

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علم اجتماع



مذكرة تخرج بعنوان:

دور التلفزيون في تلبية الاحتياجات التربوية للمرأة

-دراسة ميدانية على عينة من طالبات كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية القطب

الجامعي تاسوست - جيجل -

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع

تخصص: علم الاجتماع الإتصال

تحت إشراف الأستاذة:

د/ سهام بن يحيى

إعداد الطالبتين:

وسيلة بوخروفة

وداد سياري

لجنة المناقشة:

1- د/ يونس لعوي..... رئيساً

2- د/ سهام بن يحيى..... مشرفاً ومقرراً

3- د/ فوزية بودريوة..... عضواً مناقشاً

السنة الجامعية: 2018 / 2019

شكر وتقدير

الحمد لله الذي أماننا والذي به استعنا وعليه توكلنا
الحمد لله الذي يسر سبيلنا وأنار دربنا
تتحرر من قيودنا عبارات الشكر والإمتنان لتتلق
ثم تعط لتخط قائلة: شكرا على الصبر الجميل والنفوس الطويل
لأستاذتنا الكريمة الفاضلة " **سهام بن يحيى** " على سعي
صبرها معنا وعلى توجيهاتها الصائبة وتواضعها الطيب معنا
وإلى كل من ساعدنا من قريب أو من بعيد
وكل من كان سبب في الوصول إلى مقامنا هذا
فألف شكر وتقدير



* وسيلة * ووداد *

فهرس المحتويات

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتوى
	شكر وتقدير
	فهرس المحتويات
	قائمة الجداول
أ-ب	مقدمة
الجانب النظري	
الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة	
5	تمهيد
6	أولاً: الإشكالية
7	ثانياً: فرضيات الدراسة
8	ثالثاً: أسباب اختيار الموضوع
8	رابعاً: أهمية الدراسة
9	خامساً: أهداف الدراسة
10	سادساً: تحديد المفاهيم
14	سابعاً: الدراسات السابقة
20	خلاصة الفصل
الفصل الثاني: التلفزيون والنظريات المفسرة للدراسة	
22	تمهيد
23	أولاً: تعريف التلفزيون

23	ثانيا: نشأة التلفزيون
27	ثالثا: خصائص التلفزيون
31	رابعا: وظائف التلفزيون
36	خامسا: أهمية التلفزيون
38	سادسا: النظريات المفسرة لموضوع الدراسة
46	خلاصة الفصل
الفصل الثالث: التلفزيون ودوره في تلبية الإحتياجات التربوية للمرأة	
48	تمهيد
49	أولا: دور وسائل الإعلام في تغيير الصورة النمطية للمرأة في الإعلام
52	ثانيا: الاتجاهات النظرية في دراسة المرأة في المجتمع
55	ثالثا: الإحتياجات التربوية للمرأة
57	رابعا: دور التلفزيون في تلبية الإحتياجات للمرأة
61	خامسا: النقائص التي تعرقل من قدرة التلفزيون على تلبية الإحتياجات التربوية للمرأة
62	خلاصة الفصل
الجانب التطبيقي	
الفصل الرابع: الإجراءات المنهجية للدراسة	
65	تمهيد
66	أولا: مجالات الدراسة
68	ثانيا: المنهج المستخدم

69	ثالثا: أدوات جمع البيانات والمعلومات
71	رابعا: عينة الدراسة
72	خلاصة الفصل
الفصل الخامس: عرض وتحليل البيانات وتفسير النتائج العامة	
74	تمهيد
75	أولاً: عرض وتحليل بيانات الدراسة
96	ثانياً: تفسير النتائج العامة للدراسة
97	ثالثاً: تفسير نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات
99	رابعا: تفسير النتائج في ضوء النظريات
99	خامساً: تفسير النتائج في ضوء الدراسات السابقة
100	سادساً: صعوبات الدراسة
101	خلاصة الفصل
103	خاتمة
106	قائمة المراجع
	الملاحق
	الملخص

قائمة الجداول

قائمة الجداول

الرقم	الجدول	الصفحة
01	الأعوام التي بدأ فيها البث التلفزيوني في الدول العربية	27
02	توزيع أفراد العينة حسب السن	75
03	توزيع أفراد العينة حسب الحالة المدنية	75
04	توزيع أفراد العينة حسب مكان الإقامة	76
05	توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي	77
06	مدى مشاهدة المرأة للتلفزيون	77
07	الحجم الساعي الذي تخصصه المرأة لمشاهدة التلفزيون	78
08	كيفية مشاهدة المرأة لبرامج التلفزيون	79
09	الوقت المفضل لدى المرأة لمشاهدة البرامج التلفزيونية	79
10	البرامج التي تفضل المرأة مشاهدتها	80
11	طرح البرامج التلفزيونية لقضايا وانشغالات المرأة	81
12	أسباب مشاهدة المرأة للبرامج المخصصة لها في التلفزيون	81
13	مدى رضا المرأة عن البرامج المقدمة لها في التلفزيون	82
14	النقائص الموجودة في البرامج التلفزيونية حسب رأي عينة الدراسة	83
15	العوامل التي تزيد من فعالية البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة	84
16	الصعوبات التي تواجه المرأة أثناء مشاهدة التلفزيون	85
17	تقييم مدى تلبية احتياجات المرأة التربوية من خلال البرامج التلفزيونية	86
18	تخصيص البرامج التلفزيونية لحصص خاصة بالمرأة	86
19	مدى تركيز البرامج المخصصة للمرأة على طرح قضايا وانشغالات المرأة	87
20	إسهام التلفزيون في تلبية احتياجات المرأة	88
21	الاحتياجات التي تطرحها البرامج المخصصة للمرأة	88
22	مراعاة البرامج التلفزيونية المخصصة للمرأة قيم ومبادئ المجتمع الجزائري	89

90	كيفية مساعدة البرامج التلفزيونية للمرأة	23
90	تأثير البرامج المخصصة للمرأة على سلوكيات المرأة	24
91	المواضيع التي تركز عليها البرامج التلفزيونية المخصصة للمرأة	25
92	الاقتراحات لتحسين مستوى البرامج المخصصة للمرأة	26
93	الحجم الساعي الذي تخصصه المرأة لمشاهدة التلفزيون وفق متغير الحالة المدنية	27
94	العوامل التي تزيد من فعالية البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة حسب متغير السن	28
95	أسباب مشاهدة المرأة للبرامج المخصصة لها في التلفزيون حسب متغير الحالة المدنية	29

مقدمة

يشهد الوقت الراهن ثورة كبيرة فيما يتعلق بوسائل الإعلام، وهذا راجع إلى كونها قد أصبحت تتنافس فيما بينها في عملية استقطاب الجماهير عن طريق الأدوار المرتبطة بكل وسيلة، وإن الإعلام كان ولا يزال يشكل عنصرا مهما في حياة الأفراد.

لعل أهم وسيلة من بين هذه الوسائل نأخذ التلفزيون الذي أصبح يمثل مكانة متميزة بين مختلف وسائل الإعلام الأخرى، وتتمثل أهميته في كونه الوسيلة التي تستطيع السيطرة على السمع والبصر اللذان يعتبران من أهم الحواس وأشدها اتصالا بما يجري في نفس الإنسان من أفكار ومشاعر، وأيضا لكون التلفزيون يعمل على غرار الوسائل الإعلامية المختلفة بنقل المعلومات والأفكار، ولكن يختلف عنها في كونه يقوم بنقلها إلى مشاهديه في أغلبية الأحيان وقت حدوثها ومما يحمل من معان وانفعالات وأيضا تتجسد أهميته كوسيلة إعلامية في حجم التأثير الواسع باستقطاب شرائح المجتمع المختلفة وغير متقفة للكبار والصغار والرجال والنساء...

وأصبح بذلك التلفزيون من أهم وسائل التأثير والتنقيف والإعلام والتوعية وأيضا الربط بين الحضارات والشعوب المختلفة إذ أصبح العالم بمثابة قرية صغيرة يعرف الأفراد كل ما يجري من حولهم وما يتميز به التلفزيون من خصائص ومميزات أعطت قوة للنهوض وإكمال مشواره الإعلامي ولعل أهم هذه الخصائص خاصة الجمع بين الصوت والصورة والحركة مما يضفي عليها الحيوية وأيضا لقلّة تكلفتها كالإعلام، التربوية، التنقيف والتوعية خاصة.

وباعتبار أن المرأة من جمهور التلفزيون وأكبر شريحة تتعرض له، فقد سعى التلفزيون لإرضائها دائما باعتبارها جزء لا يتجزأ من المجتمع المحلي ولتحقيق الأفضل لها، فإن التلفزيون يولي اهتماما كبيرا ومعتبرا لكل ما يهم المرأة في شتى الجوانب الاجتماعية الثقافية التعليمية الدينية.

هناك برامج تلفزيونية مختلفة خصصت لتلبية احتياجات تربية للمرأة وهذا ما سنتطرق إليه في دراستنا حول "دور التلفزيون في تلبية الاحتياجات التربوية للمرأة" وقد اشتملت هذه الدراسة على مقدمة، 5 فصول وخاتمة.

الفصل الأول: يتناول طرح الإشكالية وتساؤلاتها، وفرضيات الدراسة وأهدافها، بالإضافة إلى تحديد المفاهيم، وأخيرا الدراسات السابقة.

الفصل الثاني: تناولنا فيه مفهوم التلفزيون ونشأته، والتعرف على خصائصه ووظائفه وأهميته، وأهم النظريات المفسرة لموضوع الدراسة.

الفصل الثالث: تناولنا فيه الصورة النمطية للمرأة في وسائل الإعلام ودور وسائل الإعلام في تغيير الصورة النمطية، كذلك الإتجاهات النمطية في دراسة المرأة في المجتمع، وتطرقنا كذلك للإحتياجات التربوية للمرأة ودور التلفزيون في تلبية هذه الإحتياجات، بالإضافة إلى النقائص التي تعرقل من قدرة التلفزيون على تلبية الإحتياجات التربوية للمرأة.

الفصل الرابع: تناولنا فيه الإجراءات المنهجية للدراسة من حيث مجالاتها والمنهج المستخدم في الدراسة والعينة وأدوات جمع البيانات.

الفصل الخامس: تناولنا فيه تحليل وتفسير البيانات وعرض النتائج العامة، والنتائج على ضوء الفرضيات وعلى ضوء النظريات ثم الدراسات السابقة.

وأخيرا خلصنا إلى صياغة خاتمة ثم تحديد فيها ما تم التوصل إليه من خلال مجموعة من المراجع كما دعمنا هذه المذكرة بمجموعة من الملاحق والأشكال التي لها علاقة بموضوع الدراسة.

الجانب النظري

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

تمهيد

أولاً: الإشكالية

ثانياً: فرضيات الدراسة

ثالثاً: أسباب اختيار الموضوع

رابعاً: أهمية الدراسة

خامساً: أهداف الدراسة

سادساً: تحديد المفاهيم

سابعاً: الدراسات السابقة

خلاصة الفصل

تمهيد:

يعد الجانب النظري من الركائز الأساسية لأي بحث علمي فهو الخلفية والجانب المرجعي العام للبحث من الناحية السوسيولوجية، ومن أجل ذلك نسعى من خلال الفصل الأول إلى وضع إطار محدد وواضح نبرز فيه أهمية وأسباب موضوع الدراسة، بالإضافة إلى إبراز الأهداف المتوخات من انجاز هذه الدراسة، ثم تحديد المفاهيم الأساسية في بحثنا، وفي آخر الفصل تطرقنا إلى بعض الدراسات التي أجريت وتناولت الموضوع بطريقة منهجية مختلفة.

أولاً: الإشكالية

تعاظم في العصر الحالي دور وسائل الإعلام وأصبح يساهم بشكل كبير في نشر الحقائق والمعلومات والأخبار بين الجمهور، وأصبح لأنواعها المتعددة دور واضح وملمس وله تأثير في حياة الأفراد من خلال تنمية مستوى الوعي لديهم وزيادة معلوماتهم وتطلعاتهم سواء كان هذا التأثير سلباً أو إيجاباً فهو نسق اجتماعي يقوم بتغيير سلوكياتهم وتنظيم التفاعل بين الناس كما يرتبط بالأنساق الاجتماعية الأخرى ويحدث تكامل وانسجام بينهم.

ويعتبر التلفزيون من الوسائل الإعلامية التي جمعت بين الصوت والصورة واستطاعت فرض حضورها في العصر الحديث ومنافسة بقيت الوسائل الاتصالية الجماهيرية الأخرى لما تقدمه من معلومات سريعة ومؤثرة في كل جوانب الحياة بشكل آني، حيث أنها تؤثر على رأي الفرد واتجاهاته مما يؤدي إلى تغيير مواقفه وأنماط سلوكه المرتبطة بحياته وبالمجالات الأخرى، فيأتي التلفزيون في مقدمة هذه الوسائل باعتباره من أهم وسائل الاتصال الجماهيري المعاصر ووسيلة فعالة في إحداث تغييرات ملموسة في جميع جوانب الحياة، يجذب الناس من مختلف الأعمار والأجناس لأنه الوسيلة الأولى لدى جميع شرائح المجتمع بقدرتها على جذب الانتباه والاهتمام وشدة التأثير، فالتلفزيون الذي ينقل الحدث إلى مشاهديه وقت حدوثه وكذلك ينقل المعلومات بأسلوب سهل وجذاب بالإعتماد على الصوت والصورة، ويقوم بوظائف عديدة أكثر اتساعاً وتنوعاً مما تقوم به وسائل الإعلام الجماهيرية الأخرى، فهو يجمع بين مزايا الإذاعة الصوتية من حيث الصوت ومزايا السينما من حيث الألوان والصور.

وتنبثق أهمية هذا الموضوع من كون التلفزيون كوسيلة إعلامية يستقطب اهتمام المرأة التي تنتمي إلى مختلف المستويات الريفية أو الحضرية المتعلمة أو الأمية باعتبارها أكثر الفئات تعرضاً لمضمون هذه الوسيلة الإعلامية، فهو أداة تعليمية متميزة تساهم بشكل كبير في تقديم المعلومات والمهارات في مختلف المجالات التي تساعد المرأة من خلال استخدامه في تلبية احتياجاتها التربوية، وفي التوعية والتنقيف والترفيه وهذا من خلال معالجة قضاياها ومشكلاتها الإعلامية بطريقة موضوعية وعلمية وتقديم بدائل وحلول منطقية وواقعية لا تتنافى مع قيم المجتمع بالمقابل سادت صورة نمطية سلبية للمرأة في وسائل الإعلام وهذا بتكريس الصورة التقليدية للمرأة التي تؤكد ضعفها وعجزها أو استغلالها كعامل جذب في الحصص والبرامج التلفزيونية.

وباعتبار الجزائر من الدول العربية التي ساهمت بشكل كبير في ترقية المرأة وفتح المجال لها للمساهمة في التنمية وتطوير البلاد.

وحتى يتسنى لنا معرفة دور التلفزيون في تلبية الاحتياجات التربوية للمرأة سنحاول الإجابة عن إشكالية رئيسية هي:

- هل يساهم التلفزيون من خلال تقديمه للبرامج المخصصة للمرأة على تلبية الاحتياجات التربوية للمرأة؟

ومن الإشكالية الرئيسية تتفرع الأسئلة الفرعية التالية:

- هل توجد برامج تلفزيونية مخصصة للمرأة تهتم بتلبية الاحتياجات التربوية للمرأة؟

- هل تنوع مواضيع البرامج التلفزيونية المخصصة للمرأة ساهم في تلبية احتياجاتها التربوية؟

ثانيا: فرضيات الدراسة

الفرضية الرئيسية:

- يساهم التلفزيون في تلبية الاحتياجات التربوية للمرأة.

الفرضيات الفرعية:

- توجد برامج تلفزيونية مخصصة للمرأة تهتم بتلبية الاحتياجات التربوية للمرأة.

- تنوع المواضيع التلفزيونية المخصصة للمرأة ساهم في تلبية احتياجاتها التربوية.

ثالثا: أسباب اختيار الموضوع

يرتكز اختيارنا لموضوع الدراسة لعدة مبررات منها ما هو ذاتي ومنها ما هو موضوعي وعلى هذا فاختيارنا لدراسة علاقة التلفزيون بالمرأة لم يكن بمحض الصدفة وإنما جاء نتيجة لدوافع موضوعية ودوافع ذاتية تتمثل فيما يلي:

الأسباب الذاتية:

- الرغبة في الاطلاع على مواضيع متعلقة بالدراسة الحالية، والتي تناولت متغيرات البحث: التلفزيون المرأة والتربية، والعلاقة القائمة بين هذه المتغيرات.
- كون الموضوع يتوافق مع ميولنا ورغباتنا العلمية والمعرفية.
- الرغبة في الاطلاع على محتوى البرامج التلفزيونية ومدى استجابتها للاحتياجات التربوية للمرأة.

الأسباب الموضوعية:

- قابلية الموضوع المتعلق بدور التلفزيون في تلبية الاحتياجات التربوية للمرأة للدراسة والبحث منهجيا ومعرفيا.
- علاقة موضوع الدراسة بتخصص علم الاجتماع الإتصال.
- الإقبال الكبير للمرأة على مشاهدة البرامج التلفزيونية والاهتمام بها.
- يعتبر موضوع المرأة من أهم المواضيع الاجتماعية التي اهتم بدراستها علماء الاجتماع لا سيما في السنوات الأخيرة بعدما تغيرت مكانتها ودرها في المجتمع.

رابعا: أهمية الدراسة

تنبثق أهمية هذه الدراسة، من أهمية المكانة التي تحتلها المرأة داخل المجتمع، ولهذا باتت رعايتها والاهتمام بها اجتماعيا وثقافيا وتربويا من القضايا المهمة، ولاسيما مع ظهور التلفزيون الذي لعب دورا فعالا في تقديم برامج مخصصة للمرأة تطرح قضاياها بشكل مثير وجذاب، معتمدا على الصوت والصورة

التي ساعدت على إيصال الخطاب الإعلامي إلى المرأة بمختلف الأعمار، وهذا لتلبية احتياجاتها المتعددة في مجال التلفزيون وما أفرزته ثقافة الصورة المرئية من خطاب في مضمونه تأثيرات كثيرة في مختلف الجوانب على المرأة خاصة في تلبية احتياجاتها التربوية، ومنه التلفزيون يعتبر وسيلة هامة في حياة الفرد داخل المجتمع.

كما نبين دور التلفزيون في تلبية الاحتياجات التربوية لدى المرأة من خلال تقديم برامج متعددة ومتنوعة يعرض من خلالها الاحتياجات المختلفة للمرأة.

خامسا: أهداف الدراسة

تسعى هذه الدراسة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف تتمثل فيما يلي:

- الكشف عن الدور الفعال الذي يمكن أن يؤديه التلفزيون في تلبية الاحتياجات التربوية للمرأة.
- التعرف على مدى إقبال المرأة على مشاهدة التلفزيون، ولا سيما منها البرامج المخصصة لها والتي تطرح فيها قضاياها ومشكلاتها وتبيان أهميته في تلبية احتياجاته التربوية.
- محاولة الوصول إلى تحديد العلاقة بين التلفزيون والمرأة.
- التعرف على الاحتياجات التربوية التي تحتاجها المرأة والتي تساهم في زيادة وعيها.
- معرفة مدى مساهمة البرامج التلفزيونية على تلبية الاحتياجات التربوية للمرأة.
- معرفة رؤية المرأة للبرامج التلفزيونية المقدمة، ومدى مساهمتها في احتياجاتها التربوية.
- الكشف عن تنوع المواضيع التلفزيونية المخصصة للمرأة ومدى مساهمتها في احتياجاتها التربوية.

سادسا: تحديد المفاهيم

في مختلف البحوث التي يتناولها الباحث يجد نفسه أمام صعوبات تتمثل في عموميات اللغة وتداخل المصطلحات، وتعتبر المفاهيم مفاتيح الدخول للبحث وتحديدها يعد الخطوة الأولى والأساسية لتمهيد الطريق ولفهم الموضوع المراد دراسته⁽¹⁾.

ونجد "ماكلياند" يعرف المصطلح أو المفهوم بأنه: تمثيل مختصر لمجموعة من الحقائق. بمعنى أن مفاهيم علم الاجتماع هي رموز لقضية مميزة تعطي أفكار معمقة تم تحديدها عن الملاحظة العلمية للمجتمع⁽²⁾.

لهذا فإن المفهوم السوسولوجي لا بد أن يتمتع بصفة المرونة نظرا لارتباطه بمعطيات واقع متصف بالحركية وارتباطه كذلك بالسياق العام للمجتمع والإيديولوجيات التي تحكم تفاعله.

أما عن عملية تحديد المفاهيم فنجد "فضيل دليو" في كتابه أسس البحث وتقنياته في العلوم الاجتماعية يرى أن "عملية تحديد المفاهيم أو المصطلحات ضرورة معرفية لا تتم بطريقة عفوية أو عشوائية، بحيث ترصد التعاريف وتستعرض كيفما اتفق عليها بل يجب اعتماد وتحديد منهجية ملائمة لها⁽³⁾.

لذلك سيتم التطرق لبعض المفاهيم المعتمدة في هذه الدراسة وهي:

(1) سميرة زعيم: الإعلام والتغطية الرياضية لسمعية البصرية (التلفزيون)، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في الإعلام الرياضي التربوي، الجزائر، السنة الجامعية 2007، 2008، ص 18.

(2) سلطان بلغيت: جمهور المعلمين وابرابول، دراسة ميدانية في عادات وأنماط مشاهدة معلمي المدرسة الأساسية، مذكرة ماجستير، 1999، ص 27.

(3) فيصل دليو: أسس البحث وكيفية في العلوم الاجتماعية، قسنطينة، 1997، ص 30.

1- الدور:

لغة: le role جمع أدوار les role⁽¹⁾، والدور في اللغة من دار يدور دوار أي تحرك باتجاهات متعددة في مكانه وكلمة الدور مستعارة من المسرح، وأول من استعملها بهذا المعنى هو "نتشه" حيث أن الفرد يمثل مجموعة من السلوكيات على خشبة المسرح، وكذا التنظيم الاجتماعي مسرح حياة الجماعة، وأفرادها يمثلون تلك الأدوار المتعددة والمختلفة حسب اختلاف مراكزهم⁽²⁾.

اصطلاحاً: الدور مجموعة من النماذج الاجتماعية المرتبطة بمكانة معينة وتحتوي على مواقف وقيم وسلوكيات محددة من طرف المجتمع لكل فرد يشغل هذه المكانة⁽³⁾.

والدور سياق مؤلف من الأفعال المكتسبة يؤديها شخص في موقف تفاعل اجتماعي⁽⁴⁾.

وهو سلوك متوقع يرتبط بوضع اجتماعي معين، وللدور معنى ستاتيكي وآخر معياري، والمعنى الستاتيكي يقصد به ذلك المعنى الذي يرتبط به مثال يرتبط دور معين بجنس معين، باعتبار ذلك أمر بديهي أو شائعاً داخل المجتمع، أما المعنى المعياري فهو الذي يتوقع الدور والدور المقابل ويتم تحديد هذا المعنى طبقاً لما يعتقد أنه هو الوضع الصحيح الذي يجب أن يتبع⁽⁵⁾.

وقد عرف بارسونز الدور في مؤلفه النسق الاجتماعي وكذا روبيرت ميرتون في النظرية الاجتماعية على أنه: "نموذج يرتكز حول بعض الحقوق والواجبات ويرتبط بوضع حد للمكانة داخل المجموعة، ويتحدد دور أي شخص في أي وقت عن طريق مجموعة توقعات يعتقها الشخص بنفسه⁽⁶⁾".

(1) دانيال ريع لاروس: عربي فرنسي، مكتبة لاروس، باريس، 1983، ص 187.

(2) عصمت عدلي: علم الاجتماع الأمني، الأمن والمجتمع، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2001، ص 14.

(3) محمد عاطف غيث: قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 1995، ص 390.

(4) إبراهيم منكور وآخرون: معجم العلوم الاجتماعية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1975، ص 45.

(5) عصمت عدلي: المرجع السابق، ص 14.

(6) محمد عاطف غيث: المرجع السابق، ص 162.

التعريف الإجرائي:

الدور: هو الوظيفة التي تقوم بها القنوات التلفزيونية لتلبية احتياجات المرأة وهو مجموعة الحقوق والواجبات والاتجاهات والسلوك والمهارات التي يقوم بها فرد أو مجموعة من الأفراد اتجاه قضية ما من أجل تحقيق أهداف معينة.

وهو مفهوم أساسي في مقارنة النوع ويأتي بمعنى ويأتي بمعنى جانب المسؤولية الذي يتحمله أحد الجنسين في مجتمع ما، أو في بيئة معينة والتي تحددها ثقافة المجتمع وتقاليد، وبالنسبة للمرأة فالدور المعياري لها كامرأة وزوجة، وأم أي الدور الذي يتوقعه منها المجتمع وينتظر منها القيام به.

2- تعريف التلفزيون:

لغة: إن التلفزيون "television" من الناحية اللغوية كلمة مركبة من مقطعين "télé" ومعناه عن بعد و"vision" ومعناه الرؤية، وبهذا يكون التلفزيون هو الرؤية عن بعد⁽¹⁾.

علمياً: وهو طريقة إرسال واستقبال الصورة، والصوت من مكان إلى آخر بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية، والكابلات (الألياف البصرية) والأقمار الصناعية⁽²⁾.

اصطلاحاً: مؤسسة اجتماعية مكونة من مجموعة من المصالح الإدارية والتقنية التي تتضمن من بث الحصة والبرامج الإعلامية المصورة بواسطة الكهرباء وعن بعد، وهو وسيلة اتصال جماهيرية له فعالية فريدة حيث صار يستحوذ على اهتمام الناس جميعاً أكثر من الوسائل الأخرى⁽³⁾.

(1) سليم عبد النبي: الإعلام التلفزيوني، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص24.

(2) فضيل دليو: وسائل الاتصال وتكنولوجياته، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، منشورات جامعة منتوري، قسنطينة، 2002، ص 108.

(3) أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات الإعلام، ط2، دار الكتاب المصري اللبناني، 1994، ص93.

عرفه قاموس المصطلحات الإعلامية بأنه: جهاز لنقل الصور المتحركة وعرضها كما ينقل الراديو والأصوات، وهو يتكون من جهاز التقاط كالألة السينمائية يصور المشاهد المراد تصويرها ثم ينقلها في الهواء بطريقة لاسلكية فتلتقطها أجهزة الاستقبال فتعكس هذه الصورة على لوح من الزجاج⁽¹⁾.

التعريف الإجرائي: التلفزيون جهاز يعتمد على خاصتي الصوت والصورة وذلك ما يميزه عن باقي الأجهزة يستحوذ على اهتمام أغلبية الناس لما يعرضه من برامج متنوعة تثقيفية، تعليمية، وبرامج ترفيهية.

3- تعريف المرأة:

لغة: المرأة هي مرا، اسم من مرئ الطعام، وجمع نساء نسوة، والمرأة مصدرها المروءة، وتعني كمال الرجولة، والإنسانية⁽²⁾.

