم : يقسم موريس هذه المحددات الى ثلاث فئات اساسية :

الفئة الاولى : المحددات البيئية و الاجتماعية حيث يمكن تفسير اوجه التشابه و الاختلاف بين الافراد في ضوء اختلافات المؤثرات البيئية و الاجتماعية

الفئة الثانية : المحددات السيكلوجية و تتضمن العديد من الجوانب كسمات شخصية و دورها في تحديد التوجهات القيمية للأفراد .

الفئة الثالثة : المحددات البيولوجية و تشمل على الملامح و الصفات الجسمية كالطول و الوزن و التغيرات في هذه الملامح وما يصاحبها من تغيرات .

المطلب الثالث : طرق ووسائل قياس القيم :

1- المشاهدة او الملاحظة المنظمة : المقصود هنا الملاحظة العلمية المنظمة ومن اقدم واكثر الوسائل لجمع المعلومات هي وسيلة اساسية مهمة ومورد خصب للحصول على معلومات عن سلوك الفرد²

ان الميزة الرئيسية للمشاهدة هي انها تطلعنا على مظهر السلوك دون امكانية تزيفه و خاصة اذا اجريت هذه الملاحظة على غفلة من الفرد او افراد موضوع الدراسة ، كما انها تعتبر من اكثر الطرق ملائمة خصوصا اذا كانت العينة موضع الدراسة من الاطفال صغار السن لا يمكنهم الوصف اللفظي لوقائع السلوك³ فتقوم الملاحظة العلمية المنظمة على ملاحظة السلوك وتسجيله في صورة لفظية لتحقيق الاهداف الاتية :

- تسجيل الحقائق التي تثبت او تنفي فروضا خاصة بسلوك الفرد
- تشكل تغيرات في سلوك العميل نتيجة للنمو
- تحديد العوامل التي تساعد الفرد سلوكيا في مواقف مخابرات معينة
- دراسة التفاعل الاجتماعي للعميل في مواقفه الطبيعية
- تفسير سلوك الملاحظ و اصدار توصيات بشأن سلوك الملاحظ

² عبد السلام حامد زهران ، مرجع سبق ذكره ، ، ص 186.

³ مصطفى سويس ، مقدمة في علم النفس الاجتماعي ، ط 4 ، الانجلومصرية ، القاهرة ، 1983 ، ص 375.

2 - المقابلة الشخصية :يقصد بها مجموعة من الاسئلة او وحدات الحديث يوجهها طرف ((شخص او عدة اشخاص) الى طرف اخر ((شخص او عدة اشخاص) في موقف مواجهة حسب خطة معينة للحصول على معلومات عن سلوك هذا الطرف الاخر او سمات شخصيته او للتأثير في هذا السلوك والمقابلة كوسيلة لجمع المعلومات ليست قاصرة على اختصاص معين كالإرشاد النفسي او العلاج النفسي وانما هي وسيلة يستخدمها الاطباء الاختصاصيون و اصحاب الاعمال و الباحثون و الصحفيون .

3-تحليل المضمون وهو اسلوب يستخدمه الباحث لوصف المحتوى الظاهر للاتصال وصفا موضوعيا و منظما و كميا ولقد استخدم هذا الاسلوب في مجال الكشف عن القيم من خلال تحليل مضمون الرسالة الاعلامية سواءا اكانت مسموعة او مقروءة او مرئية .

المطلب الرابع : اهم المؤسسات التي ساهمت في تثبيت القيم :

1. الاسرة : هي الوحدة الاجتماعية الاولى التي يتفاعل معها الفرد ، يكتسب من خلالها العديد من الاتجاهات و الميولات و القيم الدينية و الثقافية و الاجتماعية و سائر العادات و التقاليد فالأسرة هي اولى لبنات المجتمع الذي يتكون من مجموع الاسر.¹
 2. المدرسة :هي المؤسسة الاجتماعية التي وكل المجتمع اليها مهمة تشكيل الاجيال
 3. وسائل الاعلام : من العوامل المؤثرة في تنمية القيم وسائل الاعلام المرئية فما يقدمه التلفاز من برامج و موضوعات يمكن ان يكون وسيلة لغرس القيم بمختلف انواعها اذ استغل الاستغلال الامثل و خطط له التخطيط السليم .
- حسب ولبر شرام وسائل الاعلام تقوم بالتنشئة من خلال تعليم افراد المجتمع القيم و المعتقدات و المهارات التي يقررها المجتمع .²**

¹ احمد الخميسي ، نظرات في غرس القيم، مجلة الفيصل العدد323، مارس 1963، مصر، ص30.
² محمد احمد بيومي ، علم الاجتماع و القيم، الاسكندرية، دار المعرفة الجامعية، ط1، ص 39 .

خلاصة الفصل :

بعد ان تعرفنا على ماهية القيم شكلا ومضمونا يمكننا القول بان القيم الاجتماعية هي تلك السلوكيات التي يتصرف بها الفرد في المجتمع .

والقيم معرضة للتأثر و التغير قد تكون من الايجابية الى السلبية او العكس واهم مؤسسة في عصرنا هذا وضعت بين ايديه القيم الاجتماعية هي وسائل الاعلام خاصة في ضل التغيرات السائدة في شتى المجالات وكذلك صراع المجتمعات القوية لاستبدال قيم المجتمعات النامية بقيمها وذلك بحشو وسائل الاعلام.

الاطار التطبيقي :

1. لمحة عن التلفزيون العمومي الجزائري و بطاقة فنية لحصة للعائلة

- نبذة تاريخية عن التلفزيون العمومي الجزائري
- مراحل تطور التلفزيون العمومي الجزائري
- الهيكلة الادارية للتلفزيون العمومي الجزائري
- مميزات التلفزيون العمومي الجزائري
- وظائف التلفزيون العمومي
- مشاكل و عيوب التلفزيون العمومي الجزائري

2. بطاقة فنية لحصة للعائلة

- التعريف بحصة للعائلة
- فكرة حصة للعائلة
- صدى حصة للعائلة
- السيرة الذاتية لمقدمة حصة للعائلة

3. تفريغ البيانات و تحليلها

- التفريغ من خلال الجداول البسيطة
- التفريغ من خلال الجداول المركبة

4. النتائج العامة للدارسة

5. خاتمة

اولا: لمحة عن التلفزيون العمومي الجزائري و بطاقة فنية لحصة للعائلة

1. نبذة تاريخية عن التلفزيون العمومي الجزائري

مراحل تطور التلفزيون العمومي الجزائري

ظهرت التلفزة في الجزائر إبان الاحتلال الفرنسي وبالتحديد سنة 1956، وكانت هذه المحطة تابعة للمؤسسة الأم بباريس، حيث كانت بمثابة فرع مكمل للإذاعة والتلفزيون الفرنسي RTE ولم تكتفي الإدارة الفرنسية الاستعمارية بإنشاء محطة الجزائر المركزية بل أنشأت محطات في تلبية الحاجيات الإعلامية للمعمرين.

لقد حملت البرامج المذاعة آنذاك ثقافة تخدم النوايا السياسية الاستعمارية، وتمنع بروز أي هيئة أو هيكل من هياكل الاتصال والإعلام لصالح الجزائريين وتمثل الهدف السياسي من خلق قناة الجزائر فرنسيو وذلك للقضاء على الثورة التحريرية في مهدها وكرد على ذلك قامت الهيئات القيادية للثورة بتأسيس أجهزة إعلام مجابهة لصوت العدو، و هي مؤسسات كلفت بنشر أخبار كفاح الشعب الجزائري وذلك لتحريك مشاعر الرأي العام الوطني والدولي، وفي أواخر سنة 1956 ظهرت إذاعة صوت الجزائر الذي عملت على التصدي للدعاية الفرنسية¹.

و بعد ذلك تأسست وكالة الأنباء الجزائرية ضمن الإستراتيجية التي سطرها المكلفين بالإعلام آنذاك بالإضافة إلى قسم السينما الذي عمل نحو الآخر على إنتاج و بث بعض الأفلام الثورية والتي قامت بتصوير واقع الكفاح الجزائري إبان الثورة التحريرية.

في 28 أكتوبر 1962 استردت الجزائر سيادتها على مؤسسة الإذاعة التلفزة، كما قد واصل عدد قليل من التقنيين والإطارات الجزائرية تسييرها بتحدي كبير، بخبرة قليلة قد اكتسبوها من

¹ إبراهيم عباسي التلفزيون الجزائري و المجتمع مذكرة لنيل شهادة الماجستير غير منشورة، معهد علم الاجتماع، جامعة الجزائر، 1993، ص 118.

الفرنسيين وفي الفاتح من أوت تطورت مؤسسة الإذاعة والتلفزيون الجزائري ودخلت في مجال الاستثمارات، فقامت باقتناء الوسائل التقنية اللازمة لتوسيع البث إلى كامل ربوع الوطن.

ولقد كانت الجزائر من بين الدول الأولى في الوطن العربي والعالم الثالث التي انتقلت من البث ثنائي اللون (ابيض واسود) إلى البث الملون وكانت ذلك سنة 1979 وفي سنة 1986 تمت إعادة هيكلة المؤسسات الوطنية وبمحض ذلك تم انفصال الإذاعة عن التلفزيون وأصبح لكل منها مؤسسة مستقلة بذاتها.

وفي 01 جويلية 1986 تأسست المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري وهي مؤسسة ذات طابع صناعي وتجاري لها شخصية معنوية واستقلال مالي وتمارس احتكار البث على البرامج التلفزيونية في كل التراب الوطني.

ولقد كان للانتشار تكنولوجيات الإعلام والاتصال الحديثة أثرا ملحوظا على التلفزيون الجزائري، والذي سائر ركب هذه التطورات من انتقاله من البث الأرضي إلى البث الفضائي ومن النظام التماثلي إلى النظام الرقمي².

كما بدا التلفزيون الجزائري في عملية البحث مكانة له وسط هذه الثورة التكنولوجية وذلك باتخاذ عدد من الإجراءات تمثلت في الانضمام إلى العديد من المنظمات والاتحادات المهنية والدولية مثل Copeam (المؤتمر الدائم للوسائل السمعية البصرية لحوض البحر المتوسط) كما قامت بإجراء تربصات للتقنيين والصحفيين العاملين بالمؤسسة.

كما يجدر بنا أن نشير إلى الاستثمارات التي طبقت في ميدان الرقمنة بين سنة 2000 و2003 حيث سجلت هذه الأخيرة بأكثر من أربعة ملايين دينار جزائري بنسبة 3.17 % مقارنة بسنة 1990-1999 بالإضافة إلى استثمارات تتعدى المبلغ الأول سنة 2003 و2006 خصصت لتجديد العتاد السمعي البصري للتلفزيون وتجهيزه بأحدث الوسائل الرقمية، ويمكن أن نشير إلى تاريخ انطلاق البث عبر الانترنت لبرنامج قناة الجزائر الذي كان بداية عام 2006 ولقد توالى مشاريع

² ابراهيم عباسي، مرجع سابق، ص 119

رقمية وفق برنامج تدريجي لضمان تلاؤم وتوافق الأجهزة المختلفة مع كفاءة المهنيين وكذلك لتأكيد من الخيارات المطروحة في خضم هذه التحولات التكنولوجية المتسارعة³.

أما عن نشأة التلفزيون في الجزائر أي نشأة القناة الأرضية فيعود ذلك إلى الفترة الاستعمارية وبالضبط 24 ديسمبر سنة 1956، حيث أنشأتها لتعبئة الشعب الجزائري ضمن الأطر التي يرغبها وبث البرامج الفرنسية الكفيلة بانتزاع القيم الوطنية والدينية للشعب الجزائري لذلك لم تكن المحطة إلا مجرد محطة إرسال فرنسية تعبر عن صدى محطات التلفزة هناك في باريس، دوافعها الاستجابة للحاجيات الثقافية والفنية والترفيهية لحشود المعمرين في حين تستعمل كعامل للقهر السيكولوجي والاجتماعي للشعب الجزائري ضمن يستطيعون مشاهدة جهاز التلفزيون آنذاك وبعده خروج الاستعمار أصبحت السياسة الجزائرية مركزة أكثر في الميدان السمعي البصري خاصة الراديو والتلفزيون، وذلك راجع إلى سببين هما :

السبب الأول: تقليدي أوتبعي فقد برزت الجزائر المستقلة في فترة عرض ازدهار التلفزيون في أوروبا والعالم العربي، فانتشار أجهزة التلفزيون وتوسيع الشبكات التلفزيونية بدأ مع الستينات من القرن الماضي وهذا النمو اثر على السياسة الجزائرية في هذا الميدان.

السبب الثاني: يعود إلى الظروف المحلية الوطنية وهي تمتاز بتفشي الأمية من جهة و بوضعية الراديو والتلفزيون، وهي وسائل تسيطر عليها السلطات بدون منازع⁴.

وهذه الوضعية شجعت السلطات على أن يركز اهتمامها على تقوية شبكة الراديو والتلفزيون، حيث احتلت القوات الجزائرية مبني الإذاعة والتلفزيون وذلك في 28 أكتوبر 1962 واسترجعت السيادة عليها ورغم الظروف الصعبة وقلة الكفاءات وضعف القدرات المالية فقد كان التحدي كبيرا أمام السلطة الجزائرية التي أدركت بصفة واضحة الدور الإستراتيجي لهذه الوسيلة الإعلامية والتي ضرورة تطويرها وتكييفها في الجزائر المستقلة هذه المرحلة هامة إذ تعتبر نقطة تحول جذرية من نظام استعماري كولونيالي غاشم ومستبد إلى نظام اشتراكي مستقل بعيد عن قيود التبعية والاستعمار في جميع الميادين، لذلك عمدت التلفزة على جزأة التنظيمات الداخلية . ولقد كان من الطبيعي بعد الاستقلال مباشرة أن تتغير الأهداف وترسي قواعد وأرضيات لمنطق جديد يحقق

2 ابراهيم عباسي، مرجع سابق، ص 120

4 محمد عزت وسائل الاتصال السعودية والعالمية، النشأة والتطور د.ط. دار الشروق ، جدة، 1990، ص 211.

تحولا ذهنيا للجماهير لمهامها الجديدة عن طريق إعادة تنظيم الهياكل الإدارية وإتباع سياسة محكمة في مجال التكوين المهني وزيادة على هذه فلابد من الإشارة إلى طرفين كان لهما أثر في توجيه السياسة الجزائرية في التوجيه الإعلامي السمعي البصري .

وبدأ الاهتمام بالتلفزيون سنة 1968 عندما أنشأت الإذاعة والتلفزيون بقسنطينة وأصبحت منطقة هذه الناحية تستطيع رؤية التلفزيون، وبعد ذلك أنشأت عدة محطات للربط والتوزيع حيث أصبح شمال البلاد يستطيع مشاهدة التلفاز سنة 1970.

وفي سنة 1972 أنشأت محطات سوق أهراس ومغنية سنة 1974 محطة بباتنة ، وفي عام 1975 محطتان بالمدينة والمشرية أصبح سنة 1976⁵ 95% من التراب الوطني يشاهدون التلفزيون كما أنشأت راداران للراديو والتلفزيون بقسنطينة ووهران. بحيث يمكن بث البرامج بينها وبين العاصمة سابقا والتي كانت ذات طابع صناعي وتجاري ART وهكذا أنشأت مؤسسة البث الإذاعي والتلفزي وقد أعيدت هيكلتها بموجب المرسوم 86/146 المؤرخ في 1 جويلية 1986 لإعطاء تاريخ ميلاد أربع مؤسسات عمومية حسب الاختصاص :

المؤسسة الوطنية للتلفزيون الجزائري EVTV

المؤسسة الوطنية للبث التلفزيوني EVTD

المؤسسة الوطنية للإذاعة الصوتية ENRS

المؤسسة الوطنية للإنتاج السمعي البحري ENPA

وبموجب المرسوم 86-147 المؤرخ في 1 جويلية 1986 تأسست المؤسسة العمومية للتلفزيون وهي مؤسسة ذات طابع صناعي تجاري لها شخصية معنوية واستقلال مالي تحت وصاية وزارة الاتصال والثقافة، تمارس احتكار البث على البرامج التلفزيونية في كل التراب الوطني مهمتها إعلام المشاهد و الترفيه عنه بإنتاج برامج متنوعة وإضافة إلى صيانة وتطوير وسائلها وأجهزتها التقنية وتسير أرشيفها السمعي البصري وهكذا تواصلت مسيرة التلفزيون .

⁵ محمد عزت، مرجع سابق، ص 213.

بالحرص على مواكبة التطورات السريعة والمتواصلة في مجال الاختراعات والابتكارات التكنولوجية الخاصة بعالم الاتصال يبدأ مشوارا جديدا للتلفزيون⁶.

2 - الهيكلية الإدارية للتلفزيون العمومي الجزائري.

