



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية

وزارة التعليم العالي والبحث العلمي



جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -

قسم الإعلام والاتصال

عنوان المذكرة:

المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية في قناة الشروق TV

دراسة تحليلية لعينة من أعداد برنامج "افتح قلبك"

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: سمعي بصري

إشراف الأستاذ:

- نبيل خيري.

إعداد الطالبين:

- هاجر شليغوم.

- ليندة شالوم.

لجنة المناقشة

رئيسا	أستاذ محاضر بجيجل	1- سمير لعرج
مشرفا ومقررا	أستاذ محاضر بجيجل	2- نبيل خيري
مناقشا	أستاذ محاضر بجيجل	3- مسعود بوسعدية

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

شكر و تقدير

نحمد الله ونشكره أولاً وأخيراً، حمداً طيباً مباركاً فيه، على فضله ونعمه أن أمدنا بالعزم والصبر والقوة لإنجاز هذا البحث العلمي القيم.

نتقدم أولاً بالشكر والتقدير للأسرة التعليمية والأكاديمية على رأسهم رئيس قسم علوم الإعلام والاتصال "مسعود بوسعدية" على دعمه للطلبة ووقوفه إلى جانبهم ودفاعه عن حقوقهم، وإعطائنا فرصة ووقت كافي لإكمال انجاز هذه الدراسة، وتقديره لكل الظروف والصعوبات التي واجهتنا

كما نتقدم بالشكر إلى جميع أساتذة قسم علوم الإعلام والاتصال بجامعة محمد الصديق بن يحي تاسوست -جيجل-

والى كل من علمنا حرفاً نافعاً، وخلقاً حسناً، ونتوجه بالشكر الجزيل بصفة خاصة إلى الأستاذ الفاضل المشرف علينا "خيري نبيل" على كل ما قدمه لنا من نصائح وارشادات طيلة فترة عملنا لهذا البحث العلمي.

إلى كل من دعمنا من قريب أو من بعيد، ولو بكلمة طيبة أو كلمة تشجيع وتحفيز لكي نواصل الطريق إلى الأخير.

جزاكم الله خيراً، والحمد لله الذي تتم بنعمته الصالحات.

ليندة - هاجر





" وقل أعملوا فسيرى الله عملكم ورسوله والمؤمنين "

صدق الله العظيم.

اهدي ثمرة جهدي هذا إلى جميع طلبة العلم في قسم علوم الإعلام والاتصال، راجية من الله أن يكون علما نافعا وبحثا خالصا، وان تكون الغاية منها تقويم الرسالة الإعلامية وإعطاء الفائدة لكل من يحتاجها.

إلى الوالدين الكريمين حفظهما الله ورعاهما اللذان لطالما رفقاني بدعائهما.

إلى جميع أفراد عائلتي..... إلى جميع إخوتي، إلى البراعم والكتاكيت..... عبد الرحمان نزييم، عبد الرؤوف ، إسراء.....

إلى جميع أحبائيوصديقاتي وزملائي و زميلاتني في الدراسة.



إهداء

أهدي ثمرة نجاحي هذا للذين قال في حقهم الله عز وجل

في محكم تنزيله « وقضى ربك ألا تعبدوا إلا إياه وبالوالدين إحسانا إما يبلغنا عندك الكبر أحدهما أو كلاهما فلا تقل لهما أف ولا تنهرهما وقل لهما قولا كريما
واخفض لهما جناح الذل من الرحمة وقل ربي ارحمهما كما ربياني صغيرا».

إلى من رفعت رأسي عاليا افتخارا به إلى من علمني الصبر والاجتهاد
إلى من وهب نفسه لسعادتنا " والدي الحبيب " " بلقاسم ".

إلى من كانت أحن عليا من نفسي

إلى من بدعائها تكسيني إلى من تعيش في روحي وكانت من الشهد روحها ترويني "أمي الغالية"
"فريدة"

إلى إخوتي وأخواتي الأعزاء كل باسمه: طارق، أسامة، ملاك، مريم.