والمرأة في اللغة مؤنث مرء، ومرء في السامية القديمة تعني السيد المولى وتطور معناه ولفظه في العربية إلى مرء وامرأة، امرأة ومرة وامرأة، فيقول المصريون مراتي، وكذا يقولها عرب بخاري العصريون حول غيرهم مرتي ويقول العراقيون نيساوي، ومن يتدخل في أمور النساء يقول أهل الشام نسونجي⁽³⁾.

اصطلاحاً: هي ذلك الكائن اللطيف الذي يتحد مع الرجل في أصل الخلقة وتختلف معه في البيئة الفيزيولوجية قال تعالى: ﴿وَلَيْسَ الذَّكَرُ كَالْأُنثَى﴾ [آل عمران، 36]، أي في البناء الفيزيولوجي وبالتالي في المهام⁽⁴⁾.

(1) رحيمة عيساني: دور التلفزيون في نشر العنف والجريمة، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير علوم الإتصال، عناية، السنة الجامعية 1999-2000، ص28.

(2) هيثم علي فيصل: بحث حول العوامل المؤثرة على مهارات المرأة في صنع القرار، مجلة الأنبار، العدد الثالث، 2010، ص 480.

(3) هادي علوي: فصول عن المرأة، ط1، دار الكنوز الذهبية، لبنان، 1996، ص9.

(4) هيثم فيصل علي: المرجع السابق، ص 480.

وقد عرف عدنان أبو مصلح: المرأة بأنها كيان إنساني مستقل تتمتع بالقيمة الإنسانية الكاملة وأسوة بالرجل ولها حقوق وعليها واجبات متساوية لها مع الرجل في جميع المجالات دون استثناء⁽¹⁾.

التعريف الإجرائي: المرأة هي نصف المجتمع، وهي الأم، هي الأخت، هي الجدة وهي أنثى الرجل، وهي كائن حي يؤثر ويتأثر بأمور المجتمع وفي جميع الميادين خاصة الإعلامية منها، لذا وجب الاهتمام بها وبدراسة القضايا الخاصة بها.

سابعاً: الدراسات السابقة

تعتبر الدراسات السابقة سندا علميا للدراسات والبحوث العلمية كما تعتبر خلفية معرفية ضرورية لأي باحث، باعتبارها موجهة أساسيا للاطلاع على كثير من جوانب موضوع دراستنا الحالية، وفي هذا الإطار ونظرا لافتقادنا للدراسات السابقة اعتمدنا في دراستنا هذه على دراسات مشابهة لدراستنا من حيث متغيرات الدراسة ومن حيث الأداة كذلك (الاستبيان) وفيما يلي عرض لبعضها.

الدراسة الأولى: للباحثة كنزة حاج حامدري: دور التلفزيون في تشكيل بعض القيم لدى المرأة الريفية الجزائرية. دراسة اتنوغرافية على عينة من الريفيات الجزائريات- مذكرة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، إشراف الأستاذة فائزة يخلف، جامعة الجزائر 03 سنة 2010-2011.

تمحورت إشكالية الدراسة حول وسائل الإعلام ونشأتها التي تعود الى الثلاثينات من القرن الماضي، بعدها جاء الحديث عن تاريخ دراسات الجمهور منذ ظهورها إلى يومنا هذا، ومدى اهتمام وسائل الإعلام بالجمهور، ثم ظهور التلفزيون ومدى تأثيره على الأفراد، وفي الأخير جاء الحديث عن المرأة وتشبيهها بنواة المجتمع ومن خلال هذه الدراسة حاولت الباحثة التعرف على أهم القيم التي تشكلها المرأة الريفية الجزائرية من خلال مشاهدتها لبرامج التلفزيون حيث لخصت الباحثة محور إشكالياتها في التساؤل التالي:

ما هي أهم القيم التي تتشكل لدى المرأة الريفية من خلال مشاهدة التلفزيون؟

(1) عدنان أبو مصلح: معجم علم الاجتماع، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010، ص 50.

كما طرحت الباحثة جملة من التساؤلات تمثلت فيما يلي:

- ما هي عادات المشاهدة التلفزيونية لدى المرأة الريفية الجزائرية؟
 - ما هي أهم القنوات وكذا البرامج التلفزيونية المفضلة لدى المرأة الريفية الجزائرية؟
 - ما مدى فهم الريفيات الجزائريات للغة ومضامين برامج التلفزيون؟
 - ما مدى ترسيخ برامج التلفزيون لبعض القيم السائدة لدى المرأة الريفية الجزائرية؟
 - ما هي أهم القيم التي تغيرت لدى المرأة الريفية الجزائرية من خلال تعرضها للتلفزيون؟
- المنهج المستخدم وأدواته هو المنهج الأثنوغرافي، وأدوات البحث هي الملاحظة المباشرة والمقابلة.

مجتمع البحث وعينته تتمثل في مجموع الأسر القروية الجزائرية دو تحديد الولايات بمعنى كل اسر المجتمع الريفي والناطقة بطبيعة الحال باللغة العربية، والعينة هي:قامت الباحثة باختيار طريقة المعاينة غير الاحتمالية النمطية (القصدية).

نتائج الدراسة: تمثلت نتائج الدراسة فيما يلي:

- أن برامج التلفزيون عامة استطاعت أن ترسخ بعض القيم لدى المرأة الريفية كالتعاون داخل الأسرة الريفية وكذا خارجها.
- لم يستطع التلفزيون تغيير بعض القيم البالية لدى نسبة من الريفيات "كبار السن" كزيادة الإنجاب، واختيار المرأة لشريك حياتها، وكذا خروجها للعمل.
- تتدخل الثقافة، وكذا المستوى التعليمي لدى الريفيات في مضمون التلفزيون وكذا تأثيرها على القيم فالمطلوب هنا ليس خلق إعلام ما وإنما تطويره بشكل يتناسب مع ثقافة المرأة الريفية الجزائرية، وهذا ما لاحظنا انعدامه في القناة الأرضية.
- هناك قيم راسخة تم يستطع التلفزيون تغييرها خصوصا لدى المتقدمات في السن وهي قضية خروج المرأة للعمل، بحيث استنتجنا أن المرأة الريفية لازالت تؤمن بضرورة تواجدها في المنزل مع أولادها،

عكس الفتيات اللواتي أجمعن على ضرورة خروج المرأة للعمل خصوصا اللواتي تحصلن على شهادات عليا.

تقييم الدراسة:

تعتبر هذه الدراسة من البحوث التي ساهمت بشكل ايجابي في توجيه مسار بحثنا إذ استخدمنا مضامين الجانب النظري من حيث فصول الدراسة خاصة متغير دور التلفزيون الذي ساعدنا في دراستنا، فمن إيجابيات هذه الدراسة أيضا أنها سلطت الضوء على المرأة الريفية ودور التلفزيون في تشكيل بعض القيم لديها.

الدراسة الثانية: للدكتورة منى حين -التلفزيون والمرأة دوره في تلبية احتياجات التربية - قامت منى حين بتحليل مضمون البرامج التلفزيونية التي توجه للمرأة بصفة عامة، بالإضافة إلى بعض البرامج التي تناقش موضوعات وقضايا تخص المرأة والتي تقدم على قناتي التلفزيون الرئيسيتين الأولى والثانية خلال دورة تلفزيونية مدتها ثلاثة شهور تبدأ من 01-01-2002 وتنتهي 31-03-2002 بنظام الحصر الشامل، مما يتطلب استخدام منهج المسح وفي إطاره تستخدم الباحثة أسلوب تحليل المضمون، وذلك من أجل الوقوف على مدى نجاح التلفزيون في تلبية الاحتياجات التربوية للمرأة العاملة ومدى قصوره بهدف وضع تصور مستقبلي لدور التلفزيون يسمح له بتلبية هذه الاحتياجات للمرأة.

عينة الدراسة التي اختارتها الباحثة هي عينة القنوات التلفزيونية بحيث اختارت الباحثة القناة الأولى والقناة الثانية في التلفزيون المصري نظرا لسعة انتشارهما وقدرتهما على الوصول بالرسالة الإعلامية إلى المواطن.

تضمنت استمارة تحليل المضمون التي اعتمدها الباحثة في دراستها على عدة فئات منها ما يهتم بالشكل (كيف قيل...؟)، ومنها ما يهتم بالمضمون (ماذا قيل...؟)، وهذه الفئات هي فئة الشكل وفئة الموضوع.

أهم نتائج الدراسة التحليلية لبرامج المرأة عينة الدراسة:

- شغلت هذه البرامج كل أيام الأسبوع، وأنت في بعض الأيام تقدم أكثر من برنامج مثل (الثلاثاء- برنامج يوم وراء يوم).
- كانت نسبة تقديم المذيعات لهذه البرامج 100%.
- تنوعت المدة الزمنية لل فقرات في برامج المرأة عينة الدراسة ما بين أقل من 5 دقائق إلى 10 دقائق.
- كما استهدفت هذه البرامج فئات المرأة المختلفة كجمهور لها، المرأة المصرية عامة تليها المرأة الحضرية ثم الريفية.
- كما حضيت الاحتياجات الصحية باهتمام برامج المرأة.
- كما حضيت الاحتياجات الاجتماعية باهتمام هذه البرامج.
- أما الاحتياجات الثقافية والتعليمية فكانت نسبتها 6.5% وركزت معظمها على برامج محو الأمية.
- الاحتياجات الاقتصادية مثلت 4.1% من إجمالي فقرات البرامج في عينة الدراسة.

التعليق على الدراسة:

- تعتبر هذه الدراسة فرعا من دراستنا، ومن خلال الاطلاع عليها استطعنا تكوين خلفية معرفية حول موضوع دراستنا المتمثل في دور التلفزيون في تلبية الاحتياجات التربوية للمرأة.
- إذ تميزت الدراسة في اختيار المنهج المسحي.
- ويكمن الاختلاف بين دراستنا وهذه الدراسة في العينة المعتمدة، وأداة جمع البيانات.
- وبغض النظر عن الاختلاف الموجود فقد أفادتنا هذه الدراسة كثيرا سواء نظريا أو منهجيا.
- الدراسة الثالثة:** دراسة سهام بولوداني تحت عنوان "جمهور الإعلانات التلفزيونية الأجنبية في الجزائر - دراسة وصفية لاستعمالات وإشباعات المرأة".

رسالة لنيل شهادة ماجستير في علوم الإعلام والاتصال، قسم علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم السياسية والإعلام، سنة 2009 بالجزائر.

انطلقت هذه الدراسة من السؤال الرئيسي:

هل يمكننا البحث في أنماط وعادات تعرض المرأة في الجزائر للإعلانات التلفزيونية الأجنبية الملتقطة خلال برامج القنوات المبتقة عبر الأقمار الصناعية من فهم أسباب ودوافع هذا التعرض، وما تفعله هذه الفئة من الجمهور الجزائري بهذا النوع من الرسائل الإعلامية، وما تحمله من دعوة ملحة في الاستهلاك؟.

وانبثق عن هذا السؤال الأسئلة الفرعية التالية:

- ما هي عادات تعرض المرأة في الجزائر للإعلانات التلفزيونية الأجنبية ؟

- ما هي أسباب ودوافع المرأة في الجزائر على التعرض قصدياً للإعلانات التلفزيونية الأجنبية ؟

- هل تقبل المرأة في الجزائر على التعرض قصدياً للإعلانات التلفزيونية الأجنبية وهل تهتم بها ؟

اعتمدت هذه الدراسة على المنهج الوصفي وذلك خلال ربط الباحثة المتغيرات ببعض سمات الإعلانات التلفزيونية الأجنبية من النساء في الجزائر بالإضافة إلى اعتمادها على منهج المسح الاجتماعي.

اختارت الباحثة عينة طبقية لتحقيق نوع من التجانس بين مفردات البحث، حيث بلغ حجمها 250 مفردة موزعة عليهن استمارة تتكون من 38 سؤال.

تسعى الباحثة إلى تحقيق مجموعة من الأهداف:

تحديد موقع الإعلان التلفزيوني الأجنبي من بين البرامج الأجنبية بالنسبة للمرأة في الجزائر.

معرفة أشكال السلوك وتقديراته.

- تحديد نوعية الإعلانات التي تشاهدها المرأة في الجزائر.

من أهم النتائج المتوصل إليها نجد ما يلي:

- هناك تطابق بين أنماط مشاهدة البرامج الأجنبية ككل وأنماط مشاهدة الإعلانات لدى المرأة الجزائرية.
- ارتفاع درجة مشاهدة المرأة الجزائرية للإعلانات التلفزيونية لكن هذه المشاهدة ليست قصدية بدرجة كبيرة.
- تأثر المرأة بنوع الإعلانات التلفزيونية وبالتالي تغير أنماط حياتها الاجتماعية والثقافية.

التعقيب على الدراسة:

لقد تمت الاستفادة من هذه الدراسة انطلاقاً من جانبها الميداني، وبالرغم من أن أهداف هذه الدراسة تختلف عن أهداف دراستنا، إلا أننا استطعنا الاستفادة منها باعتبارها دراسة اعتمدت على المنهج الوصفي، وأداة جمع البيانات المتمثلة في الاستمارة.

خلاصة الفصل:

لقد حاولنا من خلال هذا الفصل تقديم نظرة عامة لما نريد دراسته وذلك بعرضنا لمجموعة عناصر أساسية (إشكالية الدراسة، تحديد المفاهيم الأساسية، أهداف وفرضيات الدراسة...) لتوضيح الجوانب والأبعاد التي ستكون موقع الدراسة والقياس من خلال مراحل البحث اللاحقة، فحصر مشكلة الدراسة وتبيان حدودها يمكن ويتضح ضمن هذا الفصل التمهيدي بما يساعد صاحب البحث على إتمام خطوات بحثه بشكل دقيق وعلمي.

الفصل الثاني: التلفزيون والنظريات المفسرة للدراسة

تمهيد

أولاً: تعريف التلفزيون

ثانياً: نشأة التلفزيون

ثالثاً: خصائص التلفزيون

رابعاً: وظائف التلفزيون

خامساً: أهمية التلفزيون

سادساً: النظريات المفسرة لموضوع الدراسة

خلاصة الفصل

تمهيد:

برغم أن التلفزيون من آخر الوسائل من حيث النشأة، فقد استطاع في سنوات قليلة أن يحرز تقدماً ملحوظاً في وسائل الإعلام الأخرى، حيث أصبحت هذه الوسيلة السمعية البصرية تقدم مشهداً أشبه بشاشة العرض السينمائي وتقترب من ناحية أخرى من الراديو، بما أنها موجودة في بيت المشاهد الذي لا يكلف نفسه عناء المغادرة والتوجه إلى السينما.

فأهمية التلفزيون الإعلامية قد تضاعفت عبر العالم خاصة أنه أصبح من خلال فكرة التسلية وشغل أوقات الفراغ أن يتطرق إلى الوعاء اللاشعوري خالفاً قوة إيجابية في تقوية الدوافع نحو عملية التغيير السلوكي أي تنمية المقدرة على التحسن الوجداني اللازم لتطوير المجتمعات لذلك فالتلفزيون أهم وسيلة من وسائل الإعلام والاتصال التي يتعرض لها الأفراد، وتؤثر في تكوينهم وسلوكهم واتجاهاتهم. ومن خلال ما سبق سوف نتطرق لدراسة التلفزيون من خلال نشأته، خصائصه وأهميته ووظائفه، وبعض النظريات المفسرة له.

أولاً: تعريف التلفزيون

1- لغة: التلفزيون «télévision» من الناحية اللغوية كلمة مركبة من مقطعين «télé» ومعناه عن بعد و«vision» ومعناه الرؤية وبهذا يكون معنى التلفزيون هو الرؤية عن بعد⁽¹⁾.

2- اصطلاحاً: إن تعريف التلفزيون من الناحية العلمية والتقنية هو نظام بث من الإشارات واستقبالها، فهو وسيلة بث فورية تتابع فيه 25 صورة في الثانية، في حركة منتظمة متعاقبة، ويتحقق البث التلفزيوني بفضل وجود كاميرا أو نظام بث الصورة على الشاشة (نظام المسح)، ومولد إشارات للصوت والصورة وجهاز بث وجهاز استقبال⁽²⁾.

3- إجرائياً: التلفزيون هو وسائل الاتصال والإعلام يعتمد على الصوت والصورة في آن واحد، ومن هنا قد جمع بين خاصتي السمع والبصر، وهذا ما جعله من أكثر الوسائل تأثير وإقبال عند الجماهير في عملية نقله للأخبار والمعلومات.

ثانياً: نشأة التلفزيون

يرتبط ظهور التلفزيون بالعلم البريطاني "جون بيرد" الذي يرجع إليه الفضل في إختراع التلفزيون وخروجه من حيز نظريات العلماء إلى التجربة الحية في عام 1924، استطاع هذا العالم نقل صورة باهتة لصليب صغير عن طريق أجهزته التجريبية على شاشة معلقة على الحائط، وبعدها كرس جهده من أجل تطوير هذه التجربة.

وظهر التلفزيون إلى الوجود نتيجة مجهود عدد من العلماء البريطانيين والأمريكيين والألمان والإيطاليين وغيرهم، ويرجع بتاريخ التلفزيون إلى عام 1939، ويؤرخ لتلفزيون إبتداء من عام 1924⁽³⁾.

(1) عبد النبي سليم: المرجع السابق، ص24.

(2) طارق سيد أحمد الخلفي: فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية، دار المعرفة الجامعية، 2005، ص29.

(3) عبد الرزاق محمد الدليمي: عولمة التلفزيون، دار جرير للنشر، عمان، 2005، ص19.

ومن الواضح أن التجارب الأولى للتلفزيون ظهرت في العشرينيات من القرن الماضي بعد سلسلة من التقدم العلمي في ميادين الكهرباء والتصوير الضوئي والمواصلات السلكية واللاسلكية وهذه التطورات جميعها سبقت إختراع التلفزيون.

وقد تم إجراء أول تجربة لإرسال صورة ثابتة بالأسود والأبيض في منتصف القرن 19، والذي كان الأساس في تمكين المخترع الألماني "إي كورت" من ابتكار جهاز الفتوتلغراف ثم الانجاز الذي قام به "جون بيرد" 1924.

وفي عام 1927 بدأت اهتمامات العلماء بتحويل البث الأسود والأبيض إلى الملون⁽¹⁾. وتواصلت وتيرة التطور في التلفزيون من حيث تقنياته، أو من حيث البث بشكل واسع في فترة الستينات من القرن الماضي، حيث أصبح البث التلفزيوني في متناول مساحات شاسعة من العالم خاصة بعد أن نجح الإنسان بنقل الصورة والصوت والألوان باستعمال الأقمار الصناعية⁽²⁾.

ومن هنا بدأت مرحلة جديدة من تاريخ التلفزيون وهي عصر البث الفضائي حيث أن البث الفضائي يمثل أهم ملامح الثورة الاتصالية الجديدة، وقد حدثت الكثير من التطورات التكنولوجية من 1945 حتى نهاية القرن العشرين على مستوى الاتصالات الفضائية عبر الأقمار الصناعية، إذ أطلق الإتحاد السوفياتي سابقا أول قمر اصطناعي في العالم يدور حول الأرض ولهذا ظهرت المنافسة بين الولايات المتحدة الأمريكية في دائرة الشرق العلمي والتكنولوجي ومن أبرز مجالات التطبيق التي استخدمت فيها الأقمار الصناعية نقل البث التلفزيوني⁽³⁾.

(1) طارق سيد أحمد الخليفي: فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية، دار المعرفة الجامعية، 2005، ص 20.

(2) صالح دياب هندي: أثر وسائل الإعلام على تعليم الأطفال وتنقيفهم، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص 77.

(3) نصير بوعلي: التلفزيون الفضائي وأثره على الشباب في الجزائر، دار الهدى، الجزائر، ص 63-64.

وأطلق خلال عام 1995 عشرون قمر اصطناعيا جديدا خاص بال بث الفضائي مما أدى إلى زيادة قنوات البث التلفزيوني المباشر حيث ظهر التلفزيون رفيع المستوى شديد الوضوح حسب النموذج الأمريكي HDMAC⁽¹⁾.

أما نشأة التلفزيون في الدول العربية فنظام البث التلفزيوني فيها كان متأخرا نوعا ما فقد بدأ تقريبا في نهاية الخمسينيات من القرن 20.

أما تطور التلفزيون في الجزائر: فقد مر بعدة مراحل تمكن من خلالها من النهوض بهذه الوسيلة الإعلامية وهي

المرحلة الأولى: التلفزيون في الجزائر قبل (1962)

لم تظهر التلفزة في الجزائر إلا في ديسمبر عام 1956 إبان الفترة الاستعمارية أين أقيمت مصلحة بث محدود الإرسال، كانت تعمل ضمن المقاييس الفرنسية اقتصر بثها على المدن الكبرى للجزائر، أين أنشأت محطات إرسال ضعيفة تقدر ب 819 خط على المدى القصير موزعة على ثلاث مراكز قسنطينة العاصمة، وهران ولأجل ذلك فرض الماضي الاستعماري على الجزائر أن تواجهه إبان استقلالها مشكلة حادة تتمثل في إعادة بناء هياكل التلفزيون الإدارية وإعادة تنظيمها من أدق المهام⁽²⁾.

المرحلة الثانية: مرحلة الاستقلال وبداية النمو في الوطن بعد (1962)

إن الحديث عن الإعلام كقطاع استراتيجي، خاصة التلفزيون بعد الاستقلال هو جزء لا يتجزأ من الحديث عن التنمية الشاملة لكافة القطاعات الأخرى، والتي كان على السلطة الجزائرية النهوض بها ويعد 28 أكتوبر 1962 يوما خالدا في ذاكرة الجزائر المستقلة إذ من يومها التلفزيون مؤسسة عمومية تحت إشراف الحكومة الجزائرية المؤقتة، وفي الفاتح من 1963 أسست الإذاعة والتلفزيون الجزائري، عام

(1) عبد الباسط محمد الحطامي: مقدمته في الإذاعة والتلفزيون، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، ص 34-35.

(2) زهير أحداق: تاريخ الإذاعة والتلفزة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1984، ص 108.

1980 جاء قانون الإعلام رقم 1982/01 ليكرس احتكار حزب جبهة التحرير الوطني وبالتالي احتكار الدولة للقطاع الإعلامي بما في ذلك التلفزيون⁽¹⁾.

المرحلة الثالثة: مرحلة إعادة الهيكلة

أثر قرار إعادة الهيكلة لقطاع السمعي البصري من خلال المرسوم المؤرخ في 1 جويلية 1987 انبثق عنه:

- المؤسسة الوطنية للتلفزة.

- المؤسسة الوطنية للبث الإذاعي والتلفزيوني.

- المؤسسة الوطنية للإنتاج السمعي البصري.

ولضمان نمو سليم للتلفزيون الجزائري قد خصصت له إعتمادات ومنح مالية معتبرة منذ الاستقلال⁽²⁾.

المرحلة الرابعة: التلفزيون الجزائري وإصلاحات 1991:

تحول نظام الدولة الجزائرية من نظام اشتراكي إلى نظام تعددي يسمح بإنشاء الجمعيات ذات الطابع السياسي، وفي 1990 صدر قانون الإعلام⁽³⁾.

وامتدادا لهذا تم إنشاء قنوات التلفزيون الجزائري في ظل البث الفضائي العابرة للحدود، وتكون أداة تواصل. ولهذا كان ميلاد قناة الجزائر في أكتوبر 1994، بدأت القناة ببث نشرة إخبارية واحدة على الساعة السابعة مساء⁽⁴⁾.

(1) عبد الحميد حيفري: التلفزيون الجزائري واقع وآفاق، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985، ص39.

(2) نفس المرجع، ص 41.

(3) سهيلة تاتي: 40 سنة من أبيض وأسود في الفضاء، مجلة الشاشة، العدد 137، 2002، ص4.

(4) نور الدين تواتي: الصحافة المكتوبة والسمعية في الجزائر، ط1، الدار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008، ص110.

وفي 2001 كان الميلاد الرسمي للقناة التلفزيونية الثالثة عبر القمر الصناعي "عربسات" كما أن الجزائر شهدت فورة في القنوات التلفزيونية الخاصة ومن بين هذه القنوات نذكر قناة "النهار" التي تعد أول قناة تلفزيونية جزائرية ذات طابع إخباري، تليها قناة "الشروق" و"الجزائرية" و"الهقار" و"دزاير نيوز" إضافة إلى قناة "توميديا نيوز" الإخبارية، وتضاف هذه القنوات إلى القنوات الحكومية القناة الأولى والقناة الثالثة⁽¹⁾.

ومن خلال الجدول التالي نتضح بداية توطين التلفزيون في كل الدول العربية:

جدول رقم (01): يمثل الأعوام التي بدأ فيها البث التلفزيوني في الدول العربية⁽²⁾

العام	الدولة	الرقم
1965	الجزائر+العراق+لبنان	1
1960	مصر+سوريا	2
1962	الكويت	3
1963	المغرب	4
1964	السودان	5
1965	اليمن(عدن)	6
1966	السعودية	7
1967	تونس	8

ثالثا: خصائص التلفزيون

يعد التلفزيون إحدى وسائل الاتصال التي أحدثت تفوقا على غيرها من الوسائل الأخرى المنافسة لها في عصرنا الحديث، ونعني به الصحافة المقروءة بشقيها جرائد ومجلات، أو الإذاعة المسموعة (الراديو).

(1) عبد الحميد حيفري: المرجع السابق، ص 50.

(2) عبد الباسط محمد الحطامي: المرجع السابق، ص 38.

ويرجع هذا التفوق إلى العديد من المزايا والخصائص التي يتمتع بها التلفزيون والمتمثلة في:

- يعد التلفزيون أقوى الأجهزة الإعلامية، إذ يعتمد على الصوت والصورة والحركة والألوان في أن واحد هذا ما يمكنه من عرض الأحداث بشكل مشوق وجذاب.
 - الاستحواذ: يتميز التلفزيون بشدة الاستحواذ، فهو يشد انتباه المشاهد بما يعرضه، إضافة إلى أنه وفر الجهد والمال للمشاهد للذي كان ينتقل إلى السينما.
 - يختصر الزمان بين حصول الحدث، وعرضه للناس⁽¹⁾.
 - إن التلفزيون وسيلة مناسبة في عرض الإعلانات.
 - يساهم التلفزيون في تشكيل الحقيقة الاجتماعية للفرد والجماعة.
 - أصبح أحسن وأفضل وسيلة بعد دخوله لكل بيت.
 - يعطي للفرد إحساساً بالألفة والواقعية.
 - يتميز بالشعبية الكبيرة لأنه يملك القدرة على تلبية احتياجات المجتمع ورغباته.
- ويذكر عبد الفتاح أبو معال في كتابه "أثر وسائل الإعلام في تعليم الأطفال وتنقيفهم عدة خصائص للتلفزيون نذكر منها⁽²⁾:

1- يعتمد التلفزيون على حاستي السمع والبصر لما يقدمه من صورة وصوت مما يؤثر على المشاهد ويجذب اهتمامه لأن الصورة والصوت يثيران مشاعره ويؤثران عليه⁽³⁾.

(1) مراد زعيبي: مؤسسات التنشئة الاجتماعية، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، ط1، 2003، ص 168.

(2) عبد الفتاح أبو معال: أثر وسائل الإعلام في تعليم الأطفال وتنقيفهم، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2006، ص45.

(3) محمد صاحب سلطان: وسائل الإعلام والاتصال، دراسة في النشأة والتطور، ط1، عمان، 2012، ص 33.