التلفزيون الجزائري مؤسسة إعلامية عمومية خاصة لتسيير وزارة الاتصال ويديرها مدير عام، مقرها العاصمة لها محطات جهوية منتشرة تقريبا على كافة أنحاء القطر الوطني، مؤسسة ذات طابع صناعي وتجاري وتتلقى تمويلا من طرف الدولة وفق ميزانية محددة سلفا، كما لديها مداخيل متنوعة خاصة عن طريق الإشهار الذي عرف رواجا كبيرا خاصة بعد أن أصبح من اختصاص الركود عندما كان تابعا للمؤسسة الوطنية للنشر والإشهار، مداخيله تذهب مباشرة إلى مؤسسة الإشهار.

أصبحت مؤسسة التلفزيون تستفيد منه مباشرة وتستغله في اقتناء البرامج وتنويعها كما أن التكفل بالبرامج وأنواعها من حصص ومسلسلات من طرف بعض الشركات في إطار التمويل (Sponsor) ساهم في إثراء البرامج واستمرارها.

يعرف التلفزيون في هيكلته عدة مديريات تسهر على السير الحسن والتنظيم الجيد فنجد أولا:

1- المديرية العامة :

تتولى هذه الأخيرة تسيير المؤسسة وتوجيه الموارد البشرية والمادية والسيولة المالية واستغلالها على الوجه الذي يسمح بالسير الحسن لمختلف الهياكل ومراقبتها وتنظيمها، ويسهر على تنظيم هذه المديرية وإدارتها مدير عام تعود إليه القرارات والمشاورات، يعينه وزير الاتصال ويخضع له مباشرة وتشمل هذه المديرية عدة فروع:

أ- المديرية الفرعية للموارد المالية.

ب- المديرية الفرعية للموظفين والشؤون القانونية.

ت- المديرية الفرعية للتكوين : وتهتم بالمتربصين والموظفين وتتكفل بإعداد مجمل البرامج في التكوين والترقية.

ث- المديرية الفرعية للوسائل العامة (تهتم بالتمويل واقتناء العتاد).

⁶ عبد المجيد شكرى " تكنولوجيا الاتصال الجديدة في إنتاج البرامج في الراديو والتلفزيون " ط 1 دار الفكر العربي، القاهرة، 1997، ص 19.

ج- مديرية العلاقات الخارجية وتتولى إبرام الصفقات واقتراح الاتفاقيات.⁷

2- مديرية المصالح التقنية والتجهيز :

وتتولى استخدام مجمل التجهيزات والهيكل المتوفرة وصيانتها وتشتمل عدة فروع :

أ- المديرية الفرعية لوسائل الإنتاج المختلفة.

ب- المديرية الفرعية لوسائل الإنتاج القارة.

ت- المديرية الفرعية للدراسات.

ث- المديرية الفرعية للتجهيزات.

3- مديرية الإعلام :

يتمحور دور هذه المديرية في إعداد البرامج الإعلامية وتغطية الأحداث واقتناء المعلومات والأخبار الدولية والمحلية، وتغطية الاتصالات الداخلية بالمؤسسة، ومع الزوار وتتفرع إلى مديرتين:

أ- مديرية الأخبار المصورة باللغتين العربية والأمازيغية، هذه الأخيرة تشمل ثلاث لغات محلية القبائلية، الشاوية، المزابية.

ب- مديرية الإنتاج: تتكفل بإنتاج مختلف البرامج وتوزيعها ولها فرعين :

- المديرية الفرعية للحصص الوثائقية والفنية.

- المديرية الفرعية للحصص الرياضية والثقافية.

4- مديرية الأرشفة

تعد هذه المديرية الرابط بين مختلف المديريات فهي المخزن أو المرجع الأمين لمختلف الهيئات، بحيث تمدهم مختلف المعلومات والوثائق التي تتوفر عليها لكل ما أنجز وعرض على القناة الوطنية وموروث عن الاستعمار، كما تساهم أيضا في مساعدة معدي الحصص للتطرق إلى ما سبق لكي لا يعيدوا إنجاز عمل سبق انجازه أو اكتساب غيره من خلال إعادة المشاهدة والتكرار

⁷ احمد شكري، مرجع سبق ذكره، ص 26.

والرجوع إليه خلال المناسبات للتزويد بالمنتجات المنتسبة التي سبق انجازها وأن تستند إليها المديرية.

5- المديرية التجارية

هذه المديرية حديثة النشأة ظهرت مؤخرا خاصة بعد أن أصبح التلفزيون مؤسسة إعلامية ذات طابع تجاري بحيث تتكفل باقتناء البرامج وفق الإمكانيات المادية ووفق المتطلبات التي تناسب ذوق الجمهور وتتماشى مع طبيعة المجتمع الجزائري وثقافته ولا تتعارض مع الوجهة السياسية للبلاد وكونه مؤسسة عمومية توظفها الدولة في خدمة مصالحها وبث إيديولوجيتها للمحافظة على الاستقرار والشباب والحرص على السير الحسن لمختلف هياكل الدولة من خلال التأكد على توجيه الرأي العام وجهة تخدم مصالح البلاد وتشمل هذه المديرية عدة مديريات فرعية :

أ- المديرية الفرعية لإنتقاء وشراء البرامج :

- قسم شراء البرامج الغير عربية ويشمل فرعين:

1- قسم خاص بالبرامج الوطنية ويتعامل فيه هذا القسم مع المومنين من أصحاب مؤسسات واستوديوهات خاصة داخل الوطن قصد اقتناء البرامج منها AVP، ورشات إنتاج الفيديو، الاستوديوهات الخاصة VP.

2- قسم شراء البرامج الأجنبية : يتعامل هذا القسم مع موزعين محليين و عالميين مباشرة أو عن طريق البريد الالكتروني أو البريد العادي، كما يسهر هذا القسم على متابعة كل المستجدات على الساحة الإعلامية خاصة عند كبريات المؤسسات المهدمة بالإنتاج والتوزيع أهمها ARMAIENT COLOMBIABROSS، ويعرف مجال هذه البرامج منافسة كبيرة وصعوبة في اقتنائها لأن مجال انتشار البرامج الأجنبية كبير والطلب عليها متزايد كما أن القنوات الخاصة والفضائية والمتخصصة تعرض مبالغ مغرية تعيق المؤسسات العمومية في التزويد بهذه البرامج.

3- قسم شراء البرامج العربية : يهتم هذا القسم باقتناء مختلف البرامج والتنقيب عليها بالتفاوض والتعامل مع عدد كبير من الموزعين والمنتجين المحليين والأجانب وحتى المفرعين التابعين للقنوات العربية الفضائية، ومختلف الشركات المهمة بالتوزيع والنشر.

فإن تعلق الأمر بالبرامج الوطنية فإن مؤسسات أو استوديوهات مثلا : لأك،
معرب فيلم بادي فيزيون SDBOX تهتم بمختلف البرامج أما إن كانت عربية
فإنه هناك بعض المرونة من طرف المؤسسات العربية في توفير البرامج، فإن
الطلب العربي محصور بين الدول العربية غالبا. فالمجال ضيق مقارنة بالبرامج
الأجنبية، لكن هناك منافسة دائمة خاصة مع تفتح الإعلام وظهور كم هائل من
القنوات العربية الخاصة الفضائية مما يتسبب في ارتفاع بعض المنتجات وزيادة
الطلب عليها كما تسمح المؤسسات العربية الموزعة، ووفقا للاتفاقيات استغلال
البرامج لمدة أطول وإن فاتت 5 سنوات تعمل على تخفيض السعر الأول للبيع إلى
النصف تقريبا.

4- قسم العقود و تبادل البرامج و يتفرع إلى قسمين :

- أ- فرع تسيير العقود : ويتم فيه شراء حقوق البث والإنتاج المشترك مثلما هو
حاصل مع الاستوديوهات الخاصة مثل : بادي فيزيون في حصة الفهامة
وعقود برنامج منجزة تحت الطلب لمتعاملين خواص وعموميين.
- ب- فرع المبادلات: من خلال تبادل البرامج والتي تتناسب في التعريف بالثقافات
خاصة بين الدول المغاربية أو بين الدول الإفريقية خاصة في المناسبات
الهامة والمؤتمرات.

5- قسم الإحصائيات: هذا القسم دوره يكاد يكون رئيسيا وهو الرابط بين مختلف
الهيئات ويشبه أداؤه أداة مصلحة الأرشفة، لكن تمويه يتم بتقديم أرقام إحصائية
ونسب مئوية فيما يخص حجم اقتناء البرامج نسب عرضها اليومي، الأسبوعي،
الشهري، الفصلي، السنوي، وتقديم حوصلة تستفيد منها مختلف المديريات لتقديم
أداء المؤسسة على العموم.

6- مديرية البرمجة: ظهرت هذه المديرية سنة 2001 بعد التقسيم الإداري الجديد وقد
تزامن ظهورها بهذا الاسم الجديد والمسؤولية المتجددة مع ظهور القناة الفضائية
الثالثة، وتتولى هذه المديرية عرض البرامج وبثها وفقا لبرنامجها تحدد مسبقا
وتتلاءم مع مختلف التطورات التي تمس الساحة الوطنية والعامة في مختلف
المجالات والميادين، وتخضع هذه المديريات إلى المديرية العامة، فمديرية

البرمجة تمثل برامج تعكس واجهة المجتمع الجزائري وتهتم ببعده الحضاري وواقعه الثقافي والاجتماعي، تخدم تطلعاتها في الإطار السياسي والقانوني التي تسمح به السلطة التنفيذية والتشريعية للدولة، ظهرت مديرية البرمجة أول مرة وفقا للمرسوم التنفيذي سنة 1986 وانطلقت في إعداد برامجها و بثها وانتقائها سنة 1987 بعد إعادة هيكلة المؤسسة ومرت هذه المديرية بثلاثة مراحل قبل أن تستقر عما هي عليه الآن.

- المرحلة الأولى من سنة 1962 إلى غاية 1977 كان قسم الفيلم أتيك بإمكانيات بسيطة متواضعة يقوم باقتناء البرامج وتحديداتها والشهر على بث ومراقبة سيرها وعرضها
- المرحلة الثانية من سنة 1977 إلى غاية 2001 أصبحت صلاحية شراء البرامج من صلاحيات المديرية التجارية ومن أهم فروعها:

أ- المديرية الفرعية لاستغلال وبث البرامج وتشمل عدة أقسام :

1- قسم التنشيط يتم فيه وضع البرامج و تشمل عدة أقسام :

- قسم متابعة البرامج ويشمل قسمين :

- قسم التنشيط يتم فيه وضع البرنامج الأسبوعي وتحديد الرزنامة.

- قسم الفيلم أتيك ويتم فيه تخزين مختلف البرامج المعدة للبث وتصنيفها.

2- قسم وحدة البرمجة : وتشمل هذه الوحدة خمس وحدات:

- وحدة المنوعات.

- وحدة المسلسلات والحصص.

- وحدة الأشرطة.

- وحدة برامج الأطفال.

- وحدة الأفلام.

3- المديرية الفرعية لمعاينة البرامج وانتقائها: وتشمل هي الأخرى على

ثلاث، كل دائرة لها تخصصها ومواضيعها.

- دائرة البرامج الوطنية

- دائرة البرامج العربية

- دائرة البرامج الأجنبية

4- المديرية الفرعية للقناة ولها أقسام وهي :

- قسم البث هذا الأخير لا يسمح بالخطأ فهي نقطة بين البرنامج والجمهور.
- مسير القناة، الشخص الذي أوكل له السهر على القناة وتنظيمها والتعامل مع الجمهور من خلال يدارك التذبذبات التي تصيب البرنامج من خلال التأخير في العرض أو تجاوز الحصص لمواقيتها المحددة.
- مراقب القناة يهتم بتسجيل كلما يبث على القناة مع تحديد مصادر البرنامج ومدته ويقوم بتقديم تقرير على هذه البرامج.
- مخزن البرامج : يتم تخزين البرامج مباشرة بعد عرضها ويتم تصنيف المواضيع في البرنامج اليومي وترتب وتخزن وفق هذا التنظيم ويكون التخزين في مصلحة البرمجة أولا: يمكن الحصول عليه إن كان سيعاد بثه في فترات متقاربة، أما إن كان لا يرجى بثه فإنه ينقل إلى مديرية الأرشفة وهي التي تهتم بتخزينه⁸.

3 - مميزات التلفزيون الجزائري

- أكثر واقعية في نقل الصورة والسينما تلجأ للحيل وفق الإضاءة.
- الفورية في إعادة الأحداث والأخبار ويشارك مع الراديو في هذه الخاصية ولكن يتفوق الراديو فهو لا يحتاج إلى الكاميرا والتجهيزات المعقدة.
- يتوجه إلى حواس عديدة لدى المشاهد وبالتالي رسالة تكون أكثر تأثيرا وإقناعا.
- يتخطى الحدود الطبيعية والجغرافية خاصة مع استخدام الأقمار الصناعية يكون علاقة حميمة مع أهل المنزل⁹.
- التلفزيون أداة تربوية تعليمية، إنه يزيد من قدرات الأطفال فكريا وثقافيا وإنه يكسبهم عادات وقيما مرغوب بها.
- فقد غدت التلفزة اليوم بلا منازع أقوى وسيلة ذات قدرات فائقة على النفاذ لكل البيوت، فهي قادرة على تشكيل الذهنيات وإعادة المجتمع والتحكم في توجهاته الراهنة والمستقبلية.
- التلفزيون هو أداة التحديث في المجتمعات النامية والرؤية النافذة، المقابلة التي تعمل على مواجهة الإعلام العربي، يعد نوعا من الاستعمال وأداة للتحرر في الوقت ذاته.

⁸ عبد المجيد شكوى، مرجع سابق، ص 23

⁹ علي طاهر مبارك، الإذاعة و التلفزيون و المعرفة الرياضية في عصر التحديات، (د-ط)، القاهرة، 2007، ص 102.

- يدعم الإحساس بالمواطنة والانتماء والرغبة في المشاركة في بناء الوطن والإسهام في تشكيل الهوية الوطنية، ومحاربة خلق وعي عام لدى الجماهير بأهمية الاكتفاء الذاتي والاعتماد على النفس.
- الحفاظ على القيم الذاتية والوطنية وتعزيزها وتثبيتها دون الغزو الثقافي وفرض اتجاهات اجتماعية ونماذج سلوكية قد تعوق التنمية وتستمر معها أوضاع الظلم الاجتماعي والتبعية وإن كان هذا لا يمنع من الانفتاح على الثقافات الأخرى دون الاعتماد الكلي على الإنتاج الثقافي وقبوله بلا تمحيص¹⁰.
- التلفزيون مؤسسة اجتماعية وثقافية قبل أن يكون منتجا وموزعا للإعلام فهي تقيم الاتصال بأفراد المجتمع وتعيد إنتاج الثقافة أو تقوم بتوزيع سلع ثقافية عبر إقامة علاقات اجتماعية مع المتلقي وذلك من خلال تعزيز الذاتية الثقافية وتدعيم الثقافات الوطنية دون إغلاق الأبواب أمام الثقافات الأخرى والسعي لغرس روح المبادرة والاعتماد على النفس والابتكار، والتأكيد على بعض القيم مثل روح الجماعة والتعاون والمشاركة وإتاحة الفرصة لكل التيارات الفكرية والثقافية السائدة في المجتمع للتعبير عن ذاتها.
- التلفزيون ليس بأفكار ثابتة أو جاهزة، إنه حقيقة اجتماعية وثقافية تخزن تاريخ المجتمع، تجسد تقاليده وينمو ويتطور الجمهور وتتنوع حاجاته الإعلامية والثقافية والترفيهية.
- الشعبية الكبيرة للراديو بسبب كثرة محطاته الناتجة عن انخفاض تكاليف التأسيس.
- للتلفزيون القدرة على تحديث المعلومة والمتابعة والمصادقة والقدرة على الإقناع¹¹.

4- وظائف التلفزيون العمومي الجزائري

- تغطية الحملات الانتخابية.
- تغطية كل النشاطات الحكومية.
- نقل المناقشات البرلمانية.
- تغطية نشاطات الأحزاب السياسية والجمعيات والنقابات.

¹⁰ نصر الدين العياضي، "التلفزيون، البرمجة المشاهدة، آراء ورؤى"، (د.ط)، وزارة الثقافة دمشق، 1998، ص 07.

¹¹ ليلى عبد المجيد، "مجلة عالم الفكر"، ديسمبر 1994، ص 60 ص 61.