إلى كل الأهل والأقارب

إلى من سرنا سويا ونحن نشق الطريق معا نحو النجاح والإبداع

إلى من تكاتفنا يدا بيذا ونحن نقطف زهرة تعلمنا إلى صديقتي رفيقات دربي

إلى من جمعتني بهم دروب العلم والمعرفة طلبة قسم علوم الإعلام والاتصال.

إلى كل من ساعدني في هذا العمل من قريب أو من بعيد

إلى كل من كان لهم أثر على حياتي إلى كل من أحبهم قلبي ونسيهم قلبي.

تناولت هذه الدراسة، موضوع "المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية في قناة الشروق TV دراسة تحليلية لعيّنة من أعداد برنامج "افتح قلبك" حيث تسعى إلى التعرف على كيفية معالجة برنامج "افتح قلبك"، للقضايا الاجتماعية، وذلك بالتّعرف على أهم المواضيع المطروحة والمسكوت عنها والتي تخصّ المجتمع الجزائري واتّجاه البرنامج من معالجته لهاته المواضيع في القنوات الخاصّة، كما تنبع أهميّة هذه الدراسة من خلال التّركيز على البرامج الاجتماعية وإلقاء نظرة على القنوات التلفزيونية الخاصّة، كذلك التعرف على دورها في عمليات التوجيه والإرشاد للمواطن الجزائري.

وبناء على هذا قمنا بطرح التساؤل التالي:

كيف عاجلت قناة الشروق TV القضايا الاجتماعية من خلال برنامج "افتح قلبك"؟

وضمن هذه التّساؤل الرئيسي اندرجت تحته جملة من التّساؤلات الفرعية تمثّلت فيما يلي:

● تساؤلات خاصّة بالمضمون الإعلامي (فئات ماذا قيل؟):

- ما هي المواضيع الاجتماعية التي عاجلها برنامج "افتح قلبك" على قناة الشروق TV؟
- ما هي الأهداف التي يسعى برنامج "افتح قلبك" تحقيقها خلال معالجته للقضايا الاجتماعية على قناة الشروق TV؟
- ما هي القيم التي يتضمنها برنامج "افتح قلبك" من خلال القضايا الاجتماعية على قناة الشروق TV؟

● تساؤلات خاصّة بالشكل (فئات كيف قيل؟):

- ما هي المدة الزمنية المخصّصة لمعالجة القضايا الاجتماعية في برنامج "افتح قلبك" على قناة الشروق TV؟
- ما هي اللّغة المستخدمة في برنامج "افتح قلبك" على قناة الشروق TV؟
- ما هي طبيعة المؤثرات الصوتية التي اعتمد عليها البرنامج أثناء معالجة القضايا الاجتماعية؟

معتمدين في ذلك على العيّنة، القصديّة لتحليل 12 عدد تمّ اختيارهم بطريقة قصديّة، ويهدف الإجابة على التّساؤل الرّئيس اتّبعنا المنهج الوصفي، الذي يقوم بوصف الظّاهرة أو المشكلة المراد بحثها اعتمادا على أسلوب تحليل المحتوى كأداة لجمع البيانات إلى جانب استمارة تحليل المحتوى. ولقد خلصت الدّراسة إلى جملة من النتائج تتمثّل في:

✓ أغلب الموضوعات التي تناولها برنامج "افتح قلبك"، والتي جاءت ضمن القضايا الاجتماعيّة تمثلت في : العلاقات الأسريّة، المشاكل الأسريّة، الصّحة، التّربي، مشاكل المجتمع وظروف الحياة الصّعبة.

✓ أظهرت الدّراسة أن أهداف معالجة برنامج افتح قلبك للقضايا الاجتماعيّة هي الكشف عن الحقيقة بنسبة أكبر ثمّ تليها نشر قيم المحبة.