2- يمتلك التلفزيون الآلات والأجهزة من كاميرات تصوير، وغيرها مما يسمح له نقل الأحداث، ووقائع ومعلومات علمية دقيقة تعجز الأجهزة الأخرى عن الوصول إليها.

كما يضيف النور دفع الله أحمد بعض الخصائص منها⁽¹⁾:

- يحقق التلفزيون نسبة عالية من التأثير باعتباره إحدى الوسائل التي تخاطب الفرد داخل بيئته.

أما الزواوي أحمد المهدي فقد قدم بعض الخصائص منها⁽²⁾:

التربية: للتلفزيون دور هام في تربية الجمهور، فله تأثير في تربية العقيدة والمبادئ والسلوك.

- للتلفزيون خصائص جامعة تم توجد في غيره، فقد ورث الحوار، والحدث والتمثيل وورث السينما وطريقة عرضها، كما ورث عن الإذاعة إمكانية الوصول إلى كل بيت.

ويضيف جمال العيفة بعض الخصائص منها:

- يمكن مشاهدة التلفزيون والاستماع إليه أثناء القيام بأعمال أخرى كما يعطينا حرية اختيار أكثر من قناة.

- جمهور التلفزيون متنوع الثقافات والأديان والأجناس وحتى اللغات⁽³⁾.

ونستخلص مما سبق ذكره أن التلفزيون يتميز بجملة من الخصائص أهمها:

- يمتلك التلفزيون القدرة على الاحتفاظ بمواده لكي تكون أرشيفا شاملا للحياة.

- يعتبر التلفزيون وسيلة اتصال في اتجاه واحد.

(1) النور دفع الله أحمد: أثر وسائل الإعلام في تعليم الأطفال وتنقيفهم، دار الشروق للتوزيع والنشر، الأردن، 2006، ص 45.

(2) الزواوي أحمد الهادي: الإعلام الرياضي في التلفزيون الجزائري، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في منهجية ونظرية التربية البدنية والرياضية، الجزائر، السنة الجامعية 2007-2008، ص 55، 57.

(3) جمال العيفة: مؤسسات الإعلام والاتصال، الوظائف والهياكل والأدوار، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010، ص 116-117.

- التلفزيون يوصف بأنه يمثل عيني الإنسان وأذنيه في العصر الحديث.
- يعمل التلفزيون على تشكيل الاتجاهات والآراء⁽¹⁾.
- التلفزيون له الغلبة على جميع الوسائل، وهو باب نحو عالم الخيال والروعة والإثارة.
- التلفزيون أكثر المصادر الإعلامية التي صدق الجمهور أخبارها.
- عدم الحاجة إلى مهارات عند تشغيل التلفاز.
- أيضا يمكن استخدامه في ظروف الإضاءة العادية وفي أي مكان⁽²⁾.
- يتميز التلفزيون بمجانية الخدمة فقبل ظهوره كان الناس يسارعون إلى شراء الصحف والمجلات المصورة للاطلاع على التفاصيل، أما في عهد التلفزيون فقد أصبحت هذه الأخبار والتفاصيل تصلهم مجانا وبلا عناء.
- ومن أهم ما يميز التلفزيون نشرته الإخبارية التي أصبحت تنقل العالم بأحداثه أمام المشاهد.
- يتميز كذلك التلفزيون بتكرار عرض البرامج مما يفسح المجال أمام الأفراد ذوي الثقافات البسيطة كي يستوعبها من معلومات وأفكار⁽³⁾.

يكتسب التلفزيون عدة خصائص ومميزات جعلته يتمتع بجمهور واسع من شتى الفئات والشرائح الاجتماعية، فهو الوسيلة ذات الأثر المباشر على الناس إذ يعتمد على أكثر من حاسته فالصورة في التلفزيون تزيد من وضوح الكلمة المسموعة مما يؤدي إلى زيادة فهم معيارها ومعناها والكلمة نفسها توضح ما تتضمنه الصورة من أفكار ودلالات ومعاني ومفاهيم، وهذا كله يساعد على سهولة الفهم واستيعاب

(1) مظفر مندوب: التلفزيون ودوره التربوي في حياة الطفل العراقي، منشورات وزارة الثقافة والإعلام، العراق، 1993، ص 10، 11.

(2) حامد مجيد الشطري: الإعلان التلفزيوني ودوره في تكوين الصورة الذهنية، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2013، ص80.

(3) فؤاد أحمد الساري: وسائل الإعلام، النشأة والتطور، دار أسامة، عمان، 2011، ص 338، 339.

الموضوع الموجه من خلال البرامج التلفزيونية مما يمنحه قدرة تأثيرية كبيرة تفوق تأثير الوسائل الأخرى كالإذاعة والصحافة.

رابعاً: وظائف التلفزيون

يقوم التلفزيون بوظائف أكثر تعداداً وتنوعاً عن تلك الوظائف التي تقوم بها وسائل الإعلام الجماهيرية الأخرى، ويمتلك مجالاً ومدى أوسع وأغنى من السبل والوسائل لتطوير العالم وتقويمه، ولعل أهم الوظائف التي يضطلع بها التلفزيون هي:

1- الوظيفة الإعلامية:

لقد أضحت الإعلام في عصرنا الحالي حاجة إنسانية لاغنى عنها على اعتبار أنه "تزويد الناس بالأخبار الصحيحة والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة التي تساعدهم على تكوين رأي صائب عن القضايا المطروحة أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيراً موضوعياً من آراء الناس واتجاهاتهم وميولهم، كما أن الإعلام يؤدي عاملاً مهماً في تشكيل اتجاهات الرأي داخل المجتمعات"⁽¹⁾.

والتلفزيون ينقل للمشاهد المعلومات المختلفة لا سيما النفعية منها، والمرتبطة بظروف الحياة اليومية مثل: الأخبار الاقتصادية، والسياسية، والاجتماعية والعلمية... وهو ما يسمح للفرد بتحديد أفكاره ومعارفه، ومن ثم يصبح أكثر ارتباطاً بمجتمعه الذي ينتمي إليه من خلال معرفة جميع الأشياء التي تحدث حوله وفي هذا الصدد يقول هنري كاسيرو "إن التلفزيون له دور في نقل الأخبار وانسياب الأنباء والمعلومات لا مثيل له"، وإن تأثير التلفزيون في مجال الإعلام ونشر المعلومات مفيد، أي أن التلفزيون لديه إمكانية فعالة ومؤثرة في توعية أكبر عدد ممكن من المشاهدين بحقائق وأبعاد كثيرة من المشكلات

(1) فيصل محمد أبو عيشة: الدعاية والإعلام، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص 44.

الموجودة في المجتمع. فالتلفزيون بهذا أهم وأكمل وسائل الاتصال، حيث يظهر الأحداث والواقع بشكل مشاهد، وبكل ما تتضمنه من مؤثرات صوتية⁽¹⁾.

2- الوظيفة التثقيفية:

التلفزيون أداة قوية وفعالة في تغيير الدهنيات وتخليصها من الرواسب الثقافية التي تتركس التخلف سواء كانت متعلقة بالظواهر المكتسبة من الثقافة الأجنبية أو تلك الموروثة من خلال العصور القديمة نتيجة للامية المنقشية، وبالتالي فمهمة التلفزيون الكبيرة في تزويد أفراد المجتمع بثقافة تعمل على تطويرهم وازدهار مجتمعهم، إذن فالوظيفة الثقافية للتلفزيون في إطار تأثيره الفعال بواسطة الصورة والصوت في الجماهير⁽²⁾.

ونشر المعرفة وتكوين الشخصية وتنمية الأذواق وتهذيبها، وتنمية الطاقات البشرية وتوسيع الأفاق في المجتمع، ونشر الوعي الصحي والاجتماعي والسياسي والاقتصادي، وغير ذلك من أنواع تثقيف الأفراد.

3- الوظيفة الترفيهية:

إن هذه الوظيفة لا تقل أهمية عن سابقتها، لأنها تشاركها في غاياتها وهي وظيفة تثقيفية وتربوية وتعليمية وإعلامية في أن واحد، ولكن في قالب طريف وغير مباشر، وليس صحيحا أن مواد الترفيه لا تنطوي على أية قيمة اجتماعية أو سياسية أو ثقافية أو تربوية أو تعليمية، وبالمقابل فالترفيه الذي يخرج

(1) سامية بن عمر: تأثير البرامج التلفزيونية الموجهة للأطفال على التنشئة الأسرية في المجتمع الجزائري، أطروحة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه، منشورة العلوم في علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر، 2013/2012، ص 104، 105.

(2) ثريا التيجاني: دور التلفزيون في تغيير القيم الاجتماعية في المجتمع الجزائري، مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علم الاجتماع الثقافي، الجزائر، السنة الجامعية، 2007/2006، ص 38.

عن نطاق القيم والمبادئ لا يعد ترفيها، بل أصبح لعبا بالمشاعر والأحاسيس، وضربا للقيم والمبادئ والأخلاق، وخروجاً عن دائرة البناء والتجديد إلى دائرة الهدم والمغالطة واللغو الممقوت⁽¹⁾.

4-الوظيفة الاجتماعية:

يصنفها بعض العلماء مثل الدكتور "محمد السيد" في صدارة الوظائف التي تؤديها وسائل الإعلام الجماهيرية، فهي تعمل على تحقيق التماسك الاجتماعي وذلك من خلال شرح وتحليل الأفكار والأحداث المختلفة بطريقة تمكن المستقبل من فهمها واستيعابها جيداً، وكذلك التنشئة الاجتماعية ودعم الاجتماع حول المواقف والقضايا المختلفة إلى جانب مساعدة الفرد على دعم الهوية الشخصية وذلك من خلال دعم القيم الشخصية وأنماط السلوك والتوحد مع قيم الجماعة والمجتمع.

فقد أصبح من أهم الوسائل الإعلامية التي تخترق المسافات الجغرافية والنفسية والإيديولوجية بين الأفراد والمجتمعات من خلال معالجة كل ما يمكن أن يشترك فيه أفراد هذه المجتمعات، ويعمل كذلك على إحلال الألفة والتفاهم ودعم مختلف الروابط الإنسانية، وترسيخ التعاون والشعور بالانتماء إلى هذا المجتمع، كما يعمل على حل المشاكل الاجتماعية ومعالجتها بطريقة خاصة جداً ومعاصرة في دائرة التغيير بعيد المدى⁽²⁾.

فهو يؤكد على نقل صور عن الانحراف في المجتمع بصورة تجعل المشاهد ينفر من هذه الظاهرة، سواء كانت هذه التلفزيونات عمومية أو خاصة.

5-الوظيفة السياسية:

إن ما يزيد من قيمة التلفزيون أنه جهاز نقل الأخبار والأحداث، لذا يمكن ربطه بالمجال السياسي من خلال تبصير الجماهير بالأحداث والاهتمامات السياسية، ولهذا طالما اعتبره القادة عاملاً موجهاً لإحداث التغيير السياسي أو المحافظة عليه فالتلفزيون باعتباره وسيلة للاتصال الجماهيري اعتمدتها الدول لخلق الاهتمامات السياسية لدى المواطنين وجعلهم يشتركون في السياسة وتنمية الروح الوطنية لديهم.

(1) محمد عبد الرزاق إبراهيم وآخرون: ثقافة الطفل، ط3، دار الفكر، الأردن، 2009، ص 254.

(2) جبارة عطية: علم الاجتماع الإعلام، دار الوفاء للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 2001، ص 52.

ويلعب دورا هاما في معارك التنافس السياسي في أثناء الحملات الانتخابية حيث يجد فيه المرشحون منبر أقوى تأثير لإيصال برامجهم الانتخابية إلى مواطنهم وكسب تأييدهم⁽¹⁾.

6- الوظيفة التربوية التعليمية:

فقد عد التلفزيون وسيلة تربوية قائمة بذاتها، حيث أنه أظهر قدرة وفعالية في تكوين الاتجاهات وتعليم مواد الدراسة، وتلقي المهارات المختلفة في تدريب المعلمين ونقل المعارف للتلاميذ فهو بهذا يدعم المناهج الدراسية بما يعرضه من تجارب علمية، وهو وسيلة ناجحة في نقل وتعليم معارف شتى:

- تعليم اللغة بالجمع بين صورة الكلمة وصورة حروفها الملفوظة.

- عرض وتقديم الدراسات التاريخية والجغرافية بوسائل تعتمد الديكور والملابس والحوار التاريخي، وتعطي نماذج للبيئات الجغرافية.

- تقديم أساسيات وقواعد العلوم التطبيقية بشكل ديناميكي، التجربة العلمية صورة متحركة أصلية وصوتا طبيعيا⁽²⁾.

ويقوم التلفزيون في الوقت نفسه بتوجيه المشاهد نحو سلوكيات ومنهجيات اجتماعية ايجابية ترسخ مفهوم العادات الاجتماعية السليمة، والأخلاق الحميدة التي يرغب فيها المجتمع، وتعزز الجسر الاجتماعي بين مختلف الفئات الاجتماعية، وتقدم السلوكيات المنظمة للعلاقات الاجتماعية المبنية على أساس الاحترام والمعقولة في التعامل، وتكسب الأدوار التربوية الايجابية على المستوى الاجتماعي والأخلاقي والسلوكي⁽³⁾.

(1) جبارة عطية: المرجع السابق، ص 53.

(2) نفس المرجع، ص 60.

(3) عبد المنعم الميلادي: الإعلام ومؤسسة شباب الجامعة للنشر، ط1، مصر، 2007، ص ص 29-37.

7- الوظيفة التوعوية:

إذا كانت المدرسة بأشكال التدريس ومحتوى البرامج المدرسية أداة تمكن بعض المحظوظين من استيعاب الثقافة والعلم فإن التلفزيون يمكن الجماهير من وعيها لواقعها الاجتماعي، وتزويدها بأنماط تفكير علمية تمنحها الإحساس بالمشاكل، وكيفية تجاوزها، فلا طالما احتل التلفزيون مكانة هامة في توعية وتنقيف الجماهير⁽¹⁾.

8- الوظيفة الصحية:

للتلفزيون دوره المهم في المجال الصحي، حيث أنه يحاول من خلال بثه أنه يقدم برامج تحقق العديد من الأهداف وهي:

- الإسهام في رفع مستوى الوعي الصحي لدى المواطنين، وحثهم على إتباع أساليب الوقاية من الأمراض المستعصية، والبعد عن تناول العشوائيات للأدوية.

- تعريف المشاهد بأهم الأعراض التي تستلزم زيارة الطبيب، وتلك التي تتطلب إسعافات أولية لانقاذ المرضى.

- إلقاء الضوء على الجديد في الطب من وسائل التشخيص والعلاج.

- إبراز التكامل بين العلاج بالأعشاب واستعمال الأدوية الكيماوية.

- علاج العديد من الحالات الصعبة من خلال عيادات بعض القنوات الإقليمية.

أي أن التلفزيون يهدف إلى نشر الوعي الصحي لدى المواطنين وتنقيفهم طبيا، بالإضافة إلى تقديم يد العون لكل مريض لا يستطيع الإنفاق على العلاج وهو دور إنساني⁽²⁾.

(1) محمد عبد الوهاب حسن عشاوي: دور الصحف في إدارة الأزمات الأمنية، الشركة العربية المتحدة للتسويق، القاهرة، 2008، ص 120.

(2) محمد عبد الوهاب حسن عشاوي: المرجع السابق، ص 124.

ونستخلص من هذه الوظائف أن وسائل الإعلام قدمت للإنسان وبلغتها الخاصة التي تسمى لغة الإعلام والتي يفهمها الصغير قبل الكبير، فمن خلالها يتعلم، ويتثقف ويعرف، وفوق هذا يقضي أوقات فراغه أمامها متسلية وفي نفس الوقت متعلما ومتقفا.

خامسا: أهمية التلفزيون

يعتبر التلفزيون من أهم الاكتشافات في القرن العشرين في ميدان الاتصال وذلك للمزايا التي يتفوق بها على وسائل الاتصال الأخرى، حيث يجمع بين الصوت والصورة خاصة بعدما أصبحت ملونة واستطاع أن يحقق انتشارا واسعا في كل أنحاء العالم، ومما زاد في الإقبال عليه أنه وسيلة للقطاعات المغرية تصلح أكثر للكشف عن الشخصية وملامحها أكثر منها لنقل الأحداث وبالمقابل فهو وسيلة معقدة تستخدم لغة الكلمات والصور المرئية والصوت لتوليد الانطباعات وإثارة الأفكار عند الناس⁽¹⁾.

وكونه وسيلة من وسائل الاتصال يتطلب جهدا أقل من المشاهد وفي نفس الوقت يترك انطباعا نفسيا أعمق لكونه يصل إلى المشاهد عن طريق حاستين هما حاسة السمع وحاسة البصر، وهاتان الحاستان هما اللتان تجعلان الكثير من يفضلون مشاهدة التلفزيون على الاستماع إلى الراديو وقراءة الصحيفة أو المجلة. فهو يجمع بين الكلمة المسموعة والكلمة المرئية، ومن خلاله يمكن عرض الواقع ونقل الأحداث حال وقوعها أو تسجيلها وإعادة عرضها في أوقات أخرى⁽²⁾.

ويرى مارشال ماكلوهان أن الوسيلة أبلغ في التأثير من الرسالة وهو صاحب المقولة الشهيرة "الرسالة هي الوسيلة"، وأن كل الوسائل التي اخترعها الإنسان في الكون هي امتداد لحواسه، ويرى أن التلفزيون وسيلة مهمة لتغيير المجتمع، بعدما استطاعت أن تجعل العالم كله قرية كونية صغيرة، كما اعتبر هذا الفيلسوف أن هذا الجهاز أرجع الإنسان إلى محيطه الطبيعي بعد أن أبعدته الطباعة عنه وجعلته يستعمل حاسة النظر فقط، مما جعله أسير المطبوع ودفعته للاغتراب منذ القرن الخامس عشر

(1) مالك شعباني: دور التلفزيون في التنشئة الاجتماعية، مجلة العلوم الانسانية والاجتماعية، بسكرة، العدد7، جانفي، 2012، ص4.

(2) نجاة السنوسي: ظاهرة العنف ووسائل الإعلام، الجمعية المصرية لحماية الأطفال، مصر، 2008، ص ص 1-3.

مما يمكنه من استعمال جميع حواسه ويرى ماكلوهان أنه ما دامت الوسيلة جيدة فالرسالة حتما ستكون جيدة كذلك وتسمح للمشاهدين بالمشاركة والتفاعل العميق مع الجهاز⁽¹⁾.

إن التلفزيون كوسيلة اتصال جماهيرية لم تعد مجرد أداة لنقل الأخبار المصورة أو مباشرة عبر الأقمار الصناعية بل أصبحت تتميز بقدرة خارقة على الإقناع والتأثير والسيطرة، وهو مؤسسة اجتماعية وثقافية قبل أن يكون منتجا وموزع للإعلام، فهي تقيم الاتصال بأفراد المجتمع وتعيد إنتاج الثقافة أو تقوم بتوزيع سلع ثقافية عبر إقامة علاقات اجتماعية مع المتلقي⁽²⁾.

وقد أدمج التلفزيون بشكل واسع في الحياة الاجتماعية وأصبح جزء لا يتجزأ من حياة الأفراد داخل المجتمع، فقد اعتبرته السلطات التشريعية في نيويورك وعاء ضروري للأسرة كي تحيا في المجتمع⁽³⁾.

وحسب عبد الحميد حيفري: فالتلفزيون يقلب الأوضاع الثقافية والاجتماعية والخلفية والجمالية والسياسية قلبا شاملا، فأهمية التلفزيون اليوم أصبحت تمس جميع ميادين الحياة الاقتصادية كانت أو الاجتماعية أو الثقافية، فالبرامج التلفزيونية تسمح بالتغيير من أفكار وتطلعات واتجاهات كل شخص⁽⁴⁾.

فقد صار التلفزيون البيئة الوطنية والعالمية الدائمة، التي يتعلم منها الأفراد، وهو يعكس ويقود المجتمع، ويشكل الاتجاه العام للثقافة في المجتمع، وأثبتت الدراسات الأمريكية أن حوالي 98. من البيوت الأمريكية تمتلك على الأقل جهاز واحد للتلفاز ويقضي الفرد الأمريكي العادي 08 ساعات يوميا في مشاهدة التلفزيون، ويتعرض الأطفال للتلفزيون قبل معرفتهم للقراءة، وحتى الكلام⁽⁵⁾.

فالتلفزيون يشكل أداة للديمقراطية والحوار، ونموه الهائل لم يقتصر على اتساع رقعة انتشاره، والزيادة الكبيرة لعدد أجهزة الاستقبال والإرسال، بل تعدى ذلك إلى نوعية وكمية إنتاجه وإرساله ومتابعته،

(1) نجاه السنوسي: ظاهرة العنف ووسائل الإعلام، الجمعية المصرية لحماية الأطفال، مصر، 2008، ص ص 1-3.

(2) أديب عقيل: التلفزيون وتحديات التنشئة الاجتماعية، مجلة النبأ، دمشق، العدد 24، كانون الأول، 2001، ص 9.

(3) صالح دياب هندي: أثر وسائل الإعلام على تعليم الأطفال وتثقيفهم، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2006، ص 77.

(4) عبد الحميد حيفري: المرجع السابق، ص 24.

(5) حسين إبراهيم مكي وبركات عبد العزيز: المدخل إلى علم الإتصال، دار السلام، الكويت، 1995، ص 406.

هذا ما جعل قطاع المثقفين الغربيين يعتبرون أن التلفزيون يقدم منفعة تلهي عن القلق في حياة الوحدة والعزلة⁽¹⁾.

سادسا: النظريات المفسرة لموضوع الدراسة

1- النظرية البنائية الوظيفية:

يتحدد مضمون النظرية البنائية الوظيفية في مفهوم كل من مصطلح البنية الذي يشير إلى الأسلوب الذي ينظم المجتمع بواسطته أنشطته المتكررة، وهي أوجه الأنشطة المنظمة تنظيما راقيا من وجهة النظر السلوكية.

أما مصطلح الوظيفية يشير إلى مساهمة أشكال معينة من النشاط المتكرر في المحافظة على الاستقرار والتوازن في المجتمع، وكلاهما يدعم الفكرة القائلة بأن تنظيم المجتمع يوفر لنا مصدرا للاستقرار⁽²⁾.

تستمد هذه النظرية أصولها الفكرية العامة من آراء مجموعة كبيرة من علماء الاجتماع التقليديين والمعاصرين الذين ظهروا على وجه الخصوص في المجتمعات الغربية الرأسمالية والتي تركز بصورة عامة على أهمية تحليل البناءات والنظم الاجتماعية ومعرفة دورها الوظيفي وتوجيهها من أجل الحفاظ على النظام العام واستمرارية تطوره وتحديثه في نفس الوقت وهذا ما تمثل في أفكار ونظم رواد علم الاجتماع الغربيين من أمثال "أوجست كونت" و"إميل دوركايم".

واهتمت هذه النظريات عند معالجتها بصورة خاصة لوسائل الاتصال والإعلام بدراسة هذه النظم باعتبارها أنساق اجتماعية وتتكون من بناءات، ولها وظائف محددة، وينبغي لهذه البناءات والنظم الاتصالية والإعلامية أن تقوم بالوظائف المحددة لها من أجل المساهمة في المحافظة على النسق العام، كما لا بد من حدوث نوع من التنسيق والتعاون بين نظم ووسائل الاتصال والإعلام غيرها من النظم

(1) صالح دياب هندي: المرجع السابق، ص 79.

(2) حميد جاعد محسن الدليمي: علم اجتماع الإعلام، رؤية سوسيولوجية مستقبلية، ط1، دار شروق للنشر والتوزيع، الأردن، ص 58.

والأنساق الأخرى، في نفس الوقت أن وسائل الاتصال والإعلام يجب أ، تعكس بصورة أساسية الموجات الأيديولوجية والثقافية العامة، التي تعتبر بمثابة الركائز الأساسية التي تقوم عليها المجتمعات الرأسمالية ذاتها⁽¹⁾.

في نفس الوقت يرى أصحاب هذه النظرية أن لوسائل الاتصال أيضا أهداف وظيفية محددة، تقوم بها المؤسسات والتنظيمات والوسائل المختلفة التي تحمل أيضا رسائل اتصالية وتنقل إلى جمهور أو مستقبلين معينين أو محددين، ولديهم أيضا تطلعات كبيرة للدور الوظيفي الذي يدب أن تقوم به مؤسسات الاتصال والإعلام من أجل إشباع وتحقيق أهدافهم كجمهور.

بالإضافة إلى ذلك تؤكد النظرية الوظيفية في دراسة وسائل الاتصال الجماهيري والإعلام، نظرا لاعتمادها على التحليلات النظرية من ناحية، وإجراء الدراسات الميدانية من ناحية أخرى.

وذلك بهدف التعرف على الخصائص والسمات العامة لوسائل الاتصال الجماهيري، ولا سما بعد أن تزايدت أهمية هذه الوسائل وأصبحت تشكل جزء من نمط الحياة الثقافية والاجتماعية والاقتصادية والسياسية في كافة المجتمعات الحديثة وخاصة المجتمعات الغربية الرأسمالية⁽²⁾.

- نقد النظرية:

لقد تعرضت النظرية البنائية الوظيفية للعديد من الانتقادات فيما يخص تحليلاتها وتناولها لقضايا التنظيمات ومشاكلها المختلفة، فأغلب النظريات البنائية الوظيفية تجاهلت عن قصد جوانب تنظيمية هامة من رحم المجتمع الرأسمالي مثل مشكل الصراع التنظيمي.

وهناك من ينتقد هذه النظرية لغموض أدواتها التصويرية والتحليلية التي تساعد على تفسير واقع الظاهرة المركبة.

(1) عبد الله عبد الرحمن: سوسيولوجيا الإعلام والاتصال، عبد الله عبد الرحمن: سوسيولوجيا الإعلام والاتصال: النشأة والتطور والاتجاهات الحديثة والدراسات الميدانية، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2002، ص 147.

(2) نفسه المرجع، ص 148.

ومما سبق يمكن القول: هذه النظرية بالرغم من تعرضها للكثير من الانتقادات إلا أنها، وهذا واضح من حيث أن العلماء والباحثين المعاصرين تعمل على ضوءها في عملية تحليل موضوعاتهم⁽¹⁾.

وإلى جانب النظرية البنائية الوظيفية، فدراستنا هذه تهتم بنظريات الاتصال التي لها علاقة بموضوع بحثنا وهي:

2- نظرية المعرفة:

ظهرت هذه النظرية بعد رصد نتائج بحوث عديدة أشارت إلى قطاعات الجمهور المختلفة تحظى بقدر متوازن في الحصول على المعلومات المتدفقة من وسائل الاتصال الحديثة، وتعتمد هذه النظرية على الفرض التالي: (يؤدي تدفق المعلومات من وسائل الإعلام داخل النظام الاجتماعي إلى جعل فئات الجمهور ذوي المستوى الاقتصادي والاجتماعي المرتفع يكتسبون هذه المعلومات بمعدلات أسرع من الفئات ذوي المستوى الاقتصادي الاجتماعي المنخفض، وبالتالي تتجه فجوة المعرفة بين فئات الجمهور المختلفة إلى الزيادة بدلا من النقصان).