- بث وتغطية البرامج ذات الطابع الثقافي والديني.
- بث البرامج ذات الطابع المتخصص كالأحوال الجوية.
- إضافة إلى الأشرطة الوثائقية والتحقيقات والمجلات لمختلف جوانب الحياة الوطنية والدولية و يلزم كذلك دفتر الشروط ومرسوم المؤسسة بأن تبث على الأقل جريدين مصورتين في اليوم¹².
- إن التلفزيون يقوم بمجموعة أساسية ومحورية من الوظائف والتي تحقق مجموعة من التأثيرات المتنوعة والبعيدة النتائج سواء على مستوى الفرد أو الجماعة أو المجتمع ومنها :
- وظيفة الإخبار وهي وظيفة تتمثل في نقل الأخبار سواء كانت محلية أو إقليمية أو دولية ومهما كان نوعها، اقتصادية، سياسية أو اجتماعية أو فنية وذلك لمتابعة ما يجري حول الفرد في عالمه كما تصل الفرد بالعالم الخارجي الغير شخصي وتزويده بمعلومات جديدة.
- وظيفة تعليمية، فالتعليم وظيفة كذلك تقدم له من المعلومات المنهجية التي يستخدمها في حياته، ولتدعيم التعليم الرسمي وكان أول بث تعليمي تلفزيوني في الولايات المتحدة الأمريكية في أوائل الخمسينات واستخدمته إيطاليا في عام 1958، كما استعمل التلفزيون مواضيع وبرامج كانت تهدف في تجربته لمحو الأمية عام 1973 وكانت تجربة ناجحة.
- وظيفة التأثير من الناحية الثقافية في هذا الإطار الواسع الذي يتضمن المعارف والعادات والتقاليد وكل ما يكتسبه الفرد كعضو في المجتمع والتلفزيون بطاقته الهائلة وإمكاناته الكبيرة وخواصه الجاذبة والمؤثرة مطالب أولا وفي المقام الأول بأن يبني الإنسان من خلال معارفه وفكره وسلوكه وقيمه¹³.
- وظيفة تكوين معايير التعامل مع الثقافات الأخرى، وهذه الوظيفة المعيارية بالغة الأهمية، خاصة حينما يكون في غفلة عن دينه، فالسبل الإعلامي الأجنبي لا يكف عن الاندفاع وهو في اندفاعه يقدم الصحيح و المختل، المباح وغير المباح.

¹² إبراهيم العباسي " التحليل الاقتصادي و الاجتماعي " د.ط. الوكالة الوطنية للنشر و الإشهار، الجزائر، 1989 ص 325
¹³ السعيد بن مبارك الزعبر " التلفزيون و التغير الاجتماعي في الدول النامية "، (د.ط) دار مكتبة الهلال، بيروت، 2008 ص 271

- وظيفة التنشئة الاجتماعية ونقل التراث، وهي ربط الأسرة مع بعضها البعض، وأفراد المجتمع بعضهم البعض الآخر، من خلال نقل التراث الشعبي، قيمه، عاداته، تقاليده ولغته وهذا حق الاستمرارية للمجتمع والحفاظ على كيانه وبالتالي تتم التنشئة الاجتماعية لأفرادها وكذلك التنشئة السياسية.

- وظيفة تكوين الآراء والاتجاهات لدى الأفراد والجماعات والشعوب إذا لها دورها الهام في تكوين الرأي العام فكثيرا ما اعتمد عليها السياسيون.

- وظيفة الترفيه والتي هي غاية نفسية ضرورية في حياة الإنسان بعد بذله جهد معين أو إنشغاله بعمل ما يكون في آخر المطاف في حاجة إلى التسلية والترفيه عن النفس.

كما أن البطال هو بحاجة إلى الترفيه لملى وقت فراغه، فالبطال هو بحاجة إلى الترفيه أكثر من غيره بحيث يعتبر علماء الباتولوجي الاجتماعية الفراغ مشكلة لأنه حالة خلو يسودها اليأس أو خلاء الذهن والبدن من النشاط كما يرى أن هذه الوظيفة أغنى غذاء تعليمي فعال على نطاق واسع في أي ثقافة ويحاول التلفزيون الجزائري الاهتمام بهذه الغاية وتخصيص وقت عريض لمختلف الفئات والأعمار¹⁴.

- وظيفة الإعلان والترويج بحيث الإعلان يعد وسيلة حديثة فهو يقوم بخدماته على مستويات عديدة كالمستهلك يخدم المعلن صاحب السلعة ويخدم الوسيلة الإعلامية ويقوم بخدمة وتنشيط الحركة الاقتصادية والتجارية، الوطنية، والعالمية¹⁵.

- التلفزة لا تعني مجرد آلة لنشر الصور بل صار يلعب دور أساسي في حياة الناس اليومية، فقد حل هذا الجهاز محل راوي الحكايات والمداح الذي ينتقل من قرية لأخرى، فالكلمة أصبحت تصل مرفوقة بالصورة عبر الأقمار الصناعية لتصل إلى المناطق النائية، وهذا ما لم يحققه الكتاب والراديو، و هكذا أصبح التلفزيون يجمع كل فراد الأسرة ويجذب أنظار الجميع¹⁶.

¹⁴ درويش كمال، "الخلوي أمين"، أصول الترويج و أوقات الفراغ مدخل للعلوم الإنسانية، (د، ط)، دار الفكر العربي، مصر، 1990، ص 111.

¹⁵ محمد سيد محمد، "المسؤولية الإعلامية"، (د، ط) مكتبة الخانجي، القاهرة، 1973، ص 31.

¹⁶ محي الدين الحليم، "الدراما التلفزيونية و الشباب الجامعي"، (د، ط)، دار الفكر العربي، القاهرة، 1984، ص 98.

5- مشاكل و عيوب التلفزيون العمومي الجزائري

تكمن أولى مشاكله في انغلاقه على نفسه، فلا أحد من المواطنين يعرف ما يحدث داخله ماعدا فيما يخص تشريع العمال أو هجرة الصافحين والإطارات أو الاستقلالات أو غيرها، فلا توجد هناك قنوات بين هذه المؤسسة لقياس أداء الجمهور، وتحديد مزاجه يوكل المهمة مثلا إلى مركز الدراسات الإحصائية أو معهد عباسه أو كلاهما¹⁷.

تكمن غايتها في الوصول إلى نسب فقط دون التعامل بالاحترافية للوصول إلى غاية الإصلاح أو التغيير أو المراجعة، أما سوء التسيير فهو كباقي المؤسسات العمومية، فهو يعاني من انعدام المهنية وتكريس فكرة النقد ثم النقاش إن أمكن النقاش فالرداءة مستمرة وحتى إن وجدت الإمكانيات التقنية والمادية بنوعية لم يسبق لها مثيل فالتلفزيون مؤسسة ذات طابع صناعي وتجاري، أضف إلى ذلك المنافسة الشديدة من طرف القنوات الفضائية المتنوعة والمتخصصة الثرية بالمواضيع والمعلومات والأخبار التي وقعت في استقطاب الجمهور¹⁸.

أما عن عيوب التلفزيون العمومي الجزائري فتكمن في كون التلفاز ما يعرض فيه ليس إلا وسيلة إعلامية بالغة الأهمية ومن بين هذه العيوب ما يلي:

- إن التلفاز يشيد بالواجهة الظاهرية و يمجّد القياس و يعظم كل جديد و يرشح قيما وذلك ينطبق على السيارة القديمة و الملابس القديمة فهي توحى بالسخرية.
- يمجّد التلفاز المشاهير من نجوم السينما و المسرح، والإذاعة والتلفزيون والرقص والملاهي الليلية حتى ليضن المرء أحيانا أن الملاهي الليلية قد غزت البيوت عن طريق التلفزيون، وهكذا يرسخ في ذهن الفرد أن الرقصات والفنانات والممثلات ونجوم الكرة أهم بكثير من العلماء والمهندسين والأطباء، بدليل أن مظاهر الحداد في التلفاز على غرار وفاة عبد الحليم حافظ أو وردة الجزائرية كانت أضخم بكثير من وفاة بعض علماء الأمة¹⁹.

¹⁷ جمال بن زياد، " التلفزيون الجزائري و الشباب"، دراسة ميدانية لمكانة التلفزيون الجزائري عند الشباب لمدينة شراكة، رسالة ماجستير في علم الاجتماع التربوي، جامعة الجزائر، 2008، 2009، ص 127

¹⁸ شون ماكبرايد وآخرون، "أصوات متعددة وعلم واحد"، (د، ط) الشركة الوطنية للنشر والتوزيع، الجزائر، (د س)، ص 198.

¹⁹ إبراهيم مام، " الإعلام الإذاعي"، دار النشر للمعرفة، القاهرة، 2000، ص 71.

إن مسؤولية التلفزيون كبير في رفع مستوى المشاهدة صغيرا أو كبيرا، ويسهم في بناء الأسس الفكرية، فالشاشة الصغيرة تتحرك بسرعة إلى مختلف قطاعات المجتمع وفئاته، فيتجه إلى العامل في حقله و التاجر في متجره والطبيب في عيادته ويذهب إلى الجامعات والمدارس إضافة إلى المنزل بالطبع.

ومع تنوعات المادة التلفزيونية المعروضة، فالمشاهد يطلب المزيد من الفائدة في الثقافة والمعرفة لإمكانية رفع مستواه الفكري، وهذا يبرز دور التلفاز التعليمي الهام في محو الأمية وتكثيف المعلوماتية لدى المعلم وتنوع البرامج الثقافية العامة المعاصرة إلى جانب تقديم الترفيه والتسلية، ولأن التلفاز جامع للعديد من البرامج المتنوعة كما يعرف فإن علماء الاجتماع يرونه عاملا من أهم العوامل الاجتماعية لأن له دورا في تغيير السلوك الاجتماعي ويعتبر التلفزيون إبداع صناعي تقني يندمج في حلقات تطور المجتمعات المتقدمة والمتخلفة، يكاد لا يوجد منزل أو أسرة دون جهاز تلفزيون وهكذا أخذ يستولي على العقول والنفوس البشرية²⁰.

بطاقة فنية لحصة للعائلة

1-التعريف بحصة للعائلة

حصة للعائلة برنامج اجتماعي أسبوعي يبث كل ثلاثاء على القناة الأرضية في تمام التاسعة ليلا من إعداد و تقديم الإعلامية نجية خثير ومن إشراف سمير بغالي وإخراج سمير فوخال. بدأت في سبتمبر 2014 حيث برمجته على شكل مواسم من شهر سبتمبر من كل سنة إلى غاية شهر جويلية²¹.

1- حصة للعائلة حصة حوارية حيث تستضيف مختصين في كل المجالات حسب

المواضيع المعالجة كما هي أيضا من الحصص التفاعلية مع الجمهور بحيث

يمكن للمشاهد من التدخل عبر الهاتف أو الموقع الإلكتروني أو الفيسبوك ...

2- حصة للعائلة حصة اجتماعية بامتياز تناقش القضايا الاجتماعية بكل صيغها

والمواضيع التي تتطرق إليها لا تقتصر على فئة معينة أو شريحة خاصة بل

تخصص مواضيع لكل الأعمار خاصة منها الشباب والأولياء، كما تتطرق لكل

²⁰ سليم عبد النبي، " الإعلام التلفزيوني"، ط 1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، 2010، ص 29.
²¹ موقع التلفزيون الجزائري WWW.ENTV.DZ ، تم تصفح المواقع يوم 2019/08/06 على الساعة 11:30

المواضيع التي تهم الأسرة الجزائرية حسب المناسبات والأحداث سواء الدينية أو الوطنية أو السياسية، تبحث عن حلول للمشكلات الاجتماعية الراهنة حسب ساعة الحدث أو موضوع الساعة بالتحليل والنقاش مع المختصين الذين تستضيفهم مقدمة البرنامج وبذلك تسعى للتنمية الاجتماعية.

2- فكرة حصة للعائلة

جاءت فكرة الحصة من مدير الإنتاج للبرامج في التلفزيون العمومي الجزائري (إلياس لعريبي)، حيث اقترح فكرة لبرنامج اجتماعي مؤثر في ظل المنافسة الشرسة مع القنوات الفضائية الخاصة بحيث اختار الإعلامية نجية خثير كمقدمة لها لخبرتها في علم الاجتماع بحيث ساهمت في تطويره باقتراحها لفكرة فتح التفاعلية على المباشر والمواقع الأخرى لإثراء الحصة أو اقتراح مواضيع تهم الفرد أو العائلة الجزائرية للمساهمة بشكل أكبر في الرفع من مستوى الوعي الاجتماعي بتطرقها لكل المواضيع محاولة بذلك الالتزام بالموضوعية والمصداقية ومراعاة الأمانة الاجتماعية والأخلاقية والدينية التي يتميز بها المجتمع الجزائري من خلال استضافة مختصين للبحث عن أسباب وحلول وعلاج للمشكلات أو القضايا الاجتماعية التي يعاني منها المجتمع الجزائري²².

3- صدى الحصة

عرفت حصة للعائلة صدى كبير لدى الجماهير الجزائرية واستحسنت مضامينها وطريقة تقديمها ومعالجتها للقضايا الاجتماعية، حيث استطاعت هذه الحصة الاجتماعية أن تتربع على عرش الحصص الاجتماعية لمدة أربع سنوات متتالية حيث تحصلت على جائزة برنامج الجماهير وذلك بتقدير من المشاهدين والمتابعين للحصص الاجتماعية عبر كل القنوات الجزائرية الخاصة والعمومية وذلك بتصويتهم واختيارهم لحصة للعائلة، كما تحصلت على جائزة " نجم الإعلام " للحصص الاجتماعية والفضل في ذلك يعود لجوهر فكرة الحصة، باختصار استندت على أن للمجتمع الجزائري قيم ومبادئ أخلاقية وأسرية ودينية واجتماعية خاصة لكن تتخللها بعض الشوائب مما يشكل عائقا أمام الفرد أو العائلة الجزائرية يصعب مواجهتها أو إيجاد حلول لها.

²² الموقع الإلكتروني (جريدة الحوار) حوار خاص مع مقدمة حصة للعائلة، Elhiwardz.com تم تصفح الموقع 2019/08/16 على الساعة 8:32

فأرادت مديرية الإنتاج للبرامج على مستوى التلفزيون العمومي الجزائري أن تحل كوسيط بينها وبين المختصين في مختلف المجالات لمناقشة هذه المواضيع باشتراك جميع المشاهدين كعناصر فاعلين في الحصة وهذا ما جعلها تلقى رواجاً كبيراً لدى الجماهير الجزائرية²³.

4- السيرة الذاتية لمقدمة حصة للعائلة

نجية خثير هي إعلامية جزائرية كان تخصصها الجامعي علم الاجتماع تحصلت على ماجستير في علم الاجتماع سنة 1996 من جامعة الجزائر فاختارت مجال الإعلام وذلك بتأثرها بأختها، كانت بدايتها من الإذاعة الثقافية أين اشتغلت فيها لمدة سنتين ثم كمراسلة في التلفزيون الجزائري، أما عن دخولها إلى البلاطو كانت تجربتها في إعداد مقدمة لموضوع حول أسواق الجزائر فنالت إعجاب المدير العام للتلفزيون فأشركها في كاستينغ، وأول برنامج قدمته ونشطته هو برنامج " صباح الخير " مع حصة " حظك في الأنعام " ²⁴ بداية من سنة 1998 كما تعرف نجية خثير بأنها منشطة الحفلات الرسمية حيث تلقت عدة رسائل إعجاب من مختلف السفارات لطريقة تنشيطها وتفاعلها²⁵ وتوجت بعدة ألقاب منها أحسن إعلامية وأحسن منشطة لمدة 19 سنة كما توجت بلقب أحسن إعلامية للقضايا الاجتماعية سنة 2017 وأحسن إعلامية للقضايا العربية سنة 2018 وفي هذه السنة الأخيرة نصبت كرئيسة تحرير مركزية ومساعدة لمدير إنتاج البرامج بالتلفزيون الجزائري .

²³ حوار تلفزيوني مع مقدمة حصة للعائلة في برنامج صباح الخير يا جزائر، مسجلة على موقع التلفزيون الجزائري www.entv.dz ، تم مصاحفة

الموقع 2019/08/07 على الساعة 14:06

²⁴ الموقع الإلكتروني لجريدة النهار الإلكترونية، حوار خاص مع نجية خثير، Ennaharonline.com ، تم تصفح الموقع يوم 2019/08/08 على الساعة 09:23.

²⁵ حوار تلفزيوني على الموقع www.entv.dz مرجع سابق.

تفريغ البيانات وتحليلها:

■ التحليل من خلال الجداول البسيطة:

جدول رقم (1): توزيع أفراد العينة حسب متغير الجنس

الجنس	التكرارات	النسبة المئوية
ذكر	57	48%
أنثى	63	52%
المجموع	120	100%

تكشف المعطيات الإحصائية في الجدول أعلاه توزيع المبحوثين حسب متغير الجنس والملاحظ في هذه النسب تفوق نسبة الإناث على الذكور إذ بلغت نسبتهن 52.5% وذلك راجع إلى ملائمة مواضيع ووقت عرض البرنامج للنساء، كذلك يرجع سبب ذلك إلى اعتمادنا على العينة القصدية إذ أننا صادفنا فئة الإناث أكثر من الذكور الذين يتعرضون للحصة بالإضافة إلى ذلك نجد أن الإناث أكثر من الذكور الذين يتعرضون للحصة بشكل أقل بالإضافة نجد أن الإناث أكثر ميلا لمثل هذه الحصص عكس الذكور الذين يميلون أكثر إلى البرامج الرياضية والترفيهية.

