



وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة عمار ثليجي - الاغواط -
كلية العلوم الإنسانية والعلوم الإسلامية والحضارة

قسم علوم الإعلام والاتصال
تخصص اتصال وعلاقات عامة

تحت عنوان

تماثلات المرأة الجزائرية في البرامج التلفزيونية

دراسة وصفية تحليلية لعينة من حلقات برنامج "لي فات مات" على قناة الشروق TV

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال تخصص اتصال وعلاقات عامة

إشراف الأستاذة:

- د. ذهيبية آيت قاسي

إعداد الطالبتين:

- خديجة مشيكل

- فاطمة الزهراء بن زيان

السنة الجامعية: 2024/2023

شكر وعرفان

الحمد لله نحمده ونستعينه نشكره على توفيقه لنا لإتمام هذا العمل المتواضع
نتقدم بالشكر الخالص للوالدين الكريمين الذين كان لهما الدعم الكامل لإنجاز هذا العمل
والوصول لهاته المرحلة
نشكر لكل معلم أفادنا من أولى مراحل الدراسة إلى يومنا هذا،
كما نرفع كلمة شكر وعرفان للأستاذة الفاضلة: ايت قاسي ذهبية
التي شرفتنا بالإشراف على إعداد وإتمام هذا العمل،
ولا ننسى باقي أساتذتنا الكرام كل باسمه الذين منحونا القوة والمثابرة بالعبارات التشجيعية،
نشكر كل من ساهم في مد يد العون لإنجاز هذا البحث من زملاء وأقارب.
ولا يفوتنا أن نشكر أساتذة اللجنة الموقرة
الذين تفضلوا بالموافقة على مناقشة هذه المذكرة.

إهداء

من قال أنا لها نالها وأنا لها وإن أبت رغما عنها أتيت بها نلتها وعانقت اليوم مجدا عظيما فعلتها بعد أن كانت مستحيلة كانت دروبا قاسية وطرقا خسرت بها الكثير لكنني

وصلت

إلى العزيز الذي حملت اسمه فخرا يردد اسمي عاليا في عنان السماء حاملة شرف لقبك

وبكل اعتزاز أنا لهذا الرجل ابنة إلى "والدي" حفظه الله

إلى من كانت الداعمة الأولى والأبديّة ملاكي الطاهر من كان وجودها يمدني بالسعي

دون ملل التي ظلت دعواتها تضم اسمي دائما معلمتي الأولى دكتورتي الأولى أمي

محبوتي وملهمتي أهديك هذا الإنجاز الذي لولاك لم يكن أهديك مراحلتي وإنجازاتي

كلها فالفضل والثناء للمولى ثم لكفاحك لأجلي ممتنة لأن الله اصطفاك من بين البشر

أما لي

إلى خيرة أيامي وصفوتها إلى من مدت لي أيديهم في ضعفي وأمنو بقدرتي إلى ضلعي

الثابت وأمان أيامي "أخواني وأخواتي"

إلى الذين يتهم نجاحي ولكل من كان عوننا وسندا في هذا الطريق لأصدقاء ورفقاء

السنين وأصحاب الشدائد "صبرينة ومحجوبة وفاطمة"

إلى صاحبة الفضل في أول وآخر خطواتنا إلى من كانت الرائعة في اشرافها علميا ومعنويا

الدكتورة الفاضلة "إيت قاسي ذهبية".

خديجة مشيكل

إهداء

بسم الله الرحمن الرحيم والصلاة والسلام على أشرف المرؤسلين

أولا وقبل كل شيء الحمد لله الذي وفقني في إتمام هذا العمل المتواضع

إلى ملاكي ووطني وأماني في الحياة إلى معنى الحب والحنان

أمي الغالية أطل في عمرها

إلى ملجئي وأماني إلى من كلله الله بالهبة والوقار علمني العطاء بدون انتظار إلى من أحمل

اسمه بكل افتخار

أبي الغالي

إلى إخوتي : مهدي- عماد اليدن - سارة من كان لهم بالغ الأثر في كثير من العقبات

والصعاب

إلى منارة العلم والعلماء إلى الصرح الشامل الذين حملوا أقدس رسالة في الحياة إلى الذين

مهدوا لنا طريق العلم والمعرفة أساتذتنا الفضلاء .

بن زيان فاطمة الزهراء

ملخص الدراسة

ملخص الدراسة:

تهدف هذه المذكرة دراسة تمثلات المرأة الجزائرية في البرامج التلفزيونية ذات الطابع الاجتماعي إلى تحقيق هدف رئيسي يتمثل في رصد و تحليل و تفسير تمثلات المرأة الجزائرية في البرامج التلفزيونية و الوقوف على ملامح هذه البرامج و العناصر المكونة لها ، إضافة لمعرفة إلى أي مدى يقترب أو يبتعد ما تقدم البرامج التلفزيونية بالواقع الفعلي للمرأة الجزائرية و يظهر هذا من خلال التقديمات و التشابهات و الإختلافات بين ما يقدمه التلفزيون ، و ما هو سائد في الواقع الاوضاع الاجتماعية و الثقافية و السياسية و الاقتصادية للمجتمع الجزائري

و اعتمدنا في دراستنا على المنهج المسحي و العينة العشوائية في اختيارنا للعينة ،تم جمع البيانات باستعمال تصميم استمارة تحليل محتوى ، حيث توصلت دراستنا الى ان هذا النوع من البرامج ، لي فات مات له تأثير كبير على قيم المرأة الجزائرية و كان الهدف منه معرفة المعالجة الفنية المستخدمة في برنامج لي فات مات و معرفة القوالب الفنية التي قدم فيها مضمون البرنامج.

الكلمات المفتاحية : تمثلات المرأة الجزائرية ، البرامج التلفزيونية ، المرأة الجزائرية ، البرامج التلفزيونية ذات الطابع الاجتماعي

This memorandum aims to study the representations of Algerian women in television programs of a social nature in order to achieve a main goal, which is to monitor, analyze and interpret the representations of Algerian women in television programs and to identify the features of these programs and their constituent elements, in addition to knowing to what extent they are close or distant to what Television programs present the actual reality of Algerian women, and this appears through the presentations, similarities, and differences between what television presents and what prevails in reality, the social, cultural, political, and economic conditions of Algerian society.

In our study, we relied on the survey method and random sampling in selecting the sample. The data was collected using the design of a content analysis form. Our study concluded that this type of program has a significant impact on the values of Algerian women, and its goal was to know the artistic treatment. Used in the Li Fat Mat program and knowing the technical templates in which the content of the program was presented



فهرس المحتويات

| الصفحة | المحتوى |
|--------|---|
| | الشكر والتقدير |
| | الإهداء |
| | ملخص الدراسة |
| | فهرس المحتويات |
| | فهرس الجداول |
| | فهرس الأشكال |
| | الإطار المنهجي للدراسة |
| 12 | مقدمة |
| 14 | 1. إشكالية الدراسة |
| 15 | 2. تساؤلات الدراسة |
| 15 | 3. أهمية الدراسة |
| 16 | 4. أهداف الدراسة |
| 17 | 5. أسباب إختيار الموضوع |
| 18 | 6. منهج الدراسة |
| 19 | 7. مجتمع الدراسة |
| 19 | 8. عينة الدراسة |
| 21 | 9. أدوات جمع البيانات |
| 25 | 10. حدود الدراسة |
| 25 | 11. تحديد مفاهيم الدراسة |
| 28 | 12. الدراسات السابقة |
| 30 | 13. صعوبات الدراسة |
| | الفصل الأول: البرامج التلفزيونية |
| 32 | تمهيد |
| 33 | المبحث الأول: البرامج التلفزيونية |
| 33 | المطلب الأول: مفهوم البرامج التلفزيونية |

| | |
|--|--|
| 35 | المطلب الثاني: مكونات البرامج التلفزيونية |
| 36 | المطلب الثالث: أنواع البرامج التلفزيونية |
| 40 | المبحث الثاني: البرامج التلفزيونية الاجتماعية والاعلام الاجتماعي |
| 40 | المطلب الأول: مفهوم وأهمية البرامج الاجتماعية |
| 41 | المطلب الثاني: أهداف وخصائص البرامج الاجتماعية |
| 41 | المطلب الثالث: واقع وتأثير البرامج الاجتماعية |
| 43 | المطلب الرابع: كيفية إعداد البرامج الاجتماعية |
| 43 | المطلب الخامس: الإعلام الاجتماعي |
| 47 | خلاصة الفصل |
| الفصل الثاني: المرأة في وسائل الإعلام | |
| 49 | تمهيد |
| 50 | المبحث الأول: المرأة والإعلام |
| 50 | المطلب الأول: دور المرأة في الإعلام |
| 51 | المطلب الثاني: قضايا ومشكلات المرأة في وسائل الإعلام |
| 52 | المطلب الثالث: تحسين دور المرأة في وسائل الإعلام |
| 54 | المبحث الثاني: المرأة الجزائرية والبرامج التلفزيونية |
| 54 | المطلب الأول: صورة المرأة الجزائرية في البرامج التلفزيونية |
| 55 | المطلب الثاني: تأثير البرامج التلفزيونية على نظرة المجتمع للمرأة الجزائرية |
| 56 | المطلب الثالث: المزيد من التنوع في تمثيل المرأة الجزائرية في البرامج التلفزيونية |
| 57 | خلاصة الفصل. |
| الفصل الثالث: الجانب التطبيقي | |
| 59 | تمهيد |
| 60 | المبحث الأول: التعريف بقناة الشروق، وبرنامج "لي فات مات" |
| 60 | المطلب الأول: بطاقة فنية عن قناة الشروق TV |

| | |
|----|--|
| 61 | المطلب الثاني: مميزات قناة الشروق TV |
| 62 | المطلب الثالث: التعريف ببرنامج لي " فات مات" |
| 63 | المبحث الثاني: تحليل نتائج الدراسة |
| 63 | المطلب الأول: التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل |
| 66 | المطلب الثاني: التحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون |
| 71 | المطلب الثالث: مناقشة نتائج الدراسة |
| 73 | المطلب الرابع: النتائج العامة للدراسة |
| 75 | خلاصة الفصل |
| 77 | خاتمة |
| 80 | قائمة المراجع والمصادر |
| 84 | الملاحق |

فهرس الجداول:

| الصفحة | الجدول |
|--------|--|
| 20 | جدول رقم (01) يبين عينة دراسة |
| 63 | الجدول رقم (02) : يوضح زمن قضايا المرأة التي يتناولها برنامج لي فات مات |
| 65 | الجدول رقم (03) : يوضح اللغة المستخدمة في برنامج لي فات مات. |
| 66 | الجدول رقم (04) : يوضح المواضيع التي يتناولها برنامج لي فات مات. |
| 67 | الجدول رقم (05) : يوضح أهداف برنامج لي فات مات. |
| 68 | الجدول رقم (06) : يوضح القيم التي يتناولها برنامج لي فات مات. |
| 69 | الجدول رقم (07) : يوضح الأشخاص الفاعلون في برنامج لي فات مات. |
| 70 | الجدول رقم (08): يوضح الأساليب الإقناعية الأكثر استخداما في برنامج لي فات. |

فهرس الأشكال:

| الصفحة | الشكل |
|--------|---|
| 64 | الشكل رقم (01) : يمثل زمن قضايا المرأة التي يتناولها برنامج لي فات مات |
| 65 | الشكل رقم (02) : يمثل اللغة المستخدمة في برنامج لي فات مات. |
| 66 | الشكل رقم (03) : يمثل المواضيع التي يتناولها برنامج لي فات مات. |
| 67 | الشكل رقم (04) : يمثل أهداف برنامج لي فات مات. |
| 68 | الشكل رقم (05) : يمثل القيم التي يتناولها برنامج لي فات مات |
| 69 | الشكل رقم (06) : يمثل الأشخاص الفاعلون في برنامج لي فات مات |
| 70 | الشكل رقم (07) : يمثل يوضح الأساليب الإقناعية الأكثر استخداما في برنامج لي فات. |

مقدمة

شهد النصف الثاني من القرن العشرين تطورات سريعة ومذهلة في مجال تكنولوجيا الإعلام و الاتصال وقد انبثق عن هذا التطور ثورة في المعلومات كان لها آثار في مجالات مختلفة، أصبح الإعلام عبر مختلف وسائله ومستوياته أداة ووسيلة أساسية لا يمكن الاستغناء عنها، أو تهميش دورها بالنسبة لكافة المجتمعات المتقدمة والنامية على حد سواء، في أوقات الرخاء والاستقرار، وفي أوقات الأزمات والمنازعات، فالإعلام بطبيعته له دوره المؤثر في حركة المجتمع وحركة الإنسان وقيمه داخل المجتمع، ومع التقدم الهائل لوسائل الإعلام كما وكيفا تضاعف الوقت الذي يخصصه الفرد للتعامل مع مخرجات وسائل الإعلام أو بعضها حتى صارت وسائل الإعلام في عصرنا الحالي جزء من حياة الفرد. ومن بين أهم هذه الوسائل وأكثرها تأثير على الأفراد وعلى قيمهم نجد التلفزيون الذي يعتبر من أبرز الاكتشافات في القرن العشرين في ميدان الاتصال، وذلك للمزايا التي يتفوق بها على وسائل الاتصال الأخرى، أنحاء حيث يجمع بين الصوت والصورة خاصة بعدما أصبحت ملونة، و استطاع أن يحقق انتشارا واسعا في كل العالم، ومما زاد الإقبال عليه انه وسيلة للقطات المقربة تصلح أكثر للكشف عن الشخصية وملامحها أكثر منها لنقل الأحداث وبالمقابل فهو وسيلة معقدة تستخدم لغة الكلمات والصور المرئية والصوت لتوليد الأفكار و الانطباعات عند الأفراد ولذلك فإن قطاعا معتبرا من المثقفين الغربيين يعتبر أن التلفزيون يقدم منفعة تلهي عن القلق في حياة الوحدة والعزلة، ويشكل أداة للديمقراطية والحوار .

يمكن القول أن الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام بصورة عامة في مجتمعنا المعاصر يقودنا إلى إبراز الدور الذي يقوم به التلفزيون، باعتباره من أهم الوسائل بل و قدرته الكبيرة على جذب الكبار و الصغار، إذ تتوفر على خصائص تقنية توفر له تقدم المعارف و المعلومات و تلقي السلوكيات من خلال المشاهدة المتكررة هكذا و قد شهدت الساحة الإعلامية زحاما هائلا من البرامج التلفزيونية المتنوعة وتشمل معظم نواحي الحياة الاجتماعية، الثقافية، السياسية، الدينية... فتناولت الفضائيات الخاصة بالبرامج التلفزيونية الاجتماعية في الساحة و أصبحت تلعب دورا كبيرا في حياة المجتمع الجزائري وخاصة المرأة الجزائرية المستقلة منها والمثقفة والعاملة، فالمرأة الجزائرية التي تمثل قاعدة المجتمع وأساسه وفي متابعتها هذه البرامج وتفاعلها معها فاهنا تتأثر بالقضايا والمضامين المعروضة في هذا الأخرى، حيث شكلت، محورا مهما وساهمت في تغيير آرائها وساعدت على تكوين صورة ذهنية للمرأة الجزائرية، من خلال ما تعرضه من قضايا اجتماعية القائمة في المجتمع الموجهة إلى مختلف شرائح أفراد المجتمع مع تواجد دافع ورغبة وحماس في حلها.

يعد موضوع المرأة من المحاور الأساسية الذي تناولته مجموعة من التيارات الفكرية في عصرنا هذا سواء كانت فلسفية أو اجتماعية. ولعل الاهتمام بقضية المرأة يعود إلى أهميتها في المجتمع نظرا الذي تقوم به في تكوين وتربية الأجيال الناشئة، باعتبارها قاعدة المجتمع ّ للدو الأساسية، وكذلك إلى المكانة التي أصبحت تحتلها في تنمية مختلف المجتمعات. مما جعل الكتابات عن وضعيتها في كل أقطار العالم ما تتفك تزداد لاسيما في العالم العربي الذي واجهت المرأة العربية فيه بصفة عامة والمرأة الجزائرية بصفة خاصة كما في سائر العالم نوعاً من التمييز الجنسي على مدى قرون عدة.

ولمعالجة موضوع هذه الدراسة التي تحمل عنوان :

تمثلات المرأة الجزائرية في البرنامج التلفزيونية الاجتماعية اتبعنا خطة العمل قسمت إلى ثلاث جوانب: جانب المنهجي الذي يتضمن صياغة إشكالية الدراسة و التساؤلات ثم الأهمية والأهداف ثم حددنا أسباب اختيار الموضوع الدراسة والمنهج المتبع مع ذكر مجتمع البحث وعينة الدراسة ،ثم ذكرنا أدوات جمع البيانات التي اعتمدها وأبرزنا حدود الدراسة ، بعد تحديد مفاهيم الأساسية وفي الأخير تطرقنا إلى الدراسات السابقة مع التعقيب عليها والجانب النظري الذي قسمناه الى فصلين ، الفصل الأول بعنوان البرامج التلفزيونية ومفهوم البرامج التلفزيونية ومكونات البرامج التلفزيونية وأنواع البرامج التلفزيونية ، البرامج التلفزيونية الاجتماعية والإعلام الاجتماعي (مفهوم وأهمية) أهداف وخصائص البرامج الاجتماعية واقع وتأثير البرامج الاجتماعية ، ثم افصل الثاني بعنوان المرأة في وسائل الإعلام نذكرها كالتالي : دور المرأة والإعلام ، قضايا ومشكلات المرأة في وسائل الإعلام، تحسين دور المرأة في وسائل الإعلام ، المرأة الجزائرية والبرامج التلفزيونية (صورة المرأة الجزائرية في البرامج التلفزيونية ، تأثير البرامج التلفزيونية على نظرة المجتمع للمرأة الجزائرية ،المتزايد من التنوع في تمثيل المرأة الجزائرية في البرامج التلفزيونية ، وأخيرا الجانب التطبيقي الذي تناولنا فيه التعريف بقناة الشروق TV وبرنامج الي فات مات ،ثم قمنا بالتحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون « ماذا قيل ؟.» وفئات الشكل « كيف قيل ؟.» وختمنا دراستنا بخاتمة شاملة وملمة بالموضوع .

الإطار المنهجي للدراسة

1. الإشكالية
2. تساؤلات الدراسة
3. أهمية الدراسة
4. أهداف الدراسة
5. أسباب اختيار موضوع الدراسة
6. منهج الدراسة
7. مجتمع الدراسة
8. عينة الدراسة
9. أدوات جمع البيانات
10. حدود الدراسة
11. تحديد مفاهيم الدراسة
12. دراسات السابقة
13. صعوبات الدراسة

1. الإشكالية:

في ظل عالم متغير يتنامى فيه التقدم العلمي والتكنولوجي محدثا ثورة في مجالي الإعلام والمعلومات، من خلال البث الفضائي والأقمار الصناعية والتي أنتجت البرامج التلفزيونية الإعلامية ذات الفعالية في التأثير، خاصة منها البرامج التلفزيونية الجزائرية التي استطاعت على الرغم من تأخرها اللحاق بالركب التكنولوجي، وأن تحتل مكانة معينة وجزءا في الجوانب الحياتية للفرد الجزائري عامة، وبصفة خاصة المرأة الجزائرية.

إن الدور الذي تقوم به وسائل الاعلام بشكل عام في مجتمعنا يقودنا إلى إبراز الدور الذي يقوم به التلفزيون باعتباره من أهم الوسائل بل و لقدرته الكبيرة على جذب المرأة الجزائرية، إذ يتوفر على خصائص تقنية توفر له تقديم المعارف و المعلومات و تلقي السلوكيات من خلال المشاهدة المتكررة، وهذا من خلال استحداث برامج متنوعة تستهدف جميع الفئات وتشمل جميع المجالات التي تهتم حياة الأفراد والجماعات كالبرامج السياسية ، الثقافية ، الاجتماعية ، الدينية والرياضية ، البرامج التلفزيونية بمجملها تتصف بقربها من المرأة الجزائرية المستقلة و المثقفة و العاملة و تتناول المواضيع القريبة منها بما يتعلق بأموهم الحياتية اليومية ومشاكلها وطموحاتها وأدائها واجتهاداتها ويقوم البرنامج التلفزيونية في الغالب 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، ويقدر ما يعمل المعد على تخصيص فقرات من النجاح ذلك لأن مضمون البرنامج الاجتماعي يكون محوره الأساسي الجمهور نفسه بواقعه ومشاكله وآرائه ووجهات نظره.