ويؤكد هذا الفرض على أن الفئات ذات المستوى الفئات ذات المستوى الاجتماعي الاقتصادي المنخفض لا تظل فقيرة من المعلومات بوجه عام ولكنها تكتسب معلومات أقل نسبيا من الفئات الأعلى في المستوى الاجتماعي الاقتصادي، وقد أيدت بحوث عديدة صحة هذه الفرضية في الولايات المتحدة وأوروبا وأمريكا اللاتينية، والشرق الأوسط ... حيث أشارت إلى أن العوامل الاقتصادية والاجتماعية هي المحدد الرئيسي لاكتساب الجمهور للمعرفة.

وحاليا يتم تطبيق نظرية فجوة المعرفة على مستويين رئيسيين، المستوى الفردي الضيق ويتضمن إكتساب الفرد للمعرفة من وسائل الإتصال ويتحكم الفرد بالمعرفة من وسائل الإتصال، ويتحكم في ذلك الفروق الفردية أو مهارات الإتصال، والقدرة المعرفية، ومستوى الإهتمام وغيرها من العوامل الفردية. المستوى المجتمعي الأشمل: ويشمل طبيعة البناء الاجتماعي والمتغيرات المرتبطة بالمجتمع مثل أساليب

(1) رايح كعباش: علم اجتماع التنظيم، مخبر علم اجتماع، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2006، ص 190.

نشر المعلومات وتوزيعها، ووسائل الإتصال المتاحة، وطبيعة الصراع الإجماعي وملكية وسائل الإعلام وطرق تمويلها وتشغيلها.

وتعد الحملات الإعلامية السياسية والإجتماعية مجالاً مناسباً لاختيار نظرية فجوة المعرفة، وذلك بسبب زيادة تدفق المعلومات الخاصة بالمرشحين إبان الحملات الإنتخابية فيما يساعد الناخبين على اتخاذ قرارات التصويت وفقاً للمعلومات المتدفقة عن وسائل الاتصال المختلفة⁽¹⁾.

ويمكن قياس فروض فجوة المعرفة بأسلوبين هما:

- خلال فترة زمنية محددة: حيث يتضح الإرتباط الأكبر بين التعليم واكتساب المعرفة عن الموضوعات التي تعكس وسائل الإعلام، ويمكن في هذه الحالة أن تبرر فجوة المعرفة بسبب متغير أو أكثر من متغيرات الخبرات السابقة، ومهارات الإتصال، والتفاعل الإجماعي، والتعرض الإنتقائي حيث تزيد الفجوة مع زيادة تدفق المعلومات من وسائل الإتصال.

- خلال فترة زمنية طويلة نسبياً: حيث يمكن أن يحدث إكتساب المعرفة عن موضوع نشره في وسائل الإعلام، ويكون الربط بين المستوى التعليمي واكتساب المعرفة أقل منه في الحالة السابقة⁽²⁾.

3- نظرية الأجندة:

نشأت هذه النظرية خلال العقد السابع من القرن الماضي، شهدت بحوث الإعلام والاتصال السياسي نقطة تحول واضحة حيث يرى الباحث الإعلامي "شافي" أنه خلال الثمانينيات من القرن الماضي بدأت عملية التحول عن النموذج لإقناعي يسعى لتقييم ممارسات وسائل الاتصال والإعلام على أساس فعاليتها في تهيئة الجماهير وتحريكها، بينما النموذج الصحفي يسعى إلى تأكيد على دور وسائل الإعلام كأدوات لتزويد الجمهور بالمعلومات اللازمة لهم.

وينطلق مفهوم هذه النظرية تحت بند الأجندات، وبذلك أطلق عليها الباحثون نظريته الأولويات والأجندات، واسم هذه النظرية استعير من فكرة جدول الأعمال الذي يبحث في اللقاءات والاجتماعات

(1) حسن عماد مكاي، وليلى حسين السيد: الإتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، عربية للطباعة والنشر، 1998، القاهرة، ص339.

والذي يطلق عليه أجندة، وهذه النظرية ترى بأنه مثلما يحدد جدول الأعمال في أي لقاء تترتب المواضيع التي سوف تتناقش بناء على أهميتها أي تقوم وسائل الإعلام بالوظيفة نفسها أي لها جدول أعمالها الخاص وأجندتها. بحيث جدول أعمال وسائل الإعلام هو ما تبثه من برامج وما تعرضه من مواضيع حيث تبدو للجمهور أن هذه البرامج أو هذه المواضيع والأفكار أهم من غيرها⁽¹⁾.

- من أهم مبادئ هذه النظرية:

- أنها تتبثق في أساسياتها من قدرة وسائل الإعلام الإخبارية على إبراز أهمية القضايا السياسية وتشكيلها بذهن الجمهور وبشكل بسيط.

- ترى أن لوسائل الإعلام دورا في انتقاء وتبسيط الضوء على بعض الأحداث والشخصيات أو قضايا معينة.

- ترى بوجود علاقة بين بروز الخبر بوسائل الإعلام وبروزه لدى الجمهور⁽²⁾.

وبناء على هذا فالتلفزيون يعتبر من أهم وسائل الإعلام الإخبارية التي تعالج وتهتم بمختلف القضايا والأحداث التي تعرض للجمهور ولاسيما المرأة.

- الانتقادات الموجهة لهذه النظرية:

من أبرز الانتقادات التي وجهت لهذه النظرية نجد:

- اعتمد الباحثون المؤيدون لهذه النظرية أي الأجندة الإعلامية على مكونات سطحية ظاهرية أي تحديدهم لأهم القصص الخبرية التي يقدمها الإعلام في تغطيته والتأثير السطحي الثانوي لوضع الأجندة الإعلامية إلى أجندة الجمهور قسم القضايا إلى:

- القضايا المتطفلة القضايا ذات العلاقة بخبرات الفرد.

(1) بسام عبد الرحمان المشاقبة: نظريات الإعلام، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011، ص 92.

(2) بسام عبد الرحمان المشاقبة: المرجع السابق، ص 93.

- إن تأثيرات نظرية الأجندة هي تأثيرات قصيرة المدى.
- تأثيرات وسائل الإعلام على الجمهور على ضوء نظرية الأجندة، وترتيب الأولويات يتم من خلال اختصار الحصيلة المعرفية للجمهور على مسائل محددة.
- نختص في النهاية إلى أن نظرية الاعتماد أو الأجندة من النظريات المتعلقة بجمهور وسائل الإعلام أي أنها ترتبط بسلوك فئة من الجمهور⁽¹⁾.

4- نظرية الاعتماد على وسائل الإعلام:

انطلقت هذه النظرية من منطلق أن استخدام وسائل الإعلام لا يأتي من فراغ ولا بمعزل عن التأثير بالرأي العام الذي تعيش فيه من منطلق أن قدرة الإعلام تزداد في التأثير عندما تقوم وظائف وسائل الإعلام بأدوارها بكل فعالية والتمثلة في نقل المعلومات بشكل مميز ومكثف للنظريات المتعلقة بالقائم بالاتصال والإعلام ويأتي ضمن دائرة هذه النظرية:

5- نظرية الاستخدامات والاشباع:

تسمى نظرية المنفعة، أننا نتعرض وندرك ونتذكر الرسائل السارة لنا والتي تساعدنا في إشباع احتياجاتنا أو نتوقع منها تشبع هذه الاحتياجات.⁽²⁾

ظهرت هذه النظرية لأول مرة بطريقة كاملة في كتاب "استخدام وسائل الاتصال الجماهيري" تأليف "كاتز وبلومر" ومن جهة نظر "كاتز وبلومر" فإن مدخل الاستخدامات والاشباع يعني:

-الأصول الإجتماعية والسيكولوجية.

-الاحتياجات التي يتولد عنها توقعات.

(1) بسام عبد الرحمن المشاقبة: المرجع السابق، ص 96.

(2) حميد سميسم: نظريات الاتصال، مكتبة نانسي دمياط، 2005، ص 28.

ومن أهم المفاهيم النظرية نجد:

الاستخدام: هو مفهوم تلتقي في الاهتمام به التخصصات التي تتقاسم مجال الاتصال بتنوع هذا المفهوم حسب السياقات التي يتم فيها استخدامه.

الحاجة: هي افتقار الفرد أو شعوره ينقص شيء ما يحقق تواجده حالة من الرضا والإشباع.

افتراضات النظرية:

قامت نظرية الاستخدامات والاشباع على عدد من الافتراضات العلمية ويكمن في:

- أن الجماهير هي المسؤولة على اختيار وسائل الإعلام لتلبية رغباتها والحاجة إلى تحقيق الإشباع.⁽¹⁾
- يعتبر إشباع استخدامات وسائل الاتصال عن الحاجات التي يبحث عنها الجمهور، ويتحكم في ذلك عوامل الفروق الفردية وعوامل التفاعل الاجتماعية.
- يستطيع الجمهور أن يجدد حاجاته ودوافعهم ومن ثم يختار الوسائل التي تشبع تلك الحاجات.

أهداف النظرية:

تسعى إلى تحقيق 3 أهداف رئيسية هي :

- التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستخدم الوسيلة التي تشبع حاجاته وأهدافه.
- توضيح دوافع استخدام وسيلة بعينها من وسائل الإعلام والتفاعل مع نتيجته هذا الاستخدام.
- التركيز على أن فهم عملية الإتصال الجماهيري يأتي نتيجته لاستخدامات وسائل الاتصال الجماهيري.

⁽¹⁾[http://www.service/w.jandtankardj.w\(1997\)communicationtheoriesoriginsmethodsandusesinthemassmedia\(uthed\)newyourklongrnan](http://www.service/w.jandtankardj.w(1997)communicationtheoriesoriginsmethodsandusesinthemassmedia(uthed)newyourklongrnan)

الانتقادات الموجهة لنظريات الاستخدامات:

تواجه نظرية الاستخدامات عدة انتقادات هي:

- تنظر البحوث التي تستند إلى نظرية الاستخدامات والإشباعات إلى وظائف وسائل الاتصال من منظور فردي لمستخدم الرسائل الاتصالية، في حين الرسالة قد تحقق وظائف لبعض الأفراد وتحقق اختلالاً وظيفياً للبعض الآخر.
- يوجد عدم تماثل بين نتائج بحوث الاستخدامات والإشباعات باختلاف الثقافات والخصائص الديمغرافية وبالتالي فإن نتائج هذه البحوث لا تصلح لتعميم على كل المجتمعات.
- صعوبة تعميم مدخل الاستخدامات والإشباعات بشكل مطلق لأن دوافع التعرض تختلف طبقاً لسن والنوع ودرجة التعلم.⁽¹⁾

(1) عبد النبي عبد الله الطيب: فلسفة ونظريات الإعلام، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2014، ص ص 149،

خلاصة الفصل:

لقد استطاع التلفزيون أن يدخل إلى حياة الشعوب ويحتل مكانا بارزا في قائمة ضروريات المنزل، ويتربع في زاوية المكتب أو مكان العمل، ولم يحدث أن انتشرت وسيلة إعلامية جماهيرية كما انتشر التلفزيون حتى في الدول النامية.

نلاحظ أنه على الرغم من انتشار أجهزة التلفزيون المحدود إلا أن الإرسال التلفزيوني يصل إلى جماهير غفيرة من المشاهدين أكثر مما يتوقع، حيث نلاحظ باستمرار في كثير من الدول النامية أن هناك جماعات مشاهدة تنشأ في المنزل أو في أي مكان: التجمعات البشرية كالنوادي، أماكن العمل والمقاهي وغيرها.

هذه الوسيلة التي تحمل في طياتها تأثيرات على الجمهور من المرأة خاصة في تلبية احتياجاتها التربوية، والتي سنتناولها بالتفصيل في فصلنا الموالي.

الفصل الثالث: التلفزيون ودوره في تلبية الاحتياجات التربوية للمرأة

تمهيد

أولاً: دور وسائل الإعلام في تغيير الصورة النمطية
للمرأة في الإعلام

ثانياً: الاتجاهات النظرية في دراسة المرأة في المجتمع

ثالثاً: الاحتياجات التربوية للمرأة

رابعاً: دور التلفزيون في تلبية الاحتياجات للمرأة

خامساً: النقائص التي تعرقل من قدرة التلفزيون على

تلبية الاحتياجات التربوية للمرأة

خلاصة الفصل

تمهيد:

تعتبر المرأة عضوا مهما وفعالا في كل مجتمع مهما اختلفت ثقافته ودياناته وعاداته وتقاليده وفي كل المراحل التاريخية شهدت مواقف وبطولات قدمتها المرأة وصنعت التاريخ، بالإضافة إلى مساهمتها في بناء المعرفة والعلوم والحضارات كما يعد النقاش حول قضايا المرأة هو الأساس في عملية تشكيل الرأي العام ونظرا لأن المرأة تأثرت بالمشكلات المعقدة التي يعيشها المجتمع مما يستوجب ضرورة الإستفادة من وسائل الإعلام بكل أنواعها خاصة التلفزيون الذي يعتبر من أهم وسائل التي تساهم في إبراز مكانة المرأة في المجتمع بشكل إيجابي من خلال تقديم المعلومات وأفكار حول دورها في المجتمع، وتنبثق أهمية هذا الموضوع من كون التلفزيون يلعب دورا مهما في إبراز قضايا وانشغالات المرأة.

أولاً: دور وسائل الإعلام في تغيير الصورة النمطية للمرأة في الإعلام

صورة المرأة هي " تلك الصورة أو القضايا التي تنشأ عن المواقف المتعارضة الوصف من المرأة ومن دورها الاجتماعي والإنساني والتفاعلي مع الآخر أو العلاقة معها والتعامل مع وجودها وطبيعتها دورها سلبي أو إيجاباً".

"كما أشارت لبيت إلى أن هناك اتجاهها في آلية بناء الرموز والمواد وخبرات المرأة في وسائل الاتصال لتأكيد المفاهيم الخاصة بسيطرة الرجل وهامشية المرأة وفي كلا الحالتين سواء كانت الصورة المقدمة إيجابية أو سلبية فهي تساهم في تحقيق التغيير في البنية الاجتماعية والثقافية والسياسية والاقتصادية باعتبار أن المرأة عضوا فعالا في المجتمع، وكلما تفوقت المرأة وتطورت كلما ساعد ذلك على تقدم وتطور المجتمع.

كما يمثل الإعلام بقنواته المختلفة مصدرا مهما من مصادر التمييز الثقافي والاجتماعي ضد المرأة، فما يقدمه الإعلام حول المرأة ولا سيما في الأعمال الدرامية (المسلسلات - الأفلام - التمثيليات - السلاسل) والإعلانات الإذاعية والتلفزيونية والسينمائية والصحفية، وأغاني الفيديو كليب، تسهم جميعها في تكريس صور التمييز الثقافي والاجتماعي ضد المرأة". ولكن الإعلام العربي أيضا على النقيض من صورة المرأة المستسلمة الخنوع تلك قدم المرأة بصورتها اللعوب المتمردة على التقاليد وكلا النوعين موجودين في المجتمع...

وتقدم المصادر السابقة المرأة في صورة نمطية يغلب عليها يغلب عليها الطابع السلبي، فهي عاطفية طول الوقت، ولا تستخدم عقلها بشكل راجع، وترتبط دائما بالمنزل دون إشارة إلى نجاحها في ميادين العمل المختلفة، وخاضعة للرجل لا تشاركه في اتخاذ القرارات، إضافة إلى عدم المساواة في الحقوق والواجبات، وعدم التوازن في العلاقة بالرجل، كما أنها غير قادرة معظم الوقت على عمل توازن بين مسؤولياتها الاجتماعية والمهنية⁽¹⁾.

(1) بن يحيى سهام، بوبزاري رانيا: الملتقى الوطني الأول حول قضايا المرأة في المجتمع الجزائري، قسم العلوم الاجتماعية جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، يومي 6 و7 مارس 2018، ص 1.

ركزت وسائل الإتصال على تقديم المرأة في الدراما كسلعة جنسية، ولا شك أن ذلك يتنافى مع الكرامة الإنسانية للمرأة بالرغم من كل دعوى تحرير المرأة في العصر الحديث، وهذا التصوير أدى إلى تزايد حالات العنف ضدها بشكل أساسي في المجتمعات الغربية، وكان هذا التصوير نتيجة مباشرة لسعي الشركات الرأسمالية لتحقيق أقصى قدر ممكن من الأرباح... في الوقت نفسه فإن تصوير المرأة كأم تقدم قصصا متميزة للتضحية من أجل أبنائها قد تناقض في الدراما التي تقدمها وسائل الاتصال الفضائية...

"وقد خرجت بعض الدراسات التحليلية بنتائج هامة فيما يتعلق بصورة المرأة التي تطرحها وسائل الإعلام وقد نوجزها في النقاط التالية:

- إن أغلب برامج المرأة المقدمة تهتم بتكريس الصورة التقليدية للمرأة حيث تتناول أمور الأسرة، والموضة إضافة إلى تراجع اهتمام هذه البرامج بتناول الأدوار المختلفة التي تمارسها المرأة في المجتمع وخارج حدود المنزل.

- اهتمام برامج المرأة بالتركيز على الشرائح العليا من النساء من الطبقة الوسطى في المدن، وبحث اهتماماتها الترفيهية، وذلك مقابل تجاهل الفئات الأخرى كالنساء الريفيات والبدويات، مع التركيز على توضيح النمط المعيشي السائد لهن دون تناول حقيقي لمشكلاتهم ومحاولة حلها.

إستخدام الأسلوب الرسمي في التعامل مع قضايا المرأة المطروحة من خلال هذه البرامج وتغلب نمط توصيف المشكلات دون التعرض إلى القضايا الخلافية مثل منافسة المرأة للرجل في بعض المجالات، وهو ما يدفع نحو تعميق الرؤية التقليدية لقضايا المرأة. ومع إهمال القضايا التي تتعلق بدور المرأة في المجتمع ورؤيتها نحو المستقبل مثل المشاركة السياسية للمرأة، ودورها في العمل النقابي وتوسيع مشاركة المرأة في العمل العام.

إظهار صورة تقليدية للمرأة تؤكد ضعفها وعجزها عن اتخاذ قرارات سليمة بالإضافة إلى خضوعها لسلطة وإرادة الرجل وعدم قدرتها على مخالفته واعتبار ذلك أمرا مسلما به لتكون شخصية المرأة مقبولة وإيجابية⁽¹⁾.

(1) بن يحي سهايم، بوبزاري رانيا: المرجع السابق، ص 2.

أغلب الأعمال تقدم الجانب العملي من حياة المرأة كأنه شيء ثانوي، فتظهرها مرؤوسة ولا شاغل لها إلا الاهتمام بمظهرها وتقضي معظم وقتها أثناء العمل في الثرثرة وبحث مشكلاتها العائلية.

الحرص على تقديم المرأة المدنية أكثر من الريفية أو البدوية وبحث مشكلات المرأة المتحضرة أكثر من أي فئة أخرى من النساء.

استغلال المرأة كعامل جذب، حيث أظهرتها في شكلها التقليدي كمخلوق وجد لمتعة الرجل وتصويرها على أنها كائن سطحي ولا يهتمها في الحياة سوى الحب والزواج وإنجاب الأطفال، دون التطرق لفكر واهتمامات المرأة الحقيقية على مستوى العمل الاجتماعي والسياسي، وما تسهم به في المجتمع.

إن تقدم وتطور المجتمعات مرهون بتقدم وتطور الفرد فكريا ومعرفيا مما يتطلب البحث عن الطرق والأساليب العلمية لتحقيق هذا الهدف، وباعتبار أن المرأة تعد عضوا مهما في المجتمع فهي أيضا مستهدفة. وبناء على ما تم تقديمه من تراث نظري حول الموضوع في هذا المقال، نقترح بناء على ما تقدم، آليات لتفعيل دور وسائل الإعلام في تغيير الصورة النمطية للمرأة في الإعلام وهي كالتالي:

- وجود إعلام متخصص موجه للمرأة يهتم بطرح مختلف القضايا الاجتماعية والاقتصادية والثقافية التي تهم المرأة، ويكشف عن أسباب المشكلات ويقترح الحلول والبدائل بشكل منطقي وعملي من طرف متخصصين.

- القيام بالدراسات العلمية من طرف الباحثين والمتخصصين لتشخيص ملامح واقع المرأة في المجتمع والعالم وتأثيرات الأحداث الآنية على مكانتها ودورها في مجتمعها لاسيما المتعلقة بالإرهاب، الفقر، التلوث البيئي، الهجرة غير الشرعية وغيرها من الأحداث.

- اقتراح تقييم الأعمال الدرامية بعد عرضها على الجمهور وذلك من خلال آراء النقاد والأدباء والمتخصصين في الموضوعات والقضايا المطروحة في الأعمال الدرامية، وكذلك من جانب الجمهور العام، وطرح نتائج التقييم على مائدة الحوار مع كتاب الأعمال الدرامية⁽¹⁾.

(1) بن يحي سهايم، بوزاري رانيا: المرجع السابق، ص 3.

- التعرض لمشكلات المرأة التي تنتمي إلى مختلف المستويات الريفية أو الحضرية، المتعلمة أو الأمية ومعالجة هذه المشكلات بتقديم بدائل وحلول منطقية وواقعية وموضوعية لا تتنافى مع القيم الاجتماعية والثقافية السائدة في المجتمع.

إن تضمين معظم البرامج الإعلامية النماذج النسائية الإيجابية وهذا يساعد كثيرا في تغيير الصورة النمطية للمرأة في المجتمع وتوعيتها وتوعية بقية أفراد المجتمع بدورها في تحقيق أهداف التنمية بكل أبعادها، وكذلك ذكر نماذج تاريخية لنساء ساهمن في التغيير وتطوير المجتمع وهذا للاقتداء بها وذلك من خلال الإكثار من تقديم النماذج النسائية الناجحة في الأعمال الدرامية، والمشاركة في الحياة العامة، وتقديمها كقدوة قادرة على التوفيق بين حياتها الاجتماعية والمهنية.

تتطلب معالجة القضايا الخاصة بالمرأة كادرا صحفيا مختصا عالي الكفاءة والتأهيل لأن القضايا والظواهر والأحداث معقدة ومتشابكة.

إن إبراز مكانة المرأة ودورها في المجتمع من خلال البرامج الإعلامية يساهم في تغيير النظرة السلبية لأفراد المجتمع حول المرأة وانخفاض حجم الجرائم ضدها وإعطائها الفرصة لإبراز قدراتها المعرفية والفكرية في مختلف المجالات⁽¹⁾.

ثانيا: الاتجاهات النظرية في دراسة المرأة في المجتمع

تختلف رؤى أفراد المجتمع الجزائري بصفة خاصة والمجتمع العربي بصفة عامة إلى المرأة ودورها في المجتمع وأثرت هذه الرؤى المتناقضة على مكانتها ودورها وتكشف عن الاختلافات التي تعرقل الجهود المبذولة لتطوير المرأة وإدماجها في مختلف القطاعات لتحقيق أهداف التنمية، باعتبار المرأة جزء من المجتمع.

وفي هذا الصدد، يمكن حصر تلك الاتجاهات الاجتماعية في النظرة إلى المرأة المصرية والعربية في ثلاث اتجاهات هي:

⁽¹⁾ بن يحي سهايم، بوزاري رانيا: المرجع السابق، ص 4.

1- اتجاه تقليدي محافظ يرى في المرأة كائنا ضعيفا من الناحية الجسمية وقاصرا من الناحية العقلية ويحصر دور المرأة في أداء دور الزوجة بمفهومها الخضوعي...

2- الاتجاه الثاني هو اتجاه غالبية النساء والرجال ويتسم بالتححر النسبي في المجالين الاقتصادي والاجتماعي لكنه لا يتحمس لمشاركة المرأة في العمل السياسي، ويعترف أصحاب هذا الاتجاه بحق المرأة في التعليم والعمل، ولكنهم يقرنون ذلك بضرورة أن يتناغم عمل المرأة مع طبيعتها، ويرون أن أنسب ميادين عملها هي التدريس والتمريض.

3- اتجاه متحرر يساوي بين الرجل والمرأة في الحقوق والواجبات، وتعد حركة تحرير المرأة هجوما عنيفا على التفاوتات والفروق بين الأدوار الاقتصادية والاجتماعية للرجال والنساء، كما أنها تتبنى فكرة المساواة بين الجنسين سياسيا واجتماعيا واقتصاديا.

وهذه الاتجاهات المختلفة والمتناقضة والموجودة في المجتمع تعكسها وسائل الإعلام بكل أنواعها بشكل واضح في البرامج الإعلامية وهذا حسب توجهات كل وسيلة إعلامية.

أما موقف الدراسات النفسية والاجتماعية والسياسية والأنثربولوجية اتجاه المرأة وواقعها في العالم جاء انعكاسا للاتجاهات النظرية التي اهتمت بتفسير أدوار المرأة والتي يمكن أن نعرضها في الآتي:

- الاتجاه البنائي:

ارتبط هذا الاتجاه بعملية التحديث حيث يرى أنصاره أن أدوار المرأة المختلفة ترتبط بطبيعة البناء الاجتماعي القائم، وما يطرأ على هذا البناء من تغيرات بفعل المتغيرات المرتبطة بعملية التحديث، كالتعليم والتحضر والهجرة والتصنيع والتجديدات الاجتماعية والثقافية المصاحبة مما يؤدي إلى زيادة فرص العمل والمشاركة للمرأة⁽¹⁾.

(1) بن يحي سهايم، بوبزاري رانيا: المرجع السابق، ص 5.

- الاتجاه الثقافي:

حيث يذهب أنصار هذا الاتجاه (ليفي سترواس) إلى أنه توجد بعض أوجه الشبه بين معظم الثقافات حول وضع المرأة، إذ تضع ثقافة المجتمعات بصفة عامة أهمية كبيرة على الأدوار التي تقوم بها المرأة ومكانتها في المجتمع في ضوء حجم مشاركتها في عمليات الإنتاج، وفي ضوء متغيرات الطبقة التي تنتمي إليها، والمرحلة التاريخية التي يمر بها المجتمع بصفة عامة.

- اتجاه التبعية:

وهو من أكثر الاتجاهات انتشارا في دوائر البحث حيث يفسر أدوار المرأة في ضوء فرض أساسي مؤداه أن المرأة في العالم الثالث لن تحقق مكانة عالية، ولن تشارك مشاركة فعلية في الأنشطة الاجتماعية والسياسية والاقتصادية، إلا إذا اكتسبت مظاهر الثقافة الأوروبية الحديثة... ويرى أنصار هذا الاتجاه أن تدني قيمة الأدوار التي تقوم بها المرأة في المجتمع يرجع إلى علاقات التبعية التي ترتبط ارتباطا أساسيا بنمط الإنتاج الرأسمالي وانتهاء بتبعية المرأة للرجل.

- اتجاه التحديث (المساواة بين الجنسين):

هذا الاتجاه يسود المجتمعات الديمقراطية الحديثة وهو يقوم على أساس المساواة بين الرجل والمرأة، وقد ازداد رسوخا مع بداية الثمانينات ليؤكد على الأدوار التي تؤديها المرأة داخل المنزل وخارجه ويقوم على افتراض مؤداه أن النساء في مختلف الأعمار في العالم الثالث يشاركن مشاركة فعالة في الحياة الاقتصادية في الريف والمدينة.