الجدول رقم (2) يبين توزيع المبحوثين حسب متغير السن

السن	التكرارات	النسبة المئوية
(26 – 17)	44	%37
(36 – 27)	34	%28
(46 – 37)	21	%18
(56 – 47)	16	%13
(66 – 57)	05	%4
المجموع	120	%100

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه توزيع المبحوثين حسب متغير السن، إذ أن معظم المبحوثين تتراوح أعمارهم ما بين 17 و 26 سنة بنسبة 37% تليها الفئة العمرية (27 – 36) بنسبة 28% تليها الفئة (37 – 46) بنسبة 17.5% يليها الفئة (47 – 56) بنسبة 13% تليها الفئة (57 – 66) بنسبة 4% وذلك راجع إلى اعتمادنا على العينة القصدية بحيث تحصلنا على هذه الفئات العمرية من المبحوثين الذين يتابعون حصة للعائلة وهذه الفئات العمرية منطقية لن توزيع الاستثمار على فئة الشباب بطريقة قصدية لأنهم العامل الأساسي في عملية التنمية الاجتماعية.

الجدول (3) يبين توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي

المستوى التعليمي	التكرارات	النسبة المئوية
ابتدائي	0	%0
متوسط	15	%13
ثانوي	29	%24
جامعي	47	%39
تكويني	29	%24
المجموع	120	%100

تكشف الأرقام المبنية في الجدول أعلاه توزيع المبحوثين حسب متغير المستوى التعليمي إذ نجد أن معظم المبحوثين دون مستوى جامعي إذ بلغت نسبتهم 47% لأنها الفئة الأكثر استوعبا للمضامين الإعلامية ثم يليها المستوى الثانوي بنسبة 24% لتمتعهم بنوع من الإدراك للمواضيع الاجتماعية لأن مستواهم يسمح لهم بذلك أما قد سجلنا نفس النسبة للذين لديهم مستوى تكويني وذلك يعود لتباين المستوى التعليمي للذين احتاروا مزاوله دراستهم في معاهد التكوين المهني فمعظم المبحوثين ذو مستوى متوسط أو ثانوي وعن طريق تكوينهم أصبح لديهم وعي أكثر يسمح لهم باستيعاب مضامين المواضيع الاجتماعية أما أقل نسبة سجلناها بالنسبة للمستوى المتوسط فقدرت نسبتهم ب 13% وذلك لأنهم أقل ادراكي ووعيا للمضامين الإعلامية لأن مستواهم لا يسمح لهم بذلك.

أما المستوى الابتدائي فنسبتهم منعدمة لان دراستنا لم تشمل الفئة لكون نسبة استيعابهم ضئيلة جدا، وخاصته لغة البن التي تعيق فهمهم.

الجدول (4) يمثل توزيع المبحوثين حسب متغير المهنة

الوظيفة	التكرارات	النسبة المئوية
طالب	67	56%
بطل	30	25%
موظف	23	19%
المجموع	120	100%

تكشف الأرقام في الجدول أعلاه توزيع المبحوثين حسب متغير الوظيفة إذ سجلت أعلى نسبة للطلبة ذوي المستوى الجامعي نسبة 56% وهذا راجع إلى وجود نسبة من الطلبة الجامعيين ضمن العينة التي اخترناها والذين وزعت عليهم الاستثمارة بالجامعة من جمهور بلدية فريحة، بعد

ذلك في المرتبة الثانية البطالين بنسبة 25% ونجد معظمهم من المتخرجين من الجامعة ثم تليها فئة الموظفين بنسبة 19%.

الجدول (5) يبين توزيع المبحوثين حسب المستوى المعيشي

المستوى المعيشي	التكرارات	النسبة المئوية
جيد	30	25%
متوسط	80	67%
دون المتوسط	10	8%
المجموع	120	100%

يبين الجدول أعلاه المستوى المعيشي للمبحوثين حيث سجلنا أعلى نسبة للمستوى المعيشي والمتوسط والذي يقدر ب 67% وهذا راجع لكون المجتمع الجزائري مجتمع متوسط ثم يليها المستوى الجيد بنسبة 25% نظرا للحالة الاقتصادية التي تعرفها الجزائر في الآونة الأخيرة ثم تأتي المستوى دون المتوسط بنسبة 8% وهذا يعود لصعوبة اعتراف المبحوثين لمستواهم المعيشي الحقيقي.

■ **المحور الثاني: إقبال الجمهور على مشاهدة البرامج الاجتماعية للتلفزيون الجزائري**

سنحاول في هذا المحور معرفة مدى تعرض جمهور بلدية فريجة للبرامج الاجتماعية في التلفزيون الجزائري.

الجدول (6) يبين مدى إقبال جمهور بلدية فريجة على مشاهدة البرامج الاجتماعية المعروضة في التلفزيون العمومي الجزائري وذلك بداية من معرفة مدى تعرضهم للقنوات الجزائرية بالإجابة بنعم أولاً أو أحياناً على النحو التالي: هل أنت من متابعي القنوات الجزائرية.

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	70	58%
لا	10	9%
أحياناً	40	33%
المجموع	120	100%

نلاحظ من خلال هذا الجدول أن معظم المبحوثين من جمهور بلدية فريجة بولاية تيزي وزو يتابعون القنوات الجزائرية حيث قدرت نسبة المجدين بنعم ب 58% يأتي عدد المتعرضين للقنوات الجزائرية أحياناً بنسبة 33% وهذا يعود للشبكات البرمجية التي تعدها القنوات الجزائرية التي قدرت نسبتهم ب 8% وهذا يعود للحالة الإيديولوجية لهذه الفئة كون معظم القنوات الجزائرية تعتمد اللغة العربية والدين الإسلامي في حقها الافتتاحي.

الجدول (7) جدول يبين مدى مشاهدة جمهور بلدية فريجة لبرامج القناة الأرضية بشكل عام وهذا من خلال الإجابة على السؤال هل أنت من مشاهدي القناة الأرضية

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	70	58%
لا	20	17%
أحيانا	30	25%
المجموع	120	100%

من خلال هذا الجدول نلاحظ ان معظم المبحوثين من بلدية فريجة يتابعون برامج القناة الأرضية حيث بلغت نسبة المشاهدين 58% ثم ثاني فئة المشاهدين لبرامج القناة الأرضية احيانا بنسبة 25% وهذا راجع لاختيارهم او تفضيلهم لبرامج على أخرى حسب الشبكة البرمجية للقناة الأرضية واجير ثاني فئة الغير متابعين أو الذين لا يشاهدونها بنسبة 17% وهذا يعود لكون هذه البرامج لا تثير اهتمامهم.

الجدول 8: يبين نوع البرامج التي يفضل الجمهور متابعتها

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
اجتماعية	80	67%
ثقافية	03	3%
سياسية	02	2%
ترفيهية	10	8%
أخرى	25	20%
المجموع	120	100%

الجدول أعلاه يبين أن معظم متابعي القناة الأرضية يفضلون البرامج الاجتماعية المعروضة على هذه القناة حيث بلغت نسبة المفضلين للبرامج الاجتماعية 67.1% ثم تليها البرامج الترفيهية بنسبة 8% منها المسلسلات والأفلام الجزائرية ، التاريخية والدرامية ثم ثاني البرامج الثقافية كنقل الحفلات الغنائية المباشرة وحصة ساعة ثقافة بنسبة 3% وتليها البرامج السياسية بأضعف نسبة قدرت ب 2% وذلك للسلطوية التي تعاني منها القناة الأرضية وكذلك

سجلت البرامج الأخرى نسبة عالية نوعا ما إذ قدرت ب 20% حيث أجاب 25 شخصا بتفضيلهم لبرامج أخرى ضمن الشبكة البرمجية للقناة الأرضية ومن بينها المباريات الرياضية وصعد الطبخ وإرشادات طبية وغيرها.

الجدول (9) يبين الإجابة على التساؤل التالي مع من تفضل متابعة هذه البرامج

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
الأصدقاء	05	4%
العائلة	75	62%
بمفردك	40	34%
المجموع	120	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معظم المبحوثين شاهدون البرامج التي اختاروها مسبقا مع عائلاتهم إذ بلغت نسبتهم 62% وهذا يعود لطبيعة الشبكة البرمجية للقناة الأرضية والبرامج التي تعرضها حيث تحتفظ بالقيم الأخلاقية للأسرة الجزائرية ثم يأتي دور الذين يفضلون التعرض لبرامجهم المفضلة بمفردهم بنسبة 34% وهذا لجدهم الانطواء وكذلك لتحسن المستوى المعيشي للأفراد هذا ما جعلهم لا يكتفون لجهاز تلفاز واحد للعائلة الواحدة وكذلك لتوقيت هذه البرامج وفي المرتبة الثالثة هناك من يفضل متابعة البرامج مع أصدقائهم بنسبة 4% وذلك للظروف الاجتماعية وخصوصيات العائلات الجزائرية إذ يجتمعون فقط أثناء مساهمة مباراة رياضية أو في مناسبة خاصة.

الجدول 10: يبين مدى تعرض المبحوثين للبرامج الذي اختارها مسبقا على القناة الأرضية وذلك من خلال الإجابة على السؤال ما هي عاداتك لمشاهدة هذه البرامج.

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
دائما	79	66%
أحيانا	30	25%
نادرا	11	9%
المجموع	120	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه ان معظم المبحوثين يواظبون على متابعة البرامج التي تلبي احتياجاتهم وتثير اهتمامهم على القناة الأرضية إذ بلغت نسبة المحبين بدائما ب 66% أما المتابعين لهذه البرامج احيانا "بلغت نسبهم ب 25% وذلك يعود لانشغال المبحوثين بأمور أخرى كالدراسة أو التزامها مع برامج أخرى في قنوات أخرى أمام الذين نادرا ما يتعرضون لهذه البرامج قدرت نسبهم ب 9% حيث يتعرضون لها عند اجتماع الأسرة أو التعرض لموضوع مفيد لهم المبحوث يجبره على متابعتها.

■ المحور الثالث: قدرة البرامج التلفزيون الجزائرية على معالجة القضايا الاجتماعية

جدول رقم (11) يمثل مدى اهتمام ومتابعة الجمهور للحصص الاجتماعية

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
دائما	70	59%
أحيانا	30	25%
نادرا	20	16%
المجموع	120	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معظم المبحوثين يشاهدون الحصص الاجتماعية بصفة دائمة نسبة تقدر ب 59% وهذا راجع إلى تنوع المواضيع المطروحة وكذلك حاجتهم لمعرفة ما يعاني منه المجتمع والاستفادة منها من الاقتراحات المقدمة من طرف المختصين ثم بعد ذلك ثاني الفئة التي تتابع الحصص الاجتماعية أحيانا حيث قدرت نسبهم ب 25% وهذا راجع لانشغال هذه الفئة ووجود أمور تجعلها لا تتابع الحصص بشكل دائم ثم أخيرا تأتي الفئة التي تتابع الحصص الاجتماعية بصفة نادرة حيث قدرت نسبهم ب 16% وهذا راجع إلى كون هذه البرامج أو كونها تفضل برامج أخرى سياسية ، ثقافية وبنية وغيرها.

جدول رقم (12) يمثل رأي الجماهير في مضامين الحصص الاجتماعية

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
ممتازة	15	18%
جيدة	25	20%
لا بأس بها	80	67%
المجموع	120	100%

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن 67% من المبحوثين يرون أن مضامين الحصص الاجتماعية لا بأس بها وهذا حسب الأغلبية كون هذه الحصص رغم مضامينها الواقية لكن لا ترقى إلى المستوى المطلوب أمام 20% من المبحوثين فيرون أن مضامين الحصص الاجتماعية جيدة كونهم اقتنعوا لما يعرض ويقدم في هذه الحصص من مضامين وأخيرا نجد أن 18% فقط من يرون أن مضامين هذه الحصص ممتازة وهي أصغر نسبة.

جدول رقم (13) اهتمام الجمهور بموعدين الحصص الاجتماعية

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	60	50%
لا	15	13%
أحيانا	45	37%
المجموع	120	100%

نلاحظ من خلال تحليل المعطيات الواردة في الجدول أعلاه أن 50% من المبحوثين ينتظرون بث هذه البرامج باهتمام كونها تعبر عن اهتماماتهم أما 37% منهم ينتظرونها أحيانا وهذا راجع لانشغالهم في أمور أخرى في وقت بث هذه الحصص أمام 13% من أفراد العينة فلا ينتظرون بث هذه البرامج كونها ليست من اهتماماتهم.

جدول رقم (14) يمثل مدى مناقشة المبحوثين للمواضيع المطروحة

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	80	67%
لا	10	8%
أحيانا	30	25%
المجموع	120	100%

من خلال الجدول أعلاه يتضح لنا أن 67% من المبحوثين يناقشون مواضيع الحصة مع أفراد العائلة وهي أعلى نسبة كون هذه المواضيع تهم العائلة والمواضيع المطروحة تستلزم مناقشتها كونها تغير عن الواقع المعاش للعائلة ثم تأتي بنسبة 25% بالنسب للذين يناقشون المواضيع مع أفراد العائلة أحيانا وهذا راجع إما لانشغالهم أثناء المشاهدة أو لرغبتهم الشخصية في ذلك أما 8% من المبحوثين فنجدهم لا يناقشون المواضيع المطروحة مع أفراد الأسرة وهذا يعود ربما لعدم حبهم الحوار أثناء المشاهدة.

■ المحور الرابع: قدرة مضامين البرامج الاجتماعية على تلبية احتياجات الجمهور

جدول (15) يوضح تقييم مضامين البرامج الاجتماعية من طرف الجمهور

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
جيدة	30	25%
متوسط	75	63%
ضعيفة	15	13%
المجموع	120	100%

يبين الجدول أعلاه أن 63% من المبحوثين يرون أن مضامين البرامج الاجتماعية متوسطة وذلك لعدم تطابق هذه المضامين مع متطلباتهم وكذلك لعدم احتوائها على ما يريدونه من معلومات أما 25% من أفراد العينة فيرون ان مضامين هذه البرامج جيدة ففي نظرهم ما تحتويه مقنع بالنسبة لهم أما 13% منهم يرون أن مضامين هذه البرامج ضعيفة وليست مقنعة.

جدول رقم (16) يوضح اهتمام الجمهور بالمواضيع الاجتماعية المطروحة

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	65	54%
لا	15	13%
نوعا ما	40	33%
المجموع	120	100%

يوضح الجدول أعلاه ان 54% من المبحوثين يعكس المواضيع الاجتماعية المطروحة اهتمامهم كونها تعبر عن انشغالاتهم ومتطلباتهم أما 33% من أفراد العينة فالمواضيع المطروحة تعكس اهتمامهم نوعا ما وهذا راجع على وجود بعض النقائص حسب أرائهم أما 13% من أفراد العينة فيرون ان المواضيع المطروحة لا تعكس اهتمامهم ولا بد ماسي مع رغباتهم .

جدول رقم (17) يوضح ما إذا كانت المضامين التي تحتويها البرامج تعكس حقيقة واقع المجتمع الجزائري

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	53	44%
لا	21	18%
نوعا ما	46	38%
المجموع	120	100%

يبين لن الجدول أعلاه أن 44% من أفراد العينة ما حسب رأيهم في مضامين ما تحتويه البرامج المعروضة تعكس واقع المجتمع الجزائري كونهم جزء من المجتمع والقضايا التي تعرض يعيشونها في يومياتها أما 38% من أفراد العينة فيرون ان مضامين هذه البرامج تعكس واقع المجتمع

الجزائري أحيانا فهم يرون أن بعض القضايا لا تعرض في البرامج أمام 18% من أفراد العينة فيرون ان هذه المضامين لا تعكس بدا واقع المجتمع الجزائري كونها لا تعرض قضايا المجتمع كما هي وفي بعض الأحيان لا تعرضها أبدا.

جدول رقم (18) يمثل المواضيع التي تطرقت لها الحصص الاجتماعية وأثرت في المشاهد

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
التسرب المدرسي	10	8%
الفقر والحرمان	30	25%
الانتحار	50	42%
المخدرات	10	8%
التفكك الأسري	20	17%
المجموع	120	100%

يوضح الجدول أعلاه أن 42% من المبحوثين قد أثر عليهم موضوع الانتحار بشكل كبير حيث سجل أعلى نسبة كونه موضوع جد مهم ومؤثر بالنسبة لهم أمام فيما يخص الفقر والحرمان فقد أثر على أفراد العينة بنسبة 25% كون هذه الظاهرة تنتشر بصفة واسعة في المجتمع ثم تليه موضوع التفكك الأسري بنسبة 17% نظرا للمشاكل العائلية التي تسود العائلات الجزائرية ثم يأتي موضوع المخدرات بنسبة 10% وهذا راجع لكونه الإرشاد والنصح لم يجدي نفعا وكأنما هذا الموضوع معتاد عليه.

