

جامعة عمار تنيجي الاعواط
كلية العلوم الإنسانية والإسلامية والحضارة
قسم الإعلام والاتصال
تخصص اتصال وعلاقات عامة



الموضوع:

دور البرامج التلفزيونية في زيادة الاهتمام
بقضايا الفقر في المجتمع الجزائري
دراسة ميدانية على عينة من متابعي برنامج وافعلوا الخير
بقناة الشروق TV

مذكرة لنيل شهادة الماستر في الإتصال و العلاقات العامة

إشراف الأستاذ :

د. طريف عطاءالله

من إعداد الطلبة:

- لخضر كزواي
- مداني وردي

الموسم الجامعي : 2018/2017

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر و عرفان

الحمد لله الذي بحمده تتم الصالحات والحمد لله الذي بفضلہ تمت هذه الكلمات
وبقلم تقدير واحترام نرف خالص التشرکات إلى الأستاذ المشرف لما قدمه لنا
من توجيه وإرشاد
إلى كل من ساعدني في هذا العمل أشكرکم شكر خاص.
جزيل الشکر إلى أساتذتي على مر السنوات الجامعية.

إهداء

أهدي عملي المتواضع إلى التي حملتني وهنا على وهن وغمرتني بحنائها، إلى خير
الأمهات حفظها الله لي في حياتي سابقى أفديها حتى مماتي، التي لو بقيت الدهر كله
أكتب فيها ما وفيت صرخة من صرخاتها أُمي الغالية.

إلى أبي العزيز

إلى إخواني وأخواتي

إلى جميع الأهل والأقارب

إلى جميع الأصدقاء والزملاء وإلى كل من يعرفني من قريب أو من بعيد.

لخضر

إهداء

الحمد لله الذي قدرني لى اتمام هذا العمل الذي أهديه الى أمي وأبي
حفظهما الله أطال في عمرهما،
على صبرهما ودعمهما الدائم لي، كما أهديه إلى أخي العزيز
وأختي الكريمة.
ولا أنسى جدتي حفظها الله و أطال في عمرها، والتي لم تبخل علي
بدعاء الخير في السر والعلانية ، وكلماتها التي كانت دائما بلسم
شفاء.
الى كل الأصدقاء والأحبة
والى كل من ذكرهم قلبي ولم يذكرهم قلمي.

مداني

ملخص الدراسة:

تهدف الدراسة إلى التعرف على دور البرامج التلفزيونية في التوعية بقضايا الفقر في المجتمع الجزائري، وفي هذا السياق تناولت الدراسة دور التلفزيون في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى متابعي البرامج، وهي دراسة وصفية لعينة من مشاهدين برنامج وافعلوا الخير، ومعرفة الأخلاقيات التي تشكلها البرامج التلفزيونية لدى مجتمع البحث، ومعرفة مدى تحقيق البرامج التلفزيونية للتوعية بالأخلاق الحسنة لعينة البحث، وقد اعتمدنا على المنهج المسحي بتوظيف أداة جمع البيانات المتمثلة في استمارة استبيان وقد اخترنا عينة تتكون من 80 مفردة اختيرت بطريقة قصدية، حيث توصلنا إلى النتائج المتمثلة في:

- أن للتلفزيون والبرامج التلفزيونية قدرة كبيرة في التأثير في الجمهور.
- أن المشاهدين يهتمون بالبرامج التي تفيدهم في حياتهم اليومية.
- أن المشاهدون يقبلون بشكل كبير على التعرض للبرامج الاجتماعية في قناة الشروق TV ومنها برنامج وافعلوا الخير.
- أبرزت الدراسة مدى مساهمة البرامج التلفزيونية في تنمية المتابعين ومعرفتهم بالقضايا الاجتماعية.
- دور التلفزيون في مستوى الإدراك للقضايا الأساسية الخاصة بالفرد والمجتمع.

الكلمات المفتاحية:

البرامج التلفزيونية، قضايا الفقر في المجتمع الجزائري، برنامج وافعلوا الخير.

الفهرس

الفهرس

رقم الصفحة	الموضوعات
	الإهداء
	شكر وتقدير
	ملخص الدراسة
الفصل الاول: الإطار العام للدراسة	
أ-ب	مقدمة
4	مشكلة الدراسة
4	تساؤلات الدراسة
5	أسباب اختيار الدراسة
5	أهمية و أهداف الدراسة
6	أهداف الدراسة
6	تحديد المصطلحات و المفاهيم:
10	المدخل النظري للدراسة
12	نوع الدراسة و منهج البحث
14	مجتمع الدراسة و العينة
14	الدراسات السابقة
الفصل الثاني التلفزيون و البرامج التلفزيونية	
21	تمهيد
22	المبحث الأول: ماهية التلفزيون
22	المطلب الأول: تعرف التلفزيون ونشأته
24	المطلب الثاني: مراحل تطور التلفزيون:

24	المطلب الثالث :وظائف التلفزيون و أهميته:
26	المبحث الثاني : البرامج التلفزيونية وفقا لنظريات الاتصال:
26	المطلب الأول :أنواع البرامج التلفزيونية
28	المطلب الثاني :تصنيف البرامج التلفزيونية
28	المطلب الثالث :مراحل إعداد البرامج التلفزيوني
30	خلاصة الفصل
	الفصل الثالث: البرامج التلفزيونية و دورها في نشر القيم الأخلاقية
32	تمهيد
33	المبحث الأول : البرامج التلفزيونية وعلاقتها بالقيم الأخلاقية.
33	المطلب الأول : ماهية البرامج التلفزيونية ذات الطابع الاجتماعي.
33	المطلب الثاني : دور البرامج التلفزيونية في نشر القيم الأخلاقية.
34	المطلب الثالث: تصنيف القيم الأخلاقية التي تعالجها البرامج التلفزيونية.
35	المبحث الثاني مشكلات :قضايا الفقر المتضمنة في البرامج التلفزيونية
36	المطلب الأول: . تعريف الفقر و أنواعه
37	المطلب الثاني : أسباب وعوامل تفشي ظاهرة الفقر في الجزائر
	الفصل الرابع: تحليل و تفسير بيانات استمارة الاستبيان
39	محور الأول: البيانات الشخصية
44	المحور الثاني : أنماط وعادات التعرض لبرامج قناة الشروق TV

52	المحور الثالث : مدى اهتمام المتابعين بالبرامج التليفزيونية لقناة الشروق TV
55	المحور الرابع : مواقف وأراء المتابعين من البرامج وفعّلوا الخير
59	المحور الخامس : التأثير الذي يتركه متابعة برنامج و افعّلوا الخير على المشاهدين و دوره في توعيتهم .
65	حدود الدراسة
68	الخاتمة
	قائمة المراجع

قائمة الجداول

رقم الجدول	العنوان	الصفحة
1	توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس .	39
2	توزيع مفردات العينة حسب متغير السن.	40
3	توزيع مفردات العينة حسب الحالة الاجتماعية.	41
4	توزيع مفردات العينة حسب المستوى التعليمي.	42
5	توزيع مفردات العينة حسب المستوى المعيشي.	43
6	توزيع العينة حسب عادات مشاهدة قناة الشروق tv.	44
7	توزيع مفردات العينة حسب الحجم الزمني لمشاهدة البرامج في قناة الشروق tv.	45
8	توزيع مفردات العينة حسب الفترة المفضلة لمشاهدة القناة .	46
9	توزيع مفردات العينة حسب مشاهدة برامج القناة .	47
10	توزيع العينة حسب نوع البرامج التي تفضل مشاهدتها.	48
11	توزيع العينة حسب وجود أيام محدودة لمشاهدة برامجك المفضل .	49
12	توزيع العينة حسب الإجابة بنعم على السؤال السابق.	50
13	: توزيع العينة حسب الغرض من مشاهدة هذه البرامج .	51
14	توزيع العينة حسب قبول مشاهدة برنامج و افعلوا الخير .	52
15	توزيع العينة حسب أهم القضايا التي تهم في برنامج و افعلوا الخير .	53
16	توزيع العينة حسب تذبذب المتابعين لمشاهدة البرامج.	54
17	توزيع العينة حسب وقت عرض البرنامج التلفزيوني.	56
18	توزيع العينة حسب الحجم الساعي لعرض البرنامج .	57
19	توزيع العينة حسب استعمال اللغة .	58
20	توزيع العينة حسب قناعة ما يتم عرضه البرنامج من قضايا .	59
21	توزيع العينة حسب التأثير بالقضايا المعروضة في البرنامج.	60
22	توزيع العينة حسب الإجابة بنعم في حال التأثير بالقضايا المعروضة في البرنامج.	61
23	توزيع العينة حسب رأي المبحوث إذا كان البرنامج يساهم في	62

	نقل الأفكار للمشاهدين .	
63	توزيع العينة حسب تشجيع البرنامج على التمسك بالقيم التالية .	24
64	توزيع العينة حسب إذا كانت القضايا المعروضة تنقل من الأشخاص إلى الأصدقاء.	25
65	توزيع العينة في حالة نقل القيم الأخلاقية من البرنامج ، هل يكون ذلك عن طريق.	26

تمهيد:

يمكن القول أن القيم الأخلاقية تنظم العلاقات البشرية و عليها تقوم الحياة الاجتماعية، و تظهر أهميتها في مجتمعنا و تعتبر العلاقة بني المنظومة الإعلامية و منظومة القيم الاجتماعية و الأخلاقية علاقة فاعلة و متداخلة على اعتبار أن وسائل الإعلام في أي مجتمع هي الوسائل الناقلة لأنماط التفكير و المعرفة و القيم وبالتالي تساهم في خلق جانب كبير من الثقافة الاجتماعية و الأخلاقية من خلال تجميع المعلومات و توزيعها حتى يتمكن المجتمع من التكيف مع الظروف المتغيرة و زيادة ترابط أجزائه و يعد التلفزيون من بين الوسائل الإعلامية الجماهيرية التي تؤثر بشكل كبير في خلق و تشكيل القيم الأخلاقية للجمهور خاصة من خلال المضامين و النماذج التي تحمل مجموعة من هذه القيم و التي تمكن الفرد من اكتسابها في حياته.

حدود الدراسة:

الحدود الموضوعية: تتناول هذه الدراسة دور البرامج التلفزيونية في التوعية بمشكلات الفقر بالمجتمع الجزائري.

الحدود المكانية: تم تطبيق أداة هذه الدراسة في جامعة الأغواط.

الحدود الزمانية: تم الشروع في هذه الدراسة من سنة 2017/2018.

الحدود البشرية: اقتصرت هذه الدراسة على عينة من متابعين برنامج و افعلوا الخير بقناة الشروق العامة.

مقدمة

يعتبر التلفزيون من أهم وسائل الإعلام في العصر الحاضر وأكثرها تأثيرا وهو يتميز بالتطور الهائل في إمكانياته على مستوى الصوت والصورة حيث لا ينطلق عمله داخل كل مجتمع من فراغ وإنما هناك قوى روحية وثقافية وقيمية وسياسية تتحكم في هذا العمل وكل قوة من هذه القوى تعمل مثيلاتها لتقدم إعلاما تلفزيونيا يحظى بالاهتمام والقبول والتذوق لدى الجمهور .

ويعد الإعلام التلفزيوني واحد من أهم تلك الوسائل على الرغم من بروز وسائل أخرى أكثر تطورا وجذبا، نظرا لما يتميز به التلفزيون من أهمية داخل المجتمعات عموما اكتسبها خلال ما يبثه من برامج وما يتناوله من قضايا تهم الجمهور المستهدف، وتعد برامج التوعية والخدمة العامة إحدى الوسائل المستخدمة لإشباع حاجات المتعلم، وتحقيق مبدأ التعاون والتكافل داخل المجتمع، إلى جانب أنها تساهم في سد احتياجاتهم.

حيث تمر عبر التلفزيون برامج تلفزيونية متعددة والتي تعتبر العنصر الأساسي الذي تعتمد عليه أي محطة تلفزيونية حيث تبث هذه البرامج في الأوقات المناسبة لها، والجمهور أصبح يستقبل آلاف البرامج المتعددة المضامين وهذه الأخيرة تعمل على التأثير في المتلقي باختلاف أعمارهم و مستوياتهم التعليمي وكذا

جنسهم، و هذه البرامج يمكن أن تكون مسجلة أو حية على الهواء و عادة ما تكون هذه البرامج تحمل اتجاهها معينا، تحقق فيها إحدى أهداف المحطة (قناة).

و من خلال ما ذكرنا فإننا قسمنا خطة دراستنا إلى مقدمة و أربع فصول، وخاتمة، ثلاث فصول

نظرية و فصل تطبيقي خاص باستمارة الاستبيان.

تعرضنا في الفصل الأول :تحديد الإطار المنهجي و المفاهيمي،و فيه تطرقنا إلى : تحديد إشكالية الدراسة و أهدافها و أهميتها و أسباب اختيار الموضوع، و كذا مفاهيم و مصطلحات الدراسة و المدخل النظري :المنهج المتبع و عينه البحث، أدوات جمع البيانات أيضا الدراسات السابقة أو المشابهة.

ثم انتقلنا إلى الفصل الثاني :بعنوان التلفزيون و البرامج التلفزيونية من خلال عرض مبحثين:

المبحث الأول :ماهية التلفزيون:تعريفه، نشأته، ووظائفه و أهميته أما في المبحث الثاني فعرضنا فيه البرامج التلفزيونية، تعريفها، أنواعها و تصنيفها ومراحل إعدادها.

ثم يأتي الفصل الثالث: بعنوان البرامج التلفزيونية و دورها في التوعية بمشكلات الفقر في المجتمع الجزائري الذي عرضنا فيه مبحثين:

المبحث الأول :البرامج التلفزيونية وعلاقتها بمشكلات الفقر في المجتمع الجزائري: ماهية البرامج التلفزيونية ذات الطابع الاجتماعي، دور البرامج التلفزيونية في نشر التوعية بالقيم الأخلاقية، تصنيف القيم الأخلاقية التي تعالجها البرامج التلفزيونية.

أما المبحث الثاني فيضم :قضايا الفقر المتضمنة في البرامج التلفزيونية، تعريف الفقر و أنواعه، أسباب وعوامل تقشي ظاهرة الفقر في الجزائر .

و تم تخصيص الفصل الرابع و الأخير بعرض تمهيد و حدود الدراسة، لمحة عن برنامج وافعلوا الخير، و تحليل نتائج استمارة الاستبيان و صولا إلى استخلاص النتائج و الخاتمة.

الفصل الأول

الجانب المنهجي

للدراصة

1- إشكالية - الدراسة:

أدى التطور التكنولوجي الذي شهده العالم بصفة عامة و المجتمع الجزائري بصفة خاصة في هذا القرن إلى تطور قطاعات المجتمع بما فيها قطاع الإعلام بوسائله المختلفة، ونظرا لأهمية الوسائل السمعية البصرية، و على رأسها التلفزيون فقد شهد هذا الأخير عناية خاصة من قبل المختصين، ففي الميدان التقني تميز هذا الجهاز الضخم بالتطور الهائل و السريع من أجل إيصال البرامج إلى مختلف جهات العالم الذي أصبح عبارة عن قرية صغيرة، باستعمال الأقمار الصناعية في الاتصال و الهوائيات التي غزت جزء كبيرا من هذا العالم.