✓ برز في الدّراسة التحليلية أن برنامج "افتح قلبك" اعتمد على القيم الإيجابيّة مثل قيمة الحب والصبر والتسامح، والسلوكات والقيم السلبية من ظلم واستغلال وتهميش في معالجته للقضايا الاجتماعيّة.

✓ أظهرت الدّراسة أن اتجاه برنامج "افتح قلبك" كان محايدا.

✓ خصص برنامج افتح قلبك مدة زمنيّة كبيرة لمعالجة المواضيع الاجتماعيّة وهذا دليل على اهتمامه بقضايا المجتمع الجزائري ومشاكله.

✓ اعتمد برنامج "افتح قلبك" على المزج بين اللغة العامية واللغة الأجنبيّة في معالجته للقضايا الاجتماعيّة، وذلك تماشيا مع خصائص الجمهور المستهدف، حيث نوقشت المواضيع بلغة عامية بسيطة ولغة أجنبيّة باستخدام المصطلحات المفهومة والمتداولة في المجتمع قصد التأثير والإقناع.

✓ أغلب المؤثرات الصوتية التي اعتمدها برنامج "افتح قلبك" في معالجته للقضايا الاجتماعيّة هي الأصوات الطبيعيّة التي تتمثّل في الصراخ أو البكاء تعبيرا عن حالة معيّنة أو وضع معين.

الكلمات المفتاحية: المعالجة الإعلامية، القضايا الاجتماعية، قناة الشروق TV.

Summary

This study attempt to discuss the topic of « Media Treatment of Social Issues in Echorouk TV Channel via an analytical study of many episodes of “Open Your Heart (IftahQualbak) ‘Program»

The importance of this study stems from focusing on social programs and taking a look at private TV channels, as well as spot the light on their role in the guidance and counseling processes for the Algerian citizen.

The main question to be asked here is « how the program ‘ open your heart ‘ dealt with the social issues? And what are the strategies of Echorouk TV and the private channels that discuss the social perspective of Algerian people toward the controversial topics and other taboos.

Within the main question asked above, a number of sub-questions came under it, and they were as follows:

Questions related to the content of the media(categories of what was said?)

- What are the social issues addressed by the "Open Your Heart" program on Echorouk TV?
- What are the goals that "Open Your Heart" aims to achieve while dealing with social issues on Echorouk TV?
- What are the values included in the "Open Your Heart" program through social issues on Echorouk TV?

Questions related to the form (How was it said?)

- What is the time allotted to address social issues in the "Open Your Heart" program on Echorouk TV?
- What is the language used in the "Open Your Heart" program on Echorouk TV?
- What is the nature of the sound effects that the program relied on while addressing social issues?

based on the sample, intentionality to analyze 12 numbers that were deliberately chosen, and in order to answer the main question, we followed the descriptive approach, which describes the phenomenon or problem to be examined based on the method of content analysis as a tool to collect data in addition to the content analysis form.

The study concluded with a set of results:

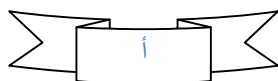
- Most of the topics covered by the "Open Your Heart" program, which came within the framework of social issues, were: family relations, family problems, health, adoption, community problems and difficult life circumstances.
- The study showed that the goals of the Open Your Heart program for social issues are to reveal the truth at a greater rate, then spread the values of love.
- It emerged in the analytical study that the "Open Your Heart" program relied on positive values such as the value of love, patience and tolerance, and negative behaviors and values of injustice, exploitation and marginalization in its treatment of social issues.
- Open Your Heart program devoted a large period of time to addressing social issues, and this is evidence of its interest in the issues and problems of Algerian society.
- The "Open Your Heart" program relied on a mixture of colloquial and foreign language in its treatment of social issues, in line with the characteristics of the target audience. The topics were discussed in a simple colloquial language and a foreign language using the terms that are understood and circulated in society in order to influence and persuade.
- Most of the sound effects adopted by the "Open Your Heart" program in its treatment of social issues are the natural sounds that are represented by screaming or crying as an expression of a specific situation or a certain situation.