جدول رقم (19) يوضح مدى تمكن الحصة الاجتماعية من التفسير من النمط المعيشي للجمهور في البعض من المواضيع التي يعرضها

الخيارات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	35	29%
لا	11	9%
نوعا ما	74	62%
المجموع	120	100%

من خلال المعطيات الإحصائية المقدمة في الجدول أعلاه تتضح أم 62% من المبحوثين يرون أن الحصة الاجتماعية ومن خلال ما تعرضه من مضامين استطاعت التغيير من النمط المعيشي للجمهور نوعا ما فقط كون الجمهور المشاهد يصعب إقناعه بشكل كلي لهذا فنحن نجد تغير بعض الجوانب فقط من نمطه المعيشي: أما 29% من أفراد العينة فيرون أن الحصة الاجتماعية حقيقة تغير من النمط المعيشي للجمهور عبر المواضيع التي تعرضها نظر للأثر الكبير الذي تتركه في نفوس المشاهدين وانغماسها في حياتهم عبر ما تقدمه من مضامين جد هامة أمام 9% من أفراد العينة فيرون أن هذه الحصة لا تغير من النمط المعيشي للجمهور بل يبقى فقط على حاله فحسب رأيهم يصعب تفسير التغيير من النمط المعيشي للأفراد عبر شاشة التلفزيون.

▪ المحور الخامس: تأثير البرامج الاجتماعية على تشكيل الوعي الاجتماعي لدى جمهور بلدية فريجة

الجدول رقم (20): يبين الأسباب التي تدفع جمهور بلدية فريجة لمشاهدة البرامج الاجتماعية

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
للحصول على معارف ومعلومات	60	50%
المقر لتقادي الوقوع في الآفات الاجتماعية	40	33%
للترفيه	20	17%
المجموع	120	100%

يتضح من خلال الجدول أعلاه أن 50% من المبحوثين يهتمون بمشاهدة البرامج الاجتماعية وذلك للتنقيف والتعليم وذلك لما يحصلون عليه من معلومات ومعارف عند تعرضهم لمثل هذه البرامج، أما 33% من أفراد العينة فيهتمون لمشاهدة هذه البرامج لتقادي الوقوع في الآفات الاجتماعية نظرا لوجود عدد كبير من الظواهر السلبية تعرض من خلال مضامين البرامج وبالتالي الجمهور يهتم بمشاهدتها لتقادي الوقوع في مثل هذه الآفات، أما نسبة 17% فسجلت بالنسبة للمبحوثين الذين يشاهدون هذه البرامج من أجل الترفيه فقط وذلك لملء وقت الفراغ فقط.

الجدول رقم (21): يوضح نوع البرامج الاجتماعية التي تجذب جمهور بلدية فريجة أكثر

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
برامج تستضيف مختصين	43	36%
برامج مسجلة تقديم معلومات مباشرة	22	18%
برامج شالكين تقدم آراء الجمهور	55	46%
المجموع	120	100%

يوضح الجدول أعلاه أن 46% من أفراد العينة يفضلون البرامج التشاركية التي تقدم آراء الجمهور وذلك لان الجمهور يعتبر عنصر فعال في العملية الاتصالية ويجب إشراكه في مثل هذه البرامج حسب رأيهم ، أما 36% من أراقد العينة فيفضلون البرامج التي يستضيف مختصون

وذلك لتقديم معلومات وافية وكافية، أما أضعف نسبة فكانت 18% ويتعلق بالمبحوثين الذين يفضلون البرامج مسجلة تقدم معلومات مباشرة.

الجدول رقم (22): يوضح ما إذا كانت معالجة البرامج الاجتماعية تؤثر على الجمهور

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	65	54%
لا	15	13%
نوعا ما	40	33%
المجموع	120	100%

تبين إحصائيا الجدول أعلاه أن 54% من المبحوثين معالجة البرامج الاجتماعية تؤثر عليهم كون ما يعالج فيها يعكس واقع حياتهم، أما 33% من أفراد العينة فمعالجة البرامج الاجتماعية يؤثر على الجمهور نوعا ما وهذا راجع إلى سلوك أفراد العينة، وعدم اقتناعهم بسهولة أما 13% فمعالجة البرامج الاجتماعية لا تؤثر عليهم كون طريقة معالجة البرامج التي لا تتماشى مع اتجاهاتهم وميولاتهم.

جدول رقم (23): مدى نجاح الحصص الاجتماعية في تحذير الجمهور في الوقوع في بعض الآفات

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
بشكل كبير	20	17%
بشكل متوسط	90	75%
بشكل ضعيف	10	08%
المجموع	120	100%

يبين الجدول أعلاه أن 75% من المبحوثين نجحت الحصص الاجتماعية في تحذيرهم في الوقوع في بعض الآفات نظرا لما تقدمه هذه الحصص من نصائح فيما يخص هذا الشأن أما 17% من أفراد العينة فقد نجحت الحصص الاجتماعية في تحذيرهم بشكل كبير في الوقوع في

بعض الآفات نظرا لقناعتهم بها وبمحتواها أما 08% من المبحوثين يمكن القول أنها لم تتجح في تحذيرهم إلا بشكل ضعيف.

■ المحور السادس: عادات وأنماط إقبال جمهور بلدية فريجة على حصة العائلة

وهذا المحور هو البنية الأساسية لبحثنا هذا ففيه سنعرف مدى تأثير حصة للعائلة على جمهور بلدية فريجة وكيف إلى أي درجة تساهم في توعيتهم الاجتماعية.

الجدول رقم (24): يبين مدى إقبال جمهور بلدية فريجة على مشاهدة حصة للعائلة

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	56	47%
لا	11	09%
أحيانا	53	44%
المجموع	120	100%

تبين لنا إحصائيات الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين من جمهور بلدية فريجة يشاهدون حصة للعائلة حيث قدرت نسبتهم 47% لأن هذه الحصة تحمل قيم اجتماعية تعكس واقع الأسرة الجزائرية لذلك يواصلون على مشاهدتها، أما 44% من المبحوثين فيشاهدون الحصة أحيانا وذلك لعدم تمكينهم من مشاهدة جميع حلقات الحصة وذلك لانشغالهم في وقت عرض الحصة في أمور أخرى لعدم تناسب توقيتها مع ظروفهم، أما المبحوثين الذين لا يشاهدون حصة للعائلة إطلاقا فقدرت نسبتهم 09% وذلك لاهتمامهم ببرامج أخرى.

جدول رقم (25): يبين مع من يفضل مشاهدي حصة للعائلة متابعتها

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
مع العائلة	80	74%
مع الأصدقاء	09	08%
بمفردك	20	18%
المجموع	120	100%

قبل التطرق إلى توضيح هذا الجدول يجب التفكير بمحتوى الجدول السابق الذي يبين أن مجموع المبحوثين الذين يتابعون حصة للعائلة بصفة دائمة أو أحيانا هو 109 من أصل 120 وعليه واصلنا التحليل على حسبهم ومن خلال هذا الجدول نلاحظ أن أغلبية جمهور بلدية فريحة المتابعين لحصة للعائلة قدرت نسبتهم ب 74% كون هذه الحصة حصة عائلية بامتياز بما تحمله من خلال وكذلك المواضيع التي تناقشها فمعظمها تهم العائلة ككل، أما الذين يفضلون مشاهدته بمفردهم قدرت نسبتهم ب 18% وكذلك هناك من يفضل متابعة بعض المواضيع بمفرده ربما ابتغاء منه في تعديل سلوكه السلبي فيه دون علم الآخرين بحالته، أما بالنسبة للذين يفضلون متابعة الحصة مع أصدقائهم نجد نسبتهم ضئيلة تقدر ب 08% وهذا يعود لطبيعة هذه الحصة فهي ليست ترفيهية كالتجمع بين الأصدقاء.

جدول رقم (26): يبين مدى مواظبة جمهور حصة للعائلة على متابعتها من خلال الإجابة على السؤال هل تابعت جميع أجزاء الحصة

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	56	51%
لا	53	49%
المجموع	120	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معظم مشاهدي حصة للعائلة تابعوا جميع حلقاتها وأجزائها حيث قدرت نسبهم ب 51% وهذا يعود لعدة أسباب منها التوقيت المناسب للحصة بالنسبة لهم وكذلك المواضيع المطروحة وطريقة معالجتها ومناقشتها لكونها حصة اجتماعية حوارية تفاعلية تحمل عدة قيم وكذلك لتأثيرهم بشخصية مقدمة هذه الحصة، أما الذين يتابعون جميع حلقات الحصص قدرت نسبته 49% وهذا تزامنًا مع برامج أخرى أو مناسبات خاصة وكذلك المواضيع المطروحة فهناك من يختار الموضوع الذي يهمله وهذا يجعلهم لا يتابعون جميع حلقات الحصة.

جدول رقم (27): يبين مدى اكتفاء أفراد العينة لمشاهدة حلقات الحصة لمرة واحدة وهذا عبر الإجابة على السؤال التالي: هل تكتفي بمشاهدة حلقات الحصة.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
لمرة واحدة	20	19%
أعيد المشاهدة	19	18%
حسب الظروف	70	64%
المجموع	109	100%

يبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن قضية اكتفاء جمهور حصة للعائلة لمشاهدة حلقاتها مرتبط بالظروف حيث قدرت نسبة المجيبين حسب الظروف ب 64% حيث هذه النسبة تدل على أن متتبعي حصة لا يكتفون لمشاهدة حصتهم لمرة واحدة ولكن بعض الظروف لم تنتج لهم

الفرصة لإعادة المشاهدة بعض حلقاتها كون توقيت إعادة بثها يكون في الفترة الصباحية فأغلبهم من الشباب سواء طلبة أو موظفين إلا في العطل والمناسبات، أما الذين يكتفون بمشاهدة حلقاتها لمرة واحدة قدرت نسبتهم ب 19% وهذا راجع لتركيزهم في جميع تفاصيل الحلقة أو يركزون على جزء يجدون فيه ما شبع فضولهم ورغبتهم فلا يعيدون مشاهدتها أما الذين يفضلون إعادة حلقات وأجزاء الحصة نجد 18% وهذا يمكن ربما أن الجماهير المتفاعلين مع الحصة آرائهم لم تكن مرتاحة أثناء مشاهدتهم المرة الأولى مع عائلاتهم فيفضلون متابعتها بمفردهم وهناك من تفوتهم أشياء مهمة من أجزاء الحصة فيدركونه من خلال مشاهدتها مرة أخرى.

جدول رقم (28): يبين مواضيع التي تطرقت لها حصة العائلة وأثرت بشكل كبير على جمهور بلدية فريجة

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
العنف ضد المرأة	55	19%
حق المرأة في الميراث	33	11%
التشاؤم في الحياة	45	15%
التعامل الأسري والتربوي مع المراهق	30	10%
الانتقام الإلكتروني	50	17%
العيش في سلام	60	20%
التعايش في الأحياء الجديدة	22	08%
المجموع	295	100%

تبين الأرقام في الجدول أعلاه أن جمهور بلدية فريحة تأثر بشكل كبير بالمواضيع التي تطرقت إليها حصة للعائلة في موسمها الرابع حيث وجد اغلب المبحوثين ذكروا موضوعين أو أكثر في أجوبتهم ومن بين هذه المواضيع التي رسخت في آذانهم نجد موضوع العيش في سلام حيث سجل أعلى نسبة قدرت ب 20% كون نظرا للأوضاع السياسية الراهنة التي تعيشها الجزائر أما ثاني موضوع فيتمثل في العنف ضد المرأة بنسبة 19% كون هذه الظاهرة من الظواهر الشائعة في مجتمعنا الجزائري فالمرأة لا زالت مضطهدة وحقوقها مهضومة علنا ثم يليه موضوع الانتقام الإلكتروني وهي كذلك من مواضيع العصر وهذه الظاهرة أخذت منحى تصاعدي في المجتمع فقد خربت عدة بيوت نظرا لتفاعل الأفراد بوسائل اتصال حديثة وبعد ذلك نجد موضوع التشاؤم في الحياة حيث سجل نسبة قدرت ب 15% نظرا للظواهر المتفشية في المجتمع التي جعلت من الشباب بالنظر إلى الحياة نظرة تشاؤمية وسوداوية وفقدان الحمل في المستقبل ثم يليه موضوع حق المرأة في الميراث بنسبة 11% نظرا لأهمية هذا الموضوع في مجتمعنا فنجد المحاكم يمثل هذه القضايا بسبب عدم احترام حق المرأة في الإرث خاصة منطقة القبائل لتحكم العادات والتقاليد في أفراد المنطقة وبعد ذلك نجد موضوع التفاعل الأسري والتربوي مع المراهق بنسبة تقدر ب 10%، لكون هذه الفئة في وقتنا الحالي يصعب التحكم فيها نظرا للتطورات الراهنة في المجتمع فهم الفئة الأكثر تعرضا للانحراف أما آخر نسبة فسجلناها فيما يخص موضوع التعايش في الأحياء الجديدة ب 08% لكون قاطني الأحياء الجديدة غريباء عن بعضهم البعض مما يخلق اختلافات ومشاكل فيما بينهم مما يستدعي إيجاد حلول لخلق تجانس والمعاشرة الحسنة فيما بينهم.

جدول رقم (29): يبين الأسباب التي دفعت جمهور حصة للعائلة لمتابعتها من خلال الإجابة على السؤال ما هي الأسباب التي تدفعك لمشاهدة الحصة

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
طريقة عرض وإخراج الحصة	24	22%
لتنوع المواضيع	85	78%
المجموع	109	100%

يبين لنا الجدول أعلاه أن معظم متتبعي حصة للعائلة يشاهدونها لتتوع المواضيع الاجتماعية التي تطرحها حيث نجد 78% من جمهور هذه الحصة اختاروها فقط لتتوع المواضيع التي تناقشها كون مثل هذه الحصص لا تحتاج إلى ديكور متميز أو تقنيات كبيرة بالموضوع والمحتوى أهم من كل شيء بالنسبة لهم أما الذين اختاروها لطريقة عرضها وإخراجها نجد 22% كونهم لديهم معلومات عن الإخراج بالإضافة إلى توزيع الوقت بين الضيوف وكل عوامل الإخراج والعرض الأخرى.

جدول رقم (30): يبين مدى تأثير شخصية مقدمة الحصة على الجمهور ومدى جذبها لهم لمتابعة الحصة التي يقدمها من خلال الإجابة على السؤال هل شخصية مقدمة الحصة ساهمت في متابعتك لها

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	54	50%
نعم	20	18%
نوعا ما	35	32%
المجموع	109	100%

تكشف إحصائيات الجدول (30) عن وجود نسبة إجماع بين المبحوثين في تأييدهم على دور مقدمة حصة للعائلة في التشجيع على المتابعة بنسبة 50% بالإضافة للمحبين نوعا ما التي قدرت نسبتهم ب 32% فالمقدمة "نجية خنير" الشخصيات المؤثرة ولها من الكفاءات ما ساعدها

على إنجاز حصتها كون تخصصها الجامعي كان علم الاجتماع بالإضافة إلى خبرتها في التقديم والتشيط ما ساعدها على التفاعل والتعامل بسلاسة مع الضيوف و بذكاء واحتراف وكذلك أسلوبها البسيط وابتسامتها التي لا تفارقها وتقديمها العفوي البعيد عن التصنع يخلق نوعا من المحبة والألفة للجمهور المتابع لها أما فيما يخص الذين نفو ذلك فقدرت نسبتهم ب 18% وذلك راجع إلى كونهم يهتمون بالمضمون أكثر اهتمامهم بالمقدمة فطبيعة المواضيع التي تعرضها والقيم التي يحملها كافية بالنسبة لهم.

الجدول رقم (31): يبين الأشياء التي استعاد منها المبحوثين من خلال متابعتهم لحصة للعائلة من خلال سؤال مفتوح وهو كالتالي: من خلال تتبعك لحصة للعائلة ما هي الأشياء التي استفدت منها

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
التعامل مع الآفات الاجتماعية واحتلالها	29	27%
بناء أسرة متماسكة	48	44%
أهمية التعاون والتكافل في المجتمع	32	29%
المجموع	109	100%

يبين لنا الجدول رقم (31) أهم الأشياء التي استفاد منها الجمهور من خلال متابعتهم لحصة للعائلة فتراوحت أجوبة المبحوثين في ثلاث محاور تمثلت في التعامل مع الآفات مع بناء أسرة متماسكة وأهمية التعاون والتكافل في المجتمع، فالذين استفادوا من المواضيع الأسرية قدرت نسبتهم ب 44% لكون الأسرة هي البنية والنواة وأساس المجتمع وبنائه يعتمد عليها لخلق مجتمع

واعي بالإضافة إلى المشاكل العائلية التي تعرفها البيوت الجزائرية لهذه المواضيع ثم يليها التعاون والتكافل في المجتمع فقدرت نسبة المستفيدين من هذا الموضوع ب 29% لتليها المواضيع المتعلقة بالآفات الاجتماعية نسبة 27% نظرا لانتشارها في أوساط الشباب كون الشباب عماد المجتمع القوي والواعي.