نستنتج مما سبق ذكره، أن هذه الاتجاهات النظرية أشارت إلى أمور عديدة منها:

إن المرأة تقوم بأدوارها حسب طبيعة المجتمع الذي تعيش فيه وثقافته وقيمه وعاداته، كما تتأثر بالتغيرات التي تحدث في هذا المجتمع، كما تتحدد أيضا في ضوء مشاركتها في العملية الاقتصادية وحسب المرحلة التاريخية التي تمر بها⁽¹⁾.

(1) بن يحي سهايم، بوزاري رانيا: المرجع السابق، ص 6.

ثالثا: الإحتياجات التربوية للمرأة

مع الاهتمام بالمرأة وأحوالها، والتأكيد على تطور وضع المرأة المقياس الأهم لتحديد مدى تقدم المجتمع، أصبحت المرأة أكثر فهما ودراية لإحتياجاتها المختلفة وخاصة التربوية منها.

ولذلك فالإحتياجات التربوية تعني مجموعة متنوعة من المعلومات والمهارات التي يحتاجها الفرد في حياته اليومية والعملية والمستقبلية وتنقسم إلى:

1- إحتياجات أسرية:

وهي التي تساعد المرأة في أداء دورها في المنزل.

2- إحتياجات ثقافية:

والتي تزود المرأة بالثقافات المختلفة "العلمية والفنية، الأدبية وغيرها...".

3- إحتياجات تعليمية:

وتتمثل في شرح وتوضيح المناهج التعليمية من خلال البرامج التعليمية، وتقديم برامج محو الأمية، وتعريف المرأة بالأماكن التي تقدم الخدمات التعليمية المختلفة.

4- إحتياجات دينية:

وتتمثل في كيفية أداء العبادات وفي المعاملات داخل الأسرة (الزوج والأبناء)، وفي عملها، بصفة عامة في مجتمعا⁽¹⁾.

5- إحتياجات قانونية:

وتتمثل في معرفة نص القانون في المجالات المتعددة، والحقوق الدستورية.

(1) ناهد رمزي: سياسات تنمية المرأة اجتماعيا، المؤتمر القومي الثاني للمرأة المصرية، القاهرة، 1992، ص 151.

6- احتياجات اقتصادية:

وتتنص في المعلومات التي تفيد المرأة في إدارة ميزانية منزلها، وكيفية زيادة دخلها ودخل أسرتها، وكيفية إنشاء مشروعات لها.

7- احتياجات اجتماعية:

وتتمثل في المعلومات التي تسعى إلى حث المرأة على المشاركة السياسية للترشح للانتخابات، والانضمام للأحزاب السياسية المختلفة⁽¹⁾.

8- احتياجات صحية:

وتتمثل في معرفة طرق الوقاية والعلاج، وطرق إعداد الوجبات الغذائية الصحية، ومعرفة أضرار بعض العادات، وأهمية الممارسة الرياضية وكيفية رعاية الطفل⁽²⁾.

فالمراة استطاعت أن تقوم بأدوار ريادية في المجتمع في مختلف العصور وخاصة في المجتمعات الإسلامية، حيث كانت ملكة، قاضية، شاعرة، فنانة، أديبة وراوية للأحاديث، وإلى الآن مازالت في المجتمعات الإسلامية تساهم بكل طاقاتها في رعاية بيتها وأفراد أسرتها، وهذا يجعل الدور الذي تقوم به المرأة في بناء المجتمع دورا لا يمكن إغفاله أو التقليل من شأنه .

قدرة المرأة على القيام بهذا الدور تتوقف على نوعية نظرة المجتمع لها والاعتراف بقيمتها ودورها في المجتمع وتلبية احتياجاتها⁽³⁾.

(1) منى حين: التلفزيون والمرأة، دوره في تلبية احتياجاتها التربوية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2006، ص ص 91، 92.

(2) نفس المرجع، ص 93.

(3) زينب منصور حبيب: المرجع السابق، ص 265.

وباعتبار أن الإحتياجات التربوية تكاد تمس كل لحظة في حياة المرأة الشخصية والعملية، ولا يمكن الفصل بينهما على الإطلاق ذلك لأن إحتياجاتها مستمرة ومتواصلة داخل المنزل وخارجه وتعد كلا متكامل للمرأة⁽¹⁾.

ونستنتج مما سبق ذكره أن إحتياجات المرأة عديدة ومختلفة فهي في حاجة إلى التعليم والتربية...

رابعاً: دور التلفزيون في تلبية الإحتياجات للمرأة

يعد دور الإعلام هام ومهم جداً، لها تأثير على المنظومة القيمية والأخلاقية للمرأة، فالتلفزيون له دور في عرض ما يسمى القيم التربوية الإيجابية، وله دور فعال في تثقيف وتوعية وتلبية إحتياجات المرأة وخاصة التعليمية التربوية وإشباع حاجاتها وكذلك يمثل عامل توجيه فعال لديها⁽²⁾.

ومن هذا المنطلق تقع على التلفزيون اليوم مسؤولية التفاعل مع متطلبات المرأة المختلفة (صحية، تعليمية، ثقافية...)، وذلك بعد القيام بتوعيتها توعية صحيحة، وتطويرها لكي تكون المرأة الرائدة في كل المجالات الاجتماعية، الثقافية، الدينية.

فالتلفزيون يمكن المرأة من تبني قضاياها، وتوعيتها بحقوقها ومسؤوليتها الاجتماعية وإشباع حاجاتها التربوية.

يمكن استخدامه كوسيلة اتصال جماهيرية وكأداة لتحقيق الإحتياجات المختلفة⁽³⁾.

للتلفزيون دور كبير للتوعية بقضايا المرأة من خلال سياسة إعلامية جديدة تنتشد بدور المرأة، وسعيه إلى تغيير الصورة السلبية التي رسمتها بعض الأنماط الدخيلة والتركيز على دورها الإيجابي في الحياة والنهوض بوضعها، وتعزيز مكانتها على مستوى الأسرة والمجتمع، وتوضيح الدور الإنتاجي للمرأة،

(1) خبر زكرياء: الوضع الاجتماعي للمرأة العربية، ط1، الأهالي للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، 1990، ص 58.

(2) خالد بحي أحمد مساعد: دور وسائل الإعلام في تنمية المرأة وتطوير وعيها، مركز التدريب والدراسات السكانية، جامعة صنعاء، 2007، ص 50.

(3) سليم عبد النبي: المرجع السابق، ص 50.

وتقدير قدراتها على الإسهام في عملية التعليم والتربية، والعمل على إدارة حوار حول قضايا المرأة ودمجها.

فأهمية التلفزيون تكمن في إبراز قضية المرأة والدفع بها الأمام فالتلفزيون يلعب دورا بارزا بالدفع للمرأة إلى غد مشرق، والتعريف بالمفاهيم المتعلقة بحقوقها في التعليم والمشاركة الإجتماعية والسياسية، ورعاية الأمومة وغيرها من البرامج التلفزيونية المتعددة باعتبارها وسائط ثقافية تربوية، ترفيهية لها تأثير كبير في إتجاهات الرأي العام خاصة المرأة⁽¹⁾.

كما يتبلور دور التلفزيون في تثقيف المرأة لإطلاعها على كل جديد في الآداب والعلوم والفنون، من خلال عرض الندوات والمؤثرات والأبحاث العلمية .

زيادة البرامج الخاصة بالمرأة، والأسرة التي تعالج مشكلاتها وتلبي اهتماماتها وتساعد المرأة بالتعريف بما لها من حقوق وواجبات.

ضرورة الاهتمام ببرامج التدريب التقني والتحويل للمرأة من أجل الإبداع والابتكار⁽²⁾.

وباعتبار التلفزيون يسعى إلى التنوع في تلبية الإحتياجات فدوره كبير ويكمن في عدة جوانب وهي:

1- الدور الديني للتلفزيون:

يهتم بتقديم البرامج الدينية للمرأة على قنوات مختلفة هادفة إلى التعريف بالثوابت الواردة في الكتاب والسنة.

- التعريف بالثوابت الواردة في الكتاب والسنة.

- الرد المباشر على الاستفسارات التي يطرحها المشاهدون على كبار العلماء .

(1) زينب حبيب منصور: المرجع السابق، ص ص 101، 102.

(2) إحسان محمد الحسن: علم اجتماع المرأة، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2008، ص 59.

- رفع مستوى الوعي الديني والتأكيد على سماحة الإسلام واحترامه للأديان الأخرى.

- تأكيد صدق وصحة الآيات الكونية الواردة في القرآن⁽¹⁾.

2- الدور الأسري للتلفزيون:

للتلفزيون دور مهم في حياة الأسرة، فقد استطاع تجميع أفرادها ساعات طويلة أمام شاشاته وقلل من مشاحنات الزوجين حول الخروج، بأن قدم لهم التسلية والترفيه داخل منزلهم، وساعد ربات البيوت في تعلم المهارات الضرورية لإدارة المنزل وتربية الأطفال وموازنة دخل الأسرة، بالإضافة إلى تقديمه دروس تعليمية للأطفال والبالغين وبرامج في التعليم المستمر⁽²⁾.

3- الدور التعليمي للتلفزيون:

يؤدي التلفزيون دورا هاما في مجال التعليم، فالساعات الطويلة التي تقضيها المرأة أمام التلفزيون لا تساعد فقط على الراحة أو الهروب من المشكلات، بل إنها تتعلم مما تشاهد من أخبار كيفية التعامل مع المواقف المختلفة، ذلك لأن التلفزيون يقدم خبرات كثيرة تفيد في الحياة العملية ودوره الايجابي في التعليم والتنقيف والتربية⁽³⁾.

4- الدور الاجتماعي للتلفزيون:

يعتبر التلفزيون قوة هائلة من قوى التنشئة الاجتماعية، و يتبلور في بثه معلومات يمكن عن طريقها تغيير المعرفة، والاتجاهات بطرق مباشرة أو غير مباشرة، حيث يمكن عن طريق البرامج الثقافية والترفيهية والتعليمية تدعيم بعض الاتجاهات والقيم لدى المرأة⁽⁴⁾.

(1) سامية عواج: المرجع السابق، ص 106.

(2) نفس المرجع، ص 106.

(3) جيهان رشتى: دور الإعلام في قضايا التعليم وتدريب المرأة، ط1، مركز تعليم وتدريب الطفل، الأردن، 2001، ص 9، 10.

(4) سميحة علي محمد مخلوف: دور التلفزيون في تحقيق الإحتياجات التربوية للشباب في الجامعة، ط1، القاهرة، 1992، ص 79.

5- الدور الصحي:

- للتلفزيون دور مهم في هذا المجال، حيث أنه يحاول تقديم برامج تحقق العديد من الأهداف أهمها:
- الإسهام في رفع مستوى الوعي الصحي لدى المرأة وحثها على إتباع أساليب الوقاية من الأمراض.
 - إلقاء الضوء على الجديد من وسائل التشخيص والعلاج.
- أي أن التلفزيون يهدف إلى نشر الوعي الصحي لدى المرأة وحثها على إتباع أساليب الوقاية من الأمراض (1).

6 - الدور الثقافي للتلفزيون:

يعد التلفزيون من أهم الوسائل التثقيفية في كل المجالات الدينية والسياسية والصحية، وكذلك الأدبية والتربوية، حيث يقوم بتلبية الإحتياجات عن طريق بث الأفكار التي تحافظ على ثقافة المجتمع، بالإضافة إلى نشر الثقافة والتوعية (2).

7- الدور الإعلامي والسياسي للتلفزيون:

يعد هذا الدور من الأدوار المهمة للتلفزيون، حيث أنه يلقي الضوء على أهم ملامح السياسة الداخلية والخارجية، ويساعد في تكوين الوعي السياسي لدى المرأة، ويعرفها بحقوقها وواجباتها اتجاه مجتمعها ووطنها (3).

8- الدور الاقتصادي للتلفزيون:

يلعب دورا مهما في مجال الاقتصاد ويتمثل هذا الدور في مواجهة التلاعب بالأسعار وذلك بعرضه لأسعار بعض السلع المصنعة والخضروات وغيرها، كما أنه يدعو إلى ترشيد الاستهلاك بالإضافة إلى الإعلانات التجارية وغيرها (4).

(1) نفس المرجع، ص 81.

(2) ناهد رمزي: المرجع السابق، 184.

(3) زينب منصور حبيب: المرجع السابق، ص 5.

(4) سامية عواج: المرجع السابق، ص 114.

خامسا: النقائص التي تعرقل من قدرة التلفزيون على تلبية الإحتياجات التربوية للمرأة

- وجود بعض الاتجاهات السلبية اتجاه التلفزيون، والانتقادات الموجهة له بحجة ما يسببه من انتشار لبعض الأفكار التي تتعارض مع قيم الدين.
- الرسالة الإعلامية التلفزيون قد تتعرض لها المرأة عن وعي لمدة محدودة ثم سرعان ما تنسى ولذلك فإنه من الضروري القيام بتكرار الإعلان، وتعرض المشاهد للإعلان بصورة متكررة عبر أوقات مختلفة.
- ارتفاع تكلفة الإنتاج باعتبار التلفزيون وسيلة إعلامية مكلفة.
- وجود بعض عوامل التشويش في نقل الألوان والصور⁽¹⁾.
- الانتقائية المحدودة: لا يوجه التلفزيون رسالته لجمهور محدد ديموغرافيا أو جغرافيا، صحيح أنه من الممكن أن نضع حدودا واضحة بين برامج محددة موجهة لجمهور معين غير أنها ليست الطابع الغالب دائما.
- التزاحم: يؤدي عدد برامج التلفزيون التربوية إلى تداخل عدد كبير من المنافسة مع البرامج الأخرى.
- النظر إلى التلفزيون كمصدر معلومات موضوعي يؤسس عليه أشخاص لديهم معرفة بمغزى الأحداث في العالم.
- ضعف مستوى بعض البرامج التلفزيونية أو عدم جماهيريتها قد يؤدي إلى عزوف المشاهد عنها مما يؤثر على حجم المشاهدين المحتمل تعرضهم للبرامج التلفزيونية قبل أو بعد البث⁽²⁾.

(1) محمد صاحب سلطان: العلاقات العامة ووسائل الاتصال، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2011، ص 220.

(2) حامد مجيد الشطري: الإعلان التلفزيوني ودوره في تكوين الصورة الذهنية، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013، ص 92، 93.

خلاصة الفصل:

التلفزيون أهم وسائل الاتصال الجماهيري التي تحضى باهتمام كبير من طرف الجمهور المتلقي نظرا لما يتميز به من مميزات جعلته أفضل عن غيره من الوسائل، حيث استقطب اهتمام جمهور المشاهدين نظرا لقدرته على الوصول إلى كل الأماكن وفي كل الأوقات بكونه أيضا يقدم مختلف البرامج العلمية الثقافية والترفيهية وكذلك الاجتماعية لتلبية مختلف الإحتياجات ولاسيما منها المخصصة للمرأة والتي تلقى إقبال كبير من قبل المرأة لطرح قضاياها وانشغالاتها باعتبارها عضو فعال في المجتمع وعلى هذا الأساس توصلنا في هذا الفصل إلى معرفة الصورة النمطية للمرأة في وسائل الإعلام والتعرف على دور وسائل الإعلام في تغيير الصورة النمطية للمرأة في الإعلام بالإضافة إلى الإتجاهات النظرية في دراسة المرأة في المجتمع، كذلك تطرقنا إلى الإحتياجات التربوية للمرأة ومعرفة دور التلفزيون في تلبية الإحتياجات، وأخيرا توصلنا إلى النقائص التي تعرقل من قدرة التلفزيون على تلبية الإحتياجات التربوية للمرأة.

الفصل الرابع: الإجراءات المنهجية للدراسة

تمهيد

أولاً: مجالات الدراسة

ثانياً: المنهج المستخدم

ثالثاً: أدوات جمع البيانات والمعلومات

رابعاً: عينة الدراسة

خلاصة الفصل

تمهيد:

إن القيام بإنجاز البحوث العلمية عملية تتطلب إتباع واستخدام الأساليب العلمية الدقيقة والمنظمة ولهذا يستوجب منذ البداية تحديد الإجراءات المنهجية المناسبة والملائمة للدراسة الحالية لتجنب الوقوع في أخطاء والوصول إلى نتائج مغلوطة، حيث يعد الجانب التطبيقي خطوة أساسية في أي دراسة لابد للباحث أن يتبعها في بحثه ليكون للبحث المصدقية العلمية، وفي هذا يحدد الباحث: مجالات الدراسة، المنهج المتبع، عينة الدراسة، أدوات جمع البيانات وتحليلها.

أولاً : مجالات الدراسة

إن تحديد مجالات الدراسة من الخطوات الهامة في البحث، كذلك إن لكل دراسة مجالها المكاني الذي يتضمن معلومات عن المكان الذي استهدفته الدراسة، والمجال البشري الذي يمثل مجتمع البحث، بالإضافة إلى المجال الزمني وقد تم تحديد هذه المجالات في بحثنا كمايلي:

1-المجال المكاني: تعتبر هذه الدراسة ميدانية ولهذا تم اختيار المجال المكاني الذي يتلاءم معها لتحديد مجتمع العينة.

يرتبط المجال المكاني بالحيز المكاني الذي تجرى فيه الدراسة الميدانية حيث يعرف كمايلي: "الإطار المكاني والجغرافي هو الذي يطبق به البحث وقد يكون هذا الإطار مجتمعاً مفتوحاً (مدينة، قرية، حي ...) وهو المجتمع المعتمد في بحوث علم الاجتماع والانثروبولوجيا، وقد يكون المجتمع أحد مجالات الرعاية الاجتماعية بما يتضمنه من مؤسسات عامة في هذا المجال والمجال الدراسي الذي يتضمن المدارس وقد يكون المجال المكاني مؤسسة واحدة"⁽¹⁾.

والمجال المكاني الذي أجريت فيه هذه الدراسة وتمت فيه دراستنا هو "جامعة محمد الصديق بن يحيى - تاسوست-التابعة لبلدية الأمير عبد القادر، بالمنطقة العمرانية تاسوست، حيث يحدها من الشمال السكة الحديدية والطريق الوطني رقم 43، ومن الجهة الشرقية المنطقة العمرانية تاسوست، أما من الجهة الجنوبية فنجد مقبرة تاسوست، كما يحدها غرباً مدينة جيجل، وهي تتربع على مساحة قدرها 39.5 هكتار، وبموجب قرار وزاري مشترك المؤرخ في 21 أوت 2004م بجامعة جيجل، والتي فتحت أبوابها يوم 22 شعبان 1428هـ، وفتحت كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية أبوابها بموجب مرسوم تنفيذي رقم 12-362 المؤرخ في 22 ذي القعدة عام 1433هـ، موافق ل08 أكتوبر 2012.

2-المجال البشري: يتمثل المجال البشري في تحديد المجتمع الأصلي الذي تستخدم فيه مجموعة من الوسائل لجمع البيانات والمعلومات بكل موضوعية، حيث يمكن القول بأن المجال البشري هو جميع العناصر البشرية التي اعتمد عليها الباحث في جمع البيانات فالمجال البشري للبحث لا يقتصر فقط على

⁽¹⁾ سماح سالم سالم: البحث الاجتماعي، المناهج، الإحصاء، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع، ص 257.

أفراد العينة التي يعتمد عليها الباحث في جمع البيانات، بل يتضمن كلا من (المبحوثين، العينة، والمختصين الذين يتم الرجوع إليهم لاستكمال البيانات)⁽¹⁾.

ولكي تكون دراستنا علمية وعملية، ولكي نصل إلى النتائج التي نصبو إليها لا بد من تحديد المجال البشري أو مجتمع البحث، وعلى هذا الأساس فإن المجال البشري في فئة مهمة في المجتمع ألا وهي المرأة، المتمثلة في الطالبات الجامعيات، التي تعتبر فئة مهمة من الشرائح داخل المجتمع، وانطلاقاً من هذا نسعى من خلال هذه الدراسة معرفة دور التلفزيون في تلبية الاحتياجات التربوية ودورها الريادي في التنمية لدى مجتمع البحث الذي يعرف بأنه الشامل لكل وجميع عناصر ومفردات المشكلة أو الظاهرة قيد الدراسة⁽²⁾.

ومجتمع البحث في دراستنا هذه هم الطالبات الجامعيات بجامعة محمد الصديق بن يحيى بناسوست والذي بلغ عددهم 3021 طالبة.

3-المجال الزمني: ويقصد به الوقت الزمني الذي استغرقت فيه الدراسة الميدانية، حيث انطلقت دراستنا الحالية التي اندرجت تحت عنوان "دور التلفزيون في تلبية الإحتياجات التربوية للمرأة" وهي دراسة ميدانية من طالبات كلية العلوم الإنسانية والإجتماعية ابتداءً من شهر مارس منتصف شهر جوان حيث قمنا بتقسيمها على النحو التالي:

1- الجانب النظري: استمر البحث فيه من شهر مارس إلى منتصف شهر ماي 2019 وقد تطرقنا فيه إلى ثلاث فصول، فصل عن الإطار المفاهيمي، وفصل متعلق بالتلفزيون وآخر متعلق بالتلفزيون والمرأة.

2- الجانب الميداني: إنطلقنا فيه من منتصف شهر ماي إلى منتصف شهر جوان 2019، وقد تطرقنا فيه إلى فصلين الأول يضم مجالات وعينة الدراسة وأدوات جمع البيانات والمنهج المتبع، أما الفصل الثاني تم فيه تصميم الإستمارة وتوزيعها على عينة البحث في جامعة محمد الصديق بن يحيى بكلية العلوم

(1) ربحي مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم: أساليب البحث العلمي، (النظرية والتطبيق)، ط5، دار صفاء للنشر والتوزيع، عمان، 2013، ص 154.

(2) نفس المرجع، ص 154.

الإنسانية والاجتماعية، إلى جانب تفرغ البيانات وتحليلها واستخلاص النتائج العامة للدراسة وأيضا نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات والنظريات المفسرة ونتائج الدراسة على ضوء الدراسات السابقة.

ثانيا: المنهج المستخدم

تم الاعتماد في هذا البحث على المنهج الوصفي، باعتبار أنه منهج يسهل عملية وصف وتحليل الظاهرة وبما أن طبيعة الموضوع تفرض تحليل دور التلفزيون في تلبية الاحتياجات الترويية للمرأة، فإن المنهج الوصفي هو المنهج المناسب لموضوع البحث.

ويعرف المنهج بأنه: " أسلوب من أساليب التحليل المرتكز على معلومات كافية ودقيقة عن ظاهرة أو موضوع محدد من خلال فترة زمنية معلومة، وذلك من أجل الحصول على نتائج علمية ثم تفسيرها بطريقة موضوعية وبما ينسجم مع المعطيات الفعلية للظاهرة"⁽¹⁾.

ويمكن تعريفه أيضا بأنه"الطريق العلمي المؤدي أو الموصل لهدف البحث والخيط غير المرئي الذي يشد فقرات البحث إلى بعضها البعض"⁽²⁾.

ويعرف بأنه "مجموعة من العمليات المنظمة التي تسعى لبلوغ هدف أو طريقة تصور وتنظيم البحث، فالمنهج بطريقة أكثر أو أقل إلحاحا وتأثيرا وأقل دقة في كل مراحل البحث أو في هذه المرحلة أو تلك"⁽³⁾. وقد اخترنا هذا المنهج باعتباره أنسب منهج لموضوع دراستنا.

⁽¹⁾ محمد عبيدات وآخرون: منهجية البحث العلمي، قواعد ومراحل التطبيقات، ط2، دار وائل للنشر، الأردن، 2011، ص 46.

⁽²⁾ محمد أزهر سعيد السماك: طرق البحث العلمي، الأسس والتطبيقات، دار اليازوري للنشر والتوزيع، 2011، ص 61.

⁽³⁾ أحمد عظيمي: منهجية كتابة المذكرات وأطروحات الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2009، ص 12.

ثالثا: أدوات جمع البيانات والمعلومات

تستخدم أدوات جمع البيانات للحصول على نتائج علمية ودقيقة عند إنجاز الدراسة بهدف التأكد من صحة النظريات وتحديد العلاقة بين متغيرات الدراسة المتمثلة في التلفزيون والمرأة، إذ يجب على الباحث أن يقرر مسبقا الطريقة المثلى لبحثه أو دراسته، أن يكون ملما بالأدوات والأساليب المختلفة لجمع المعلومات لأغراض البحث العلمي

وقد اعتمدنا دراستنا على أداة ضرورية، وعادة ما يتم توظيفها في هذا النوع من الدراسات الميدانية وهي:

الإستبانة أو (الاستبيان): والتي تعرف بأنها وسيلة من وسائل جمع البيانات وتعتمد على استمارة تتكون من مجموعة من الأسئلة ترسل بواسطة البريد أو تسلم إلى الأشخاص الذين تم اختيارهم لموضوع الدراسة ليقوموا بتسجيل إجاباتهم عن الأسئلة الواردة فيها وإعادتها ثانية⁽¹⁾.

وهي " مجموعة من الأسئلة التي يطرحها الباحث على المبحوثين وفق توقعاته حول الموضوع والإجابة تكون حسب توقعات الباحث التي صاغها في استفسارات محددة وهذا السبب بالضرورة يكون صوابا، لأن الصواب ينبع من المصادر التي تلم بالموضوع وتعايشه، لا من توقعات الباحث الذي لم يعرف حقيقة الموضوع ويود أن يعرف عنه"⁽²⁾.

وقد قمنا باستخدام الاستبيان هذا لكونه أداة تتمكن من جمع المادة العلمية والمعلومات المناسبة لموضوع الدراسة، ولأجل هذا كان لابد أن نقوم بوضع أسئلة تكون ملمة وواضحة بعيدة عن التعقيدات وهذا بإتباع مجموعة من الإجراءات المنهجية التي يجب أن تتوفر في عملية صياغة وإعداد الاستبيان ولقد كانت كالاتي:

(1) عبد الله محمد الشريف: مناهج البحث العلمي، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، 2008، ص 123.

(2) عقيل حسين عقيل، فلسفة مناهج البحث العلمي، مكتبة مدبولي، 1999، ص 149.

1- التفكير في الأسئلة هذا انطلاقاً من تحديد مشكلة الدراسة وتساؤلاتها حيث قمنا بتحويل التساؤلات إلى محاور تتضمن مجموعة من الأسئلة وهذا لأجل الوصول إلى البيانات والمعلومات التي نصل في الأخير عن طريقها إلى أجوبة لتساؤلات الدراسة وفرضياتها.

2- محاولة صياغة الاستبيان وهذا بالاعتماد على الأسئلة المغلقة والأسئلة المفتوحة التي تمكن المبحوث من الإجابة بكل حرية دون توجيه أو تقييد وهذا يرجع لكون أن عينتنا المتمثلة في الطالبات تتميز بالمستوى التعليمي المقبول وأيضا لقدرتهم على المناقشة وإبداء آرائهم.

كما اعتمدنا على الأسئلة التي يمكن إضافة عبارة "أخرى تذكر" وهذا في حال ما إذا كانت المبحوثات يردن الإجابة ببدايات خارج الاقتراحات التي تم وضعها.