Key words: Media treatment, social issues, Echorouk TV.

مقدمة

تلعب وسائل الإعلام دورا مهما ومؤثرا في حياة الأفراد والمجتمعات في الوقت الراهن كونها من المؤسسات الفاعلة والمساهمة في التنشئة الاجتماعية، ويظهر ذلك جليا في مختلف المضامين والمواد الإعلامية، التي تبث إلى الجمهور سواء كان جمهور عريض ومتنوع الحاجات والأفكار واهتمامات والاستخدامات، وهذه الوسائل أساليبها في التأثير والإقناع، عبر الرسائل الإعلامية التي تبثها لتزيد بذلك درجة التأثير سلبا أو إيجابا وفق المنظور المستخدم، فكلما كانت هتله الرسائل مقنعة، وتميزت موضوعاتها بالنزاهة والموضوعية والصدق، كلما كان التأثير كبيرا على الأفراد والأسرة، حيث أصبحت كل وسيلة تسعى إلى أن تكون في الريادة، خاصة في ظل المنافسة التي تشهدها الساحة الإعلامية اليوم.

يعدّ التلفزيون باعتباره أحد أهم الوسائل السمعية البصرية، التي تقدم من خلال قنواته المتعددة مجموعة من المضامين والمحتويات كما تطرح حقائق ووقائع وقضايا تهم أفراد المجتمع ككل، وتعالج العديد من المشكلات أو القضايا الاجتماعية المسكوت عنها التي يعيشها ويعاني منها الأفراد داخل المجتمع، من خلال مناقشة الأسباب التي تؤدي إلى حدوث هذه المشاكل بهدف إيجاد الحلول المناسبة من طرف الجهات المعنية، لهذا اهتمت فضائية الشروق بتخصيص باقة متنوعة من البرامج الاجتماعية التي تتميز بتنوع مضامينها وتطابقها مع ما يحدث في الواقع الجزائري، لترصد كل القضايا على مستوى جميع المجالات بما فيها المجال الاجتماعي باعتباره أهم ويلعب دور كبير في استقرار البلد آنذاك، وقد اهتمت القناة بالقطاع الاجتماعي من خلال معالجتها بشكل مستمر لمشاكل المجتمع، من خلال تخصيص مساحات لا بأس بها في الساحة الإعلامية لعرض البرامج الاجتماعية، الريبورتاجات المسلسلات الدرامية والفكاهية الهادفة التي تركز في مضمونها على نقل الواقع الذي يعيشه المواطن الجزائري، والمشاكل التي يعاني منها والتي أصبحت حاجزا أمام استقراره، لذا يجب الاهتمام الفعلي بهذه القضايا الحساسة، من خلال تكاثف وتضافر الجهود الإعلامية لتستطيع تجاوز هذه المشاكل والقضاء عليها.



ومن هذا المنطلق، قمنا بهذه الدراسة لمعرفة كيف عالجت قناة الشروق TV القضايا الاجتماعية من خلال برنامج "افتح قلبك"، وأهم المواضيع التي تم تناولها في البرنامج، إضافة إلى الطريقة التي تناولها القائمون على البرنامج لتلك القضايا، كما عملنا من خلال هذه الدراسة، إلى معرفة أهداف البرنامج، وأبجدياته نحو تناوله لقضايا المجتمع الجزائري، وذلك من خلال تحليل مضمونه.

