



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي و البحث العلمي

جامعة عمار ثليجي بالأغواط

كلية العلوم الاجتماعية

قسم علم اجتماع و الديمغرافيا

الموضوع:

البرامج التلفزيونية وأثرها على نشر الوعي لدى المرأة
الجزائرية

دراسة ميدانية على عينة من مدينة الاغواط

مذكر التخرج لنيل شهادة ماستر في علم اجتماع و الديمغرافيا
تخصص: علم اجتماع و الاتصال

اشرف الدكتور:

- أحمد حجاج

اعدد الطالب :

- مختاري محمد حبيب

- حكوم عبد الحق

السنة الجامعية: 2020-2021

اهداءات

الصلاة على طه الحبيب محمد عليه أفضل الصلاة وأزكى التسليم

أهدي ثمرة هذا العمل المتواضع إلى المثل الأعلى الوالدين العزيزين حفظهما الله ورعاهما

-إلى إخوتي الأعزاء والأحباء.

- إلى كل الأصدقاء وإلى زملاء الدراسة.

وإلى كل من مد لي يد المساعدة من قريب أو بعيد ولو كانت بكلمة تدعيميه.

إلى كل من قدم لنا يد العون من قريب أو من بعيد اهدي هذا العمل متواضع، وحفزنا على

إتمام هذا العمل

-مختاري محمد الحبيب

- حكوم عبد الحق

تشكرات

الحمد لله الذي وفقنا لإتمام هذا العمل و أعظم الشكر للذي سجدت له الكائنات
نحمده سبحانه على حسن التوفيق و التمكين و الصلاة و السلام علي اشرف المرسلين
و الصحابة أجمعين و على من اتبع الهدى إلي يوم الدين.
أتقدم بالشكر الجزيل إلي أستاذنا " الدكتور احمد حجاج " على نصحه ومساعدته لنا في
إتمام هذا العمل "
كما نتقدم بالشكر الجزيل إلي كل أساتذتنا في علم الاجتماع عامة وأساتذة علم الاجتماع
الحضري خاصة الذين رافقونا في مشوارنا الدراسي

مختاري محمد الحبيب

- حكوم عبد الحق

الفهرس

الصفحة	المحتويات
	اهداءات تشكرات
أ، ب،	مقدمة
	الفصل الأول: الاطار المنهجي للدراسة
02	أولا: الاشكالية
03	ثانيا : فرضيات الدراسة
03	ثالثا: أسباب اختيار الموضوع
05	رابعا: أهمية الدراسة
05	خامسا: أهداف الدراسة
06	سادسا: تحديد المفاهيم
07	سابعا: الدراسات السابقة
	الفصل الثاني: البرامج التلفزيونية و البرامج التلفزيونية الاجتماعية
11	تمهيد
12	أولا : البرامج التلفزيونية
12	1/: التلفزيون و التلفزيون الجزائري
21	2/: مفهوم البرنامج التلفزيوني
22	3/: مكونات البرامج التلفزيونية
23	4/: أنواع البرامج التلفزيونية
26	5/: اعداد البرامج
29	ثانيا: البرامج الاجتماعية و الاعلام الاجتماعي
29	1/: مفهوم البرامج الاجتماعية
29	2/: مفهوم الاعلام الاجتماعي و مستوياته و شروطه

33	3/: كيفية اعداد البرامج الاجتماعية
35	4/: خصائص و سمات البرامج الاجتماعية
36	5/: تأثير البرامج الاجتماعية
37	6/: الآليات المتبعة في البرامج التي تحدد لها مسارها
38	خلاصة
الفصل الثالث: الوعي الاجتماعي و الوعي الثقافي للمرأة الجزائرية	
40	تمهيد
41	أولا: الوعي الثقافي للمرأة الجزائرية في المجتمع الجزائري
41	1/: مفهوم الوعي و الثقافة
43	2/: سمات الوعي الثقافي و مظاهر انتشاره في المجتمع
45	3/: الوعي الثقافي في المجتمع
49	ثانيا: الحصص التلفزيونية الاجتماعية و تنمية الوعي الاجتماعي للمرأة
49	1/: المرأة المثقفة و الجامعية و أدوارها في المجتمع العصري
52	2/: دور التلفزيون الاجتماعي في بث القيم المرأة داخل الأسرة
58	خلاصة
الجانب التطبيقي	
الفصل الرابع: الأسس المنهجية للدراسة	
60	تمهيد
61	أولا: الدراسة الاستطلاعية

62	ثانيا: المنهج المتبع
62	ثالثا: العينة و مواصفاتها
62	رابعا: مجالات الدراسة
63	خامسا: أدوات جمع البيانات
65	خلاصة
الفصل الخامس: عرض و تحليل و مناقشة النتائج	
67	تمهيد
68	عرض نتائج جدول الاستبيان
68	أولا: البيانات الشخصية
70	ثانيا: عرض و تحليل و مناقشة الفرضية الأولى
79	ثالثا: عرض و مناقشة و تحليل الفرضية الثانية
87	رابعا: مناقشة نتائج الدراسة
88	خامسا: استنتاج عام
89	سادسا: النتائج والاقتراحات
90	الخاتمة
	قائمة المصادر و المراجع
	الملاحق

فهرس الجداول

الصفحة	العنوان
67	الجدول رقم 01 يوضح المرحلة العمرية للمبحوثين
68	الجدول رقم 02 يوضح الوضعية المدنية للمبحوثين
68	الجدول رقم 03 يوضح كثافة المشاهدة و تنوع الحصص الاجتماعية
69	الجدول رقم 04 يوضح الوضعية المهنية للمبحوثين
70	الجدول رقم 05 يوضح مدى مشاهدة الحصص
71	الجدول رقم 06 يوضح القناة الجزائرية المفضلة
71	الجدول رقم 07 يوضح مدى معدل مشاهدة الحصص الاجتماعية
72	الجدول رقم 08 يوضح أفضل فترة لمشاهدة هذه الحصص
73	الجدول رقم 09 يوضح مدى الحرص على المشاهدة
73	الجدول رقم 10 يوضح مدى اطلاع العنصر النسوي على الدستور
74	الجدول رقم 11 يوضح مدى توعية العنصر النسوي بحقوقهن
74	الجدول رقم 12 يوضح هل المشاكل المطروحة تشبهها المشاكل المبحوثات
75	الجدول رقم 13 يوضح القضايا المطروحة في الحصص الاجتماعية
76	الجدول رقم 14 يوضح مدى تعاطف مع القضايا المطروحة في الحصص الاجتماعية
76	الجدول رقم 15 يوضح مدى تأثر المبحوثين من القضايا الحساسة
78	الجدول رقم 16 يوضح الحيلة و الحذر عند مشاهدة قضايا مشابهة لقضايا المجتمع
79	الجدول رقم 17 يوضح مدى تأثير هذه الحصص بمشاعر المجتمع
80	الجدول رقم 18 يوضح نظرة المبحوثات لحقائق الحصص
81	الجدول رقم 19 يوضح مدى محافظة الحصص على المبادئ
82	الجدول رقم 20 يوضح هل هناك مشارك في مثل هذه البرامج
83	الجدول رقم 21 يوضح سبب تطرق الحصص التلفزيونية للوضع الاجتماعية
84	الجدول رقم (22): يوضح مدى تأثير هذه الحصص بمشاعر المجتمع
85	الجدول رقم (23): يوضح مدى ارتباط هذه الحصص بالدين
85	الجدول رقم (24): يوضح الدور الايجابي في الحصص الاجتماعية
86	الجدول رقم (25): يوضح دور المخلصين في حل النزعات خلال البرامج
87	الجدول رقم (26): يوضح مدى اعجاب النساء بالاعمال الخيرية عبر التلفزيون

يعد التلفزيون من أهم الوسائل الحديثة لتوحيد الأفكار و العادات و التقاليد و القيم و أنماط السلوك بين أفراد الأسرة و المجتمع معا لأنهم يخضعون إلى لنفس المؤثرات الصوتية و البصرية، فهو "يساعد على تحقيق وحدة الفكر و المعايير و الثقافة و الأذواق الجمالية و هو بذلك أداة من أدوات التثقيف الجماهيري"، فهو يوجه تقديرهم لدورهم الفعال في مجتمعهم كما أنه مدرسة عامة للمجتمع يث بواسطتها الوعي الثقافي و الحضاري، لذلك يكتسي أهمية كبيرة لأدواره التثقيفية و الترفيهية في آن واحد، " فهو من أكثر وسائل الفراغ و الترويح شيوعا و متعة و فائدة ...، وهو أيضا جهاز ناقل للأخبار و مربي للجيل الناشئ و مثقف للجماهير على مختلف مستوياتها الثقافية و المهنية و أنشطاتها الاجتماعية و التطبيقية ".

إن تعدد برامج هذه الوسيلة جعلت ثقافة الفرد أكثر ثراء من خلال تعرضه إلى مواضيع متنوعة، مما جعل الأثر الإيجابي في رفع مستوى التحضر لدى الأسر، كما ساعد الفرد على تكييف نفسه في الحياة مع مجتمعه، فأصبحت الأسر لا تستطيع الاستغناء على هذه الوسيلة في حياتها و معاملاتها اليومية وهذا من أجل تحقيق نجاحها في الأدوار المناط إليها من خلال ما تستمد من توجيهات التلفزيون، فمعظم الناس تقبلوا هذه البرامج التلفزيونية إدراكا منهم بفائدة هذه الأخيرة في رفع مستواهم الثقافي و إرشادهم.

و للتلفزيون تأثير ثقافي يؤدي إلى تحطيم القيم التقليدية و استبدالها بقيم أجنبية و تسهل بذلك عملية السيطرة على الأجنبية، ولكن من جهة أخرى يمكنه من أن يشارك في تدعيم القيم الوطنية و المحافظة عليها، فهو إذا سلاح ذوا حدين، إذا عرفنا استخدامه ساهمنا في تحقيق التنمية الشاملة للمجتمع إلا حققنا الغزو الثقافي بمحض إرادتنا لأننا استهلكنا بضاعة دون تمحيص أو غريزة.

ونتيجة خصوصية التلفزيون فهو يعطي إحساسا بالألفة و الصداقة و الواقعية باستخدامه للصوت و المؤثرات البصرية و التي لا تتطلب معرفة القراءة و الكتابة في اقناع الأمي و المثق على السواء، ولقد كان للتلفزيون الآثار الواضحة على العلاقات القرابية و الجوارية للأسرة، حيث كانت الأسر التي اقتنت التلفاز تستقبل ضيوفا بشكل أكبر من ذي قبل كما فلت زياراتها عن ذي قبل ولقد لوحظ أنهم ممارسة للنشاط الرياضي وحتى أوقات التنزه تقلصت فهو يملأ أوقات الفراغ، ويلاحظ أن برامج التسلية و الترفيه تحتل مساحة كبيرة من محتويات مواضيع و برامج التلفزيون.

و لكن نظرا لتعدد القنوات و برامجها و تعدد أهدافها و ايدولوجياتها و برامجها الاجتماعية جعلت الأسرة تتعرض لأفكار و معتقدات و قيم لم يكن لها علم بها من قبل فجعلها أمام ازدواجية المرجع في تحديد نمط سلوكها و عيشها و حتى تفكيرها و هذا نتيجة خاصة التلفزيون المؤثرة و هذا ما أدى إلى "صراع نفسي و فكري بسبب التناقض الفكري الموجود في هذه البرامج من جهة و مضامين الوعي الثقافي للمرأة التي تتلقاها من المؤسسات الأخرى مثل المدرسة و الأسرة".

و لقد أدى غنى التلفزيون باللغة التعبيرية و وتنوع و تكامل عناصر المادة التلفزيونية وسهولة التعرض لها إلى قدرتها على استهواء الأفراد و خلق الاحساس بالمشاركة مع القيم و الأفكار التي يتعرضون لها، و لأن مصالح واتجاهات و ايدولوجيات المجتمعات و الطبقات متعددة و مختلفة تارة و متصارعة تارة أخرى، فهو منبر ناجع " لخدمة مصالحها و التعبير عن أفكارها و ترويج وجهات نظرها و معانيها عن الواقع الموضوعي ... و معالجة الأحداث و الظواهر و التطورات انطلاقا من الاستراتيجيات و المنطلقات و الأسس و الأطر العامة التي تحددها الجهة المالكة " فالتلفزيون وسيلة تعبر عن توجهات أصحابها و قد تتعارض هذه التوجهات مع تركيبة الأسرة و خصائصها و أهدافها وهذا ما يحدث لها صراعا بين واقعها و ما يمرر من خلال البرامج التلفزيونية ومن جهة أخرى يساعد تعدد القنوات و اختلاف البرامج تربية الاختيار لدى الأفراد و الجماعات وفق حاجات و متطلبات المجتمع و الأسرة فيشكل عنصرا رئيسيا في التقارب و التفاهم بين المجتمعات و تحسين الادراك المتبادل بينهم و هذا " يتطلب بالضرورة تنمية الموارد البشرية و الاهتمام بالتنشئة الاجتماعية و التعليم العام في مجالات الثقافة و تشجيع التبادل الثقافي"، لذلك لم يعد التلفزيون وسيلة ترفيهية فحسب بل تحول إلى وسيلة للتنشئة الاجتماعية فهو يؤثر في كافة أفراد الأسرة كبارا أو صغار مثقفين أو غير مثقفين، رجالا و نساء لامتلاك الأسر هذا الجهاز بأشكاله و أحجامه المختلفة.

و لقد استفادت الأسرة من بعض المواضيع كمواضيع الرعاية الصحية في مجال الأمومة و الطفولة و الحث عن تنظيم النسل و محو الأمية فهو بذلك يقوم " بدور أساسي في حياة المجتمعات ... و تغييرها الاجتماعي الذي يستوعب كل أوجه و نشاطات الحياة في المجتمع بما في ذلك التنظيم الاجتماعي و بنيانه و وظائفه و نظم المجتمع و العلاقات الاجتماعية بين الأفراد و الجماعات و المجتمع إلى جانب القيم و المعايير و أنماط السلوك الانساني"، و لأن الأسرة جزء من المجتمع تؤثر فيه و تتأثر به فهي الأخرى تخضع إلى ما يبيته التلفزيون باعتباره أهم وسيلة اتصال معاصرة تتفوق عن غيرها من الوسائل في القدرة على جذب الانتباه و شدة التأثير إلا أنه قد اختلف في

تحديد مضاره و فوائده" فهو من جهة يوضح و يسهل الموضوعات العلمية الصعبة بعرضه الشائق البصري و السمعي، ومن جهة أخرى يسرق الوقت و يقتله و يقضي على الرغبة.

و قمنا بتقسيم بحثنا إلى:

الفصل الأول: يتكلم عن الاطار المنهجي للدراسة و يحتوي على الاشكالية و الفرضيات و أسباب اختيار الموضوع و أهداف البحث و الدراسات السابقة.

الفصل الثاني: البرامج التلفزيونية و البرامج التلفزيونية الاجتماعية .

الفصل الثالث: الوعي الثقافي للمرأة الجزائرية.

الفصل الأول: الاطار المنهجي للدراسة

أولاً: الاشكالية

ثانياً: فرضيات الدراسة

ثالثاً: أسباب اختيار الموضوع

رابعاً: أهمية الدراسة

خامساً: أهداف الموضوع

سادساً: الدراسات السابقة

أولا: الإشكالية:

يعد جهاز التلفزيون من أهم وسائل الاتصال الجماهيري و أشدها تأثيرا في المتلقي، و أبلغها مقدرة على تأدية الوظائف الإعلامية و التثقيفية و الترفيهية فإن استخدام الأطباق الفضائية عبر الأقمار الصناعية. يعد من أهم مظاهر التطور التكنولوجي في مجال الإعلام و الاتصال إذ دخلت معظم بيوت الناس في العصر الراهن و باتت آثارها الفاعلة (الإيجابية و السلبية) في مظاهر الحياة المختلفة، كما أصبحت عصا الاتصالات الدولية، بعد ان حولت العالم إلى قرية صغيرة، ففضاء الإعلام التلفزيوني العربي يشهد توسعا كبيرا حيث زاد بل تضاعف عدد القنوات الفضائية العربية عدة مرات.

و بذلك تعددت البدائل أمام المشاهد العربي الذي أصبح يملك سلطة الاختيار، و قد ساهم ظهور الفضائيات و انتشارها على أوسع نطاق في التطور الهائل للتلفزيون كأخذ أكثر وسائل الاتصال تأثيرا في الأذهان و الطباع و الفناعات و الحفاظ على جمهوره، أمتد عشرية التسعينات للقرن الماضي تطور عدد الفضائيات و انهارت الحدود الإلكترونية أمام انتشار الصورة، ما مكن الشعوب من مزيد من التعارف و التواصل، عندها بدأت تظهر القنوات الفضائية الخاصة و تتكاثر كالنار في الهشيم، و الجزائر من بين الدول التي ساهمت في فتح السمع البصري أمام الخواص مما أزيد من خمسون سنة على الاستقلال و استرجاع السيادة على الإذاعة و التلفزيون في ظل النظام السياسي مسيطرا على الأجهزة الإعلامية و بعد إقرار حرية الصحافة المكتوبة سنة 1990 تم مؤخرا فتح السمع البصري، و برزت على الساحة الإعلامية الجزائرية العديد من الفضائيات الخاصة إضافة إلى التلفزيون الجزائري بكل قنواته. و هذا ما قد يضع الجمهور الجزائري أمام زخم إعلامي كبير بعدما ظل لفترة طويلة غير راض عن ما يقدمه التلفزيون العمومي، فأصبح هناك نوع من المنافسة في القنوات الجزائرية الخاصة من خلال طرح انشغالات و اهتمامات الجمهور و قضاياها و الامام بكل جوانب الحياة الاجتماعية السياسية الثقافية و لعل من أهم البرامج التلفزيونية و أكثرها تقبلا و التي تركت أثرا على الجمهور الحصص التلفزيونية الاجتماعية التي قد تجعل من يشاهدها يشعر أنه يكشف الجوانب السرية من حياة الآخرين.

و نجد أن هناك إقبال كبير من الجمهور على مشاهدة مثل هذه الحصص من خلال تفسيرها و تحليلها و عرضها لمختلف وجهات النظر.

و في هذه الدراسة سنحاول معرفة المواضيع التي تعالجها الحصص التلفزيونية الاجتماعية التي تبثها

القنوات الخاصة، وتتم دراستنا بالمرأة الجزائرية و مدى اسهام هذه الحصص الاجتماعية في فك القيود على المرأة الجزائرية و أخرجها من بوتقة الجهل بالواقع الذي تعيشه و تجهل كيفية التعامل معه إلى واقع آخر تعيه المرأة و تسيطر من خلاله على المشاكل التي تصادفها في حياتها الاجتماعية و ذلك ببيئة الوعي الاجتماعي لديها حتى تصبح أكثر تحررا وتعلما .

و لعل هذا ما دفعنا إلى القيام بهذه الدراسة و ذلك من خلال طرح التساؤل التالي:

هل تقوم حصص التلفزيون الاجتماعية بالمساهمة في نشر الوعي الاجتماعي لدى المرأة الجزائرية ؟

التساؤلات الفرعية:

- هل يساهم تنوع الحصص الاجتماعية التلفزيونية المعروضة في نشر الوعي الاجتماعي للمرأة؟
- هل تساهم طبيعة المواضيع المعروضة في الحصص الاجتماعية التلفزيونية في نشر الوعي الاجتماعي لدى المرأة؟

ثانيا: فرضيات الدراسة:

الفرضية العامة:

تقوم الحصص التلفزيونية الاجتماعية من خلال ما تطرحه من قضايا متنوعة ومن خلال نوعية المواضيع المعروضة للنقاش بالمساهمة في نشر الوعي الاجتماعي لدى المرأة .

الفرضيات الفرعية:

- يساهم تنوع الحصص الاجتماعية التلفزيونية المعروضة في نشر الوعي الاجتماعي للمرأة
- تساهم طبيعة المواضيع المعروضة في الحصص الاجتماعية التلفزيونية في نشر الوعي الاجتماعي لدى المرأة

ثالثا: أسباب اختيار الموضوع: توجد أسباب موضوعية و أخرى ذاتية و أهمها ما يلي :

أ. أسباب ذاتية:

- حب الاطلاع و الاكتشاف .

- ارتباطنا بالمحيط الاجتماعي و الإحساس بوجود رغبة كبيرة لمشاهدة الحصص الاجتماعية.
- الرغبة في معرفة بعض العوامل المؤثرة على نمو الوعي لدى المرأة .

ب. أسباب موضوعية:

- معرفة سبب انجذاب الجمهور للحصص ذات الطابع الاجتماعي.
- كثرة الحصص التلفزيونية ذات طابع اجتماعي في القنوات الجزائرية الخاصة
- انتشار ثقافة جديدة لدى النساء لم تكن موجودة قبل انتشار القنوات الخاصة.

رابعاً: أهمية الدراسة :

- تأتي أهمية هذه الدراسة التي تندرج في تأثير الحصص التلفزيونية الاجتماعية على ثقافة المرأة، و دورها في تشكيل وعي جديد بعضه إيجابي و بعضه سلبي.
- كما ترجع أهمية الدراسة إلى الشريحة المقصودة بالبحث و هي المرأة باعتبارها اللبنة الأساسية في المجتمع .
- محاولة تسليط الضوء على الحصص الاجتماعية و دورها في جذب المرأة .
- الاطلاع على المواضيع المفضلة للمرأة .

خامساً: أهداف الموضوع:

- تهدف هذه الدراسة إلى تسليط الضوء على تعرض المرأة الجزائرية للحصص التلفزيونية الاجتماعية ومنه الكشف على جملة التفاعلات الاجتماعية و الادراكات الناجمة عن أثر المحتويات الاعلامية و التعرف على حدود هذه الأخيرة في حياة الفرد و مجال تلقيه و ادراكه لمختلف القيم التي تعبر عنه.
- قياس مدى تأثر المرأة بالحصص الاجتماعية .
 - معرفة أثر الحصص التلفزيونية الاجتماعية على الهوية الثقافية للمرأة الجزائرية.
 - توعية المرأة الجزائرية بالالتزام بالمبادئ و القيم المتعارف عليها.

سادسا: تحديد المفاهيم:

أ. التوعية :

- لغة : ورد في لسان العرب وعي بمعنى حفظ و الوعي الحفظ و الإدراك وأوعاه حفظه و فهمه و قبله، فهو واع و فلان أوعى من فلان أي أحفظ و أفهم ، و الوعي : الحافظ الكيس الفقيه ، و استوعاه، إذن استوعبه(ابن منظور)، و الوعي الحفظ و التقدير و الفهم وسلامة الإدراك و وعيت العلم أعياه وعيا و وعى الشيء و الحديث ، يعيه وعيا (وكبيديا)، و في الحديث النبوي الشريف " نظر الله أمرا سمع مقالتي فوعاها فرب مبلغ أوعى من سامع"¹.

- اصطلاحا : الوعي كلمة تعبر عن حالة عقلية يكون فيها العقل بحالة إدراك و على تواصل مباشر مع محيطه الخارجي عن طريق منافذ الوعي التي تتمثل عادة بحواس الإنسان الخمس ، و الوعي هو ما يكون لدى الإنسان من أفكار و وجهات نظر ومفاهيم عن الحياة و الطبيعة من حوله والوعي بأمر ما يتضمن معرفته و العمل و عليه لا وعي دون علم فكلما ازداد المرء علما و فهما ازداد وعيا²، تعرف بالعملية التي تشير إلى اكتساب الفرد وعيا .

- اجرائيا: التوعية يمكن القول إذا المنطق فإن التوعية او حول أمر ما أو أمور معينة و تبصيرا بالجوانب المختلفة المحيطة تهدف في بؤرة اهتمامها إلى التوجيه والإرشاد للتزود بمعرفة و اكتساب الخبرة.

ب. الثقافة:

- لغة: تأخذ عدة معان الحذق والفطنة ، سرعة أخذ العلم و فهمه فيقال: ثقف الرجل ثقفا و ثقافة أي صار حاذقا، تقويم المعوج من الأشياء و منه المثاقفة وتثقيف الشيء تسويته، و هو ما ستوى به الرماح، إدراك الشيء و الظفرة به، و عليه ثقفته بمعنى صادقته و أدركته و ظفر به.

¹ المعجم الوجيز، معجم اللغة العربية، 1993، ص 200.

² محمد كحط عبيد الربيعي، الدور الثقافي للقنوات الفضائية العربية المضامين و الأشكال و التلقي (دراسة مختارة من القنوات الفضائية الدنماركية)، الدانمارك، 2007، ص 20.

ت. البرامج:

- لغة: فعل يرمج نقل ، أرسل و كلمة برنامج تعني قصد، تخطيط ،فكرة ، منهج ، جدول .
- اصطلاحا: يعني القوالب و الأشكال الإعلامية و التقنية التي تعتمد عليها وسائل الإعلام لإيصال الرسالة الإعلامية إلى الجمهور و يأخذ البرنامج عدة أشكال منها برامج الحوار و برامج التحليل³.
- إجرائيا: هي تلك البرامج أو تلك المحتويات و المضامين التي تتناول موضوعات مختلفة في مجالات مختلفة كالسياسة و الاقتصاد والاجتماع و الصحة و الأدب وغيرها من المضامين سمعية كانت أو مسموعة و مرئية و تعرض وفق قالب محدد ويشترط فيها مذيع أو مقدم برامج سواء كانوا جماعة أو أفراد⁴.

القنوات الجزائرية الخاصة:

هي التي تمتلكها و تديرها رؤوس الأموال الجزائرية إحدى المعالم الحديثة للإعلام الجزائري حيث برزت هذه القنوات كنتيجة للتغيرات السياسية في الوطن العربي، ما يسمى بالربيع العربي، و كذا لثورة الاتصالات بعد عقود من احتكار الحكومات العربية للإعلام المرئي و المسموع و قد شهدت السنوات القليلة الماضية تدفقا هائلا لرأس المال الجزائري الخاص في مجال إطلاق القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة سواء من خارج الوطن أو من داخله، حيث تسعى لمخاطبة جمهور محدد لتقديم مواد إعلامية بعينها و تختلف ما بين قنوات متخصصة من حيث نوعية الجمهور و المتلقي للخدمة⁵.