جدول رقم (32): يمثل تقييم المبحوثين الذين يتابعون حصة للعائلة من خلال الإجابة على السؤال هل ترى أن حصة للعائلة هادفة أو غير هادفة نوعا ما.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
هادفة	83	76%
غير هادفة	00	00%
هادفة نوعا ما	26	24%
المجموع	109	100%

تكشف القراءة العامة لنتائج الجدول أعلاه تقسيم المبحوثين لحصة للعائلة، حيث كانت النتيجة تشير إلى إجماع المبحوثين على أن الحصة هادفة وذلك نسبته 76% وهذا راجع إلى كون الحصة تنطرق إلى مواضيع تهم الجمهور ولها عدة أهداف منها توعوية، تربوية، أخلاقية تسعى جاهدة لترسيخ القيم النبيلة و الايجابية في اذهان مشاهديها فقد تحصلت على جائزة أحسن برنامج اجتماعي لثلاث سنوات متتالية كما نالت لقب حصة الجماهير بالإضافة إلى الدور المهم الذي لعبته مقدم الحصة "نجية خثير" في جلب المشاهدين بتقديمها المميز وطريقة طرحها للمواضيع أما نسبة المبحوثين الذين يرون أنها هادفة نوعا ما فقدرت ب 24% وهذا لكون المواضيع المطروحة لا تتناسب مع رغباتهم بشكل كبير أما المبحوثين الذين أجابوا بان الحصة غير هادفة فنسبتهم منعدمة لان الحصة اجتماعية ومواضيعه ثرية ومن الغير الممكن أن تكون غير هادف.

الجدول رقم (33): يبين أهم القيم التي تتضمنها حصة للعائلة حسب إجابة المبحوثين الذين أجابوا بأنها هادفة وهادفة نوعاً ما.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
اجتماعية	90	28%
أخلاقية	70	20%
إنسانية	47	14%
دينية	55	16%
تربوية	75	22%
المجموع	337	100%

تكشف المعطيات الإحصائية في الجدول رقم (33) تعدد القيم التي تحملها حصة للعائلة والملاحظ أن هذه النسب متقاربة أي أن حصة للعائلة تركز على قيم في مجال معين على حساب مجال آخر فنجد أن كل المبحوثين ذكروا ثلاث قيم أو أكثر فنجد الذين ذكروا القيم الاجتماعية بلغت نسبتهم 28% وذلك لطبيعة المواضيع التي تطرحها فكلها تحمل طابع أو رسالة اجتماعية ثم نجد القيم الأخلاقية نسبة 20% كالمواضيع التي تتحدث عن كبار السن وكيفية التعامل معهم والاحترام الواجب تقديمه لهم ثم نجد القيم التربوية فهي أساس التنشئة الاجتماعية الصحيحة بنسبة 22% وتليها القيم الدينية كون جل المواضيع التي تطرقت لها تستضيف شيخ أو فقيه في الدين للنظر إلى الموضوع من الزاوية الدينية حيث قدرت نسبتها ب 16% لتأتي بعدها القيم الإنسانية ب 14% كون الحصة تطرقت في مواضيعها إلى حالات تحرك الوجدان الإنساني والتعاطف لدى المشاهدين حيث قدرت نسبة هذه الفئة ب 14% وكل هذه القيم تساهم في تشكيل وبناء الشخصية الاجتماعية.

جدول رقم (34): يبين إجابة المبحوثين حول قدرة الحصة على توجيه سلوكهم

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	52	48%
لا	57	52%
المجموع	109	100%

تبين إحصائيات الجدول أعلاه أن حصة للعائلة استطاعت أن توجه سلوك المبحوثين وتؤثر عليهم حيث قدرت نسبة المجيبين بنعم ب 48% كون معظم مشاهدي هذه الحصة لا يتابعونها قصدا تغيير سلوك سلبي فيهم فقط بل لإثراء ثقافتهم الاجتماعية كونهم يتأثرون بما يعرض من مضامين أما المبحوثين الذين أجابوا ب لا فقدت نسبتهم ب 52% وذلك لصعوبة اعترافهم بسلوكياتهم الخاطئة وتمسكهم بسلوكياتهم الغير سوية رغم علمهم بأنها ليست صحيحة.

جدول رقم (35): يبين السلوكيات التي استطاعت حصة للعائلة توجيه المبحوثين إليها بالنسبة للذين أجابوا بنعم

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
السلوكيات الايجابية	109	100%
السلوكيات السلبية	00	00%
المجموع	109	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن حصة للعائلة استطاعت توجيه جمهورها إلى سلوكيات ايجابية من خلال مضامينها نسبة 100% لأنه برنامج هادف غايته الأولى السعي إلى توجيه سلوك الأفراد والمجتمع نحو الأفضل لبناء مجتمع واع يتمتع بقيم اجتماعية راقية .

جدول رقم (36): يبين مساهمة الحصة في زيادة الترابط الأسرية حسب رأي المبحوثين كون الأسرة البنية الأساسية لبناء مجتمع واع.

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	98	90%
لا	11	10%
المجموع	109	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه وجود نسبة إجماع حول تحقيق حصة للعائلة للترابط الأسري حسب رأي المبحوثين بنسبة 90% والملاحظ على هذه الحصة أنها عينة بالأدلة القرآنية والشواهد الواقعية فهي تستخدم أساليب إقناعيه عاطفية وعقلية بشأنها إقناع المشاهد و ترسخ أفكارها لدى جمهور هذه الحصة أما الذين نفوا ذلك بلغت نسبتهم 10% فقط وذلك راجع إلى كونهم لا يتأثرون بالموضوع وربما يلمسوا هذا التأثير على ارض الواقع.

جدول رقم (37): يبين مظاهر الترابط الأسري بالنسبة للمبحوثين الذين أجابوا ب نعم

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
التكافل الأسري	09	08%
معالجة المشاكل الأسرية بطريقة هادفة	89	92%
المجموع	98	100%

يكشف نتائج الجدول أعلاه أهم مظاهر الترابط الأسري التي أثرت حصة للعائلة على المبحوثين حيث سجلنا نسبة 92% من المبحوثين يرون أن مظاهر الترابط الأسري تكون بالمعالجة الهادفة للمشاكل الأسرية وهذا راجع إلى تركيز الحصة على القيم وتوصي العائلات خاصة الأمهات أو حتى المقبلين على تشكيل أسرة وحتى الذكور منهم بالتمسك بها وتطبيق ما على ارض الواقع سواء الاعتماد على الجانب الديني أو الأخلاقي وحتى السلوكي مع المشاكل التي يعرفها العائلات الجزائرية للتعامل معها بسلاسة وبطريقة هادفة لحلها وعدم الوقوع فيها أصلا أما الذين يرون أنها تكون بالتكافل الأسري فقدرت نسبتهم ب 08% فقط نظرا للحالة الاقتصادية

التي تعرفها العائلات الجزائرية وتطور العلاقات داخل المجتمع مما يصعب تحقيق التكافل الأسري بكل شروطه.

جدول رقم (38): يبين مدى تفاعل مشاهدي حصة للعائلة من جمهور بلدية فريجة ولاية تيزي وزو معها وذلك بالإجابة على السؤال هل أنت من المتفاعلين مع حصة للعائلة

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	08	07%
لا	77	71%
أحيانا	24	22%
المجموع	109	100%

نلاحظ من خلال الجدول أعلاه أن معظم متتبعي حصة للعائلة من بلدية فريجة لا يتفاعلون مع الحصة حيث بلغت نسبة الغير متفاعلين معها 71% كونهم لا يملكون إضافات أو تساؤلات حول المواضيع المطروحة أما المتفاعلين معها أحيانا قدرت نسبتهم ب 22% وذلك لاهتمامهم ببعض المواضيع او يقترحون مواضيع على المشرفين على الحصة أما المتفاعلين بشكل كبير مع الحصة تمثلت نسبتهم ب 07% كونهم ضمن الأوفياء للحصة.

جدول رقم (39): يبين الوسيلة التي يتفاعل بها المحبين ب نعم أو أحيانا مع الحصة

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
بريد عادي	00	00%
بريد الكتروني	05	15%
هاتف	08	25%
مواقع التواصل الاجتماعي	19	60%
المجموع	32	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم (38) أن معظم المتفاعلين مع حصة للعائلة يتفاعلون معها عن طريق مواقع التواصل الاجتماعي سواء الفيسبوك أو التويتر أو الواتساب أو انستغرام وغيرها كونها الوسيلة الأسرع لوصول اقتراحاتهم ثم المتفاعلين على المباشر بالهاتف بنسبة 25% حيث

قدموا تدخلاتهم في المواضيع التي لديهم فيها معلومات إضافية أو آراء للنقاش أو طرح تجربتهم الخاصة مع الموضوع المطروح ثم يليها البريد الإلكتروني بنسبة 15% كونهم غير مستعجلين للإجابة أو فقط لمجرد تقديم ملاحظة بسيطة فاختاروا هذه الوسيلة أما البريد العادي فلا احد تفاعل به كونه يستغرق وقت طويل أو وقت لا تصل الرسالة إلى مؤسسة التلفزيون العمومي الجزائري.

جدول رقم (40): يبين المواضيع التي يفضلها المبحوثين لم تتطرق إليها الحصة

الخيارات	التكرار	النسبة المئوية
توظيف الخريجين من الجامعة	52	33%
المحسوبية في التوظيف	32	20%
التبرج والتخنث في المجتمع	31	19%
ضيق المسكن وتأثيره على تماسك الأسرة	43	28%
المجموع	158	100%

تكشف البيانات في الجدول (39) المواضيع التي تستهوي المبحوثين والمواضيع التي لم تتطرق لها الحصة من وجهة نظرهم، فعلى المبحوثين الذين أجابوا على السؤال قدموا لنا أكثر من اقتراح، فاخترنا الاقتراحات المتكررة إذ نجد أن موضوع توظيف الخريجين الجامعيين من أهم المواضيع التي تناولتها الحصة حسب رأي المبحوثين حيث قدرت النسبة ب 33% وهذا راجع إلى كون أغلبية المبحوثين من فئة الشباب وان القضية التي تشغل غالبهم بعد التخرج هو العمل ثم يليه موضوع ضيق المسكن وتأثيره على تماسك الأسرة بنسبة 28% ومشكل السكن معروف

لدى العائلات الجزائرية ونتائج الكارثية سواء كالعنف الأسري بنسبة 28% ومشكل السكن معروف بنتائج الكارثية على أفراد الأسرة كالعنف الأسري وانحراف الأولاد وغيرها ثم يأتي موضوع المحسوبية في التوظيف بنسبة 20% وهذا راجع إلى طبيعة التوظيف في الجزائر والمحسوبية هذه معروفة في الوسط الاجتماعي الجزائري ثم يليه موضوع التبرج والتخنث بنسبة 19% ويعود لكون هذه الظاهرة في انتشار واسع في المجتمع وتشكل خطر كبير على المستوى الأخلاقي في المجتمع الجزائري.

التحليل من خلال الجداول المركبة:

الجدول: 41 يبين مدى إقبال جمهور بلدية فريجة على مشاهدة حصة للعائلة حسب متغير الجنس، السن، المستوى المعيشي بالإجابة على التساؤل: هل تشاهد حصة العائلة.

المجموع		المستوى التعليمي										السن										الجنس				المتغير الإجابة
		تكويني		جامعي		ثانوي		متوسط		ابتدائي		66-57		56-47		46-37		36-27		26-17		الذكور		الإناث		
												ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	
ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	
47	56	15	18	27	32	7	8	%2	2	00	00	07	04	14	08	20	11	23	13	36	20	15	20	57	35	نعم
%		%		%		%				%		%		%		%		%		%		%		%		
%9	11	3	04	8	9	4	4	%8	9	00	00	37	04	18	02	18	02	18	02	9	01	14	08	%5	03	لا
		%		%		%				%		%		%		%		%		%		%		%		
44	53	6	07	5	6	14	17	%3	4	00	00	3	02	10	05	17	09	30	16	40	21	60	29	38	24	أحيانا
%		%		%		%				%		%		%		%		%		%		%		%		
100	120	24	29	40	47	27	29	13	15	00	00	08	10	13	15	18	22	26	31	35	42	100	57	100	63	المجموع
%		%		%		%		%		%		%		%		%		%		%		%		%		

يبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثين من جمهور بلدية فريجة يشاهدون حصة للعائلة حيث قدرت نسبتهم 47% من كلا الجنسين فالتذكير لدينا 57 مفردة من جنس الذكر و 63 مفردة من الإناث ومن خلال هذا الجدول نرى مدى مواظبة جمهور بلدية فريجة على مشاهدة حصة للعائلة بالإضافة إلى مقارنة الجنس بالآخر حيث يتبين لنا أن أغلبية متابعي حصة الإناث حيث قدرت نسبتهم ب 57% ليتناسب أغلب المواضيع المطروحة مع جنسهم واهتمامهم أما بالنسبة للذكور فقدرت نسبة المتابعين لهذه الحصة بنسبة 35% وذلك يعود لتوقيت الحصة مع المواضيع المطروحة فنجد أغليبيتهم متزوجين أو أسر أو عائلات متكاملة أما بالنسبة للذين يشاهدون هذه الحصة أحيانا فقدرت نسبهم إجمالاً ب 44% فنسبة الإناث قدرت ب 38% وهذا راجع لمواضيع المطروحة للنقاش حسب اهتمامهم أما الذكور فقدرت نسبهم ب 29% لانشغالهم ببرامج أخرى أما الذين لا يتابعون هذه الحصة كونهم استغنوا عن التلفزيون العمومي بقنواته الخمس ففيما يخص الإناث نجد 05% أما الذكور نسبتهم قدرت ب 14% وهذا يعود للإيديولوجية المستخدمة في البرنامج واعتمادها على الدين الإسلامي، أما إقبال جمهور بلدية فريجة على مشاهدة حصة للعائلة حسب متغير السن فقد سجلنا أن فئة الشباب هم الفئة الأكثر متابعة لهذه الحصة حيث وجدنا أن الفئة العمرية المتراوحة بين سن 17 و 26 سنة هم الأكثر اهتماماً بمشاهدتها فقدرت نسبتهم ب 36% بصفة دائمة بالإضافة إلى الذين يتابعونها أحيانا بنسبة 40% وذلك لطبيعة المواضيع التي تتطرق إليها الحصة التي لقيت اهتمام هذه الشريحة من المجتمع، أما بالنسبة لإقبالهم على مشاهدة هذه الحصة حسب متغير المستوى التعليمي فقد سجلنا أعلى نسبة لذوي المستوى الجامعي بنسبة قدرت ب 27% للذين يتابعونها بصفة دائمة و 05% منهم يتابعونها أحيانا ثم تليها نسبة 15% لذوي المستوى التكويني لأن أصحاب هذا المستوى التعليمي هم أكثر استيعاب واهتماما وجدية فيما يخص المواضيع الاجتماعية التي تعالجها الحصة وبالعلم أن كل واحد منهم يتابعها لتحقيق غاية ما سواء لتغيير سلوك خاطئ فيهم أو لزيادة معارفهم ومعلوماتهم حول التعامل مع الظواهر الاجتماعية المختلفة التي تحتاج المجتمع الجزائري وعليه يمكن القول بأن حصة للعائلة لقيت اهتماما كبيرا من طرف جمهور بلدية فريجة.

الجدول 42: يبين اكتفاء المبحوثين لمشاهدة حلقات حصة للعائلة وتأثير ذلك على ترسيخ القيم التي تحملها في أذهانهم حسب متغير الجنس
السن المستوى المعيشي

المجموع		المستوى المعيشي						السن										الجنس				المتغير الإجابة	
		دون الوسط		متوسط		جيد		66-57		56-47		46-37		36-27		26-17		الذكور		الإناث			
ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت		
17 %	20	3%	4	11 %	12	3 %	4	1% 1	1	1 %	1	2 %	3	2 %	3	11 %	12	3% 4	4	15 %	16	لمرة واحدة	
18 %	19	5%	6	10 %	11	2 %	2	1% 2	2	2 %	3	3 %	4	5 %	6	4 %	4	5% 6	6	12 %	13	أعيد المشاهدة	
64 %	70	20 %	22	32 %	35	12 %	13	2% 3	3	5 %	6	8 %	9	12 %	13	36 %	39	21 %	27	40 %	43	حسب الظروف	
100 %	109	30 %	32	53 %	58	17 %	19	5% 6	6	8 %	10	13 %	16	20 %	22	50 %	55	34 %	37	66 %	72	المجموع	

تبين لنا الأرقام في الجدول أعلاه اكتفاء الجمهور لمشاهدة حلقات حصة للعائلة لمرة واحدة أو يكررون المشاهدة حسب عدة متغيرات بصفة عامة قد سجلنا أن معظم المشاهدين يعيدون مشاهدة حلقات الحصة أم بصفة دائمة ومؤكدة من طرف المبحوثين وذلك نسبة 18% و 64% منهم يعيدون مشاهدة حلقاتها حسب الظروف لأن إعادة مشاهدة حلقاتها الظروف لأن إعادة مشاهدة حلقة من الحصة يساعدهم على فهم الموضوع المطروح أكثر ويمنحهم فرصة للتركيز أكثر بالإضافة إلى استدراكهم لما فاتهم من تلك الحلقة أما حسب متغير الجنس فسجلنا أن الإناث هن من يفضلن إعادة مشاهدة حلقات هذه الحصة بنسبة 12% عكس الذكور أين نجد 6% فقط منهم من يعيد مشاهدة حلقات هذه الحصة وذلك لأن فالإناث عندنا عاطلات عن العمل أو ماكثات في البيت وأيضا بعض مضامين الحلقات يعالج انشغالاتهن ويتصل إعادة المشاهدة يتمكن من ترسيخ الحلول المطروحة لانشغالاتهن واستيعاب أكثر خاصة أن وقت بث الحلقة هو وقت اجتماع العائلة فإثناء مناقشتهم لأفكار الحصة تفوتهم عدة تفاصيل مهمة من الحلقات المعروضة أما بالنسبة لمتغير السن فالفئة التي تفضل إعادة مشاهدة حلقات الحصة هم ما بين سن 27 و 36 سنة بنسبة 5% أما الفئة التي تعيد مشاهدة حلقات الحصة حسب ظروفهم الفئة ما بين 17 و 26 بنسبة 36% وذلك ليس فقط على شاشة التلفزيون بل حتى على الانترنت للتركيز أكثر على تحليلات المستشارين بدقة ويفضلون استدراك ما فاتهم من مواضيع الحصة التي تهمهم، أما بالنسبة لمتغير المستوى المعيشي فقد سجلنا المستوى المعيشي المتوسط هم من يفضلون إعادة مشاهدة مضامين الحصة بنسبة 10% وكذلك هم من يعيدون مشاهدة حلقات الحصة حسب ذوقهم لأنهم الأكثر اهتماما بمضامين الحصص الاجتماعية وخاصة حصة للعائلة وعليه نقول أن تكرار مشاهدة حلقات الحصص التلفزيونية بصفة عامة وحلقات حصة للعائلة يساهم ويساعد في ترسخ القيم والأهداف التي تسعى إليها الحصة، سواء لمعالجة انشغالات الجمهور فعليه ان إعادة المشاهدة تغرس في أذهانهم القيم أكثر.