فالتلفزيون بأبعاده المختلفة و مميزاته الخاصة أضحى يفوق أي وسيلة إعلامية أخرى، لذلك أنه يجب التمعن في مضمون الرسالة التي يرسلها و يوجهها للمجتمع و أن هذه الرسالة الموجهة و المبرمجة يمكن أن تكون حافزا قويا في توجيه الرأي لنحو ما هو منطقي وواقعي يخدم القيم الاجتماعية، ويؤكد على دعم القيم الأخلاقية و يوحدتها أو العكس فهو قبل كل شيء يعمل على تجسيد الهوية و توعية الجماهير و تفتحها على العالم الخارجي.

فأصبح التلفزيون بما يقدمه من برامج مختلفة و متعددة منها (ما هو سياسي و اقتصادي و اجتماعي و ثقافي و أخلاقي)، ويعد من أهم الأجهزة الإعلامية التي يمكن أن تسهم في إعادة صياغة المفاهيم الأخلاقية التي تساعد على بلورة القالب الأخلاقي في المجمع خاصة في العصر الذي نعيشه عصر الانفتاح الإعلامي و التكنولوجي و الانفجار المعرفي المتلاحق، الذي أصبح يغيب في بعض الأحيان القيم الأخلاقية في المجتمع. و من خلال ما سبق نطرح التساؤل الرئيسي:

- ما طبيعة الدور الذي تلعبه البرامج التلفزيونية في التوعية بمشكلات الفقر في المجتمع الجزائري ؟

2- تساؤلات الدراسة :

- ما هي عادات و أنماط مشاهدة التلفزيون ؟
- ما مدى اهتمام المتابعين بالبرامج التلفزيونية في قناة الشروق العامة TV ؟
- ما هي مواقف و آراء المتابعين من برنامج وافعلوا الخير؟
- ما هو التأثير الذي يتركه برنامج وافعلوا الخير على المتابعين ودوره على توعيتهم ؟

3- أسباب اختيار الدراسة:

- 1- باعتبار أن التلفزيون ظاهرة اجتماعية كما يقول علماء الاجتماع فإن له أهمية كبيرة لا تقل أهمية و شأننا عن غيره من الظواهر الاجتماعية الأخرى في المجتمع، حيث يؤدي دورا هاما في شتى مجالات المجتمع حاله كحال بعض المؤسسات الاجتماعية الأخرى مثل الأسرة و المدرسة.
- 2- أهمية الموضوع السابق الذكر و مكانته داخل المجتمع.
- 3- الميل إلى المواضيع التي تلامس القضايا المجتمعية.
- 4- انجاز دراسة علمية ذات أهمية و تفيد طلبة التخصص في المستقبل.
- 5- قابلية الموضوع للدراسة و البحث العلمي.
- 6- الميل الشخصي لمثل هذه المواضيع ذات البعد الإعلامي و الاجتماعي.

4- أهمية و أهداف الدراسة:

- تتحدد أهمية هذه الدراسة أساسا كنتيجة طبيعية لظاهرة إعلامية جديدة دخلت الفضاء العربي حديثا، و ذلك من خلال أننا نحاول في بحثنا هذا تسليط الضوء على الدور الجديد الذي أعطته هذه النوعية من البرامج لجماهيرها ،حيث قامت على قاعدة أساسية هي مشاركة الجمهور في إنتاجها و نقله دائرة السلبية في العملية الاتصالية ليصبح عنصرا ايجابيا متفاعلا.
- الاهتمام المتزايد للإعلام الجزائري بإنتاج البرامج الخيرية خاصة التلفزيون منها.
- رصد الموضوعات و القضايا التوعوية التي تتناولها البرامج التلفزيونية الجزائرية و تأثيراتها المختلفة على المشاهدين.
- التعرف على أنماط و عادات متابعين البرامج التلفزيونية و دوافع مشاهدتهم لهذه البرامج و موقفهم الحقيقي من ذلك.
- تعرفنا هذه الدراسة على الإشكال و القوالب الفنية التي يعتمدها برنامج وافعلوا الخير في قناة الشروق العامة الجزائرية و التي نحج من خلالها إلى جذب الجماهير و تكشف أيضا أسباب المتابعة لمثل هذه النوعية من البرامج و دوافعه لذلك.

أهداف الدراسة:

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق عدة أهداف نحصرها فيما يلي :

- معرفة طبيعة عادات و أنماط المشاهدة التلفزيونية لدى عينة البحث .
- تحديد دور البرامج التلفزيونية في تشكيل خصائص و صفات التوعية لدى عينة البحث.
- معرفة الأخلاقيات التي تشكلها البرامج التلفزيونية لدى عينة البحث.
- معرفة مدى تحقيق البرامج التلفزيونية للمتعة و المساعدة والحاجة الأخلاقية لعينة البحث.

5- تحديد المصطلحات و المفاهيم :

1- دور (ROLE): يقول براون: أن كلمة الدور مستعارة من المسرح و الدور شيء

مستقل عن الفرد الذي يقوم بهذا الدور، فالفرد بشر أما الدور سيناريو يحدد أو يعبر عن الأفعال و يحدد الأقوال.¹

- التعريف الإجرائي للدور :

إصطلاحاً:

ما يمكن أن تقوم به البرامج التلفزيونية في قيامها بالأنشطة و ما تسطره من أهداف لتحقيقها حيث يعتبر كآلية من آليات نشر القيم الأخلاقية.

2- البرامج التلفزيونية :

البرنامج التلفزيوني هو فكرة أو مجموعة من الأفكار تصاغ في قالب تلفزيوني معين، باستخدام

الصورة بكامل تفاصيلها الفنية لتحقيق هدف معين.²

هو عبارة عن فكرة تجسد وتعالج تلفزيونياً باستخدام التلفزيون كوسيلة تتوافر لها كل إمكانيات الوسائل الإعلامية، وتعتمد أساساً على الصورة المرئية سواء كانت (مباشرة أو مسجلة على أفلام و شرائط VTR)بتكوين وتشكيل يتخذ قالباً واضحاً ليعالج جميع جوانبها خلال مدة زمنية محددة وتتطور برامج تلفزيون باستمرار حيث نلاحظ ألواناً جديدة و أشكالاً رمزية من آن لآخر ، ولا تقف عند حد معين.

¹ وعد إبراهيم خليل الأمير : دور التلفزيون في قيم الأسرة، دار غيداء للنشر والتوزيع، الأردن، ط1، 2013م- 1434هـ، ص24.

² فهد بن عبد الرحمن الشميري، التربية الإعلامية كيف تتعامل مع الاعلام، مكتبة فهد، الرياض، ط1، 2010، ص221.

- التعريف الإجرائي:

مادة إعلامية تعرض في وسيلة مرئية (التلفزيون)، ويعتبر البرنامج العنصر الأساسي الذي تعتمد عليه أي محطة تلفزيونية، وذلك لأن مجموعة البرامج المثبتة تعطي المحطة هوية خاصة، ويتم عرض البرنامج باستخدام الصوت والصورة.

3- التوعية:

لغة:

الوعي: حفظ القلب الشيء، ووعي الشيء والحديث يعنيه وعيا وأوعاه: حفظه وفهمه وقبله، فهو واع، وفلان أوعى من فلان أي أحفظ وأفهم. قال الأزهري: الوعي الحافظ الكيس الفقيه. والتوعية هي مصدر وعي وهي التفهيم والتوضيح والإرشاد. وهي مأخوذة من الوعي: وهو الحفظ والفهم والإدراك والعمل. والأصل في الوعي صم الشيء. وما التوعية إلا ضم معلومات إلى معلومات. وهي بمثابة إفهام الغير وتحفيزهم ما ينبغي عليه فعله وإرشادهم.¹

اصطلاحا:

مصطلح التوعية لا نجده في النصوص الشرعية، بل نجد معناه من واعظ وإرشاد وتبليغ وبيان. وهي تعني بشكل متوازن بالجوانب العبادية، والسلوكية، والصحية، والبيئية، والاجتماعية، إضافة إلى التوعية بالنواحي الأمنية. ومن هذا المنطلق، فإن التوعية تهدف إلى التوجيه والإرشاد للتزود بالمعرفة وإكساب واكتساب الخبرة. وتسعى للتأثير في إنسان أو جماعة أو مجتمع لقبول فكرة أو موضوع ما.²

تعريف اجرائي:

نشر المعرفة الصحيحة حول موضوع معين ليتسنى للمتلقي تجنب الضرر أو تجنب الكارثة التي قد تحدث قبل وقوعها. استعمال وسائل تعليمية وإرشادية محددة لتوعية الأفراد على تعديل سلوكهم وتحذيرهم مما قد يحيط بهم من مخاطر، من أجل تربيتهم على مبادئ الشريعة السمحة وقيمها العليا.

¹ فاروق عبده فلية، أحمد عبد الفتاح الزكي، معجم مصطلحات التربية لفظا واصطلاحا، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، الاسكندرية، مصر،
² المرجع نفسه، ص83.

4- المشكلة:

لغة:

شَكَلَ الأمر يشكُل شكلاً، أي: التبس الأمر، والعامّة تقول شَكَلَ فلان المسألة أي علّقها بما يمنع نفوذها وعند التهانوي: "المشكل اسم فاعل من الإشكال وهو الداخل في أشكاله وأمثاله، وعند الأصوليين اسم للفظ يشتبه المراد منه بدخوله في أشكاله على وجه لا يعرف المراد منه إلاّ بدليل يتميز به من بين سائر الأشكال والمشكل ملا ينال المراد منه إلا بالتأمل بعد الطلب ^[2]، كما أننا نجد عند الجرجاني، بالإضافة إلى المعنى المذكور عند التهانوي حول المشكل، نجد مفهوم المسائل، وهي عنده: "المطالب التي يبرهن عليها في العلم ويكون الغرض من ذلك معرفتها".¹

- اصطلاحاً:

بصفة عامة هي كل موقف غير معهود لا يكفي لحله الخبرات السابقة والسلوك المألوف، والمشكلة هي عائق في سبيل هدف منشود، ويشعر الفرد ازواؤها بالحيرة والتردد والضيق مما يدفعه للبحث عن حل للتخلص من هذا الضيق وبلوغ الهدف المنشود، والمشكلة شيء نسبي فما يعده **الطفل** الصغير مشكلة قد لا يكون مشكلة عند البالغ الكبير.

-تعريف اجرائي:

المشكلة ببساطة عبارة تدور حول مفهوم أو متغير أو أكثر.

5- الفقر:

يدور **مفهوم الفقر** في اللغة حول الحاجة، والعوز، والفقر هو المحتاج.

وهو ضد الغنى، والفقر: مكسور فقار الظّهر، وهو مشتقّ من انفقار الظّهر، أي انكسار فقاره، فكأنّ الفقير مكسور الظّهر من شدّة حاجته، والفقير الذي له ما يأكل، والمسكين مَنْ لا شيء له.

وقد اختلف أهل العلم على الفرق بين الفقير المسكين، أوصلها الماوردي إلى ستّة أقاويل: "أنّ الفقير: المحتاج المتعقّف عن المسألة، والمسكين: المحتاج السائل.

¹ فاروق عبده فلية، أحمد عبد الفتاح الزكي، مرجع سابق، ص198.

والثاني: أنَّ الفقير هو ذو الزَّمانة من أهل الحاجة، والمسكين: هو الصَّحيح الجسم منهم.

والثالث: أنَّ الفقراء هم المهاجرون، والمساكين: غير المهاجرين.

والرَّابع: أنَّ الفقير من المسلمين، والمسكين: من أهل الكتاب.

والخامس: أنَّ الفقير الَّذي لا شيء له؛ لأنَّ الحاجة قد كسرت فقاره، والمسكين الَّذي له ما لا يكفيه لكن يسكن إليه.

والسادس: أنَّ الفقير الَّذي له ما لا يكفيه، والمسكين: الَّذي ليس له شيء يسكن إليه"

اصطلاحاً:

وهم الأشخاص الذين لا يستطيعون تأمين حاجياتهم الأساسية بشكل كامل و جزئي. ويعرف القريطي الفئات الهشة بأنهم أولئك الأفراد الذين ينحرفون عن المستوى العادي أو المتوسط في خصيصة من الخصائص أو في جانب ما أو أكثر من الجوانب الشخصية، إلى الدرجة التي تحتم احتياجاتهم إلى خدمات خاصة، تختلف عما يقدم لأقرانهم العاديين، وذلك لمساعدتهم على تحقيق أقصى ما يمكنهم بلوغه من النمو والتوافق.¹

مفهوم المجتمع

9.1. التعريف اللغوي

مشتق من الفعل جمع، ونقول جمع جمعا المتفرق أي ضمه وألفه ،يقال جمعت الجمعة أي أقيمت صلاة الجمعة، وأجمع القوم على كذا أي اتفقوا عليه، وتجمع القوم أي اتوا وانضموا، واجتمع القوم أي تجمعوا، والجامع جمع جوامع وهو المسجد ،والاجتماعية وهي الحالة الحاصلة على اجتماع قوم لهم مصالح مشتركة .وا تمع وهو ما يهمننا في هذه الدراسة : وهو مكان الاجتماع ويطلق مجازا على مجموعة من الناس خاضعين لقوانين ونظم عامة، مثال ذلك ا تمع القومي والتمتع الانساني .

2التعريف الاصطلاحي المجتمع هو مجموعة من الافراد والجماعات تعيش في موقع جغرافي واحد وترتبط

بينها علاقات اجتماعية وثقافية ودينية، ومن ذلك نجد ان العناصر التي تكون ا تمع تتمثل في

:إدراك افراد ا تمع وشعورهم با م يكونون وحدة واحدة

¹ بسيوني، حمود الشريف، الوثائق الدولية المعنية بحقوق الانسان، المجلد الثاني، دار الشروق، القاهرة، 2003.

- نطاق جغرافي يجمع أفراد المجتمع وجماعاته .
- وجود نظام يسمح لأعضاء المجتمع بالتعبير عن آرائهم.
- تمكن المجتمع من إشباع الاحتياجات الأساسية لأفراده الى حد ما.
- وجود سلوكيات اجتماعية داخله مثل التعاون، التكافل والصراع.
- بناء اجتماعي خاص به.

تعريف اجرائي:

يس هناك تعريف موحد ومقبول لمصطلح المجتمع ، لأن الاستخدامات الثلاثة الشائعة له تشير الى جوانب هامة من الحياة الاجتماعية، فالمعنى العام يعني مجموع العلاقات الاجتماعية بين الناس، او هو كل تجمع للكائنات الانسانية، من الجنسين ومن كل المستويات العمرية، يرتبطون معا داخل جماعة اجتماعية لها كيان ذاتي ونظمها وثقافتها المتميزة، او هو النظم والثقافة التي تتحقق عند جماعة من الناس، وهذا التعريف وثيق الصلة بالتعريف السابق، وهما بشيران الى عنصرين أساسيين ينفي التحليل السوسيولوجي، إن الانسان يعيش في جماعات، وإن سلوك الناس يتأثر بالمعايير والقيم . ولقد كان المجتمع يعتبر تجمعا من الافراد يستمد طبيعته الجمعية من طبيعة الانسان، إلا أن "كونت و سبنسر" أكدوا أن المجتمع ليس مجرد اسم جمعي يطلق على عدد من الافراد، ولكنه وحدة كلية متميزة تفوق الوجود الفردي، وقد اكتسبت وجهة النظر هذه ذيوعا في البحث السوسيولوجي، ويستخدم مصطلح المجتمع احيانا للإشارة الى الانسانية او النوع البشري ككل او ظاهرة التجمع الانساني.