3- القيام بالصياغة الأولية للاستمارة وعرضها على مجموعة من المحكمين، وهم مجموعة من الأساتذة المختصين والذين لهم الخبرة في هذا المجال، وهذا لأجل إبداء رأيهم حول مضمونها ومدى مطابقة وموافقة الأسئلة للفرضيات التي قمنا بصياغتها، وأيضا للأهداف التي نرجو إلى تحقيقها. وبعد المناقشة مع الأساتذة المحكمين والمشرف طبعاً لتجاوز أي تعقيد قمنا بإجراء التعديلات اللازمة على الاستمارة ووفقاً لملاحظاتهم وآرائهم.

وأخيراً تم صياغة الإستمارة في شكلها النهائي، وقد اعتمدنا على استمارة واحدة احتوت على 25 سؤالاً، موجهة للمبحوثات (طالبات جامعة محمد الصديق بن يحيى فرع -تاسوست- كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية).

كما أن أسئلتنا جاءت متنوعة منها المغلقة ومنها المفتوحة، وقد تضمنت الاستمارة (4) أربع محاور احتوت على 25 سؤالاً، وهذه المحاور هي كالتالي:

1- المحور الأول ويضم أربعة أسئلة تتعلق بالبيانات الشخصية، الهدف منها هو جمع المعلومات عن المبحوثات.

2- المحور الثاني: ويضم 12 سؤال والهدف منها هو جمع المعلومات عن البرامج التلفزيونية المخصصة للمرأة.

3- المحور الثالث: يضم 09 أسئلة الهدف منها هو معرفة ما إذا كان تنوع البرامج التلفزيونية يساعد على تلبية الاحتياجات التربوية للمرأة.

رابعاً: عينة الدراسة

نظراً لصعوبة القيام بدراسة مسحية شاملة لمجتمع معين، فقد وجدت تقنيات بديلة لإجراء مختلف الدراسات والبحوث أهمها العينة، حيث نعرف بأنها: "نموذج يشمل جانبا أو جزءا من وحدات المجتمع الأصل المعني بالبحث تكون ممثلة له بحيث تحمل صفاته المشتركة، هذا النموذج أو الجزء يغني الباحث عن دراسته كل وحدات ومفردات المجتمع الأصلي خاصة في حالة صعوبة أو استحالة كل تلك الوحدات"⁽¹⁾.

وتعرف أيضا على أنها "عبارة عن عدد محدود من المفردات التي سوف يعامل الباحث معها منهجيا، ويسجل من خلال هذا التعامل مع البيانات الأولية المطلوبة ويشترط في هذا العدد أن يكون ممثلا من مجتمع البحث في الخصائص والسمات التي يوصف من خلالها هذا المجتمع"⁽²⁾.

وقد تم اختبار عينة الدراسة الحالية بطريقة عشوائية قصدية وهي العينات التي يتم إنتقاء أفرادها بطريقة مقصودة من قبل الباحث نظرا لتوفر بعض الخصائص من الأمور الهامة بالنسبة للدراسة لدى محددة من مجتمع الدراسة⁽³⁾. والمتمثلة في 60 طالبة بالقطب الجامعي محمد الصديق بن يحيى - تاسوست- في كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية.

⁽¹⁾ عامل إبراهيم قندلجي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 1990، ص 137.

⁽²⁾ محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، عالم الكتب، 2004، ص 133.

⁽³⁾ محمد عبيدات وآخرون: المرجع السابق، ص 96.

خلاصة:

تطرقنا في هذا الفصل إلى مجموعة من الإجراءات المنهجية المستخدمة في الدراسة الحالية حيث قمنا بعرض مجالات الدراسة المتمثلة في المجال المكاني الذي من خلاله حددنا موقع مكان الدراسة والمجال البشري الذي يرتبط بالموارد البشرية المتواجدة بمكان الدراسة والمجال الزمني الذي يوضح الفترة الزمنية التي استغرقتها الدراسة الحالية، بعدها تم التطرق إلى المنهج الملائم والمناسب لإجراء الدراسة، تم تحديد عينة الدراسة وبعدها تم الإشارة إلى الأدوات التي تم إختيارها لجمع البيانات والمعلومات وأخيرا الأساليب المستخدمة لتحليل بيانات الدراسة.

وكان الهدف من خلال تحديد الإجراءات المنهجية الملائمة والمناسبة للدراسة كأهم خطوات إجراء البحث العلمي، وفضلا لكونها تساعد على الوصول إلى نتائج دقيقة وموضوعية وهذا بشكل علمي ومنظم.

الجانب التطبيقي

الفصل الخامس: عرض وتحليل البيانات وتفسير النتائج العامة

تمهيد:

أولاً: عرض وتحليل بيانات الدراسة

ثانياً: تفسير النتائج العامة للدراسة

ثالثاً: تفسير نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات

رابعاً: تفسير النتائج في ضوء النظريات

خامساً: تفسير النتائج في ضوء الدراسات السابقة

سادساً: صعوبات الدراسة

خلاصة الفصل

تمهيد

تطرقنا في هذا الفصل إلى تفرغ ومناقشة بيانات الاستمارة بعد توزيعها على المبحوثات داخل مجتمع الدراسة المتمثل في القطب الجامعي محمد الصديق بن يحيى - تاسوست- بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية وقمنا بعد ذلك بجمعها وتصنيفها تم ترجمنا الإحصائيات بشكل جداول بسيطة ومركبة، ليتم تحليلها ثم مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات والنظريات وفي ضوء الدراسات السابقة مع استخلاص النتائج العامة.

أولاً: عرض وتحليل بيانات الدراسة

الجدول رقم (02): يوضح توزيع أفراد العينة حسب السن

النسبة المئوية	التكرار	السن
20%	12	من 18 إلى 20 سنة
31.66%	19	من 21 إلى 23 سنة
48.34%	29	من 23 سنة فما فوق
100%	60	المجموع

بيانات هذا الجدول توضح توزيع أفراد العينة حسب السن، حيث جاء في المرتبة الأولى الفئة العمرية من 23 سنة فما فوق، وذلك بتكرار 29 وبنسبة 48.34% تليها في المرتبة الثانية الفئة العمرية من 21 إلى 23 سنة بتكرار 19 وبنسبة قدرت بـ 31.66% في حين جاءت أقل نسبة لدى الفئة العمرية من 18 إلى 20 سنة وذلك بتكرار 12 وبنسبة قدرت بـ 20%. وهذه النتائج توصلنا إليها وحصرناها بهذه الفئات العمرية لأننا خصصنا دراستنا للطالبات الجامعيات للمستويين الليسانس والماستر وهذا هو السنن المحدد للمسار الجامعي في اغلب الأحيان.

ومن خلال هذه النتائج تؤكد على حصر كل فئات العينة من الطالبات الجامعيات التي من الممكن أن توجد على المستويين الليسانس والماستر، لنتمكن من القيام بالدراسة الحالية والحصول إلى نتائج موضوعية.

الجدول رقم (03): يوضح توزيع أفراد العينة حسب الحالة المدنية.

النسبة المئوية	التكرار	الحالة المدنية
65%	39	عزباء
33.34%	20	متزوجة
1.66%	1	مطلقة
100%	60	المجموع

من خلال قراءتنا للجدول رقم (03) الذي يوضح الحالة المدنية لمفردات العينة، نلاحظ أن نسبة الطالبات العازبات كانت 65% مما يدل على أن الطالبات العازبات هم الأكثر تعرضاً لمشاهدة التلفزيون والبرامج المعروضة من خلاله، وذلك لأنهن يملكن الوقت الكافي لمشاهدة التلفزيون وأيضاً اهتمامهن بقضايا المرأة مثل التجميل والموضى والخياطة والطبخ وغيرهم ولأنهن متفتحات على الحياة الاجتماعية للمرأة، ودائماً يفضلن الحصول على ما هو جديد في قضايا المرأة، أما نسبة الطالبات المتزوجات فكانت بتكرار 20 وبنسبة قدرت بـ 33.34% وهي في المرتبة الثانية أما فئة الطالبات المطلقات فكانت على عكس الفئتين السابقتين التي كانت نسبتها 1.66% أي حالة واحدة فقط.

الجدول رقم (04): يوضح توزيع أفراد العينة حسب مكان الإقامة.

النسبة المئوية	التكرار	مكان الإقامة
35%	21	حضري
41.66%	25	شبه حضري
23.34%	14	ريفي
100%	60	المجموع

من خلال قراءتنا للجدول رقم (04) الذي يوضح توزيع مفردات العينة حسب مكان الإقامة حيث نجد إن نسبة 41.66% من المبحوثات ذو إقامة شبه حضرية وذلك يعود إلى الموقع الجغرافي للجامعة لأنها في منطقة شبه حضرية، وبنسبة 35% منهن إقامة حضرية، أما نسبة 23.34% ذو إقامة ريفية، وقد تعمدا طرح مكان الإقامة عليهن لمعرفة الفرق في التعرض للتلفزيون وبرامجه، من حيث المدة الزمنية والأيام والفترات المفضلة، لأنه يكون هناك اختلاف وفروقات مؤكدة.

والهدف من معرفة الإقامة لدراسة النساء القاطنات في مختلف المناطق لنصل إلى نتائج موضوعية وعدم التركيز فقط على جهة معينة، وهذا باعتبار التلفزيون من وسائل الإعلام التي أضحت متوفرة في كل المناطق.

الجدول رقم (05): يوضح توزيع أفراد العينة حسب المستوى الدراسي.

النسبة المئوية	التكرار	المستوى
53.34%	32	ليسانس
46.66%	28	ماستر
100%	60	المجموع

من خلال معطيات الجدول رقم (05) والذي يمثل توزيع مفردات العينة حسب المستوى الدراسي نجد أن المستوى الدراسي الذي جاء في المرتبة الأولى هو مستوى ليسانس وذلك بتكرار 32 ونسبة قدرت بـ 53.34% ويليهما المستوى الدراسي ماستر الذي كان بتكرار 2 ونسبة قدرت بـ 46.66% وجاءت هذه النسبة متفاوتة لأننا قمنا بتوزيع العينة بطريقة عشوائية.

والهدف من معرفة المستوى الدراسي لدراسة النساء اللواتي تدرسن في مختلف المستويات لنصل إلى نتائج موضوعية.

الجدول رقم (06): يوضح مدى مشاهدة المرأة للتلفزيون.

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
50%	30	دائماً
41.66%	25	أحياناً
8.34%	5	نادراً
100%	60	المجموع

تبين من خلال الجدول رقم (06) الذي يوضح مدى مشاهدة المرأة للتلفزيون وقد قدرت نسبتهم بـ 50%، واللواتي يشاهدن التلفزيون أحياناً قدرت نسبتهم بـ 41.66%، تليها نسبة المبحوثات اللواتي يتابعن نادراً وذلك بنسبة 8.34%، وهذا يدل على أن المبحوثات يتابعن الحصص والبرامج المعالجة لقضايا ومشكلات المرأة بشكل متفاوت وهذا راجع إلى كون المبحوثات لديهم ارتباط بالدراسة ويعكس ذلك

مدى إهتمام المرأة وإقبالها على مشاهدة البرامج المخصصة لها، وهذا مؤشر إيجابي على زيادة وعي المرأة وسعيها لمعرفة كل قضاياها ومشكلاتها.

الجدول رقم (07): الحجم الساعي الذي تخصصه المرأة لمشاهدة التلفزيون.

النسبة المئوية	التكرار	المدة
13.34%	8	أقل من ساعة
50%	30	من ساعة إلى ثلاث ساعات
36.66%	22	أكثر من ثلاث ساعات
100%	60	المجموع

يتضح لنا من خلال الجدول رقم (07) المدة المستغرقة في مشاهدة التلفزيون، أن المدة المستغرقة هي من ساعة إلى ثلاث ساعات حيث قدرت نسبتها 50% في حين 36.67% بالنسبة المبحوثات اللواتي يشاهدن التلفزيون أكثر من ثلاث ساعات، وهذا ما يبين لنا مدى إقبال وتعرض المرأة للتلفزيون والمواضيع والقضايا التي تطرحها هذه الوسيلة الإعلامية المهمة، وهو ما يؤكد لنا أهمية التلفزيون ودوره الفعال في حياة المرأة، حيث لا يخلو أي بيت من وجود هذه الوسيلة الإعلامية المهمة، وأخيرا نسبة الإجابة بأقل من ساعة في مشاهدة التلفزيون قدرت بـ 13.33% وهي نسبة ضعيفة مقارنة بالنسب الأخرى.

ونستنتج مما سبق أن لدى المرأة اهتمام كبير بالتلفزيون في حياتها، وتهتم بقضاء وقت فراغها في مشاهدة البرامج التلفزيونية للحصول على المعلومات والمستجدات والأخبار والقيم في مختلف الميادين.

الجدول رقم (08): يوضح كيفية مشاهدة المرأة لبرامج التلفزيون.

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
38.33%	23	مع العائلة
23.34%	14	بمفردك
38.33%	23	دون تحديد
100%	60	المجموع

يوضح الجدول رقم (08) كيفية مشاهدة المرأة لبرامج التلفزيون، فمن خلال قراءتنا لإجابات المبحوثات أن الطالبات اللواتي يشاهدن البرامج التلفزيونية مع العائلة وكذلك بدون تحديد بنسبة متساوية 38.33% وهذا ما يجعل هذين الاحتمالين يحتلان المرتبة الأولى وذلك راجع إلى ظروف المبحوثات، أما أدنى نسبة في الجدول فجاءت بتكرار 14 وبنسبة 23.34% والمتعلقة بالمبحوثات اللواتي يرين أنه ليس هناك تحديد في كيفية المشاهدة، وذلك راجع إلى عدة أسباب لعل أبرزها انشغال الطالبات بدروسهن وضيق الوقت.

الجدول رقم (09): يوضح الوقت المفضل لدى المرأة لمشاهدة البرامج التلفزيونية.

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
3.34%	2	الفترة الصباحية
36.66%	22	الفترة المسائية
60%	36	الفترة الليلية
100%	60	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول السابق والذي يوضح الوقت المفضل لدى المرأة لمشاهدة البرامج التلفزيونية، أغلب المبحوثات يشاهدن البرامج التلفزيونية في الفترة الليلية وذلك بنسبة 60% تليها الفترة المسائية وهو ما تعكسه بنسبة 36.66% في حين أن مشاهدة المبحوثات للبرامج في الفترة الصباحية قدرت نسبتها بـ 3.34% وهي نسبة ضعيفة جدا مقارنة مع النسبتين السابقتين. وبالتالي نستنتج مما سبق أن هذه البرامج التلفزيونية تبث عادة في الليل وهو الوقت الذي تكون فيه المبحوثات بالبيت قد انتهت فيه

من أعباء وأشغال المنزل، وأيضا نوم الأطفال، وهذا هو الوقت المناسب للنساء لمشاهدة هذه البرامج، فهن في الفترة الصباحية يهتمن بأداء بحوثهم العلمية، وأي كانت متابعة المرأة للبرامج ليلا أو مساء فإن الهدف هو حصولها على التوعية وتلبية احتياجاتها، وبذلك فإن توقيت بث هذه البرامج يكون مناسب ومفضل للمبحوثات، مما يمنح المبحوثات فرصة لمشاهدة البرامج المفضلة بكل ارتياح.

الجدول رقم (10): يوضح البرامج التي تفضل المرأة مشاهدتها.

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
برامج اجتماعية	19	31.66%
برامج سياسية	3	5%
برامج تثقيفية تعليمية	12	20%
برامج ترفيهية	4	6.37%
برامج مخصصة للمرأة	22	36.37%
المجموع	60	100%

يتبين من بيانات هذا الجدول أن نسبة البرامج المخصصة للمرأة هي أكبر وذلك بنسبة 36.67% ذلك أن المرأة تميل إلى مشاهدة البرامج المخصصة لها والتي تراعي خصوصيتها وتثري رصيدها المعرفي، أما البرامج الاجتماعية فكانت نسبة الإجابة بها ب 31.67%.

وهذا النوع من البرامج له نصيب أيضا من المشاهدة لدى المرأة، حيث يتطرق هذا النوع من البرامج إلى طرح ومعالجة قضايا اجتماعية تخص المرأة والمجتمع، في حين كانت نسبة وميلها إلى هذا النوع البرامج الثقافية 20% من البرامج هو حبا للإطلاع وتوسيع ثقافتها.

وإثراء فكرها من خلال تزويدها بمختلف الخبرات والمعلومات والحقائق المختلفة، أما البرامج يبين لنا الترفيهية فكانت بنسبة 6.67% أن المرأة يثير اهتمامها في البرامج التلفزيونية التي تهدف إلى التوعية والتثقيف وليس للترفيه والتسلية، وفي المرتبة الأخيرة نجد البرامج السياسية بنسبة 5% وهذا مؤشر على بعد المرأة عن السياسة، وبالتالي يمكن القول أن البرامج المخصصة للمرأة هي الأكثر مشاهدة لها، ولهذا يتطلب زيادتها والاهتمام بمضمونها بشكل أكثر.

الجدول رقم (11): يوضح طرح البرامج التلفزيونية لقضايا وانشغالات المرأة.

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
دائما	21	35%
غالبا	24	40%
أحيانا	11	18.34%
نادرا	4	6.66%
المجموع	60	100%

تبين من بيانات الجدول أن أغلبية المبحوثات يرون بأن البرامج التلفزيونية غالبا تطرح قضايا وانشغالات المرأة بنسبة قدرت بـ 40% في حين غالبا ما أن الطرح يكون بشكل دائما بنسبة 35% في حين تطرح هذه البرامج قضايا المرأة وانشغالاتها أحيانا وهذا ما تعكسه نسبة 18.34% أما نادرا فقد قدرت نسبته المئوية 6.66% نستنتج مما سبق ذكره أن البرامج التلفزيونية غالبا ما تطرح قضايا وانشغالات المرأة وهذا يعود لكون هذه البرامج تتناول قضايا من الواقع، مما يجعل هذه البرامج تستقطب إليها جماهير كثيرة خاصة من العنصر النسوي الذي دوما يفكر في انشغالاته ومشاكله وقضاياها، أيضا لكون هذه البرامج تسعى من خلال هذا الطرح إلى التوعية بصورة قوية لتجعل المشاهدات أكثر اهتماما بنفسها وقضاياها، فالاستمرارية والديمومة في مشاهدة هذه البرامج، يسمح بتحقيق توعية أفضل للمشاهدات وتلبية احتياجاتهم المختلفة.

الجدول رقم (12): يوضح أسباب مشاهدة المرأة للبرامج المخصصة لها في التلفزيون.

أسباب المشاهدة	التكرار	النسبة المئوية
لأنها تلبي احتياجاتك المختلفة	26	43.34%
لأسلوبها المميز	18	30%
للترفيه والترويح عن النفس	10	16.66%
لقضاء أوقات الفراغ	6	10%
المجموع	60	100%

من خلال بيانات الجدول والذي يمثل أسباب الإستماع لبرامج المرأة المخصصة لها في التلفزيون حيث بلغت أكبر نسبة وهي 43.34% وهم نسبة المبحوثات اللواتي يعتبرن أن من أسباب مشاهدة المرأة للبرامج المخصصة لها في التلفزيون هي لأن هذه البرامج تلبي احتياجاتهم المختلفة، تليها نسبة 30% وذلك لأسلوبها المميز وهذا يعود لامتياز هذه البرامج بالأسلوب الجذاب الذي يجعل المرأة تتجذب نحوه تليها نسبة 16.66% وذلك من أجل الترفيه والترويح عن النفس، وانخفضت النسبة إلى 10% وذلك لقضاء أوقات الفراغ.

وتدل هذه النتائج على أن المبحوثات لديهن مستوى عالي من الوعي بقضاياهم وانشغالاتهم واهتمامهم الكبير بقضايا المرأة ومشكلاتها لاختيارهم البرامج التي تلبي احتياجاتهم، وبهذا فإن المرأة على دراية كبيرة بمدى أهمية التلفزيون واستغلاله فيما هو مفيد لها.

جدول رقم (13): يوضح مدى رضا المرأة عن البرامج المقدمة لها في التلفزيون.

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
31.66%	19	راضية بشدة
50%	30	نوعا ما
15%	9	محايدة
3.34%	2	غير راضية
0%	0	غير راضية تماما
100%	60	المجموع

يتبين من بيانات هذا الجدول أن رضى المرأة نوعا ما عن البرامج المقدمة لها في التلفزيون بلغت أكبر، وقد مثلت المبحوثات اللواتي هم راضين نوعا ما عن البرامج المقدمة لهن في نسبة قدرت بـ 50% التلفزيون بنسبة 31.66%، وهذا إن دل على شيء فإنما يدل على درجة الوعي والفهم الصحيح الذي تتمتع به المبحوثات حين مشاهدتهن لبرامج التلفزيون، في حين نسبة من المبحوثات فقد كان تصريحهن محايد على البرامج المقدمة لهن في التلفزيون بنسبة قدرت بـ 15%، وانخفضت نسبة المبحوثات الغير

راضيات عن لبرامج المقدمة لهن إلى 3.34% وانعدمت نسبة المبحوثات الغير راضيات تماما بنسبة 0%.

الجدول رقم (14): يوضح النقائص الموجودة في البرامج التلفزيونية حسب رأي عينة الدراسة.

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات	
10%	6	طريقة التنشيط	نعم
20%	12	المواضيع المعالجة	
20%	12	المدة الزمنية	
6.66%	4	عدم كفاءة القائم بالاتصال	
5%	3	الإعداد	
5%	3	الإخراج	
33.34%	20	-	لا
100%	60	-	المجموع

بيانات هذا الجدول توضح أن أغلبية المبحوثات يرون أن النقائص الموجودة في البرامج التلفزيونية تأتي بالدرجة الأولى في المدة الزمنية والمواضيع المعالجة وذلك بنسبة متساوية قدرت بـ 20% حيث يؤكد على أنه في أغلب الأحيان لا يوجد موضوع واحد في الحصة بل يتعرضون إلى مجموعة من المواضيع وهذا ما يؤدي إلى تشتت إنتباه المتتبع، وكذلك المدة المخصصة لتغطية مواضيع خاصة بالمرأة غير كافية، ثم تليها مباشرة طريقة التنشيط وذلك بنسبة 10% حيث تعتبر من النقائص الموجودة في البرامج المعالجة لمواضيع المرأة، لأن المنشط هو العنصر الفعال أثناء تقديم الحصة وهو المسؤول على نجاح أو فشل الحصة، وانخفضت نسبة النقائص في الإعداد والإخراج بنسبة متساوية قدرت بـ 5% في حين نسبة 33.34% من المبحوثات يرون بأنه لا توجد نقائص في البرامج التلفزيونية.

نستنتج مما سبق أن أغلبية المبحوثات يرون أن النقائص الموجودة في البرامج التلفزيونية تكمن في طريقة التنشيط وطريقة تقديم الحصة الموجهة للمرأة.

الجدول رقم (15): يوضح العوامل التي تزيد من فعالية البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة.

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
20%	12	زيادة المدة الزمنية
50%	30	تنوع قضايا ومشكلات المرأة
26.66%	16	وجود أخصائي
1.66%	1	- وجود عينات تمثل الموضوع
1.66%	1	- التجديد في المواضيع
100%	60	المجموع

توضح بيانات الجدول أغلبية المبحوثات يرون بأن تنوع قضايا ومشكلات المرأة من بين العوامل التي تليها نسبة 50% تزيد من فعالية البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة وهذا بنسبة قدرت بـ 26.66% هم المبحوثات اللواتي يرون بأن العوامل التي تزيد من فعالية البرامج التلفزيونية هي وجود أخصائي لأنه يعد من أهم العوامل ويكون ذا خبرة وكفاءة تجعله قادرا على التفاعل داخل الحصة، كما نسبة من المبحوثات والتي قدرت نسبتهم بـ 20% أرجعوا أن من عوامل زيادة فعالية البرامج التلفزيونية للموجهة للمرأة هو زيادة المدة المخصصة لمثل هذه البرامج لأن مدة ساعة لا تكفي لمعالجة القضايا التي يتم عرضها، وبالتالي فتمثل هذه الحصص تحتاج إلى مدة زمنية كافية لمعالجة الظاهرة من جميع جوانبها وأبعادها وتحديد أسبابها وطرق علاجها.

بالإضافة إلى هذه العوامل تضيف المبحوثات اقتراحات قدرت نسبتها بـ 1.66% وهي نسبة متساوية متمثلة في وجود عينات تمثل الموضوع بالإضافة إلى التجديد في المواضيع.

ونستنتج مما سبق أن المعالجة الإعلامية لمختلف قضايا المرأة من ظواهر كالزواج، الطلاق، الإنجاب، ضغوط العمل، تربية الأولاد وغيرها من المواضيع التي تثير اهتمام المرأة وتشغلها بحيث يؤدي زيادة إهتمامها بالبرامج المخصصة للمرأة ومتابعتها باستمرار وهذا لتوعية والتنقيف والإجابة على كل أسئلتها كما التنوع يزيد من دائرة إهتمامها، ولكن يتطلب ذلك الاستمرارية والديمومة في عرض هذه البرامج.

الجدول رقم (16): يوضح الصعوبات التي تواجه المرأة أثناء مشاهدة التلفزيون.

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
35%	21	صعوبات لغوية
58.34%	35	استيعاب الموضوع
1.66%	1	- طرح الأفكار
3.33%	2	- عدم كفاءة المنشطين
1.66%	1	- اختلاف الآراء وتعددتها
100%	60	المجموع

يتبين من خلال بيانات الجدول الذي يوضح الصعوبات التي تواجه المرأة أثناء مشاهدة التلفزيون أن أكثر الصعوبات التي تواجه المبحوثات أثناء مشاهدتهن للتلفزيون هي صعوبة استيعاب الموضوع وذلك بنسبة 58.34% بحيث بعض الأحيان تكون مواضيع غير مفهومة ومعقدة، ثم تليها صعوبات لغوية بنسبة 35% لان بعض المبحوثات يصادفن مشاكل لغوية خاصة اللغات الأجنبية.

إضافة إلى فإن المبحوثات يرون أن هناك بعض الصعوبات تواجه المرأة أثناء مشاهدة التلفزيون من بينها نجد: طرح الأفكار، وذلك بنسبة 1.66%، وعدم كفاءة المنشطين بنسبة 3.33% وكذلك اختلاف الآراء وتعددتها بنسبة قدرت بـ 1.66%، ومنه نستنتج أن هذا ما يشكل لدى المبحوثات صعوبات مختلفة، مما يتطلب على القائم بالاتصال أن يقدم برامج تلفزيونية ذات مضمون قيمى يعالج قضايا المرأة بموضوعية ويقدم البدائل والحلول بشكل منطقي ووفق قوالب فنية متنوعة وبأسلوب سهل وبسيط يصل إلى مختلف المستويات عند المرأة.

الجدول رقم (17): يوضح تقييم مدى تلبية احتياجات المرأة التربوية من خلال البرامج التلفزيونية.