ولقد ارتأينا الاعتماد في دراستنا على خطة منهجية مقسمة إلى ثلاث جوانب رئيسية هي: الجانب المنهجي، الجانب النظري، الجانب التطبيقي، وكل ذلك وفقا لما يلي:

تضمن الجانب المنهجي الفصل الأول الذي خصصناه للإطار المنهجي للدراسة، حيث تطرقنا فيه إلى تمهيد ثم طرح مشكلة الدراسة التي تتمحور حول المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية في قناة الشروق TV، والتي اندرجت ضمنها التساؤلات الفرعية للدراسة، أسباب اختيار الموضوع، أهمية الدراسة، أهداف الدراسة، منهج الدراسة، مجتمع البحث وعينة الدراسة، حدود الدراسة، أدوات جمع البيانات، وفي الأخير تم تحديد مفاهيم الدراسة حسب متغيراتها، وأهم الدراسات السابقة والمشابهة والتعقيب عليها، لنختتم الإطار المنهجي بعرض المقاربة النظرية التي اعتمدها في الدراسة.

أما الجانب النظري فقد تضمن فصلين: الفصل الثاني: جاء تحت عنوان "القنوات الفضائية الخاصة ونشأتها في الجزائر"، وقد تضمن تمهيد الفصل ثم تناولنا فيه تعريف القنوات الفضائية الخاصة، عوامل ظهور القنوات الفضائية الخاصة، لمحة تاريخية عن قطاع السمع البصري في الجزائر، نشأة وتطور القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة، أنواع القنوات الفضائية الخاصة، نماذج لبعض القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر، دوافع ظهور القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر، واقع القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر، تحديات القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر، إيجابيات القنوات الفضائية الخاصة، سلبيات القنوات الفضائية الخاصة، وتختتم أخيرا بملخص الفصل.

أما الفصل الثالث جاء تحت عنوان "القضايا الاجتماعية في بولج القنوات التلفزيونية"، وقد تضمن تمهيد الفصل، ثم مفهوم القضايا الاجتماعية، تصنيف القضايا الاجتماعية، كما تطرقنا أيضا إلى دور وسائل الإعلام في معالجة القضايا الاجتماعية تعريف البرامج التلفزيونية، أنواع البرامج التلفزيونية، مكونات البرامج التلفزيونية، إضافة إلى تعريف البرامج الاجتماعية، خصائص وسمات البرامج الاجتماعية، عناصر البرامج الاجتماعية، كيفية إعداد البرامج الاجتماعية، أهمية وأهداف البرامج الاجتماعية، وفي الأخير تطرقنا إلى تأثير البرامج الاجتماعية، خلاصة الفصل.

أما الجانب التطبيقي فقد تضمن الفصل الرابع الذي جاء بعنوان دراسة تحليلية لبرنامج "افتح قلبك" على قناة الشروق TV، والذي تضمن تمهيد ثم التعريف بقناة الشروق TV، عرض وتحليل البيانات الخاصة بفئات المضمون "ماذا قيل؟" وفئات الشكل "كيف قيل؟" وفي الأخير خلاصة الفصل.

كما تم تقديم النتائج العامة للدراسة التي توصلنا إليها، وفي نهاية الفصل تم تقديم الاقتراحات والتوصيات التي استنبطناها من النتائج التي توصلنا إليها.

الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة.

- 1- مشكلة الدراسة وتساؤلاتها.
- 2- أسباب اختيار الموضوع.
- 3- أهمية الدراسة.
- 4- أهداف الدراسة.
- 5- تحديد مفاهيم الدراسة.
- 6- منهج الدراسة.
- 7- مجتمع البحث وعيّنّة الدراسة.
- 8- أدوات جمع البيانات.
- 9- حدود الدراسة.
- 10- الدراسات السابقة والمشابهة.
- 11- المقاربة النظرية للدراسة.

تمهيد:

يكتسي الإطار المنهجي أهمية بالغة في إنجاز أي بحث علمي، كونه يعتبر نقطة البداية وأهم خطوة يبدأ منها الباحث من أجل الإحاطة بجوانب الموضوع، وتحديد المعايير التي يعتمد عليها، لتحقيق الهدف المرجو من دراسته.