المدخل النظري للدراسة :

مدخل عام للنظرية الاستخدامات و الإشباعات:

ترتكز بحوث الاستخدامات و الاشباعات على دراسة استخدام وسائل الإعلام و الاتصال و التعريف إليها من مختلف الفئات الاجتماعية في محاولة للربط بين هذه الأسباب و الاستخدام و العائد من الاستخدام.

تختلف المسميات على مدخل الاستخدامات و الاشباعات، فهناك من يطلقون عليه نموذج Model، وهناك بعض الباحثين من يرتقي بها إلى مرتبة النظرية Theory وهناك من يطلقون عليه

مدخل Approach في حين يفضل البعض و هم الأقلية تسميه باسم نظرية المنفعة Utility وبصفة عامة فقد تطورت بحوث الاستخدامات و الاشباعات كرد فعل لفشل كثير من الأبحاث في وجود دليل مباشر على تأثير و سائل الاتصال بعد أن سادت لفترة طويلة نظريات التأثير الخطي الرصاصة أو الحقنة تحت الجلد، التي كانت ترى أن لوسائل الاتصال تأثير فعال على الملنقى حتى ظهر مفهوم الجمهور العنيد

أو الجمهور النشط اعترافا بدوره الفعال في انتقاء مايريد أن يتلقاه ، و تنطلق بحوث الاستخدامات و الاشباعات من هذا المدخل الذي يرى أن الأفراد يقومون بدور ايجابي في عملية الاتصال، و ظهر مصطلح الاستخدامات uses الذي يفترض أن هناك اشباعات Gratification تتحقق نتيجة الاستخدام، من خلال اختيار العلاقة بين الوظائف التي تتم صيانتها في إطار الدوافع و الحاجات، و بين تعرض الجمهور بناء على إطار نظري أساسه التحليل Funcational analysis من جانب، و نظريات الدوافع Motives من جانب آخر و في ضوء ذلك ظهرت بحو الاستخدامات و الاشباعات لأول مرة على يد الياهو كاتر Elihu Katz 1959 في إطار نموذج التأثيرات المتوسطة لوسائل الاتصال ، و بعد من المدخل من نقاط التحول المهمة في مجال الإعلام لأنه نقل الاهتمام من مضمون الرسالة إلى الجمهور الذي يتعرض لوسائل الاتصال لتحقيق أغراض محددة نتيجة هذا التعرض¹.

فروض النظرية:

تستند على الافتراضات التالية:

- 1 إن أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال و استخدام لوسائل الإعلام يحقق لهم أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.
- 2 الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معينة و اختيار وسيلة إعلام محددة يرجع الى الجمهور نفسه وتحدده الفروق الفردية.
- 3 التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل و المضمون الذي يشبع حاجاته ، فالأفراد هم الذين يستخدمون وسائل الاتصال وليست وسائل الاتصال هي التي تستخدم الأفراد.
- 4 يكون الجمهور على علم بالفائدة التي تعود عليه ، وبدوافعه و اهتماماته ، فهو يستطيع أن يمد الباحثين بصورة فعلية لاستخدامه لوسائل الإعلام.
- 5 الاستدلال على المعايير الثقافية السائدة من خلال استخدامات الجمهور لوسائل الاتصال وليس من خلال محتوى الرسائل التي تقدمها وسائل الاتصال.¹

¹ _ مرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد: نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، القاهرة، دط، دت.ص 231.

أهداف نظرية الاستخدامات و الاشباعات:

يركز مدخل الاستخدامات و الاشباعات على الأهداف التالية:

- 1 تفسير و تحليل كيفية استخدامات الجمهور لوسائل الإعلام المختلفة لإشباع حاجاتهم وتوقعاتهم .
- 2 التعرض على دوافع أنماط وخصائص التعرض لوسائل الإعلام.
- 3 معرفة حقيقة الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام المختلفة من خلال قياس النتائج المترتبة على التعرض لتلك الوسائل.²

نوع الدراسة و منهج البحث :

تندرج دراستنا هذه ضمن الدراسات الوصفية التي تتولى الواقعة أو الظاهرة بوصف دقيق و شامل ، و ليل و تفسير خصائصها من أجل تقييمها و تصحيحها أو إجراء تعديلات عليها و تطويرها ليتم الخروج في النهاية بتعليمات حولها.

وانطلاقاً من طبيعة هذه الدراسة دور البرامج التلفزيونية في التوعية بقضايا الفئات الهشة نستطيع إدراج دراستنا هذه ضمن الدراسات الوصفية لأننا نحاول من خلالها تشريح وفهم دور البرامج التلفزيونية و علاقتها بالمتلقين.

حيث يرى عمر محمد زيان أن البحوث الوصفية إنما تقوم على تقرير وتحليل الحقائق تحليلًا دقيقاً و هي تتميز بكونها تنصب على الوقت الحاضر ، أي انها تتناول أشياء موجودة بالفعل وقت الدراسة ، و يتوجه البحث الوصفي إلى تحديد الظروف و العلاقات التي توجد بين الوقائع و كذا تحديد الممارسات و التعرف على المعتقدات و الاتجاهات نحو الأفراد و الجماعات³.

¹ _ محمود حسن إسماعيل: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، مصر، ط1، 2003، ص254.

² _ مرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد: نظريات الاتصال، مرجع سابق، ص242.

³ _ عمر محمد زيان: البحث العلمي مناهجه وتقنياته، دار الشروق للنشر والتوزيع، السعودية، دط، 1988، ص188.

منهج الدراسة:

تعتمد هذه الدراسة على منهج المسح بالعينة و يعرف بأنه جهد علمي منظم للحصول على بيانات و معلومات و أوصاف عن الظاهرة أو مجموعة الظواهر موضوع الدراسة.¹

فإن المنهج الذي نراه مناسباً لدراستنا هو المنهج المسحي ، نظراً لأن مجتمع بحثنا كبير و هو جمهور المتلقين ، و لا يمكننا دراسة كل هذا المجتمع خلال المدة المحددة فقد اخترنا منهج المسح بالعينة و هذا لأنه فيه جميع المعلومات اللازمة حول الظاهرة المدروسة من جميع وحدات البحث.

2أدوات جمع البيانات :

انطلاقاً من إشكالية الدراسة و تساؤلاتها و الأهداف المسطرة للدراسة البحث لاستخدام أداة الاستبيان ، ويقصد بالأداة الوسيلة التقنية العلمية المستخدمة في البحث و هي وسيلة الدراسة في الحصول على البيانات و الحقائق الميدانية ، و كلما كانت الأداة و الوسيلة دقيقة و محكمة كانت فعاليتها و مصداقيتها أكبر.²

- أ- الأدوات الأكاديمية: وهي المراجع التي تتمثل في الكتب و الدراسات و المجلات و المقالات بالإضافة إلى المواقع الالكترونية و الملتقيات.
- ب- أداة الاستبيان : تعد استمارة الاستبيان طريقة لجمع المعلومات من المبحوثين مباشرة بواسطة مجموعة من الأسئلة المعينة حول موضوع معين ، يتم ترتيبها حسب أهداف البحث ، ثم إرسالها للمبحوث عن طريق البريد التقليدي أو الالكتروني أو تسلم إليه يدوياً.³

¹ أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الاعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، ط1، 2010، ص36.

² رشيد زرواتي: مناهج، أدوات البحث في العلوم الاجتماعية، دار الهدى للنشر والتوزيع، 2007، ص39.

³ معن خليل عمر، مناهج البحث في علم الاجتماع، دار الشروق، مصر، دط، 1995، ص242.

مجتمع الدراسة و العينة:

مجتمع البحث:

تعرفه مادلين غرافيتز: على أنه مجموعة من العناصر له خاصية أو عدة خصائص مشتركة تميزها عن غيرها ، من العناصر الأخرى و التي يجري عليها البحث ، و مجتمع البحث في العلوم الإنسانية هو مجموعة منتهية أو غير منتهية من العناصر المحددة مسبقا ، و التي تتركز عليها الملاحظات.

عينة الدراسة : هي عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يتعامل معها منهجيا ، ويسجل من خلال هذا التعامل مع البيانات الأولية المطلوبة و يشرط في هذا العدد أن يكون ممثلا لمجتمع البحث من خصائص و السمات التي يوصف من خلالها المجتمع.

عادة ما يتم اللجوء إلى استخدام العينة في مجال العلمية الاجتماعية منها ، فيعتمد الباحث في إجراء بحوثه الميدانية و غيرها من الأبحاث على الطريقة المأخوذة من مجتمع البحث للوصول إلى المعلومات و الحقائق التي تفي بالغرض النهائي للدراسة و تسري هذه النتائج المتوصل إليها على كل مجتمع البحث.

1الدراسات السابقة :

من المهم جدا لأي باحث أن يطلع على البحوث و الدراسات التي سبقت ، لأن اطلاعه على ما سبق يجنبه التكرار و يمكنه من تفادي الأخطاء السابقة ، يسمح له باختيار الطرق ، الإجراءات المنهجية الملائمة للدراسة بالإضافة إلى أن لهذه الدراسات قوائم بالمراجع و المصادر الهامة التي اعتمد عليها لذلك حاولنا قدر الإمكان الحصول على دراسات مسابقة أو مشابهة في هذه الدراسة.

الدراسة الأولى: لثريا تيجاني وهو مؤلف صادر سنة 2011 بعنوان " القيم الاجتماعية والتلفزيون في المجتمع الجزائري."

تدخل هذه الدراسة في إطار البحوث التي تدرس التغير الاجتماعي، من خلال تأثير وسائل الإعلام في السلوك الاجتماعي للأفراد، حيث أن الباحثة تتساءل عن سر جاذبية التلفزيون وانشغال الأفراد به عن أهم أشغالهم كالدراسة والعمل وشغل البيت، مما جعلها تحاول دراسة التفاعل بين التلفزيون كأداة إعلامية والقيم الاجتماعية التي يقدرها ويجلها أفراد المجتمع الجزائري .

وتقصد من وراء ذلك معرفة أسباب التأثير التي أدت إلى تغيير اتجاهات الناس نحو هذه القيم سلبيًا أو إيجابًا، حيث قامت الباحثة بطرح الموضوع من خلال وضع إشكالية تتمثل في:

يتعرض المجتمع الجزائري لتغيرات في القيم الاجتماعية السائدة منذ سنين طويلة، وتلعب وسائل الإعلام والتلفزيون على الخصوص دورا كبيرا في ذلك، ويبدو التغيير واضحا من حيث القيم المدروسة.

وجاءت فرضيات الدراسة أولا بأن مشاهدة التلفزيون عامل من عوامل التغير، كذلك حلول التلفزيون محل الأسرة في القيام بوظيفة التنشئة الاجتماعية، أما الفرضية الأخيرة فهي مساهمة البث المكثف للمسلسلات والأفلام ذات الصبغة المادية الصرفة في انصراف الأفراد عن مواصلة الدراسة.

اعتمدت الباحثة على عينة عنقودية تتكون من 602 أسرة من مختلف ولايات الجزائر، حيث ركزت على مقابلة واستجواب أحد أفراد الأسرة مهما كان جنسه ومهما كان سنه.

من النتائج التي خلصت لها هذه الدراسة:

أن لمشاهدة التلفزيون عوامل معينة جعلتها عاملا للتغير الاجتماعي لأنها أدخلت عادات جديدة مثل عادة السهر إلى ما بعد منتصف الليل ،وهذا ما لم يتعود عليه أفراد المجتمع الجزائري قبل انتشار التلفزيون بينهم، لأن معظم الناس كانوا ينامون باكرا ، وإن سهروا فإن سهراتهم تجمع بين أفراد الأسرة للسهر فيما بينهم، أما الآن فصارت خاصة بمشاهدة التلفزيون مما يجعل أن الفرضية الأولى للدراسة تحققت.

تأثير التلفزيون في أحداث تغيير في القيم الأسرية المدروسة، وذلك من خلال الإجابات التي أبرزت العلاقة بينها وبين الفرضية الثانية، حيث أن الأسرة في المجتمع الجزائري صارت مغلوقة على أمرها من خلال السرعة الفائقة لتهطل المعلومات على أفراد المجتمع بما فيها كيان الأسرة الذي أصبح مهددا بالزوال بسبب تدخل مؤسسات أخرى في القيام ببعض وظائفها خاصة التلفزيون الذي صار يتدخل في تربية الأطفال والراشدين، ويتحكم في تنشئتهم الاجتماعية ، وهكذا يمكن القول أن علاقة السؤال بالفرضية، تكمن في تحقيق جزء منها يتمثل في تأثير التلفزيون في تغيير القيم الأسرية المدروسة سلبيًا وإيجابًا.

عدم تحقق الفرضية الثالثة والمتعلقة في انصراف الأفراد عن مواصلة دراستهم الجامعية بسبب تأثير الأفلام والمسلسلات والبرامج ذات الصبغة المادية ،حيث ترى جميع الفئات أن التعليم من الواجبات أمسى لا يمكن التخلي عنها، لأنه عصب الحياة للفرد والمجتمع، وهذا بدوره جعل الباحثة تستنتج بان التعليم الجامعي قيمة يفضلها ويجعلها أفراد المجتمع الجزائري.

الدراسة الثانية: لمصطفى مجاهدي وهي أطروحة دكتوراه مطبوعة سنة 2011 بعنوان "برامج التلفزيون الفضائي وتأثيرها في الجمهور، شباب مدينة وهران أنموذجاً".

اهتمت هذه الدراسة بتأثير برامج التلفزيون الفضائي في الشباب، مع الأخذ بعين الاعتبار أن تلقي برامج التلفزيون الفضائي ،استطاعت أن تنتشر بوتيرة سريعة وبشكل منقطع النظير، لا يمكن تفسيره فقط بالعدد الهائل من الأقمار الصناعية، بل كذلك بإقبال الجمهور الجزائري على برامج هذه الفضائيات ،وقد شملت عينة الدراسة 500 شاب من مدينة وهران يتراوح أعمارهم ما بين 18 و 35 سنة تم توزيع استمارة عليهم تضم 88 سؤالاً.

من بين نتائج التي خلصت لها هذه الدراسة:

بينت المعطيات الإحصائية المتعلقة بالوقت الذي يخصصه الشباب لمشاهدة البرامج التلفزيونية، وعلى رأسها برامج الفضائيات مدى الأهمية البالغة التي يؤديها هذا النشاط في حياة الشباب ، يتزامن هذا مع غياب هذه الفئة عن النشاط الثقافي.

تزايد حجم المشاهدة قد اثر في السلوك الاجتماعي للشباب ،إذ أن الشباب لا يولون أهمية كبيرة لممارسات اجتماعية أخرى مثل زيارة الأقارب ،مثلما نجد ذلك عند الفئات العمرية المتقدمة، فهذه الأخيرة تلتزم إلى حد ما بهذه الممارسة الاجتماعية، وتولي أهمية أقل للمشاهدة التلفزيونية ،مقارنة بالفئة العمرية الشابة.