وتعتبر البرامج التلفزيونية قوة هائلة ويتبلور دوره في بثه معلومات يمكن عن طريقها تغيير المعرفة والاتجاهات بطرق مباشرة وغير مباشرة كما أن له دورا هاما في تحقيق التنمية الاجتماعية عن طريق البرامج الثقافية والترفيهية والقنوات الفضائية الخاصة بالمرأة الجزائرية.

ولقد أصبحت المرأة الجزائرية جزءا أساسيا في المجتمع وقد برز دورها بناءً على ما شهده المجتمع الجزائري مع انفتاح قانون السمع البصري في 2012 وظهور قنوات فضائية جزائرية متخصصة منها : الدينية و الإخبارية والثقافية والاجتماعية وقنوات موجهة إلى المرأة منها قناة الشروق TV أول قناة جزائرية فضائية مستقلة تبث مجموعة من البرامج المتنوعة مثل : برنامج لي فات مات، برامج دينية، مسلسلات، برامج رياضية، برامج مسابقات، وغيرها من البرامج الترفيهية والمنوعة.

فقد عرفت القناة منذ نشأتها إقبالا جماهيريا معتبرا من النساء نظراً لتمييزها وتنوع حصصها وبرامجها فهي موجهة للعرب والجمهور المغاربي والجزائري خاصة ولقد حققت القناة تطوراً كبيراً نظراً للمواضيع التي تعالجها كما أنها ساهمت بدور فعال في تثقيف وتطوير المرأة، خاصة أنها تعتبر رائدة في هذا المجال ونظراً لارتباط المرأة بهذه القناة، فبرنامج "لي فات مات" يعد أكبر برنامج في القناة و تتفاعل المرأة الجزائرية معه بشكل مخصص حيث يعرض البرنامج قضايا المجتمع الجزائري وفي ظل ذلك جاءت هذه الدراسة لاستهداف تمثيلات المرأة الجزائرية مع البرامج عامة وبرنامج "لي فات مات" خاصة لندرة الدراسات التي تناولت هذه الفئة من المجتمع، وللتعرف على أسباب و تمثيلات المرأة الجزائرية بقناة الشروق بشكل مباشر. وعليه فإن إشكالية الدراسة تتمحور في السؤال التالي:

- ماهي تمثيلات المرأة الجزائرية في برنامج اجتماعي "لي فات مات" على قناة الشروق TV؟
وكيف يعالج قضاياها؟

2. تساؤلات الدراسة:

وعلى ضوء الإشكالية سابقة الذكر نطرح مجموعة من التساؤلات المهمة، التي تخدم وتساهم في تفكيك وحل إشكالية الدراسة:

1. ماهي اهم التقنيات التي يتناولها برنامج اجتماعي "لي فات مات" على قناة الشروق TV؟
2. ماهي القوالب الفنية التي قدم فيها مضمون برنامج "لي فات مات" على قناة الشروق TV؟
3. ماهي الألوان المستخدمة في أستوديو برنامج "لي فات مات" ؟
4. من هم الفاعلين في برنامج "لي فات مات" ؟
5. ما هي قيم التسامح التي تضمنها برنامج "لي فات مات" على قناة الشروق TV؟
6. ما هو الجمهور المستهدف الذي يتلقى مضمون برنامج "لي فات مات" على قناة الشروق TV؟
7. ما هي طبيعة اللغة المستخدمة من طرف الفاعلين في "لي فات مات" ؟

3. أهمية الدراسة:

تكمن أهمية هذه الدراسة في جدية الموضوع بما يساهم في استكمال التراكم العلمي في مجال دراسة تمثيلات المرأة الجزائرية في وسائل الإعلام. لأن البحث جاء ليركز على تمثيلات المرأة الجزائرية

مع البرامج التلفزيونية التي لم يتم تناولها لحد الآن بالدراسة أو على الأقل ليس كما يتم مقارنتها في هذه الدراسة وذلك للوقوف على شكل الواقع المقدم لهذه المرأة آخذين بعين الاعتبار البرامج التلفزيونية كوسيلة ترفيه جاذبة، ودورها في تشكيل صورة ذهنية عن تمثيلات المرأة الجزائرية، وكذا قدرتها التأثيرية على المشاهدين بشكل فعال.

كما و تكمن أهمية الموضوع في تناول شريحة هامة من المجتمع تتمثل في جمهور النساء الجزائريات و اللاتي يجدن في شاشة التلفزيون متنفسا تلجأن إليه لإشباع رغباتها و تحقيق حاجياتها فارتأينا أن نقدم هذه الدراسة لإثراء الحقل المعرفي بموضوع يجمع بين الإعلام والاتصال و علم الاجتماع نظرا لتواضع الأعمال الجزائرية المنجزة في هذا المجال و أيضا لفت القائمين على التلفزيون الجزائري إلى ضرورة الاهتمام بالدراسات والأبحاث التي تهتم بدراسة تأثيرات البرامج التلفزيونية على الفئات والحشود الاجتماعية للتمكن من تقديم برامج هادفة و مناسبة لكل الفئات وأبرزها المرأة بصفة خاصة وأخيرا تعميق معرفتنا النظرية و المنهجية من خلال هذه الدراسة حول البرامج التلفزيونية بصفة خاصة و تمثيلات المرأة الجزائرية لها. كما وتتجلى أهمية الدراسة في كونها إثراء للبحوث الأكاديمية التي تتناول البرامج التلفزيونية ذات الطابع الاجتماعي بالدراسة وذلك نظرا لقلتها.

4. أهداف الدراسة:

تسعى الدراسة إلى تحقيق هدف رئيسي يتمثل في رصد وتحليل وتفسير تمثيلات المرأة الجزائرية مع البرامج التلفزيونية والوقوف على ملامح هذه البرامج والعناصر المكونة لها.

ومعرفة إلى أي مدى يقترب أو يبتعد ما تقدم البرامج التلفزيونية بالواقع الفعلي للمرأة الجزائرية. ويظهر هذا من خلال التقديمات، والتشابهات، والاختلافات بين ما يقدمه التلفزيون، وما هو سائد في واقع الأوضاع الاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية للمجتمع الجزائري. ويمكن تحديد أهم الأهداف فيما يلي:

✓ معرفة القوالب الفنية التي قدم فيها مضمون برنامج " لي فات مات" على قناة الشروق TV

✓ التعرف على طبيعة اللغة المستخدمة من طرف الفاعلين في البرنامج.

✓ معرفة المعالجة الفنية المستخدمة في برنامج " لي فات مات".

✓ الوقوف عند الألوان المستخدمة في أستوديو برنامج " لي فات مات".

- ✓ الكشف عن الفاعلين في برنامج " لي فات مات".
- ✓ التعرف عن الجمهور المستهدف الذي يتلقى مضمون برنامج " لي فات مات" على قناة الشروق

TV

5. أسباب اختيار موضوع الدراسة:

أسباب اختيارنا لهذا الموضوع كان عن قناعة شخصية مبنية على أسباب موضوعية وذاتية:

أ- الأسباب الذاتية:

- ✓ ارتباط الموضوع بحقل الإعلام والاتصال.
- ✓ الرغبة الذاتية في دراسة هذا الموضوع أي الميل الشخصي لهذا الموضوع.
- ✓ رغبتنا في التعرف على تمثيلات المرأة الجزائرية للبرامج التلفزيونية.
- ✓ الإعجاب بسلسلة برنامج لفات مات وما يعرض فيها.
- ✓ الإقبال الكبير على المشاهدة لبرنامج التلفزيوني " لي فات مات" من قبل المرأة الجزائرية.
- ✓ الرغبة في معرفة مدى اهتمام المرأة الجزائرية المثقفة والعاملة والمستقلة بالبرامج التلفزيونية الاجتماعية وتأثيرها عليها.

ب- الأسباب الموضوعية:

- ✓ أهمية الموضوع ومكانته الاجتماعية التي تحدد القضايا المطروحة والتي تشكل أهمية كبيرة في المجتمع.
- ✓ نقص الدراسات والأبحاث في هذا المجال وندرة الاهتمام بمثل هذه القضايا.
- ✓ أهمية الموضوع وتنطلق من أهمية الفضائيات وانتشارها السريع ودخولها كل بيت بوتيرة سريعة كما تعتبر
- ✓ القيم مرجعا أساسيا للمرأة الجزائرية عامة وتأثيرها ببرامج التلفزيونية خاصة البرامج الاجتماعية.

✓ معرفة مدى فعالية البرامج التلفزيونية في المجتمع وتأثيرها على قيم المرأة الجزائرية واستخداماتها المحققة جراء تعرضها لهذه البرامج.

✓ ندرة البحوث والدراسات الخاصة بالبرامج التلفزيونية في القنوات الجزائرية الخاصة لهذا قد تأتي هذه الدراسة بالفائدة لهذا الجانب من الموضوع.

6. منهج الدراسة :

يعتمد الباحث في دراسته على عدة مناهج علمية حيث تختلف هذه المناهج حسب طبيعة المشكلة المراد حلها والتعرف عليها ويعد المنهج هو الطريق الذي يسلكه الباحث للوصول إلى الحقيقة العلمية كما يعرف أيضا بأنه ذلك الإجراء الذي يقوم به العقل للوصول إلى المعرفة أو البرهنة على الحقيقة.¹

تتدرج دراستنا ضمن الدراسة التحليلية للمادة الإعلامية و المحتوى الإعلامي الذي تتمحور الدراسة حوله ذلك بتحليلها تحليلًا منهجيًا دقيقًا بغية الوصول إلى المعايير الخفية و الباطنية التي تحملها حلقات عينة الدراسة وذلك باعتماد على المنهج المناسب.

وقد اعتمدنا في دراستنا هذه على المنهج المسحي الذي يعرف على أنه الطرق والإجراءات والأدوات التي تستخدم لدراسة الظاهرة أو الموضوع دراسة وصفية تكشف عما فيه من خصائص ومتغيرات وعلاقات من حيث الشدة والاتجاه، أي أن الوصف يتضمن تحليل بنية الموضوع وتوضيح العلاقة بين مكوناته ووصف أبعاده المختلفة في الواقع ويرتكز الوصف على الوحدات أو الشروط أو العلاقات أو الفئات أو الأنساق الموجودة بالفعل. وفي بعض الأحيان يشمل وصف الاتجاهات والآراء والعمليات الداخلة في موضوع الدراسة والمتغيرات ذات الصلة بها، ويهتم المنهج المسحي بالإجابة عن التساؤل الأساسي في العلم ماذا وكذلك التساؤل كيف. و يشيع استخدام المنهج المسحي في الدراسات الإعلامية.²

¹قنيفة إيناس، اتجاهات الطلبة الجزائريين نحو الإعلاف على شبكة الانترنت"، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قسنطينة، الجزائر: رسالة مكملة لنيل شهادة الماجستير، 2010/2009، ص30.

²بركات العزيز، مناهج البحث الإعلامي الأصول النظرية و مهارات التطبيق، دار الكتاب الحديث، القاهرة، ط2، 2022، ص37 38.

7. مجتمع الدراسة:

مجتمع دراستنا يتمثل في تمثلات المرأة الجزائرية مع برنامج الاجتماعي لي فات مات الذي يبث على قناة الشروق TV العامة كل يوم أربعاء على الساعة 21:00 التي يطرح ويعالج قضايا ومشكلات اجتماعية.

8. عينة الدراسة:

لتحليل برنامج لي فات مات وهو محور دراستنا اخترنا العينة العشوائية لجمع البيانات والمعلومات المتعلقة بالدراسة عن طريق القرعة تتوفى العينة العشوائية لدى كل من أفراد المجتمع الأصلي فرضية للاختيار بصورة مكافئة لأي فرد آخر دون تحيز أو تدخل من قبل الباحث، وحتى تضمن عدم التحيز في عملية اختيارها تستخدم الأساليب التالية:¹

1_ القرعة (سحب العينة دون إرجاع) : ينبغي على الباحث بداية الحصول على قوائم تتضمن جميع أفراد مجتمع البحث أو القيام بإعدادها إذ لم تتوفر ثم القيام بترقيم أفراد المجتمع الأصلي ترقيماً متسلسلاً ثم كتابة الأرقام على قصاصة من الورق تطوى كل رقم منها في قصاصة، ثم توضع جميعها في صندوق ثم يتم سحب الأرقام الواحد تلو الآخر دون إرجاعها إلى مجتمع البحث حتى يستكمل اختيار العينة

2_ جداول الأرقام العشوائية : هي عبارة عن جداول تشمل على أرقام عشوائية كثيرة يختار منها الباحث سلسلة من الأرقام العمودية والأفقية وعلى الباحث تجاهل تكرار الرقم نفسه²

¹ . جودت عزت عطوي، أساليب البحث العلمي، مفاهيمه، أدواته، طرقه الإحصائية، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ط 4 ، 2011، ص 89 .

² وائل عبد الرحمان التل، عيسى محمد قحل، البحث العلمي في العلوم الإنسانية و الاجتماعية ، دار حامد للنشر والتوزيع، عمان، 2007، ص 41.

9. أدوات جمع البيانات:

تلعب الأدوات المعتمدة في الدراسة دورا مهما في نجاحها، كما ان تطبيق هذه الأدوات بطريقة علمية صحيحة تؤدي إلى الحصول على نتائج ملمة بالموضوع وقد اخترنا في هذه الدراسة أداة الملاحظة وأداة تحليل المضمون ذلك لتوافقهما وتماشيتهما مع موضوع الدراسة والمنهج المتبع.

1.9. تحليل المحتوى:

التحليل (Analysais) هو عملية ملازمة للفكر الإنساني، تستهدف إدراك الأشياء والظواهر بوضوح من خلال عزل عناصر بعضها عن بعض، ومعرفة خصائصها أو سمات هذه العناصر وطبيعة العلاقات القائمة بينها، أما المحتوى في علوم الإعلام والاتصال فهو يشير إلى كل ما يقوله الفرد أو يكتبه ليحقق من خلالها أهدافا اتصالية مع الآخرين، كما قد يكون عبارة عن أنشطة أو أعمال عادية تتم على مستوى المؤسسات المختلفة: (وثائق، قرارات عقود) لذلك فقد تكون الصحف أو الوثائق الإدارية أو بعض الظواهر الاجتماعية مادة للتحليل والدراسة¹.

ومنه فإن تحليل المحتوى هو أسلوب أو أداة للبحث العلمي يمكن أن يستخدمه الباحثون في مجالات بحثية متنوعة، وعلى الأخص في دراسات علم الإعلام لوصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل والمضمون².

ولتحليل المحتوى تعريفات كثيرة قدمها العديد من العلماء نورد أهمها فيما يلي:

وضع بيرلسون (Burlison) عام 1952 تعريفا مفاده: "أن تحليل المحتوى هو أسلوب أو أداة بحث، لوصف المحتوى الظاهر أو الواضح للرسالة الإعلامية وصفا كميا وموضوعيا ومنظما"³.

أما جانيس (janis) فيرى أنه أسلوب بحث يهدف إلى تبويب خصائص المضمون في فئات، وفقا لقواعد يحددها المحلل باعتباره باحثا علميا:

وعرفه كيرلنجر (kerlinger) بأنه طريقة لدراسة وتحليل مواد الاتصال في أسلوب منظم وموضوعي، وكمي بهدف قياس المتغيرات¹.

¹ خالد حامد، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية، ط 2، الجزائر: جسر للنشر والتوزيع، 2012، ص 66.

² طاهر حسو الزبياري، أساليب البحث العلمي في علم الاجتماع بيروت: مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، 2011، ص 83.

³ عبد الغفار رشاد القصبي، مناهج البحث في علم السياسة، القاهرة: دار الأصدقاء للطباعة بالمنصورة، 2004، ص 1.

يسعى تحليل المحتوى إلى وصف عناصر الشكل والمضمون وصفا كاملا، فمن الضروري تقسيم هذا المضمون إلى وحدات وفئات أو عناصر معينة حتى يمكن القيام بدراسة كل عنصر أو فئة منها، وحساب التكرار الخاص بها، وعليه قمنا بتصميم استمارة تحليل المحتوى وصياغتها في ضوء المعطيات النظرية ومشاهدتنا لحلقات البرامج التي شكلت عينة الدراسة، لتتبعها في الأخير عملية تفريغ بيانات الاستمارة في جداول خاصة بتفريغ البيانات.

إن تحديد كل من الفئات ووحدات تحليل المضمون، تعد من أهم عمليات التحليل في أي بحث علمي، خاصة في الدراسات التي تعتمد على تحليل المحتوى، إذ أنها تمثل مجال البحث الفعلي، وتتمثل وحدات وفئات التحليل التي اعتمدها في دراستنا فيما يلي:

أ. وحدات التحليل:

وهي الجوانب التي تم إخضاعها للتحليل من خلال هذه الدراسة، وتتمثل فيما يلي:

- **وحدة الموضوع** : يقصد بها الوقوف على العبارات أو الأفكار الخاصة بمسألة معينة، ويعتبر الموضوع أهم وحدات تحليل المضمون عند دراسة الآثار الناجمة عن الاتصال وتكوين الاتجاهات².
- **وحدة المساحة والزمن**: وهي أداة الحصر الكمي والزمني للمادة المبحوثة، وهذه المقاييس يلجأ إليها الباحث للتعرف على المساحة التي شغلتها المادة الإعلامية المنشورة، والمدة الزمنية التي استغرقتها المادة الإعلامية المذاعة بالراديو أو المعروضة بالتلفزيون أو السينما³.
- ب. **فئات التحليل**: تتمثل فئات التحليل التي اعتمدت عليها دراستنا في كل من فئات المضمون (ماذا قيل)، وفئات الشكل (كيف قيل)، وذلك وفقا لما يلي:
- **فئات المضمون "ماذا قيل؟"** :

هي الفئات التي تسمح بمعرفة المضمون الاتصالي للبرنامج ويحتوي على مجموعة من الفئات الفرعية المتمثلة في:

¹رشدي أحمد طعيمة، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية القاهرة: دار الفكر العربي، 2004، ص 7.

²بلقاسم سلاطينية، وحسان الجيلاني، مدخل لمناهج البحوث الاجتماعية الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2014، ص 6.

³منال هلال مزاهرة، مرجع سبق ذكره، ص 1.

1. فئة الموضوع: أي محتوى المادة الإعلامية وتستهدف هذه الفئة الإجابة على السؤال على ما يدور موضوع المحتوى وتفيد هذه الفئة في الكشف عن مراكز الاهتمام في المحتوى¹ ونقصد بها في دراستنا جميع المواضيع المطروحة في برنامج "لي فات مات"، والمتعلقة بالمجتمع والمتمثلة في العلاقات الأسرية، والمشاكل بين الزوجين، وغيرها من المواضيع.
2. فئة الفاعلين في البرنامج: نقصد بها مجموعة الأشخاص المحركين للمواضيع المطروحة بالبرنامج ونوع الفاعلين أي معرفة الشخصيات الفاعلة في برنامج "لي فات مات".
3. فئة الاتجاه: تعتبر من الفئات الشائع استخدامها في بحوث تحليل المحتوى رغم المصاعب العديدة التي تواجه الباحث عند استخدام هذه الفئات، حيث يصعب السيطرة على الذاتية في تحديد الاتجاهات وبصفة خاصة عندما تكون لدى الباحث أحكاما مسبقة قد يلجأ إلى توظيف الإجراءات في تأكيد هذه الأحكام ونقصد به معرفة الاتجاه الذي يأخذه المضمون محل التحليل وهو موقف البرنامج إزاء المواضيع المطروحة والمتعلقة بالمجتمع، وقد يكون مؤيد معارض، محايد.
4. فئة الأساليب الإقناعية: المقصود بها الإستمالات الإقناعية وهي الطرق المتبعة لإبلاغ الرسالة المتضمنة في برنامج "افتح قلبك" وقسمناها إلى:
- 1.4. ساليب الإقناع العقلية: التي تعتمد على الاستدلال والمنطق ولها تأثير في المشاهد من خلال تقديم الحجج، والبراهين كالاستدلال بالقرآن التشريعات والقوانين، الإحصاءات.
- 2.4. أساليب الإقناع العاطفية: التي تخاطب العاطفة وتستخدم للتركيز على الجانب السيكولوجي للمشاهد أي مخاطبة حاجات ودوافع المتلقي من إيماءات الوجه، حركة اليدين البكاء، الموسيقى الحزينة.
5. فئة القيم: ترتبط بعاملين أساسيين العامل النفسي المرتبط برغبات الفرد وميوله، والعامل الاجتماعي المرتبط بالقوانين والمعايير والضوابط. ونقصد بها البعد الاجتماعي للحصة وكذا معرفة نوع القيم المراد غرسها من خلال برنامج "لي فات مات" ما إذا كانت قيما اجتماعية سلبية أم قيما اجتماعية إيجابية.