سابعاً: الدراسات السابقة:

الدراسة الأولى: زيادي حليلة، تحت عنوان القنوات الفضائية ودورها في توعية الثقافة للمرأة الماكثة في البيت قناة (النهار لكي) نموذجاً-دراسة وصفية لبرنامج " في دارنا " شهادة ماستر علوم الاتصال و الصحافة المكتوبة-جامعة سيديدة سنة 2016/2017. تناولت هذه الدراسة دور برنامج " في دارنا " لقناة النهار لكي بتوعية المرأة السعيدية الماكثة بالبيت ثقافيا، حيث ركزت فيها على مجموعة من النساء الماكثات و اللواتي يتابعن البرنامج الأسري " في دارنا "، عبر الشاشة التلفزيونية الجزائرية حيث

2 منير طيبي، دور البرامج الرياضية و التلفزيونية في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الجزائري، ماجستير في علوم الاعلام و الاتصال، جامعة منتوري قسنطينة، 2011، ص 27.

3 بن عامر سامية، تأثير البرامج التلفزيونية الموجهة للأطفال على النشأة الأسرية في المجتمع (دراسة ميدانية على أطفال مدارس بلدية بسكرة كنموذج)، شهادة لنيل دكتوراه في علوم الاجتماع، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2012، ص 25.

قمنا بطرح التساؤل العام و الذي هو كالتالي : ما هو دور برنامج في دارنا لقناة النهار لكي لتوعية المرأة الأغواطية الماكثة في البيت ثقافيا ؟

و بعد تحديد موضوع الدراسة قمنا بالتطرق إلى جملة من الإجراءات المنهجية ، حيث اتبعنا المنهج الوصفي التحليلي كونه الأسلوب الأكثر استخداما في الدراسات الإعلامية وهو أكثر ملائمة لدراستنا و كما اعتمدنا على استمارة استبيان لجمع البيانات والمعلومات.

وتمكنا أيضا من إجراء بعض المقابلات لتأكيد بعض البيانات المتوصل إليها معتمدين على عينة قصدية بلغت 20 مفردة ، وبعد جمع البيانات والمعلومات وعرضها وتحليلها ، توصلنا:

خلال تحليل و مناقشة نتائج الدراسة ، إن برنامج في دارنا لقناة النهار لكي الجزائرية ، ساهم في توعية المرأة السعيدية الماكثة بالبيت و ذلك من خلال المواضيع المختلفة التي يثها و الموجهة للمرأة بصفة خاصة، و ذلك من خلال تزويدها بمعلومات حول كيفية التعامل مع زوجها و تربية أولادها و إدارة شؤون بيتها و كل ما يتعلق بأسرتها، ضف إلى ذلك توعيتها صحيا و دينيا و حتى استهلاكيا.

كما عالج البرنامج كل المواضيع المتعلقة بالجمال و الرشاقة و حتى الديكور و الطبخ و التي تعد من أهم المواضيع الاجتماعية و الصحية الأكثر اهتماما و إقبالا من قبل المرأة الماكثة في البيت خاصة المرأة الجزائرية و السعيدية، و ذلك من خلال توعيتها بكيفية التصرف في ميزانية البيت، و اهتمامها بالمواضيع التي تساعد في كيفية تنظيم الوقت و على نظافة البيت و الاهتمام به.

الدراسة الثانية: مليكة زيد ، دور إذاعة الوادي في تنمية الوعي الديني للمرأة الماكثة في البيت ، دراسة

ميدانية مذكرة لنيل شهادة ماستر. 2012/2011

تناولت الدراسة موضوع الإذاعة، و دورها في تنمية الوعي الديني للمرأة الماكثة في البيت و هي بذلك تنطلق من نظرية التأثير القوي لوسائل الإعلام و أثرها في تشكيل الوعي و الصورة الذهنية للجمهور و تشكيل الاتجاهات ، قامت الدراسة على أربعة فصول ، يمثل الفصل الأول : الإطار المنهجي للدراسة و الفصل الثاني حصص للإذاعة في العالم والإذاعة المحلية ثم عرض في الفصل الثالث : أهمية الوعي و دور الإعلام في تشكيله و في الفصل الأخير : الجانب الميداني للدراسة و عرض البيانات و تحليلها و تفسيرها ، تمثلت نتائج الدراسة في كون أن الإذاعة دور في تنمية وعي الأفراد المستمعين من النساء الماكثات ، إلا أن هذا الدور يبقى متوسط.

الإذاعة تستقطب جمهور لا بأس به من المستمعات الماكثات أغليبتهن أقل من 40 سنة و فئة المتزوجات تحتل غالبية الاهتمام و الاستماع لإذاعة الوادي. تتمثل درجة تأثير الإذاعة من خلال ما تروج له الإذاعة من مضامين كانت متوسطة بالدرجة إلى حد ما.

متغير السكن يؤثر على رأي المستمعات الماكثات أحيانا و لا يؤثر أحيانا أخرى، هناك وعي متكون لدى أفراد عينة الماكثات من خلال احتلال البرامج الدينية أولى اهتماماتها و دافع استماعهن للإذاعة لغرض التحصيل الديني .

الدراسة الثالثة: وردة بوجلال ، الموضوعات و القضايا التي تعالجها برامج المرأة في قناة النهار لكي ، برنامج أسرار نواعم نموذجاً. 2015/2014.

إن تحديد رؤية معينة عن قضايا المرأة يجب أن ينبع في الأساس من الخصوصية الثقافية و الحضارية للمجتمع و يراعى فيه واقع المرأة الحالي، و المرأة الجزائرية و إن أخذت جزءاً من حقوقها عن طريق سن القوانين لصالحها إلا أن علاقتها بالإعلام تسودها الضبابية، فلا زال الإعلام يركز على الأدوار التقليدية التي تقتصرها في الجانب الاجتماعي، دون إعطاء الأهمية للأدوار السياسية و الاقتصادية و التعليمية و الفكرية الأخرى التي تجعلها فاعلة في التنمية جنباً إلى جنب مع الرجل ، و بظهور قنوات جزائرية مهمة و مخصصة للمرأة جاءت هذه الدراسة للكشف عن بعض القضايا التي تطرح و كيفية معالجتها، و قد قامت الباحثة بتحليل محتوى بعض حلقات برنامج " أسرار نواعم " الذي يبث على قناة النهار لكي، و توصلت إلى تأكيد نتائج الدراسات السابقة، كون القضايا المطروحة لا تلبي احتياجات المرأة الجزائرية، ناهيك عن طريقة العرض و مصادر المعلومات، و التي تحتاج المزيد من العناية و الاهتمام و على الرغم من ذلك ترى الباحثة ضرورة تبيين هذه الجهود و تشجيعها للمضي قدماً نحو إستراتيجية إعلامية لترشيد و تنمية المرأة الجزائرية.

التعليق على الدراسات السابقة:

يتضح من خلال عرض هذه الدراسات التي اهتمت بمجال الرياضة. و يمكن إبراز أهم ما تم استخلاصه من هذه الدراسات في النقاط التالية:

من حيث الاستفادة من الدراسات السابقة: إن هذه الدراسات في مجملها قد ساهمت في إلقاء الضوء على تحديد الأسس الهامة لهذه الدراسة مثل :

- معرفة موضوع الدراسة الحالية والهدف منها.
- التعرف المنهج المناسب لموضوع الدراسة الحالية.
- تحديد العينة وطريقة اختيارها وحجمها.
- الوقوف عند نوع الأدوات المناسبة و المطبقة لهذه الفئة.
- تحديد انسب المعالجات الإحصائية بما يتناسب مع طبيعة فروض وأهداف الدراسة الحالية.

الفصل الثاني: البرامج التلفزيونية و البرامج التلفزيونية الاجتماعية

أولاً: البرامج التلفزيونية

1: التلفزيون و التلفزيون الجزائري

2: مفهوم البرامج التلفزيونية

3: مكونات البرامج التلفزيونية

4: أنواع البرامج التلفزيونية

5: اعداد البرامج

ثانياً: البرامج الاجتماعية و الاعلامية الاجتماعية

1: مفهوم البرامج الاجتماعية

2: مفهوم الاعلام الاجتماعي و مستوياته و شروطه

3: كيفية اعداد البرامج الاجتماعية

4: المطلب الرابع: خصائص و سمات البرامج الاجتماعية

5: تأثير البرامج الاجتماعية

6: الآليات المتبعة في البرامج التي تحدد لها مسارها

خلاصة .

تمهيد:

بدأت العلاقة بين أفراد الأسرة تأخذ شكلا مغايرا للمفاهيم الأسرية التقليدية فأصبحت القنوات الفضائية شريكا للأسرة و المدرسة في تربية النشء إن لم تكن هي الأول في هذا السياق، فهي تحدد للأسرة مواعيد تناول الطعام و مواعيد الزيارات و التواصل الاجتماعي فمن أجل مباراة كرة قدم مثلا يمكن لرب الأسرة أن يلغي كل الالتزامات العائلية و كل المواعيد مع الأصدقاء، فما بالك بالأطفال الذين يقضون الساعات و الساعات في التنقل بين القنوات الفضائية بلا حسيب أو رقيب و يشاهدون البرامج الغث و السمين منها.

أولا : البرامج التلفزيونية .

1/ التلفزيون و التلفزيون الجزائري

أ.تعريف التلفزيون: كلمة التلفزيون من مقطعين TELE و تعني البعد VISION و تعني الرؤية و بهذا فإن المعنى الحر في هذا المصطلح الرؤية عن بعد، و يمكن تعريف نظام التلفزيون بأنه أسلوب إرسال و استقبال الصورة الحية المرئية و المسموعة بأمانة¹.

و يعرف كذلك، يستخدم الكثيرون كلمة "تلفزيون" كتعريب لكلمة tElEvision و التي تتكون

في اللغة الإنجليزية من كلمتين هي "تيلي و فيجن" وكلمة tele هي يونانية الأصل وتعني بعيد "اما

الثانية فهي لاتينية الأصل visio و تعني "المشاهدة" قيم دمج هاتين الكلمتين معا يعني "مشاهدة البعيد"².

ب.نشأة التلفزيون: ظهر التلفزيون وليدا لمجموعة من الاختراعات السابقة في مجال الكهرباء و التلجراف (البرق) و التصوير الفوتوغرافي و الصورة المتحركة والإذاعة مابين 1875 _ 1890م و لقد هذا الأخير في تطوره بعدة مراحل لكن بدايات ظهوره كفكرة في 25أوت 1900م، عندما عرض كوستنتين بيرسكي في المؤتمر الدولي للكهرباء الذي انعقد في باريس "ورقة تحمل عنوان التلفاز" و قد عرض بيرسكي أفكاره حول جهاز تلفازي يعتمد على المواصفات المغناطيسية لمادة السيليوم³.

لكن الفصل الحقيقي في اختراع التلفزيون يرجع الى العالم البريطاني جود بيرد الذي استطاع سنة 1924م من نقل صورة باهتة غير واضحة لصليب عن طريق أجهزته التي استحدثها إلى شاشة صغيرة معلقة على الحائط وبالرغم ضعف الصورة وضبابيتها إلا أنه اعتبر إنجازا ناجحا في ذلك الوقت⁴.

و في عام 1927م قام العالم فرانسورث بعرض فكرته حول تقطيع الصورة إلى خطوط إلكترونية صغيرة و في 9نوفمبر 1931م اختبر زروكين أول أنبوب كاميرا يقدم صوت ذات جودة و قد أطلق عليه اسم يكون

¹عسان عبد الوهاب حسن، الصحافة التلفزيونية، ط 1، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان 2013، ص 19.
² جمال محمد عبد الحي، مدخل تاريخي لنأة و تطور التلفاز، مجلة أمار باك، الأكاديمية الأمريكية العربية للعلوم و تكنولوجيا، العدد السابع، 2012.
³ المرجع السابق، ص 5.
⁴ عبد المجيد شكري، تكنولوجيا الاتصال انتاج البرامج في الراديو و التلفزيون، ط 1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1996، ص 129.

سكوب⁵.

أما أول بث محطة تلفزيونية في العالم فقد نصبت في باريس 1936م وفي أمريكا بدأت أول محطة للبرامج التلفزيونية المنتظمة سنة 1939م.

و بعدها بقليل بدأت شركت كولومبيا بإذاعة البث التلفزيوني وفي عام 1943م أنشئت محطات تلفزيونية في الولايات المتحدة استخدمت لأغراض تجارية.

و بعدما نشبت الحرب العالمية الثانية (1939-1945) توقف المشروع و ظل تطور التلفزيون حبيسا لفترة إلى حد ما انتهت الحرب و كان التقدم العلمي قد قفز خطوات كبيرة نحو تحسين الإرسال و الاستقبال⁶.

و ما لبث أن ظهر التلفزيون الملون عام 1953 و انتشرت أجهزة الاستقبال و محطات الإرسال انتشارا واسعا، وفي الدول المتقدمة بلغ عدد أجهزة التلفزيون أكثر من 40 مليون جهاز أي بنسبة 353 جهازا لكل ألف من السكان أما الدول النامية فقد بلغت أجهزة التلفزيون فيها 84 مليون جهاز بمعدل 29 جهاز لكل ألف من السكان⁷.

2. تأسيس أول محطة تلفزيونية في الجزائر:

استخدم الاستعمار كل الوسائل التي تمكنه من السيطرة على المجتمع الجزائري و استغلاله، وعلى رأسها وسائل الإعلام حيث بدأ بتأسيس محطات الراديو، و أسس محطة للتلفزيون بالجزائر العاصمة في 24 ديسمبر 1956، و ذلك لتدعيم الراديو في بث البرامج الفرنسية، التي تعمل على انتزاع القيم الوطنية من أفراد المجتمع الجزائري، و القضاء على الشخصية الوطنية .

لذلك كانت هذه المحطة محطة إرسال فرنسية ضمن محطات باريس، تعبر عن قيم المجتمع الاستعماري وطموحاته التوسعية، و كان دخول التلفزيون الجزائر خدمة لأهداف الاحتلال التي نلخصها فيما يلي:

1. استجابة لحاجات المعمرين الثقافية والترفيهية.

2. إحكام السيطرة على الشعب الجزائري لإخماد نضاله بتشويه ثقافته وسلبه إياها .

3. تكوين رأي عام يبرز السياسة الاستيطانية، و إقناع الأقلية الأوروبية القاطنة في الجزائر بذلك.

4. مساعدة التجار الفرنسيين بفتح سوق جديدة و واعدة لاستهلاك الصناعة الإذاعية و التلفزيونية في الجزائر.

⁵ جمال محمد عبد الحي، مرجع سبق ذكره، ص 6.

⁶ عبد الرزاق محمد الدليمي، مدخل إلى وسائل الاعلام الجديد، ط 1، دار المسيرة للنشر و التوزيع، عمان، 2012، ص 47.

⁷ عبد الرزاق محمد الدليمي، الخبر في وسائل الاعلام، مرجع سبق ذكره، ص 97.

3. إنتاج البرامج التلفزيونية:

إن إنتاج برنامج تلفزيوني عملية معقدة، إذ يحتاج البرنامج تخطيطاً متقناً و إعداداً جيداً و جهوداً متضافرة من العديد من العاملين المهرة، و معظم برامج التلفاز و من بينها برامج التسلية يتم تسجيلها أولاً ثم تبث في وقت لاحق، و يتم التسجيل إما على شريط فيديو أو فيلم و تنتج البرامج سابقة التسجيل من البداية إلى النهاية بطريقة إنتاج المسرحيات، و بالرغم من ذلك قد تستخدم شركات الإنتاج التلفزيوني الطريقة التدريجية المستخدمة في صناعة الأفلام و في هذه الطريقة، يسجل كل مشهد على حدى ثم يتم

الربط بينها جميعاً فيما بعد الجزء الأولان من هذا القسم، و هما: التخطيط و الإعداد، و تنفيذ العرض على الهواء، يستعرضان مراحل إنتاج برنامج تلفزيوني و تنطبق معظم هذه المعلومات على جميع أنواع الإنتاج التلفزيوني، و يصف الجزء الأخير من هذا القسم طرق الإنتاج الأخرى.

يعلم مديرو التلفاز التنفيذيون الذين يختارون برامج الشبكة أن الفنانين المشهورين و الأبطال الرياضيين يجذبون عدداً كبيراً من المشاهدين، و لكن هؤلاء المديرين لا يمكنهم التأكد من عدد المشاهدين الذين تجذبهم البرامج الأخرى، و قد يساعدهم في اختيار البرامج المتخصصة في بحوث المشاهدين و يجمع هؤلاء المتخصصون بيانات عن اهتمامات الناس و أنواع البرامج التي يحبون مشاهدتها⁸.

كما يقومون بجمع إجابات المشاهدين الذين يُدعون لمشاهدة لقطات تجريبية من البرامج الجديدة و هذه البحوث ذات نجاح محدود في التنبؤ بشعبية البرامج وذلك لأسباب متنوعة، فقد يختلف تجاوب المشاهدين حلقة واحدة من البرامج عن تجاوبهم عند مشاهدة عدة حلقات، لذلك يجب ان يعتمد مخططو البرامج على حدسهم الشخصي أو تخميناتهم المقننة في اختيار البرامج.

يقاس نجاح البرامج بالمعدل و المشاركة و يقيس المعدل النسبة المئوية لجميع المنازل التي تملك أجهزة تلفاز وتستقبل برنامجاً مُعيّناً. بينما تقيس المشاركة النسبة المئوية للمنازل التي تملك أجهزة تلفاز عاملة وتستقبل برنامجاً معيناً، و تمد خدمة قياس الاستماع القومي محطات التلفاز و المعلنين بالمعلومات عن المعدل و المشاركة مع بيانات إحصائية عن المشاهدين، و تقدم هذه البيانات تصنيفاً للمشاهدين من حيث الجنس، و السن، و الدخل، و التعليم، و العرق، و محل الإقامة و غير ذلك من الصفات.

يشمل المسح القومي الذي يجري على المشاهدين في الولايات المتحدة حوالي 3,000 أسرة، و يدفع

⁸ خير الدين علي عويس- عطا حسن عبد الرحيم، الاعلام الرياضي، مركز الكتاب للنشر، ط 1، القاهرة، 1998، ص 29.

لهم مبلغ قليل نظير مشاركتهم و من المفترض أن تعكس عادات المشاهدة لهذه الأسر عادات الأمة بأكملها، و قد يلغي مخطوطو البرامج برنامجا ذا معدل منخفض، و يكون ذلك عادة بعد عدد قليل من العروض. و أكثر الأجهزة تقدما لقياس المشاهدة التلفازية هو عداد الأشخاص الذي يشابه وحدة تحكم تلفازية عن بعد و يضغط كل فرد من أفراد الأسرة على مفتاح معين في الجهاز يبين من الذي يشاهد التلفاز و بهذه الطريقة، يسجل عداد الأشخاص للمعلنين أعمار مشاهدي التلفاز و جنسهم.⁹

4. خصائص التلفزيون:

يعتبر التلفزيون من أهم وسائل الاتصال الجماهيري لما يتميز به من تأثيرات على الجماهير سمعيا و بصريا، و قد تميز التلفزيون بخصائص عدة جعلته متفوقا على غيره من الوسائل الأخرى.

تعد خصائصه جامعة لم توجد في غيره، فقد ورث الحوار و الحدث و التمثيل عن المسرح، و ورث عن السينما شاشتها و طريقة عرضها، حيث يقدم الواقع المصور كما ورث عن الإذاعة الوصول إلى كل بيت، كما أن فيه كثيرا من الصحافة، فهو يقدم الأخبار، و يكفي الصحفي عناء الوصف . من خلال قدراته الهائلة في تشكيل الإدراك و الاتجاهات و السلوك و القيم حتى أصبحت وسائل الإعلام جزءا من حياة المواطن أيا كانت خصائصه و قدراته و مستواه الاجتماعي¹⁰ ، فكثيرا مما نشاهده في وسائل الإعلام لا من هدف و الرسالة الإعلامية سواء كانت في شكل خبرا أو فكاهة أو برنامج وثائقي فإنها تعمل على إزالة قيمة من القيم وتثبيت أخرى محلها، أو ترسيخ شيء قائم و التصدي لآخر قادم و هذا بالضبط هو مفهوم التنشئة الاجتماعية في أبسط صورها¹¹.

5. التلفزيون الجزائري:

1. تطور التلفزيون في الجزائر: يعتبر التلفزيون الجزائري أول محطة عربية، كانت أول بداية للتلفزيون الجزائري في نهاية شهر ديسمبر عام 1956 إبان فترة الاستعمارية حيث أقيمت مصلحة بث محدود الإرسال، كانت تعمل ضمن مقاييس الفرنسية و يرجع استحداثها اهتماما بالجالية الفرنسية المتواجدة بالجزائر آنذاك، كما اقتصر بثها على المدن الكبرى للجزائر حيث أنشئت محطات إرسال ضعيفة تقدر ب 819 خط على المدى القصير موزعة على ثلاث مراكز في قسنطينة و الجزائر و وهران¹²، و الجزائر من الدول التي

خير الدين علي عويس- عطا حسن عبد الرحيم، مرجع سابق، ص 29. 9

فاطمة حسين عواد، الاعلام الفضائي، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، 2010، ص 69. 10

فهد بن عبد الرحمن الشميري، مرجع سابق ذكره، ص 59. 11

12 غسان عبد الوهاب حسن، الصحافة التلفزيونية، مرجع سابق ذكره، ص 40.

استخدمت نظام "انتلسات " لأغراض المواصلات الداخلية. فمدتها في الشمال على ساحل البحر الأبيض المتوسط، تربطها الكابلات والوسائل المألوفة في شبكات التلفزيون. أما الجماعات التي تعيش في الجنوب، في قلب الصحراء الكبرى فكان اعتمادها في الاتصال بالشمال وسائر المناطق، على الإرسال اللا سلكي بكل عيوبه، و بعدها قررت الجزائر اعتماد الأقمار الصناعية التي لا تتجاوز تكاليفها ثمن تكاليف الأخرى. و أصبحت بلدة تمنراست في أقصى الجنوب متصلة إلكترونيا بمدينة الجزائر التي تصلها عنها آلاف الكيلومترات .

أما البرامج التلفزيونية التي كانت تركز على قاعدة تقنية بدائية كانت أيضا تجلب جزء كبير منها في فرنسا و تركز على إيجابيات المستعمر مبرزة مشاهدته الثقافية و في الوقت ذاته تعمل على إبراز علاقات الهيمنة على المجتمع الجزائري .

لم تلبث الدولة الجزائرية غداة الاستقلال أن اتخذت التدابير اللازمة من أجل استرجاع مبنى الإذاعة و التلفزيون، لما يمتلكه هذا القطاع الحساس من أهمية في نقل السيادة الجديدة للدولة الجزائرية، و كذا في ترسيخ القيم الثقافية الخاصة بالشعب الجزائري بعيدا عن المسخ الذي استعمله المستعمر طويلا¹³ .

و بمجرد ما أصبح الجهاز في أبناء البلاد عكف المسؤولون على أهمية دوره التثقيفي و الإعلامي فيعمم استعماله بتوسيع الشبكة الموجودة لتشمل كل النواحي النائية من البلاد .

و في أواخر السبعينات تم الانتقال من نظام الأبيض و الأسود إلى نظام تكوين البرامج، و تم توفير كل الأجهزة التقنية الخاصة بالاستوديو المخبر الخاص بتمحيص الافلام، و كانت الجزائر من بين الدول الأولى في الوطن العربي والعالم الثالث التي انتقلت بصفة نهائية في بث البرامج بالأبيض و الأسود و تحويلها إلى برامج ملونة و كان ذلك سنة 1979م.¹⁴

و للحديث عن تطور التلفزيون الجزائري لابد أن نراعي الجوانب الآتية :

■ إن إقامة إعلام وطني و منه تلفزيون وطني، كان لابد ان يمر عبر إعادة النظر في مختلف التشريعات و النصوص الإعلامية .

■ إعادة هيكلة مختلف مؤسسات الإعلام بالشكل الذي يسمح لها بالانخراط في الجهود

13 محمد صاحب سلطان، وسائل الاعلام و الاتصال (دراسة في النشأة و التطور)، ط1، دار المسيرة للنشر و التوزيع، عمان، 2012، ص517.

14 نور الدين نواتي، الصحافة المكتوبة و السمعية و البصرية في الجزائر، ط1، دار الخلدونية للنشر و التوزيع، الجزائر، 2008، ص98.

الوطني .

■ تكيف القطاع الإعلامي _قطاع السمعي البصر _ مع ما يشهده الوطن و العالم من تطورات على مستوى النصوص التشريعية أو البنى القاعدية .

و قد تطور الإعلام الجزائري عبر أربعة مراحل وكل مرحلة لها خصائصها المميزة لها و نذكرها كما يلي:

المرحلة الأولى : 1962_1965: هذه المرحلة رغم قصرها فإنها بمثابة الازدهار الأول لإقامة إعلام وطني يستجيب لحاجيات المواطن و الوطن و يساهم كغيره من القطاعات الأخرى في مسيرة التنمية و أهم ما يميز هذه المرحلة هو العمل تحري الإعلام من السيطرة الفرنسية من حيث الملكية و الإدارة و الإشراف .

المرحلة الثانية : 1976_1965: تميزت هذه المرحلة بإصدار مراسيم جديدة في مجال الإعلام، و ألغى العمل بالقوانين الفرنسية، التي كانت تنظم النشاطات الإعلامية، التي تم تمديد العمل بها بعد الاستقلال لأسباب ظرفية، و باستناد هذه المراسيم التنظيمية الجزئية التي تمس جميع القطاعات الإعلامية، فالسياسة الاعلامية التي أتبعته خلال هذه المرحلة تميزت بالكثير من الغموض على الصعيد القانوني أو على الصعيد الميداني .

المرحلة الثالثة : 1976_1990: شهدت هذه المرحلة بداية الاهتمام الفعلي بقضايا الإعلام و وسائله وقد بدأت المعالم السياسية و الإعلامية في القطاع تتضح مع صدور الميثاق الوطني عام 1976م كما عرفت بداية الثمانينات مناقشة أول مشروع لملف السياسية الإعلامية في الجزائر منذ الاستقلال، و تم تحديد بأن مفهوم الجزائر للإعلام كبلد اشتراكي يقوم على أساس الملكية الجماعية لوسائل الإعلام كما تم تحديد وظائف الإعلام في المجتمع الجزائري على النحو الآتي¹⁵ :

1. التربية والتكوين والتوجيه .

2. التوعية والتجريب .

3. التعبئة .

4. الرقابة الشعبية .

5. التصدي للغزو الثقافي .

كما عرفت المرحلة صدور أول قانون للإعلام في الجزائر عام 1982م في ظل الحزب الواحد .

¹⁵ نور الدين تواتي، مرجع سابق، ص 98.