الجدول 43: يبين الأسباب التي تدفع الجمهور لمتابعة حصة للعائلة حسب متغيرات الجنس، السن المستوى التعليمي

المجموع		المستوى التعليمي										السن										الجنس				المتغير الإجابة
		تكويني		جامعي		ثانوي		متوسط		ابتدائي		66-57		56-47		46-37		36-27		26-17		الذكور		الإناث		
ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	
22%	24	2%	2	9%	11	7%	9	2%	3	00	00	1	1	2	3	4	5	5	6	8	09	4	5	18	19	طريقة عرض وإخراج الحصة
78%	85	18%	20	33%	35	20%	22	6%	8	00	00	1	2	5	6	11	13	21	23	38	41	23	25	55	60	
100%	19	20%	22	42%	33	27%	44	9%	11	00	00	2	3	7	9	16	18	27	29	46	50	27	30	73	79	المجموع

تبين لنا الأرقام في الجدول أعلاه أن الدافع أو السبب الرئيسي الذي يدفع جمهور بلدية فريجة لمتابعة حصة للعائلة هو تنوع المواضيع التي تعالجها وذلك بنسبة 78% لأن الجمهور المتابع لهذا النوع من الحصص تجذبه المواضيع أكثر مما يجذبه بطريقة عرض وإخراج الحصة أما بين ناحية الأسباب التي تركت الجمهور يتابع هذه الحصة حسب متغير الجنس فنجد أن الإناث أكثر انجذاباً إلى هذه الحصة سواء لتنوع المواضيع أو لطريقة عرض وإخراج الحصة وذلك بنسبة 73% كونهن الجنس الأكثر تتبعاً للحصص الاجتماعية بصفة عامة وحصة للعائلة بصفة خاصة أما بالنسبة لمتغير السن فقد سجلنا أن الفئة العمرية التي تتابع الحصة لتنوع مواضيعها هي ما بين سن 17 إلى 26 سنة بنسبة 46% وكذلك هي الفئة الأكثر متابعة لهذه الحصة لطريقة عرض وإخراج الحصة بنسبة 8% لكونهم أكثر استيعاباً وإدراكاً للرسائل الإعلامية التي تسعى الحصة إيصالها على الجمهور المتابع بالإضافة إلى كونها الفئة الأكثر تأثراً بطريقة إيصال الرسالة الإعلامية وذلك يتحكم فيه عامل الإخراج، وفيما يخص متابعة الحصة حسب متغير المستوى التعليمي فنجد أن ذوي المستوى الجامعي يشكلون الأغلبية من الجمهور المتابع لهذه الحصة سواء لتنوع المواضيع المطروحة أو بطريقة عرض وإخراج الحصة بنسبة 42% وكذلك هم الجمهور الأكثر تأثراً بطريقة عرض وإخراج الحصة لكونها حصة تفاعلية حوارية تستضيف مختصين وتمنح الجمهور فرصة للتدخل لتقديم إضافات أو لطرح انشغالات ثم يليها المستوى الثانوي بنسبة 31% لتقارب مستوياتهم التعليمية وخبراتهم الاجتماعية، وعليه نقول بأن حصة للعائلة استطاعت أن تستقطب الجمهور بتنوع المواضيع الاجتماعية التي تعرضها وعليه فإن الجمهور يهتم بالمضمون أكثر من اهتمامه بطريقة العرض والإخراج.

الجدول 44: يبين المواضيع التي اثرت على جمهور بلدية فريجة حسب متغير الجنس و السن و المستوى المعيشي :

المجموع		المستوى المعيشي						السن										الجنس				المتغير الإجابة	
		دون الوسط		متوسط		جيد		66-57		56-47		46-37		36-27		26-17		الذكور		الإناث			
ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت		
19 %	55	%5	14	%9	26	%5	15	0.6 %7	2	%2	6	%6	17	%9	25	05 %	15	3 %	10	15 %	45	العنف ضد المرأة	
11 %	33	%2	8	%1	4	%7	21	00 %	00	%1	03	%4	12	%4	11	3 %	8	2 %	6	%9	27	حق المرأة في الميراث	
10 %	30	%6	14	%3	7	%3	09	0.6 %7	02	%1	04	%5	16	%5	13	2 %	5	3 %	7	%6	23	التشاؤم في الحياة	
17 %	50	3	9	%6	19	8	22	00 %	00	%1	04	%3	9	%6	16	7 %	21	2 %	15	%8	35	التعامل الحصري والتربوي مع المراهق	
20 %	60	08	28	%7	20	4	12	%2	05	2	02	7	21	%5	13	6 %	19	7 %	20	14 %	40	الانتقام الالكتروني	
08	22	2	5	5	15	0.6 8	2	0.3 4	01	9	6	2	6	%2	5	3 %	9	4 %	10	%4	12	التعايش في الأحياء الجديدة	
10 0	29 5	36	10 9	35	10 2	29	84	4	10		28	29	88	34	93	35 2	10	29	94	71 %	20 1	المجموع	

يبين لنا الجدول أعلاه أهم المواضيع التي تطرقت لها الحصة وأثرت على جمهور بلدية فريجة بشكل واسع حيث تصدر موضوع العيش في سلام المواضيع التي ذكرها الجمهور إلى المتابع للحصة بنسبة 20% نظرا للأوضاع السياسية والاجتماعية الراهنة التي تعرفها الجزائر حاليا ثم يليه موضوع العنف ضد المرأة بنسبة 19% كون العديد من الإناث المتابعات للحصة يعانون من هذه الظاهرة، وأما أكثر المواضيع التي أثرت على الجمهور حسب متغير الجنس فنجد إن الإناث الأكثر تأثرا بالمواضيع التي طرحتها الحصة وذلك بنسبة 71% لكونهن الفئة الأكثر متابعة لها وكذلك طبيعة المواضيع تتطرق إليها الحصة فنجدهن تأثرن بعدة مواضيع من بينها العنف ضد المرأة، يليه موضوع العيش السلام ثم الانتقام الالكتروني أما فيما يخص فئة الذكور فالموضوع الذي أثر عليها فهو التشاؤم في الحياة ثم يليه موضوع العيش في سلام وبعدها الانتقام الالكتروني لكون هذه المواضيع هي التي يتعايش معها في حياته اليومية، أما بالنسبة للمواضيع التي أثرت على جمهور بلدية فريجة حسب متغير السن فنجد أن الفئة العمرية بين 17 إلى 26 سنة هم الفئة الأكثر تأثرا بالمواضيع عالجتها الحصة بنسبة 35% لأن معظم المواضيع التي تتطرق إليها مواضيع عصرية تلقى اهتمام واسع وبأثر يشكل كبير على هذه الفئة العمرية عكس الفئات العمرية الأخرى مثلا كموضوع الانتقام الالكتروني وموضوع التشاؤم في الحياة وموضوع العنف ضد المرأة فهذه المواضيع يجدها ويتعايش معها في حياته اليومية وهناك من الجمهور من يملك أقارب يعانون من هذه المشكلات وذلك ما يزيد من درجة تأثر هذه الشريحة من المجتمع بالمضامين والمواضيع التي تطرقت لها الحصة.

أما من حسب المستوى المعيشي فنجد أن أكثر المواضيع التي أثرت على ذوي المستوى المعيشي المتوسط فإن أكثر الموضوعات التي أثرت فيهم نجد العنف ضد المرأة وموضوع العيش في سلام لان المرأة في مجتمعنا لا تعنف سواء لفظيا او معنويا وحتى جسديا مازال يعتدي عليها فالمرأة ذات المستوى المعيشي المتوسط نجدها في كل مجال سواء عاملة أو طالبة وحتى مأكثة في البيت تعاني من التعسف وكذلك ذوي المستوى المعيشي المتوسط يسعون للعيش في سلام نظرا للحالة الاقتصادية والسياسية التي تمر بها الجزائر أما بالنسبة لذوي المستوى المعيشي دون

المتوسط فأهم المصنوعات التي أثرت عليهم نجد موضوع التشاؤم في الحياة نظرا لحالتهم المعيشية فسرعان ما يفقدون الحمل فهم دائما يحتاجون لجرعة من الأمل التي يجدونها ضمن حلقات حصة للعائلة وعليه نقول أن حصته للعائلة لمست المجتمع الجزائري بأكمله بمختلف شرائحه العمرية ومكانتهم الاجتماعية ومن كلا الجنسين فهي حصة اجتماعية بامتياز تسعى لترسيخ مختلف القيم النبيلة في وسط المجتمع الجزائري.

الجدول 45: يبين القيم التي استوعبها جمهور بلدية فريجة من خلال حصة للعائلة حسب متغيرات الجنس، السن، المستوى المعيشي، المستوى التعليمي.

المجموع		المستوى المعيشي						المستوى التعليمي								السن										الجنس				المتغير الإيجابية		
		دون الوسط		متوسط		جيد		تكويني		جامعي		ثانوي		متوسط		ابتدائي		66-57		56-47		46-37		36-27		26-17		الذكور			الإناث	
ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت	ن	ت		ن	ت
28 %	90	5 %	17	12 %	43	9 %	30	5 %	12	11 %	39	10 %	36	1 %	3	%0	0	0.8 %9	3	3	9	6 %	19	18 %	28	9 %	31	%9	31	%18	59	اجتماعية
20 %	70	7 %	24	10 %	33	4 %	13	6 %	20	8 %	28	4 %	14	6 %	8	%0	0	0.8 %9	3	2	8	8 %	30	5 %	19	6 %	20	%7	22	%14	48	أخلاقية
14 %	47	10 %	32	%3	8	2 %	7	4 %	11	6 %	16	3 %	15	3 %	5	%0	0	0.2 %9	1	2	3	2 %	8	4 %	13	4 %	12	%4	14	%8	33	إنسانية
16 %	55	9 %	29	%6	21	2 %	5	2 %	10	5 %	18	2 %	12	5 %	7	%0	0	0.8 %9	3	4	6	4 %	14	10 %	34	5 %	18	%8	26	%7	29	دينية
22 %	75	11 %	36	%7	24	3 %	15	4 %	11	12 %	42	9 %	19	1 %	3	%0	0	0.8 %1	3	7	9 %	3	13	12 %	39	3 %	11	%2	8	%20	67	تربوية
10 0 %	337	42 %	138	38 %	129	20 %	70	21 %	64	42 %	143	28 %	96	7 %	26	%0	0	%2	13	8 %	35	24 %	84	% 39	133	27 %	92	30 %	101	%70	236	المجموع

توضح لنا الأرقام في الجدول أعلاه أهم القيم التي استوعبها جمهور بلدية فريحة من خلال حصة للعائلة فمن بين هذه القيم التي سجلناها عند المبحوثين القيم الاجتماعية بنسبة 90% تليها القيم التربوية بنسبة 75% تليها القيم الأخلاقية بنسبة 70% وهي أهم القيم التي يقاس من عليها درجة الوعي الاجتماعي فقد لامسها الجمهور في الحصة الاجتماعية ""عائلة" بالعلم أن معظم المبحوثين ذكور لن قيمتين أو أكثر.

فالنسبة لمتغير الجنس فنجد القيم التي استوعبها جنس الإناث من خلال الحصة هي القيم الاجتماعية بنسبة 18% والقيم الأخلاقية بنسبة 14% والقيم التربوية بنسبة 20% ففي نظر الإناث أن هذه الحصة تساهم وتساعد أفراد المجتمع على التربية وعادة ما تغير الأخلاق والدين ضمن خانة التربية وبالنسبة لجنس الذكور نجد أنهم وجدوا أن الحصة تحمل قيم اجتماعية ودينية وذلك لوجود في أغلب حلقات الحصة إمام أو دكتور في الشريعة الإسلامية فمن خلال هذه الحصة يستطيعون فهم عدة أمور دينية كون أغلبية المجتمع الجزائري مسالم الديانة أما حسب متغير السن فإن أهم القيم التي استنتجها الذين ما بين سن 17 و 26 سنة هي القيم الاجتماعية والأخلاقية أما الفئة ما بين 27 و 36 سنة هي القيم الدينية والتربوية، أما الفئة ما بين سن 37 و 46 هي القيم الأخلاقية.

أما بالنسبة لمتغير المستوى التعليمي نجد أن ذوي المستوى الجامعي والمستوى التكويني هم الأكثر استيعابا واستخلاصا للقيم التي تحملها الحصة على الرغم من أن أغلبية المواضيع التي تطرقت إليها الحصة لا تتناسب مع اهتماماتهم إلا أنهم استوعبوا الرسالة وعليه نقول بأن حصة للعائلة تحمل عدة قيم في طياتها ونظرا لطريقة معالجة المواضيع وطبيعة الضيوف الذين نستضيفهم مقدمة الحصة ساهم في غرس القيم في عقول الجماهير واستوعبوها بسهولة.

❖ النتائج العامة للدراسة :

❖ حاولنا من خلال هذه معرفة اثر البرامج الاجتماعية المعروضة في القنوات التلفزيونية الجزائرية على القيم وذلك بأخذنا لحصة للعائلة التي تبثها القناة الارضية كنموذج ، بعد الدراسة الميدانية المسحية التي اجريناها على عينة من جمهور بلدية فريجة بولاية تيزي وزو ، التي كان الهدف منها الاجابة على التساؤل الرئيسي الاتي : ما هو اثر البرامج الاجتماعية التي تبثها القنوات التلفزيونية الجزائرية على القيم " حصة للعائلة نموذجا " ؟ الذي تدرجت من تحته جملة من التساؤلات الفرعية وهي : ما هي الموضوعات التي عالجتها الحصة و اثرت بشكل كبير على الجمهور ؟

❖ هل ادرك جمهور بلدية فريجة " تيزي وزو " للقيم التي يحملها البرنامج ؟

❖ ما هي السلوكيات التي استطاعت الحصة تغييرها وتقويمها لدى المتابع لحصة للعائلة ؟

❖ كيف هي عادات وأنماط تعرض جمهور بلدية فريجة ولاية تيزي وزو لحصة للعائلة ؟

❖ ماهي الفئة الجنسية و الفئة العمرية الاكثر تتبعا لحصة للعائلة ؟

❖ ماذا يقترح جمهور بلدية فريجة كمواضيع على القائمين على الحصة ؟

ومن خلال الاهداف المسطرة لهذه الدراسة وتحليل نتائج الاستبيان الخاص بمشاهدة الجمهور للبرامج الاجتماعية عامة و تلك التي تعرضها حصة للعائلة بصفة خاصة خلصت دراستنا الى النتائج التالية :

✓ ان حصة للعائلة تؤثر بشكل كبير على جمهورها من خلال ما تعرضه من موضوعات ، فمن بين المواضيع التي عرضتها في موسمها الرابع بداية من سبتمبر 2018 الى غاية جويلية 2019 ، و تركت في نفوسهم و عقولهم اثرا كبيرا نجد العنف ضد المرأة ،العيش في سلام ، الانتقام الالكتروني ، التشاؤم في الحياة ، حق

المرأة في الميراث ، التعامل الاسري و التربوي مع المراهق، التعايش في الاحياء الجديدة .

✓ ان هناك اجماع من طرف المبحوثين على انهم استوعبوا و ادركوا القيم التي تحملها حصة للعائلة ومن بين القيم التي اتفقوا عليها ولامسوها من خلال مضامينها هي القيم الاجتماعية و الاخلاقية ، الانسانية و الدينية بالإضافة الى القيم التربوية .