إن تشتت وحدة المشاهدة العائلية ،يترافق مع انزياح الشباب أكثر فأكثر نحو الانفرادية فيما يتصل بالمشاهدة التلفزيونية ،ويتربط على هذه الممارسة آثار على المستويين الاجتماعي والثقافي، حيث تدفع الشباب إلى الحديث عن الأشياء التي يرونها مهمة بحياتهم ، مثل العلاقات العاطفية، وفي تقديرهم أن

أصدقائهم لديهم قدرات أوفر في استيعاب مع يختلج قلوبهم، وهذا الجو لا يتوفر في العائلة، بحيث ينحصر الحوار داخل الجيل الواحد بدون أن يمتد إلى أفراد الجيل السابق.

الدراسة الثالثة: لسمير لعرج وهي أطروحة دكتوراه مقدّمة لنيل شهادة دكتوراه في علوم الإعلام والاتصال بجامعة الجزائر سنة 2006/2007، بعنوان " دور التلفزيون في تشكيل القيم الجمالية لدى الشباب الجامعي الجزائري.".

تهدف هذه الدراسة إلى معرفة طبيعة عادات وأنماط المشاهدة التلفزيونية لدى أفراد عينة البحث، معرفة دور التلفزيون في تشكيل القيم الجمالية و خصائصها لدى الشباب الجامعي. بالإضافة إلى معرفة طبيعة العلاقة بين الألوان الموجودة في البرامج التلفزيونية، وتفضيلا، وانجذاب الشباب الجامعي لهذه الألوان، معرفة القيم الجمالية التي تشكلها البرامج التلفزيونية لدى عينة البحث.

وقد جاءت إشكالية الدراسة كالآتي : ما طبيعة الدور الذي يلعبه التلفزيون في تشكيل وصياغة القيم الجمالية لدى فئة الشباب الجامعي الجزائري ؟

أما نتائج الدراسة فنلخصها في:

لا تشكل معايير المجتمع في الحكم على الجميل أهمية لدى الذكور، بينما تعطي الإناث أهمية لهذه المعايير في حكمهن على الجميل.

لم يركز الذكور على معايير المجتمع في حكمهم على القبيح، بينما ركزت الإناث على هذه المعايير في حكمهن على القبيح.

أجمع الشباب المبحوث على أن القيمة الجمالية الأكثر تشكيلا لديهم؛ نتيجة مشاهدة برامج التلفزيون هي قيمة الفكاهة والضحك، وهذا يدل على الدور الذي يقوم به التلفزيون في مجال الفكاهة والضحك.

كان دور التلفزيون دورا إيجابيا في تشكيل القيم الجمالية لدى الشباب الجامعي المبحوث، وهذا يلتقي مع الدراسات الإعلامية الجزائرية التي توصلت إلى أن وسائل الإعلام تؤثر في قيم الجمهور.

شكلت الفضائيات العربية الجماليات المتعلقة باللباس، وترتيب أثاث المنزل، ومزاوجة الألوان لدى الذكور، أكثر من الإناث، وشكلت هذه الفضائيات جمالية طرق التزيين، وتقليد الموضة لدى الإناث أكثر من الذكور.

شكلت الفضائيات الغربية الجماليات الخاصة بطرق التزيين والجماليات الخاصة بطرق اللباس واستعمال الألوان؛ وجماليات قص الشعر لدى مبحوثي الريف، وشكلت جماليات ترتيب أثاث المنزل وجماليات تقليد الموضة.

لقد ساعدتنا هذه الدراسات السابقة في بلورة مجموعة من الأفكار والتساؤلات، كما ساهمت في توجيهنا أثناء، من خلال المقاربات المختلفة لكل دراسة في معالجتها لإشكالية القيم.

الدراسة الرابعة:

مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال التي قامت بها الطالبة وردة قراينية بجامعة الجزائر بن يوسف بن خدة عنوانها: أنماط تلقي البرامج التلفزيونية لدى الأسرة الجزائرية سنة 2008 تدور إشكالية الدراسة حول أنماط تلقي البرامج التلفزيونية لدى الأسرة الجزائرية العاصمية ؟

الهدف من الدراسة هو معرفة أنماط المشاهدة لديهم، ومحاولة الوصول إلى نتائج علمية و عملية لفهم آلية التلقي لديهم من خلال التعرف على عادات المشاهدة التلفزيونية في كل أسرة. و قد اعتمدت الباحثة على المنهج الأثنوجرافي و هو إحدى المناهج التجريبية في علم الاجتماع التي بواسطتها يقيم الأثنولوجي في حالة البحث الميداني فهو بحث اجتماعي.

وقد اعتمدت الباحثة على الملاحظة المباشرة وغير المباشرة كأداة لجمع البيانات و كذا المقابلة. وقد توصلت الباحثة إلى فترة ذروة المشاهدة لدى الأسرة الجزائرية تكون من الخامسة إلى العاشرة مساء.

يفضل الذكور المشاهدة الفردية، يفضل الأباء البرامج الرياضية و الإخبارية، البنات يفضل استخدام التلفزيون كوسيلة سمعية فقط عن طريق الاستماع إلى الأغاني، يلجأ الأفراد إلى المشاهدة بالتداول في حالة وجود برنامجين مفضلين، يتأثر الأفراد بالبرامج الواقعية أكثر من الأعمال الدرامية. يوجد نوع من التفاعل بين المشاهد و البرامج التلفزيونية المعروضة يشبع التلفزيون بعضا من الرغبات الكامنة لدى أفراد الأسرة الجزائرية من خلال بعض الحصص التي تسمح بالتنافس و التقييم الذاتي.

الفصل الثاني

التلفزيون و البرامج التلفزيونية

الفصل الثاني: التلفزيون والبرامج التلفزيونية

- المبحث الأول: ماهية التلفزيون

- المطلب الأول تعريفه و نشأته

- المطلب الثاني مراحل تطوره

- المطلب الثالث و وظائفه و أهميته

المبحث الثاني: البرامج التلفزيونية و فقا لنظريات الاتصال

- المطلب الأول أنواع البرامج التلفزيونية

- المطلب الثاني تصنيف البرامج التلفزيونية

- المطلب الثالث مراحل إعداد البرامج التلفزيونية

تمهيد:

يعد التلفزيون أكثر وسائل الإعلام انتشاراً، فهو موجود في كل مكان، في النوادي و المقاهي و الأماكن العامة، و يعتبر أقوى الوسائل الإعلامية تأثير على المجتمع بصفة عامة و على الفرد بصفه خاصة، يفوقها (الوسائل الإعلامية) من صحافة و راديو و سينما...و غير ها في كثير من الخصائص الايجابية و رغم ذلك فهو لا يخلو من المساوئ و السلبيات.

يعرض التلفزيون أنواع عديدة و متعددة من البرامج و تختلف من حيث النوع و الهدف، فنجد هناك برامج توعوية، برامج تثقيفية، برامج تربوية، وأخرى سياسية و اقتصادية، و كذا اجتماعية و دينية.

المبحث الأول: ماهية التلفزيون:

المطلب الأول: تعرف التلفزيون ونشأته:

1_ تعريف التلفزيون :

أ لغة - : تتكون كلمة تلفزيون من télévision من مقطعين:

الأول (Télé) و تعني عند بعد.

و الثاني (vision) وتعني الرؤية. أ أن كلمة تلفزيون تعني الرؤي عن بعد.¹

ب إصلاحا :يأتي التلفزيون على رأس وسائل الاتصال الجماهير لما له من أهمية في حياة الناس من خلال مميزاته من صوت و صورة و لون، وكان ذلك بفضل تجارب العلماء لفترة زمنية طويلة إلا أن و صل لما هو عليه في وقتنا الحالي.²

1نشأة التلفزيون و تطوره:

بدأت التجارب الأولى للتلفزيون على أيد مجموعة كبيرة من العلماء في الولايات المتحدة الأمريكية في العشرينات من هذا القرن، و استفادة هؤلاء العلماء من التجارب و الدراسات السابقة التي قام بها رواد في المجالات المختلفة للكهرباء و التصوير الضوئي والمواصلات السلكية واللاسلكية المتعددة. وواصل العلماء محاولتهم لمواجهة و تذليل كل الصعوبات التي كانت تواجه بداية التلفزيون وكان من بينهم عالم روسي هاجر إلى الولايات المتحدة الأمريكية، وكان من أبرز الذين عملوا في هذا المجالات وهو العالم الدكتور (فلاديمير زور كين) اختراع جهاز (الايكو نوسكوب) أي عين الكاميرا التلفزيون الالكترونية و أيضا العالم (البن دومونت).

وأخذ التلفزيون في التقدم السريع حيث نجح أحد الباحثين في إرسال صورة بالدائرة المغلقة من واشنطن إلى نيويورك في عام 1927 ، و في العام التالي بدأت تجارب الإرسال التلفزيوني الذي قامت به شركة (جنرال إلكتريك) مرحلة تجريبية و بعدها بعدة أعوام و بالتحديد عام 1935 بدأت شبكة NBC بث برامجها بطريقة منتظمة من خلال نيويورك التي أنشأته، وفي عام 1940 اخذ التلفزيون يزداد شهرة و انتشارا وقامت شركة RCA بتصوير مدينة نيويورك في الجو بواسطة جهاز متنقل ثم نقلها على التلفزيون، فقد أنطقت الشركات الكبرى في مجال الالكترونيات لتحويل اختراع التلفزيون إلى مشروع تجاري مربح صار العمل فيه يجري إلى تحقيق مكاسب رهيبية من خلاله.

¹ _ راند محمد عبد ربه، عاكش محمد صالح: مدخل إلى السينما والتلفزيون، دار الجندارية للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2009، ص109.

² _ طارق سيد أحمد خليفة: فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2008، ص100.

لم تكن الولايات المتحدة في البداية هي صاحبة السبق الأولى في مجال التلفزيوني لكن كان للمملكة المتحدة دور بارز في هذا المجال، فقد بدأت هي الأخرى في تجاربها في بداية العشرينات على يد أحد العلماء يدعى (جون لوجي بيرد) الذي أجرى العديد من الأبحاث لعرض الصورة تلفزيونياً.¹

وبالفعل شهدت فترة الثلاثينات تنافساً كبيراً بين الدول في مجال التلفزيون و نافست دول أخرى جانب الولايات المتحدة الأمريكية المملكة المتحدة منها إيطاليا وألمانيا فرنسا والاتحاد السوفياتي حيث بثت العديد من التجارب التي ساعدت على ظهور التلفزيون.²

إذن يمكن القول أن شركة كولومبيا للإذاعة و البث التلفزيوني أنشأت محطات تلفزيونية عام 1943 في الولايات المتحدة الأمريكية و التي استخدمتها لأغراض تجارية، أما في الاتحاد السوفيتي بدأ البث التلفزيوني عام 1939 م باستيراد معادن أمريكية أيضاً وكان الهدف من إدخال التلفزيون إلى الاتحاد السوفيتي هدفاً سياسياً بحثاً.³

ورغم ما تخلل عملية تطور التلفزيون من تعطيل بسبب الحرب إلا أنه اكتسب أهمية تجارية و سياسية لاستخدامها كوسيلة دعائية من طرف الحكومات الاشتراكية و الرأس مالية ومع إطالة عقد الخمسينيات كان التلفزيون جهاز مألوفاً في الأسواق ومنازل الطبقات العليا في الولايات المتحدة الأمريكية وأوروبا وقد بلغ عدد الأجهزة التلفزيونية المنتشرة آنذاك حوالي مليون جهاز، أما في أوروبا فقد كان التطور التلفزيوني بطيئاً بسبب الصعوبات الاقتصادية التي خلفتها الحرب و من جهة أخرى انتشر التلفزيون في دول مثل ألمانيا والدنمرك وهولندا حتى بلغ عدد أجهزة التلفزيون في أوروبا في الخمسينات مليون جهاز منتشرة في ثماني دول أوروبية أما عن الإرسال التلفزيوني بدأ في 21 جويلية 1960.⁴

¹ _ الراءد محمد عيد ربة، عكاشة محمد صالح، المنخل إلى السينما والتلفزيون: مرجع سابق، ص110.

² _ الراءد محمد عيد ربة، عكاشة محمد صالح: المرجع نفسه: ص111.

³ _ مي العبد الله: التلفزيون وقضايا الاتصال، دار النهضة العربية، بيروت، 2006، ص31.

⁴ _ محمد منير حجاب: وسائل الإتصال نشأتها وتطورها، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007، ص197-198.

المطلب الثاني: مراحل تطور التلفزيون:

إذا يمكن القول أن:

- فكرة اختراع التلفزيون تعود للعالم الألماني (بول نبكو) عندما اخترع قرصا ميكانيكيا .
- استفادة اختراع التلفاز من فكرة جهاز الراديو من ناحية تنظيم الموجات و التمويل و التخطيط البرامجي .
- في بداية العشرينيات دخلت الشركات المتخصصة بالالكترونيات في مجال البحث باختراع التلفزيون.
- اختراع العالم (فيلوا) رسما هندسيا لدائرة الكترونية تجعل بالأماكن نقل الصورة المتحركة عام 1922
- في العام 1923 طور العالم (فلاديمير) جهازا الكتروني للكاميرا .
- قدم العالم (فيلو) شكلا جديدا أنظام التلفزيوني الالكتروني .
- في عام 1936 قامت شبكة bbc - ببث حي و منتظم للتلفزيون في لندن.
- عرف الناس التلفزيون كسلعة تباع عام 1939 في مدينة نيويورك.¹

المطلب الثالث: وظائف التلفزيون و أهميته:

للتلفزيون وظائف عديدة يمكن حصرها في ما يلي :

- أولا : وظيفة التعليق و التحليل :ذلك من خلال تحليل و شرح التطورات الرئيسية في الحياة العامة، و يتضح ذلك من خلال متابعة القوى المحركة و الدافعة لهذه التطورات و العمليات من خلال كشف السببية بين الحاضر و الواقع.
- ثانيا : الوظيفة الثقافية : إن التلفزيون يحمل السيل المتدفق من المعلومات عن العالم إلى بيوت المشاهدين المتلقين يوميا وباستمرار، فانه يشرك هذا المشاهد و يربطه بقيم و مباد اتجاهات قد يعتمدها المتلقي في حياته².
- ثالثا :الوظيفة التربوية :يمكن القول أن الشاشة التلفزيونية التي استوعبت المسرح و السينما أصبحت وسيلة هامة للتربية و التعليم الفني و الجمالي، حيث كان التلفزيون في بدايته يقوم بإعادة الأعمال الفنية، بالتدرج أصبح يلائمها مع متطلبات و حاجات الجمهور خاصة.

¹ _ محمد ضياء الدين عوض: التلفزيون والتنمية الاجتماعية، دار القومية للطبع والنشر، مصر، ط1، 2008، ص36-37.

² _ بورتيسكي، الصحافة التلفزيونية، ترجمة أدبي خضور، المكتبة الإعلامية: دمشق، ط2، 2009، ص 21-22.

رابعاً : **الوظيفة التعليمية**: أصبح التلفزيون أداة ووسيلة فعالة في التعليم، و أيضاً مساعدا هاما للمدرسة قادر على تقديم أساسيات العلوم بشكل ديناميكي و عبر الرسوم، كما أصبح أداة لتعويض النقص في عدد الأساتذة، و عدد المدارس خاصة في البلدان التي يعاني فيها التعليم العام من أزمته .