¹ محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام، الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1979، ص 121.

² محمد الفاتح حمدي، منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال، عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2017، ص 6.

6. فئة الجمهور المستهدف: تساعد هذه الفئة الباحث، في معرفة الجمهور الذي يريد القائم بالاتصال الوصول إليه طبيعته وسماته سواء كان جمهور عام أو خاص. والمقصود هنا هو الجمهور الذي يستهدفه البرنامج، علما أن برنامج "لي فات مات" جمهوره عام بحكم أنه يخاطب مختلف أفراد المجتمع بإختلاف مستوياتهم وجنسهم وأعمارهم.

7. فئة الأهداف: تستعمل هذه الفئة للبحث عن مختلف الأهداف التي يريد المضمون محل الدراسة إبلاغها أو الوصول إليها¹. والمقصود منها في دراستنا التعرف على الأهداف الكامنة وراء تسليط الضوء على مختلف القضايا والمواضيع التي تخص المجتمع.

• فئات الشكل "كيف قيل؟": هي تلك الفئات التي تصف المحتوى الشكلي للمضمون المزمع دراسته وعادة ما تحاول الإجابة على السؤال كيف قيل؟ أحد ركائز تحليل المحتوى.

ويتضمن هذا الجزء شكل المادة موضوع التحليل، ومدى اهتمامها بمعالجة القضايا الاجتماعية من خلال برنامج "لي فات مات" على قناة الشروق TV، ومن أهم الفئات التي ارتأينا أنها تخدم موضوع الدراسة ما يلي:

1. فئة اللغة المستخدمة: من المؤكد أن اللغة هي الوعاء الذي يصب فيه الفكر، فهي بالتالي المحرك الأساسي له، وتزداد هذه الأهمية في مضمون وسائل الإعلام الجماهيرية ذلك أنها الواصل بين المرسل والمتلقي وفي الكثير من الأحيان يقع التشويش على الرسالة بسبب اللغة المستعملة من طرفه، وعليه يعد تحليل اللغة في وسائل الإعلام من الأهمية التي تجعل كل الرسالة مرتبطة بطبيعتها. ونقصد بها في دراستنا معرفة نوع اللغة الأكثر استخداما في البرنامج، وما إذا كانت تتسم بالبساطة والوضوح، أو هي مزيج بين اللغة العربية تتوسطها اللغة العامية، كذلك اللغة الأجنبية في بعض الأحيان.

2. فئة طبيعة المادة الإعلامية: تستخدم هذه الفئة للتفرقة بين الأشكال أو الأنماط المختلفة التي تتخذها المادة الإعلامية في الوسائل المختلفة. والمقصود منها هو بنية الحصة ومركزاتها أي الأشكال التي تتخذها المادة الإعلامية في معالجة المواضيع المتعلقة بقضايا المجتمع عن طريق الحوار داخل البلاطو والذي يدور بين مقدم الحصة والضيوف، وهو ما يعرف بالحديث المباشر.

¹ يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين، الجزائر: طاكسيج - كوم للدراسات والنشر والتوزيع، 2007 ،

3. فئة الإخراج الفني: هي الفئة المرتبطة باستخدام بعض الجوانب الفنية، كالمؤثرات السمعية والبصرية وغيرها من الأساليب الفنية، ونقصد بها في دراستنا الموسيقى والأغاني، وبعض الأصوات المؤثرة أي المرافقة للمواضيع قصد التأثير في الجمهور، إضافة إلى الديكور الذي يتناسب مع طبيعة البرنامج، وكذا الإضاءة.

4. فئة طبيعة اللقطة: وهي الفئة التي اعتمدت على اللقطة ما إذا كانت قريبة أو بعيدة أو متوسطة في البرنامج، وذلك لإبراز الإشارات والرموز والملاحم لدى مقدمة البرنامج والضيوف بشكل واضح.

فئة الزمن: وهي الفئة التي يقوم الباحث بحساب الزمن المخصص للمواد التي يريد تحليلها، ويقاس بالدقائق أو الثواني أو الساعات والمقصود هنا تحديد المدة الزمنية المخصصة لقضايا المجتمع في برنامج "لي فات مات" الذي يستغرق ساعة أو 60 دقيقة أثناء بثه.

10. حدود الدراسة:

للإجابة عن تساؤلات الدراسة والأشكال المطروح، قمنا بتحليل أعداد وحلقات مختلفة من برنامج لي فات مات لمعرفة تمثيلات المرأة الجزائرية لهذا البرنامج هذا ما حدد مكان الدراسة وجعله ثابت ومستقر حيث تمثل في قناة الشروق العامة الحاملة للمادة الإعلامية الواجب تحليلها والمتمثلة في برنامج لي فات مات.

11. تحديد المفاهيم:

أ. تمثيلات:

التمثيلات مفردة تمثل، وهي التصور السابق، أو المعلومات الأولية عن موضوع أو قضية. "تمثل أو تصوّر الشيء: توهم صورته وتخيلته واستحضره في ذهنه؛ وتصور له الشيء: صارت له عنده تمثّل مشخّص أو صورة وشكل"¹.

أما في قاموس le petit robert، فالتمثّل "représentation عملية وضع استحضارشيء ما أمام الأعين أو العقل؛ وهو جعل موضوع غائب) أو مفهوم ما(، محسوساً بفضل صورة، شكل، رمز، دلالة ما، الخ".

¹المنجد في اللغة والأعلام، 1975، ص440.

وهي عبارة عن معارف أولية، وأحكام مسبقة وارتسامات، وقد تكون معلومات رصينة وصحيحة، وقد تكون خاطئة.

إجرائيا: التمثيلات تشير إلى الطرق والأساليب التي يتم اتباعها لتمثيل شخصية أو مجموعة في برنامج تلفزيوني أو مسرحي أو أي نوع آخر من العروض المسرحية أو الفنية. يعد التمثيل هو عملية تجسيد شخصية أو دور بواسطة الممثلين، وتشمل التمثيلات الاجرائية جميع العناصر والعناية التي يتم اتخاذها لإظهار الشخصية بشكل حقيقي ومقنع.

أ. البرنامج:

- **لغة:** هو الميزانية أو لائحة المنهاج، أو هو خطة لما ستقوم بعمله.
- **اصطلاحا:** هو كل مادة سواء كانت صوتية أو مصورة تقدم من خلال الإذاعة أو التلفزيون ضمن فترة البث ولها هدف معين، وهو مخاطبة جمهور المستمعين أو المشاهدين، وتتميز البرامج عن بعض من لحن المقدمة والنهاية والزمن المحدد لعرضها وموعد عرضها على الجمهور.¹
- **إجرائيا:** هي مجموعة من المواضيع التي تبث على قناة الشروق تي. في تتناول مضامين إعلامية صحية متنوعة في مختلف المجالات الطبية بما يساهم في زيادة وعي المشاهدين.

ب. تعريف التلفزيون:

- **لغة: Télévision:** كلمة مركبة من (Télé) ومعناها باليونانية عن بعد، (vision) ومعناها باللاتينية الرؤية، ترجمة الحرفية بالعربية: الرؤية عن بعد.²
- **اصطلاحا:** عرفه معجم مصطلحات الإعلام بقوله: "التلفزيون وسيلة نقل الصورة والصوت في آن واحد، بطرق الدفع الكهربائي بث برامج معينة"، يعرف كذلك في هذا المعجم أنه: "جهاز نقل الصورة المتحركة مثل السينما وعرضها، كما ينقل الراديو الأصوات، ويتكون من جهاز التقاط كالألة السينمائية بصور المشاهد المراد تصويرها، ثم ينقلها في الهواء بطريقة لاسلكية فتطلقها أجهزة الاستقبال فتعكس هذه الصورة على لوح من الزجاج. إجرائيا: يعتبر أهم وسائل الإعلام الجماهيري، عبارة عن جهاز يحتوي الصوت والصورة يمكن من خلاله مشاهدة مختلف

¹ الجيفيري، محمد حسن، 2015، إعداد البرامج الإذاعية والتلفزيونية، قطر، دار الصانع للإبداع والتوزيع، 2015، ص

.11

² ابراهيم عباس، تلفزيون الجزائري و المجتمع، معهد علوم الاجتماع، (د.ط)، الجزائر، 2003، ص 14.

المواضيع (سياسية، اقتصادية، رياضية، اجتماعية، ترفيهية.... الخ) ومعرفة آخر التطورات الحاصلة سواء في البيئة المحلية والعالمية¹.

ت. برنامج التلفزيوني:

• **اصطلاحا:** هو فكرة أو مجموعة أفكار تصاغ في شكل قالب معين لتحقيق هدف معين يبدأ البرنامج من مجرد فكرة في ذهن معده الذي يسعى إلى تجسيدها فيبحث عن المنتج الذي يتبناها ويقبل الإنفاق على إخراجها، أي أن البرامج التلفزيونية تعبر في محتواها عن وجهة نظر القناة النابعة عن مقوماتها وهويتها الشخصية وذلك يسعى إلى نشر رسالة القناة للتوصل لتحقيق الأهداف المسطرة نظرا لتنوع المضامين الإعلامية. تنتوع بذلك البرامج المنبثة قد تكون سياسية، دينية، ترفيهية، ومع تنوع البرامج التلفزيونية يتنوع الجمهور المستهدف. وهي المادة الإعلامية والثقافية والتربوية والترفيهية التي تبثها القنوات التلفزيونية، وكذلك الحصص والأفلام والمسلسلات والرسوم المتحركة².

• **أما إجرائيا:** فالمقصود به في هذه الدراسة؛ المادة الإعلامية التي تبث مجموعة من المواضيع بمختلف مجالاتها لاسيما الصحية التي تعرض على قناة الشروق tv والتي تنمي ثقافة وأفكار المشاهدين خاصة من فئة النساء.

ث. برنامج لي فات مات:

إجرائيا:

هو برنامج اجتماعي يطل على الجمهور و يدرس حالات ومشكلات اجتماعية ويعمل على حلها وتقديم رسائل أمل ورسائل تسامح وتصالح من خلالها.

ج. المرأة الجزائرية:

تعد المرأة الجزائرية أساس المجتمع الجزائري. فقد أدت دورا محوريا للبرامج التلفزيونية وأثبتت من خلال هذا الدور قدرتها على التفاعل الإيجابي في تلك البرامج، وان حضورها اللافت في مختلف جوانب الحياة فهي عنصرا أساسيا في إحداث عملية التغيير في المجتمع.

¹ رحمة طب عرساني، مدخل إعلام واتصال، جدار الكتاب العالمي للنشر والتوزيع، ط1، عمان، 2008، ص ص 106، 107.

² بايو، جازية، أسس الإنتاج التلفزيوني، ط1، لندن، د. د. ن، 2021. ص 54-53.

التعريف الإجرائي: المرأة الجزائرية المراد بها في هذه الدراسة، هي تلك المرأة التي تملك تحصيلاً علمياً مما فسخ أمامها المجال لأن تمارس مختلف المهن، ويكون لها دورها في قلب حركة المجتمع الجزائري.

12. دراسات السابقة:

✚ **الدراسة الأولى:** دراسة الصادق الحمامي (2015) المرأة في النقاش الافتراضي دراسة في تمثيلات المرأة في صفحات الميديا التقليدية في الفيسبوك¹.

هدفت الدراسة إلى فهم أدوار الميديا الاجتماعية في تشكيل صورة المرأة ومقاربة أشكال تلقي الناس وتفاعلهم مع مضامين الميديا ذات العلاقة بالمرأة في السياقات التواصلية الجديدة. وعن الأهداف الخاصة التي توجه طبيعة المعطيات التي نعمل على جمعها، فتتعلق بدراسة اهتمام الميديا التقليدية بمسألة المرأة في منصات الاجتماعية أي الصفحات التي تديرها مؤسسات الميديا التقليدية في مواقع الشبكات الاجتماعية ويتفاعل الناس (النساء والرجال مع المضامين المتصلة بالمرأة والتي تنتشرها الميديا التقليدية على منصات الميديا الاجتماعية، كما تهدف الدراسة بشكل خاص إلى مقاربة الصورة التي تروجها الميديا التقليدية عن المرأة في منصات الميديا الاجتماعية وفهم تمثيلات أدوار المرأة لدى المستخدمين والمستخدمات وتمثيلات الناس أي المستخدمين والمستخدمات للمرأة، إضافة إلى تحليل أنماط التفاعل التي ينخرط فيها المستخدمون والمستخدمات، حول المسائل المتصلة بالمرأة: نقاش، حجاج صراع تهكم شتم... ورصد أنواع الحجاج التي يوظفها المستخدمون والمستخدمات في المسائل المتصلة بالمرأة: حجج عقلانية، معرفية، ثقافية، دينية...

استخدمت الدراسة المقاربة الكمية والكيفية حيث سعت من خلال الأولى إلى رصد تفاعلات الناس من الجنسين حول المضامين المتصلة بالمرأة من خلال ما يسمى أدوات المشاركة أو ما يسميه موقع الفيسبوك نسبة المشاركة engagement rate وتجسد المشاركة في : الإعجاب Like والتعليقات comments والمشاركة share أما المقاربة الكيفية فتتمثل في تحليل نصوص المشاركين المنشورة في شكل تعليقات على المقالات وفق شبكة تحليل مستلهمة من «استراتيجية الإعلام العربي من منظور النوع الاجتماعي» التي أنجزها د. محمد شليبي لفائدة مركز «كوثر» ، وتم تطويرها بحيث تستجيب لمقتضيات تحليل الشبكات الاجتماعية. وتوصلت إلى مجموعة من النتائج أهمها:

¹الصادق الحمامي، المرأة العربية في النقاش الافتراضي دراسة في تمثيلات المرأة العربية في صفحات الميديا التقليدية مركز المرأة العربية للتدريب والبحوث، تونس، 2015.

- انطلاقاً من عينة الإدراجات (130) إدراج التي تمت دراستها تبين لنا أن التقارير السياسية تحتل المرتبة الأولى في اهتمامات الميديا الخاصة بالمرأة، تليها المواضيع الاجتماعية والفنية. وقد يعود هذا إلى طبيعة الميديا التي تكون عينة الدراسة ميديا إخبارية أو شاملة وغير متخصصة أو إلى الفترة التي أنجزنا فيها الدراسة والتي اتسمت بعدة أحداث سياسية ذات علاقة بالمرأة.
- تستقطب التقارير السياسية مشاركات أكثر مقارنة بأنواع التقارير الأخرى، ويمكن تفسير ذلك بطبيعة هذه التقارير السياسية التي عادة ما تطرح قضايا خلافية يحند فيها النقاش.
- يخطر المستخدمون الرجال أكثر من المستخدمين النساء في التفاعل حول التقارير الخاصة بالمرأة مع بعض الاستثناءات النسبية في تونس وفي لبنان حيث سجلنا تقارباً في النسب. ويرتبط هذا التفاوت بشكل مباشر بتفاوت في مستوى استخدام الفيسبوك بين الجنسين.
- إن النساء يحجمن عن التعبير عن آرائهن المناصرة لقضاياهن في فضاءات تهيمن عليها اتجاهات فكرية معادية للمرأة تستعمل أساليب عنيفة للتعبير عن نفسها وتستند إلى حجج ثقافية ودينية تقليدية وذكورية. ومن النتائج الممكنة للتفاعل في السياق الافتراضي أن تحجم المستخدمين عن التعبير عن مواقف وآراء غير نمطية لا تحظى بالإجماع. وفي هذا الإطار، أصبحت هذه الفرضية، التي تبدو معارضة للخطاب السائد عن الميديا الاجتماعية في المخيال العام.

الدراسة الثانية: بعنوان «المعالجة الإعلامية للمواضيع الاجتماعية في الصحافة اليومية الجزائرية»، دراسة تحليلية مقارنة 2014، أجرت هذه الدراسة /04/ 2014 إلى 30 /01/ في الفترة ما بين Quotidien01 ليوميتي النهار الطالبة: عدون هجيريه وهي رسالة لنيل شهادة الماستر في الاتصال وصحافة مكتوبة المواضيع الاجتماعية؟ Quotidien الإشكالية المطروحة : كيف تعالج صحيفتي النهار وتهدف هذه الدراسة إلى محاولة التحسيس وإعطاء الأهمية الكبرى للمعالجة الإعلامية بالنسبة للموضوع الاجتماعي خاصة المعالجة الفعالة للمواضيع الحساسة، كذلك تزويد الجمهور على اختلاف أجناسه بالمعلومات الاجتماعية وقد اعتمدت الباحثة في هذه الدراسة على المنهج الوصفي التحليلي، كما استعملت أداة تحليل المضمون لجمع البيانات والذي يسعى إلى تحليل المضامين المقدمة في الصفحتين وقد توصلت الدراسة إلى النتائج التالية:

- عدم وجود علاقة ترابط ذات دلالة إحصائية بين مجال التغطية والنوع الصحفي، وبين الجمهور المستهدف والأنواع الصحفية التي جاءت المواضيع الاجتماعية.

- وجود علاقة ارتباط ذات دلالة إحصائية بدرجة متوسطة بين متغير المصادر المعتمدة ومتغير المواد الأنواع الصحفية التي جاءت المادة الصحفية الاجتماعية.
- هيمنة الأنواع الصحفية الإخبارية في نشر المادة الإعلامية الاجتماعية على الصحف اليومية الجزائري¹.

13. صعوبات الدراسة:

هناك صعوبات واجهتنا أثناء البحث ولعل من أهمها انعدام المراجع المتعلقة بالبرامج الجزائرية عامة وخاصة برنامج " لي فات مات"، التي لم يتم التأسيس لها لحد الآن فما كان علينا إلا البحث عن المعلومات وجمعها من خلال ما أدلى به المختصون والمخرجون وكتاب السيناريو من معلومات وأراء عن البرامج الجزائرية في الصحافة الوطنية.

¹ عدون هجرة، المعالجة الإعلامية للمواضيع الاجتماعية في الصحافة اليومية الجزائرية، رسالة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص صحافة مكتوبة، جامعة الجزائر، 2013.

الفصل الأول: البرامج التلفزيونية

المبحث الأول: البرامج التلفزيونية

المطلب الأول: مفهوم البرامج التلفزيونية

المطلب الثاني: مكونات البرامج التلفزيونية

المطلب الثالث: أنواع البرامج التلفزيونية

المبحث الثاني: البرامج التلفزيونية الاجتماعية والاعلام الاجتماعي

المطلب الأول: مفهوم وأهمية البرامج الاجتماعية

المطلب الثاني: أهداف وخصائص البرامج الاجتماعية

المطلب الثالث: واقع وتأثير البرامج الاجتماعية

المطلب الرابع: كيفية إعداد البرامج الاجتماعية

• تمهيد

البرامج التلفزيونية هي عبارة عن محتوى ترفيهي أو تعليمي يتم بثه عبر وسائط البث التلفزيوني. يتم إنتاج البرامج التلفزيونية بشكل مختلف وتنوعها كبير، وتستهدف فئات جماهيرية مختلفة وتغطي مجموعة واسعة من المواضيع.

تعد البرامج التلفزيونية وسيلة فعالة للترفيه والتثقيف والإعلام. يمكن أن تتضمن هذه البرامج أنواعًا مختلفة مثل البرامج الدرامية والكوميديا والواقعية والتحقيقية والرياضية والإخبارية والوثائقية والتعليمية وغيرها.

توفر البرامج التلفزيونية تجربة مرئية وسمعية للمشاهدين، وتعتمد على العوامل المرئية والصوتية لنقل المعلومات وإيصال القصص والمحتوى. يتم تنفيذ البرامج التلفزيونية بواسطة فريق إنتاج يشمل منتجين ومخرجين وكتاب سيناريو وممثلين وفريق تحرير وتقنيين ومصممين ومهندسي صوت وغيرهم.