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نسبة كبيرة	34	56.67%
نسبة متوسطة	22	36.66%
نسبة ضعيفة	4	6.67%
المجموع	60	100%

يتبين لنا من خلال بيانات الجدول الذي يوضح لنا تقييم مدى تلبية احتياجات المرأة التربوية من خلال البرامج التلفزيونية، حيث يتضح لنا في المرتبة الأولى أن أغلبية المبحوثات يرون أن تقييم مدى تلبية الإحتياجات التربوية للمرأة من خلال البرامج التلفزيونية جاءت بنسبة كبيرة وذلك بنسبة قدرت بـ 56.67%، ثم تليها بنسبة متوسطة 36.66%، وانخفضت إلى نسبة ضعيفة والتي قدرت بـ 6.67% وعلى هذا الأساس يمكن القول أن المبحوثات عينة الدراسة راضية بنسبة كبيرة على البرامج التي تلبي احتياجاتها التربوية، فهذه البرامج من وجهة نظر المرأة تسهم في إثراء الرصيد المعرفي لها، وذلك من خلال تزويدها بمختلف الإحتياجات الاجتماعية الدينية، التعليمية، من أجل استغلالها بشكل مناسب في تعاملها وفي تواصلها في مختلف الميادين ومختلف المجالات كما تفتح أمامها أبواب واسعة لتحصيل المعارف واكتشاف مواضيع جديدة، واكتساب معلومات في شتى ميادين المعرفة، وتنمية الرغبة في الاطلاع والاكتشاف وبتاح لها الفرصة في المشاركة من خلال إبداء الرأي أو طرح اقتراحات من خلال مواقع التواصل الاجتماعي أو عبر الهاتف، وهذا ما يتوافق مع النظرية البنائية الوظيفية.

الجدول رقم (18): يوضح تخصيص البرامج التلفزيونية لحصص خاصة بالمرأة.

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	16	26.66%
	36	60%
لا	8	13.34%
المجموع	60	100%

من خلال بيانات الجدول الذي يوضح تخصيص البرامج التلفزيونية الخاصة بالمرأة حيث نجد في المرتبة الأولى بنسبة 60% غير كافية، فأغلب المبحوثات يرون أن البرامج المخصصة للمرأة غير كافية ويجب زيادتها والعمل على تنويع مثل هذه المواضيع، ثم تليها مباشرة نسبة 26.66% وهي فئة المبحوثات اللواتي يرون بأن البرامج المخصصة للمرأة كافية وهي تلي كل احتياجاتها، في حين هناك بعض المبحوثات اللواتي يرون أنه ليس هناك تخصيص برامج خاصة بالمرأة وذلك بنسبة 13.34% نستنتج مما سبق أن البرامج التلفزيونية الخاصة بالمرأة لها أهمية كبيرة في إنماء والرقى بالمرأة في جميع النواحي، وغرس مجموعة من القيم الخلقية الفاضلة في نفسياتها التي تساهم في تربيتها وتنشئتها تنشئة صحيحة وسليمة، فلا بد من الرفع من مستوى هذه البرامج.

الجدول رقم (19): يوضح مدى تركيز البرامج المخصصة للمرأة على طرح قضايا وانشغالات المرأة.

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
73.34%	44	نعم
26.66%	16	لا
100%	60	المجموع

توضح بيانات الجدول أعلاه أن أغلبية المبحوثات أكدن على تركيز البرامج المخصصة للمرأة على طرح قضاياها وانشغالاتها بنسبة بلغت 73.34% بالمقابل انخفضت نسبة المبحوثات اللواتي أكدن على أن البرامج المخصصة للمرأة لم تركز على طرح قضاياها وانشغالاتها الحالية بنسبة لم تتجاوز 26.66%.

وتدل هذه النتائج على أن البرامج المقدمة استطاعت أن تطرح وتعالج إعلاميا مختلف القضايا التي تهتم المرأة وبذلك تساهم في تزويدها بالمعلومات والأخبار والمستجدات وهذا لفهمها بشكل صحيح وإزالة أي لبس أو غموض حولها.

الجدول رقم (20): يوضح إسهام التلفزيون في تلبية احتياجات المرأة.

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات	
33.34%	20	نسبة كبيرة	نعم
35%	21	نسبة متوسطة	
15%	9	نسبة قليلة	
16.66%	10	-	لا
100%	60	-	المجموع

يتبين من خلال بيانات الجدول الذي يوضح إسهام التلفزيون في تلبية الاحتياجات المرأة، حيث نلاحظ أن أغلبية المبحوثات يرون أن التلفزيون يسهم بنسبة كبيرة في تلبية احتياجات المرأة وذلك بنسبة 33.34% ثم تليها بنسبة متوسطة 35% وانخفضت بنسبة قليلة وذلك بنسبة 15% مما يدل على أن للتلفزيون إسهام في تلبية احتياجات وترسيخ القيم والمبادئ لدى المرأة بشكل أو بآخر، في حين لاحظنا أن نسبة الإجابة بعدم إسهام التلفزيون في تلبية احتياجات المرأة كانت ضعيفة حيث قدرت بنسبة 16.66%.

وهذا ما يوضح إستفادة المرأة من برامج التلفزيون في مختلف المجالات في حياتها اليومية.

الجدول رقم (21): يوضح الاحتياجات التي تطرحها البرامج المخصصة للمرأة.

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
58.34%	35	احتياجات اجتماعية
20%	12	احتياجات دينية
6.66%	4	احتياجات اقتصادية
15%	9	احتياجات تعليمية
100%	60	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول الذي يمثل الاحتياجات التي تطرحها البرامج المخصصة للمرأة، حيث نجد في المرتبة الأولى الاحتياجات الاجتماعية وذلك بنسبة 58.34% وهذا يدل على أن المبحوثات

لديهن اهتمام واسع بالبرامج الاجتماعية المخصصة لهن، فهن ينجذبن إلى المواضيع الاجتماعية التي تعالج المشاكل وتساعد على تلبية احتياجاتهم، تليها في المرتبة الثانية الاحتياجات الدينية بنسبة 20% فالمرأة بحاجة إلى توجيه وإرشاد من خلال مبادئ وقيم الدين الإسلامي.

في حين جاءت الاحتياجات التعليمية بنسبة 15% فالمرأة بحاجة للتعليم والتعلم من جل الجوانب وذلك من أجل تنمية قدراتها العقلية كالقدرة على التفكير والتحليل والاستنتاج، والاستعمال المنطقي للأفكار، إضافة إلى توسيع ثقافتها مما ترقى بهم إلى مستوى التكامل الفكري، مما يمكنها من التواصل مع الغير والقدرة على الحوار والتعبير على ميولاتها، وانخفضت الاحتياجات الاقتصادية بنسبة مئوية قدرت بـ6.66%.

ومن هذا نستنتج أن المرأة تستهويها أكثر الاحتياجات الاجتماعية والدينية على حساب الاحتياجات الأخرى، وبذلك تحقق لها البرامج التلفزيونية هذه الاحتياجات وذلك حسب نظرية الاستخدامات والشباعات.

الجدول رقم (22): يوضح مراعاة البرامج التلفزيونية المخصصة للمرأة قيم ومبادئ المجتمع الجزائري.

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات	
21.66%	13	المبادئ الدينية	نعم
33.34%	20	القيم الاجتماعية	
20%	12	المبادئ التعليمية	
25%	15	-	لا
100%	60	-	المجموع

يوضح الجدول رقم (22) الذي يوضح مراعاة البرامج التلفزيونية المخصصة للمرأة قيم ومبادئ المجتمع الجزائري، حيث تبرز المعطيات أن نسبة 75% ترى بأن هناك مبادئ وقيم ومن أهم وابرز القيم التي ترسخت في نفوس المبحوثات نجد القيم الاجتماعية قدرت بنسبة 33.34% وتأتي في المرتبة الثانية المبادئ الدينية بنسبة قدرت بـ 21.66% لتأتي في المرتبة الثالثة المبادئ التعليمية بنسبة قدرت بـ 20% في حين أن نسبة 15% ترى بأنه لا تراعي البرامج التلفزيونية قيم ومبادئ المجتمع الجزائري.

ونستنتج مما سبق أن كل هذه القيم التي ترسخت لدى المرأة ساهمت بشكل كبير في بلورة ونشر الوعي بالنسبة لها.

الجدول رقم (23): يوضح كيفية مساعدة البرامج التلفزيونية للمرأة.

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
زيادة المعلومات	30	50%
تغيير السلوكيات	16	26.66%
تعديل الاتجاهات	6	10%
تبنى اتجاهات جديدة	8	13.34%
المجموع	60	100%

تبين لنا من خلال بيانات الجدول الذي يوضح كيفية مساعدة البرامج التلفزيونية من خلال مشاهدتها لها حيث نجد في المرتبة الأولى زيادة المعلومات بنسبة 50% لان هذه البرامج ساعدت وبشكل كبير المرأة على اكتساب معلوما ومعارف جديدة في حياتها وهذا من خلال التعرض للبرامج التلفزيونية التي تزيد من إشباع رغباتها وميولاتها، تم تليها تغيير السلوكيات وذلك بنسبة 26.66% في حين نرى بأن تبني اتجاهات جديدة جاءت بنسبة 13.34% وأخيرا نجد نسبة 10% وذلك فيما يخص المبحوثات اللواتي يرون أنها ساعدت على تعديل الاتجاهات، وهذا يكون بفضل برامج هادفة وتوعوية تقدم مواضيع هامة ويشارك فيها مختصين وباحثين.

الجدول رقم (24): مدى تأثير البرامج المخصصة للمرأة على سلوكيات المرأة.

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
درجة كبيرة	16	26.67%
درجة متوسطة	28	46.66%
درجة ضعيفة	16	26.67%
المجموع	60	100%

من خلال بيانات الجدول والذي يمثل تأثير البرامج المخصصة للمرأة على سلوكياتها حيث وضح أن أغلبية المبحوثات أكدن على أن البرامج المخصصة لهن تؤثر على سلوكياتهم وذلك بدرجة متوسطة بنسبة 46.66% وهذا يدل على أن المبحوثات لديهن اهتمام بالتلفزيون مما أثر على سلوكهم، في حين نجد انخفاض في نسبة المبحوثات اللواتي يؤكدن على تأثير البرامج المخصصة لهن على سلوكهم بدرجة كبيرة وضعيفة بنسبة متساوية قدرت بـ 26.67%.

ومنه نستنتج أن هناك أهمية للتلفزيون وله دور فعال في حياة المرأة.

الجدول رقم (25): يوضح المواضيع التي تركز عليها البرامج التلفزيونية المخصصة للمرأة.

الاحتمالات	التكرار	النسبة المئوية
الجمال	24	40%
الصحة	8	13.34%
الطبخ	13	21.66%
العنف ضد المرأة	8	13.34%
الخطابة	4	6.66%
الرياضة	3	5%
المجموع	60	100%

توضح بيانات الجدول رقم (25) بأن أغلبية المبحوثات يرون بأن الجمال من المواضيع التي تركز عليها البرامج التلفزيونية وذلك بنسبة 40% في حين ترى مبحوثات أخريات بان من المواضيع التي تركز عليها الطبخ بنسبة 21.66% ثم تليها نسبة 13.34% والتي كانت متساوية فيما يتعلق بموضوع الصحة والعنف ضد المرأة وفي المقابل انخفضت في ما يخص موضوع الخياطة وذلك بنسبة 6.66% وانخفضت تماما في ما يخص موضوع الرياضة وذلك بنسبة 5% وهذا دليل على بعد المرأة على مواضيع الرياضة لأنها في أغلب الأحيان حكر على الرجال.

وفي الأخير نستنتج بأن معظم المواضيع التي تجذب المرأة هي مواضيع الجمال لان المرأة دائما تسعى للحفاظ على جمالها، وهذا لا يتماشى مع الاهتمامات الضرورية الأخرى كالصحة والرياضة.

الجدول رقم (26): يوضح الاقتراحات لتحسين مستوى البرامج المخصصة للمرأة.

النسبة المئوية	التكرار	الاحتمالات
10%	6	تكوين وتدريب القائم بالاتصال في مجال تخصص المرأة
50%	30	وضع برامج متعددة ومتنوعة حول المرأة
13.34%	8	التنوع في الأشكال التلفزيونية لطرح قضايا المرأة
26.66%	16	وضع برامج ثابتة ومستمرة للمرأة
100%	60	المجموع

توضح بيانات الجدول رقم (26) والذي يمثل الاقتراحات لتحسين مستوى البرامج المخصصة للمرأة حيث نلاحظ في المرتبة الأولى أن أغلبية المبحوثات ينظرن بأن وضع برامج متعددة ومتنوعة حول المرأة وذلك بنسبة 50% لأن المرأة دائماً تبحث عن الجديد في حياتها ثم تليها في المرتبة الثانية وضع برامج ثابتة ومستمرة للمرأة وذلك بنسبة 13.34% تم تليها مباشرة تكوين وتدريب القائم بالاتصال في مجال تخصص المرأة وذلك بنسبة 10%.

ومما سبق نستنتج أن المبحوثات يفضلن وبشكل واضح وجود برامج متعددة حول المرأة وتنوع في الأشكال التلفزيونية لأنهما يعتبران عنصراً فعالين في عملية مشاهدة التلفزيون واتصال المرأة به من خلال برامجه المعروضة التي تساهم بشكل مباشر وغير مباشر في زيادة الاهتمام بقضايا المرأة وذلك من خلال إكسابها للمرأة سلوكيات إيجابية.

الجدول رقم (27): يوضح الحجم الساعي الذي تخصصه المرأة لمشاهدة التلفزيون وفق متغير الحالة المدنية.

المجموع	مطلقة		متزوجة		عزباء			
	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار		
%21.67	13	%1.66	1	%6.66	4	13.33%	8	أقل من ساعة
%51.66	31	%0	0	%15	9	%36.66	22	من ساعة إلى 3 ساعات
%26.66	16	%0	0	%11.66	7	%15	9	أكثر من 3 ساعات
%100	60	1.66%	1	%33.32	20	%64.99	39	المجموع

يتبين من بيانات الجدول أن أغلبية المبحوثات العازبات يقضين من ساعة إلى ثلاث ساعات لمشاهدة التلفزيون بنسبة بلغت 36.66% بينما انخفضت نسبة المبحوثات العازبات اللواتي يقضين أقل من ساعة وأكثر من ثلاث ساعات بنسبة متتالية قدرت بـ 15%، في حين انخفضت نسبة اللواتي يشاهدن التلفزيون أقل من ساعة من أفراد العينة المتزوجات حيث قدرات بـ 6.66% وهي نسبة قليلة وهذا راجع لكون المتزوجات لديهن انشغالات أكبر من العازبات.

الجدول رقم (28): يوضح العوامل التي تزيد من فعالية البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة حسب متغير السن.

المجموع	من 23 سنة فما فوق		من 21 إلى 23		18 إلى 20		الاحتمالات	
	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار	النسبة المئوية	التكرار		
	%20	12	%8	5	%6.66	4	3	زيادة المدة الزمنية
	%50	30	%23.33	14	%16.66	10	6	تنوع قضايا ومشكلات المرأة
	%30	18	%13.33	8	%13.33	7	3	وجود أخصائي
المجموع	%100	60	%44	27	%36	21	12	

يتبين من بيانات هذا الجدول أن أغلبية المبحوثات اللواتي تتراوح أعمارهن من 18 إلى 20 أكدوا بأن تنوع قضايا ومشكلات المرأة من العوامل التي تزيد من فعالية البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة وهذا بنسبة 10%، بينما جاءت عبارة وجود أخصائي وزيادة المدة الزمنية بنسبة قدرت بـ 5%، أما فيما يخص المبحوثات 21 إلى 23 سنة فنجد أن أغلبهم أيضا يرون من عوامل زيادة فعالية البرامج التلفزيونية فيما يتعلق بتنوع القضايا ومشكلات المرأة بنسبة بلغت 16.66%، فيما يخص وجود أخصائي فنسبتها قدرت بـ 13.33%، تليها في المرتبة الأخيرة وبأقل نسبة عامل زيادة المدة الزمنية بـ 6.66%، كما نجد المبحوثات اللواتي يتراوح أعمارهم من 23 سنة فما فوق يؤكدن بأن عامل تنوع قضايا ومشكلات المرأة من أهم العوامل بنسبة قدرت بـ 23.33% ثم تليها وجود أخصائي 13.33% ثم تليها زيادة المدة الزمنية بنسبة 8%.

وعلى هذا الأساس يمكن القول بأن من أهم عوامل زيادة فعالية البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة تتمثل في تنوع قضايا ومشكلات المرأة في المركز الأول ويليهما وجود أخصائي، وهذا حسب رأي المبحوثات من خلال فئات السن من 18 إلى 20 ومن 21 إلى 23، ومن 23 سنة فما فوق، وبالرغم من التباين الموجود بين المبحوثات نجد بأن جميع الفئات قد أكدت على نفس العوامل.

الجدول رقم (29): يوضح أسباب مشاهدة المرأة للبرامج المخصصة لها في التلفزيون حسب متغير الحالة المدنية.

المجموع		مطلقة		متزوجة		عزباء		الاحتمالات
النسبة المئوية	التكرار							
46.66%	28	%1.66	1	16.66%	10	28.33%	17	لأنها تلبي احتياجات المرأة المختلفة
31.66%	19	%0	0	%15	9	16%	10	لأسلوبها المتميز
13.33%	8	%0	0	6.66%	4	6.66%	4	للترفيه والترويح عن النفس
8.33%	5	0	0	3.33%	2	5%	3	لقضاء أوقات الفراغ
%100	60	%1.66	1	%41.67	25	%56.99	34	المجموع

يتبين لنا من خلال الجدول أعلاه أن المبحوثات العازبات يشاهدن البرامج الفضلة لهن في التلفزيون لأنها تلبي احتياجاتهم بنسبة 28.33% في حين أن هناك نسبة قدرت بـ 16% من المبحوثات العازبات يرون بأن ذلك لأسلوبها المتميز، بينما انخفضت نسبة اللواتي يرون أن ذلك من أجل الترفيه والترويح عن النفس قد قدرت بـ 6.66% في حين أن أضعف نسبة قدرت بـ 5% وهي التي ترى فيها المبحوثات بأنهن يتابعن هذه البرامج لقضاء أوقات الفراغ. أما في ما يخص فئة المتزوجات يرون بأن مشاهدة البرامج المخصصة لهن في التلفزيون من أجل تلبية احتياجاتهم المختلفة وقد قدرت بـ 16.66% في حين اللواتي يرون بأنها لأسلوبها المتميز تقدر بنسبة 15% وهذا ما يفسر ارتفاع الوعي لدى المرأة ومحاولة ما يستهلكونه من خلال هذه البرامج، ثم تليها نسبة المبحوثات اللواتي يرون بأن مشاهدة البرامج من أجل الترفيه والترويح عن النفس بنسبة 6.66% ولقضاء أوقات الفراغ بنسبة 3.33%، أما أضعف فئة فكانت لدى المطلقات اللواتي يرون بأن مشاهدة البرامج من أجل تلبية الاحتياجات وقد قدرت بـ 1.66%.

ومنه نستنتج أن مشاهدة المبحوثات للبرامج المخصصة لهن في التلفزيون يكون من أجل تلبية الاحتياجات المختلفة ولأسلوبها المتميز.

ثانياً: تفسير النتائج العامة للدراسة

خلصت الدراسة إلى مجموعة من النتائج وهي:

- أكدت الدراسات أن نصف المبحوثات دائمي التعرض للتلفزيون.
- يعتبر الحجم الساعي الذي تقضيه المبحوثات في مشاهدة التلفزيون من ساعة إلى ثلاث ساعات أكبر نسبة حيث قدرت بـ 30%.
- أن أغلبية أفراد العينة يشاهدن برامج التلفزيون مع أفراد العائلة حيث أن النسبة قدرت بـ 38.33%.
- يظهر أن الفترة الليلية هي أكثر الفترات للتعرض للتلفزيون، لكونها تتزامن مع العودة من الجامعة وتواجدهم مع العائلة داخل المنزل.
- بينت الدراسة أن أسباب مشاهدة المبحوثات للبرامج التلفزيونية تلبى رغبات واحتياجات المبحوثات.
- تشاهد المبحوثات البرامج المخصصة لها لتلبية احتياجاتها.
- بينت الدراسة أن الطالبات المبحوثات كان تقييمهن للبرامج التلفزيونية المخصصة للمرأة في التلفزيون حسن بنسبة كبيرة قدرت بـ 56.67%.
- كذلك بينت الدراسة بأن من أكثر المواضيع التي تركز عليها البرامج التلفزيونية نجد موضوع الجمال.
- بالإضافة إلى أن المرأة تستجيب للبرامج المخصصة لها في التلفزيون بدرجة كبيرة.
- يعد التلفزيون كوسيلة اتصال جماهيرية له صدى وتأثير على المرأة، وذلك حسب ميولاتها بحيث يزودها بأهم القضايا ويتفها ويلبي احتياجاتها التربوية.

ثالثا: تفسير نتائج الدراسة على ضوء الفرضيات

1- مناقشة النتائج على ضوء الفرضية الأولى:

- من خلال الفرضية الأولى التي مفادها: توجد برامج تلفزيونية مخصصة للمرأة تهتم بتلبية الاحتياجات التربوية للمرأة، يتبين لنا في ضوء تحليلنا للمعطيات في الجداول السابقة ما يلي:
- يتضح لنا من النتائج أن أغلب المبحوثات اللواتي يتراوح سنهم من 18 إلى 23 سنة فما فوق هم المبحوثات اللواتي أجريت عليهم الدراسة للتمكن للوصول إلى نتائج موضوعية.
 - يتضح لنا أن المبحوثات اللواتي يشاهدن التلفزيون دائما بنسبة 50%، وهذا يعود إلى أن المبحوثات يشاهدن التلفزيون من خلال متابعة برامجهم المفضلة.
 - يتبين لنا من النتائج أن أغلبية المبحوثات يشاهدن البرامج التلفزيونية لمدة قدرت من ساعة إلى ثلاث ساعات بنسبة 50%، وهذا ما يفسر أن المبحوثات يقضين وقت طويل في مشاهدة البرامج التلفزيونية.
 - يتبين لنا من خلال النتائج: أن الوقت المفضل لمشاهدة البرامج التلفزيونية هو الفترة الليلية بنسبة 60%.
 - يتبين لنا من خلال النتائج أن أغلبية المبحوثات يشاهدن البرامج المخصصة لهن في التلفزيون لأنها تلبي احتياجاتهم المختلفة بنسبة 43%، ولأجل أسلوبها المتميز بنسبة 30%.
 - يتبين لنا من خلال النتائج بأن المرأة راضية بشدة عن البرامج المقدمة لها في التلفزيون.
 - أما في ما يخص متغير العوامل التي تزيد من فعالية البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة، نجد أن متغير التخصص لا يؤثر على هذه العوامل حسب رأي المبحوثات.
 - نجد أن متغير الحالة المدنية يؤثر على رؤية المبحوثات من خلال الحجم الساعي الذي تخصصه المرأة لمشاهدة التلفزيون.

ومن خلال النسب المتحصل عليها نستنتج أن أغلبية المبحوثات يشاهدن البرامج المخصصة لهن لتلبية احتياجاتهم التربوية وبهذا تكون الفرضية محققة.

2- مناقشة النتائج على ضوء الفرضية الثانية:

من خلال الفرضية الثانية والتي مفادها: تنوع المواضيع التلفزيونية المخصصة للمرأة ساهم في تلبية احتياجاتها التربوية، يتبين لنا في ضوء تحليل المعطيات المدرجة في الجداول السابقة ما يلي:

- تبين لنا أن البرامج المخصصة للمرأة تركز على طرح قضاياها وانشغالاتها الحالية، وهذا ما دلت عليه نسبة 73.34%، وهذا ما يدل على أن المبحوثات راضيات عن البرامج المقدمة لهن.

- يتبين لنا أن التلفزيون يسهم في تلبية الاحتياجات التربوية للمرأة بنسبة كبيرة قدرت بـ 83.34% وهذا ما يدل على أن التلفزيون له دور في تلبية الاحتياجات التربوية للمرأة.

- يتبين لنا أن الاحتياجات التي تطرحها البرامج التلفزيونية للمرأة نجد الاحتياجات الاجتماعية بنسبة 58.34% والاحتياجات الدينية بنسبة 20%.

- يتبين لنا من خلال النتائج أن تأثير البرامج على سلوكيات المرأة يكون بدرجة متوسطة.

- يتبين لنا من خلال النتائج أن المواضيع التي تركز عليها البرامج التلفزيونية هي الجمال بنسبة 40% والطبخ بنسبة 21.66% وهذا ما يدل على أن المواضيع التي ركزت عليها البرامج التلفزيونية لبت احتياجات المرأة.

من خلال معطيات هذه الجداول والنسب المتحصل عليها نستنتج أن تنوع المواضيع المخصصة للمرأة ساعدتها على تلبية الاحتياجات التربوية وبهذا تكون الفرضية محققة.

وفي الأخير يمكن القول من خلال الدراسة النظرية والميدانية توصلنا إلى أن الفرضية التي مفادها يساهم التلفزيون في تلبية الاحتياجات التربوية للمرأة قد حققت كلياً بناءً على نتائج الجداول المتحصل عليها.

رابعاً: تفسير النتائج في ضوء النظريات

من خلا الدراسة التي قمنا بها توصلنا إلى أن التلفزيون يلعب دور كبيراً في تلبية الاحتياجات التربوية للمرأة، وذلك من خلال تركيزه على قضاياها المختلفة التي تقدمها مختلف البرامج التلفزيونية والتي تهدف بالدرجة الأولى إلى تحقيق رغبات المرأة وتقديم مواضيع تركز على قيم ومبادئ المرأة وأولى اهتماماتها، فهي تعتبر الخلية الأساسية لكل مجتمع أو أسرة.

وهذا ما يتوافق مع النظريات التي اعتمدنا عليها في دراستنا، حيث تركز هذه النظريات على مجموعة من المبادئ التي تعتمد عليها وسائل الإعلام، ودورها التوجيهي والثقافي والتعليمي التربوي، حيث أكدت على القيم والواجبات السياسية والاجتماعية خدمة لمصلحة المجتمع، فالاحتياجات التربوية تعتبر من الأولويات الرئيسية للمرأة من أجل الانفتاح والتوعية وتحقيق إشباع حاجاتها المختلفة.

وهذا ما سعى إليه التلفزيون محاولاً تخصيص ووضع برامج تعالج بعض قضايا وانشغالات المرأة المختلفة، والكشف عن احتياجاتها من أجل الوعي والارتقاء بالعقل.

خامساً: تفسير النتائج في ضوء الدراسات السابقة

توصلت دراستنا الحالية حول دور التلفزيون في تلبية الاحتياجات التربوية للمرأة إلى جملة من النتائج منها ما توافقت مع نتائج الدراسات السابقة ومنها ما لم يتوافق معها، ومنها ما يضيف قيمة علمية جديدة.

فيما يخص دراسة "كنزة حامد حامدي" بعنوان دور التلفزيون في تشكيل بعض القيم لدى المرأة الريفية الجزائرية قد توصلت إلى أن أهم برامج التلفزيون المفضلة لدى المرأة الريفية هي البرامج الاجتماعية والدينية، وأن التلفزيون لم يؤثر بدرجة كبيرة على تغيير بعض قيم وسلوكيات المرأة، وكونها سلطت الضوء على المرأة الريفية وهذا ما يتوافق مع دراستنا، كون المبحوثات يفضلن مشاهدة البرامج التلفزيونية المختلفة، والبرامج التي تراعي قيم ومبادئ المرأة في المجتمع الجزائري وبأن البرامج التلفزيونية تطرح احتياجات مختلفة للمرأة، ومنها ما هو ديني وسياسي وتعليمي فهي دراسة ساهمت بشكل كبير في توجيه مسار بحثنا.