خامساً : **الوظيفة الدعائية** : يقوم التلفزيون من خلال التطورات الرئيسية في الحياة العامة و يشرحها، و من خلال متابعة القنوات المحركة و الدافعة لهذه التطورات و العمليات، و من خلال ذلك، يغزوا مجالات متنوعة من الوجود الاجتماعي و ذلك باعتبار أن التلفزيون هو أولا و قبل كل شيء هو وسيلة للدعاية على الصعيدين المحلي و العالمي¹ .

أهمية التلفزيون:

وسيلة معقدة تستخدم لغة الكلمات والصور المرئية والصوت وتوليد الانطباعات وإثارة الأفكار عند الناس.

يعتبر المثقفين الغربيين أن التلفزيون يقدم منفعة تلهي عن القلق في الحياة وكذلك الوحدة و العزلة، وعن سأم الحياة و النزاعات العائلية و يشكل أداة للديمقراطية و الحوار .

إن نمو التلفزيون الهائل لم يقتصر على اتساع رقعة انتشاره و الزيادة لعدد أجهزة استقبال إرساله، بل تعدد إلى نوعية و كمية إنتاجه و إرساله و متابعته.

إن التلفزيون كوسيلة اتصال جماهيرية تعد مجرد أداة لنقل الإخبار المصورة مسجلة أو مباشرة، عبر الأقمار الصناعية بل أصبحت تتميز بقدرة خارقة على الإقناع و التأثير و السيطرة كما يرى (مارشال ماكلوهان)².

¹ _ محمد العمر: الصورة الاجتماعية للمرأة في الدراما السورية، المجلد 19، 2003، ص 130.

² _ شعبان مالك: دور التلفزيون في التنشئة الاجتماعية، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، العدد السابع بجامعة بسكرة، الجزائر، ص 215-216.

المبحث الثاني : البرامج التلفزيونية وفقا لنظريات الاتصال:

المطلب الأول :أنواع البرامج التلفزيونية :هناك صنفين:

تصنيف على أساس قالب العرض و تصنيف على أساس نوع المضمون، ففي تصنيف لأنواع البرامج التلفزيونية على أساس قالب العرض نجد:

أولا :برنامج الحديث المباشر : هو أبسل أنواع البرامج: إذا يقتصر على متحدث واحد، يوجه حديثه أما جمهور الشاشة أو جمهور الاستديو و هو يعتمد كليا على شخصية المتحدث و من مواصفات المتحدث الناجح ما يلي:

- الإيناس في الشكل و الصورة، و الألفة في الصوت و النبرة
- القدرة على عرض الموضوع ببساطة ووضوح.
- القدرة على جذب الانتباه الدائم.

ثانيا : برامج المقابلة و الحوار: (حوار المعلومات، حوار الرأي، حوار الشخصية.)

ثالثا :البرنامج الخاص : هو البرنامج ذو المحور الواحد، الذي يسعى لإبراز الموضوع بمختلف القوالب الفنية، مثل الدراما و الأغنية و التحقيق و الصور، عناوين الصحف و اللقطات الشرفية، مع إضافة عناصر الحركة و التنوع و الانتقال بين اللقطات و المواقف و الفقرات، التناقص في الآراء و المواقف المختلفة و تحقيق التشويق و القلق و الترقب، و تعميق التفاصيل و الشرح و التوضيح، عقد المقارنات ليعطي معلومات شاملة عن مشكلة معينة أو موضوع معين و يرتبط بذاتية المنتج و أسلوبه الخاص بتوصيل فكرته إلى الجمهور¹.

رابعا :برنامج التحقيق التلفزيوني : و ما يسمى بالبرامج الوثائقية أو الصحافة الاستقصائية و هي أعلى برامج التلفزيونية مهنية و حرفية وأكثرها تكلفة و تأثيرا، وهو البرنامج الذي يعرض الموضوعات بأسلوب يتسم بالعمق، على التحليل الواقعي و لقاء الأشخاص أصحاب العلاقة و المعاشية الحقيقية في المكان و الزمان و الظروف و هو ثلاث أنواع أساسية:

1 التقرير الإخباري : و يستلزم الحيوية و السرية و العرض المختصر .

2 تحقيق الحدث : و هو التحقيق الذي يبحث عما وراء الأحداث الآتية و يوضح الخلفيات و العلاقات الكامنة و الأسباب غير الظاهرة و يركز على الإجابة على(لماذا؟ من؟ م ؟ أين؟ كيف؟)

¹ _ فهد بن عبد الرحمن الشميري، التربية الإعلامية، كيف تتعامل مع الإعلام، مكتبة فهد، الرياض، ط2010، ص221.

3 تحقيق المعالم : و هو لا يستلزم أن يكون هناك حدث يبني عليه البرامج و يشمل أنواع متعددة: مثل تحقيق المشكلات و الانجازات، تحقيق الشخصية، تحقيق المكان، تحقيق الاستفتاء، التحقيق التاريخي.

خامسا :المجلة التلفزيونية :وهو قالب أو شكل تلفزيوني، يعرض بصفة دورية و يتضمن فقرات متنوعة من حيث الشكل و المضمون، تربطها وحدة عضوية و تقدم بأسلوب يكسبها خصائص الجملة المطبوعة وأحيانا يطلق على حلقة البرنامج اسم العدد و تأخذ فقرات البرنامج عناوين المجلة المطبوعة مثل موضوع الغلاف، الافتتاحية، شخصية العدد ... وهكذا و بصفة عامة فان مجلة التلفزيونية تجمع القواليب الأخرى بشكل مصغر، ففيها الحديث المصغر، و الخبر المصغر، و التقدير التلفزيوني المصغر.

هناك تصنيف آخر للبرامج التلفزيونية، يكون على أساس نوع المضمون فنجد هناك :برامج دينية، البرامج الطبية، برامج الأطفال، برامج مسابقات، برامج سياسية، برامج قانونية، برامج الأسرة، برامج اجتماعية، برامج المرأة، (برامج طبخ، تجميل، موضة، ديكور ... و برامج متنوعة، برامج اقتصادية، برامج رياضية، برامج ثقافية¹ . . .

سادسا :التقارير التلفزيونية :التقرير هو نوع من أنواع التغطية الإخبارية يقع بين الخبر و التحقيق على السؤال (ماذا) المتعلق بحدث أو موضوع ما و هو يهدف إلى نقل حدث واقعي أو طرح موضوع ذا أهمية للجمهور بأسلوب يقوم على العرض و الوصف من خلال تعليق يرافق العناصر الصوتية و المرئية التي تم ترتيبها في عملية المونتاج، ولا بد لتقرير أن ينقل المستمع أو المشاهد الجو العام للموضوع بدقة و أمانة² .

¹ _ فهد بن عبد الرحمن الشميمري، التربية الإعلامية، كيف نتعامل مع الإعلام، مرجع سابق، ص224.

² _ عيسى محمود الحسن: البرامج الإخبارية في الإذاعة والتلفزيون، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2010، ص166.

المطلب الثاني: تصنيف البرامج التلفزيونية:

يتم تصنيف البرامج التلفزيونية عبر عدة معايير و هي على النحو التالي:

أ - الوظيفة و الهدف: ما إن كانت و وظيفة تتمثل في: الإعلام، الترفيه، التثقيف، التعليم، الإعلان،...الخ-

ب - المحتوى و المضمون: ما إن كان: ديني، سياسي، اقتصاد، ثقافي، رياضي، فني، علمي،... الخ .

ج - الجمهور: ما إن كان : عامة المجتمع، أطفال، الشباب، النساء، نخبة متخصصة،... الخ- .

د - دورية البث: ما إن كان : يومي، أسبوعي، شهر، نصف شهر،... الخ- .

هـ - وقت البث: ما إن كان : برامج الصباح، برامج الظهر، برامج المساء، برامج السهرة،... الخ- .

و - اللغة: ما إن كانت: لغة عربية فصحي، لهجة عامة، لغة أجنبية، لغة أجنبية مترجمة،... الخ.

ز - الشكل أو القالب الفني : ما إن كان: حديث، حوار، تحقيق، مجلة،...الخ و هذا أهم أنواع التصنيف لأنه يمثل المدخل الذي يسهل دراسة البنية الأساسية لبرامج التلفزيون¹ .

المطلب الثالث: مراحل إعداد البرامج التلفزيوني:

أولاً: مرحلة ما قبل الإنتاج :و هي فترة التحضير و معاينة المواقع و تشمل العناصر التالية:

أ - اختبار الفكرة و تحديدها: وأهم عناصرها أن تكون جديدة و مبتكرة، بسيطة، غير معقدة تلامس الواقع تراعي قيم المجتمع.

ب - إعداد : وهو يشمل البحث المعلوماتي و الميداني و حصر كافة المستجدات حول الموضوع و العمل على ابتكار ما هو جديد.

ج - إعداد خطة العمل : و تشمل الفكرة الرئيسية، اسم البرامج، نوعه، القالب الفني المقدمين، الضيوف، المواضيع، الفقرات، المدة، عدد الحلقات، الجمهور المستهدف، جدول الإنتاج الزمني، الموازنة العامة أو التقضيلية.

د - كتابة السيناريو :وفيه يتم التحليل الكامل لشكل البرامج بكامل عناصره مكتوباً على الورق راما كأنك تراه على الشاشة و يشمل النص و الصوت و المؤثر و النقلة و المشهد.

ثانياً: مرحلة الإنتاج :وهي مرحلة التنفيذ الفعلي و تشمل:

أ - إعداد الموقع و الديكور و تحديد كورد التصوير

¹ _ فهد بن عبد الرحمان الشميمري، مرجع سابق، ص221.

ب - تخطيط و تصميم و تنفيذ الإضاءة التي تسهم في بناء المشهد البصري و إثراء لغة البرامج و تحقيق أهدافه .

ج - تنفيذ عملية التصوير : و هي لغة التلفزيون في التعبير عن الرسالة الإعلامية أو لفنية، و هو الفن الذي يقوم بجذب انتباه المشاهد و السيطرة على حواسه بهدف التصوير الناجح المتميز إلى خلق رؤية مؤثرة و جذابة لموضوع التصوير بالشيء الذي تصوره و ليس مجرد التعرف عليه أو نقل صورته¹. و في تنفيذ عملية التصوير تبرز مهمة المخرج و لمساته الساحرة في استخدام عناصر اللغة البصرية للتعبير عن رسالة البرنامج و أهدافه.

ثالثا : مرحلة ما بعد الإنتاج :وفي هذه المرحلة تجر العمليات الآتية:

- 1 تفرغ اللقطات المصورة، و فهرستها و تصنيفها و الاختبار من بينها .
- 2 تنفيذ المونتاج بجمع اللقطات المطلوبة في سياق متتابع حسب السيناريو.

3 تسجيل نص التعليق .

4 تسجيل المؤثرات الصوتية و الموسيقى التصويرية .

5 مزج الصوت .

6 استخدام الجرافيك، مثل كتابة أسماء المتحدثين.

7 النسخ .

8 البث .

وبلاحظ أن كل عنصر من هذه العناصر له قواعد فنية و إبداعية خاصة و لغة أداة مميزة تصنع الفرق بين مخرج و مخرج و برنامج و برنامج² .

¹ _ المرجع نفسه، ص228.

² _ فهد بن عبد الرحمان الشميري، المرجع السابق، ص231.

خلاصة

أصبحت وسائل الإعلام من أقوى العوامل التي تدفع إلى التغير الاجتماعي بما في ذلك تغير القيم بحكم كونها الوسيلة الرئيسية إلى حد ما في تبادل الآراء و المعلومات و الأفكار الجديدة، و يعتبر نسق الاتصال الجماهير نسقا جزئيا داخل نسق أكبر هو المجتمع الذي يوجد فيه و المضامين التي ينقلها الإعلام من خلال برامجه و التي تؤثر في الأنساق الاجتماعية و الأخلاقية الأخرى سلبا أو ايجابيا و يشكل خاص النسق القيمي الأخلاقي للمجتمع.

الفصل الثالث

البرامج التلفزيونية و دورها في
نشر القيم الأخلاقية

الفصل الثالث : البرامج التلفزيونية و دورها في نشر القيم الأخلاقية

المبحث الأول :البرامج التلفزيونية و علاقتها بي القيم الأخلاقية

المطلب الأول: ماهية البرامج التلفزيونية ذات الطابق الاجتماعي

المطلب الثاني: دور البرامج التلفزيونية يف نشر القيم الأخلاقية

المطلب الثالث - تصنيف القيم الأخلاقية التي تعالجها البرامج التلفزيونية

المبحث الثاني: أما المبحث الثاني فيضم : مشكلات الفقر المتضمنة في

البرامج التلفزيونية، تعريف الفقر و أنواعه، أسباب وعوامل تفشي ظاهرة الفقر في الجزائر .

تمهيد:

تعتبر وسائل الإعلام الجماهيرية أحد العوامل الأساسية في عملية تثبيت و تغيير و خلق القيم داخل المجتمعات، حيث توصلت العديد من الدراسات و البحوث الميدانية إلى أن هناك أثارا كبيرة للبرامج التلفزيونية المباشر الذي أصبح يشارك في نشر القيم الأخلاقية للأشخاص و التي تعتبر المرآة العاكسة لشخصية المجتمعات و هذا لمرونتها و نسبتها و اختلافها من مجتمع إلى آخر.

المبحث الأول : البرامج التلفزيونية وعلاقتها بالقيم الأخلاقية.

المطلب الأول : ماهية البرامج التلفزيونية ذات الطابع الاجتماعي.

تعد البرامج التلفزيونية في أهدافها ووظائفها من وظائف الإعلام الأساسية كالأخبار، الترفيه، التثقيف والإعلان والتعلم وتقوم رسالتها على نقل المعلومات بمختلف أنواعها وتقديم التسلية ويتضمن الشق الأول من الإعلام، التفسير، التوجيه والإرشاد والترويج والتسويق بينما يتضمن الشق الثاني منه : الترويج والمتعة النفسية وتنمية الذوق الفني والحس الأدبي والجمالي والأخلاقي والموسيقي وكلاهما يساهمان في زيادة الوعي العام والتنشئة الاجتماعية ويساعدان على بلورة المواقف اتجاه قضايا معنية¹.

المطلب الثاني : دور البرامج التلفزيونية في نشر القيم الأخلاقية.

تعمل وسائل الإعلام خاصة التلفزيون لما يتمتع به من خصائص (الصوت والصورة والحركة) على تثبيت القيم وترسيخها لدى الجمهور الواسع وهذا من خلال عملية التكرار².

تظهر أهمية وسائل الإعلام في دعم القيم من خلال ما تقدمه للفرد من معلومات ومعارف خاصة بالقضايا والموضوعات اليومية التي تثبت الفرد ما يتبناه من قيم وأفكار ومعلومات، فيتحقق بالتالي التكيف الاجتماعي من الفرد والمجتمع الذي يعيش فيه .

تقوم وسائل الإعلام بدعم القيم الشخصية وأنماط السلوك المقبولة وتوحيدها مع قيم المجتمع في اكتساب رؤية الفرد من خلال المقارنة والمطابقة مع الصورة الأخرى التي يتعرض لها في وسائل الإعلام

3.