للتعرف أكثر على هذه البرامج التلفزيونية خصصنا هذا الفصل للحديث عن مفهوم التلفزيون وخصائصه ونشأته لننتقل بعدها إلى المبحث الثاني حيث تناولنا فيه عن المفهوم العام للبرامج التلفزيونية وكذا المبحث الثالث حيث تطرقنا بشكل خاص عن البرامج التلفزيونية الاجتماعية والإعلام الاجتماعي.

المبحث الأول: البرامج التلفزيونية

إن البث الفضائي الإذاعي والتلفزيوني من مواد مسموعة أو مرئية مهمته التكوين الاجتماعي طالما أنها تحمل رسالة تستهدف الجمهور الذي يتلاقاها سواء جالسا في بيته أو خلف شاشة هاتفه في أي مكان، وهذه البرامج هي نظرة شاملة لدور أجهزة وسائل الإعلام في التواصل والتفاعل مع المجتمع، وسنتطرق في هذا المبحث إلى تعريف البرامج التلفزيونية مروراً بأنواعها ومكوناتها.

• المطلب الأول: مفهوم البرامج التلفزيونية

عرفت وثيقة تنظيم البث الفضائي الإذاعي والتلفزيوني في المنطقة العربية البرنامج بأنه: "كل ما يتم إعداده للبث أو بثه عبر أجهزة البث الفضائي بنية استقبله من قبل الجمهور أو المشاهدين، ومن ذلك المواد المرئية أو المسموعة كلها أو كلاهما، وهو موضوع أو نتيجة النشاط الذي تمارسه هيئات البث من أعمال البث أو الإذاعة أو الإرسال أو الإتاحة أو ما يسبقها من أعمال ومن ذلك المصنفات والبرامج بمعناها الفني الدقيق وجميع أنواعها والمواد الناجمة عن تجميع وتخزين مواد الإذاعة وجدولتها إرسالها في إشارات سابقة على الإذاعة ويعد برنامج على وجه الخصوص ما يتم بثه أو إعداده وصالحة للنشر من المصنفات الفنية والعلمية والأدبية وما يلحق بها من أعمال وأدوات فنية، والبرامج والمسلسلات والأحداث الترفيهية والرياضية وغير ذلك من المواد والصور والإشارات والأصوات والكتابات التي يتم إعدادها للبث أو يتم بثها¹.

واتفق العديد من الباحثين على أن مصطلح "برمجة" أغنى وأثرى من مفهوم البرنامج خاصة إذا أردنا الحديث عن البرامج التلفزيونية من حيث الرسالة التي تبث من خلالها ونوعية المحتوى ، فقد تم تعريفها بأنها: " برامج من ناحية المحتوى والترتيب الزمني ضمن خطة البث من حيث المواعيد والتفاعل مع عادات المشاهدة للجمهور المستهدف ونسق الحياة الاجتماعية وباعتبار تفاعل البرامج مع بعضها وتناسقها واتزان نوعيتها وهي كذلك نظرة شاملة لدور أجهزة الإعلام في المجتمع والتفاعل معه واتصال ذلك المجتمع بالمجتمعات الأخرى"².

¹ وثيقة تنظيم البث والاستقبال الفضائي في المنطقة العربية جريدة الشرق الأوسط، المجموعة السعودية للأبحاث والتسويق الجمهورية العربية السعودية العدد 10683، الصادر في 13 فبراير 2008.

² ضياء مصطفى، السخرية في البرامج التلفزيونية، ط1، دار ميزوبوتاميا بغداد العراق، 2014، ص 214 - 215.

وهي كذلك : " تقنية تخطيط وترتيب لعدة برامج تلفزيونية ضمن الكل المهني والمنسجم والذي يطلق عليه تسمية قناة تلفزيونية.

وتعتبر البرمجة التلفزيونية مهنة التكوين الاجتماعي طالما أنها تحمل رسالة تلفزيونية تستهدف الجمهور الذي يتلقاها إذ أصبح الجمهور طرفا فاعلا في الاتصال سواء كان حاضرا في الأستوديو أو جالسا في بيته أمام الشاشة الصغيرة ويمكن تحديد البرمجة بأنها : " إستراتيجية انتقاء البرامج وترتيبها عبر خريطة البرمجة التي يتم تخطيطها لتجذب الجماهير المستهدفة بعناية ويحتاج مسؤولوا البرامج إلى المعلومات والمهارات التي تساعدهم على تحديد الجماهير المستهدفة بفئاتها المختلفة واختبار الأوقات المناسبة لتقديم البرامج التي تناسب كل فئة ووضع هذه البرامج ضمن شبكة البرمجة".

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

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

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

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

التلفزيوني كاملة أي عليه أن يجعل المستقبل مستعدا لاستلام الرسالة عبر زمنها دون أن يعرف عنها¹.

• المطلب الثاني: مكونات البرامج التلفزيونية

من خلال مفهوم البرنامج التلفزيوني نرى أن البرنامج يحتوي على معلومات أي موضوع يجب ان ينقل من المرسل إلى المستقبل، هذا الموضوع ما هو سنصطلح ب عليه " المحتوى "، وهذا المحتوى يجب أن يضمن أهدافا يريد المرسل تحقيقها في المستقبل، ما وهو سنصطلح عليه "ب الأهداف"، أن كما عملية قلن الموضوع يحتاج إلى أساليب محددة سنصطلح عليها ب " الطريقة " لغرض تحقيقها للأهداف يجب أن تكون مبنية لتلائم ميول ورغبات المستقبل وقدراته العقلية وسنصطلح على "ب ذلك طبيعة المستقبل " ولهذا نستخلص أن مكونات البرنامج التلفزيوني هي:

1. طبيعة المستقبل.

2. المحتوى.

3. الأهداف.

4. الطريقة.

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

وفي أثناء تدفق الرسالة خلال شبكات عديدة من الاتصال تتعرض الرسالة لمن يسميهم علماء الاتصال بحراس البوابات Gate Keepers ، فيقومون بنقلها كما هي أحيانا، وبتعديلها أحيانا.

أمّا الوسيلة (Medium) أو القناة (Channel) ؛ فإنّها تقوم بنقل الرموز التي تحويها الرسالة إلى المستقبل، أي الجمهور.²

وعملية الاتصال الجماهيري تتضمن في جوهرها توجيه الاتصال في الوقت نفسه إلى مجموعات واسعة وغير متجانسة من البشر.

¹ فاروق ناجي محمود ، البرنامج التلفزيوني كتابته ومقومات نجاحه، دار الفجر للطباعة والنشر، ط1 ، بغداد، 2007 ، ص 17.

² محمد سيد محمد اقتصاديات الإعلام، المؤسسة الصحفية ، دار الفكر العربي للطباعة والنشر (ب.ط)، القاهرة، مصر، (ب.س.ن) ، ص 89.

ويُعدُّ المستقبل هو هدف عملية الاتصال الأساسي، وعليه تجرى الدراسات والبحوث لمعرفة خصائصه قبل تصميم الرسالة، ولمعرفة تأثير العملية الإعلامية في معلوماته واتجاهاته وسلوكه بعد تعرضه لمضمون الرسالة.

ولذلك نجد أن دراسة الجمهور المستهدف الظروف المحيطة به اللغة والأسلوب الذي يناسب مخاطبته، مستوى تعليمه وثقافته، وأحواله الاقتصادية والاجتماعية، كل هذا يكون أساساً للتخطيط. الإعلامي، ووضع الخطة الإعلامية المناسبة، واختيار الوسيلة أو الوسائل الإعلامية المناسبة التي تحقق أهداف العمل الإعلامي.

• المطلب الثالث: أنواع البرامج التلفزيونية

1. البرامج الإخبارية:

وهي نوعية من البرامج هدفها الأساسي هو الإعلام أو الأخبار التي يتمثل في تزويد الجماهير بالمعلومات والآراء التي لم يعرفونها من أو قبل التي تحظى باهتمامهم أو اهتمامات قطاع كبير منهم لذا فإن مهمتها الأساسية هو إحاطة الجمهور علماً بكل جديد بطريقة فورية ودقيقة وتتخذ البرامج الإخبارية أكثر من شكل غير أنها لا تخرج في النهاية عن كونها أخباراً بوقائع جديدة أو تحليلات حولها، ومن أشكال البرامج الإخبارية ما يلي:

- أ. موجز الأخبار .
- ب. النشرات الإخبارية .
- ت. التحليلات الإخبارية .
- ث. التعليق الإخباري.
- ج. التقرير الإخباري .
- ح. البرامج الإخبارية الخاصة .
- خ. البرامج التسجيلية الإخبارية و المجالات و الجرائد الإخبارية.¹

¹ طارق سيد أحمد الخلفي، فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2008، ص100.

2. برامج الحديث والحوار:

وهي نوع من البرامج تركز على المادة الكلامية من أحاديث وحوارات ومناقشات وتنوع موضوعات وتباين بشدة بين موضوعات سياسية أو اقتصادية أو ثقافية أو إنسانية ومن أشكال هذه البرامج ما يلي:

- أ. الحديث المباشر .
- ب. الحوار أو المقابلة أو الحديث الحوارى وهو يشمل حوار الرأي حوار المعلومات وحوار الشخصيات .
- ت. المناقشات والندوات .
- ث. برامج التلفزيون .
- ج. البرامج التي تتخذ شكل المائدة المستديرة.
- ح. البرامج التي تتخذ لشك المحاكمة .
- خ. البرامج الجماهيرية .
- د. البرامج الاجتماعية¹ .

3. الدراما:

وهي أشكال درامية يقوم بإنتاجها الراديو والتلفزيون ووسائل أخرى ولكنها تعرض في الراديو والتلفزيون ومن أمثلتها:

- أ. الأفلام السينمائية والتلفزيونية .
- ب. المسرحيات التي تسجل للإذاعة والتلفزيون أو تنتج خصيصا لها .
- ت. التمثيليات .
- ث. المسلسلات والسلاسل .
- ج. برامج السرد الدرامى .
- ح. البرامج شبه الدرامية البيوجرافية التسجيلية

4. البرامج التسجيلية:

¹ سهير جاد، سامية أحمد علي، البرامج الثقافية في الراديو والتلفزيون، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 1999 ، ص

وهي برنامج تتناول موضوعات حقيقية كالمشكلات الاجتماعية والقضايا السياسية أو الصحية أو العلمية أو الثقافية ويمكن أن تتخذ عدة أشكال منها:

- أ. البرنامج الدراسي التسجيلي .
 - ب. الأفلام التسجيلية.
 - ت. تتنوع بين الأفلام التعليمية والعلمية وأفلام التدريب والأفلام الإرشادية وأفلام المعرفة و غيرها.
- 5. برامج الترفيه والتسلية والمنوعات:**

وهي نوعية من البرنامج تهدف إلى الترفيه من المتلقين و تسليتهم وتضم عديد من الأشكال منها:

- أ. برامج المسابقات .
- ب. البرامج الرياضية (كالمصارعة، كرة القدم...) الخ.
- ت. برامج الموسيقى والغناء والرقص .
- ث. برنامج الفنون مثل: الباليه، الشعر، الأدب .¹
- ج. برنامج الاستعراضات مثل: السيرك والألعاب المختلفة... الخ.

6. البرامج الخاصة والموجهة:

ومن أمثلة البرامج الموجهة الدينية سواء تلاوة القرآن أم الفتاوى أم الشعائر ويدخل ضمنها الإذاعات الخارجية لنقل الشعائر والاحتفالات والمناسبات الدينية .

- أما البرامج الخاصة فهي تضم برامج المرأة والطفل والشباب ومن أمثلتها الرسوم المتحركة ، I العرائس، ومرح الأطفال .
- وكذلك البرنامج الاجتماعي التي يمكن اعتباره برنامج خاص عن الإعلانات التجارية التي تروج للسلع و الخدمات .
- برنامج الخدمات والطوائف ومثالها البرامج التتموية والتي تحث على سلوكيات معينة كالادخار وترشيد الاستهلاك.

7. الإعلانات ومواد الربط:

¹ 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، ص 89.

وهي تستخدم للانتقال من البرامج وشغل الف راغ بين البرامج ومثالها التنويهات والإعلانات التجارية والتقديم للبرامج.

• المبحث الثاني: البرامج التلفزيونية الاجتماعية والإعلام الاجتماعي

• المطلب الأول: مفهوم وأهمية البرامج الاجتماعية

1. مفهوم البرامج الاجتماعية:

يعد هذا النوع من البرامج الأكثر تعدداً إذ يشمل إضافة إلى برامج الأسرة والبرامج التي تعالج المشاكل الاجتماعية البرامج الفئوية الموجهة للشباب أو الأطفال أو المرأة وغيرها من البرامج المتعلقة بالأسرة كالبرامج الصحية. إن مضمون البرامج الاجتماعية يعتمد على الموضوع والفئة الموجه لها، فالبرامج الموجهة للأطفال سيختلف في مضمونه وفقراته على ذلك الذي نعهده للشباب من حيث المفردات المستخدمة في الصياغة وعبارات المخاطبة وتوعية المادة التي يضمنها البرنامج، لكن البرامج الاجتماعية بمجملها تتصف بقربها من الجمهور المستهدف وتتناول المواضيع القريبة من الناس بما يتعلق بأمورهم الحياتية اليومية ومشاكلهم وطموحاتهم وأدائهم واجتهاداتهم. ويقوم البرنامج الاجتماعي في الغالب 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، ويقدر ما يعمل المعد على تخصيص فقرات من النجاح ذلك لأن مضمون البرنامج الاجتماعي يكون محوره الأساسي الجمهور نفسه بواقعه ومشاكله وآرائه ووجهات نظره.¹

2. أهمية البرامج الاجتماعية :

تكمن أهمية البرنامج الاجتماعي فيما يلي:

- توعية الفرد بما يدور حوله.
- إبراز مكانة الفرد في المجتمع.
- خلق الوعي لدى الفرد.
- كسر الطابوهات المتواجدة في المجتمع.
- إعطاء طرق مثلي لحل المشاكل في الوسط المجتمعي.²

¹ إبراهيم عزيز، تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيرها الاجتماعية والثقافية، دار الكتاب الحديث، الجزائر. 1151، ص

547.

² ألكسندر بورتسيكي، الصحافة التلفزيونية، ترجمه أديب خضور، المكتبة العالمية، دمشق، 5441، ص 25.

• **المطلب الثاني: أهداف وخصائص البرامج الاجتماعية**

1. أهداف البرامج الاجتماعية :

- تنمية الاتجاهات الإيجابية والعادات الاجتماعية السليمة.
- التحذير والتنبيه من الآفات الاجتماعية والمشكلات مثل الفقر، السرقة، الطلاق... الخ.
- إظهار مستجدات الحياة للأفراد في المجتمع.
- إبراز البيئة المحلية والعالمية وظروفها الجغرافية والاجتماعية.
- استشراف المشكلات الاجتماعية.
- تقديم حلول مؤقتة أو دائمة للمشكلات الاجتماعية.
- إبراز وعرض التجارب الناجحة على المستوى العالمي والعربي.
- المحافظة على الموروث الثقافي الاجتماعي.
- القيام بالأدوار التثقيفية التعليمية والتوجيهية في الإطار الاجتماعي.¹

2. خصائص البرامج الاجتماعية :

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

- الإشارة.
- الحالة.
- ارتفاع نسبة المشاهدة.
- تنوع الجمهور المستهدف.

• **المطلب الثالث: واقع وتأثير البرامج الاجتماعية**

1. واقع البرامج الاجتماعية :

إن الإعلام بتركيبته الراهنة، وأمام التنافس التجاري بقي لا مباليا بما سبق وأوردناه من قيم لأنه يعني ان ما يهم الجمهور العريض ومن ثم المعلنين أو السياسيين هو ما هو مرني وما هو مشهدي وبالتالي هذا النوع من الاتصال.

¹ أمينة شرقي، صورة المرأة الجزائرية في البرامج الاجتماعية على الفضائيات الجزائرية الخاصة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر تخصص في علوم الاعلام والاتصال، جامعة العريب بن مهدي، ورقلة، 1157-1152 ص 77.

غير جذاب أنه قد يسبب الكثير من التجديد والتغيير في حال تم تطبيقه، والذي حصل ان عالما العربي شهد طفرة إعلامية كبرى لأسباب تعود في غالبيتها إلى ظروف موضوعية، لاسيما المتغيرات التقنية والاتصالية بحيث يمكننا أن نوصف واقع الحال بالقول أن التقدم الاتصالي سبق التقدم الاجتماعي والسياسي والاقتصادي بأشواط، من هنا ينبع الإرباك بمعنى آخر شهد إعلامنا نموا وليس تنمية وهو يشهد تغيرا وليس تغييرا هذا عدا أن التقنيات جرت أخلاقيات عملها معها، فأوقعت الإعلام صحة للنظام الإعلامي، هذا عدا عن الظروف الذاتية الخاصة بالعالم العربي وأقلها التسوية التي توصلت إليها الأنظمة السياسية مع الإعلام بعد طول ارباك¹.

2. تأثير البرامج الاجتماعية :

تعتبر البرامج الاجتماعية أحد الأشكال البرمجية التي لها تأثير كبير على الجمهور من خلال ما نقدمه من مضامين إعلامية، فتعتبر أداة فاعلية في تشكيل الرأي اتجاه مختلف القضايا والأحداث وذلك من خلال ما يلي: تنثير اهتمام الجمهور بمختلف القضايا الاجتماعية والسياسية الهامة فقد اهتمت بموضوعات كثيرة مثل: المساواة حقوق المرأة وقضايا المجتمع. تعتبر البرامج الاجتماعية بمثابة مرآة تعكس مشكلات وقضايا المجتمع فتكشف السلبيات داخل المجتمع وأحيانا تساعد على حل هذه المشكلات فمنتجو ومذيعو هذا البرنامج لديهم القدرة على طرح مختلف القضايا التي تمس المجتمع كما أن الجمهور لديه القدرة على اختيار ما يريد أن يشاهده ولا تكتفي بذلك ولكنها تجعل الجمهور يدرك أبعاد وجوانب هذه القضايا والأحداث من خلال تحليلها وتفسيرها بطرح مختلف الآراء وبالتالي يتشكل لديهم اتجاهات حول هذه القضايا.

تعد البرامج الاجتماعية صوت الشعب فمن خلالها يعبر الأفراد على آراءهم ويصل صوتهم إلى المسؤولين وهذا له تأثير على المستوى السياسي والاجتماعي داخل المجتمع. يرى علماء الإعلام والاجتماع أن البرامج الاجتماعية لها تأثير في المجال الثقافي والاجتماعي والترفيهي من خلال مضمونها المتنوع وبالتالي أصبحت أحد العوامل المؤثرة في نشر كل القيم والأفكار والسلوكيات.

¹هنود القادري عيسى، البرامج الحوارية والديمقراطية التشاركية المباشرة، مشاهدات حية، ص 9.

• المطلب الرابع: كيفية إعداد البرامج الاجتماعية

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

1. إعداد فكرة البرنامج تتمثل في كونه برنامجا اجتماعيا يعالج قضايا تهم المجتمع الإعداد يحتاج إلى تنسيق وترتيب بين فقرات البرنامج وهو يتطلب التنسيق لإنتاج كل فقرة من الفقرات.
2. المحاور العامة للبرنامج حسب نوعية البرنامج الاجتماعي.
3. تحديد مواضيع الزوايا السابقة.
4. تحديد الفترة الزمنية لكل زاوية من زوايا البرنامج وهذا حسب المدة الزمنية المخصصة للبرنامج ككل.
5. جمع المعلومات وهنا يأتي دور معد البرنامج والمنسقين معه فريق الإعداد.
6. التنسيق : هنا مع المعد والشخص المستضاف إليه تسجيل البرنامج او إذا كان على الهواء مباشرة حسب نوعية البرنامج.¹

• المطلب الخامس: الإعلام الاجتماعي

1. مفهوم الإعلام الاجتماعي:

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

ليتعرفوا بعضهم على بعض وليتجاوزوا فيما 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 والاحترام المتبادل.¹

¹ وريّة بوقزولة، البرامج التلفزيونية في حميط متغري، دراسة تحليلية لشبكة برامج tv، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر، 2011، ص 552.