المرحلة الرابعة: 1990_2003: بدأت هذه المرحلة منذ 1990م بصدر الدستور الجديد الذي ينص في مادته 40 على التعددية وحرية انشاء الجمعيات ذات الطابع السياسي (الأحزاب)، وتميزت هذه المرحلة بصدر العشرات من الصحف خاصة بعد صدور قانون الإعلام العام 1990م الذي أكد على حرية انشاء العناوين الصحفية المستقلة، إلا أن قطاع السمعى البصري ومنها التلفزيون بقي تحت ملكه و وصاية الدولة، و صدر 1990 مشروعات لقانون الإعلام سنة 1998 و سنة 2002 و قد تناولوا القطاع السمعى البصري بشئ من التوسع و التركيز و لكن يبدو أن حساسية القطاع و خاصة التلفزيون يجعل الدولة المترددين في تحريره و فتحه للاستثمارات الخاصة و المستقلة¹⁶.

مؤسسة التلفزيون الوطنية: إن مؤسسة البث الإذاعي و التلفري RTA سابقا كانت مؤسسة ذات طابع صناعي وتجاري أعيدت هيكلتها بموجب المرسوم 146_86 المؤرخ في 01 جويلية 1986م لإعطاء تاريخ ميلاد 4 مؤسسات عمومية حسب الاختصاص التالي:

- المؤسسة الوطنية للتلفزة .
 - و المؤسسة الوطنية للإذاعة .
 - المؤسسة الوطنية للبث الإذاعي و التلفري.
 - المؤسسة الوطنية للإنتاج السمعى البصري.
- و بموجب المرسوم 86_147 المؤرخ في 1 جويلية 1986، تأسست المؤسسة العمومية للتلفزيون، و هي مؤسسة ذات طابع صناعي صناعي E.P.I.C لها شخصية معنوية و استقلال مالي، تحت وصاية وزارة الاتصال و الثقافة، و تمارس احتكار البث على البرامج التلفزيونية في كل التراب الوطني، مهمتها إعلام المشاهد في تربية، و الترفيه عنه بإنتاج برامج متنوعة، إضافة على صيانة و تطوير وسائلها، و أجهزتها التقنية و تسيير أرشيفها السمعى البصري .
- و وفق المرسوم 86_147 لسنة 1986، حدد القرار أو المرسوم وقد جاء في مادته الأولى منه ما يلي: تنشأ مؤسسة عمومية ذات طابع اقتصادي و صبغة اجتماعية و ثقافية تتمتع بالشخصية المعنوية و الاستقلالية المالي تسمى مؤسسة التلفزة الوطنية .

■ **المادة 02:** توضع المؤسسة تحت وصاية وزير الإعلام.

■ **المادة 03:** يكون مقر المؤسسة في مدينة الجزائر .

¹⁶ محمد شطاح، النشرة الاخبارية المقدمة في التلفزيون الجزائري، أطروحة دكتوراه، الجزائر، 2003-2004، ص 135-136.

■ **المادة 04:** تتولى المؤسسة الخدمة العمومية للبث التلفزيوني وتمارس احتكار بث البرامج التلفزيونية في كامل التراب الوطني¹⁷.

التلفزيون الجزائري وإصلاحات 1991: عرفت المؤسسة الوطنية للتلفزة تحولات كبرى لكن أهم تحول كان في 1991 وجاء فيه:

المؤسسة الوطنية للتلفزة تصبح مؤسسة عمومية ذات طابع تجاري، و وظائف الخدمة العمومية للمؤسسة يحددها نظام المهام الذي يحدد واجبات المؤسسة وأهمها المتعلقة بالتعبير عن كل التيارات الفكرية، ووجهات النظر في ظل احترام مبدأ العدالة في الطرح و الشفافية والحرية و احترام توجيهات المجلس الأعلى للإعلام و البيانات القادمة من وزارة الاتصال و الثقافة، أما باقي النظام فهو يبين الهوية العامة للقناة المحددة الثلاثية " الأخبار، التربية، التوجيه " كما يحدد حصص بث البرامج الوطنية إضافة إلى بعض القوانين المتعلقة ببث الومضات الاشهارية .

تعويض مجلس التوجيه بمجلس الإدارة يتكون من 10 أعضاء فقط لكنه يتمتع بصلاحيات أوسع، مهمته السهر على استقلالية الخدمة العمومية للتلفزيون و احترام ما جاء في دفتر الشروط، و يرأس مجلس الإدارة من طرف المدير العام للمؤسسة على عكس مجلس الإدارة السابق الذي يرأس من قبل وزير الاتصال والإعلام أو من قبل ممثلا له¹⁸.

2. البث التلفزيوني المباشر في الجزائر: دخلت الجزائر ميدان البث التلفزيوني الفضائي المباشر رسميا منذ منتصف الثمانينات و ذلك من جراء إطلاق فرنسا لقمرها الصناعي الأول (TDFI) الخاص بالبث المباشر في أكتوبر من سنة 1985، فقد قدر الملاحظون _آنذاك_ أن مساحة بث هذا القمر تمتد من إسبانيا و البرتغال غربا إلى مجتمعات أوروبا الشرقية و من الدول الاسكندنافية شمالا إلى مجتمعات المغرب العربي جنوبا.

و لم يكن المختصون في الثمانينات يتوقعون أن عملية البث بواسطة الأقمار الصناعية ستتطور هذه السرعة، إذ من العقبات التي كانت تشتد أنظار المختصين و المهتمين بقطاع صناعة الأقمار الصناعية للبث التلفزيوني المباشر هي صعوبات تقنية و تكلفة أجهزة الاستقبال و خاصة الهوائيات المقعرة، فلم يكن بوسع المتلقين التقاط البرامج التلفزيونية بواسطة الأقمار الصناعية إلا بتوفر شروط أو ظروف مساعدة وفي مقدمتها هوائي

¹⁷ نور الدين تواتي، مرجع سابق ذكره، ص 108.
¹⁸ محمد صاحب سلطان، مرجع سابق ذكره، ص 517.

مقعر يزيد قطره عن متر .

من هناك عملية الاستقبال في الجزائر مقصورة في البداية على وضعيات معينة أو أماكن عمومية مثل دور السينما وقاعات الحفلات، و قد كان رياض الفتح بالجزائر العاصمة السباق لهذا النوع من الاتصال التلفزيوني حيث جهز بهوائي كبير مكنه من tv5 إلتقاط أربعة قنوات تلفزيونية و هي: رأي الإيطالية، ميوزيك بوكس الألمانية (Europa) الفرنسية و قناة أوروبا (MusicBox) .

و مع الثورة الرقمية الجديدة أصبح المواطن في الجزائر بإمكانه أن يلتقط بعض القنوات على أكثر من قمر صناعي لأن كل قمر يرتبط إرساله بمنطقة جغرافية محددة، لذلك تلجأ بعض القنوات لتوسع شبكة إرسالها أو مناطقها الجغرافيا إلى تأجير قنوات الكثير من الأقمار الصناعية، فمثلا قناة (mbc) تبث إلى الجزائر والمغرب العربي أيضا عبر القمر الصناعي أو تلسات واحد lest_1 eute و القمر الصناعي عربسات واحدة (Arabsat) و كذلك نفس الشأن بالنسبة للقنوات التلفزيونية الفرنسية التي ترد برامجها إلى الجزائر عبر عدة أقمار صناعية أبرزها القمران الصناعيان الفرنسيان و القمر الأوروبي¹⁹ Europa.

قنوات التلفزيون الجزائري: يتكون القطاع السمعي البصري أساسا من قناة تلفزيونية واحدة بالإضافة إلى الإذاعة الوطنية وهما تبثان تحت إشراف الدولة، و يتكون التلفزيون الجزائري من القنوات التالية:

المؤسسة الوطنية للتلفزيون: تم بعثها بموجب المرسوم 86_147 المؤرخ في 01 جويلية 1986 و هي مؤسسة عمومية ذات طابع صناعي و تجاري E.P.1.C لها شخصية معنوية و استقلال مالي تحت وصاية وزارة الاتصال و الثقافة، مهمتها إعلام المشاهد والمساهمة في تربية و الترفيه عنه لإنتاج برامج متنوعة، إضافة على صيانة و تطوير وسائلها، وأجهزتها التقنية وتسيير ارسيفها السمعي البصري.

قناة الجزائر Canal Algerie : بدأ البث الرسمي في أكتوبر 1994 حيث كانت أداة تواصل مع الجالية الجزائرية في الخارج وقد كانت تقدم إرسالها على مدى 24 ساعة إرسالا يوميا، تبث خلالها العديد من الفقرات و البرامج، يبلغ نسبة الإنتاج المحلي 75% من مساحة البث²⁰.

3.نشأة القنوات الجزائرية الخاصة: تعددت الآراء حول قطاع الإعلام السمعي البصري بالجزائر و بالرغم من الجدل الذي يدور بين المختصين و رجال المهنة حول ضرورة استخدام القانون المنظم لينهي سنوات احتكار الدولة في هذا المجال و يفتح الآفاق نحو تعددية إعلامية فاعلة ، فإن الكثير من المختصين ظلوا يؤكدون أن "الترسانة القانونية" ليست كافية لضمان تنافس حقيقي على مستوى الفضاء الإعلامي المرئي

¹⁹ نصيرة بوعلي، التلفزيون الفضائي و أثره على الشباب الجزائري (دراسة ميدانية)، دار الهدى للطباعة و النشر، عين مليلة، ص 81.
²⁰ نور الدين تواتي، مرجع سابق ذكره، ص 108.

و المسموع ، و بالرغم من مصادقة المجلس الشعبي الوطني في جانفي الماضي عن القانون المنظم السمعي البصري و صدوره في الجريدة الرسمية في 23 مارس 2014 م²¹، فإن القطاع لم يشهد بعد حراكا يعيد تعريف ما ظل متوقعا من صدور القانون ، سيما و أن التباطؤ في استصحاب التشريع بتدابير تنفيذية سواء على المستوى القانوني أو الإداري البيروقراطي قد ساهم في استمرار الوضع على ما هو عليه و كان غياب الإطار القانوني لهذا النشاط ، قد دفع بالفاعلين الإعلاميين إلى الالتفات على

الوضع السائد و ذلك من خلال تأسيس قنوات تستخرج رخصتها الإعلامية من الخارج ، و تبث برامجها من الجزائر باعتبارها قنوات أجنبية في محاكاة واضحة لبعض التجارب الصحفية و التلفزيونية التي سبق و أن اعتمدت عليها صحف و قنوات عربية ، ظلت تعمل في دولها كمؤسسات إعلامية أجنبية و يبدو أن القرار الأخير الذي صدر السبت 20 سبتمبر و الخاص بتعيين السيد مولود شرفي كرئيس للهيئة المكلفة بضبط القطاع ، يعد الخطوة الأولى نحو بدء العمل بالقانون الجديد و الذي قد تتكيف على أساسه معظم القنوات المؤسسة الآن وفق قوانين خارجية ، كما يمكن لقنوات أخرى أن تبقى تمارس عملها بالجزائر باعتبارها فروع لقنوات خارجية²².

النهار : قناة فضائية جزائرية خاصة موجهة للأخبار الجزائرية ، تبث برامج متنوعة، هادفة و قوائم للإخبار الوطنية والعربية و أجنبية إلى جانب برامج حوارية ترفيهية و ثقافية²³.

2/ : مفهوم البرنامج التلفزيوني

البرامج التلفزيونية هي المادة التلفزيونية المتنوعة من البرامج الإخبارية و الاجتماعية و الثقافية و الدينية و الترفيهية و التعليمية و غيرها مما يعرض على شاشة التلفزيون²⁴.

البرنامج التلفزيوني يعرف وفقا لنظريات الاتصال لفاروق ناجي محمود انه فيه: الرسالة : و بما أنها رسالة فهذا يعني يجب ان يكون هناك:

مرسل : يقوم بتحرير الرسالة و ارسالها إلى:

21 رزيق سامية، البرامج الاجتماعية في الفضائيات الجزائرية الخاصة، برنامج ما وراء الجدران، النهار نموذجاً، مذكرة ماستر تخصص اعلام و اتصال جامعة العربي التبسي، تبسة ، 2016، ص 56.

22 هناء السيد، الفضائيات و قادة الرأي، دراسة أثرها على السلوك، دار الفكر العربي للنشر و التوزيع، ط1، القاهرة، 2005، ص37.

23 وردة بوجلل، الموضوعات و القضايا التي تعالجها برامج المرأة في قناة النهار لكي، برنامج أسرار نواعم نموذجاً.

24 سكيمة خضرة و حبوسي صليحة، مشاهد البرامج التلفزيونية العنيفة و علاقتها بظهور العدوانية لدى تلاميذ السنة الأولى متوسط (9-12 سنة)، جامعة ألكلي محمد ولحاج، تخصص علم النفس المدرسي، كلية العلوم الانسانية و الاجتماعية، البويرة، 2013، ص 28.

مستقبل: يقوم باستلام هذه الرسالة التي يجب ان 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 و الصورة المتتابعات في ما يسمى تعلم يوصل إلى المستقبل عبر أجهزة البث الموجودة في المحطات التلفزيونية و أجهزة الاستقبال الموجودة عند المستقبل اذا ... فإن العناصر الرئيسية البرنامج التلفزيوني وفقا لما تحدده نظريات الاتصال هي:

رسالة من مرسل عبر قناة إلى مستقبل، ولغرض تحقيق الأهداف في المستقبل من قبل المرسل لابد أن يكون المرسل قادرا على إيصال الرسالة التي تستغرق زمنا قد يصل إلى ساعة أو أكثر حسب البرنامج التلفزيوني كاملة عليه أن يجعل المستقبل مستعدا لاستلام الرسالة عبر زمنها دون ان يعرف عنها²⁵.

3/ : مكونات البرامج التلفزيونية

من خلال مفهوم البرنامج التلفزيوني نرى ان البرنامج يحتوي على معلومات أي موضوع يجب أن ينقل من المرسل إلى المستقبل، هذا الموضوع ما سنصطلح عليه "المحتوى"، و هذا المحتوى يجب ان يضمن أهدافا يريد المرسل تحقيقها في المستقبل، و هو ما سنصطلح عليه "بالأهداف"، كما أن عملية نقل الموضوع يحتاج إلى أساليب محددة سنصطلح عليها " بالطريقة " لغرض تحقيقها للأهداف يجب ان تكون مبنية لتلائم ميول و رغبات المستقبل و قدراته العقلية و سنصطلح على ذلك "بطبيعة المستقبل"

و لهذا نستخلص أن مكونات البرنامج التلفزيوني هي:

1. طبيعة المستقبل .
2. المحتوى .
3. الأهداف .
4. الطريقة .

و من بديهيات الأمور أن أي أمر لا يكتمل إلا بتوفر مكوناته لذا فإن البرنامج التلفزيوني لا يكتمل من غير هذه الأربعة²⁶.

²⁵ فاروق ناجي محمود، البرنامج التلفزيوني كتابته و مقومات نجاحه، ط1، دار الفجر للطباعة و النشر، بغداد ، 2007، ص 17.

²⁶ سكيمة خضرة و حبوسي صليحة، مرجع سابق، ص 18-19.

4/ : أنواع البرامج التلفزيونية

أ البرامج الإخبارية:

وهي نوعية من البرامج هدفها الأساسي هو الإعلام والاعخبار التي يتمثل في تزويد الجماهير بالمعلومات والآراء التي لم يعرفونها من قبل أو التي تحظى باهتماماتهم أو اهتمامات قطاع كبير منهم لذا فإن مهمتها الأساسية هو إحاطة الجمهور علما بكل جديد بطريقة فورية و دقيقة ، و تتخذ البرامج الإخبارية أكثر من شكل غير أنها لا تخرج في النهاية عن كونها أخبارا بوقائع جديدة أو تحليلات حولها، و من أشكال البرامج الإخبارية مايلي :

- أ. موجز الأخبار .
- ب. النشرات الإخبارية .
- ت. التحليلات الإخبارية .
- ث. التعليق الإخباري .
- ج. التقرير الإخباري.
- ح. البرامج الإخبارية الخاصة .
- خ. البرامج التسجيلية الإخبارية والمجلات والجرائد الإخبارية²⁷.

ب. برامج الحديث والحوار:

و هي نوع من البرامج تركز على المادة الكلامية من أحاديث وحوارات و مناقشات و حواراتها وتتنوع موضوعات و تباين بشدة بين موضوعات سياسية و اقتصادية أو ثقافية أو إنسانية و من أشكال هذه البرامج ما يلي:

- أ. الحديث المباشر .
- ب. الحوار أو المقابلة أو الحديث الحواري و هو يشمل حوار الرأي حوار المعلومات و حوار الشخصيات المناقشات و الندوات .
- ت. برامج التلفزيون .
- ث. البرامج التي تتخذ شكل المائدة المستديرة .
- ج. البرامج التي تتخذ شكل المحاكمة .

²⁷ طارق سيد أحمد الخلفي، فن الكتابة الإذاعية و التلفزيونية، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2008، ص 100.

ح. البرامج الجماهيرية .

خ. البرامج الاجتماعية²⁸.

ج.الدراما :

و هي أشكال درامية يقوم بانتاجها الراديو و التلفزيون و وسائل أخرى و لكنها تعرض في الراديو و التلفزيون و من امثلتها:

أ. الأفلام السينمائية و التلفزيونية .

ب. المسرحيات التي تسجل للإذاعة والتلفزيون أو تنتج خصيصا لها .

ت. التمثيلات .

ث. المسلسلات والسلاسل .

ج. برامج السرد الدرامي .

ح. البرامج شبه الدرامية البيوجرافية التسجيلية²⁹ .

د.البرامج التسجيلية:

و هي برنامج تتناول موضوعات حقيقية كالمشكلات الاجتماعية والقضايا السياسية أو الصحية أو العلمية أو الثقافية و يمكن أن تتخذ عدة أشكال منها:

أ- البرنامج الدراسي التسجيلي .

ب- الأفلام التسجيلية.

تتنوع بين الافلام التعليمية و العلمية و افلام التدريب و الافلام الإرشادية و افلام المعرفة و غيرها.

ذ .برامج الترفيه والتسلية والمنوعات :

و هي نوعية من البرنامج تهدف إلى الترفيه من المتلقين وتسليتهم وتضم عديد من الأشكال منها :

أ- برامج المسابقات .

ب- البرامج الرياضية (كالمصارعة، كرة القدم ... الخ) .

ت- برامج الموسيقى و الغناء و الرقص .

ث- برامج الفنون مثل : الباليه، البانتو مام، الشعر، الأدب .

²⁸ سهير جاد ، سامية أحمد علي، البرامج الثقافية في الراديو و التلفزيون، دار الفجر للنشر و التوزيع، القاهرة، 1999، ص 72.

²⁹ سهير جاد ، سامية أحمد علي، المرجع السابق، ص 101-102.

ج- برنامج الاستعراضات مثل السيرك و الألعاب المختلفة ... إلخ .

ث. البرامج الخاصة و الموجهة :

و من أمثلة البرامج الموجهة الدينية (سواء تلاوة القرآن أم الفتاوى أم الشعائر) و يدخل ضمنها الإذاعات الخارجية لنقل الشعائر و الاحتفالات و المناسبات الدينية .

❖ أما البرامج الخاصة فهي تضم برامج المرأة و الطفل و الشباب و من أمثلتها الرسوم المتحركة العرائس، و مرح الأطفال³⁰.

❖ و كذلك البرنامج الاجتماعي التي يمكن اعتباره برنامج خاص عن الإعلانات التجارية التي تروج للسلع والخدمات .

❖ برنامج الخدمات و الطوائف ومثاها البرامج التنموية و التي تحت على سلوكيات معينة كالادخار و ترشيد الاستهلاك .

و .الإعلانات و مواد الربط:

و هي تستخدم للانتقال من البرامج و شغل الفراغ بين البرامج و مثاها التنويهات و الإعلانات التجارية و التقديم للبرامج .

إعداد و تنفيذ البرامج التلفزيونية :

يعتبر إعداد وتنفيذ البرامج من الوظائف المهمة في شبكات التلفزة العربية خصوصا و الأجنبية عموما، فهي العمود الفقري لأي برنامج تلفزيوني، فإعداد البرامج هو الأساس الذي تبنى عليه بقية العناصر في التلفزيون و التقديم، التصوير، الديكور، الإخراج، المونتاج، أسلوب عملها كما أن هذه العناصر تحول ما كتب على الورق إلى واقع مرئي وتسعى السطور القادمة إلى الاطلاع على المؤهلات اللازمة لمن يرغب في العمل في وظيفة معد برامج تلفزيونية علما بأن هذا النوع من الوظائف هو خليط من الموهبة و العلم و الممارسة³¹.

³⁰ هدى بو عبد الله، تلفزيون الواقع و تأثيره على المراهقين (دراسة ميدانية على عينة من التلاميذ بثانوية بعنابة)، رسالة لنيل شهادة الماجستير، تخصص اعلام، قسنطينة، 2008-2009، ص 89.

³¹ كرم شلبي، المذيع و فن تقديم البرامج في الراديو و التلفزيون ، دار مكتبة الهلال، بيروت، ص 13.

5/ إعداد البرامج

تمر عملية التخطيط لإعداد البرنامج بخمس مراحل أساسية:

أ. اختيار الفكرة (الموضوع):

يستطيع المعد من خلال المعاشة الكاملة للواقع المحيط به و احساسه بمشاكله و قضاياها و اهتماماته أن يلهم الأفكار التي تتناسب مع سياق البرنامج الذي يعده، و تعتبر المتابعة الدائمة لوسائل الإعلام المختلفة و القراءة للكتب المختلفة، و الدراسات التي تقوم بها مراكز البحوث و الجامعات ... لكل هذه تمثل روافد مهمة لخلق أفكار جيدة لأن الفكرة هي "رأس المال المعد" و لابد للفكرة المختارة أن تهم الجمهور المستهدف و تثير انتباهه و تمس مشكلاته، و أن تناسب الفكرة موضوع البرنامج و اهتماماته المعدة، و أن تكون الفكرة أخلاقية، بمعنى أنها تحترم أخلاقيات المجتمع و قيمه و عاداته³².

❖ و يتراوح عرض البرنامج ما بين الإعلام أي تقديم معلومات معينة لجمهور المشاهدين أو لفئة منهم و يتضح ذلك أكثر من خلال النشرات و البرامج الإخبارية و التحقيق كالببرامج السياسية و الدينية و الاجتماعية أو الترفيهية أو التوجيه و التعليم .

❖ مرحلة البحث العلمي و جمع المعلومات: و تبدأ هذه المرحلة بعد الاستقراء على الموضوع أو فكرته الأساسية بشكل عام وتحديد الهدف منه، و هي قد تمتد في المراحل الأخيرة لتنفيذ البرنامج من خلال الكتب و المراجع و النشرات و الصحف و شبكة المعلومات الدولية و الانترنت .

يعرف كتاب و معدو البرامج التلفزيونية شكلين للسيناريو التلفزيوني:

1. **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.
2. **النصوص غير الكاملة :** و في هذا النوع لا يستطيع الكاتب أو معد البرامج أن يتحكم في كل عناصر البرامج، و من ثم يقتصر المطلوب منه على مجرد تحديد الخطوط الرئيسية للبرنامج والنقاط أو الجوانب التي يلتزم بها الأشخاص المشاركون فيه .

و قد جرت العادة أن يكتب السيناريو أو الشبه الكامل في شكل عمودين تنقسم الصفحة إلى قسمين

³² فاروق سيد أحمد الخلفي، مرجع سابق، ص 103.

أو عمودين هما:

القسم الأول : يكون على يمين الصفحة و يشمل ثلث المساحة فقط و يخصص للصورة أو لمرئيات فإن هذا القسم يشتمل عادة على العناصر التالية:

المناظر و الديكورات و الأشخاص وسائر الكائنات الحية و الاكسسوارات وشرح ما يجري من أحداث و حركة و المادة القيمية و الشرائح واللوحات و كافة وسائل الاتصال المرئية³³.

القسم الثاني : يقع على يسار الصفحة ويشغل المساحة المتبقية وفي ثلثي الصفحة يخصص للصوتيات كالحوار و التعليق و المؤثرات الصوتية و الموسيقى الصوتية.

ب. الاتصال و التنسيق : و هي المرحلة التي تعتبر الممارسات النهائية لإعداد البرنامج كالاتصال بالمصادر و التأكيد معهم على ميعاد التصوير و التنسيق مع فريق العمل كالمخرج و مقدم البرنامج و تواجد في مكان التصوير لمتابعة سير العمل وفقا للطريقة المتفق عليها و السيناريو المكتوب.

عوامل نجاح البرنامج : هناك اعتقادات شائعة، حول نجاح البرنامج و أسبابها عند كثير من العاملين المتخصصين في الإعلام المرئي و المسموع، ليست بخاطئة و لكنها تلامس أجزاء من الحقيقة العلمية فمنهم من يعتقد أن نجاح البرنامج على الموضوع، و منهم من يعتقد أن أي موضوع له علاقة بمحوم الناس سيكون ناجحا بمجرد استذكار سريع لكثير من البرامج الرياضية و كثير من البرامج التي تهتم بمحوم الناس³⁴.

وكثير من البرامج التي تقدم المعلومات التي يحتاجها المستقبل و كثير من البرامج قد فشلت، و السبب هو أن البرنامج الناجح يعتمد على عدة عوامل هي :

- : أهمية الموضوع بالنسبة للمستقبل : إن أي موضوع لا يهتم به المستقبل أولا يمكن إثارة اهتمامه به سوف يجعل المستقبل عازفا عن متابعته و هذا يعني تولد (النفور) لديه، مما يحول دون تحقيق الاهداف لعدم وصول الرسالة إليه، و الاستقطاب المستقبل لابد أن يختار مصمم البرنامج موضوعا يهتم به المستقبل أو أن يكون قادرا على إثارة اهتمامه به منذ اللحظات الأولى، و ذلك بإشعاره بأن الموضوع مفيد أو لا و ممتع ثانيا أو إحداهما على الأقل .

-: أن تكون غايات البرامج من الغايات التي ينشدها المستقبل : ليس من المنطقي أن يكون أي برنامج قادرا

³³ نفس المرجع السابق، ص 104-105.

³⁴ مهدي زعموم، برامج الأطفال في التلفزيون الجزائري، أطروحة دكتوراه في علوم الاعلام و الاتصال، جامعة الجزائر، 2004-2005، ص 128.