¹ _ عبد النبي خردل، فن تحرير الأخبار والبرامج في الفضائيات التلفزيونية والقنوات الإذاعية، دار النهضة العربية، دبت، ص33.

² _ حسن عماد مكاوي لسلي حسين السيد، الاتصال والنظريات المعاصرة، الدار اللبنانية، القاهرة، ط1، أكتوبر1998، ص78.

³ _ دنان إبراهيم أحمد، محمد المهدي الشافعي، علم الاجتماع التربوي الأنساق الاجتماعية التربوية، ليبيا، جامعة سيدها، 2001، ص264.

المطلب الثالث: تصنيف القيم الأخلاقية التي تعالجها البرامج التلفزيونية.

تصنيف شلز : يؤكد شلز أن القيم الأخلاقية ليست نوعا من جملة أنواع القيم و قد ميز أربع مستويات للقيم الأخلاقية و هي:

المستوى الأدنى : و هي قيم أخلاق الطبيعة الحسنة و هي تختلف باختلاف الأفراد .

مستوى القيم (الأخلاق) الحيوية : و تشمل الصحة و المرض و الراحة و التعب.

مستوى القيم الأخلاقية الروحية : وهي قيم الأخلاقية، مستقلة عن الجسد وتشمل الحقيقة والجمال والعدل.

مستوى القيم الأخلاقية الدينية: وهذه القيم تحدث في نفوسنا مشاعر الإيمان والعبادة و أساسها هو المحبة .

تصنيف لافيل:

القيم الأخلاقية.

القيم العقلية والجمالية.

حيث أن وسائل الإعلام الجماهيرية ومن خلال عملها الوظيفي وبث برامجها تحاول أن تدعم هذه القيم الأخلاقية داخل المجتمع من خلال خطابها الإعلامي فهي تستطيع التأثير على القيم واتجاهات وتكوين الآاء وتغيير سلوك الأفراد.

أما المبحث الثاني فيضم : مشكلات الفقر المتضمنة في البرامج التلفزيونية، تعريف الفقر و أنواعه، أسباب وعوامل تفشي ظاهرة الفقر في الجزائر .

تمهيد

الفقر ظاهرة قديمة قدم البشرية لكن الشعور بها ازداد حدة بزيادة احتياجاته، فمن حيث التعريف والمعالجة حاولت كل الأديان والنظريات منذ العصور الأولى إلى غاية الآن، أن تعطي مفهوم للفقر وتحل مشكلته، وتخفف من معاناة الفقراء.

من أجل مكافحة الفقر انتهجت الجزائر سياسات متعددة الجوانب والمستويات في مواجهة ظاهرة الفقر، وهذا منذ الاستقلال إلى يومنا هذا، فقد كانت تلك السياسات والاستراتيجيات تهدف في مجموعها إلى التأثير على مختلف المتغيرات، التي تحدد درجة تفشي أو عمق الفقر، وتشمل سياسات واستراتيجيات التقليل من الفقر.

تعريف الفقر في الجزائر :

عرف المجلس الاقتصادي والاجتماعي الفقر " كونه حالة أفراد أو جماعة أفراد، تعرف نقصا في الموارد المتوفرة، وتدنيا في المكانة الاجتماعية . و إقصاء من نمط الحياة ماديا وثقافيا. 4 "

و عرف الفقر في الندوة الأولى حول مكافحة الفقر والإقصاء في الجزائر، على أنه عدم الاكتفاء في الاستهلاك الغذائي كما وكيفا 5 بالإضافة إلى عدم كفاية الاحتياجات الاجتماعية الأساسية (السكن، التعليم، الصحة، الملابس،.. على أن يكون الإشباع بصفة متوسطة على الأقل خاصة عندما يتعلق الأمر بحد الفقر الأعلى، بالإضافة إلى تغطيته للجانب المادي، فإنه يرتبط ببعض الجوانب غير المادية.

وهناك تعريف لوزارة العمل والتضامن الوطنية للفقراء على أنهم الفئة التي ليس لها دخل نقدي مثل فئة المعوقين والأشخاص الذين ليس لهم عمل أو بطالين، لكن يبقى هذا التعريف ناقصا 6.

⁴ Conseil National économique et social, la maitrise de la globalisation: une nécessité pour les plus faibles, session plénière, Algérie, mai 2001, P107.

⁵ يقصد بالكم نسبة الاستهلاك إلى الدخل، أما الكيف فنوعية هذا الاستهلاك.

⁶ Ministère de la Santé et de la reforme Hospitalière, population et développement en Algérie: pauvreté, journée Mondiale de la population, bibliothèque EL HAMA, 12 juillet 2002, Alger.

أسباب ومحددات الفقر في الجزائر

لاشك أن هناك جملة من الأسباب التي تؤدي إلى تفاقم أي مشكلة، وبذلك فإن دراسة أي مشكلة سواء كانت اقتصادية، أو اجتماعية، تستلزم الوقوف على الأسباب الكامنة وراء تفاقم هذه المشكلة، وبالتأكيد فإن انتشار الفقر واتساع نطاقه في الجزائر تقف خلفه جملة من الأسباب، والتي تتفاعل فيما بينها مع مرور الوقت لتشكل آلية متجددة ومركبة لإنتاج ظاهرة الفقر، والتي من أهم مظاهرها اتساع الشرائح الاجتماعية التي تعاني من الفقر، من هنا نرى أهمية الوقوف على أسباب، ومحددات الفقر في الجزائر

أسباب و عوامل تفشي ظاهرة الفقر في الجزائر :

من بين أهم الأسباب و العوامل التي أدت إلى ظهور و تفشي ظاهرة الفقر في الجزائر هي كالاتي - :

حجم الأسرة :

إن حجم الأسرة يعتبر من مسببات الفقر، حيث يؤدي كبر حجم الأسرة وارتفاع معدلات الإعالة، إلى زيادة الأعباء على نفقات الأسرة، وبالتالي مواجهة حالة العجز عن توفير كل متطلبات الأسرة ذات الحجم الكبير، وقد تزداد حالة العجز هذه باستمرار وتتفاقم وينتج عنها الفقر، فأكثر الأسر في الجزائر يعيلها رب أسرة متقاعد رب أسرة ذو معاش محدود أو العامل اليدوي هذا في وقت يخصص المواطن أكبر قسط من مدخوله اليومي أو الشهري للنفقات الغذائية.

التضخم :

يعرف التضخم بأنه الارتفاع العام في أسعار السلع والخدمات معبرا الذي عنها بالنقود، الذي يؤدي إلى انخفاض القوة الشرائية للنقود، وبالتالي تتأثر الدخول الحقيقية للأسر وتصل إلى حالة العجز عن اقتناء كل المتطلبات التي تحتاجها، وتصبح ضمن تعداد الفقراء بغض النظر عن درجة الفقر، فالتضخم سيزيد في عبء الإعالة التي تقع على العاملين في إعالة غير النشطين في ظروف التضخم المسارع

-الأزمة الأمنية التي مرت بها الجزائر بداية التسعينيات :

عانت الجزائر من أزمة أمنية حادة تعود إلى أحداث أكتوبر 1980، وبعدها تلتها أحداث أخرى زادت من حدة الأزمة وخطورتها، هذه الظروف أدت إلى وجود نسبة كبيرة من الفقر في هذه الفترة.

تطور الفقر في الجزائر:

لقد وجد الجزائريون أنفسهم غداة الاستقلال بعيدا عن الحياة الاقتصادية والاجتماعية، والسياسية والثقافية، حيث أتت السياسة الاستعمارية الفرنسية في الجزائر لتدمير متعمد للبلد، وللوهوية الوطنية والنظام الاجتماعي للسكان الأصليين، وبلغ مجموع السكان الفرنسيين في الجزائر في تلك المرحلة ما يقرب من مليون ساكن، وتملك معظم المستوطنين الأراضي الخصبة، وارتبط التفاوت الصارخ في توزيع الدخل مع ثنائية في هياكل الإنتاج، حيث كان توزيع الأراضي على نحو 800 هكتار كمتوسط للمستوطنين وكانت دخولهم حوالي 62 ٪ من مجموع الدخل، مقابل 8 إلى 10 هكتار متوسط الجزائريين أصحاب الأراضي الأصليين، وكان أكثر سكان الجزائر يعيشون في فقر مدقع خلال هذه المرحلة⁷.

عرف الفقر في الندوة الأولى حول مكافحة الفقر والإقصاء في الجزائر، على أنه عدم الاكتفاء في الاستهلاك الغذائي كما وكيفا، بالإضافة إلى عدم كفاية الاحتياجات الاجتماعية الأساسية، على أن يكون الإشباع بصفة متوسطة على الأقل خاصة عندما يتعلق الأمر بحد الفقر الأعلى، بالإضافة إلى تغطيته للجانب المادي فإنه يرتبط ببعض الجوانب غير المادية .

إن انتشار الفقر واتساع نطاقه في الجزائر تقف خلفه جملة من الأسباب، والتي تتفاعل فيما بينها مع مرور الوقت لتشكل آلية متجددة، ومركبة لإنتاج ظاهرة الفقر، والتي من أهم مظاهرها اتساع الشرائح الاجتماعية التي تعاني من الفقر.

⁷ - Benachenhou Abdellatif (1982) , La Migration Rurale en Algérie, Editions de l'entreprise nationale de l'imprimerie commerciale, Alger, P 10.

الفصل الرابع

تحليل و تفسير بيانات استثمارية
الاستبيان

1. محور البيانات الشخصية :

قمنا بتقسيم هذا المحور إلى خمسة متغيرات و هي : الجنس ، السن ، الحالة الاجتماعية ، المستوى التعليمي ، المستوى المعيشي .

الجدول رقم 1 : توزيع مفردات العينة حسب متغير الجنس .

النسبة	التكرار	الإجابة
67.5%	54	ذكر
32.5%	26	أنثى
100%	80	المجموع

مناقشة و تحليل :

يبين لنا الجدول رقم 1 أن أغلبية المبحوثين ذكور بنسبة 67.5% ، فيما قدرت نسبة الإناث بـ 32.5% .

و تعود هذه الأغلبية للذكور من مفردات العينة لعدم تجاوب الإناث مع استمارة الاستبيان عكس الذكور و هذا ربما راجع لأسباب اجتماعية و ثقافية و دينية أبرزها عدم تكلم المرأة أو الفتاة مع الرجال و الغرياء .

الجدول رقم 2 : توزيع مفردات العينة حسب متغير السن :

النسبة	التكرار	الإجابة
27.5%	22	من 21 إلى 29
36.25%	29	من 30 إلى 39
23.75%	19	من 40 إلى 49
12.5%	10	من 50 فما فوق
100%	80	المجموع

مناقش و تحليل :

تبرز المعطيات المتحصل عليها من خلال الجدول رقم 2 أن نسبة 36.25% من المبحوثين ممن تتراوح أعمارهم من 30 سنة إلى 39 ، تليها نسبة 27.5% بالنسبة للذين تتراوح أعمارهم من 21 سنة إلى 29 سنة ، و تليها 23.75% و التي تتراوح أعمارهم من 40 إلى 49 سنة ، و تليها نسبة 12.5% للذين تتراوح أعمارهم فوق 50 سنة ، و انعدام لأقل من 20 سنة .

و هنا نلاحظ أن

اغلب متابعي قناة الشروق فوق 30 سنة و هذا لإلمامهم بالقضايا الحساسة التي تطرح بها عكس المراهقين تحت 20 سنة .

جدول رقم 3 : توزيع مفردات العينة حسب الحالة الاجتماعية

النسبة	التكرار	الإجابة
12.5%	10	أعزب
76.25%	61	متزوج
8.75%	7	مطلق
2.5%	2	أرمل
100%	80	المجموع

تحليل و مناقشة :

من خلال الجدول رقم 4 يتضح لنا إن أغلب مفردات العينة متزوجون بنسبة 76.25% و تليها نسبة 12.5% عزاب ، و 8.75% مطلقون ، و 2.5% أرامل .

نلاحظ من خلال المعطيات المعطاة في الجدول رقم 3 أن أغلب المبحوثين متزوجون و هذا لكون أغلب المبحوثين فوق 30 سنة و نسب العازفين عن الزواج بالجزائر تحت 30سنة قليلة و تكاد منعدمة .

الجدول رقم 4 : توزيع مفردات العينة حسب المستوى التعليمي .

النسبة	التكرار	الإجابة
8.75%	7	دون مستوى
16.25%	13	ابتدائي
15%	12	متوسط
10%	8	ثانوي
50%	40	جامعي
100%	80	المجموع

تحليل و مناقشة :

و من خلال الجدول رقم 4 نلاحظ أن أغلب مبحوثين الدراسة من الجامعيين بنسبة 50% و تليها نسب 16.25 % و 15% و 10% و 8.75% نسب متقاربة لأصحاب المستوى المتوسط و الثانوي و الابتدائي و دون مستوى .

نلاحظ من المعطيات في الجدول رقم 4 أن النسبة الأكثر حازها ذوي المستوى الجامعي و المستويات الأخرى بنسب متقاربة و هذا لكون الجامعيين يتابعون مثل هذه البرامج لأغراض تثقيفية و علمية .

الجدول رقم 5 : توزيع مفردات العينة حسب المستوى المعيشي .

النسبة	التكرار	الإجابة
10%	8	ضعيف
77.5%	62	متوسط
12.5%	10	جيد
100%	80	المجموع

تحليل و مناقشة :

من خلال الجدول رقم 5 النسبة الأكبر حازها ذات المستوى المعيشي المتوسط بنسبة 77.5% و ثاني

نسبة 12.5% لأصحاب المستوى المعيشي الجيد ، لتليها نسبة 10% لأصحاب المستوى الضعيف .

و نلاحظ من المعطيات المقدمة أن اغلب المبحوثين متوسطي الدخل و هذا يعد من خصائص المجتمع

الجزائري .

المحور الثاني : أنماط وعادات التعرض لبرامج قناة الشروق TV

جدول رقم 6 : توزيع العينة حسب عادات مشاهدة قناة الشروق tv

النسبة	التكرار	الإجابة
87.5%	70	دائما
12.5%	10	أحيانا
100%	80	المجموع

تحليل و مناقشة :

من خلال الجدول رقم 6 تبين لنا أن أكبر نسبة 87.5% للمبحوثين الذين أجابوا بدائما و تليها نسبة 12.5% للذين أجابوا بـ 12.5% .

نلاحظ من خلال المعطيات المقدمة في الجدول أن أغلب المبحوثين يشاهدون قناة الشروق بنسبة كبيرة و هذا لأغراض تثقيفية و كذا تتبع الأخبار .

الجدول رقم 7 : توزيع مفردات العينة حسب الحجم الزمني لمشاهدة البرامج في قناة الشروق tv

النسبة	التكرار	الإجابة
31.25%	25	أقل من ساعة
62.5%	50	من ساعة إلى ثلاث ساعات
6.25%	5	أكثر من ثلاث ساعات
100%	80	المجموع

تحليل و مناقشة :

من خلال معطيات الجدول رقم 7 تبين لنا أن أكبر نسبة 62.5% و تمثل ساعات مشاهدة قناة الشروق

من ساعة لثلاث ساعات ، و تليها نسبة 31.25% لأقل من ساعة ، لتليها نسبة 6.25% لأكثر من ثلاث ساعات .