2. مستويات الإعلام الاجتماعي:

- المتلقي هو شريك:

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

- البحث عن التفاعلية الحقيقية سواء كانت عن قرب أو من خلال الميديا.
- تكمن ميزة الإعلام الاجتماعي بإبعاده أي مشكل من التنظيم الذي يحد 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 وإمكانات التعبير، وفي حالة اللاتوازن، يجب أن يستفيد الطرف غير المحظي من التدريب أو على الأقل من المساعدة التقنية لكل محاور الخيار بأن يجيب بطريقة لا تكون مقبولة سلفا من قبل المرسل أو الناقل أو الوسيط أو الوسيلة الاتصالية، وهذا ما يجرى الاتساق شبه التفاعلية من أهليتها التي تقتضي إعطاء الانطباع بالتحاور، إذ يكفي الضغط على زر معلوماتي للحصول على الجواب المبرمج مسبقا.

الاتصال يتم دون وسيط، وإذا تم اللجوء إلى وسيط لأسباب تقنية، فإن هذا الأخير يجب ألا يشكل عائقا للحوار، بل على العكس يجب أن يكون في خدمته، وفي إطار الحوار ، لا شيء يرضي طلبات للمحاور، لكن الحد الأدنى من الإجابة تقتضي إعطاء فعل لكلام آخر.

3. الاتصال البديل يرتكز على مجموعة قيم أخلاقية:

قد تكون هذه المعايير المذكورة أعلاه ذات صفة انتقائية، وهي تعود إلى مثاليات فطمح إلى الوصول إليها أكثر ما تعود إلى وقائع يومية معيشة، بما فيها داخل الأجهزة الإعلامية نفسها التي تقول إنها: أجهزة اتصال اجتماعي، لأن الحياة التعاونية التي يمكن أن تكون مصدرا غنيا لتجديد الحوار الاجتماعي توشك أن تقترب من مخاطر الماسة أن المتصلة وممارسة اللغة الخشبية. ففي العلاقة مع الشركاء، وبعيدا من المتطلبات الأخلاقية التي تبرز فرادته يبدو للاتصال الاجتماعي مهمة تتمثل في وضع الأفراد المهمشين والمجموعات في علاقة اتصال فيما بينهم، وذلك لتحسين الشراكة وللمساهمة

¹القادري عيسى هونود، قراءة في ثقافة الفضائيات العربية، الوقوف على ختم التفكير، مركز دراسات الوحدة العربية بيروت، ص 125.

استراتيجيا، فهو لا ينفصل عن 47 في إغناء النسيج الاجتماعي. وبهذا فإن الاتصال الاجتماعي يمثل رهانا للتنشيط الاجتماعي، المحلي والبلدي، إذ أنه في احترام الحميمية والحرية الشخصية لكل فرد، يقوم المنشط الاجتماعي أو الوسيط أو المنتخب بتسهيل التبادل من أجل بلورة مشاريع مشتركة، وهذه الهدف التوسطي يقع في قلب تجارب الحوار ما بين الثقافات والإثنيات التي تتعايش وهي تتصادم وتتجاهل بعضها البعض ويرتدي الحوار أبعادا فعلية، كمثل اللقاءات الودية والأعمال المشتركة، وكذلك أبعادا اتصاليه (رورتاج، ومقالات تحسيسية).

4. شروط الإعلام الاجتماعي:

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

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

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

- متابعة جهود الاتصال 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.

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

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

ويمكن تستعين بنموذج برنامج من برامج التوك شو الاجتماعي على شاشات الفضائيات العربية حيث كان يبث على شاشة "الجزيرة" تحت عنوان: "للنساء فقط إذ أننا حاولنا في ضوء هذه المعطيات رصد آلية خطاب هذا البرنامج من خلال عدة الشغل المتمثلة في المقدمة التي تعد للبرنامج، والتقارير المعد حول الموضوع والاتصالات التي ترد إليه وهو يذهب إليها والتحقيق الذي يرافقه أحيانا، ودور مقدمة البرنامج: حجم تدخلاتها وطريقتها في طرح

الأسئلة، وردودها على الاتصالات ومقاطعتها للضيوف وترجيحها كفة ضيف على آخر وتجاوزها موضوعات معينة وتوقفها عند أخرى، وإصرارها على بعض الأسئلة دون غيرها وتعاملها مع مضامين الاتصالات وطريقة اختتامها البرنامج وحجم تدخل كل من المدعوبين وحجم مقاطعته من قبل المقدمة أو الضيوف الآخرين ومدى تنافره مع طرح مقدمة البرنامج أو توافقه معها، ومدى ذهابه في اتجاه البرنامج أو محاولته أخذ البرنامج في الاتجاه الذي يريده هو، وأين يوفق، وأين يتعثر¹.

¹ القادري عيسى هونود، المرجع السابق، ص 121-121.

• خلاصة الفصل

أصبحت وسائل الإعلام من أقوى العوامل التي تدفع إلى التغيير الاجتماعي بما في ذلك تغير القيم بحكم كونها الوسيلة الرئيسية إلى حد ما في تبادل الآراء والمعلومات والأفكار الجديدة، ويعتبر نسق الاتصال الجماهيري نسقا جزئيا داخل نسق أكبر هو المجتمع الذي يوجد فيه والمضامين التي ينقلها الإعلام من خلال برامجه والتي تؤثر في الأنساق الاجتماعية والأخلاقية الأخرى سلبا أو ايجابيا ويشكل خاص النسق القيمي الأخلاقي للمجتمع.

وكون البرامج التلفزيونية تشمل مسلسلات تلفزيونية، برامج واقعية، برامج رياضية، برامج إخبارية، وبرامج تعليمية. تتنوع هذه البرامج وتستهدف جمهوراً متنوعاً. تعتبر البرامج التلفزيونية وسيلة شائعة لتوصيل المحتوى الترفيهي والإعلامي إلى الجمهور.

الفصل الثاني: المرأة في وسائل الإعلام

المبحث الأول: المرأة والإعلام

المطلب الأول : دور المرأة في الإعلام

المطلب الثاني : قضايا ومشكلات المرأة في وسائل الإعلام

المطلب الثالث : تحسين دور المرأة في وسائل الإعلام

المبحث الثاني: المرأة الجزائرية والبرامج التلفزيونية

المطلب الأول : صورة المرأة الجزائرية في البرامج التلفزيونية

المطلب الثاني : تأثير البرامج التلفزيونية على نظرة المجتمع للمرأة الجزائرية

المطلب الثالث : المزيد من التنوع في تمثيل المرأة الجزائرية في البرامج التلفزيونية

• تمهيد

تعد علاقة المرأة بوسائل الإعلام موضوعًا مهمًا ومعقدًا. يتمثل دور وتمثيل المرأة في وسائل الإعلام في طريقة تصويرها وتمثيلها وتواجدها في المحتوى الإعلامي. قد تتأثر تمثيلات المرأة بالعوامل الاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية المحيطة بها.

تاريخيًا، كانت التمثيلات النمطية للمرأة في وسائل الإعلام محدودة ومشوهة، حيث كانت تمثل غالبًا في الأدوار التقليدية والنمطية مثل الأم أو الزوجة أو الجميلة المغرية. كما غالبًا ما تم تصويرها بطرق تعزز الصور النمطية للجنسين وتعزز التمييز والتحيز الجنسي.

مع تطور المجتمعات والوعي النسوي المتزايد، بدأت هناك مطالبات لتغيير تمثيل المرأة في وسائل الإعلام. وقد شهدنا زيادة في وجود المرأة في مجموعة متنوعة من الأدوار والمهن في الإعلام، بدءًا من المراسلات والمذيعات وصولاً إلى الإعلاميات والمنتجات والمخرجات والكتّاب وغيرها وذلك ما سنتطرق إليه في هذا الفصل.

المبحث الأول: المرأة والإعلام

من جانب واحد، يمكن لوسائل الإعلام أن تعزز تمثيلات المرأة الإيجابية وتعزز دورها ومساهمتها في المجتمع. يمكن للإعلام أن يعرض نماذج إيجابية للنساء الملهمات والناجحات في مختلف المجالات مثل السياسة والأعمال والعلوم والفنون والرياضة.

يمكن أن يساهم ذلك في تعزيز الثقة والطموح لدى النساء وتحفيزهن لتحقيق إمكاناتهن الكاملة.

• المطلب الأول : دور المرأة في الإعلام

لقد أخذت المرأة دورها في الإعلام العربي بالتساوي مع الرجل إن لم نقل أكثر قليلاً. فهي المذيعة والمخرجة والمعدة والمنتجة والمهندسة الإلكترونية والصحافية والكاتبة والمحللة وهذا ما نشاهده عبر التلفزيون ونسمع عنه، فالإعلام الجزائري هو "مؤنث بامتياز".

ولكن رغم إن كثيراً من النساء قد دخلن، عالم الإعلام المتنوع الميادين وحصولهن على مناصب صنع القرار في المؤسسات الإعلامية، إلا إنهن لم يستطعن التأثير على النظرة الدونية والفاصرة التي يحاول الإعلام أن يقدمها عن النساء، فمزال عليهن أن يلعبن دوراً أكثر نشاطاً وحيوية في تغيير الصورة التي تقدم بها المرأة في الإعلام.¹

إن هذه الزيادة في عدد النساء في المناصب القيادية لا تعنى التحكم في مضمون البرامج، ولذا يمكن القول إن حصول المرأة على المناصب القيادية في الإعلام لم يعطهن حرية تحديد القيم الاجتماعية السائدة ويتجلى توضيح المقصود من هذه الفقرة من خلال :

من خلال النظر إلى واقع المرأة ذاتها وهو ما يتطلب القراءة من زاويتين :

أ. حاجة المرأة للعمل في وسائل الإعلام كإنسان يعمل من أجل ديمومة الحياة ثم من أجل كفاحها ومساهمتها في معالجة صورتها في الإعلام من خلال مختلف العناوين العلمية والفنية والاجتماعية والسياسية التي تظهر بها في وسيلة الإعلام.

ب. من خلال حاجة وسائل الإعلام للمرأة كعامل في مختلف الأقسام وحاجتها لتحقيق مقاصد أخرى أهمها الإشهار والترويج لبرامجها المختلفة ولبرامج وخطط المسيرين سواء من الممولين أو دافعي فواتير الإعلانات الضخمة ذات المبالغ العالية من أجل استخدام صورة المرأة بنموذجين.

¹عاطف العبد، فوزية آل على، نهى العبد : المرأة العربية ووسائل الإعلام، دار الفكر العربي يوليو 2008، ص35.

• المطلب الثاني : قضايا ومشكلات المرأة في وسائل الإعلام

منذ انطلاق دعاوى تحرير المرأة العربية في بداية القرن الماضي، بدأت قضايا للمرأة تأخذ مكانها في وسائل الإعلام العربية، ومع تطور هذه الوسائل تطورت معالجة قضايا المرأة بأشكال وصور مختلفة، وصولاً إلى عصرنا الحاضر الذي يتنا نشهد فيه العديد من وسائل الإعلام الموجهة للمرأة ومعالجة قضاياها، من مطبوعات صحفية إلى برامج تلفزيونية إلى مواقع على الشبكة العنكبوتية، حتى يتنا نشهد تنافساً في طرح مشاكل المرأة بين هذه الوسائل لكسب أكبر حجم ممكن من الجمهور، ولكن وسط هذا الكم الكبير من وسائل الإعلام التي تبدي اهتمامها بطرح ومعالجة قضايا المرأة العربية نطرح على أنفسنا سؤال هل تقوم هذه الوسائل بطرح القضايا التي تعانيتها المرأة العربية في الواقع؟ أم أن هنالك نوعاً من الانتقائية في المعالجة الإعلامية لمجمل المشاكل والعقبات التي تواجهها المرأة العربية في حياتها.¹

يرى كثيرون أن المتابع لهذه الوسائل يلحظ أنها تركز على مجموعات معينة من القضايا التي يصفها البعض بالخبوية، في الوقت الذي تغيب عن ساحة المعالجة العديد من القضايا التي ما زالت تعانيتها المرأة العربية في العديد من أقطار الوطن العربي، فالمرأة العربية ما زالت تعاني مشاكل الأمية وتأمين الرعاية الصحية، وتأمين تكافؤ الفرص في التعليم والعمل، وصولاً إلى دمجها في الحياة العامة، والكثير من القضايا التي غابت عن المعالجة الجدية والفاعلة، في الوقت الذي تغطي قضايا المرأة الشكلية على وسائل الإعلام، فينصب التركيز على الموضة والأزياء والتجميل، الأمر الذي يدفع للمتابعين للشأن الإعلامي إلى اتمام نسبة كبيرة من وسائل الإعلام العربية بأنها تسير في ركب وسائل الإعلام الغربية التي سعت إلى تسليع المرأة، والتكسب مادياً من طرح القضايا الشكلية التي تخصها، في الوقت الذي تحيد عن بساط البحث والمعالجة العديد من القضايا المهمة التي تعتبر أولوية لجمهور النساء العربيات.

قضايا ومشكلات المرأة في وسائل الإعلام قد تشمل:

- تمثيل غير متوازن: يواجه العديد من وسائل الإعلام انتقادات بسبب تمثيل المرأة بشكل غير متوازن. قد يتم تصوير النساء بأدوار ثانوية أو سطحية مقارنة بالرجال، أو يتم تجاهل تماماً تمثيلهن في بعض القطاعات والمجالات.

¹ نجوى كامل، 2012، "الإعلام والمرأة في الريف والحدود -دراسة تطبيقية على مصر والبحرين"، على الرابط <http://site.iugaza.edu.ps/jdalou/files/2012/03/الإعلام-والمرأة-في-الريف-والحدود>

- التمييز والتحيز الجنسي: تواجه النساء في وسائل الإعلام التمييز والتحيز الجنسي في الفرص المهنية وفي الرواتب وفي تصويرهن وتعرضهن للتشويه والانتقادات الجسدية. قد يتم التركيز بشكل كبير على مظهرهن وجاذبيتهن بدلاً من قدراتهن وإنجازاتهم.
- العنف ضد المرأة: يتم تجاهل العنف ضد المرأة في العديد من وسائل الإعلام، أو يتم تمثيله بطرق تقليدية وغير دقيقة. قد يؤدي ذلك إلى عدم توعية الجمهور بمشكلة العنف ضد المرأة وعدم توفير الدعم والمساندة المناسبة للنساء المتضررات.
- الصورة المثالية والجسدية: يشكل الضغط على المرأة لتحقيق الصورة المثالية والجسدية المثالية مشكلة كبيرة. يتم تعزيز الجمال النمطي والنحافة المفرطة ويتم تعريض النساء لتعديلات رقمية وتصحيحات لتناسب المعايير الجمالية المفروضة.

• **المطلب الثالث : تحسين دور المرأة في وسائل الإعلام**

- ينبغي وجود تعاون مشترك من أجل تحسين دور وسائل الإعلام في تحقيق إظهار المرأة كما يجب عبر مختلف الثقافات والحدود، ويكون ذلك من خلال بذل المزيد من الجهود لإظهار النساء في مواقف غير نمطية، وفيما يأتي بعض الاقتراحات التي تُساعد على تحقيق هذا الهدف:
- التأكيد على دور الحكومات في تحسين وضع المرأة من خلال أنظمتها الوطنية، كإنشاء مراكز لمراقبة وسائط الإعلام الوطنية بجميع أنواعها وتمويلها.¹
 - تعزيز وسائط الإعلام وشبكات الاتصالات النسائية، وذلك من خلال إيجاد برامج مشتركة بين وسائط الإعلام ومؤسسات أخرى تهدف إلى تحقيق تكافؤ الفرص وتهتم بإقامة مشاريع تُعزز من صورة المرأة في وسائط الإعلام.
 - تمكين النساء من إقامة شبكات عالمية خاصة بها في جميع المجالات المتاحة لها، من خلال إتاحة الفرصة لهنّ للوصول إلى تكنولوجيا المعلومات والاتصالات، فمن الملاحظ وجود فئة قليلة من النساء قادرات على الوصول إلى التقنيات الجديدة والتعامل مع تكنولوجيا المعلومات والاتصالات.²

¹ "الصوت والتمثيل والتصوير للمرأة في وسائل الإعلام: حلقة نقاش"، www.uchicago.in، تم الوصول إليه في 16-4-2020. تم تحريره.

² "النوع الاجتماعي والإعلام"، gsdrc.org، تم الوصول إليه في 16-4-2020. تم تحريره.

- تخصيص الحكومات مبالغ محددة من أجل إعداد ودعم البرامج التي تُمكن المرأة من الوصول إلى الموارد المتصلة بتكنولوجيا الاتصالات الجديدة، مع الاهتمام بمراعاة التنوع الثقافي والاحتياجات والأولويات المجتمعية، كما يجب على الحكومات الاهتمام بعقد مناقشات عامة حول أهمية وسائل الإعلام في تعزيز المسؤولية الاجتماعية.
- تعهّد وسائل الإعلام بإدخال سياسات وقواعد تُساهم في إظهار الصورة الحقيقية والواقعية للمرأة. التوضيح من قِبَل وسائل الإعلام أنّ بعض الرسائل التي تنقلها لا تعكس بالضرورة الواقع، بل الهدف منها نقل قيم بشكلٍ صريحٍ أو ضمنيٍّ بصورة تؤثر على مشاعر الناس ورؤيتهم لأنفسهم وللعالم.¹
- وضع مجموعة من المبادئ الأخلاقية وتطبيقها في جميع جوانب الاتصالات، بما في ذلك تصوير المرأة في وسائل الإعلام، والبرمجة الإعلامية. دعم تولّي الإعلاميات مناصب وأدوار المسؤولية في قطاع الإعلام، وتمكينها من تولّي الأمور الإدارية والتحريرية للمؤسسات الإعلامية التي تعمل فيها.
- تفعيل دور الإعلاميات في صياغة الاستراتيجيات الإعلامية لما يشغلن فيه من وسائل. منح المرأة دوراً حقيقياً في الهيئات والمؤسسات المُمثّلة للصحفيين، مثل: هيئات التنظيم الذاتي والنقابات.
- عقد ما يلزم من حلقات نقاشية تتناول أهم القضايا التي تتعلّق بالمرأة، ومواضيع المرأة والإعلام.
- استدعاء رؤساء ورئيسات التحرير في مجال المحتوى الإعلامي لحضور فعاليات وأنشطة تتناول مواضيع المرأة والإعلام.
- دعم وتشجيع الأبحاث العلمية التي تتناول مجال الخطاب الإعلامي حول المرأة.

¹مقاربة إيجابية للمرأة في الإعلام"، www.sfcg.org، صفحة 60، 61، اطلع عليه بتاريخ 2020-5-4. بتصرّف.

المبحث الثاني: المرأة الجزائرية والبرامج التلفزيونية

• المطلب الأول : صورة المرأة الجزائرية في البرامج التلفزيونية

صورة المرأة الجزائرية في البرامج التلفزيونية تتنوع وتعكس التنوع الثقافي والاجتماعي في البلاد. تاريخياً، لعبت المرأة الجزائرية دوراً هاماً في المجتمع والحياة العامة، وهذا ينعكس في البرامج التلفزيونية المحلية.

تظهر المرأة الجزائرية في البرامج التلفزيونية بمختلف الأدوار والأعمار والخلفيات. يتم تسليط الضوء على قصصهن وتجاربهن في مجالات متنوعة مثل العمل والتعليم والثقافة والفنون والرياضة. تشمل البرامج الدرامية والكوميديا والتحقيقية والتوعوية والنقاشية¹.

تعالج بعض البرامج القضايا المرتبطة بالمرأة الجزائرية، مثل المساواة بين الجنسين، وحقوق المرأة، والتحديات التي تواجهها في المجتمع. تستعرض أيضاً البرامج التلفزيونية الجزائرية الإنجازات والمساهمات المهمة للمرأة في مجالات مختلفة.

مع تطور صناعة الإعلام في الجزائر، يزداد تركيز البرامج التلفزيونية على تمثيل وتعزيز قصص وأصوات المرأة الجزائرية. ومن خلال هذه البرامج، يتم تسليط الضوء على القوة والإلهام والتحديات التي تواجهها المرأة في المجتمع، وتعزيز التواصل والتفاعل بين الجمهور والمشاهدين.

قد توجد تحديات وتصورات نمطية أو تحيزات قائمة على النوع الاجتماعي في بعض البرامج التلفزيونية. ومع ذلك، يعمل العديد من النشطاء والمنظمات في الجزائر على تعزيز التمثيلية والمشاركة الفعالة للمرأة في وسائل الإعلام وضمان تمثيلها العادل والمتوازن في البرامج التلفزيونية.