على اجلاس المشاهد لمدة ساعة أو نصف ساعة ليسمع و يشاهد أصواتا و صورا لا تحقق له أي غاية يريدتها هو مهما كانت أهمية الموضوع له، و ليس من الضروري ان تكون هذه الغايات هي معلومات تمنحه الفائدة أو ما يحققه الامتاع العقلي أو الوجداني له بل ربما تكون غايات بالترويج³⁵

- : اختيار المعلومات الأنسب من الموضوع :لأي موضوع بسيط كان أم معقدا معلومات كثيرة وله زوايا كثيرة يمكننا يقتل النظر إليه من خلالها اذا ... كيف سيتم المعلومات المعلومات المناسبة للبرنامج التلفزيوني من بين هذه المعلومات الكثيرة .

و ذلك أنه سيتم اختيار المعلومات التي تؤدي إلى تحقيق الأهداف فقط فأني معلومة لا تؤدي إلى تحقيق الأهداف فقط فأني معلومة لا تؤدي إلى تحقيق هدف أو أكثر من الأهداف التي حددت للبرنامج تكون أشبه بالزوائد الشخصية التي تشوه شكل البرنامج فليس من الضرورة أن تضخ المعلومات التي ستحصل عليها من المراجع كاملة مهما كانت علاقتها قوية بالموضوع ابق جسد برنامجك رشيق الشكل و الحركة باختبارك المعلومات الأنسب و هي المعلومات التي تؤدي إلى تحقيق الأهداف فقط .

- : اختيار الأسلوب المثل: والمقصود بالأسلوب المثل هو الشكل النهائي للبرنامج و لكي يكون الأسلوب أمثلا عليه أن يتسم بالسماات التالية:

1. أن يكون دقيقا .
2. أن يكون واضحا .
3. أن يكون متنوعاً .
4. أن يراعي القواعد الرئيسية في عرض المعلومات .
5. أن يختار التقنية المناسبة لأسلوب التقاسم .
6. أن يستغل كافة إمكانيات العرض³⁶.

³⁵ ملوك بثينة، تأثير البرامج الاجتماعية التلفزيونية على سلوك المتلقي، دراسة مكملة لنيل شهادة ماستر، قسم علوم الاعلام و الاتصال، 2014، ص 32.

³⁶ نفس المرجع السابق، ص 34.

ثانيا : البرامج الاجتماعية والإعلام الاجتماعي

1/ : مفهوم البرامج الاجتماعية

يعد هذا النوع من البرامج الأكثر تعدد إذ يشمل إضافة إلى برامج الأسرة و البرامج التي تعالج المشاكل الاجتماعية البرامج الفتوية الموجهة للشباب أو الأطفال أو المرأة و غيرها من البرامج المتعلقة بالأسرة كالبرامج الصحية . إن مضمون البرامج الاجتماعية يعتمد على الموضوع و الفئة الموجه لها ، فالبرامج الموجهة للأطفال سيختلف في مضمونه وفقراته على ذلك الذي نعهده للشباب من حيث المفردات المستخدمة في الصياغة و عبارات المخاطبة و نوعية 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 أدائهم و اجتهاداتهم و يقوم البرنامج الاجتماعي في الغائب على مبدأ المشاركة الجماهيرية في إنتاجية من خلال المقابلات الميدانية التي يقوم بها مقدم البرنامج ، ومن خلال الاتصالات الهاتفية أو الأقمار الصناعية أو الاتصالات من خلال الرسائل التي تصل إلى برنامج ما ، وبقدر ما يعمل المعد على تخصيص فقرات من النجاح ذلك لان مضمون البرنامج الاجتماعي يكون محوره الأساسي الجمهور نفسه بواقعه ومشاكله وآرائه و وجهات نظره¹.

2/ : مفهوم الإعلام الاجتماعي و مستوياته و شروطه

أ : مفهوم الإعلام الاجتماعي

يمكن تحديد الإعلام الاجتماعي كنسق فكري وعملي يبحث عن الرقي بالإنسان (فردا أو جماعة) كفاعل أو كمضمون للاتصال ، هذا التعريف يحيلنا في البداية على التصور الفلسفي للإنسان و للمجتمع ، و الذي يهدف إلى وضع الأفراد والمجموعات الاجتماعية في علاقات بعضهم مع البعض الآخر، و من منظور الاستقلالية و المسؤولية وبشكل ملموس يبدو أن الإعلام الاجتماعي هو الفرصة للمجتمع المدني ليقدم مختلف مكوناته . ليتعرفوا بعضهم على بعض ولتجاوزوا في ما بينهم ، وهو الإمكانية المفتوحة لكل مواطن أو مجموعة من المواطنين للدخول بحرية وبفعالية للاتصال مع أي مواطن آخر أو مجموعة أخرى في جو من التسامح و الاحترام المتبادل .

ب : مستويات الإعلام الاجتماعي

—المتلقي هو شريك : يمكن إن تقول هذه الروحية للإعلام الاجتماعي الفعلي إلى عدة مستويات :

¹ ابراهيم عزيز، تكنولوجيا الاتصال الحديثة و تأثيراتها الاجتماعية و الثقافية ، ط1، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2012، ص 197.

- البحث عن التفاعلية الحقيقية ، سواء كانت عن قرب أو من خلال الميديا .
 - تمكن ميزة الإعلام الاجتماعي بإبعاده أي مشكل من التنظيم الذي يجذب العلاقات ذات الاتجاه الواحد ، لأن الانخراط بعلاقة تفاعلية يفترض توفر عدد من الشروط :
 - يعتبر متلقي الرسالة شريكا جديرا بالاستقلالية ، وليس متلقيا سلبيا وطيعا إراديا .
 - الحوار يتم بالتساوي على صعيد وسائل وامكانات التعبير، و في حالة اللاتوازن ، يجب أن يستفيد الطرف غير المحظي من التدريب أو على الأقل من المساعدة التقنية¹ .
 - لكل محاور الخيار بأن يجب بطريقة لا تكون مقبولة سلفا من قبل المرسل أو الناقل أو الوسيط أو الوسيلة الاتصالية ، وهذا ما يجرّد الاتساق شبه التفاعلية من أهليتها التي تقتضي إعطاء الانطباع بالحوار، 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 إلا يشكل عائقا للحوار، بل على العكس يجب أن يكون في خدمته ، و في إطار الحوار، لا شيء يرضي طلبات المحاور، لكن الحد الأدنى من الإجابة تقتضي إعطاء فعل لكلام آخر².
- الاتصال البديل يركز على مجموعة قيم أخلاقية :

قد تكون هذه المعايير المذكورة أعلاه ذات صفة انتقائية ، و هي تعود إلى مثليات فطمح إلى الوصول إليها أكثر ما تعود إلى وقائع يومية معيشة ، بما فيها داخل الأجهزة الإعلامية نفسها التي تقول إنها : أجهزة اتصال اجتماعي ، لان الحياة التعاونية التي يمكن مصدرا غنيا لتحديد الحوار الاجتماعي توشك أن تقترب من مخاطر الماسة المتصلة وممارسة اللغة الخشبية . ففي العلاقة مع الشركاء ، وبعيدا من المتطلبات الأخلاقية التي تبرز فرادته يبدو أن للاتصال الاجتماعي مهمة تتمثل في وضع الأفراد المهمشين والمجموعات في علاقة اتصال في ما بينهم ، وذلك لتحسين الشراكة وللمساهمة في أغناء النسيج الاجتماعي ، وبهذا فان الاتصال الاجتماعي يمثل رهانا³ استراتيجيا ، فهو لا ينفصل عن النشاط الاجتماعي ، المحلي و البلدي ، إذ انه في احترام الحميمية و الحرية الشخصية لكل فرد، يقوم النشاط الاجتماعي أو الوسيط أو المنتخب بتسهيل التبادل من اجل بلورة مشاريع مشتركة ، و هذه الهدف التوسطي يقع في لقلب تجارب الحوار ما بين الثقافات و الاثنيات التي تتعايش و هي

¹ القادري عيسى نهوند، قراءة في ثقافة الفضائيات العربية: الوقوف على تخوم التفكيك، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2007، ص231

² القادري عيسى نهوند، قراءة في ثقافة الفضائيات العربية: الوقوف على تخوم التفكيك، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2007، ص231

³ المرجع السابق ، ص 232.

تتصادم وتتجاهل بعضها بعض، و يرتدي الحوار إبعادا فعلية، كمثّل اللقاءات الودية و الأعمال المشتركة ، و كذلك إبعادا اتصاليه (ريبورتاجات و مقالات تحسيسية).

ج: شروط الاعلام الاجتماعي

- احترام الجمهور والنظر إليه على انه اتصال ، و ليس مجرد مستهلك بسيط للإعلام .
- البحث عن تفاعلية حقيقية (مشاركة الجمهور في فعل الاتصال).
- نظرة مختلفة أو بديلة للحياة السياسية و الثقافية و الاجتماعية .
- أنماط معالجة إعلامية تخرج عن الأمور المطروحة .
- هاجس تربوي يسعى ليكون الجمهور شريكا مستقلا و محتملا لمسؤولياته .
- انتباه خاص معطي لأخلاقيات الاتصال مستندا إلى الشرعية الأخلاقية الخاصة .

إذ يبدو الاتصال الاجتماعي ، من هذا المنظور كنمط من العلاقة يمكن ان يعزز القيم التالية :

-البحث عن استقلالية المحاور .

-احترام الأخلاقيات .

-الحرارة في العلاقات .

-التبادل المعاكس لكن واقع الحال يقول غير ذلك ، لماذا ؟ .

و اذا كان الاتصال الاجتماعي يريد ان يشغل المكان الذي يعود له في قلب الاتصال

المؤسسياتي و الإعلامي ، يبدو من الضروري وضع إستراتيجية و تنمية و تحفيز تمر بالمراحل التالية¹ :

متابعة جهود الإتصال الداخلي للقطاع الثالث أو للمجتمع المدني .

● تشجيع البحث حول مساهمة اتصال القطاع الثالث في علم الاتصال بشكل عام، ومساهمة الاتصال

التعاوني في إشكالية الاتصال الاجتماعي.

● توسيع دائرة الوصول إلى الميديا.

و القطاع الثالث بحاجة إلى الوصول إلى الميديا كي يعرف عن نفسه. إما بالتسلسل من خلال وسائل الاتصال

الكبرى، و إما من خلال تطوير قطاع إعلامي مستقل، و كي يتمكن من تحقيق أهدافه عليه تحقيق عنصرين

¹ نهوند القادري عيسى، مرجع سابق، ص 133-134.

اساسين هما:

التلقي التقني للرسالة و فعاليتها، لأن الاتصال يهدف ، إلى تغيير إما الاستعدادات و الميول الفكرية، و إما إلى تغيير السلوكات، أي الانتقال إلى الفعل، و ذلك بحث المتلقي إما على الانضمام إلى السجل المعرفي، وإما على الانضمام إلى السجل العاطفي، لأن الرسالة في الواقع، حتى و إن 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 أو الإقناع بوعي أو بلا وعي، تعود إلى مجالي المعرفة و العاطفة، و في نسب مختلفة من رسالة إلى أخرى¹.

و يمكن نستعين بنموذج من برامج "التوك شو" الاجتماعي على شاشات الفضائيات العربية حيث كان ييث على شاشة "الجزيرة" تحت عنوان: "للنساء فقط" اذا أننا حاولنا في ضوء هذه المعطيات رصد آلية خطاب هذا البرنامج من خلال عدة الشغل المتمثلة في المقدمة التي تعد للبرنامج، و التقرير المعد حول الموضوع و الاتصالات التي ترد إليه و هو يذهب إليها و التحقيق الذي يرافقه أحيانا، و دور مقدمة البرنامج: حجم تدخلاتها و طريقتها في طرح الأسئلة، و ردودها على الاتصالات، و مقاطعتها للضيوف، و ترجيحها كفة ضيف على آخر و تجاوزها موضوعات معينة و توقفها عندى أخرى، و اصرارها على بعض الأسئلة دون غيرها و تعاملها مع مضامين الاتصالات و طريقة اختتامها البرنامج و حجم تدخل كل من المدعوين و حجم مقاطعته من قبل المقدمة أو الضيوف الآخرين و مدى تنافره مع طرح مقدمة البرنامج أو توافقه معها، و مدى ذهابه في اتجاه البرنامج أو محاولته أخذ البرنامج في الاتجاه الذي يريده هو، و أين يوافق، و أين يتعثر.

3/ كيفية اعداد البرامج الاجتماعية

إن الإعداد لهذا النوع من البرامج يتطلب العمل على خلق العلاقات الاجتماعية مع الناس عامة و مع المهتمين بالدراسات الإنسانية و الاجتماعية خاصة كالأطباء النفسيين و التربويين ومثلي المؤسسات والمنظمات النسجية و الاجتماعية .

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

1. إعداد فكرة البرنامج تتمثل في كونه برنامجا اجتماعيا يعالج قضايا تهم المجتمع .

¹ الرجوع السابق، ص 234-235.

- 2.المحاور العامة للبرنامج حسب نوعية البرنامج الاجتماعي .
- 3.تحديد مواضيع الزوايا السابقة¹ .
- 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 فريق الاعداد
- 6.التنسيق : هنا مع المعد والشخص المستضاف إليه تسجيل البرنامج أو إذا كان على الهواء مباشرة حسب و كذلك على المعد أن ينسق مع المخرج و المكتبة الموسيقية لتزويده بالمدة الموسيقية و عليه أن ينسق مع مسؤول الاستوديوهات لتحديد موعد التسجيل كل فقرة .
- 7.ترتيب فقرات البرنامج .
- 8.الصياغة.

4/ خصائص وسمات البرامج الاجتماعية

تعتبر البرامج الاجتماعية شكلا من أشكال البرامج الحديثة نسبيا في الجزائر والعالم العربي و بها العديد من الخصائص والسمات التي تميزها عن غيرها من البرامج و تبلور في:

- ❖ الحالة .
- ❖ الاشارة.
- ❖ ارتفاع نسبة المشاهدة.
- ❖ تنوع الجمهور المستهدف .
- ❖ التفاعل مع المشاهد .
- ❖ المصادقية و حرية التعبير. نوعية البرنامج².

¹ ابراهيم عزيز، تكنولوجيا الاتصال الحديثة و تأثيراتها الاجتماعية و الثقافية، ط 1، دار الكتاب الحديث، الجزائر، 2012، ص 197.

² كريم شلبي، مرجع سبق ذكره، ص 282.

و من خلال ماسبق يتضح أن البرامج الاجتماعية تعتبر أحد الأشكال البرنامجية التي تتمتع بالعديد من الخصائص التي تهتم في بناء هذا القلب البراجمي الذي يتمتع بالحيوية و المصادقية و الحيوية و الجاذبية و التفاعلية مع الجمهور، و ذلك يجعلها أكثر شعبية و جماهيرية و أداة قوية للاستعانة بها في التأثير على سلوك الأفراد و القيم الاجتماعية و الرأي العام¹.

5/ : تأثير ومآزق البرامج الاجتماعية

أ : تأثير البرامج الاجتماعية

تعتبر البرامج أحد الأشكال البرنامجية التي لها تأثير كبير على الجمهور من خلال ما نقدمه من مضامين إعلامية ، فتعتبر أداة فاعلية في تشكيل الرأي اتجاه مختلف القضايا و الأحداث و ذلك من خلال مايلي :

تثير اهتمام الجمهور بمختلف القضايا الاجتماعية و السياسية الهامة فقد اهتمت بموضوعات كثيرة مثل: المساواة _ حقوق المرأة وقضايا المجتمع .

و تعتبر البرامج الاجتماعية بمثابة مرآة تعكس مشكلات وقضايا المجتمع فتكشف السلبيات داخل المجتمع و أحيانا تساعد على حل هذه المشكلات فمنتجوا و مديعو هذا البرنامج لديهم القدرة على طرح مختلف القضايا التي تمس المجتمع كما أن الجمهور لديه القدرة على اختيار ما يريد أن يشاهده و لات كتفي بذلك و لكنها تجعل الجمهور يدرك أبعاد و جوانب هذه القضايا و الأحداث من خلال تحليلها و تفسيرها بطرح مختلف الآراء و بالتالي 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 داخل المجتمع² .

يرى علماء الإعلام والاجتماع أن البرامج الاجتماعية لها تأثير في المجال الثقافي والاجتماعي و الترفيهي من خلال مضمونها المتنوع وبالتالي أصبحت أحد العوامل المؤثرة في نشر كل القيم و الأفكار و السلوكات.

ب :مآزق البرامج الاجتماعية

لقد غدت هذه البرامج الاجتماعية المتشابهة بفعل اتباع الآلية عينها بديلا من مكونات و من صراحة مفقودة في مجتمعاتنا، تتضمن موضوعات مرفوض سلفا البحث فيها داخل معظم العائلات، بحيث يعرض فيها المتصلون و المشاركون مشاكلهم و مكوناتهم راسمين على طريقهم الوجه الآخر للمشاهد، و عناوينها خلافية تطرح جدلا

¹ ابراهيم عزيز، المرجع السابق، ص 200.

² نهوند القادري عيسى، المرجع السابق، ص 11.

بين معارض بالمثل من انفلات غير مضبوط و موال بالمثل مؤمن بضرورة التعبير بمواكبة بعض المختصين الحاملين بعض التصورات الجاهزة عن بيئتهم المحلية، و عن البيئة الغربية التي غالبا ما تما هون معها .

و المشكلة أن هذه البرامج تستهلك موضوعاتها ومشاكلها لشدة التكرار و راج التعامل معها يتم على طريقة السبق الصحفي أو الكلام وتسجيل الموقف صحيح أن هذه البرامج تمكنت من تسليط على المشاكل المخبأة و المكبوتة في مجتمعاتنا فأشهرتها، لكن تسليط الضوء لا يحل المشكلة، بل قد يزيدا تعقيدا، خصوصا إذا كانت تطرح في سياق تجهيل الفاعلين وتغافل المسؤولين عنها لها، وتحدي الفئات الاجتماعية بعضها للبعض الآخر من خلال رمي المشاكل في حقول الآخرين¹ .

إن اعقال الأسباب و عدم مراجعة ما كتب عنها وما بحث حولها من أجل بلورتها وتضييق حلقة البحث لتجنب الكلام في المطلق و التكرار، و عدم مرافقة برامج يمثل هذه الأهمية، اختبارات " قبلية وبعديّة " على المشاهدين، يحولها فقط إلى عملية إيقاظ للمشاكل ودفعها للعلن بشكل استعراضي من دون توفر الإمكانية عند المعنيين من أهل السلطة لمعالجتها.

مثلا بدلا من الاتصالات المباشرة التي تستغلها المحطة لإضفاء المسرحية على البرنامج أو التي يستغل فيها المتصلون أنفسهم إمكانية تغيير أسمائهم ليشطحوا في خيالهم ويختلفوا مشاكل و أفكارا ينفسون فيها عن مكبوتاتهم بطريقة مثيرة و أحيانا مؤذية، لماذا لا تشرك الجمعيات أو الجهات المعنية في الإعداد وتوفير المعطيات لهذه البرامج بدلا من أن تستضاف للخوض ارتجاليا في قضايا معقدة من المهم إذا في واقعنا المتلفزة هو أنها تعطي للديمقراطية بعدها الاجتماعي، وهي مشروطة باستقلالية و حرية الميديا في أثناء بث الرسالة .

و من هذا المنظور تخدم الرسالة الإعلامية عملية التبادل بين النخبة و المسؤولين و المواطنين، على رغم السيئات الناتجة من معالجة الصورة، إنما الرسالة المتلفزة تسمح للمواطن بأن يقترب أكثر من مراكز القرار السياسية و الاقتصادية و تعطي المسؤولين و النخب و المواطنين وسيلة لإدارة المجتمعات المعقدة².

6/ : الآليات المتبعة في البرامج التي تحدد لها مسارها

من أجل رصد الاتجاهات التي تنحو نحوها خطايات البرامج الاجتماعية والمرجعيات التي تم الاستناد إليها إن كان على صعيد الاندماج الجمعي أو الإثبات الذاتي وذلك من خلال دراسة برنامج "للنساء فقط " على شاشة "الجزيرة " و ملاحظة برامج أخرى على محطات أخرى، فقد وجدنا أن:

الآلية المتبعة حددت مسار الحلقات بداء من العنوان الذي كان غالبا مثقلا بالثنائيات بقصد الإخفاء .

¹ نهوند القادري عيسى، المرجع السابق، ص238-239.

² نهوند القادري عيسى، المرجع السابق، ص 238-239.

خلاصة

لقد امتد تأثير التلفزيون على الأطفال و النساء والشباب و حتى الكبار ،وهذا راجع لخصائصه التي مكنته من تمرير الأفكار و القيم و الأنماط السلوكية التي يريدها مالك التلفزيون بصورة مشوقة و ألوان جذابة، يعتبر التلفزيون او البرامج التلفزيونية من أهم الوسائل التي ساهمت في تغيير الأسرة الجزائرية، سواء من حيث العلاقات أو من حيث طريقة التفكير، و حتى الأكل و النوم تأثر بتوقيت البرامج التلفزيونية، و لكن ما طبيعة هذا التأثير أهو ايجابي أم سلبي؟ إذ يعتر البعض التلفزيون سلاح ذو حدين.

الفصل الثالث: الوعي الاجتماعي و الوعي الثقافي للمرأة الجزائرية

تمهيد

أولاً: الوعي الثقافي للمرأة الجزائرية في المجتمع الجزائري

1: مفهوم الوعي و الثقافة

2: سمات الوعي الثقافي و مظاهر انتشاره في المجتمع

3: الوعي الثقافي في المجتمع

ثانياً: الحصص التلفزيونية الاجتماعية و تنمية الوعي الاجتماعي للمرأة

1: المرأة المثقفة و الجامعية و أدوارها في المجتمع العصري

2: دور التلفزيون الاجتماعي في بث القيم المرأة داخل الأسرة

2: المطلب الثاني: دور التلفزيون الاجتماعي في بث القيم المرأة داخل الأسرة

خلاصة

تمهيد:

تساهم العديد من العوامل في تشكيل الثقافة و تكوينها قديم و بعضها الآخر حديث ، والوسائل الحديثة أخطر و أكثر أهمية من القديمة ، كونها تستطيع الوصول إلى مجموعة أكبر من الناس ، نظرا للتطورات التقنية التي حدثت في هذا العصر ، ولعل أبرز، هذه الوسائل و أكثرها أهمية وسائل الإعلام ، سواء المرئية المسموعة أو المسموعة فقط، يعتبر الوعي واحدة من أهم العناصر التي تجمع مجموعة من الناس مع بعضهم البعض ، فهي سبب من أسباب الوحدة بين أبناء أي أمة من الأمم.

أولاً: الوعي الثقافي للمرأة الجزائرية في المجتمع الجزائري

1/: مفهوم الوعي و الثقافة

- مفهوم الوعي:

إن كلمة الوعي أخذت من التطور في الاستعمال على نحو مواكب لارتقاء حياتنا الفكرية و الثقافية، فقد كانت هذه الكلمة تستخدم للجمع والحفظ، على نحو ما جاء به في قوله تعالى: " و تعيها آذان واعية ¹" و قوله: وجمع فأوعى ² " و في مرحلة لاحقة صارت الكلمة تستخدم بمعنى الفهم و الإدراك و صار هناك كلام كثير عن تنمية الوعي، فهناك وعي ذاتي، و الوعي الاجتماعي، و الوعي الطبقي و السياسي و غيرها ³.

و يعرف الوعي بالمعنى البسيكولوجي بالمعرفة التي يمتلكها كل واحد حول وجوده و أفعاله و العالم الخارجي ⁴ كما استخدمت الماركسية مصطلح الوعي الطبقي للإشارة إلى أن إدراك الفرد لذاته و لمصالح طبقته الاجتماعية ⁵.

كما عرف إبراهيم مذكور الوعي على أنه إدراك الفرد لنفسه و الشبهة المحيطة به، و هو على درجات من الوضوح و التعقيد، والوعي بهذا المعنى يتضمن إدراك الفرد لنفسه باعتباره عضواً في الجماعة ⁶.

- مفهوم الثقافة:

الثقافة كمفهوم اختلف الباحثون والمفكرون حوله، فلم يتوصلوا إلى اتفاق حول محدد حولها ومن تعريفاته نذكر:

الثقافة : هي مجموعة المعارف المكتسبة من تعليم و مهارة الإبداع، فالإبداع ليس عملية سهلة حتى توفر الاستعداد لدى الشخص المبدع بل إن الأمر يحتاج إلى التحصيل المعارف و الخبرات بشكل نظامي أو غير نظامي، و المخرج الصحفي المبدع مطالب بأن يطور نفسه و يجدد أفكاره و يوسع افاقه و مداركه من خلال

¹ الآية 12 سورة الحاقة.

² الآية 18 سورة المعارج.

³ عبد الكريم بكار، تجديد الوعي، ط1، دار القلم، دمشق، 2000، ص 9.

⁴ عبد الله أبو جلال، الاعلام و قضايا الوعي الاجتماعي في الوطن العربي، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، العدد 149، 1991، ص 43

⁵ محمد الجوهري و آخرون، علم الاجتماع و دراسة الاعلام و الاتصال، د. ط، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 1992، ص 90.

⁶ ابراهيم مذكور، معجم العلوم الاجتماعية، د. ط، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1975، ص 644.

اكتساب معارف إخراجية أصيلة و متنوعة في وقت واحد، و هو ما يمكن أن نسميه بالثقافة الإخراجية¹.

و أول من استعمل كلمة ثقافة هو العلامة عبد الرحمان بن خلدون، و يعني بها المعرفة المدنية المكتسبة من خلال نمط العيش العمراني المستقر، إذ يقول ابن خلدون " و اذا ألفوا العيش و الدعة لم تعد بينهم مع العامة من الناس إلا بالثقافة و الشارة، و لم تستعمل كلمة ثقافة culture في اللغة الفرنسية في أول الأمر على الملكات العقلية، بل كان استعمالها جاريا في فلاحه الأرض و هو معناه الأصلي culture -culturable Agriculture، لكن إستعمالها العقلي صار مجازيا ليدل على خصوبة الإنتاج العقلي حين تعاضم مع مطلع عصر النهضة، و تدل في معناها الإنجليزي مباشرة كمرادف لمعنى حضارة².

كما تعرف الثقافة على أنها المعرفة والتعليم وان الوعي بهما يرقى الفرد إلى مستو اجتماعي أفضل، و الوعي الثقافي يعني الوعي بالحياة اليومية بما يشمل العادات و تقاليد و اعراف و تدين و تفاعل و صور النشاط العام التلقائي³.