يمكن أن نلاحظ أن أغلب المبحوثين يشاهدون قناة الشروق من ساعة إلى ثلاث ساعات و هذا كون اغلب البرامج المعروضة تتجاوز الساعة فتفرض على المتفرج الجلوس لأكثر من ساعة أمام الشاشة .

الجدول رقم 8 : توزيع مفردات العينة حسب الفترة المفضلة لمشاهدة القناة .

النسبة	التكرار	الإجابة
10%	8	الفترة الصباحية
26.25%	21	بعد الظهر
22.5%	18	الفترة المسائية
41.25%	33	السهرة
100%	80	المجموع

تحليل ومناقشة:

من خلال معطيات الجدول رقم 8 تبين لنا أن أكبر نسبة 41.25% والتي كانت في السهرة والتي تمثل

الفترة المفضلة لمشاهدة القناة وتليها نسبة 26.25% والتي تمثل الفترة المفضلة لمشاهدة القناة بعد

الظهر و نسبة 22.5% في الفترة المسائية، وهذا نسبة 10% في الفترة الصباحية.

تلاحظ أن أغلب المبحوثين يشاهدون القناة في فترة السهرة أكثر من الأوقات الأخرى، وهذا لا وقت لديهم

للمشاهدة في الأوقات الأخرى لانشغالهم بالعمل أو بالدراسة.

جدول رقم 9 : توزيع مفردات العينة حسب مشاهدة برامج القناة .

النسبة	التكرار	الإجابة
%42.5	34	وحدك
%38.75	31	مع العائلة
%18.75	15	مع الأصدقاء
%100	80	المجموع

تحليل و مناقشة :

من خلال الجدول رقم 9 نلاحظ أن أكبر نسبة 42.5% و تمثل مشاهدة المبحوث برامج القناة لوحده ، لتليها نسبة 38.75% لمن يشاهدون البرامج مع العائلة ، و تليها نسبة 18.75 % لمن يشاهدون مع الأصدقاء .

و نلاحظ من خلال المعطيات المعطاة أن المبحوثين يشاهدون البرامج مع العائلة أو لوحدهم بنسب متقاربة ، و مع الأصدقاء بنسبة اقل و هذا لطبيعة البرامج المبنوثة و التي اغلبها عائلي .

جدول رقم 10 : توزيع العينة حسب نوع البرامج التي تفضل مشاهدتها .

النسبة	التكرار	الإجابة
20%	16	برامج اجتماعية
2.5%	2	برامج ثقافية
30%	24	برامج دينية
43.75%	35	برامج سياسية
3.75%	3	برامج ترفيهية
100%	80	المجموع

تحليل و مناقشة :

من خلال بيانات الجدول تأتي 43.75% كنسبة أكبر ، لتليها نسبة 30% و 20 % كنسبتين متقاربتين ، و كذا نسب 3.75% و 2.5% كنسب أقل و متقاربة .

نلاحظ من خلال النسب المعطيات أن أغلب المبحوثين يتابعون القناة لمشاهدة البرامج الدينية و السياسية بكثرة ، و البرامج الثقافية و الترفيهية بنسب أقل و هذا لكون أغلب المشاهدين ممن تتراوح أعمارهم من 35 سنة فما فوق و هم يتابعون البرامج السياسية و الدينية بكثرة .

جدول رقم 11 : توزيع العينة حسب وجود أيام محدودة لمشاهدة برامجك المفضل .

النسبة	التكرار	الإجابة
42.5%	34	نعم
57.5%	46	لا
100%	80	المجموع

تحليل و مناقشة :

من خلال الجدول رقم 11 تبين لنا النسب المتقاربة و هي كالآتي 57.5% و 42.5% و تمثل نسب مشاهدة المبحوثين للأيام التي يشاهدون فيها برامجهم المفضلة .

نلاحظ من النسب المعطاة أن المبحوثين ينقصون بنسب متقاربة بين ممن يشاهدون برامجهم المفضلة في أيام محددة فأغلبهم لا يشاهدونها في أيام محددة ، و بنسبة أقل من المبحوثين لا يوجد أيام محددة و هذا راجع لانشغالهم أحيانا .

جدول رقم 12 : توزيع العينة حسب الإجابة بنعم على السؤال السابق.

المجموع		تكون المشاهدة في نهاية الأسبوع		تكون المشاهدة في وسط الأسبوع		تكون المشاهدة في بداية الأسبوع		الإجابة
النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	
%42	34	%22.23	18	12.35%	10	%7.41	6	في حالة الإجابة بنعم لوجود أيام محدودة لمشاهدة البرامج المفضلة
%42	34	%22.23	18	%12.35	10	%7.41	6	المجموع

تحليل و مناقشة :

نلاحظ من خلال الجدول رقم 12 أن أكبر نسبة 22.23% و التي تمثل المبحوثين الذين تكون مشاهدتهم

في نهاية الأسبوع ممن يجيبون بنعم لوجود أيام محددة لمشاهدة البرامج المفضلة .، و تليها نسبة

12.35% و تمثل المبحوثين الذين يشاهدون وسط البرامج ، و تليها نسبة 7.41% و تمثل المبحوثين

الذين تكون مشاهدتهم بداية الأسبوع .

نلاحظ من خلال المعطيات المقدمة أن أغلب المبحوثين يشاهدون برامجهم المفضل في فترة نهاية

الأسبوع فيكون المبحوث متفرغا للمشاهدة و متابعة برامجه المفضلة عكس الأوقات الأخرى التي قد

يكون منشغلا .

جدول رقم 13 : توزيع العينة حسب الغرض من مشاهدة هذه البرامج .

النسبة	التكرار	الإجابة
%26.25	21	التسلية
%6.25	5	التثقيف
%7.5	6	التعليم
%60	48	استقاء الأخبار
%100	80	المجموع

تحليل و مناقشة :

من خلال الجدول رقم 13 تبين لنا أن أكبر نسبة 60% و تمثل المبحوثين ممن يتابعون البرامج لإستقاء الأخبار ، و ليها نسبة 26.25% و تمثل 7.5% ممن يتابعون البرامج لغرض تعليمي ، و تليها نسبة 6.25% ممن يتابعون البرامج لغرض التثقيف .

نلاحظ من خلال المعطيات الموضحة في الجدول أعلاه أن اغلب المبحوثين يتابعون البرامج لاستسقاء الأخبار لان طبيعة قناة الشروق tv إخبارية أكثر منها تثقيفية أو تعليمية .

المحور الثالث : مدى اهتمام المتابعين بالبرامج التلفزيونية لقناة الشروق TV.

جدول رقم 14 : توزيع العينة حسب قبول مشاهدة برنامج و افعلوا الخير .

النسبة	التكرار	الإجابة
77.5%	62	دائما
22.5%	18	أحيانا
0%	0	نادرا
100%	80	المجموع

تحليل و مناقشة :

من خلال الجدول رقم 14 تبين لنا أن أكبر نسبة 77.5% و تمثل نسبة المبحوثين الذين يقبلون مشاهدة

البرامج التلفزيونية قناة الشروق tv بشكل دائم ، و تليها نسبة 22.5% ممن يشاهدون القناة أحيانا .

و نلاحظ من خلال النسب المعطاة في الجدول أعلاه أن اغلب المشاهدين ممن يقبلون مشاهدة و متابعة

برامج قناة الشروق tv بشكل دائم و هذا كون القناة لها كم هائل من المتابعين .

جدول رقم 15 : توزيع العينة حسب أهم القضايا التي تهم في برنامج و افعلوا الخير .

النسبة	التكرار	الإجابة
--------	---------	---------

المتشردين	27	%33.75
ذوي الاحتياجات الخاصة	31	%38.75
أصحاب الأمراض المزمنة	18	%22.5
أخرى تذكر	4	%5
المجموع	80	%100

تحليل و مناقشة :

من خلال الجدول رقم 15 تبين لنا أن النسب متقاربة ممن يعالجهم برنامج و أفعلاوا الخير من المتشردين و ذوي الاحتياجات الخاصة و أصحاب الأمراض المزمنة ، و تليهم نسبة 5% لحالات أخرى .

نلاحظ من خلال ما جاء من المعطيات إن القضايا التي يعالجها برنامج و أفعلاوا الخير متقاربة في النسب ، و هذا لكون البرنامج يعالج كل القضايا السائدة في المجتمع الجزائري .

جدول رقم 16 : توزيع العينة حسب تذبذب المتابعين لمشاهدة البرامج

الإجابة	التكرار	النسبة
---------	---------	--------

نعم	18	22.5%
لا	62	77.5%
المجموع	80	100%

تحليل ومناقشة:

من خلال الجدول رقم 16 تبين لنا أن أكبر نسبة هي 77.5% كانت الإجابة ب لا والتي تمثل عدم

تذبذب المتابعين لمشاهدة البرامج، وتليها نسبة 22.5% لتذبذب المتابعين لمشاهدة البرامج.

ونلاحظ من خلال المعطيات الموضحة أعلاه أن أغلب المتابعين لقناة الشروق عند متابعتهم للبرامج لا

يسهون و لا ينشغلون عند المتابعة و هذا لكي لا يفوتهم شيء مما عرض .

المحور الرابع : مواقف وآراء المتابعين من البرامج وفعلوا الخير

الجدول رقم 17 : توزيع العينة حسب وقت عرض البرنامج التلفزيوني

النسبة	التكرار	الإجابة
27.50%	22	مناسب
6.25%	5	غير مناسب
66.25%	53	نوعا ما
100%	80	المجموع

تحليل و مناقشة :

من خلال الجدول رقم 17 نلاحظ أن نسبة 66.25% كانت إجابتهم ب نوعا ما وهي نسبة كبيرة وتليها نسبة 27.50% بالإجابة بمناسب وأخيرا نسبة 6.25% بغير مناسب.

نلاحظ من خلال معطيات الجدول أن الوقت الذي يعرض فيه البرنامج غير مهم بالنسبة للمشاهدين ، ويعني ذلك أن وقت عرض البرنامج مناسب للمتابعين. الذي يهم المشاهد ما يحتويه البرنامج.

جدول رقم 18 : توزيع العينة حسب الحجم الساعي لعرض البرنامج .

النسبة	التكرار	الإجابة
--------	---------	---------

كافي	19	23.75%
غير كافي	32	40%
نوعا ما	29	36.25%
المجموع	80	100%

مناقشة وتحليل:

يبين لنا الجدول رقم 18 أن نسبة 40% هي النسبة الغالبة ، و تليها نسبة 36% ، و هذا نسبة

23.75% يمثلون الحجم الساعي لعرض البرنامج على قناة الشروق tv .

و نلاحظ من خلال المعطيات المقدمة أن النسب الموضحة بالجدول متقاربة فالمبحوثين لا يتفقون على

رأي واحد حول وقت عرض البرنامج فمنهم من يفتتح بالمدة التي يعرض بها و منها من لا تكفيها فكل

حسب رغبته في المشاهدة بكثرة أو بقلّة .

جدول رقم 19 : توزيع العينة حسب استعمال اللغة .

الإجابة	التكرار	النسبة
---------	---------	--------

الفصحى	42	52.5%
العامية	11	13.75%
اللغة الأجنبية	2	2.5%
لا يهم	25	31.25%
المجموع	80	100%

تحليل و مناقشة :

يبين لنا الجدول رقم 19 أن نسبة 52.5% من المبحوثين يحبذون بث البرنامج بالعربية الفصحى ، و تليها نسبة 31.25% ممن لا تهتمهم اللغة ، و كذا نسبة 13.75% ممن يريدون اللغة العامية البسيطة ، و أخيرا نسبة 2.5% يريدون اللغة الأجنبية .

نلاحظ من خلال المعطيات المقدمة أن أغلبية المبحوثين يحبذون بث البرنامج باللغة العربي الفصحى لكون أغلب المجتمع يفهمونها ، و تليها نسبة المبحوثين ممن لا تهتمهم اللغة فيهمهم جوهر و موضوع البرنامج أكثر من اللغة المستخدمة ، و هناك من المبحوثين ممن يريدون اللغة العامية لكونهم لا يفصحون غيرها ..

جدول رقم 20 : توزيع العينة حسب قناعة ما يتم عرضه البرنامج من قضايا .

النسبة	التكرار	الإجابة
77.5%	62	نعم
22.5%	18	لا
100%	80	المجموع

تحليل و مناقشة :

يبين لنا الجدول رقم 20 أن نسبة 77.5% هي النسبة الغالبة ، و تليها نسبة 22.5% و تمثلان توزيع العينة حسب قناعة المشاهد لما يتم عرضه البرنامج من قضايا .

يلاحظ أن أغلبية المبحوثين أجابوا بنعم و هذا لاقتناعهم لما يقدمه البرنامج من قضايا مهمة و حساسة و ليس بالعيد تعالج أو عالجت حالاتهم التي يمرون بها أو مرو بها ، أما بالنسبة للمبحوثين الذين اجابو ب لا فيمكن أن يكون غرضهم المشاهدة فقط أو عند طريق التعرض للبرنامج أثناء المشاهدة .

المحور الخامس : التأثير الذي يتركه متابعة برنامج و افعلوا الخير على المشاهدين و دوره في توعيتهم .

جدول رقم 21 : توزيع العينة حسب التأثير بالقضايا المعروضة في البرنامج

الإجابة	التكرار	النسبة
نعم	72	90%
لا	8	10%
المجموع	80	100%

تحليل و مناقشة :

يبين لنا الجدول رقم 21 أن نسبة 90% من المبحوثين يتأثرون بالقضايا المعروضة في البرنامج ، و تليها نسبة 10% ممن لم يتأثر بالقضايا المعروضة .

نلاحظ من خلال المعطيات المقدمة سافا أن أغلبية المبحوثين و بنسبة كبيرة تأثروا بالقضايا التي تعرض و هذا راجع ربما لكونهم مرو بمثل الحالات المعروض أو يعيشونها ، أما بالنسبة للذين اجابوا بعدم تأثرهم بالقضايا المعروضة ربما شاهدو البرنامج عن طريق الصدفة أو التعرض .

جدول رقم 22: توزيع العينة حسب الإجابة بنعم في حال التأثر بالقضايا المعروضة في البرنامج

الإجابة	التأثير بالموضوع المتناول		التأثر بشخصية مقدم البرنامج		التأثر بالموسيقى		المجموع	
	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار	النسبة	التكرار
في حالة الإجابة بنعم في حالة التأثر بالقضايا المعروضة في البرنامج	97.22%	70	2.77%	2	0%	0	90%	72
المجموع	97.22%	70	2.77%	2	0%	0	90%	72

تحليل و مناقشة :

من خلال الجدول رقم 22 أن نسبة 97% هي النسبة الغالبة تمثل المبحوثين الذين تأثروا

بالموضوع المتناول ، لتليها نسبة 2.77% ، و تمثل المبحوثين الذين تأثروا بشخصية مقدم البرنامج ، و

تمثل النسبتان ممن اجابوا بنعم في حالة التأثر بالقضايا المعروضة في برنامج و أفعلوا الخير .