تواجه المرأة الجزائرية في البرامج التلفزيونية بعض التحديات التي يمكن أن تشمل:

أ. **التمثيل النمطي:** قد يتم تصوير المرأة بشكل نمطي أو محدد بناءً على تصورات اجتماعية مسبقة. قد تتعرض لصورة محصورة تقتصر على الأدوار التقليدية المحددة مثل الأم والزوجة، بدلاً من تمثيل تنوع وتعدد أدوارها وقدراتها.

¹ دور البرامج التلفزيونية في إبراز صورة المرأة في المجتمع - برنامج (موعد للنساء) على قناة الشروق بنة الجزائرية نموذجاً | ASJP: <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/166628>

ب. **القيود الثقافية والاجتماعية:** قد تواجه المرأة الجزائرية قيودًا ثقافية واجتماعية تحد من مشاركتها في البرامج التلفزيونية، مثل توقعات المجتمع بشأن النساء ودورهن المنزلي، وحاجة المرأة إلى الحصول على موافقة أو موافقة من ذوي النفوذ للمشاركة في الإعلام.

ت. **التمييز وعدم المساواة:** قد يتعرض المرأة للتمييز وعدم المساواة في فرص العمل والترقية والتمثيل في البرامج التلفزيونية. قد يكون هناك تفضيل للرجال في المناصب القيادية وفي اتخاذ القرارات الإبداعية.

ث. **تحديات التوازن بين العمل والحياة الشخصية:** قد تواجه المرأة صعوبة في إدارة التوازن بين متطلبات العمل في صناعة التلفزيون والحياة الشخصية والأسرية.

ج. **الضغوط الجمالية والمظهر الخارجي:** قد تتعرض المرأة الجزائرية في بعض الأحيان للضغط لتلبية المعايير الجمالية والمظهر الخارجي المحددة في صناعة التلفزيون، مما يمكن أن يؤثر على فرصها وثقتها في التواجد على الشاشة.

• **المطلب الثاني : تأثير البرامج التلفزيونية على نظرة المجتمع للمرأة الجزائرية**

البرامج التلفزيونية لها تأثير كبير على نظرة المجتمع للمرأة الجزائرية. من خلال تمثيل المرأة وقصصها في البرامج التلفزيونية، يتشكل تصور المجتمع وفهمه لدور المرأة وقدراتها وتحدياتها. وفيما يلي بعض الآثار الرئيسية التي يمكن أن تنشأ من البرامج التلفزيونية:

أ. **تغيير التصورات النمطية:** يمكن للبرامج التلفزيونية أن تساهم في تحطيم الصور النمطية والتصورات المحدودة حول المرأة الجزائرية. عندما يتم تمثيل المرأة بشكل متنوع وشامل في البرامج التلفزيونية، يمكن أن يتغير تصور المجتمع وتحوله إلى نظرة أكثر تنوعًا وتقبلًا لدور وإسهامات المرأة¹.

ب. **تعزيز القدوة والإلهام:** عن طريق عرض نماذج قوية وملهمة للنساء الجزائريات في البرامج التلفزيونية، يمكن أن يتأثر المجتمع بإيجابية ويشعر بالتحفيز والاستلهام لتحقيق النجاح وتجاوز التحديات.

ت. التوعية وتغيير المفاهيم الخاطئة: يمكن للبرامج التلفزيونية توفير منصة لتوعية المجتمع بقضايا المرأة وحقوقها والتحديات التي تواجهها. يمكن أن تساهم البرامج في تصحيح المفاهيم الخاطئة والتحكم في النقاشات العامة حول قضايا المرأة.

ث. تسليط الضوء على المساهمات والقدرات: عندما يتم تسليط الضوء على المساهمات والقدرات المهمة للمرأة الجزائرية في البرامج التلفزيونية، يمكن أن يتغير تصور المجتمع لقوة المرأة وقدراتها في مختلف المجالات.

• **المطلب الثالث : المزيد من التنوع في تمثيل المرأة الجزائرية في البرامج التلفزيونية**

تعد زيادة التنوع في تمثيل المرأة الجزائرية في البرامج التلفزيونية أمراً هاماً لتعزيز التمثيلية النسائية وتعزيز فهم المجتمع لتنوع الأدوار والقدرات التي تتمتع بها المرأة. فيما يلي بعض الطرق التي يمكن تحقيقها لزيادة التنوع في تمثيل المرأة الجزائرية في البرامج التلفزيونية¹:

أ. **تمثيل متنوع**: يجب أن يتم تمثيل المرأة الجزائرية بشكل متنوع في البرامج التلفزيونية، بما في ذلك التنوع في العمر والخلفية الاجتماعية والثقافية والاقتصادية. يجب أن يتم تمثيل النساء من مختلف الشرائح والمجتمعات لتعكس تجربة المرأة الجزائرية بشكل أكثر شمولاً.

ب. **تنوع الأدوار**: يجب تنويع الأدوار التي تلعبها المرأة الجزائرية في البرامج التلفزيونية. يمكن تمثيل المرأة كمحترفة مهمة، ورائدة أعمال، وعالمة، وسياسية، وفنانة، ورياضية، وأم، وزوجة، وابنة، وغير ذلك. يتيح ذلك للمشاهدين رؤية مجموعة متنوعة من النماذج النسائية وتعزيز فهمهم لإسهامات المرأة في مختلف مجالات الحياة.

ت. **قصص ملهمة**: يمكن تقديم قصص ملهمة للمرأة الجزائرية في البرامج التلفزيونية، تروي قصص نجاحها وتحدياتها وتفوقها. يمكن أن تساهم هذه القصص في تشجيع النساء والفتيات وتلهمهن لتحقيق أهدافهن والتغلب على العقبات.

ث. **مشاركة المرأة في صناعة الإعلام**: يجب تشجيع مشاركة المرأة الجزائرية في صناعة الإعلام والتلفزيون، بما في ذلك كتابة السيناريو والإخراج والإنتاج والعمل في الفرق الإبداعية. يساهم ذلك في زيادة التمثيلية النسائية وتعزيز التنوع في صناعة البرامج التلفزيونية.

¹ المرأة في البرامج التلفزيونية الجزائرية: من النمطية إلى التغيير دراسة تحليلية لبرنامج جلسة وانسا على قناة الشروق

Tv: <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/166628>

• خلاصة الفصل

المرأة في وسائل الإعلام، يمكن القول إنه رغم التحديات التي تواجهها المرأة، فإن هناك تطوراً ملحوظاً في تمثيلها وتواجدها في وسائل الإعلام. تتطلب المساواة الحقيقية بين الجنسين تعزيز تمثيل المرأة بشكل متوازن وتجنب التمييز والصور النمطية.

تعتبر المرأة كقوة ملهمة ومؤثرة في المجتمع، وتحمل قصصاً ملهمة وتجارب متنوعة يجب تسليط الضوء عليها في وسائل الإعلام. يجب أن تكون هناك جهود مستمرة لتعزيز قدرات المرأة في مجال الإعلام وتوفير فرص متساوية للمشاركة والتأثير.

بالإضافة إلى ذلك، يجب أن تتعاون الجهات المختلفة، بما في ذلك الحكومات ووسائل الإعلام والمنظمات غير الحكومية والنشطاء، للعمل سوياً من أجل تعزيز تمثيل المرأة وتعزيز صوتها في وسائل الإعلام.

على المدى الطويل، يهدف العمل على تمثيل المرأة في وسائل الإعلام إلى تحقيق المساواة وتعزيز التنوع وتعزيز الدور الإيجابي للمرأة في المجتمع. يجب أن يكون للمرأة الحق في التعبير عن آرائها وتجاربها وأن يتم احترام صوتها وتمثيلها بشكل عادل وشامل في وسائل الإعلام.

في النهاية، تعد وسائل الإعلام قادرة على أن تكون قوة إيجابية في تغيير النظرة العامة للمرأة وتعزيز دورها في المجتمع. يجب أن نعمل معاً لبناء وسائل إعلام أكثر شمولية وتمثيلية، تعكس تنوع المجتمع وتعزز تمكين المرأة في كل جوانب الحياة العامة.

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي

المبحث الأول: التعريف بقناة الشروق، وبرنامج "لي فات مات

المطلب الأول: بطاقة فنية عن قناة الشروق TV

المطلب الثاني: مميزات قناة الشروق TV

المطلب الثالث: التعريف ببرنامج "لي فات مات"

المبحث الثاني: تحليل نتائج الدراسة

المطلب الأول: التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل

المطلب الثاني: التحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون

المطلب الثالث: مناقشة نتائج الدراسة

المطلب الرابع: النتائج العامة للدراسة

• تمهيد

لكل دراسة أهداف تسعى لتحقيقها وفي هذه الدراسة نسعى لمعرفة تمثيلات المرأة الجزائرية في برنامج اجتماعي " لي فات مات" على قناة الشروق TV التلفزيونية الاجتماعية الجزائرية، فان هذا الإطار يهدف إلى عرض بطاقة تقنية لكل من القناة والبرنامج محل الدراسة، وكذا عرض تحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل والمضمون وتفسير النتائج، كل هذا لأجل التوصل إلى إجابة لكل من الإشكالية والتساؤلات الفرعية إلى غاية الوصول إلى نتائج الدراسة.



المبحث الأول: التعريف بقناة الشروق،

وبرنامج "لي فات مات"

• **المطلب الأول: بطاقة فنية عن قناة الشروق TV**

هي قناة تلفزيونية فضائية جزائرية خاصة تابعة

لجريدة الشروق اليومي، انطلق بثها التجريبي تزامنا مع عيد الثورة وذكرى تأسيس جريدة الشروق اليومي في الفاتح من نوفمبر 2011 على الساعة الصفر، المصادفة للذكرى 57 لاندلاع الثورة التحريرية الكبرى، والذكرى ل 11 لتأسيس الجريدة، انطلق بثها التجريبي من العاصمة الأردنية عمان على القمر الصناعي النايل سات" على تردد h11603 (أفقي)، ليتوسع البث انطلاقا من المدينة الإعلامية بدبي في الإمارات العربية والعاصمة القطرية الدوحة.

يعتبر الصحفي "علي فضيل" مالك قناة الشروق TV ومديرها العام، يقع مقر في الجزائر العاصمة بحيدرة، وتتوفر على 36 مكتبا موزعا على عدد من ولايات الوطن. مع العلم أن انطلاقها كانت عبر بث تجريبي وحولت العمل إلى انطلاقة رسمية دون امتلاك أي ترخيص أو اعتماد في الجزائر¹.

وتعد قناة الشروق TV قناة عامة متنوعة، مستقلة تجمع بين الأخبار والبرامج السياسية والاقتصادية، والدينية والعلمية والحصص، وقد انطلق البث الرسمي للقناة يوم 19 مارس 2012.

- ✓ الدولة: الجزائر.
- ✓ المقر: الجزائر العاصمة.
- ✓ ملكيتها: ملكية خاصة.
- ✓ نوع القناة: قناة عامة.
- ✓ التأسيس: سنة 2011.
- ✓ المالك: رشيد فضيل ابن الراحل علي فضيل.
- ✓ الشعار: قناة كل العائلة.
- ✓ بث القناة: القمر الصناعي نايل سات.
- ✓ طبيعة البث : HD.

¹ نقلا عن الموقع الإلكتروني <https://www.echoroukonline.com> : يوم 23/01/2024، على الساعة 13:20

المطلب الثاني: مميزات قناة الشروق TV

هناك عدة مميزات تحظى بها قناة الشروق يعود إليها السبب الحقيقي وراء ما حقته من شهرة ونجاح في الجزائر ودول العالم العربي منها:

- تقديمها لإعلام راقى يمزج بين المتعة والتثوير ويضم كل ما يبحث عنه المشاهد الجزائري والعربي من أخبار محلية وعالمية وأعمال تلفزيونية ودرامية بمختلف تصنيفاتها وبرامج مختلفة في شتى المجالات.
- امتلاكها عدة مكاتب فرعية في الوطن العربي بالإضافة لمكاتبها العالمية ومكتبها الرئيسي في الجزائر وشرائها لحقوق بث الحصريات من المسلسلات والبرامج والذي ساعدها فيه تبعيتها المؤسسة عريقة في المجال الإعلامي والتي تمتلك جريدة الشروق أحد الأسباب المساهمة في انتشار القناة السريع.
- احترافيتها وتقنياتها العالية والتزامها بمقاييس الجودة العالمية مع مراعاة هويتها العربية والعمل وفقا لمبادئ الإعلام العربي وعدم إثارة الفتن بين طوائف المجتمع وحذف اللقطات والألفاظ المسيئة للتقاليد الشرقية واستخدامها لأحدث التقنيات والتجهيزات وأنظمة البث المتنوعة الجودة ما بين عالية (HD) وقياسية (SD) لتوفر مستقبلي إرسالها رؤية أكثر وضوحا ودقة، كل حسب النظام المتوفر في جهازه.
- سعيها المتواصل لتغطية موادها الإعلامية لأكبر قاعدة جماهيرية في منطقة الشرق الأوسط ودول شمال إفريقيا وتعزيز قدرتها التنافسية والإسهام في مد جسور الحوار بين الشعوب العربية مما دفعها لبث مضمونها باللغة العربية عن طريق القمر الصناعي النايل سات" مجانا ودون تشفير.
- تميزها في تسخير التطورات التكنولوجية في عالم السمعيات والبصريات بما يزيد من التفاعل والبناء وتسهيل التواصل بينهما وبين جمهورها داخل الجزائر وخارجها من خلال إنشائها الصفحات الرسمية على المواقع الاجتماعية المشهورة وموقع الشبكة التابعة لها الذي يحوي جميع قنواتها وموقع خاص بها على اليوتيوب¹.

¹ نقلا عن الموقع الإلكتروني <https://www.muhtwa.com>: يوم: 25/01/2024، على الساعة: 14:00.



• المطلب الثالث: التعريف ببرنامج

لي "فات مات"

هو برنامج تلفزيوني جزائري ذو طابع إنساني، اجتماعي تقوم فكرته على حل المشاكل الاجتماعية وكذلك فتح أبواب الحوار والمناقشة

أمام كل فئات المجتمع. كي يتوصلوا إلى حل لمشاكلهم وإقامة علاقات الصلح بين المتخاصمين وجمع شملهم مرة أخرى، وأيضاً من أجل تصفية القلوب والمشاعر وإعادة الأمور إلى مجاريها. والهدف منه معالجة المشاكل المنتشرة في المجتمع الجزائري ونشر الوعي وروح التسامح بين الناس وكذا السعي لإيجاد حلول للقضايا المطروحة والاستفادة منها من طرف الجمهور.

مقدم برنامج لي فات مات هو جلال شندالي خلفا لي هشام بوقفة على قناة الشروق كان أول بث بتاريخ 11 نوفمبر 2020 كل يوم أربعاء على الساعة 21:00 مساء.

❖ التعريف بمقدم البرنامج:

جلال شندالي صحفي جزائري من مواليد إحدى ولايات الجزائر عام 1951 م ويبلغ من العمر 72 عاماً. حقق بيرناميد حنا وحكمة نجاحاً وتكريماً في الإعلام الجزائري والعربي لعدة مواسم ، ليصبحا من أبرز المشاهير في الوطن العربي.



المبحث الثاني: تحليل نتائج الدراسة

تعتبر عملة تحليل البيانات على أنها تنظم وترتب البيانات، وذلك من أجل إخراجها وإبرازها على شكل معلومات تم استخدامها بهدف الإجابة على أسئلة معينة، وتكون مرحلة تحلل البيانات بعد جمع المعلومات وتنظيمها بشكل مرتب لتسهيل تحليلها مثل وضع الاجابات في جداول لغرض تحليلها.¹

المطلب الأول: التحليل الكمي والكيفي لفئات الشكل

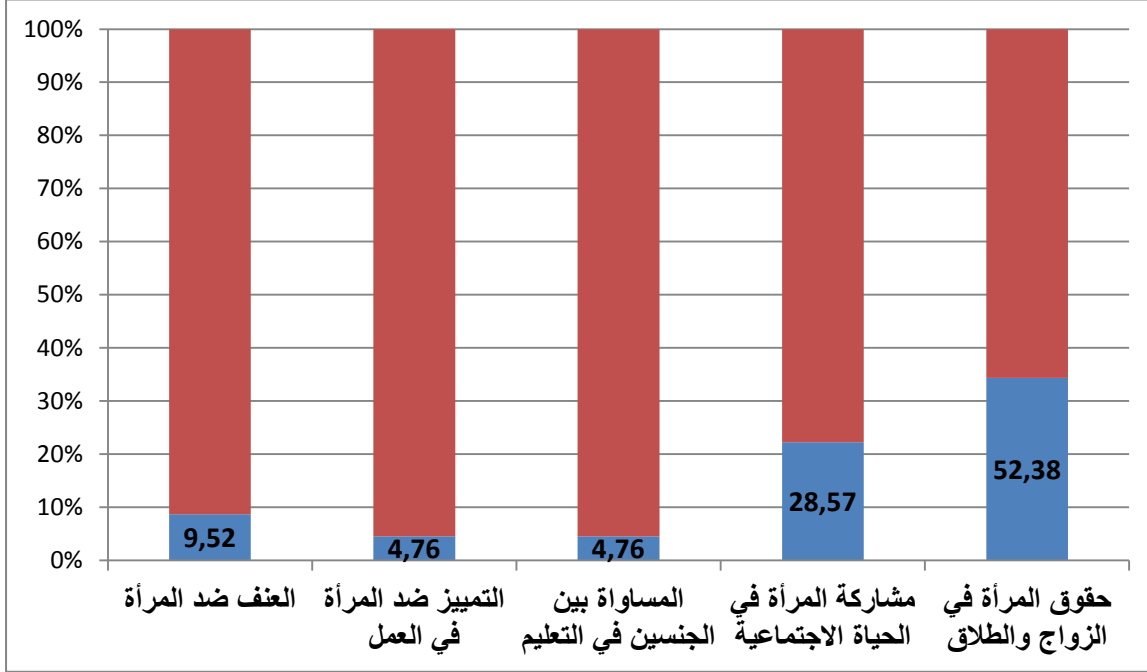
| النسبة المئوية | التكرار | موضوع | موضوع الحلقة |
|----------------|---------|--------|---|
| 9,52% | 02 | 10د35ث | العنف ضد المرأة |
| 4,76% | 01 | 02د15ث | التمييز ضد المرأة في العمل |
| 4,76% | 01 | 17د25ث | المساواة بين الجنسين في التعليم |
| 28,57% | | 06 | 8د45ث مشاركة المرأة في الحياة الاجتماعية |
| 52,38% | | 11 | 12د28ث حقوق المرأة في الزواج والطلاق |
| 100% | | 21 | المجموع |

الجدول (02): يوضح زمن قضايا المرأة التي يتناولها برنامج لي فات مات

¹ مشتاق عبد الرضا ماش شرارة، البحث العلمي مفاهيم وتطبيقات ف التربية البدنية وعلوم الرياضة، ط 1، دار الكتب والوثائق بغداد، 2016، ص 1.

الفصل الثالث: الجانب التطبيقي

يوضح الجدول (2): زمن القضايا الذي يتناول فيه زمن قضايا المرأة في البرنامج محل الدراسة حيث نجد أن أعلى زمن في المواضيع العنف ضد المرأة وتحتها بدرجة التمييز ضد المرأة في العمل ثم تليها المساواة بين الجنسين في التعليم وعليها مشاركة المرأة في الحياة الاجتماعية ثم حقوق المرأة في الزواج والطلاق، تم تحليل 5 حلقات من البرنامج تم حساب نسبة زمن كل موضوع من زمن الحلقة.