✓ حصة للعائلة استطاعت ان تغير من بعض السلوكيات السلبية لدى المبحوثين و تحويلها الى سلوكيات ايجابية وهي من غايات و اهداف الحصة التي تسعى اليها من اجل توعية الفرد لبناء مجتمع واع . ان الفئة العمرية و الجنسية الاكثر تتبعاً لحصة للعائلة من جمهور بلدية فريحة هي من جنس الاناث ، اما الفئة العمرية هي فئة الشباب من سن 17 الى السن 36 سنة.

✓ ان حصة للعائلة حصة تفاعلية بامتياز حيث تمنح للجمهور المتابع فرصة لإثراء موضوع النقاش للتعبير عن انشغالاته و تقديم آرائه واقتراحاته على المباشر عن طريق الهاتف او البريد الالكتروني ، و مواقع التواصل الاجتماعية الاخرى وهذا يساهم في التأثير على الجمهور.

✓ من بين المواضيع اقترحها جمهور بلدية فريحة على القائمين على حصة للعائلة نجد : توظيف الخريجين من الجامعات ، المحسوبة في التوظيف ، ضيق المسكن و تأثيره على تماسك الاسرة ، ظاهرة التخنت و التبرج .

✓ هذه الحصة تعكس واقع المجتمع الجزائري وذلك لتتطابق المواضيع التي تعالجها مع تلك التي يعيشها الجمهور و يتعرض لها في حياته اليومية.

✓ رغم تعدد القنوات التلفزيونية و البرامج الاجتماعية في قنوات التلفزيون الجزائري الخاصة لم يمنع الجمهور من متابعة هذه الحصة و المواظبة على مشاهدتها .

✓ ان جمهور بلدية فريحة يواظب على متابعة حصة للعائلة و ذلك راجع الى المواضيع التي تتبناها و تتطرق اليها الحصة كونها اجتماعية بامتياز.

✓ ان جمهور بلدية فريحة جنى عدة فوائد من خلال تتبعه لما تعرضه الحصة من مضامين ، ومن بينها كيفية التعامل مع الآفات الاجتماعية واجتتابها ، كيفية بناء

اسرة متماسكة والتعرف على الاسس القويمة لزيادة الترابط الاسري وكيفية معالجة المشاكل الاسرية بطريقة هادفة وكذلك ادراكهم لأهمية التكافل و التعاون في المجتمع .

✓ ان من بين اهم الاسباب التي تدفع الجمهور لمتابعة حصة للعائلة نجد تنوع المواضيع التي تعالجها بالدرجة الاولى ثم لطريقة عرض و اخراج الحصة كونها حصة حوارية تستضيف مختصين و مستشارين من مختلف التخصصات و المجالات حسب موضوع العدد ،بالإضافة الى شخصية المقدمة التي تلعب دورا مهما في جذب الجمهور وذلك لتمتعها بكفاءة عالية مما ساعدها على ايصال رسالتها الاعلامية بسلاسة و بشكل مؤثر و كذلك بتعاملها مع ضيوفها بذكاء واحترافية و تقديمها العفوي البعيد عن التصنع.

✓ ان معظم جمهور بلدية فريجة يفضلون اعادة مشاهدة حلقات الحصة لان ذلك يساعد الجمهور على فهم الموضوع المطروح اكثر ولمنحه فرصة للتركيز واستدراكهم لما فاتهم من تفاصيل ، حيث تكرار المشاهدة يساهم في ترسيخ الافكار و القيم التي تسعى اليها الحصة .

✓ جمهور بلدية فريجة يقبل باهتمام على مشاهدة المواضيع الاجتماعية من خلال حصة للعائلة التي تعرض على القناة الارضية و القناة الثالثة في التلفزيون العمومي وذلك بعادات و انماط متعددة و متنوعة .

✓ التلفزيون التقنية الاكثر جماهيرية و الاكثر اعتمادا رغم تواجد وسائل تكنولوجية اكثر تطورا بحكم مدى تأثيرها على الراي العام واثرها الكبير في عملية التغيير داخل المجتمع .

✓ يعتبر التلفزيون مصدر لنقل المعايير القيمية اتجاه المشاهدين لممارسته بطريقة عفوية بما يدمجه من مضامين اعلامية .

✓ ان الاعلام الاجتماعي و البرامج الاجتماعية تلعب دورا مهما في تعديل و تقويم سلوك الافراد داخل المجتمع من خلال المضامين التي تعرضها .

✓ كون الحصص و البرامج الاجتماعية لا تقتصر على مرحلة عمرية معينة فكل مرحلة خصائصها في تشكيل وغرس القيم ،نقطة تأخذ بعين الاعتبار من اجل اعداد و انجاز حصة اجتماعية هادفة تسعى للتأثير على المجتمع وذلك برعاية الرسالة الاعلامية المقدمة الى الجمهور بداية من التصميم الى غاية البث.

✓ رغم المنافسة الشرسة التي يعرفها التلفزيون العمومي الجزائري من طرف القنوات الخاصة وبالرغم من السلطوية التي يعاني منها الا ان ذلك لم يمنعه من المساهمة في بناء مجتمع واع بمختلف القضايا و المشاكل التي تواجهه يوميا ومن اقتراح حلول لها .

✓ ان من اهداف الاعلام الاجتماعي بصفة عامة و البرامج التلفزيونية بصفة عامة تتمحور على فهم و ادراك الفرد لما يحيط به من ظواهر و احداث وكذلك نقل التراث الثقافي من جيل لأخر .

✓ ان البرامج الاجتماعية المعروضة في التلفزيون الجزائري بصفة عامة وحصة للعائلة بصفة خاصة تساهم في تشكيل وغرس القيم الاجتماعية وذلك بتأثيرها القوي على افراده من خلال المواضيع التي تعرضها و القيم التي تحملها في طياتها التي تؤدي الى تعديل العديد من السلوكيات السلبية في المجتمع و تحويلها الى سلوكيات ايجابية مراعية في ذلك كافة الجوانب ،من مضامين تلم مختلف الظواهر التي يتخبط فيها المجتمع الجزائري وذلك بالسعي الى ايجاد حلول لها بالطرح و العرض الموضوعي و بالدقة للقضايا ، حيث تحترم في كل قواعد التأثير على الجمهور المستهدف من اخراج نوعية الضيوف بالإضافة الى فتح خاصية التفاعل و التواصل على المباشر مع مقدمي و منشطي هذه الحصص .

❖ خاتمة :

من خلال دراستنا لموضوع البرامج الاجتماعية في القنوات التلفزيونية الجزائرية و اثرها على القيم ، واتخاذنا لحصة للعائلة كنموذج لمعرفة ذلك ،فحقيقة التلفزيون العمومي الجزائري وفق الى حد ما في مواكبة التغيرات الاجتماعية حيث شرعت ادارة التلفزيون في بث برامج خاصة مباشرة تعالج القضايا الاجتماعية ،بفتحها المجال للمواطن للتعبير عن انشغالاته ومشاكله اليومية وذلك من استرجاع المصادقية التي فقدها التلفزيون العمومي الجزائري وخاصة القناة الارضية كوسيلة اعلامية ثقيلة لها وزنها على الساحة الاعلامية الوطنية .

حصة للعائلة كحصة اجتماعية حوارية تفاعلية تركت اثرا في وسط المجتمع الجزائري لأنها من الحصص الاجتماعية الجديدة على الساحة الاعلامية فقد قامت بجهود لعرض و معالجة القضايا الاجتماعية والمساهمة في ترسيخ وتشكيل و تثبيت القيم في المجتمع من خلال تطرقها الى مواضيع انية تنبثق من اعماق المجتمع يطلبها المشاهد وهاذا ما شكل دافعا و حافزا قويا لاستمرار الحصة بحكم انها المرأة العاكسة لانشغالات المواطن بمحاولتها اصفاء نوع من المصادقية عليها بالاستضافة مستشارين و مختصين و فتحها الخط الهاتفي على المباشر.

ان انتاج برنامج تلفزيوني مهما كانت مدته الزمنية او نوع المواضيع التي يتطرق اليها ليست عملية سهلة و بسيطة كما يراها المشاهدون على التلفاز و انما عملية دقيقة تستلزم المرور بخطوات عديدة و للتمكن من تحويل الفكرة الذهنية الى منتج كامل شكلا و مضمونا يلقاه المشاهد عبر الشاشة ،وحصة للعائلة نموذج كامل عن ذلك ،على الرغم من انها لم ترقى الى الهدف المنشود الذي تتطلع له النخبة في المجتمع لمعالجة جدية و عميقة للقضايا الاجتماعية الا انها الحصة الاجتماعية الوحيدة التي يبيثها التلفزيون العمومي الجزائري وحازت على لقب حصة الجماهير التي تتابعها كل شرائح المجتمع ، ويتجلى اثرها في تعديل بعض السلوكيات الخاطئة في المجتمع ،والتي تلقت تجاوبا من طرف الجمهور المتفاعل معها عبر مختلف

الوسائل المتاحة وكذلك من خلال طرح المواضيع التي يقترحها الجمهور على مقدمة الحصة .

كما لا ننسى مدى مساهمة مقدمة الحصة على انجاحها و الوصول الى تحقيق هدفها المنشود و المتمثل في رفع درجة الوعي لدى الفرد و المجتمع الجزائري من اجل بلوغ درجة الرقي لمواكبة التحضر كالذي نجده في البلدان المتقدمة .

استمارة استبائية لدراسة ميدانية

جامعة مولود معمري تيزي وزو

قسم علوم الإعلام والاتصال

تخصص سمعي بصري

استبيان حول:

"البرامج الاجتماعية في القنوات التلفزيونية الجزائرية و اثرها على القيم
حصة للعائلة المعروضة في القناة الارضية ا نموذجاً عينة من جمهور بلدية فريحة ولاية
تيزي وزو.

2019/2018

أنا طالبة في قسم علوم الإعلام والاتصال تخصص سمعي بصري أنجز دراسة
ميدانية تتدرج ضمن البحوث الأكاديمية وهي دراسة مسحية استطلاعية لعينة من جمهور
بلدية فريحة ولاية تيزي وزو.

ولهذا نرجو منكم مساعدتنا بالإجابة على أسئلة الاستمارة بكل صدق وأمانة وإخلاص
وأفادتنا بآرائكم ووجهة نظركم حول الموضوع المدروس ونتعهد لكم أن هذه المعلومات التي
تضعونها بين أيدينا وتدلون بها لنا لن تستغل إلا في نطاق البحث العلمي لتكون دليلاً في
مشروع بحثنا الأكاديمي الجامعي ولكم مني فائق عبارات التقدير والاحترام.

ضع علامة (X) أمام الإجابة المختارة واجب كتابيا في المكان المناسب لها.

تحت إشراف الأستاذة:

لامية بن عمارة

من إعداد الطالبة:

علجية حنوش

المحور الأول: البيانات الشخصية.

1. الجنس: ☐ ذكر ☐ أنثى
2. السن:
3. المستوى التعليمي: ابتدائي ☐ متوسط ☐ ثانوي ☐ جامعي ☐ تكويني ☐
4. المهنة: طالب ☐ موظف ☐ بطل ☐
5. المستوى المعيشي: جيد ☐ متوسط ☐ دون المتوسط ☐

المحور الثاني: إقبال الجمهور على مشاهدة البرامج الاجتماعية للتلفزيون الجزائري.

6. هل أنت من متابعي القنوات الجزائرية؟
☐ نعم ☐ لا ☐ أحيانا
7. هل أنت من مشاهدي برامج القناة الأرضية؟
☐ نعم ☐ لا ☐ أحيانا
8. ما هو نوع البرامج التي تفضل متابعتها؟
☐ ثقافية ☐ اجتماعية ☐ سياسية ☐ ترفيهية
- أخرى أذكرها
9. مع من تفضل مشاهدة هذه البرامج؟
☐ بمفردك ☐ مع الأسرة ☐ مع الأصدقاء ☐
10. ما هي عاداتك لمشاهدة هذه البرامج؟
☐ دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا

المحور الثالث: قدرة برامج التلفزيون الجزائري على معالجة القضايا الاجتماعية.

11. هل تتابع الحصص الاجتماعية؟

☐ نادرا

☐ أحيانا

☐ دائما

12. ما هو رأيك في مضامين هذه الحصص؟

☐ لا بأس بها

☐ جيدة

☐ ممتازة

أخرى أذكرها

13. هل تنتظر بث هذه البرامج باهتمام؟

☐ أحيانا

☐ لا

☐ نعم

14. هل تتناقش مع عائلتك فيما يخص المواضيع المطروحة؟

☐ أحيانا

☐ لا

☐ نعم

المحور الرابع: قدرة مضامين البرامج الاجتماعية على تلبية احتياجات الجمهور.

15. ما هو التقييم الذي تقدمه لمضامين البرامج الاجتماعية المطروحة؟

☐ ضعيفة

☐ متوسطة

☐ جيدة

رأي آخر أذكره

16. هل المواضيع الاجتماعية المطروحة تعكس اهتمامك؟

☐ نوعا ما

☐ لا

☐ نعم

17. هل مضامين ما تحتويه البرامج المعروضة يعكس حقيقة واقع المجتمع الجزائري؟

نعم ☐ لا ☐ نوعا ما ☐

إذا كان نعم كيف ذلك

إذا كان لا كيف ذلك

18. ما هي المواضيع التي تطرقت لها الحصص الاجتماعية وأثرت فيك حقا؟

التسرب المدرسي ☐ الفقر والحرمان ☐ الانتحار ☐
المخدرات ☐ التفكك الأسري ☐

مواضيع أخرى أذكرها ولماذا

19. حسب رأيك هل استطاعت الحصص الاجتماعية التأثير على النمط المعيشي

للجمهور من خلال بعض من المواضيع التي تعرضها.

نعم ☐ لا ☐ نوعا ما ☐

المحور الخامس: تأثير البرامج الاجتماعية على تشكيل الوعي الاجتماعي لدى جمهور

بلدية فريجة :

20. ماذا يدفعك لمشاهدة البرامج الاجتماعية

للحصول على معارف و معلومات ☐

لتفادي الوقوع في الافات الاجتماعية ☐

للترفيه ☐

أسباب أخرى أذكرها

21. ما هي البرامج الاجتماعية التي تستهويك أكثر؟

- ☐ برامج تستضيف مختصين ☐ برامج مسجلة تقدم معلومات مباشرة ☐
☐ برامج تشاركية تقدم آراء الجمهور

22. هل نجحت الحصص الاجتماعية في تحذيرك في الوقوع في بعض الآفات؟

- ☐ بشكل كبير ☐ بشكل متوسط ☐ بشكل ضعيف

23. هل معالجة المواضيع الاجتماعية يؤثر عليك؟

- ☐ نعم ☐ لا ☐ نوعا ما

إذا كانت الإجابة بنعم كيف ذلك

المحور السادس: عادات وأنماط إقبال جمهور بلدية فريحة على حصة للعائلة.

24. هل تشاهد حصة للعائلة؟

- ☐ دائما ☐ أحيانا ☐ نادرا

25. مع من تتابع حصة للعائلة؟

- ☐ بمفردك ☐ مع العائلة ☐ مع الأصدقاء

26. هل تابعت جميع أجزاء الحصة؟

- ☐ نعم ☐ لا

هل تكتفي بمشاهدة حلقات الحصة؟

- ☐ لمرة واحدة ☐ تعيد المشاهدة ☐ حسب الظروف

27- ما هي الأسباب التي تدفعك لمشاهدة الحصة؟

☐

طريقة عرض وإخراج الحصة

☐

لتنوع المواضيع الاجتماعية المطروحة

أخرى أذكرها

28- من بين المواضيع التي تطرقت إليها الحصة ما هو الموضوع الذي اثر عليك بشكل

كبير؟

.....

29- هل شخصية مقدمة الحصة ساهمت في متابعتك لها؟

☐

نوعا ما

☐

لا

☐

نعم

30- من خلال تتبعك لحصة للعائلة ما هي الأشياء التي استفدت منها؟

.....

31- هل ترى أن حصة للعائلة؟

☐

نوعا ما

☐

غير هادفة

☐

هادفة

إذا كانت الإجابة هادفة فما هي القيم التي تتضمنها

32- من خلال تتبعك للحصة هل استطاعت أن توجه سلوكك

☐

لا

☐

نعم

إذا كانت الإجابة بنعم فما هي هذه السلوكات التي وجهتك إليها ،سلبية ام ايجابية

.....

33- هل تساعد الحصة في الترابط الأسري؟

☐ نعم ☐ لا

إذا كانت الإجابة بنعم فيما يتمثل ذلك :

☐ التكافل الأسري

☐ معالجة المشاكل الأسرية بطريقة هادفة

..... أخرى أذكرها

34- هل أنت من المتفاعلين مع الحصة؟

☐ نعم ☐ لا ☐ أحيانا

إذا كانت الإجابة بنعم فبأي وسيلة:

☐ بريد عادي ☐ بريد إلكتروني ☐ الهاتف

☐ مواقع التواصل الاجتماعي

35- ما هي المواضيع التي ترى بأنها مهمة والحصة لم يتطرق لها وتقترب أن يتم

إدراجها في موسم قادم؟

نشكركم على صدقكم وتعاونكم ومساعدتكم،

تقبلوا مني خالص التقدير والاحترام.