أما فيما يخص دراسة " منى حين " بعنوان التلفزيون والمرأة دوره في تلبية احتياجاتها، توصلت إلى أن الإحتياجات الصحية حضيت باهتمام برامج المرأة، كما أن البرامج التلفزيونية اهتمت بالاحتياجات الاجتماعية للمرأة.

ون هذا فإن دراستنا الحالية تتوافق مع دراسة " منى حين " وذلك من خلال ما توصلنا إليه من نتائج وهي أن البرامج المفضلة للمرأة نجد منها البرامج الاجتماعية.

أما في مما يخص دراسة " سهام بولوداني " تحت عنوان جمهور الإعلانات التلفزيونية الأجنبية في الجزائر، وقد توصلت إلى أن درجة مشاهدة المرأة الجزائرية للإعلانات التلفزيونية تكون كبيرة، وهو ما يتوافق مع دراستنا التي توصلنا فيها إلى أن المرأة تشاهد التلفزيون بصفة دائمة.

واختلفت دراستنا عن دراسة سهام بولوداني في كونها قامت بدراسة جمهور الإعلانات التلفزيونية الأجنبية في الجزائر، في حين تميزت دراستنا عن دراستها في كوننا درسنا دور التلفزيون غي تلبية الاحتياجات التربوية للمرأة.

سادسا: صعوبات الدراسة

كبقية بحوث الطلبة واجهت دراستنا عراقيل في الجانب النظري والميداني يمكن استخلاصها في النقاط التالية:

- مواجهة اللبس في عدم توفر الدراسات السابقة المشابهة لدراستنا.
- نقص المصادر التي تخدم الموضوع وصعوبة الوصول إلى المعلومات على وجه الخصوص المتعلقة بالمرأة.
- إضافة إلى كل ذلك عامل الوقت الذي أرهقنا كثيرا ولم نحسن تقديره كما يجب.

خلاصة الفصل:

لقد توصلنا من خلال الدراسة الميدانية ومن خلال تفريغ الجداول وتفسير نتائجها، إلى نتائج الإجابة على التساؤل الرئيسي لمشكلة دراستنا المتمثل في "دور التلفزيون في تلبية الاحتياجات التربوية للمرأة".

فالبرامج التلفزيونية المخصصة للمرأة لها تأثير إيجابي على قيم المرأة وذلك من خلال ما تبثه من مواضيع وبرامج متوافقة مع ديننا وعاداتنا وتقاليدينا.

الخاتمة

إن التلفزيون في العصر الحديث، أصبح يمثل ضرورة لا غنى فيها لكل من المرأة والرجل والشباب والطفل، حيث أنه اتصال غير شخصي بين الوسيلة وجمهوره لتمرير رسالته إلى الجمهور الواسع وبصفة خاصة المرأة، مستخدماً الإبداع والأصالة والمتعة، حيث يلعب دوراً مهماً في نقل الأفكار وتغيير الاتجاهات وتدعيم السلوك، والتلفزيون يسعى إلى عرض موضوعاته، وبرامجه المختلفة التي من شأنها أن تلبي احتياجات المرأة، وفي هذا يعتمد على الإقناع وجذب الجمهور والتأثير عن طرق الصوت والصورة.

كما يلعب التلفزيون دوراً مهماً في تلبية احتياجات المرأة من خلال بثه لبرامج مخصصة للمرأة وبرامج اجتماعية، بالإضافة إلى برامج دينية وبرامج تعليمية وتنقيفية، فهو يقوم بتعريف المرأة بمختلف احتياجاتها، ومحاولة تقديم لها المعلومات الكافية عن انشغالاتها الحالية، وبهذا يمكن للتلفزيون أن يقنع المرأة ويحفزها على الاستمرار والمكافحة من أجل البقاء.

فمن خلال دراستنا النظرية والميدانية التي تناولت دور التلفزيون في تلبية الاحتياجات التربوية للمرأة حاولنا قدر الإمكان الإلمام بمتغيرات الدراسة نظرياً والتأكد من علاقتها ميدانياً، إذ توصلنا أن المبحوثات يشاهدن البرامج التلفزيونية المخصصة لهن لإشباع رغباتهن الكامنة لديهم، وأن دور التلفزيون كبير بالنسبة لهن والمتمثل في تلبية احتياجاتهم بحيث أن هذه البرامج تحقق الإشباع لدى المرأة.

فالتلفزيون على غرار كل الوسائل الأخرى، فهو يركز على الصوت والصورة في إحداث تأثيرات فعلية على سلوك المرأة.

على ضوء النتائج التي توصلنا إليها من خلال دراستنا هذه حول دور التلفزيون في تلبية الاحتياجات التربوية للمرأة، ارتأينا أن نقوم في الأخير باقتراح مجموعة من التوصيات ومن أهمها:

- ضرورة اهتمام التلفزيون بعرض مختلف قضايا المرأة وانشغالاتها ومشكلاتها من أجل تلبية احتياجاتها.
- تقوية البرامج التلفزيونية المخصصة للمرأة.

- التعمق أكثر في مناقشة وطرح قضايا التي تعرضها البرامج التلفزيونية وتدعيم المعلومات والمعطيات بآراء المختصين والخبراء لإضافة المزيد من المصداقية وإحداث التأثير المنشود.

- الاهتمام بالمرأة كونها الخليفة الأساسية لبناء المجتمع والأسرة بالأخص.

-
- العمل على تحسين صورة المرأة في وسائل الإعلام خاصة التلفزيون من خلال برامج متخصصة.
 - الوقوف على كافة العراقيل والعقبات التي تحد من فشل البرامج التلفزيونية في ترسيخ الأفكار والسلوكيات الصحيحة.

وتبقى هذه الدراسة في الأخير حلقة من حلقات البث المتواصل لاستكشافات دور التلفزيون في تلبية الاحتياجات التربوية للمرأة، لنفسح المجال للباحثين آخرين للتعمق في البحث واستكشاف مقاربات لم تتعرض لها هذه الدراسة الحالية.

قائمة المراجع

أولاً: المراجع

أ- الكتب:

- 1- إحسان محمد الحسن: علم اجتماع المرأة، ط1، دار وائل للنشر والتوزيع، الأردن، 2008.
- 2- أديب عقيل: التلفزيون وتحديات التنشئة الاجتماعية، مجلة النبأ، دمشق، العدد 24، كانون الأول، 2001.
- 3- بسام عبد الرحمان المشاقبة: نظريات الإعلام، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2011.
- 4- جبارة عطية: علم الاجتماع الإعلام، دار الوفاء للطباعة والنشر والتوزيع، مصر، 2001.
- 5- جمال العيفة: مؤسسات الإعلام والاتصال، الوظائف والهياكل والأدوار، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 2010.
- 6- جيهان رشتى: دور الإعلام في قضايا التعليم وتدريب المرأة، ط1، مركز تعليم وتدريب الطفل، الأردن، 2001.
- 7- حامد مجيد الشطري: الإعلان التلفزيوني ودوره في تكوين الصورة الذهنية، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2013.
- 8- حامد مجيد الشطري: الإعلان التلفزيوني ودوره في تكوين الصورة الذهنية، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، عمان، الأردن، 2013.
- 9- حسن عماد مكاوي، وليلى حسين السيد: الإتصال ونظرياته المعاصرة، ط1، عربية للطباعة والنشر، القاهرة، 1998.
- 10- حسين إبراهيم مكي وبركات عبد العزيز: المدخل إلى علم الإتصال، دار السلام، الكويت، 1995.
- 11- حميد جاعد محسن الدليمي: علم اجتماع الإعلام، رؤية سوسيولوجية مستقبلية، ط1، دار شروق للنشر والتوزيع، الأردن.
- 12- حميد سميسم: نظريات الاتصال، مكتبة نانسي دمياط، 2005.

قائمة المراجع

- 13- خالد بحى أحمد مساعد: دور وسائل الإعلام في تنمية المرأة وتطوير وعيها، مركز التدريب والدراسات السكانية، جامعة صنعاء، 2007.
- 14- خير زكرياء: الوضع الاجتماعي للمرأة العربية، ط1، الأهالي للطباعة والنشر والتوزيع، دمشق، 1990.
- 15- رابح كعباش: علم اجتماع التنظيم، مخبر علم اجتماع، جامعة منتوري، قسنطينة، الجزائر، 2006.
- 16- ربحى مصطفى عليان، عثمان محمد غنيم: أساليب البحث العلمي، (النظرية والتطبيق)، ط5، دار صفاء للنشر والتوزيع،
- 17- زهير أحداتن: تاريخ الإذاعة والتلفزة، ديوان المطبوعات الجامعية، الجزائر، 1984.
- 18- سليم عبد النبي: الإعلام التلفزيوني، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.
- 19- سماح سالم سالم: البحث الاجتماعي، المناهج، الإحصاء، ط1، دار الثقافة للنشر والتوزيع.
- 20- سميحة علي محمد مخلوف: دور التلفزيون في تحقيق الاحتياجات التربوية للشباب في الجامعة، ط1، القاهرة، 1992.
- 21- صالح دياب هندي: أثر وسائل الإعلام على تعليم الأطفال وتنقيفهم، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2006.
- 22- صالح دياب هندي: أثر وسائل الإعلام على تعليم الأطفال وتنقيفهم، دار الشروق للنشر والتوزيع، الأردن، 2006.
- 23- طارق سيد أحمد الخليفي: فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية، دار المعرفة الجامعية، 2005.
- 24- طارق سيد أحمد الخليفي: فن الكتابة الإذاعية والتلفزيونية، دار المعرفة الجامعية، 2005.
- 25- عامل إبراهيم قندلجي: البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات، ط1، دار اليازوري العلمية للنشر والتوزيع، عمان، 1990.
- 26- عبد الباسط محمد الحطامي: مقدمته في الإذاعة والتلفزيون، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن.
- 27- عبد الحميد حيفري: التلفزيون الجزائري واقع وآفاق، المؤسسة الوطنية للكتاب، الجزائر، 1985.

قائمة المراجع

- 28- عبد الرزاق محمد الدليمي: عولمة التلفزيون، دار جرير للنشر، عمان، 2005.
- 29- عبد الفتاح أبو معال: أثر وسائل الإعلام في تعليم الأطفال وتثقيفهم، دار الشروق للنشر والتوزيع، ط1، الأردن، 2006.
- 30- عبد الله عبد الرحمن: سوسيولوجيا الاعلام والاتصال: النشأة والتطورية والاتجاهات الحديثة والدراسات الميدانية، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2002.
- 31- عبد الله عبد الرحمن: سوسيولوجيا الإعلام والاتصال، عبد الله عبد الرحمن: سوسيولوجيا الإعلام والاتصال: النشأة والتطورية والاتجاهات الحديثة والدراسات الميدانية، دار المعرفة الجامعية، مصر، 2002.
- 32- عبد الله محمد الشريف: مناهج البحث العلمي، مؤسسة الثقافة الجامعية، الإسكندرية، 2008.
- 33- عبد المنعم الميلادي: الإعلام ومؤسسة شباب الجامعة للنشر، ط1، مصر، 2007.
- 34- عبد النبي عبد الله الطيب: فلسفة ونظريات الإعلام، ط1، الدار العالمية للنشر والتوزيع، 2014.
- 35- عصمت عدلي: علم الاجتماع الأمني، الأمن والمجتمع، دار المعرفة الجامعية، الإسكندرية، مصر، 2001.
- 36- عقيل حسين عقيل، فلسفة مناهج البحث العلمي، مكتبة مدبولي، 1999.
- 37- فضيل دليو: وسائل الاتصال وتكنولوجياته، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، منشورات جامعة منتوري، قسنطينة، 2002.
- 38- فؤاد أحمد الساري: وسائل الإعلام، النشأة والتطور، دار أسامة، عمان، 2011.
- 39- فيصل دليو: أسس البحث وكيفية في العلوم الاجتماعية، قسنطينة، 1997.
- 40- فيصل محمد أبو عيشة: الدعاية والإعلام، ط1، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن.
- 41- محمد أزهر سعيد السماك: طرق البحث العلمي، الأسس والتطبيقات، دار اليازوري للنشر والتوزيع، 2011.
- 42- محمد صاحب سلطان: العلاقات العامة ووسائل الاتصال، ط1، دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، الأردن، 2011.

قائمة المراجع

- 43- محمد صاحب سلطان: وسائل الإعلام والاتصال، دراسة في النشأة والتطور، ط1، عمان، 2012.
- 44- محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، ط2، عالم الكتب، 2004.
- 45- محمد عبد الرزاق إبراهيم وآخرون: ثقافة الطفل، ط3، دار الفكر، الأردن، 2009.
- 46- محمد عبد الوهاب حسن عشاوي: دور الصحف في إدارة الأزمات الأمنية، الشركة العربية المتحدة للتسويق، القاهرة، 2008.
- 47- محمد عبيدات وآخرون: منهجية البحث العلمي، قواعد ومراحل التطبيقات، ط2، دار وائل للنشر، الأردن، 2011.
- 48- مراد زعيمي: مؤسسات التنشئة الاجتماعية، جامعة باجي مختار، عنابة، الجزائر، ط1، 2003.
- 49- مظفر مندوب: التلفزيون ودوره التربوي في حياة الطفل العراقي، منشورات وزارة الثقافة والإعلام، العراق، 1993.
- 50- منى حين: التلفزيون والمرأة، دوره في تلبية احتياجاتها التربوية، ط1، عالم الكتب، القاهرة، 2006.
- 51- نجاه السنوسي: ظاهرة العنف ووسائل الإعلام، الجمعية المصرية لحماية الأطفال، مصر، 2008.
- 52- نصير بوعلي: التلفزيون الفضائي وأثره على الشباب في الجزائر، دار الهدى، الجزائر.
- 53- نور الدين تواتي: الصحافة المكتوبة والسمعية في الجزائر، ط1، الدار الخلدونية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2008.
- 54- النور دفع الله أحمد: أثر وسائل الإعلام في تعليم الأطفال وتنقيفهم، دار الشروق للتوزيع والنشر، الأردن، 2006.
- 55- هادي علوي: فصول عن المرأة، ط1، دار الكنوز الذهبية، لبنان، 1996.

ب- المذكرات الجامعية:

- 56- أحمد عظيمي: منهجية كتابة المذكرات وأطروحات الدكتوراه في علوم الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية للنشر والتوزيع، الجزائر، 2009.

قائمة المراجع

- 57- ثريا التيجاني: دور التلفزيون في تغيير القيم الاجتماعية في المجتمع الجزائري، مقدمة لنيل شهادة ماجستير في علم الاجتماع الثقافي، الجزائر، السنة الجامعية، 2007/2006.
- 58- رحيمة عيساني: دور التلفزيون في نشر العنف والجريمة، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير علوم الإتصال، عنابة، السنة الجامعية 1999-2000.
- 59- الزواوي أحمد الهادي: الإعلام الرياضي في التلفزيون الجزائري، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في منهجية ونظرية التربية البدنية والرياضية، الجزائر، السنة الجامعية 2007-2008.
- 60- سامية بن عمر: تأثير البرامج التلفزيونية الموجهة للأطفال على التنشئة الأسرية في المجتمع الجزائري، أطروحة مكملة لنيل شهادة الدكتوراه، منشورة العلوم في علم الاجتماع، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، الجزائر، 2013/2012 .
- 61- سلطان بلغيت: جمهور المعلمين وابرابول، دراسة ميدانية في عادات وأنماط مشاهدة معلمي المدرسة الأساسية، مذكرة ماجستير، 1999.
- 62- سميرة زعيم: الإعلام والتغطية الرياضية لسمعية البصرية (التلفزيون)، رسالة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في الإعلام الرياضي التربوي، الجزائر، السنة الجامعية 2007، 2008.
- ج- المعاجم والقواميس:**
- 63- إبراهيم مذكور وآخرون: معجم العلوم الاجتماعية، الهيئة المصرية العامة للكتاب، القاهرة، 1975.
- 64- أحمد زكي بدوي: معجم مصطلحات الإعلام، ط2، دار الكتاب المصري اللبناني، 1994.
- 65- دانيال ريع لاروس: عربي فرنسي، مكتبة لاروس، باريس، 1983.
- 66- عدنان أبو مصلح: معجم علم الاجتماع، دار أسامة للنشر والتوزيع، الأردن، 2010.
- د- المجالات:**
- 67- سهيلة تاتي: 40 سنة من أبيض وأسود في الفضاء، مجلة الشاشة، العدد 137، 2002.
- 68- مالك شعباني: دور التلفزيون في التنشئة الاجتماعية، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، بسكرة، العدد7، جانفي، 2012.

قائمة المراجع

69- محمد عاطف غيث: قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، القاهرة، 1995.

70- هيثم علي فيصل: بحث حول العوامل المؤثرة على مهارات المرأة في صنع القرار، مجلة الأنبار، العدد الثالث، 2010.

هـ - الملتقيات والمؤتمرات:

71- بن يحي سهايم، بوبزاري رانيا: الملتقى الوطني الأول حول قضايا المرأة في المجتمع الجزائري، قسم العلوم الاجتماعية جامعة العربي بن مهيدي، أم البواقي، يومي 6 و 7 مارس 2018.

72- ناهد رمزي: سياسات تنمية المرأة اجتماعيا، المؤتمر القومي الثاني للمرأة المصرية، القاهرة، 1992.

ثانيا: المواقع الإلكترونية

73- [http://www.service/w.jandtankardj.w\(1997\)communicationtheoriesoriginsmeth
odsandusesinthemassmedia\(uthed\)newyourklongrnan](http://www.service/w.jandtankardj.w(1997)communicationtheoriesoriginsmethodsandusesinthemassmedia(uthed)newyourklongrnan)

الملاحق

الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي

جامعة: محمد الصديق بن يحي قطب -جيجل-

كلية: العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم: علم الاجتماع

استمارة بحث بعنوان:

دور التلفزيون في تلبية الاحتياجات التربوية للمرأة

دراسة ميدانية على عينة من طالبات كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع تخصص: علم الاجتماع الإتصال

تحت إشراف الأستاذ:

د/ سهام بن يحي

إعداد الطالبتين:

- وسيلة بوخروفة

- وداد سياري

ملاحظة:

نحن طلبة بالسنة الثانية ماستر تخصص علم اجتماع الاتصال بجامعة محمد الصديق بن يحي يشرفنا أن نلتمس من سيادتكم المحترمة ملئ هذه الاستمارة وذلك بوضع علامة (X) أمام المكان المناسب، علما أن بيانات هذه الاستمارة سرية ولا تستخدم إلا لأغراض البحث العلمي.

السنة الجامعية: 2018/2019

المحور الأول: البيانات الشخصية

1- السن:

من [20-18]، من [21-23]، من [23 سنة فما فوق]

2- الحالة المدنية:

عزباء متزوجة مطلقة

3- مكان الإقامة:

حضري شبه حضري ريفي

4- المستوى الدراسي:

ليسانس ماستر

المحور الثاني: البرامج التلفزيونية المخصصة للمرأة وتلبية احتياجاتها التربوية.

5- هل تشاهدین التلفاز؟

دائماً أحياناً ناذراً

6- ما هو الحجم الساعي الذي تخصصينه لمشاهدة التلفزيون؟

أقل من ساعة من ساعة إلى 3 ساعات أكثر من 3 ساعات

7- هل تفضلين مشاهدة البرامج التلفزيونية؟

مع العائلة بمفردك دون تحديد

8- ما هو الوقت المفضل لمشاهدة البرامج التلفزيونية؟

- الفترة الصباحية

- الفترة المسائية

- الفترة الليلية

9- ما هي البرامج التي تفضلين مشاهدتها في التلفزيون؟

- برامج اجتماعية برامج سياسية برامج ثقافية تعليمية.
- برامج ترفيهية برامج مخصصة للمرأة

10- هل تطرح البرامج التلفزيونية قضايا وانشغالات المرأة؟

- دائما غالبا أحيانا نادرا

11- ما هي أسباب مشاهدتك للبرامج المخصصة لك في التلفزيون؟

- لأنها تلبي احتياجاتك المختلفة

- لأسلوبها المميز

- للترفيه والترويح عن النفس

- لقضاء أوقات الفراغ

12- هل أنت راضية عن البرامج المقدمة لك في التلفزيون؟

- راضية بشدة نوعا ما محايدة غير راضية
- غير راضية تماما

13- هل ترين وجود نقائص في البرامج التلفزيونية المعالجة لقضايا المرأة؟

- نعم لا

- إذا كانت الإجابة بـ "نعم" أين تكمن هذه النقائص؟

- طريقة التنشيط المواضيع المعالجة المدة الزمنية
- عدم كفاءة القائم بالاتصال الإعداد الإخراج

14- ما هي العوامل التي تزيد من فعالية البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة؟

زيادة المدة الزمنية تنوع قضايا ومشكلات المرأة وجود أخصائي

- أخرى تذكر:

15- ما هي الصعوبات التي تواجهك أثناء مشاهدة التلفزيون؟

صعوبات لغوية استيعاب الموضوع

- أخرى تذكر:

16- كيف تقيمين مدى تلبية احتياجاتك التربوية من خلال البرامج التلفزيونية؟

.....
.....
.....

المحور الثالث: كلما تنوعت مواضيع البرامج التلفزيونية المخصصة للمرأة كلما ساهم ذلك في تلبية الاحتياجات التربوية للمرأة.

17- هل تخصص البرامج التلفزيونية حصص خاصة بالمرأة؟

نعم لا

- في حالة الإجابة بـ "نعم" حسب رأيك؟

كافية غير كافية

18- هل تركز البرامج المخصصة للمرأة على طرح قضايا وانشغالاتها الحالية؟

نعم لا

19 هل تعتقد أن التلفزيون يسهم في تلبية احتياجات المرأة؟

نعم لا

- إذا كانت الإجابة بـ "نعم" كيف ذلك؟

بنسبة كبيرة بنسبة متوسطة بنسبة قليلة

20- ما هي الإحتياجات التي تطرحها البرامج المخصصة للمرأة؟

احتياجات اجتماعية احتياجات دينية

احتياجات اقتصادية احتياجات سياسية

21- هل تعتقد أن البرامج التلفزيونية المخصصة للمرأة تراعي قيم ومبادئ المجتمع الجزائري؟

نعم لا

- إذا كانت الإجابة بـ "نعم" في رأيك ما هي القيم أو المبادئ التي تركز عليها البرامج التلفزيونية؟

.....
.....

22- من خلال مشاهدتك لهذه البرامج ساعدتك على:

زيادة المعلومات تغيير السلوكيات

تعديل الاتجاهات تبني اتجاهات جديدة

23- إلى أي مدى أثرت هذه البرامج على سلوكياتك؟

درجة كبيرة درجة متوسطة درجة ضعيفة

24- حدد المواضيع التي تركز عليها البرامج التلفزيونية؟

الجمال -

الصحة -

الطبخ -

- العنف ضد المرأة
- الخياطة
- الرياضة

25- ماذا نقترحين لتحسين مستوى البرامج المقدمة في قنوات التلفزيون لتلبية الاحتياجات التربوية للمرأة؟

- تكوين وتدريب القائم بالاتصال في مجال تخصص المرأة
- وضع برامج متعددة ومتنوعة حول المرأة
- التنوع في الأشكال التلفزيونية لطرح قضايا المرأة
- وضع برامج ثابتة ومستمرة للمرأة

ملخص الدراسة

ملخص الدراسة:

خلصنا في دراستنا الحالية دور التلفزيون في تلبية الاحتياجات التربوية للمرأة، وهي عبارة عن دراسة ميدانية أجريت على عينة من طالبات كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة محمد الصديق بن يحيى بجيجل - تاسوست- والتي تطرقنا فيها إلى دور التلفزيون في تلبية الاحتياجات التربوية للمرأة، وذلك من خلال إسهام التلفزيون في تلبية احتياجات المرأة، عن طريق تخصيص حصص خاصة للمرأة، وطرح قضايا وانشغالاتها الحالية، وطرح الاحتياجات المختلفة لها من احتياجات اجتماعية، ودينية، واحتياجات اقتصادية وسياسية، ولا يتم ذلك إلى عن طريق توفر عوامل تزيد من فعالية البرامج التلفزيونية الموجهة للمرأة كالتنوع في قضايا ومشكلات المرأة، ووجود أخصائيين، وكذلك زيادة المدة الزمنية، وذلك يكون بتوفر قيم ومبادئ تركز عليها البرامج التلفزيونية المخصصة للمرأة.

وتتضمن دراستنا التساؤل الرئيسي الآتي:

"ما هو دور التلفزيون في تلبية الاحتياجات التربوية للمرأة؟"

وتحت التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية تتلخص فيما يلي:

- هل توجد برامج تلفزيونية مخصصة لتلبية الاحتياجات التربوية للمرأة؟.
- هل المواضيع التلفزيونية المخصصة للمرأة تساعدها على تلبية احتياجاتها التربوية؟.
- وفي الأخير توصلنا في دراستنا هذه إلى جملة من النتائج أهمها:
- أن التلفزيون ساهم وبشكل كبير في تلبية احتياجات المرأة.
- أغلب المبحوثات يفضلن مشاهدة برامج مخصصة للمرأة.
- تحقق البرامج التلفزيونية دورا فعالا في الإحساس بمشكلات وقضايا المرأة.
- أغلب المبحوثات يفضلن مشاهدة التلفزيون في الفترة الليلية من ساعة إلى 3 ساعات.
- تحقق البرامج التلفزيونية دورا فعالا من أجل ترسيخ القيم والمبادئ لدى المرأة.

وتتدرج دراستنا ضمن البحوث الوصفية التي سعت إلى معرفة ما هو دور التلفزيون في تلبية
الاحتياجات التربوية للمرأة؟

وقد اعتمدنا المنهج الوصفي لأنه يتلاءم مع دراستنا إلى جانب اعتمادنا على الاستبيان كأداة
رئيسية لموضوع دراستنا، واخترنا عينة تتكون من 60 مفردة اختيرت بطريقة عشوائية قصدية.

- **الكلمات المفتاحية:** الدور، التلفزيون، المرأة.

Study's summary :

Our research that has as a title –the role of TV in women's educational needs satisfaction = it is a field research that has been done on a sample of humans and social sciences's faculty at Mohamed El saddik Ben yahia university =Tassoust=in this research we were looking for identifying the role of the television in women's educational needs satisfaction ,because the TV is satisfying women needs by its female programs that treat women's matters and interests,it treats also their different needs like :social,religious,economic and politic needs.that's depends on many factors that increase the efficiency of TV programs destined to women like : mentioning the different matters and problems that concern women, specialists presence, also the long duration ,without forgetting the morals in these women's television programs.

Our research includes this main question :

What is the role of the TV in women's educational needs !

There are also secondarys questions :

Are there any television programs destined to satisfy women's educational needs !

Are the television programs topics help woman to get their educational needs !

At the end of our research we got these results :

The TV has largely contributed in women's needs satisfaction

Most of them prefer to watch programs destined to women the TV programs contribute largely in women's matters and problems awareness

Most of them prefer watching TV in the night period from 1 to 3 hours

The TV programs have an important role in women's education

Our research is descriptive that wants to know the role of TV in women's educational needs

We followed the descriptive method because it is ideal for our research, we also used the justification as a main tool, we have chosen a sample of 60 persons by a random way.

Key words : The role , The Television , The woman .