و يعرفها تايلور :هي الكل المركب الذي يشمل المعرفة و المعتقدات و الفن و الأخلاق و العادات وكل القدرات و العادات الأخرى التي يكتسبها الإنسان بوصفه عضوا في المجتمع⁴.

و في مؤتمر مكسيكو لعام 1982 م للسياسات الثقافية العالمية جاء إعلان مكسيكو بتعريف الثقافة: فيشير إلى أنها السمات الروحية و المادية و الفكرية و العاطفية التي تميز مجتمعا بعينه، أو فئة اجتماعية بعينها، فهي تشمل الفنون والآداب و طرق الحياة، كما تشمل الحقوق الأساسية للإنسان ونظم القيم و التقاليد و المعتقدات، و بهذا المعنى هي المانحة للإنسان قدرته على التفكير بذاته، و التي تجعل منه كائنا متميزا بالعقلانية و القدرة على النقد و الالتزام الأخلاقي⁵.

¹ حسين شفيق، الاعلام الابداعي، ط1، دار الفكر للنشر و التوزيع، 2013، ص 34.

² عدنان عبد القادر، منابع الفلسفة، د.ط، دار المنابع للطباعة و النشر و التوزيع، 2000، ص 5.

³ نفسه، ص 5.

⁴ محمد علي محمد، الشباب و المجتمع، ط1، الهيئة المصرية العامة للكتاب، الاسكندرية، 1980، ص 222.

⁵ عبد الله أحمد الديقاني، الثقافة والتنمية الثقافية للطفل، ط1، الكتب العري للمعارف 2013م، ص 29.

فالوعي و الثقافة مصطلحان يرتبطان بطبيعة الإنسان الاجتماعية و تطورها و نشاطاته الإبداعية و العلمية منذ الأزل، فالوعي يتطور بممارسة الإنسان لحياته الاجتماعية و طريقة تفاعله مع من حوله من الأفراد و مدى معرفته و تعامله مع طبيعة الأشياء التي تحيطه، فالبحث عن المعارف اليومية هو السبيل الصحيح لتطور الإنسان، فكلما كانت المعارف أكثر قربا فإنها ترسم سلام و طرق جديدة للوصول إلى معارف أخرى و هكذا فإن التغيرات في عالمنا ستبقى مرهونة بكمية و نوعية الثروة الثقافية¹.

2/ سمات الوعي الثقافي ومظاهر انتشاره في المجتمع

- سمات الوعي الثقافي :يقوم الوعي الثقافي على حدين اثنين هما :الانتماء و المستقبل.

الحد الأول الانتماء: فهو نتيجة طبيعية لإيماننا بثقافة الأمة الحقيقية المتأصلة و اعتقادنا بها و هو ضرورة لهذا الوعي لأنه إذا لم ننتم و نؤصل انتماءنا و تاريخنا و تراثنا فسيجرفنا التيار إلى رواسب نحن بغنى عنها .

أما الحد الثاني لقوام الوعي فهو المستقبلية :فوعينا المعاصر لا بد أن يكون مستقبليا نحدق بدقة في أفاق الأمة و الواقع و استحقاقات المستقبل و بين هذين الحدين يتموضع الوعي الثقافي المعاصر ليكون مصداقا و نموذجا، و لهذا النموذج ميزات عديدة ترجع إلى السمات التالية:

أ/ .الأصالة : و هي نتيجة طبيعية للانتماء اذا روعيت ضروراته و التزم أصحاب و رواد هذا الوعي بالأصول النظرية و العلمية .

إن الأصالة لا تعني الغياب عن إنسان العصر و همومه بل تفرض عليه الانخراط في المجتمع و تحمل المسؤولية بشكل واع و فعال، بحيث يصبح عرضة للتهميش و التعليق على تراث السابقين و كتابة الحواشي على تصانيفهم .

إن المؤسسة الثقافية بما تحتزنه من عمق أدبي و الاحاطة بالنصوص الأصيلة و العدالة الأخلاقية العالية قادرة بالانضمام الى جملة شروط على أن تصون هذا الوعي الثقافي المعاصر من كل انحراف أو جمود أو أي حالة ذوبان في الآخر.

¹ أنوار محمد مرسي، المكتبة المدرسية و دورها في تنمية الوعي الثقافي، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2012، ص 40.

ب./ الجراءة و الشجاعة : نقد العقل و نقد المحتوى النفسي ونقد الفعل يتطلب ممن يجعل الوعي الثقافي عاملا له أن يمتلك الجراءة و الشجاعة و روح الاقتحام لاقتراح المخطورة و الجهر بالخطأ المسكوت عنه و ايقاظ الوعي لأنه ليس من السهل التخلص من إرث نفسي و فكري ظل عالقا بالاذهان مدة طويلة من الزمن، فالزمن القديم يتحول في العقلية المحافظة إلى مقدس ممنوع نقده و تجاوزه أو فتح حوار عنه، إن أصحاب الرسائل و المحدثون الرواد عبر التاريخ بوعي ثقافي يصمد أمام القوى العاملة على تجنب الواقع وتحميد أفاق الناس .

ج./ الإيمان بالحوار : طغى على تراثنا الفكري طابعا جدليا انسدت معه في فترات مظلمة من التخلف الثقافي والحضاري كل قنوات التواصل ليترك مكانه لمنطق التعصب الأعمى الذي أغنى قاموس الشتم و القذف، فالوعي الثقافي المعاصر لابد ان ينوء بنفسه عن هذه المتابعات و يؤسس لتوسيع حالات اللقاءات الثقافية لتطوير الفكرة و تعميق الأطروحة ومن يمتلك البرهان لا يخف و من يستشعر الثقة فيما يؤمن به لا يخشى المناقشة¹.

- مظاهر انتشار الوعي الثقافي في المجتمع :

- الاهتمام بالقراءة و التشجيع عليها لدى طلاب العلم على مختلف مراحلهم الدراسية بإقامة حلقات القراءة الجماعية و حملات تبادل الكتب، الأمر الذي يعزز الوعي الثقافي و يرفع حصيلة المفردات اللغوية للقارئ.
- الحصول السريع على المعلومة في ظل التطور التكنولوجي و الشبكة العنكبوتية الانترنت .
- انتشار المؤسسات التعليمية التي تعني بتعليم اللغات و مهارات القيادة و الاتصال .
- انتشار المجالات الثقافية و الزوايا الخاصة بالجانب الثقيفي في العديد من الصحف اليومية .
- انتشار ثقافة العمل التطوعي على الصعيد المحلي أو الدولي، حيث انتشرت في الآونة الأخيرة حملات التبادل الشبائي الثقافي بين الدول في المجالات التطوعية و الكشفية و غيرها مما يعزز قدرة الفئات الشابة على التعرف على ثقافات الشعوب الأخرى و الاستفادة منها .
- ظهور المخطات الفضائية التي تعنى بنشر الثقافة و بث البرامج ذات الأهداف النبيلة .
- تعدد مصادر المعلومة نتيجة التقدم العلمي الهائل، و تعدد وسائل الاتصال و التواصل خاصة مع ظهور صفحات التواصل الاجتماعي بأشكال متعددة و عناوين مختلفة .

¹ بحث عن أهمية الوعي الثقافي بين الطلاب، <http://WWW.com.vp/Showthread.php.ghlasa>

- انتشار المراكز التي تهتم بالدورات المعرفية، كاللغات المتعددة، و المهارات الحياتية و غير ذلك¹.

3/ الوعي الثقافي في المجتمع

أ- أهمية الثقافة في المجتمع: الثقافة هي مجموعة من الأشكال و المظاهر لمجتمع معين تشمل عادات، و ممارسات، قواعد و معايير كيفية العيش و الوجود من ملابس و دين و طقوس و قواعد السلوك و المعتقدات و من وجهة نظر أخرى يمكن القول أن الثقافة هي كل المعلومات و المهارات التي يملكها البشر².

خصائص الثقافة: في إطار ما سبق يمكن تحديد بعض الخصائص العامة للثقافة بأنها:

- تنشأ الثقافة في مجتمع معين ويظهر جليا في سلوك أعضائه ذلك المجتمع.
- الثقافة قابلة للتناقل و عملية التناقل تقتصر على الإنسان بوصفه الكائن الوحيد الذي يبدو قادراً بدرجة كبيرة على أن ينقل ما اكتسبه من عادات لأقرانه .
- و تعد اللغة عاملاً أساسياً في هذا المجال و لا تتضمن عملية التناقل الإجراءات، و المعرفة فقط بل تشمل أيضاً تهذيب الدوافع الغريزية خلال السنوات الأولى من عمر الإنسان .
- تتميز الثقافة بالدوام و الاستمرار عبر الزمن بسبب قدرتها على تخليد نفسها وعلى البقاء بعد انقراض أي من الشخصيات التي تسهم فيها و مع أن الثقافة تخرج تماماً عن نطاق التركيب الطبيعي للفرد إلا أنها تصبح خلال مراحل نموه جزءاً من شخصيته .
- الثقافة ميراث اجتماعي فالعادات الخاصة بالنظام الثقافي تنتقل وتستمر عبر الزمن كما يشارك فيها كل الأفراد الذين يعيشون داخل تجمعات منظمة أو جماعات تحرس على الامتثال لتلك العادات تحت وطأة الضغوط .
- للثقافة وظيفة التوافق فهي تتوافق مع البيئة الجغرافية للمجتمع ومع الشعوب المحيطة بها كما تتوافق المطالب النفسية و البيولوجية للكائن البشري .

¹ آية ياسر نجار، مفهوم الوعي الثقافي، <http://mawdo03.Com>، تاريخ التصفح : 2018_01_26 س 10.00.
² سهير محمد حسن، بحث التحليل الاجتماعي لأغراض الخدمة المكتبية، تجربة عين الصيرة، جمعية الرعاية المتكاملة، مكتبة عين الصيرة، دت، ص 3.

- الثقافة هي ذلك الكل المركب و المعقد الذي يشتمل على المعرفة و العقائد و الفنون و القيم و القانون و العادات التي يكتسبها الإنسان كعضو في المجتمع و يشمل ذلك الجانبين المادي و غير المادي¹.
- الثقافة تنظيم يشمل مظاهر الانفعال و الأفكار التي يعبر عنها الإنسان عن طريق الرموز بفضل اللغة التي يتعامل بها و بهذه الصفة الرمزية أصبح من السهل انتقال الثقافة .
- الثقافة مكتسبة فهي المصطلح الاجتماعي للسلوك المتعلم فجوهر الثقافة عند الإنسان هو التعلم تمييزا لها عن الصفات الموروثة و تأكيدا لقدرة الإنسان على التعلم .
- الثقافة العقلية فهي تتكون من السلوك المكتسب لدى أفراد المجتمع و يتمثل هذا الفكر في المعاني و المثل و الأنظمة و المعتقدات .
- الثقافة تنظيم يقوم على التفاعل الاجتماعي بين الأفراد و وظيفتها توجيه سلوك هؤلاء الأفراد .
- الثقافة مثالية و واقعية فالثقافة المثالية تشتمل على الطرق التي يعتقد الناس أن من الواجب عليهم السلوك وفقها أو التي قد يرغبون في إنتاجها أو التي يعتقدون أنه من الواجب عليهم السلوك بمقتضاها، أما الثقافة الواقعية فإنها تشكل من سلوكهم الفعلي وفي الثقافات التي تحتاز تغيرا سريعا، إن الفاصل بين الثقافة المثالية، و الثقافة الواقعية أخذ بالتأكيد في الاتساع و تؤدي هذه الفجوة إلى التخلف الثقافي².

ب مفهوم الوعي الثقافي: تعتبر الثقافة المعبر الحقيقي لما وصلت إليه البشرية من تقدم فكري فمن خلالها يتم رسم المفاهيم و التصورات كما يتم رسم القيم و السلوك، و قد ارتبطت الثقافة بالوجود الإنساني ارتباطا ملازما معا تطور الحياة الإنسانية من خلال مايقدمه الإنسان من إبداع و إنتاج في مختلف المجالات، فالثقافة هي المنظومة المتعددة و المتشابهة تتضمن اللغات و المعتقدات و المعارف و الفنون و القيم و الأعراف و العادات و التقاليد الاجتماعية و المهارات التي يمتلكها أفراد مجتمع معين.

¹ سهير محمد حسن، مرجع سابق، ص، ص 6-7.

² نفسه، ص 8.

في حين تعرف الثقافة بأنها المضامين الثقافية التي يتلقاها الفرد و الجماعة من المصادر الإعلامية فشل معتقداتهم و تصورات و مفاهيم و قيم هم التي تؤثر في تكوين سلوكهم و عاداتهم و تقاليدهم و أنماط حياتهم¹.

يقصد بالثقافة الكيان المادي و الروحي لمجتمع من المجتمعات و يدخل في ذلك التراث و اللغة و الدين و عادات المجتمع².

و قد عرفها مالك بن نبي³ (هي مجموعة من الصفات الخلقية والقيم الاجتماعية التي تؤثر في الفرد منذ ولادته وتصبح لاشعوريا، وهي العلاقة التي تربط سلوكه بأسلوب الحياة في الوسط الذي ولد فيه)⁴.

فالوعي الثقافي هو إدراك الفرد وعيه بدوره في المحافظة على تراثه الثقافي و مبادئه الأصلية و حمايتها من الشوائب و من أي تأثيرات وافدة .

الوعي الثقافي هو مشروع ثقافي نحوضي واسع لإحياء الفكر وتعميق الرؤية الأصيلة في مختلف مجالات المعرفة و الحياة .

أهمية الوعي الثقافي: تكمن أهمية الوعي الثقافي فيما يلي:

- الثقافة هي إدراك الفرد والمجتمع للعلوم والمعرفة في شتى مجالات الحياة، فكلما زاد نشاط الفرد و مطالعته و اكتسابه الخبرة في الحياة زاد معدل الوعي الثقافي لديه و أصبح عنصرا بناء في المجتمع⁵.
- حياة الإنسان تتأثر بثقافته ووعيه وكلما كان أكثر ثقافة و وعيا كانت حياته أفضل وأرقى وانخفاض المستوى الثقافي يقابله التدني في المستوى الثقافي يقابله التدني في المستوى الحياتي العام نجد مثلا في الجانب الصحي بين من يحمل وعيا صحيا يتعامله مع الأمراض والحوادث في أسلوب الحياة .

¹ فؤاد علي الحاجز، دور التاريخية الترويحية في نشر الوعي الثقافي بين طلبة المدارس الثانويين من وجهة نظر معلمي التربية الرياضية بمحافظة غزة و سبل تطويره، (غزة، مجلة الجامعة الإسلامية، المجلد 17، 2009م)، ص ص 412-452.

² سهير محمد حسن، مرجع سابق، ص 3.

³ مالك بن نبي ود في 1 جانفي 1905م بقسنطينة، مهندس كهربائي 1937 من إعلام الفكر الإسلامي العربي واحد رواد النهضة الفكرية الأمية من أكثر المفكرين المعاصرين الذين نبهوا إلى ضرورة العناية بالمشكلات الحضارة كنت جهوده في بناء الفكر الإسلامي ، أنظر :حسن موسى محمد العقبي، مالك بن نبي وموقفه من القضايا المعاصرة رسالة لنيل درجة الماجستير في العقيدة و المذاهب المعاصرة، الجامعة الإسلامية بغزة، 2005م، ص، ص 28_29_30.

عبد المجيد الشكري، مرجع سابق، ص 113.⁴

⁵ حسيم محمد حسن، نرجع سابق، ص 8.

و قد وعى الإنسان أهمية الثقافة في تكوين ذلك الوعي -الوعي الثقافي - فأسس وجودها عبر السنين من خلال التراكم النوعي و الكمي للفعل الثقافي و الإنساني، و قد ختمت الرسائل برسالة المصطفى عليه السلام لبعض تلك الثقافة وبعدها الروحي فتعيدها إلى مكنونها الأخلاقي وتنقيتها مما لحق بها من شوائب، فالوعي الثقافي يرقى بالفرد إلى مستوى اجتماعي أفضل يعني الوعي بالحياة اليومية بما يشمل من عادات و تقاليد واعر ف وتدين وتفاعل وصور النشاط العام التلقائي المنظم¹.

مصادر الوعي الثقافي : هناك مصادر تمد الفرد بالوعي الثقافي أهمها الأسرة و المدرسة و المعلم و المكتبة، و المسجد و معظم المحاضن التربوية بالإضافة إلى المصادر الإعلامية المسموعة و المرئية².

سمات الوعي الثقافي:

■ **الأصالة:** الأصالة قد تكون في الطبيعة و في العمق التاريخي ونتيجة طبيعيه للانتماء و الإلتزام بالأصول النظرية و العلمية، فالمؤسسة الثقافية بما تحتزنها من عمق أدبي و إحاطة بالنهوض الأصيلة و العدالة الأخلاقية العالية قادرة بالانضمام الى جملة شروط على أن تصون هذا الوعي الثقافي من كل انحراف أو جمود أو أي حالة ذوبان في الآخر .

يوحي الوعي الثقافي في جنبه العقل الواعي المنفتح على الآخر و إهمال الجوانب الأخرى و كانت الأزمة مشكلة في الفكر و المنهج و المعرفة و أزمة شعورية نفسية في الفعل و السلوك فالنقد البناء المبني على التوجيه و الإرشاد يجب ان ينطلق ليغطي كل هذه الفروع .

■ **الجرأة و الشجاعة :** إن نقد العقل والمحتوى النفسي والفعل يتطلب من يجعل من الوعي الثقافي عاملا له أن يمتلك الجرأة و الشجاعة فأصحاب الرسائل و المحدثون الرواد عبر التاريخ بوعي ثقافي يصمد أمام القوى العاملة على تجنب الواقع و تجميد آفاق الناس إضافة إلى الإيمان و فتح الحوار .

الإعلان و الثقافة: تأثيرات وسائل الإعلام على الثقافة لا نقف عند حدود المحتويات التي تحملها هذه الوسائل و لكن يتعداها إلى التأثيرات التي تحدثها طبيعتها التقنية في حد ذاتها و قدرتها.

¹ ناصر علي مهدي، دور وسائل الاعلام في تشكيل الوعي الاجتماعي لدى الشباب الفلسطيني ، دراسة ميدانية على عينة من طلاب كلية الآداب جامعة الأزهر ، مجلة جامعة الأزهر بغزة، سلسلة العلوم الانسانية، المجلد 2، العدد 12، 2010، ص 148.

² فؤاد علي الحاجز، مرجع سابق، ص 436.

ثانيا: الحصص التلفزيونية الاجتماعية و تنمية الوعي الاجتماعي للمرأة

1/: المرأة المثقفة و الجامعية و أدوارها في المجتمع العصري .

تميزت المرأة عبر العصور القديمة والحديثة بمشاركتها الفاعلة في شتى المجالات، فلعبت دور الشاعرة والملكة والفقيهة والمحاربة والفنانة، ومازالت المرأة حتى العصر الحالي تتعب وتكد في سبيل بناء الأسرة و رعاية البيت، حيث يقع على عاتقها كأم مسؤولية تربية الأجيال وتحمل كزوجة أمر إدارة البيت و اقتصاده، و ذلك ما يجعل المهام التي تمارسها المرأة في مجتمعاتنا لا يمكن الاستهانة بها أو التقليل من شأنها .

و منذ بداية العقد العالمي للمرأة وحتى مؤتمر بكين عام 1996 ازداد الاهتمام بقضية تمكين المرأة و إتاحة الفرصة لها لممارسة دورها بفاعلية مثل الرجل، و المساهمة في صنع القرار في مختلف مجالات الحياة الثقافية، و الاجتماعية و السياسية و الاقتصادية و تتمثل أدوار المرأة بصفة عامة فيما يلي:

- في المجال الثقافي: إن العلم والثقافة مصدرا تنمية المرأة المسلمة و رقيها، فإذا كانت عالمة ذات ثقافة قدرت على النهوض بالمجتمع بالعمل و التعليم و التثقيف، فالأمة الإسلامية تعاني من المرأة المتعلمة المخيلة عن مبادئها و رسالتها بقدر ما تعاني من المرأة الجاهلة المستغرقة في الجهل، و لن يكون الحل إلا بالعلم و الوعي معا و أمام تحديات العصر لم يكفي تعليم المرأة و اعية بدورها و متسلحة بقدر ملائم من المعرفة و الثقافة و القدرات و المهارات الفنية و غيرها يقلل من خطر وسائل الإعلام في التأثير سلبا على المحيط الاجتماعي الذي تتفاعل في داخله المرأة¹، و تعيش في عدد من الصراعات الثقافية و الاجتماعية و الاقتصادية المختلفة لأنها تمتلك قوة النقد و التمييز بين الصالح المفيد للمجتمع و الفاسد .

- في المجال الاجتماعي: ليست مشكلة المرأة الاجتماعية و غير الاجتماعية شيئا نبهته بمعزل عن مشكلة الرجل، فهما يشكلان مشكلة واحدة هي مشكلة الفرد في المجتمع، فلئن كان الرجل قد أتى في مجال الفن و العلم بالمعجزات، فإن المرأة قد كونت الرجال، فينبغي ألا تكون مشاركة المرأة في القضايا الاجتماعية بدافع مصلحة المرأة وحدها، بل بدافع من حاجة المجتمع و تقدمه الحضاري، لكن الامر الأهم في المجتمع الإسلامي أن عمل المرأة في النشاط الاجتماعي يساهم في تجاوز الحاجز النفسي المتعلق بوضعها الاجتماعي، لأن عملها يكون لخير المجتمع و تعلم أن خير الناس أكثرهم نفعاً، فهو يرفع مستوى الوعي

¹ طلال مشعل، ما هو دور المرأة في المجتمع، <http://mawdo03.Com>، تاريخ التصفح 2014_3_12س 0015..

الذاتي للمرأة .

- دور المرأة في القوات المسلحة: أصبح عدد النساء في بعض الجيوش مقاربا لعدد الرجال، و تختلف النسب المئوية بين عدد الرجال و النساء من دولة إلى أخرى، و ذلك وفقا للحاجة و الحوافز و القوانين التي تعني بانضمامهن للقوات المسلحة، و تتراوح في عدة مجالات، كالإدارة، و أماكن المراقبة، و الصحة و الهندسة، و الإطفاء دراسة المواقب، و مازال عدد البلدان التي تعطي للنساء مهامًا نشطة في الجيش و الجهات الفاعلة قليلا، بالرغم من بلوغهن لرتب عسكرية عالية و تسلمهن لمهام مختلفة في جيوش العالم¹.

- دور المرأة في الطب: منذ القدم كان للنساء دور أساسي في الرعاية الصحية، و ذلك من خلال التمريض، و استعمال الأعشاب الطبية، و تأمين العلاجات المنزلية، و اليوم نرى النساء ينافسن الرجال في المهنة ، و لكن بالرغم من ذلك نرى اختلافات في الاختصاص الطبي بين الجنسين إذ تفضل النساء التخصصات التي تتلاءم مع حياتهن العائلية، لذا فإنهن يفضلن اختيار الطب العام أو طب الأطفال أو الطب النفسي على تخصصات الجراحة و القلب، وتشير الإحصائيات إلى أنه بحلول عام 2017 م قد يصبح عدد الطبيبات الإناث يفوق عدد الأطباء الذكور، بما تجاوزه صعوبات دراسية و مجتمعية و اثباتهن لجدارتهن و كفاءتهن نرى اليوم طبيبات يتولون إدارة المستشفيات بطريقة ناجحة، و يحصلن على جوائز نوبل لانجازتهن الطبية بعد أن كان المجتمع يشكك في قدرتهن على مزاولة هذه المهنة².

و تعتبر المرأة المثقفة الحصن الحصين الذي يعتمد عليه في تأسيس أهم أركان المجتمعات ألا و هي الأسرة، فقد قال سقراط: "عندما تثقف رجلا، تكون قد ثقفت فردا واحدا، و عندما تثقف امرأة فإنما تثقف عائلة بأكملها"³، فالمثقف أو المثقفة لا يعيشان في واقع من فراغ بل هناك أفراد و جماعات يتأثرون بهم و يتأثر بهما، التأثير ينتج عن بيئة الحياة و الثقافة المشتركة و التحديات القائمة في هذا المجتمع أو ذلك غير أنه

يفترض ان تكون نظرة المثقف مختلفة كلية عن النظرة العابرة، ذلك ان نظرتهم ستكون أعمق بقدر فهمه لواقعه و تحمل مسؤوليته اتجاهه و تلك المسؤولية ترتبط بجانبين مهمين اولهما جانب النقد، و الآخر جانب تقديم الحلول في جانب النقد ينبغي على المثقفة أن تلتمس مشاكل مجتمعتها في مختلف الجوانب، و عليها أن تدعم نظرتها الناقدة بالكم الكافي من المعلومات و المعرفة حول أسبابها من مختلف الجوانب، بحيث تكون نظرتها الناقدة موضوعية و مكتملة، لكن في نفس الوقت ينبغي على أي مثقفة أو أي امرأة تطمح أن تكون مثقفة

¹ طلال مشعل، نفس المرجع السابق، ص 44.

² ثقافة المرأة، Com .http:// mawdo03، تاريخ التصفح 02.03.2012. 14:00.

³ الهام الحدابي، المثقفة و دورها اتجاه المجتمع، ، gwf. http://pens /1232-Online .org، 11_2017_م، س 16:30.

بشكل حقيقي أن لا تقف نظراتها الناقدة عند مستوى النقد، بل يجب عليها أن تتعدى ذلك الدور الأهم

الذي يرتبط بتقديم الحلول المناسبة لتلك المشاكل التي لاحظتها أثناء تبعها لاحتياجات المجتمع .

وحتى يكون دور المثقفة واعيا ومكتملا اتجاه المجتمع ينبغي أن تتطرق في رؤيتها لذلك الدور على ثلاثة محاور:

المحور الأول: يرتبط بالدور العام اتجاه المجتمع.

المحور الثاني: يرتبط بدورها الجزئي الذي يرتبط بمجتمعها الخاص المرتبط بتخصصها الدراسي أو المهني .

المحور الثالث: فيرتبط بالمثقفة بشكل شخصي .