نلاحظ من خلال المعطيات المقدمة أن أغلب المبحوثين تأثروا بالموضوع المتناول في البرنامج و

إحساسهم بمدة معاناة ممن تعرض حالاتهم على قناة الشروق tv، و نسبة ضئيلة ممن تأثروا بطريقة و

شخصية منشط البرنامج و مدى تفننه في التقديم .

جدول رقم 23 : توزيع العينة حسب رأي المبحوث إذا كان البرنامج يساهم في نقل الأفكار

للمشاهدين .

النسبة	التكرار	الإجابة
67.5%	54	نعم
32.5%	26	لا
100%	80	المجموع

تحليل و مناقشة :

من خلال الجدول رقم 23 تبين أن نسبة 67.5% هي النسبة الكبيرة ، و تليها نسبة 32.5%

من المبحوثين الذين أجابوا إذا كان برنامج و أفعلا الخير يساهم في نقل الأفكار للمشاهدين .

يلاحظ من خلال ما سبق من المعطيات أن أغلب المبحوثين أجابوا بنعم يساهم البرنامج في نقل

الأفكار للمشاهدين و هذا لتأثرهم بهذه الأفكار أو حكي لهم من طريف الأصدقاء و المعارف عن البرنامج

و محتواه ، و ممن أجابوا بـ لا ربما يلاحظوا أي تأثير للمشاهدين أو تجلي أفكاره .

جدول رقم 24 : توزيع العينة حسب تشجيع البرنامج على التمسك بالقيم التالية .

النسبة	التكرار	الإجابة
%27.5	22	المساعدة
%30	24	التعاون
%30	24	التسامح
%12.5	10	الإحسان
%100	80	المجموع

تحليل و مناقضة :

يبين لنا الجدول رقم 24 أن النسب الموضحة بالجدول نسب متقاربة و جاءت متتالية كالاتي :

30% ، 30% ، 27.5% ، 12.5% ، من المبحوثين الذين أجابوا على سؤال تشجيع البرنامج على

التمسك بالتمسك الموضحة بالجدول .

نلاحظ من خلال المعطيات المقدمة أن جل المبحوثين يتفقون على جل القيم النبيلة و هذا من

شيم الإنسان المسلم و تحليه بكل القيم النبيلة التي ورثها أب عن جد.

جدول رقم 25 : توزيع العينة حسب إذا كانت القضايا المعروضة تنقل من الأشخاص إلى

الأصدقاء

النسبة	التكرار	الإجابة
90%	72	نعم
10%	8	لا
100%	80	المجموع

تحليل و مناقشة :

يبين لنا الجدول رقم 25 أن نسبة 90% ممن أجابوا بنعم على إذا كانت القضايا المعروضة تنقل من الأشخاص إلى الأصدقاء و هي تمثل النسبة الغالبة ، و تليها نسبة 10% ممن أجابوا ب لا .

يلاحظ أن أغلبية المبحوثين أجابوا ب نعم و هذا لملاحظتهم لتتقل القضايا المعروضة إلى الأصدقاء أو تكون قد نقلت لهم شخصيا ، أما ممن أجابوا ب لا فربما لم يتعرضوا لتتقل القضايا المعروضة من الأشخاص إلى الأصدقاء .

جدول رقم 26 : توزيع العينة في حالة نقل القيم الأخلاقية من البرنامج ، هل يكون ذلك عن طريق :

الإجابة	التكرار	النسبة
اتصال شخصي	62	77.5%
اتصال بالإنترنت	18	22.5%
المجموع	80	100%

تحليل و مناقشة :

يبين لنا الجدول رقم 26 أن نسبة 77.5% تمثل المبحوثين الذين يستخدمون الاتصال الشخصي لنقلهم القيم الأخلاقية من البرنامج و هي النسبة الغالبة ، و تليها نسبة 22.5% و تمثل المبحوثين الذين يستخدمون الاتصال بالإنترنت .

يلاحظ أن أغلبية المبحوثين يتواصلون مباشرة مع أصدقائهم و مقربهم لنقل قيم برنامج و أفعوا الخير و التعريف به و مدى معالجته لقضايا اجتماعية حساسة ، و بنسبة قليلة ممن يستخدمون الإنترنت لنقل قيم البرنامج و هذا ربما راجع لقلّة النقائهم بأصدقائهم .

الخاتمة

من خلال دراستنا وكل ما تقدم فيها سواء الجانب النظري أو الميداني يمكننا القول بأن أي قناة من القنوات التلفزيونية الجزائرية تحاول قدر المستطاع كسب رضا مشاهديها من خلال تلبية حاجاتهم المختلفة والمتنوعة والتي تتجسد في شكل البرامج المقدمة منها الاجتماعية التي تحاول من خلالها التأثير على الرأي العام من حيث أفكاره وسلوكه في مجتمعه مع الأخذ بعين الاعتبار خصوصية المجتمعات فالبرامج التلفزيونية تختلف.

وكذلك تختلف درجة المشاهدة حسب الأفراد كالسن والجنس والحالة العائلية وكذلك المستوى التعليمي ومنها تظهر أهمية بحوث الرأي في التعرف على اتجاهات الجمهور والتي تمكن من دراسة الاشباعات و الاستخدامات لجمهور المتلقين في المجتمع.

ومن هنا يمكن استخلاص بعض الاقتراحات:

- 1- يجب على قناة الشروق TV الاهتمام أكثر بجمهورها من خلال دراسات الاستطلاع التي تهدف إلى معرفة رضا الجمهور عما تقدمه من برامج من خلال القيام بسير الآراء.
- 2- يجب على البرامج التلفزيونية الجزائرية تخصص وقت كاف للبرامج الاجتماعية الأخلاقية التي تهدف إلى إصلاح المجتمع.
- 3- عدم تخصص برامج خاصة بفئة معينة على حساب فئة أخرى بل يجب أن تسعى لتلبية رغبات جميع الفئات.

المراجع

قائمة المصادر والمراجع:

أولاً: قائمة المراجع

- 1- أحمد بن مرسل: مناهج البحث العلمي في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط1، 2010.
- 2- بوريتسكي: الصحافة التلفزيونية، ترجمة أدبي خضور، المكتبة الإعلامية، دمشق، ط2، 2009.
- 3- حسن عماد مكاوي لسلي، حسين السيد: الاتصال ونظرياه المعاصرة، القاهرة، الدار اللبنانية، ط1، أكتوبر 1998.
- 4- دعان إبراهيم أحمد، محمد المهدي الشافعي: علم الاجتماع التربوي الأنساق الاجتماعية التربوية، ليبيا، جامعة سيدها، 2001.
- 5- رائد محمد عبد ربه، عكاشة محمد صالح: مدخل إلى السينما والتلفزيون، دار الجنادرية للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2009.
- 6- رشيد زرواتي: مناهج، أدوات البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، دار الهدى للنشر والتوزيع، 2007.
- 7- شعبان مالك: دور التلفزيون في التنشئة الاجتماعية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد السابع، بجامعة بسكرة، الجزائر.
- 8- طارق سيد أحمد الخلفي: فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2008.
- 9- عمر محمد زيان: البحث العلمي مناهجه وتقنياته، دار الشروق للنشر والتوزيع، السعودية، د.ط، 1988.
- 10- عبد النبي خردل: فن تحرير الأخبار والبرامج في الفضائيات التلفزيونية والقنوات الإذاعية، دار النهضة العربية، د.ط، د.م، 2008.
- 11- عيسى محمود الحسن: البرامج الإخبارية في الإذاعة والتلفزيون، دار زهران للنشر والتوزيع، عمان، ط1، 2010.
- 12- فهد بن عبد الرحمن الشميري: التربية الإعلامية، كيف تتعامل مع الإعلام.
- 13- مرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد: نظريات الاتصال، دار النهضة العربية، القاهرة، د.ط، د.س.
- 14- محمود حسن إسماعيل: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار العالمية للنشر والتوزيع، ط1، 2003.
- 15- معن خليل عمر، مناهج البحث في علم الاجتماع، دار الشروق، مصر، د.ط، 1995.
- 16- مي العبد الله: التلفزيون وقضايا الاتصال، دار النهضة العربية، بيروت، 2006.
- 17- محمد منير حجاب: وسائل الاتصال نشأتها وتطورها، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 2007.
- 18- محمد ضياء الدين عوض: التلفزيون والتنمية الاجتماعية، دار القومية للطباعة والنشر، ط1، 2008.

19- وعد إبراهيم خليل الأمير: دور التلفزيون في قيم الأسرة، دار غيداء للنشر والتوزيع، ط1، 2013.

ثانيا: الرسائل الجامعية والمجلات :

- 1- محمد العمر: الصورة الاجتماعية للمرأة في الدراما السورية، مجلد 19، 2003.
 - 2- عايد كمال: تكنولوجيا الإعلام والاتصال وتأثيراتها على قيم المجتمع الجزائري، أطروحة مقدمة لنيل شهادة الدكتوراء بجامعة تلمسان، 2017.
- ثالثا: المواقع:

- www.elchorouk.net

رابعاً المراجع الأجنبية:

- Conseil National économique et social, la maitrise de la globalisation : une nécessité pour les plus faibles, session plénière, Algérie, mai 2001, P107.
- Ministère de la Santé et de la reforme Hospitalière, population et développement en Algérie: pauvreté, journée Mondiale de la population, bibliothèque EL HAMA, 12 juillet 2002, Alger.
- Benachenhou Abdellatif (1982) , La Migration Rurale en Algérie, Editions de l'entreprise nationale de l'imprimerie commerciale, Alger, P 10.

الملاحق

جامعة عمار ثليجي الأغواط
كلية العلوم الإنسانية والإسلامية والحضارة
قسم الإعلام والاتصال
تخصص اتصال وعلاقات عامة



الموضوع:

دور البرامج التلفزيونية في التوعية بمشكلات الفقر بالمجتمع
الجزائري
دراسة ميدانية على عينة من متابعي برنامج وافعلوا الخير
بقناة الشروق TV

استمارة مقدمة لنيل شهادة الماستر

السلام عليكم ورحمة الله تعالى وبركاته:

نرجو منكم ملأ هذه الاستمارة بدقة وموضوعية بوضع علامة X في المكان المناسب

شاكرين لكم حسن تعاونكم

إشراف الأستاذ :

د. طريف عطاء الله

من إعداد الطالب:

- كزواي لخضر
- وردي مداني

الموسم الجامعي : 2018/2017

المحور الأول: البيانات الشخصية

1 _ الجنس :

ذكر ☐ أنثى ☐

2 _ السن :

أقل من 20 سنة ☐

من 21 إلى 29 ☐

من 30 إلى 39 ☐

من 40 إلى 49 ☐

من 50 فما فوق ☐

3 _ الحالة الاجتماعية :

أعزب ☐ متزوج ☐

4 _ المستوى التعليمي :

دون المستوى ☐

ابتدائي ☐

متوسط ☐

ثانوي ☐

جامعي ☐

5 _ المستوى المعيشي :

ضعيف ☐ متوسط ☐ جيد ☐

المحور الثاني : أنماط وكيفيات التعرض لبرامج قناة الشروق TV

6 _ هل تشاهد قناة الشروق؟

دائماً ☐ أحياناً ☐ نادراً ☐

7 _ ما هو الحجم الزمني المخصص لمشاهدة البرامج في قناة الشروق TV ؟

☐ أقل من ساعة

☐ من ساعة إلى ثلاثة ساعات

☐ أكثر من ثلاثة ساعات

8 _ ما هي الفترة المفضلة لمشاهدة هذه القناة ؟

☐ الفترة الصباحية

☐ بعد الظهر

☐ الفترة المسائية

☐ الفترة السهرية

9 _ مع من تشاهد برامجها ؟

☐ وحدك ☐ مع العائلة ☐ مع الأصدقاء

10 _ ما هي نوع البرامج التي تفضل مشاهدتها فيها ؟

☐ برامج اجتماعية

☐ برامج ثقافية

☐ برامج دينية

☐ برامج سياسية

☐ برامج ترفيهية

أخرى تذكر.....

11 _ هل يوجد أيام محدودة لمشاهدة برامجك المفضلة ؟

☐ نعم ☐ لا

12 _ إذا كانت الإجابة ب " نعم "

☐ تكون المشاهدة في بداية الأسبوع

☐ تكون المشاهدة في وسط الأسبوع

☐ تكون المشاهدة في نهاية الأسبوع

13 _ ما هو الغرض من مشاهدة هذه البرامج ؟

التسلية ☐ التثقيف ☐ التعليم ☐ استنقاء الأخبار ☐

أخرى تذكر.....

المحور الثالث : مدى اهتمام المتابعين بالبرامج التلفزيونية لقناة الشروق العامة ؟

14 _ هل تقبلون على مشاهدة برنامج وفعّلوا الخير ؟

دئماً ☐ أحياناً ☐ نادراً ☐

15 _ ما هي أهم القضايا التي تهتمك في برنامج وفعّلوا الخير ؟

المتشردين ☐

ذوي الاحتياجات الخاصة ☐

أصحاب الأمراض المزمنة ☐

أخرى تذكر.....

16 _ هل يحدث أن يكون هناك تذبذب في متابعة البرنامج؟

نعم ☐ لا ☐ أحياناً ☐ أبد ☐

المحور الرابع: مواقف وآراء المتابعين من برنامج وفعّلوا الخير ؟

17 _ هل يعد وقت عرض البرنامج التلفزيوني ؟

مناسب ☐ غير مناسب ☐ نوعاً ما ☐

18 _ هل يعتبر الحجم الساعي لعرض هذا البرنامج ؟

كافي ☐ غير كافي ☐ نوعاً ما ☐

19 _ هل تفضل استعمال اللغة ؟

الفصحى ☐ العامية ☐ اللغة الأجنبية ☐ لا يهم ☐

20 _ هل أنت مقتنع بما يعرضه هذا البرنامج التلفزيوني من قضايا؟

نعم ☐ لا ☐

21 _ ماذا تقترح لتطوير برنامج وافعلوا الخير ؟

.....
.....
المحور الخامس : التأثير الذي يتركه متابعة برنامج وافعلوا الخير على المتابعين ودوره في توعيتهم

22 _ هل سبق أن تأثرت بالقضايا المعروضة في برنامج وافعلوا الخير؟

نعم ☐ لا ☐

23 _ في حال الإجابة ب " نعم " ما سبب التأثير ؟

☐ تأثير الموضوع المتناول

☐ تأثير شخصية مقدم البرنامج

☐ تأثير الموسيقى

أخرى تذكر

.....
24 _ في رأيك هل يساهم البرنامج في نقل الأفكار للمشاهدين؟

نعم ☐ لا ☐

25 _ هل يشجعك متابعة برنامج وافعلوا الخير على التمسك أكثر بالقيم الأخلاقية التالية ؟

المساعدة ☐ التعاون ☐ التسامح ☐ الإحسان ☐

أخرى تذكر

.....
26 _ هل تنقل هذه القضايا المعروضة من البرنامج إلى الأشخاص والأصدقاء ؟

نعم ☐ لا ☐ أحيانا ☐

27 _ في حالة نقل هذه القيم الأخلاقية من البرنامج، هل يكون ذلك عن طريق:

اتصال شخصي ☐ اتصال بالانترنت ☐

28 _ تشاهد البرنامج بغرض:

المتعة ☐ المساعدة ☐ اقتناء الأخبار ☐

أخرى تذكر

.....