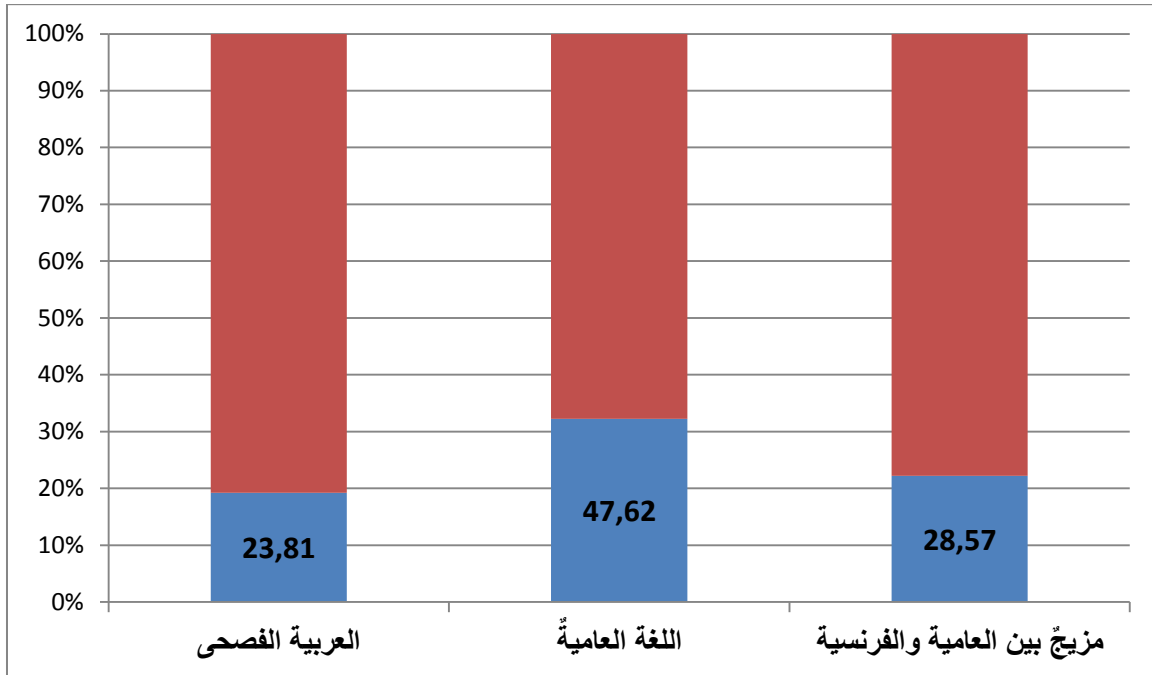


الشكل البياني (01): يوضح زمن قضايا المرأة التي يتناولها برنامج لي فات مات.

| النسبة المئوية | التكرار | اللغة المستخدمة |
|----------------|---------|----------------------------|
| 23,81% | 05 | العربية الفصحى |
| 47,62% | 10 | اللغة العامية |
| 28,57% | 06 | مزيج بين العامية والفرنسية |
| 100% | 21 | المجموع |

الجدول (03): يوضح اللغة المستخدمة في برنامج لي فات مات.

يوضح الجدول (3) نسبة تكرار اللغة المستخدمة في الحوار بين الأشخاص الفاعلون في البرنامج، حيث بلغت نسبة استخدام اللغة العامية 47,63%، وهي تمثل النسبة الغالبة بينما استخدام اللغة العربية الفصحى يمثل 23,81% ، أما نسبة اللغة مزيج بين العامية والفرنسية تصل إلى 14,28% .



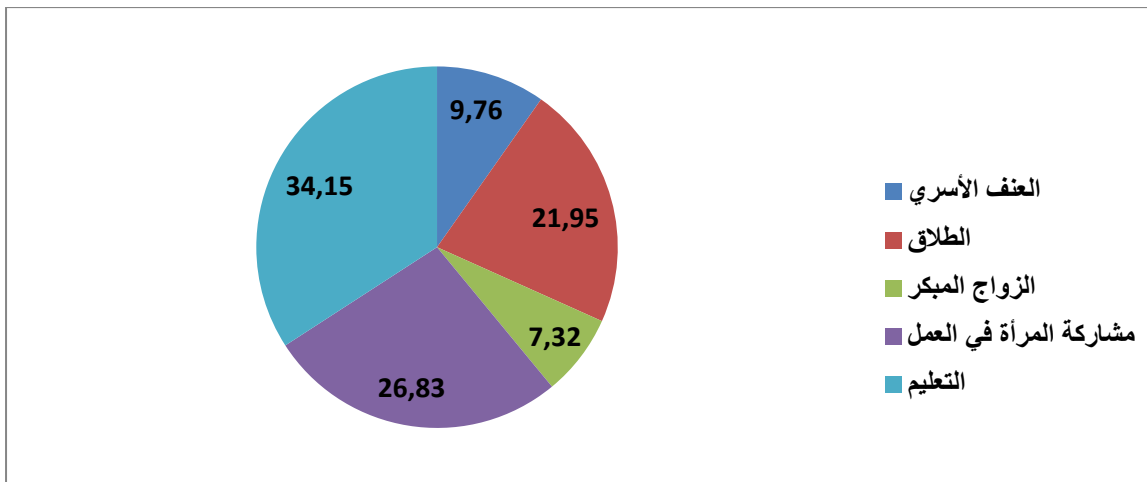
الشكل البياني (02): يوضح اللغة المستخدمة في برنامج لي فات مات.

المطلب الثاني: التحليل الكمي والكيفي لفئات المضمون

| النسبة المئوية | التكرار | موضوع |
|----------------|---------|------------------------|
| 9,76% | 04 | العنف الأسري |
| 21,95% | 09 | الطلاق |
| 7,32% | 03 | الزواج المبكر |
| 26,83% | 11 | مشاركة المرأة في العمل |
| 34,15% | 14 | التعليم |
| 100% | 41 | المجموع |

الجدول (04): يوضح المواضيع التي يتناولها برنامج لي فات مات.

يوضح الجدول (04): نسبة تكرار المواضيع المتمثلة في نوع القضايا الخاصة بالمرأة محل المعالجة خلال الحلقة في البرنامج قيد الدراسة، حيث تم تسجيل أعلى نسبة في كل من التعليم والتي بلغت نسبة 34,15% التي تكون بسبب عدم وعي الكافي بحقوق المرأة، وأقل منها نسبة تسجل في مشاركة المرأة في العمل 26,83% ، تليها نسبة 21,95% التي تسجلها الطلاق وسببها تدخل الأقارب، ثم نسبة 9,76% التي سجلت في العنف الأسري ، ثم نسبة 7,32% في الزواج المبكر.

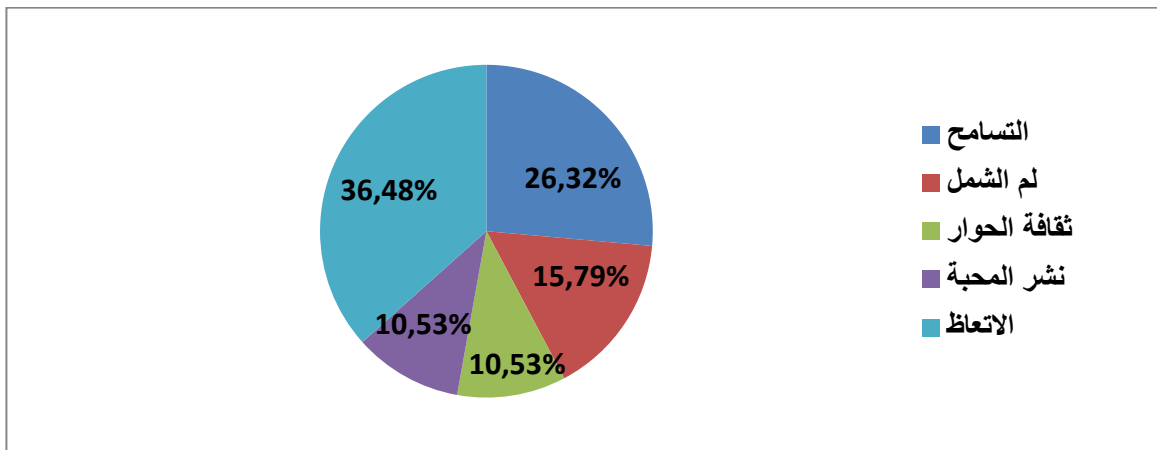


الشكل البياني (03): يوضح المواضيع التي يتناولها برنامج لي فات مات.

| النسبة المئوية | التكرار | الهدف |
|----------------|---------|--------------|
| 26,32% | 05 | التسامح |
| 15,79% | 03 | لم الشمل |
| 10,53% | 02 | ثقافة الحوار |
| 10,53% | 02 | نشر المحبة |
| 36,48% | 07 | الاعتاظ |
| 100% | 19 | المجموع |

الجدول (05): يوضح أهداف برنامج لي فات مات.

الجدول (05): يوضح نسب تكرارات أهداف القائم بالاتصال في برنامج لي فات مات حيث سجلت نسبة 36,48% في هدفي الاعتاظ أي اخذ العبرة من القضايا الأسرية التي يتناولها البرنامج في حلقاته وهي أعلى نسبة مسجله تليها هدف التسامح الذي بلغت نسبته 26,32% يليها أيضا هدف لم الشمل الذي بلغت نسبته 15,79% ويسجل نسبة 10,53% في كل من نشر المحبة وثقافة الحوار.

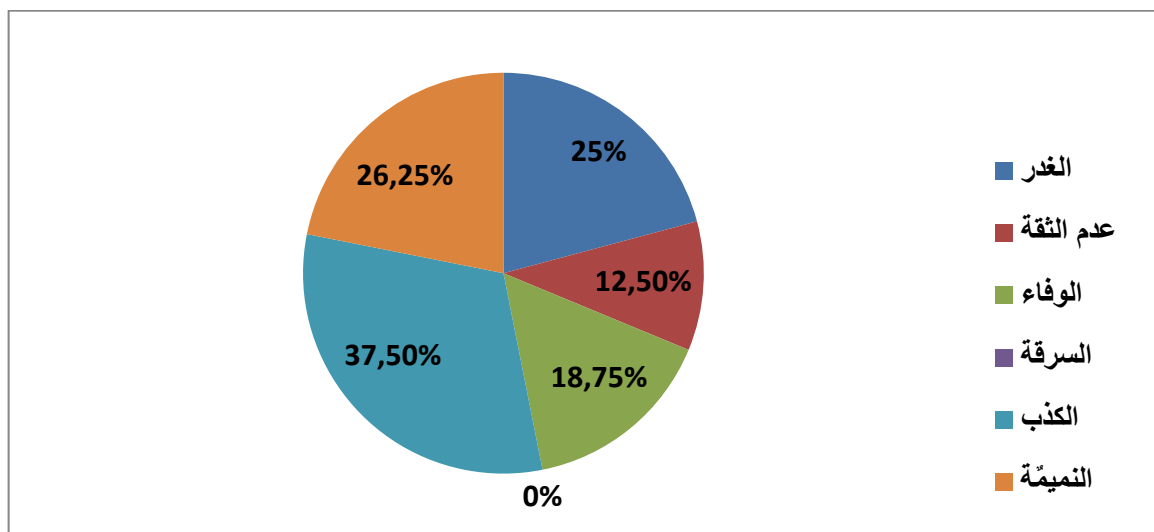


الشكل البياني (04): يوضح أهداف برنامج لي فات مات.

| النسبة المئوية | التكرار | القيم |
|----------------|---------|-----------|
| 25% | 04 | الغدر |
| 12,5% | 02 | عدم الثقة |
| 18,75% | 03 | الوفاء |
| 00% | 00 | السرقه |
| 37,50% | 06 | الكذب |
| 26,25% | 01 | النميّة |
| 100% | 16 | المجموع |

الجدول (06): يوضح القيم التي يتناولها برنامج لي فات مات.

الجدول (6): يوضح القيم التي يحتويها مضمون الاتصال الخاص ببرنامج لي فات مات حيث سجلت نسبة 37.50% في الكذب، و يتضح وجود تساوي في نسبة القيم التالية: النميّة حيث بلغت نسبة 26,25% تليها قيمة الغدر التي بلغت 25% ثم يليه الوفاء بنسبة 18,75% بعدها عدم الثقة بنسبة 12,5% وينعدم تسجيل أي تكرار في قيمة السرقه.

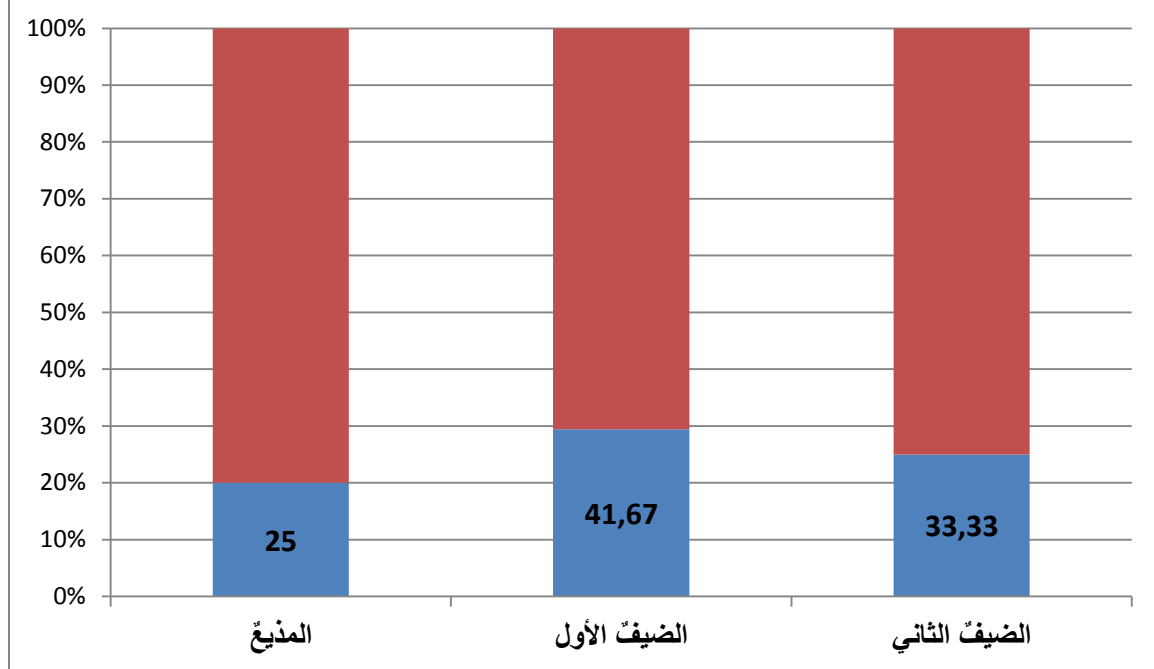


الشكل البياني (05): يوضح القيم التي يتناولها برنامج لي فات مات.

| النسبة المئوية% | التكرار | الفاعل |
|-----------------|---------|--------------|
| 25% | 03 | المذيع |
| 41,67% | 05 | الضيف الأول |
| 33,33% | 04 | الضيف الثاني |
| 100% | 12 | المجموع |

الجدول (07): يوضح الأشخاص الفاعلون في برنامج لي فات مات.

الجدول (07): يوضح الأشخاص الفاعلون في برنامج لي فات مات حيث يمثل الضيف الأول أكثر الأشخاص الفاعلة في البرنامج بنسبة 41,67% تليها نسبة 33,33% التي تمثل نسبة فاعلية الضيف الثاني في البرنامج وهي تأتي بالدرجة الثانية ، كما سجلت نسبة 25% للمذيع كشخص أقل فاعلية في البرنامج.

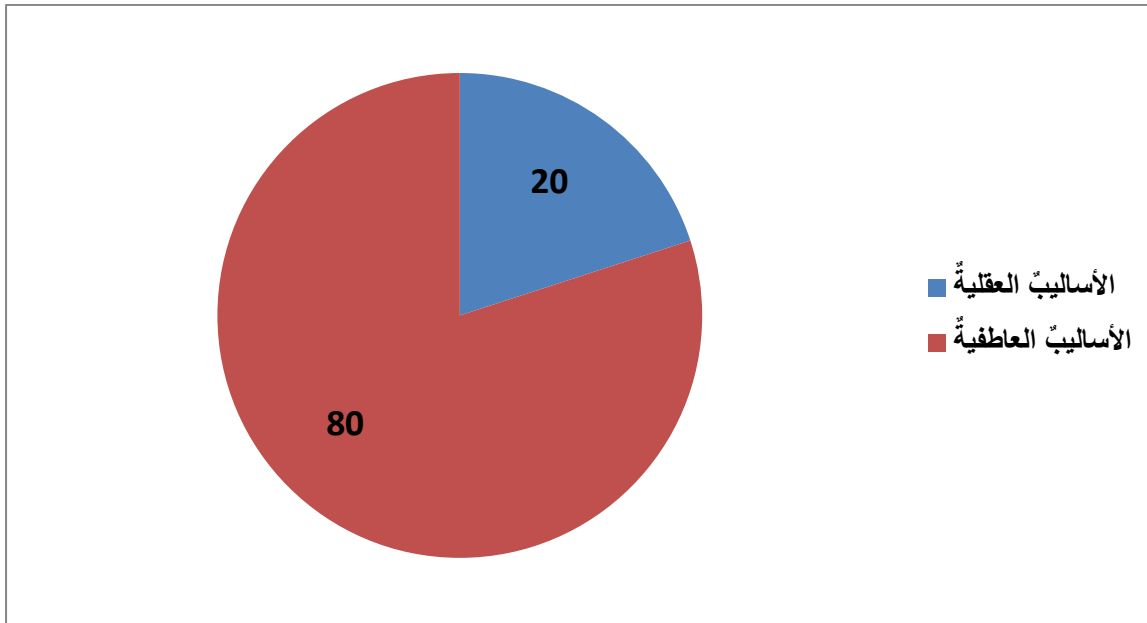


الشكل البياني (06): يوضح الأشخاص الفاعلون في برنامج لي فات مات.

| النسبة المئوية % | التكرار | الأساليب الإقناعية |
|------------------|---------|--------------------|
| 20% | 02 | الأساليب العقلية |
| 80% | 08 | الأساليب العاطفية |
| 100% | 10 | المجموع |

الجدول (08): يوضح الأساليب الإقناعية الأكثر استخداما في برنامج لي فات.

الجدول (08): يوضح الأساليب الإقناعية الأكثر استخداما في برنامج لي فات مات وقد تم تسجيل أعلى نسبة للأساليب العاطفية والتي بلغت 80%، بينما سجلت ثاني نسبة والتي قدرت بـ 20% للأساليب العقلية.



الشكل البياني (07): يوضح الأساليب الإقناعية الأكثر استخداما في برنامج لي فات.

• المطلب الثالث: مناقشة نتائج الدراسة

1. مناقشة نتائج تحليل بيانات فئات الشكل:

فئة الزمن من خلال النتائج المتحصل عليها لاحظنا ان برنامج لي فات مات يتناول أغلب العنف ضد المرأة ثم تليها التمييز ضد المرأة في العمل وعليها المساواة بين الجنسين في التعليم ثم مشاركة المرأة في الحياة الاجتماعية ويليه حقوق المرأة في الزواج والطلاق حيث نجد أن أعلى زمن في المواضيع حقوق المرأة في الزواج والطلاق وتحتها بدرجة مشاركة المرأة في الحياة الاجتماعية ، يكمن اهتمام القائم بالاتصال لكيفية تناول قضايا المرأة ومن ثم تم إدراك مصدر الأهمية المرأة واستقرارها في المجتمع وسعيها منه لإصلاح وإعادة بناء حل مشكلات قضايا المرأة.

1.1. فئة اللغة المستخدمة : نلاحظ من خلال النتائج المتحصل عليها ان اللغة الغالبة في

الحوار بين الأشخاص الفاعلة في البرنامج والمتمثلة في كل من المذيع والضيف الأول أو الطرف الداعي والمضيف أو الطرف المستدعي هي اللهجة العامية الجزائرية وذلك لأن أطرف الحوار تتناقش باللغة المعتاد التواصل بها بين بعض من جهة وكذا القائم بالاتصال يحافظ على الحوار باللغة الدارجة لكي يصل مبتغاه إلى الجمهور المستهدف.

2. مناقشة نتائج تحليل بيانات فئات المضمون:

1.2. فئة الموضوع: نلاحظ من خلال النتائج المتحصل عليها أن هي المواضيع الأكثر تناولاً

المواضيع التي تكون عن التعليم، وبدرجة ثانية حسب نتائج الدراسة تلي المواضيع الأكثر تناولاً من مشاركة المرأة في العمل ، ثم يليه كل من تدخل الأقارب في الحياة الزوجية والطلاق أوضح مذيع برنامج لي فات مات انه كيف يكن أن تسبب تلك التدخلات في عرقلة الحياة الخاصة للأشخاص وتعكير مزاجهم مما يؤدي بهم إلى حياة بائسة سواء كانت تلك التدخلات من الوالدين أو غيرهم من الأقارب، تم هدم علاقة زوجية سعيدة بسبب تدخلات الوالدين والأصدقاء كانت عواقبها طلاق وتشنت الأبناء رغم ذلك المذيع نجح في إعادة العلاقة الزوجية في حالة الطلاق بعد فراق دام ثلاث سنوات.