أولا الدور العام : المثقف هو عين المجتمع التي توجهه صوب الطريق الصحيح و المنفعة العامة، لذا على المثقفة أن تركز على أهمية دورها في المجتمع في هذا الجانب من خلال تفعيل نظرتها الخاصة للأمور، والسعي الجاد لدراسة المشاكل الصغيرة التي يواجهها المجتمع قبل أن تتحول إلى ظواهر يصعب التعامل معها ، لكن أثناء تقديمها لتلك الروية النقدية اتجاه أي مشكلة صغيرة أو كبيرة ينبغي عليها أن تطبق بعض الشروط حتى تكون تلك النظرة مقبولة أكثر وذات تأثير أكبر، و من أهم شروط النظرة النقدية:

أ.الموضوعية : بحيث تتضمن شرح لمختلف الآراء الموافقة والمخالفة لتلك القضية و تقديم مقترحات الحلول من أكثر من طرف، و هذا يساعد المثقفة نفسها في التعامل مع تلك القضايا بشكل متوازن أثناء مناقشتها لها، و سعيها لإيجاد حلول مناسبة .

ب.الوضوح : يوجد إشكالية كبيرة نواجهها حاليا في جانب دور المثقفة، صحيح أنه لا يوجد عدد كبير من المثقفات اللاتي يستخدمن لغة خطاب عالية المستوى لاتصل عادة إلى الشرائح المستهدفة، و من هنا ينبغي ان نركز على ضرورة لأن تكون لغة الخطاب مناسبة لفهم الفئات المستهدفة بمختلف مستوياتها الثقافية حتى يتحقق الهدف من تلك النظرة الناقدة .

ج. تقبل الرأي و الرأي الآخر: ينبغي أن تتقبله و تبحث فيه فرما تضمن الحل الناجح، و الفكرة السديدة التي غفلت عنها لأسباب القصور البشري، و بتلك الخطوة يصبح دورها أكثر فاعلية في المجتمع .

د.تقديم الحلول : كثير من المثقفين والمثقفات يتوقف دورهم عند مستوى النقد، بل يجب ان يتجاوزوه إلى بان يقدموا حلول، ليس بالضرورة ان تكون تلك الحلول حلولاً قطعية بل هي أشبه بمقترحات قابلة للتطوير و البناء بما يفيد المجتمع .

ثانيا الدور الجزئي : يرتبط بشكل أساسي بالمجتمع الخاص بالثقافة و هو مجتمع التخصص الدراسي، أو المهنة، أو مجال الاهتمام، و تكمن أهمية هذا الدور أن النظرة الناقدة هنا سيكون تأثيرها أكبر، ليس لأنها تعتمد على معلومات تخصصية و حسب بل لأنها ستكون مركزة بشكل أكبر على الفئة المستهدفة، و ينبغي أن تتضمن النظرة الناقدة جميع الشروط التي ذكرناها سابقا من موضوعية، و وضوح، و تقبل للرأي الآخر¹.

2/ : دور التلفزيون الاجتماعي في بث القيم المرأة داخل الأسرة

يعتبر التلفزيون جزءا من التحولات الاجتماعية و التكنولوجية و القيمة، فلقد استطاع من خلال تغلغله و شدة تأثيره إضعاف و محدودية الوسائط الثقافية التقليدية، و تتناقض المادة التلفزيونية الترفيهية المستوردة مع القيم الفكرية و الأخلاقية و الاجتماعية و الدينية السائدة و هذا بهدف " تحقيق التحديث و لاختراق البنيات القديمة و تغيير النسق القيمي التقليدي، و ذلك كمقدمة لتحقيق المجتمع المدني²، و لقد كان لانتشار الفضائيات و تعددها عبر مختلف المجتمعات أهدافا تخدم مصمميها و لم يكن عملا عشوائيا ، و لقد تبين أنها تعمل على " تشكيل العقول و التلاعب باتجاهات الرأي العام و توجيه رغبات الناس بما يوافق سياسات أصحاب هذه المخططات و مصالحها في الدول الصناعية الغربية و في مقدمتها الولايات المتحدة الأمريكية "، و هذا من خلال الهيمنة على الاتصال الدولي بامتلاكها أكبر المؤسسات الإعلامية و التجارية العالمية³.

و باعتبار التلفزيون مؤسسة من مؤسسات التنشئة الاجتماعية تعمل على بث القيم و الأفكار و الثقافة من خلال الأفلام والمسلسلات وحتى أفلام الكرتون أصبحت تنزع الأسرة في توجيه أفرادها إلى قيم جديدة ، و إذا تعارضت القيم التلفزيونية و القيم الأسرية" فان القيم المتوحدة داخل الأسرة إن كانت محكمة تحتل الأفضلية لدى الطفل"⁴ و لقد بينت دراسة لبنانية أثر المضامين الثقافية و الاجتماعية و القيمة التقليدية على المجتمع العربي في السنوات التي دخلت فيها العولمة الاقتصادية و الثقافية ما يلي⁴:

■ عكس الإعلانات التلفزيونية التي تبث في قنوات التلفزيون المحلي القيم الاجتماعية و الثقافية لهذه المجتمعات.

¹ الهام الحدابي، نفس المرجع.

² أديب خضور، سيكولوجيا الترفيه، مرجع سابق، ص 53.

³ طه عبد العاطي نجم، مرجع سابق، ص 210.

⁴ سعيد بن مبارك آل الزعير، مرجع سابق، ص 118.

- وعي الجمهور بالقيم الاجتماعية و الثقافية التي تحملها المضامين الإعلامية.
- ان ثمة اختلافات كبيرة و واضحة بين الإعلانات الأمريكية و الإعلانات العربية .
- ظهور قيم غربية من خلال القنوات الفضائية إلى جانب القيم الاجتماعية و الثقافية الوطنية.

و لقد استطاع التلفزيون أن يوفر لوكالات الإعلان الدولية المناخ الملائم لنشر قيم المجتمع الاستهلاكي التي تعرض لثقافة جديدة على شعوب تحاول أن تحتفظ بذاتيتها و خصوصياتها الثقافية¹، و لقد كان حتما على المجتمعات العربية أن تدخل مجتمع المعلومات لتحديث الحياة الاجتماعية و الاقتصادية و الثقافية و تهيئة أوضاعها بالاندماج في البيئة الدولية الاقتصادية و السياسية في ظل أوضاع تتسم بسرعة التقدم التكنولوجي و غزارة تدفق المعلومات، كل هذا لا يخدم مصالح المجتمعات العربية و لا تلبي حاجياتها الثقافية لأنها ليست وليدة ظروفه و بيئته فهي تحمل قيم و عادات و ثقافات غريبة عن المجتمع العربي المسلم بحيث يحس الفرد بالغتراب أمام ما تبثه البرامج فهي تحمل في طياتها مؤشرات الإرث الاستعماري، فما فائدة توسيع شبكات البث التلفزيوني بما أنها سموم غريبة تحطم المجتمع العربي باسم التنمية الشاملة، و كيف تحقق الانسجام الاجتماعي وتدعم العلاقات الاجتماعية و هي حاملة بذور فناء تلك المجتمعات، فما يتركه التلفزيون خاصة بعد ظهور الفضائيات ضاعف من قوة التأثير على الأفراد و الجماعات و المجتمعات في مجالات القيم و العادات و السلوك ، فما تقدمه الفضائيات من برامج تحمل معها قيما و عادات و أنماط السلوك تترك آثارها على الفرد و المجتمع على المدى البعيد و تحمل في طياتها كميات من العنف و الجريمة و القيم الغربية عن مجتمعاتنا التي تعزز في أحيان كبيرة كثرة روح الفردية سيكون لها تأثيراتها على المجتمعات العربية² التي ستغير نسيجها ببطء و لكنها تأثيرات تراكمية ستقود مستقبلا إلى تغيرات نوعية في قيم و سلوك و عادات المجتمعات العربية، و يقول الدكتور خير الدين حسيب عن مستقبل الأمة العربية إن القيم و الثقافة هي الغاية و المستجدات التكنولوجية يجب أن لا تتخطى دورها كأداة و يجب أن تبقى القيم و الثقافة هي الرقيب على حدود استخدام و تعظيم العائد لأي أداة، و يؤدي تجاهل ذلك بالتأكيد إلى اغتراب الإنسان و قوة العمل في وسطها التكنولوجي و إلى إثارة سلبية على الاستقرار الاجتماعي و لقد بين لنا التاريخ العديد من فشل تجارب التحديث السريع عندما أهملت القيم الثقافية³، فالقيم جزء من البناء الاجتماعي ، و جزء من الثقافة و مادامت أحوال المجتمعات تخضع لقوانين اجتماعية تمر بها فإن القيم تتأثر بما يتأثر به المجتمع و ترجع أهمية

¹ مجموعة من الباحثين، العولمة و تداعياتها على الوطن العربي، ط1، مركز دراسات الحدة العربية، لبنان، 2003، ص 169.

² صال خليل أبة أصبع، الاتصال و الاعلام في المجتمعات العربية، ط5، دار المجذلاوي للنشر، الأردن، 2006، ص 25.

³ حسيب خير الدين، " مستقبل الأمة العربية"، المجلة الجزائرية للاتصال، الجزائر، العدد 8، 1992، ص 35.

التنشئة الاجتماعية إلى أن البناء الاجتماعي يهدف إلى تحقيق التوازن بين التأثيرات الثقافية و أساليب الضغط الاجتماعي لدى الأفراد أعضاء البناء، و إلى إيجاد التوافق بين حاجات الشخصية و مطالب البناء الاجتماعي و إلى إيجاد نوع من السلوك يحقق رغبات الأفراد و يرضي عنه الآخرون¹ و ينصب تأثير التلفزيون على الثقافة و التي تتمثل بأنماط القيم و الاتجاهات و الأفكار و السلوك الإنساني، إلا أن هذا التأثير لا يكون فوراً بل على فترات زمنية قد تطول أو تقصر وفقاً لطبيعتها و مدى تغلغلها في الفرد أو الجماعة فعن طريقه يتزود كثير من الناس بال ازد الثقافي و المعرفي فضلاً عن كونه وسيلة فعالة للتعليم و الوعي الاجتماعي و السياسي ، و نتيجة العولمة في عصر الحداثة و التفكك الثقافي انعكس على التلفزيون فأصبح "دور التلفزيون في بناء و تكوين الهويات الثقافية معقداً و متناقضاً بصورة متزايدة .

و تتمثل الآثار السلبية للتلفزيون فيما يتعلق بالجانب القيمي في خلخلة الكثير من القيم التقليدية و التشكيك فيها و هذا بإظهار المجتمعات الغربية على أنها تسمح للفرد القيام بما لا يسمح به في مجتمعاته و هذا بتعويده على الوسائل المحرمة و الترويج للعنف و الجريمة و الجنس و تفجير الغرائز و البحث عن سبل غير شرعية لتصرفها وذلك من خلال ما تعرضه في أفلام من استغلال مثلاً جسد المرأة و عرضها في ادوار لعرض مفاتها لجذب أكبر عدد من المشاهدين، فهو يساهم في بث قيم الرذيلة والانحلال الخلقي المنافي للفضيلة الإنسانية السليمة فالأنثى ليست قيمة جمالية بذاتها بل هي موضوع للرجل²، و من هذا المنطلق يث التلفزيون المرأة الأنثى المشتهاة و المرغوب فيها من خلال لباسها الغربي الأمريكي الفاضح و من خلال سلوكياتها الجريئة كركوب الدرجات النارية و شرب الخمر و الرقص ... الخ، و لما كان دور المرأة هام و أساسي في المجتمع ركزت البرامج الغربية على المرأة و فكرة تطويرها و تحريرها "فالمرأة تدخل في صميم نسيج المجتمع ، في الاقتصاد و الثقافة ، في العمل و القيم ... أن كل ما بحث اليوم في العولمة يجر المرأة إلى قلب المعركة يجعل لها مصلحة في أن تتحرر و يضع بين أيديها أسلحة ، المرأة هي التي تحرر نفسها³، فانتشرت قيم التحرر و المساواة بين المرأة و الرجل في المجتمعات الغربية أسوة بالمرأة في المجتمعات الغربية.

و في دراسة جوان تيرني حول المراهقين و التلفزيون الكندي تبين أن تقليد المراهقين للممثلين و الممثلات في بعض العادات السيئة مثل التدخين و السرقة و المخدرات و إثارة الغرائز الجنسية و تقليد مشاهد العنف

¹ سعيد بن مبارك آل الزعير، مرجع سابق، ص 115.

² راسم محمد جمال، مرجع سابق، ص 113.

³ مجموعة من الباحثين، العولمة و التحولات المجتمعية في الوطن العربي، إشراف عبد الباسط عبد المعطي، ط3، دار الكتاب، مصر، 2005، ص 2.

التي تصدر عن بعض الممثلين في المسلسلات و كذلك تقليد الفتيات لماكياج و لبس بعض الممثلات¹. و في دراسة تحليلية لمضمون الأجنبي في التلفزيون المصري أظهرت النتائج أن القيم السلبية تشكل 47% من مجموع القيم التي عكسها هذا المضمون ،حيث يركز على دور الفرد بصفة أساسية دون النظر إلى المجموع ويستخدم القوة و العنف كوسيلة لحل الصراع و تزداد خطورة هذا المضمون على المشاهدين خاصة الأطفال حيث يركز على جوانب العنف و الجريمة و يروج لجوانب الانحلال الخلقي و يبرر ضعف الروابط الأسرية و انفصال الآباء عن الأبناء²، و في دراسة لبنانية حول قيم الانتماء الوطني و القومي فقد أظهرت إحدى الدراسات التي تناولت تأثير التعرض للدراما الأجنبية على أدراك الشباب اللبناني للواقع الاجتماعي أن 36% من العينة يعتقدون انه ليس من المهم أن يكونوا لبنانيين و 28% من العينة أنهم لا ينتمون إلى المجتمع اللبناني و 12% منهم صرحوا انه لو أتاحت لهم الفرصة لذهبوا إلى الخارج بدو عودة إلى لبنان³، و قد تؤدي الأفلام المستوردة إلى خلخلة النظم الاجتماعية في دول العالم الثالث من خلال تحطيم نظم القيم السائدة فيها و استبدالها بنظم قيمية غريبة و بالتالي يصبح التلفزيون " احد المؤسسات الهامة و المؤثرة في بناء ثقافة أي مجتمع و تبعيتها يؤدي بالضرورة إلى تبعية ثقافية"⁴.

إن الخلل القيمي و الثقافي الذي أحدثه التلفزيون من خلال البرامج الغربية و الفضائيات المنتشرة في سماء المعمورة وصل إلى كل أفراد الأسرة من الطفل إلى المراهق إلى المرأة إلى الرجل، و لقد أثبتت الدراسات الحديثة خطورة القنوات الفضائية لما تبثه من مسلسلات أجنبية فاضحة على النظام التعليمي و الاجتماعي و الاقتصادي مثلا ففي دراسة أعدها مركز دراسات المرأة و الطفل بالقاهرة على 1472 فتاة و سيدة مصرية تبين أن الأفلام التي يشاهدها 85%، و 75 % بها مشاهد جنسية ، 85% أفلام عنف و حروب، 23 % أفلام فضاء، 68% أفلاما عاطفية قديمة و حديثة ، 21% أفلاما أخرى، 6 % فق من عينة البحث يشاهدون نشرات الأخبار و برامج ثقافية و ترفيهية⁵، و لأن هناك تأثير و تأثير بين الأوضاع الاجتماعية و الثقافية و الاقتصادية و السياسية من جهة و التلفزيون من جهة أخرى هذا ما يفسر " أن مشكلة المادة الإعلامية في مختلف جوانبها هي في الأصل احد جوانب الخلل في التنشئة و التربية و اذا كان للتلفزيون من سلبيات فهو مظهر من سلبيات الواقع الاجتماعي و التربوي⁶، و هذا يدل على تخلي المجتمع على قيمه و ثوابته و السعي إلى التمسك بقيم جديدة كمظهر من مظاهرها لحداثة و العصرية و هذا ما يبرر

2 زكريا عبد العزيز محمد، التلفزيون و القيم الاجتماعية للشباب و المراهقين، مركز الاسكندرية للكتاب، مصر، 2002، ص 67.

2علي سيد رضا، تدفق البرامج عبر تلفزيون مصر ، رسالة لإعداد شهادة ماجستير، كلية الاعلام، جامعة القاهرة، دت، ص 267.

4 راسم محمد جمال، مرجع سابق، ص 165.

4 سلوى عثمان عباس الصديقي، أميرة منصور يوسف علي، الاتصال و الخدمة الاجتماعية، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2005، ص 28.

5 علاء زهير الرواشدة، العولمة و المجتمع، دار الحامد للنشر و التوزيع، الأردن، 2007، ص 94.

6 المكتب التنفيذي لمجلس وزراء العمل و الشؤون الاجتماعية، مرجع سابق، ص 27.

منافسة التلفزيون للأسرة و المدرسة في تنشئة الأطفال و تكوين عقولهم و توجيه سلوكهم و لم يتوقف الأمر على الأطفال فقط فحسب، بل تعددت البرامج و الأهداف و بالتالي أساليب التشويق و الانتباه إلى مختلف الفئات العمرية سواء كانوا ذكورا أو إناثا، و يرى بعض خبراء الاتصال "أن تأثير التلفزيون على الحياة قد تجاوز فاعليته كل ما عرفته الحضارة لمساهمته الفاعلة في نشر الثقافة و تعميم المعرفة و تبادل المعلومات و الخبرات بين شتى البيئات كوسيط سمعي و بصري تجاوز حدود الزمان و المكان"¹، و رغم التأثير السلبي للتلفزيون عن طريق عرض بعض القيم السلبية و التي لا تتفق مع قيم و أخلاق المجتمع العربي إلا أنه من خلال الاستخدام السليم و التخطيط العلمي لبرامجه يمكن تدارك مثل هذا التأثير و عرض قيم ايجابية تتفق والقيم العربية، ففي دراسة سودانية اتضح أن التلفزيون يساهم في تدعيم القيم الايجابية بدرجة كبيرة بنسبة 44.63% من أفراد العينة²، و طبيعة القيم مرتبطة بنوعية و أهداف البرامج المعروضة و حتى طبيعة الفضائيات المعروضة فيها، فهناك من البرامج التلفزيونية تحت على بر الوالدين و تقديم الخير و الإحسان عن طريق ما تقدمه من مشاهد مأساوية لفقراء أو مصابين أو منكوبين في حوادث، و لقد بينت إحدى الدراسات أن البرامج التلفزيونية ساهمت في زيادة معرفة الأطفال بالقيم الإسلامية و ترسيخها لديهم كقيم الأدب في الحديث و الصدق و الأمانة و العطف على الفقراء³ كما يساهم التلفزيون إلى جانب الأسرة في تغيير سلوك الفرد التربوي، و يشاركها في القيام بوظائفها التربوية التي يحملها من خلال البرامج التي يقدمها لأف اردها، و القيم التربوية التي يحملها التلفزيون من خلال برامجه تعمل على "نشر المعرفة على نحو يعزز النمو الثقافي، و تكوين الشخصية و اكتساب المهارات و القدرات في كافة مراحل العمر"⁴ و يمكن تحديد القيم التربوية للتلفزيون من خلال:

- تبصير الفرد بما يدور حوله داخل المجتمع و خارجه.
- التعلم و يكون في معظم صوره بشكل غير مباشر.
- العمل على تنمية المجتمع و النهوض به.
- تعلم و اكتساب مهارات و اتجاهات و قيم و استعدادات جديدة.
- القضاء على الشائعات التي قد تهدد المجتمع عن طريق توضيح المعلومات من خلال تصريحات المسؤولين أو المتخصصين للقضاء عليها و توضيح الموقف فيعمل على ربط الفرد بمجتمعه و العالم من حوله و نشر الثقافة و المعرفة و متابعة النشاط الفكري و تقوية الشعور القومي و النهوض بالمجتمع

¹ عبد الرزاق محمد الدليمي، مرجع سابق، ص 27.

² محمد محمود المرسي، مرجع سابق، ص 166.

³ زكريا عبد العزيز محمد، مرجع سابق، ص 61.

⁴ شون مايكابرید و آخرون، مرجع سابق، ص 52.

و معالجة المشكلات الاجتماعية و توعية و توجيه الرأي العام و تنمية المواهب من خلال البرامج الموجهة المتخصصة¹ .

■ كما يساهم في بث قيم خاصة بالحياة العامة كالصحة و نحو الأمية و تنظيم الأسرة و هذا بتوعية أفراد المجتمع بأبعاد مشكلات هذه المجالات و تقبل أفكار و أساليب جديدة و بالتالي تبني ممارسات جديدة من أجل التحول نحو مواقف أكثر ايجابية فهي إذن" تساهم في التوازن الاجتماعي للمجتمع أي أن لها نتائج تنعكس على المجتمع ككل"²، لأن الدور الذي يؤديه ليس موجها للأفراد كأفراد بل باعتبارهم كائنات اجتماعية مرتبطة ببيئتها الاجتماعية ، و يتعرض الناس له أو يجتنبونه طبقا لمدى اتفاق الرسالة الموجه لهم أو تعارضها مع أرائهم و اهتماماتهم اليومية، لذلك يعتبر أداة للتوجيه و التنبيه نحو التمسك بمزيد من القيم و استعادة تراث و ثقافة الأمة العربية و الإسلامية و إذا خطط له لتحقيق الهدف في معالجة القضايا و المواضيع بكل عقلانية من قبل المتخصصين.

إن التلفزيون هو وسيلة تدعم ثقافة المجتمع و تعمل على نشرها و تعميمها فهي أداة تعمل على تزويد الأفراد بالأخبار و المعلومات و الحقائق الخاصة بمختلف القضايا الاجتماعية منها و الدينية و الثقافية و السياسية و الاقتصادية معتمدة في ذلك على الرموز و الألفاظ و الأصوات و الصور كقنوات لتمرير محتوى معين يتماشى و ثقافة الجماعة ، هو إذن وسيلة ناقلة للثقافة بين الأجيال بطرق ترفيهية و تثقيفية، و بما أن التلفزيون مؤسسة للتنشئة الاجتماعية تعمل على ترسيخ قيم المجتمع في الأفراد، فقد ترتبت نتائج اجتماعية على ذلك و منها³:

- إن نسق توجيهات القيم المتوحد بها يساعد على استقرار نسق السلوك، أي تكامل أهداف الشخصية مع أهداف الجماعة.
- إن القيم المتوحد بها و المشتركة تساعد على فهم المرء ادوار السلوك فهما واضحا وأدائها ناجحا.
- إن اكتساب القيم يساعد على الارتباط بالجماعة و تكوين شعور بالتماسك الجماعي و إيمان الشخص بالمعايير و السنن الاجتماعية.

¹ سميرة أحمد السيد، مرجع سابق، ص 100.

² أنجي وارك و آخرون، مرجع سابق، ص 254.

³ سعيد بن مبارك آل الزعير، مرجع سابق، ص 117.

خلاصة:

إن التلفزيون الاجتماعي وسيلة ترفيهية و تثقيفية معا استطاع أن يغير من سلوك الأفراد و توجهاتهم و قيمهم و حتى طبائعهم إلا أن هذا التغير ليس ايجابيا دائما و لا سلبيا كليا إذ تختلف طبيعة التأثير باختلاف طبيعة البرامج المشاهدة و بأهداف أصحابها ويرتبط أيضا بساعات المشاهدة و كيفية استعماله فهو سلاح ذو حدين إذا أحسن استعماله ساهم في تنمية المجتمع و تطويره و انفتاحه و إذا أسئ استعماله دمر الفرد و المجتمع معا، بل يتحول إلى وسيلة للغزو الثقافي في عصر تتنافس فيه الفضائيات لتمرير أفكارها و تحقيق أهدافها المعلنة و الخفية.

الفصل الرابع: الأسس المنهجية للدراسة

أولاً: الدراسة الاستطلاعية

ثانياً: المنهج المتبع

ثالثاً: العينة و مواصفاتها

رابعاً: مجالات الدراسة

خامساً: أدوات جمع البيانات

خلاصة

تمهيد:

و سنتطرق في هذا الفصل إلى التعريف بمنهج البحث، الدراسة الاستطلاعية و نتائجها عرض مجتمع البحث و عينته و حدود الدراسة، مع تحديد متغيرات الدراسة و في الأخير عرض الأساليب الإحصائية المستعملة في البحث.

1. الدراسة الاستطلاعية:

موضوع بحثنا حول: " البرامج التلفزيونية الاجتماعية واثرها على نشر الوعي الاجتماعي للمرأة " عبارة عن دراسة وصفية تحليلية لآراء مجموعة من النساء المواقبات على مشاهدة البرامج التلفزيونية الاجتماعية.

أ. ماهية الدراسة الاستطلاعية:

إن الدراسة الاستطلاعية من الطرق و المناهج العلمية المتبعة من أجل الوصول إلى نتائج مضبوطة و دقيقة انطلاقاً من مبادئ منهجية لدراسة علمية و الأهداف التي أردنا الوصول إليها من خلال هذه الدراسة الاستطلاعية .

ب. أهداف الدراسة الاستطلاعية:

- التحقق من صدق و ثبات الاستبيان و صلاحية قبل استخدامه و تطبيقه على عينة الدراسة الأساسية.
- التعرف على مدى تقبل المبحوث الاستبيان.
- التدريب على تطبيق الاستبيان لجمع البيانات و ضبط المدى الزمني.

ت. فوائد الدراسة الاستطلاعية:

- التأكد من ثبات أداة الدراسة.
- معرفة مدى تحقيق و انجاز الفرضيات.
- معرفة مدى وضوح الموضوع .
- معرفة المشاكل و الصعوبات التي قد تواجهها خلال الدراسة.
- معرفة مختلف العمليات الإحصائية المستعملة للحساب و هذا ما يسهل علينا التعامل معها أثناء إجراء الدراسة الأساسية.

ج. عرض نتائج الدراسة الاستطلاعية:

- ضمان السير الحسن لعملية البحث الأساسية.
- الوصول إلى أفضل الطرق لتطبيق أدوات البحث التي تؤدي بدورها إلى الحصول على نتائج

صادقة.

- معرفة الصعوبات و المشاكل التي قد تواجهنا خلال إجراء البحث .
- اختيار العمليات الإحصائية المناسبة للدراسة .
- مدى فهم عبارات الاستبيان و قد أجمعت الآراء على وضوح و فهم جميع العبارات.
- قمنا بزيارة ميدانية ، حيث قابلنا أفراد المجتمع الدراسة وتم طرح مجموعة من الأسئلة لغرض تقصي الحقائق والحصول على معلومات كافية عن المجتمع الأصلي للدراسة ، و لقد وجدنا الدعم الكبير والتفهم من كل من مدير التكوين المهني لحي مئة دار مما سهل من مهمتنا كثيرا عند القيام بالجانب التطبيقي.

2. المنهج المتبع:

منهج البحث: إن مناهج البحث تختلف في البحوث الاجتماعية باختلاف مشكلة البحث و أهدافها، فالمنهج "هو عبارة عن مجموعة من العمليات والخطوات التي يتبعها الباحث بغية تحقيق بحثه¹. ففي مجال البحث العلمي يعتمد اختيار المنهج السليم و الصحيح ، لكل مشكلة بحث بالأساس على طبيعة المشكلة ومن هذا المنطق فموضوع بحثنا يملئ علينا اختيار **المنهج الوصفي** الذي يعتمد على جمع البيانات الميدانية و من أحسن طرق البحث .

3. العينة و مواصفاتها:

مجتمع الدراسة: نقصد بالمجتمع جميع الأفراد أو الأشياء أو العناصر الذين لهم خصائص واحدة يمكن ملاحظتها و قياسها².

تم اختيار عينة الدراسة بطريقة قصدية عشوائية من الطالبات الجامعيات " جامعة عمار ثليجي بالأغواط" ، حيث بلغ المجتمع الأصلي حوالي 50 طالبة، وهن زميلات دراسة سهلن علينا اجراء البحث الميداني بتوزيع الاستمارات على امهاتهن وأخواتهن، خاصة في فترة تفشي وباء الكورونا.

4. مجالات الدراسة:

المجال المكاني: بالنسبة لمكان الذي تم توزيع فيه الاستبيان في:

أجريت الدراسة الميدانية الخاصة بتوزيع استمارات الاستبيان على مستوى جامعة عمار ثليجي بالأغواط

¹ رشيد زرواتي، تدريبات على منهجية البحث العلمي في العلوم الاجتماعية، ط 1، ديوان المطبوعات الجامعية الجزائر ، 2002، ص 119.
² رجاء محمود أبو علام ، مناهج البحث في العلوم النفسية و التربوية، ط 5، دار النشر للجامعات، 2006، ص 145.

المجال الزمني: أما عن زمن إجراء الدراسة فقد كان في سبتمبر 2020 ، تم من خلالها توزيع و استرجاع استمارات الاستبيان على عينة زميلات الدراسة كونها نساء يمكن إجراء الدراسة عليهن لضرورة اقتضاها انتشار وباء كورونا.

5. أدوات جمع البيانات :

الاستبيان: استعملنا الاستبيان كأداة لجمع المعلومات و البيانات المختلفة حول المتغيرات التي تشكل موضوع البحث، كون أن الاستبيان ، كما جاء تعريفه في كتاب "أصول البحث العلمي" لحسين عبد الحميد رشوان: " أنه وسيلة من وسائل جمع البيانات انتشرت في كثير من البحوث النفسية و الاجتماعية، و يأتي ذلك عن طريق استمارة أو كشف يضم مجموعة من الأسئلة المكتوبة حول موضوع البحث و التي توجه للأفراد بغية الحصول على بيانات موضوعية و كمية و كيفية، من جماعات كبيرة الحجم و ذات كثافة عالية و يقوم المحبب المبحوث بالإجابة عليها ، و غالبا ما تقوم الإجابة على اختيار واحد من عدد الاختيارات"، تم تحضير الاستبيان انطلاقا من أهداف و فرضيات البحث¹.

و قد تقيدنا بالشروط الواجب إتباعها عند وضع الاستبانة مثل: وضع عنوان للاستبانة، مراعاة وضع تعليمات تحوي على الهدف من إجراء الاستبانة ... الخ.

في هذا البحث تناولنا تقنية الاستبيان الذي يعتبر من أنجع الطرق للتحقيق حول الرأي العام ومن أنسب الطرق لتحقيق من الإشكالية التي قمنا بطرحها، كما يسهل علينا جمع المعلومات المراد الوصول إليها انطلاقا من الفرضيات السابقة .

و تضمن الاستبيان قائمة الأسئلة ، يجاب عليها بعلامة داخل الخانة المختارة، و هي موجه إلى أفراد العينة من أجل الحصول على معلومات حول الموضوع أو المشكلة المراد دراستها.

و قسمناه إلى محاور بحسب مقتضيات الإشكالية و فرضيات البحث.

المحور الأول: و يتعلق بكثافة المشاهدة و يحتوي على 13 أسئلة.

المحور الثاني: و يتعلق بالطابوهات المطروحة و القضايا المتنوعة و يحتوي 10 أسئلة .

صدق الأدلة: صدق الاستبيان يعني التأكد من انه سوف يقيس ما اعد لقياسه.

كما يقصد بالصدق شمول الاستبيان لكل العناصر التي يجب أن تدخل في التحليل من ناحية ، و وضوح فقراتها و مفرداتها من ناحية أخرى بحيث تكون مفهومة لكل من يستخدمها.

¹ حسين عبد الحميد رشوان، أصول البحث العلمي ، مؤسسة شباب الجامعة، الاسكندرية، 2003، ص 167.

ثبات الأداة: إن ثبات أداة الدراسة يعني التأكد من أن الإجابة ستكون واحدة تقريبا لو تكرر تطبيقها على الأشخاص ذاتهم في أوقات مختلفة.

و لحساب ثبات عبارات الاستبيان اعتمدنا على طريقة: الاختبار

- إعادة الاختبار، و ذلك بحساب معامل الارتباط الذي يمثل الثبات، حيث اعتمدنا في هذه الطريقة على توزيع أداة البحث مرتين على نفس العينة تحت ظروف مشابهة قدر الإمكان، ثم نقوم بحساب معامل الارتباط بين نتائج التطبيق الأول و نتائج التطبيق الثاني، و يشير هذا الأخير إلى ثبات الأداة و يعرف كذلك بمعامل الاستقرار، حيث طبق الاستبيان على عينة قوامها 20 طالبة، يبين معاملات الثبات لأبعاد الاستبيان.

أبعاد الاستبيان	معامل الثبات	الصدق الذاتي
الفرضية الأولى	0.68	0.92
الفرضية الثانية	0.85	0.92

معامل الصدق الذاتي = معامل الثبات

و يلاحظ من الجدول السابق أن معاملات الارتباط لكل بعد و التي تمثل ثبات هذا الاستبيان مرتفعة و قوية و هذا ما يعكس ثبات الاستبيان بدرجة معينة.

خلاصة :

من خلال ما تم عرضه في هذا الفصل نكون قد أوضحنا أهم الإجراءات الميدانية التي قمنا بها من أجل التحقق من صدق الفروض و مدى تحققها على أرض الواقع و نكون بذلك قد أزلنا اللبس أو الغموض عند بعض العناصر و التي وردت في هذا الفصل، كما تأكدنا من شروط صحة الاستبيان المتمثلة في الصدق و الثبات التي كانت درجة عالية تسمح لنا بالوثوق في النتائج التي نتوصل إليها.

الفصل الخامس: عرض و تحليل و مناقشة النتائج

تمهيد

أولاً: عرض نتائج جدول الاستبيان

ثانياً: البيانات الشخصية

ثالثاً: عرض و تحليل و مناقشة الفرضية الأولى

رابعاً: عرض و تحليل و مناقشة الفرضية الثانية

خامساً: مناقشة نتائج الدراسة

استنتاج عام

النتائج والاقتراحات

تمهيد:

يتضمن هذا الفصل عرض و تحليل و مناقشة نتائج الدراسة الميدانية كما أفرزتها المعالجة الإحصائية للبيانات المتحصل عليها بعد تطبيق الأدوات على عينة الدراسة ، لغرض تحليل وتفسير النتائج ، حيث تمت المعالجة الإحصائية بالاستعانة بنظام (SPSS) الإحصائي .

عرض وعرض نتائج الجدول الاستبيان:

أولاً: البيانات الشخصية

السن:

الجدول رقم 1 يبين الفئة العمرية للمبحوثين

النسبة المئوية	تكرارات	
60%	30	29 – 20
40%	20	39 – 30
%100	50	المجموع

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن نسبة 60 % من المبحوثين يتراوح عمرهم بين 20 و 29 ،
و نسبة 40 % يتراوح أعمارهم 30 و 39 سنة.

3.الوضعية المدنية:

الجدول رقم 02 يوضح الوضعية المدنية

النسبة المئوية	تكرارات	
40%	20	عازبة
40%	20	متزوجة
20%	10	مطلقة
100%	50	المجموع

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن نسبة الكبيرة من المبحوثات التي تقدر ب 40% من المبحوثات تمثل فئة الطالبات المتزوجات والعازبات ، وتليها نسبة 20% من فئة المبحوثات هي من العازبة .

4.الوضعية المهنية:

الجدول رقم (03) يوضح الوضعية المهنية للمبحوثين

النسبة المئوية	تكرارات	
34%	17	عاملة
66%	33	ماكثة في البيت
100%	50	المجموع

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن نسبة المبحوثات التي تقدر ب66% و هي تأكد أنا أغلبية أفراد العينة ماكثة في البيت، ونسبة 34% عاملات.

ثانيا: عرض و تحليل و مناقشة الفرضية الأولى

تنص الفرضية : كثافة المشاهدة وتنوع الحصص الاجتماعية يساهم في رفع الوعي لدى المرأة و إنفتاحها.

السؤال 01: هل تشاهدين الحصص التلفزيونية الاجتماعية؟

الجدول رقم (04): يوضح كثافة المشاهدة و تنوع الحصص الاجتماعية

الاجابات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	50	%100
لا	000	%00
المجموع	50	%100

عرض نتائج الجدول:

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن نسبة 100% من أفراد العينة يشاهدون الحصص التلفزيونية الاجتماعية بشكل كبير و هذا دليل على تأثير هذا النوع من البرامج على المشاهد و لمس جانب من حاياته لهذا تستقطب النسبة الكبيرة من المشاهدات على غرار البرامج الأخرى.

من خلال ما سبق نستنتج أن البرامج الاجتماعية تعتبر أحد الأشكال البرنامجية التي تتمتع بالحيوية و المصداقية و الحيوية و الجاذبية و التفاعلية مع الجمهور.

السؤال 02 : هل تشاهدينها ؟

الجدول رقم (05): يوضح مدى مشاهدة الحصص

الاجابات	التكرارات	النسبة المئوية
دائما	17	34%
أحيانا	28	56%
نادرا	04	08%
المجموع	50	100%

عرض نتائج الجدول:

من خلال الجدول السابق نلاحظ أن نسبة 34% من أفراد العينة كانت إجاباتهم ب

دائما يعتبرون من المداومين على هذا النوع من البرامج ، وكما قدرت نسبة 56% الإجابات التي إجابة ب أحيانا و هي تقريبا لا تتوافق مع توقيت الراحة عندهم ، و كما تقدر نسبة الذين أجابوا ب نادراً 08% و هي نسبة ضعيفة تؤكد مدى جذب حصص الاجتماعية للمرأة.

من خلال ما سبق نستنتج أن نسبة المشاهد للبرامج الاجتماعية من طرف العنصر النسوي كبير الأغلبية يرو فيه باب لتوعية و تفادي أخطاء الغير و هو في الباب يغرس الوعي الثقافي و الاجتماعي بين النساء.

سؤال 03: ما هي القناة الجزائرية الخاصة المفضلة لديك؟

الجدول رقم(06): يوضح القناة الجزائرية الخاصة المفضلة

الاجابات	التكرارات	النسبة المئوية
النهار	17	34%
الشروق	31	62%
أخرى	02	0.4%
المجموع	50	100%

عرض نتائج الجدول:

من خلال الجدول (6) نلاحظ ان قناة الشروق احتلت الريادة في نسب قنوات التي تشاهد من خلالها المستجوبات الحصص الاجتماع بنسبة 62% تليها قناة النهار بنسبة 34% تليها القنوات الأخرى بنسبة 0,4%.

من خلال الجدول (6) نستنتج ان قناة الشروق هي أكثر القنوات جذبا للعنصر النسوي كونها تعتمد على غزارة انتاج الحصص التلفزيونية الاجتماعية .

سؤال 04: ما هو معدل مشاهدتك للحصص التلفزيونية الاجتماعية ؟

الجدول رقم(07): يوضح مدى معدل مشاهد الحصص الاجتماعية

الاجابات	التكرارات	النسبة المئوية
حصة كل أسبوع	28	56%
حصتين كل أسبوع	13	25%
ثلاثة فما فوق كل أسبوع	9	19%
المجموع	50	100%

عرض نتائج الجدول:

من خلال الجدول نلاحظ ان معدل مشاهدة الحصص الاجتماعية من طرف المبحوثات قد تليها 56 % بمعدل حصة واحدة اسبوعيا تليها نسبة 25% بمعدل حصتين اسبوعيا تليها 19% ثلاث حصص فما فوق اسبوعيا.

من الجدول (8) نستنتج ان غالبية النساء تشاهد الحصص الاجتماعية بمعدل حصة كل أسبوع دليل على ميول المبحوثات لحصة اجتماعية تعالج مواضيعهم وتستهدف قضايا تخصهم.

سؤال 05: ما هي الفترة التي تخصصونها للمشاهدة ؟

الجدول رقم(08): يوضح افضل فترة مشاهدة لهذه الحصص

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية
ليلا	29	58%
نهارا	21	42%
المجموع	50	100%

عرض نتائج الجدول:

من خلال الجدول (8) نلاحظ ان نسبة مشاهدة للحصص الاجتماعية ليلا قدرت ب 56% من المستجوبات في حين أن 2 من المستجوبات يشاهدون الحصص الاجتماعية نهارا .

نستنتج من الجدول (8) ان غالبية عينة الدراسة تشاهدن الحصص الاجتماعية ليلا كونها تكون قد انهت مهامها المنزلية و هو ما تشتغل عليه القنوات الجزائرية الخاصة.

سؤال 06: عند مشاهدتك للحصص التلفزيونية الاجتماعية، هل تشاهدها؟

الجدول رقم(09): يوضح مدى الحرص على مشاهدتها

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية
أثناء العرض الأول	22	45%
للحلقة أثناء الاعادة	17	34%
كلاهما معا	21	21%
المجموع	50	100%

عرض نتائج الجدول:

من خلال الجدول (9) نلاحظ ان 45% من المستجوبات يشاهدن الحصص الاجتماعية أثناء العرض الأول تليها نسبة 34 تشاهدن الحصص الاجتماعية أثناء الإعادة تليها نسبة 21% يشاهدن الحلقتين معا .

نستنتج مما سبق ان أغلبية المبحوثات يشاهدن الحلقة أثناء العرض الأول لاهتمامهن البالغ بهذا النوع من الحصص والفضول الزائد والتأثير الكبير للقضايا المطروحة في نفوس المبحوثات.

سؤال 07: من خلال مشاهدتك المكثفة للحصص الاجتماعية هل استطعت التعرف على بعض أحكام الدستور؟

الجدول رقم(10): يوضح مدى اطلاع العنصر النسوي على الدستور

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	29	59%
لا	21	41%
المجموع	50	100%

عرض نتائج الجدول: من الجدول(10) نلاحظ ان نسبة 59% من المبحوثات تمكن من معرفة بعض احكام الدستور تليها نسبة 41% من المبحوثات لم يتمكنو من التعرف على بعض احكام الدستور .

مما سبق نستنتج ان اكثر من نصف المبحوثات استطاعوا التعرف على بعض احكام الدستور من خلال

مشاهدتهن المكثفة للحصص الاجتماعية وهذا دليل على اهتمام الحصص الاجتماعية على توعية النساء وتبنيهم للنقاط التي يحتاجونها في الدستور.

سؤال 08: هل تعلمتي من خلال مشاهدتك للحصص الاجتماعية عن حقوقك؟

الجدول رقم(11): يوضح مدى توعية العنصر النسوي بحقوقهن

الاجابات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	28	56%
لا	22	44%
المجموع	50	100%

عرض نتائج الجدول:

من خلال الجدول (11) نلاحظ ان 56% من المبحوثات تعلمن الدفاع عن حقوقهن من خلال مشاهدتهن المكثفة للحصص الاجتماعية و نسبة 44% لم يتعلمن الدفاع عن حقوقهن من خلال المشاهدة المكثفة للحصص الاجتماعية .

مما سبق نستنتج ان اكثر من نصف المبحوثات تعلمن الدفاع عن حقوقهن من المشاهدة المكثفة للحصص الاجتماعية و هذا راجع لإهتمام هذه الاخيرة بهذا الجانب و توعية المرأة بضرورة الانتباه لبعض الحقائق و المرأة في مواجهة بعض المشاكل.

سؤال 09: هل كانت لك مشكلة مشابهة للمشاكل التي تطرح في الحصص؟

الجدول رقم (12): يوضح هل المشاكل المعروض تشبها مشاكل المبحوثين

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	19	39%
لا	31	61%
المجموع	50	100%

عرض نتائج الجدول: من خلال الجدول (12) نلاحظ ان 61% من المبحوثات لم تكن لهن مشاكل مشابهة للمشاكل المطروحة في الحصص الاجتماعية تليها نسبة 39 % من المبحوثات

لديهن مشابهة للمشاكل المطروحة في الحصص الاجتماعية.

مما سبق نستنتج ان غالبية المبحوثات لم تكن هن مشاكل مشابهة للمشاكل التي تطرح في الحصص الاجتماعية لتنوع القضايا المطروحة و ندرتها في المجتمع و جرأة بعض الحصص الاجتماعية في طرح بعض القضايا المطروحة تعتبر طابوهات و أغلب المجتمع لا يتقبلها و لا يصرح بها.

سؤال 10: هل خطر في بالك يوماً أنا هاته القضايا المطروحة في الحصص الاجتماعية أنها كاذبة؟

الجدول رقم (13): يوضح القضايا المطروحة في الحصص الاجتماعية

الإجابات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	19	38%
لا	31	62%
المجموع	100	100%

عرض نتائج الجدول: من الجدول (13) انلاحظ ان نسبة الذين لم يخطر في بالهم ان القضايا المطروحة في الحصص الاجتماعية كاذبة 62% من المبحوثات تليها نسبة 38% خطر في بالهم ان هذه القضايا كاذبة.

مما سبق نستنتج ان غالبية المبحوثات هن الثقة التامة بهته الحصص و يتأثرن بالقضايا المطروحة في هته الأخيرة.

سؤال 11: هل تتعاطفين مع القضايا المطروحة في الحصة الاجتماعية ؟
الجدول رقم(14): يوضح مدى تعاطف مع القضايا المطروحة في الحصة الاجتماعية

الاجابات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	46	91%
لا	04	9%
المجموع	100	100%

عرض نتائج الجدول : من الجدول (14) نلاحظ ان 91% من المبحوثات يتعاطفن مع القضايا المطروحة في الحصة الاجتماعية تليها نسبة 9% لا يتعاطفن مع مثل هذه القضايا.

مما سبق نستنتج ان غالبية المبحوثات تتعاطفن مع القضايا المطروحة في الحصة الاجتماعية وذلك من أهداف هذه الأخيرة.

سؤال 12: ما هو شعورك عندما تشاهدين قضايا اختطاف أطفال أو بنات أو قضايا سرقة في الحصة التلفزيونية الاجتماعية ؟

الجدول رقم(15): يوضح مدى تأثر المبحوثين من القضايا الحساسة

الاجابات	التكرارات	النسبة المئوية
الخوف	37	66%
لا تبالي	11	21%
شعور آخر	02	03%
المجموع	50	100%

عرض نتائج الجدول:

من الجدول (15) نلاحظ نسبة أن 66 % من المبحوثات تشعرن بل خوف عند مشاهدة قضايا اختطاف أو ما شابه ذلك في الحصص الاجتماعية تليها نسبة 21% من المبحوثات لا تبالي لذلك، تليها نسبة 3 % يشعرن شعور آخر.

مما سبق نستنتج ان غالبية المبحوثات تشعرن بل خوف من قضايا الاختلاف و ما شابه ذلك المعروضة في الحصص الاجتماعية لأن اولادهم معرضين لمثل هذه القضايا وتشكل خطر في نفوسهم.

سؤال 13: هل تأخذين الحيطه و الحذر عند مشاهدة قضايا مشابهة لقضايا في مجتمعك مطروحة في الحصص الاجتماعية ؟

الجدول رقم (16): يوضح الحيطه و الحذر عند مشاهدة قضايا مشابهة لقضايا المجتمع

الاجابات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	32	64%
لا	18	36%
المجموع	50	100%

عرض نتائج الجدول: من الجدول (16) نلاحظ نسبة 64% من المبحوثات تأخذن الحيطه و الحذر عند مشاهدة قضايا تشبه قضايا في مجتمعهم معروضة في الحصص الاجتماعية، تليها نسبة 36% من المبحوثات لا تأخذن الحيطه و الحذر لمثل هذه القضايا.

مما سبق نستنتج ان غالبية المبحوثات تحذر عند مشا قضايا مشابهة لقضايا مجتمعهم مطروحة في الحصص الاجتماعية، لأن هذا يعتبر هدف من اهداف الحصص الاجتماعية لنشر التوعية للمجتمع وكذا تحذير الفاعلين لمثل هذه الجرائم.

ثالثا: عرض و تحليل و مناقشة الفرضية الثانية:

تنص الفرضية : مساهمة الطابوهات المطروحة و القضايا المتنوعة في نشر الوعي لدي المرأة :

سؤال 01: من خلال مشاهدتك للحصص الاجتماعية في رأيك هل أثرها على العادات و التقاليد المعرفة ؟

الجدول رقم(17): يوضح مدى تأثير هذه الحصص بمشاعر المجتمع

الاجابات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	32	64%
لا	18	36%
المجموع	50	100%

عرض نتائج الجدول: من الجدول 17 نلاحظ أن نسبة 64% من المبحوثات يرون أن الحصص الاجتماعية أثرت على العادات و التقاليد، تليها نسبة 36% يرون عكس ذلك أي أن الحصص الاجتماعية لا تؤثر في العادات و التقاليد .

مما سبق نستنتج غالبية المبحوثات ترى ان الحصص الاجتماعية أثرت على العادات و التقاليد المعروفة في المجتمع الجزائري ،ك بعض التجاوزات في طرح القضايا الخاصة التي تخص الأسرة.

سؤال 02: هل تغيرت نظرتك لبعض الحقائق من خلال مشاهدتك للحصص الاجتماعية ؟

الجدول رقم(18): يوضح نظرة المبحوثات لحقائق الحصص

الاجابات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	36	73%
لا	14	27%
المجموع	50	100%

عرض نتائج الجدول:

من الجدول 18 نلاحظ ان نسبة 73% من المبحوثات تغيرت نظرتن لبعض الحقائق تليها نسبة 16% من المبحوثات لم تتغير نظرتن لبعض الحقائق.

مما سبق نستنتج ان غالبية المبحوثات تغيرت نظرتن لبعض الحقائق من خلال الحصص الاجتماعية التي كانوا يجهلونها في الواقع و تفتحت عقولهم لكثير من الأمور سبق ذكرها كمعرفة الدفاع عن حقوقهن و كذا معرفة الإحكام الدستورية و كذا الانفتاح عن العالم الخارجي.

سؤال 03: هل الحصص التلفزيونية الاجتماعية التي شاهدتها مازالت تحافظ على المبادئ المعروفة في المجتمع و تم تجاوزها؟

الجدول رقم (19): يوضح مدى محافظة الحصص على المبادئ

الاجابات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	27	53%
لا	23	47%
المجموع	50	100%

عرض نتائج الجدول: من الجدول 19 نلاحظ ان نسبة 53% من المبحوثات يرون ان الحصص الاجتماعية مازالت تحافظ على بعض المبادئ المعروفة تليها نسبة 47% من المبحوثات لا ترين ان هذه الحصص تحافظ على بعض المبادئ المعروفة.

مما سبق نستنتج ان غالبية المبحوثات على ثقة كبيرة بمتة الحصص على انها مازالت تحافظ على قيم و مبادئ المعروفة في مجتمعنا كفعل الخير مساعدة المحتاجين ... الخ.

سؤال 04: هل سبق لكي و ان شاركتي أنت أو أحد معارفك في حصة تلفزيونية اجتماعية ؟
الجدول رقم(20): يوضح هل هناك مشارك في مثل هذه البرامج

الاجابات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	00	00%
لا	50	100%
المجموع	50	100%

عرض نتائج الجدول: من الجدول 20 نلاحظ أن نسبة 100% من المبحوثات لم يسبق لهن المشاركة هم و أقاربهم في الحصص الاجتماعية.

مما سبق نستنتج ان كل المبحوثات و اقاربهم لم يستطيع و المشاركة في الحصص الاجتماعية لصعوبة مواجهة الجمهور لأن المجتمع الجزائري مجتمع محافظ.

سؤال 05: في رأيك ما هو سبب تطرق الحصص التلفزيونية الاجتماعية للطابوهات ؟

الجدول رقم(21): يوضح سبب تطرق الحصص التلفزيونية للوضع الاجتماعية

الاجابات	التكرارات	النسبة المئوية
من أجل حل المشاكل	24	49%
من أجل لفت الانتباه	19	37%
من أجل جذب الجمهور بسبب آخر	07	14%
المجموع	50	100%

عرض نتائج الجدول:

من الجدول 21 نلاحظ ان نسبة 49% من المبحوثات ترى ان الحصص الاجتماعية تتطرق لبعض المشاكل الأسرية من اجل حل المشاكل تليها نسبة 37% منهن يرون انه للفت الانتباه تليها نسبة 14% يرون انها من احل جذب الجمهور لسبب آخر .

مما سبق نستنتج ان غالبية المبحوثات ترى ان تطرق الحصص الاجتماعية للمشاكل الأسرية التي تعتبر أسرار وليس من المفروض انها تعرض امام الملأ بأنه لحل المشاكل والخلافات الأسرية وتنبية المتفرجين بتفادي مثل هذه المشاكل.

سؤال 06: هل سبق لك و ان ساهمتي في إعانة محتاجين طرحوا مشاكلهم في برنامج

تلفزيوني إجتماعي؟

الجدول رقم(22): يوضح مدى تأثير هذه الحصص بمشاعر المجتمع

الاجابات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	10	20%
لا	40	80%
المجموع	50	100%

عرض نتائج الجدول: من الجدول 22 نلاحظ ان 80% من المبحوثات ساهمن في اعانة محتاجين طرحوا مشاكلهم في الحصص الاجتماعية تليها نسبة 22% من المبحوثات لم يساهمن في إعانة محتاجين طرحوا مشاكلهم في الحصص الاجتماعية .

مما سبق نستنتج ان غالبية المبحوثات ساهمن في إعانة المحتاجين الذين طرحوا مشاكلهم في الحصص الاجتماعية، حيث كانت المساهمة ماديا ببعث الإعانات عبر الحسابات أو إعانات معنوية من نصائح وغيرها عبر مواقع التواصل الاجتماعي دليل على عطف وتفاعل المبحوثات مع مثل هذه الحصص والقضايا.