ومن نتائج الدراسة تلي الزواج المبكر وذلك يعود لعدم الوعي الثقافي وانعدام النقاش بين الأطراف ق يؤدي العنف الاسري الى ظهور آفات اجتماعية خطيرة تنفشي بين المجتمع.

ونجد أيضا قضية الزواج المبكر للمرأة والمتمثلة في عدم وعيها واكتمال وعيها الثقافي قد يؤدي ذلك الى الطلاق وكذا تشنت المرأة في المجتمع.

وهذه النتائج تتناسب مع ما هو موجود في الواقع حيث شهدت المحاكم العديد من القضايا الأسرية.

2.2. فئة الفاعل: أوضحت نتائج الدراسة أن الأشخاص الأكثر الفاعلية في البرنامج هو الضيف الثاني المستدعي من طرف الضيف الأول وهذا لأن هذا الطرف يحقق هدف البرنامج في لم الشمل أو اخذ العبرة، تليها بدرجة ثانية الضيف الأول الداعي للطرف الآخر بحكم انه طرف هو المسبب في طرح المشكل أثناء البرنامج، بينما يكون المذيع اقل فاعلية بينهما لان دوره يقتصر على السيطرة على ظوابط الحوار من جهة ومن جهة أخرى يقوم بإقناع الطرفين لإعادة العلاقة بينهما بشكل سليم.

3.2. فئة الأساليب الإقناعية: نلاحظ من خلال النتائج المتحصل عليها في الدراسة أن الأساليب الإقناعية الأكثر هي الأساليب العاطفية بحكم أن العاطفة هي التي تربط كافة العلاقات الاجتماعية والعلاقات الأسرية وعلاقات الأخوة وعلاقات الصداقة .. الخ وكذا المصدر يهدف من خلاله لاستعطاف المشاهد من اجل التأثير عليه ليتحقق عن طريقه الهدف المنشود من البرنامج بينما الاهتمام بالأساليب الفنية العقلية كانت قليلة.

4.2. فئة القيم: من النتائج المتحصل عليها في فئة القيم الكذب ثم تليها بدرجة ثانية الغدر، عدم الثقة ثم تليها بأقل درجة السرقة والنميمة. يعود اهتمام القائم بالاتصال بشكل متساوي في القيم المذكورة سابقا في غالبية القيم إلى التركيز باعتبارها محدد أساسي من محددات الهوية وضابط من ضوابط الأسرة والمجتمع، ويقل اهتمام المذيع بالتركيز على قيمة السرقة لان الحالات التي عرضت في هذا الموضوع تستوجب قاضي يدقق في الأدلة لأنها مجرد اتهامات ولا تستوجب صحفي، كما يندم اهتمام المذيع بقيمة النميمة لأنها أيضا تحتاج إلى أدلة أو شهود وهذا بعيد عن هدف البرنامج.

5.2. فئة الأهداف: نلاحظ من خلال نتائج الدراسة المتحصل عليها أن هدفي التسامح والاتعاظ والعبرة من تناول القضايا المطروحة كان الغالب في البرنامج محل الدراسة تليها هدف لم الشمل التي على وشك الانهيار بحيث يسعى جاهدا البرنامج إلى إعادة جمع ما هو متفرق من اسر وهو ما يخدم الخط الافتتاحي لقناة الشروق TV التي توجه برامجها للمرأة الجزائرية، ثم هدف ثقافة الحوار ثم تليه هدف نشر المحبة معظم المشاكل المطروحة يسعى من خلالها المذيع إلى اخذ العبرة والموعظة منها من اجل تنبيه المشاهد للمشاكل التي قد يقع فيها ويعود اهتمام القائم بالاتصال بدرجات اقل لباقي الأهداف لان تعدد الأهداف يشتتته عن الهدف الرئيسي، ولكي يحافظ عن هدفه الأول يركز عليه بشكل أكثر.

● المطلب الرابع : النتائج العامة للدراسة

- يُقدم البرنامج تمثلات متنوعة للمرأة الجزائرية، لكنه يُركز على بعض القضايا دون غيرها.
- تُظهر بعض الحلقات المرأة كضحية للمجتمع، بينما تُظهر حلقات أخرى المرأة كفاعلة ومشاركة في بناء المجتمع.
- هناك غياب لبعض التمثيلات للمرأة الجزائرية، مثل المرأة العاملة والمرأة المُسيّسة والمرأة المُبدعة.
- أن الهدف من البرنامج " لي فات مات هو لم شمل ونشر المحبة وتنمية روح الحوار مما يجعله يتبنى موقف المحايد من المواضيع المطروحة.
- يركز المذيع بكثرة على موضوع القسوة لأنها ظهرت في اغلب مفردات العينة سواء كانت من خلال العنف اللفظي أو العنف الجسدي، وهو ما يدل على نقشي الظاهرة في المجتمع الجزائري بشكل كبير.
- استخدم برنامج " لي فات مات المزيج بين الفصحى والعامية بهدف الوصول إلى جميع المستويات التعليمية وبذلك رفع نسبة المشاهدة وزيادة نسبة صدى البرنامج.
- يستحوذ موضوع التسامح على مواضيع برنامج " لي فات مات" لأن الهدف من البرنامج لم الشمل ونشر المحبة.
- يُمكن للبرنامج أن يكون له تأثير إيجابي على المجتمع من خلال نشر الوعي حول قضايا المرأة وتحفيز النقاش حولها.
- هناك حاجة لتحسين البرنامج من خلال التركيز على قضايا المرأة بشكل مُعمّق وإتاحة الفرصة للمرأة الجزائرية للتعبير عن آرائها ومُشاركتها في النقاش حول مختلف القضايا التي تهمها.
- تركيز برنامج " لي فات مات على استخدام الأساليب العاطفية من أجل استمالة المستضاف وفي نفس الوقت التأثير على المشاهد على أساس أن العاطفة نقطة ضعف لدى المشاهد.
- وأيضا من خلال التحليل نلاحظ أن برنامج " لي فات مات" يتناول مواضيع مهمة لقضايا المرأة الجزائرية مثل نشر المحبة ، القسوة ، التفكك الأسري..... الخ
- يعتمد برنامج لي فات مات على إشراك الجمهور من خلال صفحة البرنامج على الفيسبوك.
- أن فقرات برنامج لي فات مات تختص كل فقرة بسماتها الخاصة في طريقة عرض المعلومات والمعلومات الخاصة بالقضايا بحد ذاتها.

- المواضيع التي يؤيدها القائم بالاتصال تتساوى مع المواضيع التي يعارضها بحيث يؤيد المذيع المواضيع التي تؤدي إلى التسامح والتصالح ويعارض المواضيع التي تتشابه فيها الأطراف بانقطاع العلاقة بينهما.
- يُمكن للبرنامج أن يكون له تأثير إيجابي على المجتمع من خلال نشر الوعي حول قضايا المرأة وتحفيز النقاش حولها.
- ساهم البرنامج في نشر الوعي حول قضايا المرأة.
- ساهم البرنامج في تحفيز النقاش حول قضايا المرأة.
- ساهم البرنامج في إيجاد حلول لقضايا المرأة.
- ساهم البرنامج في تحسين وضع المرأة في المجتمع.
- هناك حاجة لتحسين البرنامج من خلال التركيز على قضايا المرأة بشكل مُعمّق وإتاحة الفرصة للمرأة الجزائرية للتعبير عن آرائها ومُشاركتها في النقاش حول مختلف القضايا التي تهمها.
- التركيز على قضايا المرأة بشكل مُعمّق.
- إتاحة الفرصة للمرأة للتعبير عن آرائها.
- مشاركة المرأة في النقاش حول مختلف القضايا التي تهمها.
- يُمكن للبرنامج أن يُخصص حلقة لمناقشة نتائج الدراسة.
- يُمكن للبرنامج أن يُطلق حملة توعية حول بعض قضايا المرأة المهمة مثل العنف الأسري أو مشاركة المرأة في العمل.
- يُمكن للبرنامج أن يُنظم مسابقة لأفضل حلول لقضايا المرأة.

• خلاصة الفصل:

تتاول هذا الفصل تحليل محتوى برنامج "الي فات مات" من منظور قضايا المرأة وكذلك أظهرت الدراسة أن البرنامج يُقدم تمثلات متنوعة للمرأة الجزائرية، لكنه يُركز على بعض القضايا دون غيرها. كما أظهرت الدراسة أن للبرنامج تأثير إيجابي على المجتمع من خلال نشر الوعي حول قضايا المرأة وتحفيز النقاش حولها. ومع ذلك، هناك حاجة لتحسين البرنامج من خلال التركيز على قضايا المرأة بشكل مُعمق وإتاحة الفرصة للمرأة الجزائرية للتعبير عن آرائها ومُشاركتها في النقاش حول مختلف القضايا التي تهمها.

خاتمة

خاتمة

إن صورة المرأة في الإعلام بصفة عامة تعد من بين المواضيع التي نالت اهتمام كبير لدى الباحثين خاصة في مجال الإعلام، وهذا راجع إلى الصورة النمطية للمرأة العربية التي لطالما تبنتها مختلف البرامج الإعلامية والتي لطالما حصرت مكانة المرأة ومهامها الاجتماعية داخل المنزل فقط بالإضافة إلى تسليعها إعلامياً واستخدامها بشكل سلبي في مختلف المضامين الإعلامية، ويرجع هذا لعوامل اجتماعية وثقافية موروثية جيلا بعد جيل، لكن نظرا للجهود المبذولة من قبل العديد من المنظمات الخاصة بالمرأة وتحسين صورتها في المجال الإعلامي التي جاءت كرد فعل على نتائج العديد من البحوث والدراسات الأكاديمية في هذا الموضوع، أصبحنا نرى توجهات إعلامية جديدة في تقديم صورة المرأة العربية إعلامياً، وتماشياً مع المعطيات الجديدة التي فرضها العصر الحالي والتي غيرت من مكانة المرأة ومهامها الاجتماعية، وجعلت منها امرأة منتجة مساهمة في تحقيق التنمية في مختلف المجالات بالإضافة إلى مهامها التقليدية المعروفة.

يعد برنامج " لي فات مات " نموذجاً لمثل هذه التوجهات الإعلامية الجديدة في تحسين صورة البرامج الاجتماعية، من خلال تبنيه لمجموعة من الاستراتيجيات في طرح بعض من المشاكل والصعوبات التي تواجه المجتمع واقعياً مع تقديم الآراء ومشاركتها مع شبكات التواصل الاجتماعي.

من خلال ما تم طرحه في هذا البحث وتحليل الجانب التطبيقي المتمثل في البرنامج الاجتماعي " لي فات مات " على قناة الشروق TV توصلنا إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- تعتبر البرامج التلفزيونية وسيلة شائعة لتوصيل المحتوى الترفيهي والإعلامي إلى الجمهور.
- ويعتبر نسق الاتصال الجماهيري نسقاً جزئياً داخل نسق أكبر هو المجتمع الذي يوجد فيه والمضامين التي ينقلها الإعلام من خلال برامجه والتي تؤثر في الأنساق الاجتماعية والأخلاقية الأخرى سلباً أو إيجابياً ويشكل خاص النسق القيمي الأخلاقي للمجتمع.
- تحمل المرأة قصصاً ملهمة وتجارب متنوعة يجب تسليط الضوء عليها في وسائل الإعلام. يجب أن تكون هناك جهود مستمرة لتعزيز قدرات المرأة في مجال الإعلام وتوفير فرص متساوية للمشاركة والتأثير.
- تعد وسائل الإعلام قادرة على أن تكون قوة إيجابية في تغيير النظرة العامة للمرأة وتعزيز دورها في المجتمع

- للبرنامج تأثير إيجابي على المجتمع من خلال نشر الوعي حول قضايا المرأة وتحفيز النقاش حولها.

- يهدف العمل على تمثيل المرأة في وسائل الإعلام إلى تحقيق المساواة وتعزيز التنوع وتعزيز الدور الإيجابي للمرأة في المجتمع. يجب أن يكون للمرأة الحق في التعبير عن آرائها وتجاربها وأن يتم احترام صوتها وتمثيلها بشكل عادل وشامل في وسائل الإعلام.

- هناك حاجة لتحسين البرنامج من خلال التركيز على قضايا المرأة بشكل مُعمق وإتاحة الفرصة للمرأة الجزائرية للتعبير عن آرائها ومُشاركتها في النقاش حول مختلف القضايا التي تهمها.

- وكذلك أظهرت الدراسة أن البرنامج يُقدم تمثيلات متنوعة للمرأة الجزائرية، لكنه يُركز على بعض القضايا دون غيرها.

قائمة المراجع

قائمة المراجع

1. "الصوت والتمثيل والتصوير للمرأة في وسائل الإعلام: حلقة نقاش"، www.uchicago.in، تم الوصول إليه في 16-4-2020. تم تحريره.
2. "النوع الاجتماعي والإعلام"، gsdr.org، تم الوصول إليه في 16-4-2020. تم تحريره.
3. "مقاربة إيجابية للمرأة في الإعلام"، www.sfcg.org، صفحة 60، 61، اطلع عليه بتاريخ 2020-4-5. بتصرف.
4. 1999 م. / الإعلامية العدد
5. <http://site.iugaza.edu.ps/jdalou/files/2012/03/> الإعلام-والمرأة-في-الريف-والحور
6. إبراهيم عزيز: تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيرها الاجتماعية والثقافية، دار الكتاب الحديث، الجزائر.
7. ألكسندر بورتيكي: الصحافة التلفزيونية، ترجمه أديب خضور، المكتبة العالمية، دمشق، .
8. أمينة شرقي: صورة المرأة الجزائرية في البرامج الاجتماعية على الفضائيات الجزائرية الخاصة، مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر تخصص في علوم الاعلام والاتصال، جامعة العريب بن مهدي، ورقلة.
9. سكيمة خضرة وحبوسي صليحة: مشاهدة البرامج التلفزيونية العنيفة وعلاقتها بظهور العدوانية لدى تلاميذ السنة الأولى متوسط (9) - 12 سنة، جامعة أكلي محمد ولحاج تخصص علم النفس المدرسي كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، البويرة 2013 .
10. سهير جاد، سامية أحمد علي : البرامج الثقافية في الراديو والتلفزيون، دار الفجر للنشر والتوزيع، القاهرة، 1999 .
11. ضياء مصطفى السخرية في البرامج التلفزيونية، ط1، دار ميزوبوتاميا بغداد العراق 2014.
12. طارق سيد أحمد الخلفي فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية، دار المعرفة الجامعية، الاسكندرية، 2008 .
13. عاطف العبد، فوزية آل على، نهى العبد : المرأة العربية ووسائل الإعلام، دار الفكر العربي يوليو 2008.
14. فاروق ناجي محمود ، البرنامج التلفزيوني كتابته ومقومات نجاحه، دار الفجر للطباعة والنشر، ط1 ، بغداد، 2007 .
15. القادري عيسى هنوند: قراءة في ثقافة الفضائيات العربية، الوقوف على ختوم التفكير، مركز دراسات الوحدة العربية بيروت.
16. محمد سيد محمد اقتصاديات الإعلام: المؤسسة الصحفية ، دار الفكر العربي للطباعة والنشر (ب.ط)، القاهرة، مصر، (ب.س.ن) .

17. المرأة في البرامج التلفزيونية الجزائرية: من النمطية إلى التغيير دراسة تحليلية لبرنامج جلسة وانسا على قناة الشروق <https://www.asjp.cerist.dz/en/article/166628> Tv:
18. مشتاق عبد الرضا ماش شرارة, البحث العلمي مفاهيم وتطبيقات ف التربة البدنة وعلوم الرضاة, ط 1, دار الكتب والوثائق بغداد, 2016.
19. نجوى كامل، 2012، "الإعلام والمرأة في الريف والحوار-دراسة تطبيقية على مصر والبحرين"، على الرابط
20. نقلا عن الموقع الإلكتروني <https://www.echoroukonline.com> : يوم 23/01/2024، على الساعة 13:20
21. 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.
22. هنود القادري عيسى: البرامج الحوارية والديمقراطية التشاركية المباشرة، مشاهدات حية، ص 9.
23. وثيقة تنظيم البث والاستقبال الفضائي في المنطقة العربية جريدة الشرق الأوسط، المجموعة السعودية للأبحاث والتسويق الجمهورية العربية السعودية العدد 10683، الصادر في 13 فبراير 2008.
24. ورية بوقزولة: البرامج التلفزيونية في حيط متغري، دراسة تحليلية لشبكة برامج tv، قسم علوم الاعلام والاتصال، جامعة الجزائر -

الملاحق

استمارة تحميل المحتوى

• البيانات الخاصة بالبرنامج:

1. اسم القناة
2. اسم البرنامج
3. تاريخ البث
4. مدة البرنامج

• المحور الأول: فئات الشكل (كيف قيل؟):

1. فئة الزمن
2. فئة اللغة المستخدمة

• المحور الثاني: فئات المضمون (ماذا قيل؟):

1. فئة الموضوع

| | | | | | | |
|----|----|----|----|----|----|---------------------------|
| 18 | 17 | 16 | 15 | 14 | ← | أ. |
| 23 | 22 | 21 | 20 | 19 | ← | ب. |
| 28 | 27 | 26 | 25 | 24 | ← | ت. |
| | | | 30 | 29 | ← | ث. |
| 35 | 34 | 33 | 32 | 31 | ← | ج. |
| 41 | 40 | 39 | 38 | 37 | 36 | 2. فئة الأهداف |
| 47 | 46 | 45 | 44 | 43 | 42 | 3. فئة القيم |
| | | | 49 | 48 | | 4. فئة الأساليب الإقناعية |

• المحور الثالث: ملاحظات عامة:

• دليل الاستمارة:

• البيانات الخاصة بالبرنامج:

1. يدل المربع رقم 1 على اسم القناة.

2. يدل المربع رقم 2 على اسم البرنامج.

3. تدل المربعات رقم 3/4/5 على تاريخ البرنامج (اليوم، الشهر، السنة).

4. يدل المربع رقم 6 على الزمن المستغرق للبرنامج.

• فئات الشكل (كيف قيل؟):

1. تدل المربعات رقم 7/8/9 من فئة الزمن على التوالي طويل، متوسط، قصير.

2. تدل المربعات رقم 10/11/12/13 من فئة اللغة المستخدمة على التوالي: عربية

فصحى، عامية اجنبية، مزيج.

• فئات المضمون (ماذا قيل؟):

1. فئة الموضوع :

أ. يدل مربع رقم 14 على المشكلات الاخلاقية التي تتدرج فيها كل من المربع
18/17/16/15 والذي يمثل بالترتيب الخيانة الزوجية القسوة، مشاكل النسب،
مشاكل اخرى.

ب. يدل المربع رقم 19 على المشكلات الاجتماعية التي تتدرج فيها كل من المربعات
23/22/21/20 والتي تمثل على التوالي : تدخلات الاقارب في الحياة الزوجية،
الطلاق، سوء العلاقة بين طرفين من الأسرة، مشاكل أخرى.

ت. يمثل المربع رقم 24 المشكلات النفسية ويدل رقم 29/28/27/26/25 على
الاضطرابات النفسية الوسواس القهري، الاكتئاب القلق، مشاكل أخرى.

ث. يدل المربع رقم 30 على مشكلة الادوار الاجتماعية ويمثل المربع رقم 31 اختلاف
الأدوار بين الزوجين.

2. في فئة الاهداف: تدل المربعات 36 الى 41 بشكل متتالي على ما يلي: لم الشمل
التسامح، ثقافة الحوار ، نشر المحبة، الاتعاض التصالح.

3. في فئة القيم: تدل المربعات من 42 الى 47 بشكل متتالي على ما يلي: الغدر،
عدم الثقة، الوفاء، السرقة، الكذب، النميمة.

4. يدل المربعان رقم 49/48 من فئة الأساليب الاتناعية على التوالي: أساليب عقلية،
أساليب عاطفية.



صورة لمقدم برنامج لي فات مات في موسمہ الاول هشام بوقفة



شعار برنامج لي فات مات



صورة لمقدم برنامج لي فات مات في موسمه الثاني جلال شندالي