سؤال 07: في رأيك هل الحصص التلفزيونية الاجتماعية لها علاقة بالدين الاسلامي ؟
الجدول رقم (23): يوضح مدى ارتباط هذه الحصص بالدين

الاجابات	التكرارات	النسبة المئوية
بعيدة كل البعد	33	63%
لها علاقة أحيانا فقط	08	16%
بالدين الاسلامي	09	18%
المجموع	50	100%

عرض نتائج الجدول: من الجدول 23 نلاحظ ان 63% من المبحوثات ترى ان الحصص الاجتماعية بعيدة كل البعد عن الدين الإسلامي تليها نسبة 18% ترى أن لديها علاقة بالدين الإسلامي تليها نسبة 13% ترى أن لها علاقة أحيانا فقط بالدين الإسلامي .

مما سبق نستنتج ان غالبية المبحوثات يرون ان الحصص الاجتماعية بعيدة كل البعد عن الدين الإسلامي .

سؤال 08: هل ترين أن البحث عن المفقودين في الحصص الاجتماعية ؟
الجدول رقم (24): يوضح الدور الايجابي في الحصص الاجتماعية

الاجابات	التكرارات	النسبة المئوية
غير ناجح	10	21%
أحيانا	16	31%
أمر ناجح	24	48%
المجموع	50	100%

عرض نتائج الجدول: من الجدول 24 نلاحظ أن نسبة 48% من المبحوثات يرون ان البحث عن المفقودين في الحصص الاجتماعية امر ناجح تليه نسبة 31% من المبحوثات يرون أنه أمر ناجح أحيانا فقط و نسبة 21% يرون أنه أمر غير ناجح .

ما سبق نستنتج ان غالبية المبحوثات يرون ان البحث عن المفقودين في الحصص الاجتماعية أمر ناجح و مفيد و هذا لثقتهم الكاملة في مثل هذه البرامج و كذا نجاح الكثير منها في مثل هذه القضايا.

سؤال 09: هل ترين أن استدعاء المخلصين إلى البرامج الاجتماعية لحل النزاع أو الخلاف بينهم أمر مفيد و لائق؟.

الجدول رقم(25): يوضح دور المخلصين في حل النزعات خلال البرامج

الاجابات	التكرارات	النسبة المئوية
غير لائق	13	26%
أحيانا مفيد	23	46%
مفيد	14	28%
المجموع	50	100%

عرض نتائج الجدول:

من الجدول 25 نلاحظ ان 46% من المبحوثات يرون ان استدعاء المتخاصمين لحل النزاع بينهم للحصص الاجتماعية امر احيانا مفيد تليها نسبة 28% من المبحوثات يرون انه امر مفيد و نسبة 26% يرون أنه أمر غير لائق .

مما سبق نستنتج أن غالبية المبحوثات يرون أن استدعاء المتخاصمين للحصص الاجتماعية لحل النزاع بينهم احيانا امر مفيد لصعوبة حل بعض المشاكل بينهم و عجز طاقم الحصة على حل هذه النزاعات بسهولة و كذا فيها احراج للمشاركين لحل نزاعهم امام الملاء .

سؤال 10: هل تعجبك مبادرة الحصص التلفزيونية الجزائرية في الأعمال الخيرية؟

الجدول رقم (26): يوضح مدى إعجاب النساء بالإعمال الخيرية عبر التلفزيون

الاجابات	التكرارات	النسبة المئوية
نعم	47	94%
لا	03	06%
المجموع	100	100%

عرض نتائج الجدول: من الجدول 26 نلاحظ ان نسبة 94% من المبحوثات تعجبهم مبادرة الحصص الاجتماعية في الافعال الخيرية تليها نسبة 6% من المبحوثات لا تعجبهم مثل هذه الافعال الخيرية .

مما سبق نستنتج ان غالبية المبحوثات تعجبهم مبادرة الحصص الاجتماعية في الاعمال الخيرية لأن فيها جانب إنساني كبير ونشر الألفة بين الناس و مواساة المحتاجين و رفع معنوياتهم.

رابعاً: مناقشة نتائج الدراسة

1. مناقشة و تفسير نتائج الفرضية الجزئية الأولى:

و تتمثل فما يلي: كثافة المشاهدة و تنوع الحصص الاجتماعية يساهم في رفع الوعي لدى المرأة و إنفتاحها.

فمن خلال نتائج التحليل المتحصل عليها من الجداول السابقة (04-05-06-07-08-09-10-11-12-13-14-15-16) نجد بأن جل نتائج هذه الجداول ذات دلالة إحصائية و هذا يدل على أن الفرضية الأولى قد تحققت .

إن كثافة المشاهدة و تنوع الحصص الاجتماعية وسيلة توعوية و تثقيفية معا استطاعت أن تغير من سلوك المرأة الجزائرية في توجهاتهم و قيمهم و حتى طبائعهم إلا أن هذا التغير ليس ايجابيا دائما و لا سلبيا كليا إذ تختلف طبيعة التأثير باختلاف طبيعة البرامج الاجتماعية المشاهدة و بأهداف أصحابها و يرتبط أيضا بساعات المشاهدة وكيفية استعماله، فهو سلاح ذو حدين إذا أحسن استعماله ساهم في تنمية المجتمع و تطويره و انفتاحه و إذا أسئ استعماله دمر المرأة والمجتمع معا بل يتحول إلى وسيلة للغزو الثقافي في عصر تنافس فيه الفضائيات لتمرير أفكارها و تحقيق أهدافها المعلنة و الخفية.

2. مناقشة و تفسير نتائج الفرضية الجزئية الثانية:

و تتمثل في ما يلي: نوعية القضايا المعروضة للنقاش و ما تطرحه من طابوهات و قضايا معاصرة أدى إلى نشر الوعي لدى المرأة.

فمن خلال نتائج التحليل المتحصل عليها من الجداول السابقة (17-18-19-20-21-22-23-24-25-26-) نجد بأن جل نتائج هذه الجداول ذات دلالة إحصائية و هذا يدل على أن الفرضية الثانية قد تحققت .

خامسا: استنتاج عام:

من خلال مما سبق نستطيع القول إن برنامج الاجتماعية في القنوات الخاصة الجزائرية و منه قناة الشروق، ساهم في توعية المرأة الماكثة بالبيت وكذا العاملة خاصة وأنها تمثل في دراستنا هاته هي الطالبة الجامعية، و ذلك من خلال المواضيع المختلفة التي ييشها و الموجهة للمرأة بصفة خاصة ، و ذلك من خلال تزويدها بمعلومات حول كيفية التعامل مع زوجها و تربية أولادها و إدارة شؤون بيتها و كل ما يتعلق بأسرتها، ضف إلى ذلك توعيتها صحيا و دينيا و حتى استهلاكيا.

و إن برنامج الاجتماعي يتطلب مستوى جيد من الثقافة لدى المعد الذي يجدر به أن يكون مطلعاً و مواكبا للتطور الاجتماعية على جميع المستويات ، إن البرنامج الاجتماعي يعالج القضايا الاجتماعية، و صياغة البرنامج يجب أن يخاطب الجمهور الموجه له ، فهذا المضمون في الغالب يكون جمهوره من النساء الماكثات في البيت ، لذلك على المعد أن يعمل على احترام تلك الفئة ، و أن يقدر عقولها حتى من خلال استخدامه للمفردات و صيغ المبالغة و أدوات التشبيه و غيرها.

و كما عالج البرنامج الاجتماعية كل المواضيع المتعلقة بالأمور الزواج و الطلاق و خطف الأولاد و التي تعد من أهم المواضيع الاجتماعية الأكثر اهتماما و إقبالا من قبل المرأة الماكثة في البيت خاصة المرأة الجزائرية و الأغواطية، و ذلك من خلال توعيتها بكيفية التصرف في البيت ، و اهتمامها بالمواضيع التي تساعد في كيفية تنظيم الوقت و على الحفاظ على بيتها و الاهتمام به.

سادسا: النتائج والاقتراحات

خلصت دراستنا التي تناولت البرامج الاجتماعية في الفضائيات الجزائرية الخاصة على نشر الوعي الاجتماعي لدى المرأة هي:

- بالرغم من دراستنا استهدفت الطالبات الجامعيات ومع مستوياتهن العلمية، الا أن هذا لا يعني عدم حاجتهم الى التوعية في كل مجالات الحياة السياسية، الدينية، الاجتماعية، وغيرها.
- البرامج تبث مواضيع حساسة و دينية مأخوذة من رحم المجتمع و تمثل انشغال المواطن فيه، و هذا ما بين عوامل نجاحها.
- إضافة إلى أن البرامج المباشرة تكسب ثقة المشاهد و تكسب التلفزيون مصداقية أكبر من خلال فتح الحوار المباشر مع الجمهور عن طريق الهاتف، و بالتالي كما كان البرنامج يث على الهواء مباشرة كما زاد اهتمام المواطن بالمعلومات التي يقدمها.
- ساهمت البرنامج الاجتماعية في كسر بعض الطابوهات (المواضيع المحرمة) داخل المجتمع الجزائري بتطرقه للاعتراف بالخطأ، إهمال الوالدين، العنف الأسري، الاختطاف، و أسباب هذه الآفات و محاولة إيجاد الحلول لها.
- إن عدد كبير من الأشخاص المفقودين استطاعوا العودة إلى أهاليهم و ذويهم بفضل هذا البرنامج و متابعتة للموضوعات حتى بعد عرضها.
- يقدم البرنامج معلومات حول الآفات الاجتماعية من خلال التعريف بالموضوع و أسباب وجوده و انعكاساته على الفرد و على المجتمع بالإضافة إلى تحليل المستشارين له.
- ساهمت البرنامج الاجتماعية في نشر التوعية للوقاية من الآفات الاجتماعية و خلق ثقافة الحوار الأسري أولا و في المجتمع ثانيا.

خاتمة

التلفزيون سلاح ذو حدين إذا أحسن استعماله ساهم في تنمية المجتمع و تطويره و انفتاحه و إذا أسئ استعماله دمر الفرد و المجتمع معا بل يتحول إلى وسيلة للغز و الثقافي في عصر تتنافس فيه الفضائيات لتمير أفكارها و تحقيق أهدافها المعلنة و الخفية، وقد استطاع التلفزيون أن يغير من سلوك الأفراد و توجهاتهم و قيمهم و حتى طبائعهم إلا أن هذا التغير قد يكون ايجابيا كما قد يكون سلبيا إذ تختلف طبيعة التأثير باختلاف طبيعة البرامج المشاهدة و بأهداف أصحابها و يرتبط أيضا بساعات المشاهدة و كيفية استعماله.

البرامج الاجتماعية هي عبارة عن برامج إعلامية اجتماعية تهتم بطرح انشغالات المواطن، و محاولة إيجاد الحلول و لو نسبية لما يعانيه أفراد المجتمع حياتهم اليومية، و يتطرق البرنامج إلى مواضيع أنية تنبثق من أعماق المجتمع، بطلبها المشاهد، و هذا ما يشكل دافعا و محفزا قويا لاستمرارية البرنامج ، فالمواطن بطبعه يبحث عن الصدق و المصادقية، و هذا ما توفره الحصص الاجتماعية من خلال استضافته للمختصين، و فتحها الخط الهاتفي دون نسيان طريقة البث على الهواء مباشرة التي تمنح للعمل الإعلامي الموضوعية و الجدية و المصادقية، إلا أن التركيز واضح على ما يحدث على الساحة الاجتماعية، و كذا القضايا المرأة مقارنة بباقي القضايا وهذا في أغلب القنوات التلفزيونية التي تحتوي في طياتها على الكثير من البرامج التلفزيونية المتنوعة منها البرامج الاجتماعية و الثقافية و التربوية ... ، و التي بثت في مختلف القنوات الفضائية الجزائرية العمومية منها والفضائية الجزائرية الخاصة التي بثت مختلف البرامج منه البرنامج الاجتماعي الإعلامي، الذي بتركيبته الراهنة، وأمام التنافس التجاري، يعني ان ما يهم الجمهور العريض و من ثم المعلنين أو السياسيين، هو ما هو مرئي و ما هو مشهدي، إذن الإتصال الاجتماعي يبدوا كنمط من العلاقة يمكن أن يعزز القيم و السلوكيات و الاتجاهات من حيث البحث عن استقلالية المحاور و احترام الأخلاقيات والحرارة في العلاقات و هذا من واقع البرامج الاجتماعية التي يحصل الجمهور من خلالها على معلومات عن مشكلات المجتمعات العربية و مجتمعه بصفة خاصة، كما نجد أن الجمهور و فئات من الجمهور يقبل على مشاهدة هذه البرامج من خلال تفسيرها و تحليلها و عرضها لمختلف وجهات الراي حسب هرم هذه البرامج و شفافيتها.

قائمة المصادر و المراجع

المصادر

1. القرآن الكريم
 2. المعجم الوجيز ، معجم اللغة العربية ، 1993.
 3. لويس معلوف السيوحي : المنجد في اللغة و الأدب و العلوم ، المطبعة الكاثوليكية ، بيروت ، ط 18 ، 1956.
- المراجع باللغة العربية:**
1. أنوار محمد مرسى: المكتبة المدرسية و دورها في تنمية الوعي الثقافي، ط1، دار الوفاء لدنيا الطباعة و النشر، 2012،
 2. إبراهيم عزيز : تكنولوجيا الاتصال الحديثة و تأثيراتها الاجتماعية و الثقافية، دار الكتاب الحديث، ط1، الجزائر ، 2012.
 3. إبراهيم مذكور: معجم العلوم الإجتماعية، د.ط، الهيئة المصرية العامة للكتاب، 1975.
 4. القادري عيسى نهوند : قراءة في ثقافة الفضائيات العربية : الوقوف على تخوم التفكيك مركز دراسات الوحدة العربية بيروت ، 2007.
 5. حسين شفيق: الإعلام الإبداعي، ط1، دار الفكر للنشر و التوزيع، 2013 .
 6. خير الدين علي عويس و عطا حسن عبد الرحيم : الإعلام الرياضي ، مركز الكتاب للنشر، ط 1، القاهرة، 1998 .
 7. دنيس كوش: ترجمة : منير السعيداني، مفهوم الثقافة في العلوم الاجتماعية، ط1، مركز دراسات الوحدة العربية، بيروت، 2007.
 8. كرم شلبي : المذيع و فن تقديم البرامج في الراديو و التلفزيون، دار مكتبة الهلال ، بيروت ،
 9. كاريس باركر: التلفزيون و العولمة و الهويات الثقافية، ترجمة: علا أحمد اصلاح، ط 1 ، مجموعة السبيل ، العربية، مصر، 2006 .
 10. محمد صاحب سلطان: وسائل الإعلام و الاتصال دراسة في النشأة و التطور ، ط1، دار الميسرة للنشر و التوزيع، عمان، 2012 .
 11. محمد علي محمد، الشباب و المجتمع، ط1، الهيئة المصرية العامة للكتاب، الإسكندرية 1980
 12. ملوك بشينة :تأثير البرامج الاجتماعية التلفزيونية على سلوك المتلقي، دراسة مكملة لنيل شهادة الماستير، قسم علوم الإعلام و الاتصال، 2014 .
 13. مي العبد الله : التلفزيون و قضايا الاتصال، في عالم متغير، ط1، دار النهضة العربية، بيروت، لبنان، 2006 .

14. طارق سيد أحمد الخليفة : فن الكتابة الإذاعية و التلفزيونية، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 2008 .
15. سهير جاد، سامية أحمد علي : البرامج الثقافية في الراديو و التلفزيون، دار الفجر للنشر والتوزيع القاهرة، 1999 .
16. سلوى عثمان عباس الصديقي و أميرة منصور يوسف علي: الاتصال و الخدمة الاجتماعية. دار المعرفة الجامعية ،الإسكندرية ، 2005 .
17. فاروق ناجي محمود : البرنامج التلفزيوني كتابته و مقومات نجاحه، دار الفجر للطباعة و النشر، ط1، بغداد، 2007 .
18. نصير بوعلي: التلفزيون الفضائي وأثره على الشباب الجزائري، دراسة ميدانية، دار الهدى للطباعة و النشر، عين مليلة .
19. نور الدين تواتي: الصحافة المكتوبة والسمعية البصرية في الجزائر، ط1، دار الخلدونية للنشر و التوزيع، الجزائر، 2008 م .
20. فاطمة حسين عواد، الإعلام الفضائي ، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع عمان ، 2010 .
21. عبد الزاق محمد الدليمي، مدخل إلى وسائل الإعلام الجديد، ط1، دار المسيرة لنشر و التوزيع، عمان، 2012.
22. محمد الجوهري و آخرون: علم الاجتماع ودراسة الإعلام و الاتصال، د.ط، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، 1992.
23. عبد الله أبو جلال، الإعلام وقضايا الوعي الاجتماعي في الوطن العربي، مركز دراسات الوحدة العربية ، بيروت، العدد 147، 1991.

24. عبد الكريم بكار: تحديد الوعي، ط1، دار القلم، دمشق، 2000
 25. عدنان عبد القادر: منابع الفلسفة، د ط ،دار المنابع للطباعة والنشر والتوزيع، 2000.
 26. عبد المجيد شكري: تكنولوجيا الاتصال إنتاج البرامج في الراديو و التلفزيون، ط1، دار الفكر العربي، القاهرة، 1416هـ/ 1996م .
 27. عبد الله أحمد الذيقاني: الثقافة و التنمية الثقافية للطفل، ط1، الكتب العربي للمعارف 2013م
 28. غسان عبد الوهاب حسن: الصحافة التلفزيونية، ط1، دار أسامة للنشر و التوزيع، عمان، 2013 .
 29. هناء السيد: الفضائيات و قادة الرأي ، دراسة أثرها على السلوك، دار الفكر العربي للنشر و التوزيع، القاهرة، ط 1، 2005.
- المراجع بالغة الأجنبية:

1. 1977. luf. el . AndrEe Michal ; femme , sexisme et sociEtE ,

المذكرات:

1. بن عامر سامية: تأثير البرامج التلفزيونية الموجه للأطفال على النشأة الأسرية في المجتمع دراسة ميدانية على أطفال مدارس بلدية بسكرة كنموذج ، شهادة لنيل دكتوراه في علوم الاجتماع ، جماعة محمد خيضر بسكرة ، 2012.
2. عزري أمال: برامج تلفزيون الواقع العربية و تأثيرها على قيم و سلوك المراهقين، مذكرة ماجستير منشورة، علوم الإعلام و الاتصال، كلية العلوم سياسية و الإعلام جامعة الجزائر، 2010،
3. محمد كحط عبيد الربيعي : الدور الثقافي للقنوات الفضائية العربية المضامين و الأشكال و التلقي ، (دراسة تحليلية و ميدانية لنماذج مختارة من القنوات الفضائية الجامعة الدنماركية) ، الدنمارك 2007.
4. منير طبي: دور البرامج الرياضية و التلفزيون في نشر الثقافة الرياضية لدى الشباب الجزائري ، ماجستير في علوم الإعلام و الاتصال ، جامعة منتوري قسنطينة ، 2011.

5. هدى بوعبد الله : تلفزيون الواقع وتأثيره على المراهقين (دراسة ميدانية على عينة من تلاميذ الثانوية بعنابة) ، رسالة لنيل شهادة الماجستير، تخصص إعلام، قسنطينة، 2008_2009 .
6. سكيحي خضرة و حبوسي صليحة : مشاهد البرامج التلفزيونية العنيفة و علاقتها بظهور العدوانية لدى تلاميذ السنة الأولى متوسط (9_12) سنة، جامعة اكلي محمد ولحاج، تخصص علم النفس المدرسي كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، البويرة، 2013 .
7. رزيق سامية : البرامج الاجتماعية في الفضائيات الجزائرية الخاصة ، برنامج ما وراء الجدران ، النهار نموذجاً ، مذكرة لنيل ماستر تخصص إعلام و اتصال جامعة العربي التبسي ، تبسة ، 2016.
8. محمد شطاح: النشرة الإخبارية المقدمة في التلفزيون الجزائري، أطروحة دكتوراه، جامعة الجزائر، الجزائر ، 2003-2004 م.
9. حسن موسى محمد العقبي: مالك بن نبي وموقفه من القضايا المعاصرة رسالة لنيل درجة الماجستير في العقيدة و المذاهب المعاصرة، الجامعة الإسلامية ، غزة، 2005م.

المجلات و الملتقيات:

1. عيسى الشماس: مجلة جامعة دمشق، المجلد 21، العدد الثاني، 2005 .
2. جمال محمد عبد الحي: مدخل تاريخي لنشأة و تطور التلفاز، مجلة امار باك، الأكاديمية الأمريكية العربية للعلوم و تكنولوجيا، العدد السابع، 2012
3. وردة بوجلال : الموضوعات و القضايا التي تعالجها برامج المرأة في قناة النهار لكي ، برنامج أسرار نواعم نموذجاً .
4. بحث عن أهمية الوعي الثقافي بين الطلاب .

الملاحق

جامعة عمار ثليجي الأغواط

كلية العلوم الاجتماعية

قسم علم الاجتماع

الاستبيان

نضع بين أيديكم هذه الاستمارة ، بهدف معرفة بعض الإجابات المطلوبة منكم كمبحوثات، وهذا بالإجابة بكل موضوعية و صراحة على الأسئلة التالية: و التي تندرج تحت عنوان المذكرة:

"الحصص التلفزيونية الاجتماعية وأثرها على نشر الوعي الاجتماعي للمرأة"

علما بأن إجاباتكم ستكون مساهمة فعالة في تطوير البحث العلمي، كما أنها لا تستعمل إلا لأغراض علمية ، لهذا نرجو منكم ملء هذه الاستمارة و الإجابة على الأسئلة من أجل التوصل إلى نتائج تفيد دراستنا .

ملاحظة:

بوضع علامة (X) أمام العبارات التي تفضلها و تراها صائبة و مناسبة حسب رأيك من أجل التوصل إلى نتائج دقيقة تفيد

دراستنا.

و شكرا لكن على تفهمكم و مساعدتكم.

البيانات الشخصية:

1. السن :

☐☐☐

39 - 30

☐

29 - 20

2. الوضعية المدنية:

☐

أرملة

☐

مطلقة

☐

متزوجة

☐

عازبة

أسئلة خاصة بالموضوع :

■ المحور الأول: المساهمة في دور المشاهدة المكثفة للحصص الاجتماعية في رفع الوعي لدى المرأة و انفتاحها.

1) هل تشاهدين الحصص التلفزيونية الاجتماعية ؟

☐

لا

☐

نعم

☐

نادرا

☐

أحيانا

☐

هل تشاهدينها دائما

3) ما هي القناة الجزائرية المفضلة لديك ؟

☐

أخرى

☐

الشروق

☐

النهار

4) ما هو معدل مشاهدتك للحصص التلفزيونية الاجتماعية ؟

☐

ثلاثة فما فوق كل أسبوع

☐

حصتين كل أسبوع

☐

حصة كل أسبوع

5) ما هي الفترة التي تخصصينها للمشاهدة؟

☐

نهارا

☐

ليلا

6) عند مشاهدتك للحصص التلفزيونية الاجتماعية، هل تشاهدينها ؟

☐

كلاهما معا

☐

الحلقة أثناء الإعادة

☐

أثناء العرض الأول

7) من خلال مشاهدتك المكثفة للحصص الاجتماعية هل استطعت التعرف على بعض أحكام الدستور ؟

☐ نعم ☐ لا

8) هل تعلمتي من خلال مشاهدتك للحصص الاجتماعية عن حقوقك؟

☐ نعم ☐ لا

9) هل كانت لكي مشكلة مشابهة للمشاكل التي تطرح في الحصص الاجتماعية؟

☐ نعم ☐ لا

10) هل خطر في بالك يوما أن هاته القضايا المطروحة في الحصص الاجتماعية أنها كاذبة؟

☐ نعم ☐ لا

11) هل تتعاطفين مع القضايا المطروحة في الحصص الاجتماعية ؟

☐ نعم ☐ لا

12) ماهو شعورك عندما تشاهدين قضايا اختطاف أطفال أو بنات أو قضايا سرقة في الحصص

التلفزيونية الاجتماعية ؟

☐ الخوف ☐ لا تبالي ☐ أخرى لذلك

13) هل تأخذين الحيطة والحذر عند مشاهدة قضايا مشابهة لقضايا في مجتمعك مطروحة في

الحصص الاجتماعية ؟

☐ نعم ☐ لا

■ المحور الثاني : مساهمة الطابوهات المطروحة و القضايا المتنوعة في نشر الوعي لدى المرأة

14) من خلال مشاهدتك للحصص الاجتماعية هل أثر على العادات و التقاليد و المعرفة ؟

☐ نعم ☐ لا

15) هل تغيرات نظرتك لبعض الحقائق من خلال مشاهدتك للحصص الاجتماعية؟

☐ نعم ☐ لا

16) هل الحصص التلفزيونية الاجتماعية التي شاهدها مازالت تحافظ على المبادئ المعروفة

في المجتمع و تم تجاوزها ؟

☐ نعم ☐ لا

17) هل سبق لكي و ان شاركتي انت أو أحد معارفك في حصة تلفزيونية اجتماعية ؟

☐ لا

☐ نعم

إذا كانت اجابتك بنعم في برنامج

و ما هو السبب

18) في رأيك ما هو سبب تطرق الحصص التلفزيونية الاجتماعية للطبوهات؟

من أجل حل المشاكل ☐ من أجل لفت الانتباه ☐ من أجل جذب الجمهور بسبب آخر ☐

19) هل سبق لكي و ان ساهمتي في إعانة محتاجين طرحوا مشاكلهم في برنامج تلفزيوني إجتماعي؟

☐ لا

☐ نعم

20) في رأيك هل الحصص التلفزيونية الاجتماعية لها علاقة ؟

لها علاقة بالدين الاسلامي ☐ لها علاقة أحيانا فقط ☐ بعيدة كل البعد ☐

21) هل ترين أن البحث عن المفقودين في الحصص الاجتماعية أمر ناجح؟

أمر ناجح ☐ أحيانا ☐ غير ناجح ☐

22) هل ترين أن احضار المتخاصمين إلى البرامج الاجتماعية لحل النزاع أو الخلاف بينهم أمر مفيد ؟

مفيد ☐ غير مفيد ☐ غير لائق ☐

23) هل تعجبك مبادرة الحصص التلفزيونية الجزائرية في الأعمال الخيرية؟

☐ لا

☐ نعم