لقد تطرقنا في هذا الفصل إلى أهم العناصر المنهجية انطلاقاً من مشكلة الدراسة ثم الأهداف التي تسعى لبلوغها، بعدها عرضنا المفاهيم ذات الصلة المباشرة بالموضوع، ثم حددنا منهج الدراسة ومجتمع البحث وعينة الدراسة، كما أوردنا كذلك أدوات جمع البيانات المستخدمة، وأبرزنا حدود الدراسة، وفي الأخير تطرقنا إلى الدراسات السابقة والمشابهة مع التّعقيب عليها، إضافة إلى المقاربة النظرية للدراسة.

1- مشكلة الدراسة:

يعتبر الإعلام أو الميديا أداة فاعلة في تشكيل المجتمعات المعاصرة من خلال العمل على تغيير الدّهنيات والتأثير في العقول وفق الأفكار والمعتقدات المراد ترسيخها في المجتمع، وكذلك من خلال اللّور الذي تلعبه مختلف وسائله في إيصال الأخبار والمعلومات ومختلف الأحداث وكل ما يهم الأفراد وقت حدوثها ووقوعها، ومن بين أهم هذه الوسائل نجد "التلفزيون" الذي يبقى الوسيلة المتصدرة التي لها صدى واسع وسط الجماهير كونه يتوفر على سمات ومميزات تميزه عن باقي الوسائل الأخرى حيث يقدم محتواه مدعما بالصوت والصورة والحركة على خلاف الوسائل الإعلامية الكلاسيكية الأخرى.

تكمن أهمية التلفزيون في كونه وسيلة إعلامية جماهيرية في المجتمع، من أهم مميزاته أنه تخطى حاجز الأمية حيث يث رسائله لكافة الأفراد والفئات في المجتمع على اختلاف ثقافتهم ودرجة تعليمهم ومستوياتهم، كما أنّ إرساله يتخطى الحدود الطبيعية والجغرافية والسياسية وخاصة مع استخدام الأقمار الصناعية وتكنولوجيا البث الرقمي في البث التلفزيوني وانتشار القنوات الفضائية، وهو الأمر الذي جعل من التلفزيون وسيلة بصرية سمعية تساهم بـ: 88% في تحصيل المعرفة البشرية حيث تلعب الصّورة دورا كبيرا في الإدراك الحسي للمعلومات اللفظية التي تصاحبها.

لقد عرف التلفزيون تطورا كبيرا بظهور البث الفضائي الذي ساهم في ظهور القنوات الفضائية وتنوعها وانتشارها على أوسع نطاق خاصة بعد التحرر والانفتاح الإعلامي الذي عرفته الساحة الإعلامية في السنوات الأخيرة والذي شهده قطاع السمعي البصري في أغلب المناطق العربية، فأصبحت هذه القنوات تشكل محورا أساسيا وفاعلا في عملية إدراك المجتمع للواقع المعاش وذلك من خلال ما تنقله من أحداث وما تبثه من رسائل.

وقد واكبت الجزائر كغيرها من اللول العربية هذا التنوع في الفضاء السمعي البصري ورفعت الحضر القانوني عن إنشاء قنوات تلفزيونية خاصة مع صدور القانون العضوي للإعلام 2012 الذي لا يزال تكتنفه عقبات في التطبيق على أرض الواقع لاسيما فيما يتعلق بممارسة النشاط السمعي

البصري، وبالرغم من ذلك سمحت سلطات البلاد لبعض المؤسسات التلفزيونية الخاصة بالنشاط في الجزائر وكأنها قنوات فضائية جزائرية بالرغم من أنها لا تزال خاضعة للقانون الأجنبي، وهو الأمر الذي فتح المجال أمام إنشاء قنوات تابعة للقطاع الخاص تبث مضامين جزائرية وتتمتع بهامش من الحرية والاستقلالية في الممارسة الإعلامية، حيث سعت إلى وضع شبكة برمجية متنوعة تناسب مع الاهتمامات الخاصة لجمهور المشاهدين الجزائريين بطرح انشغالاته ومعالجة مشاكله وحل قضاياها ومحاولة الإمام بكل الجوانب الاجتماعية والسياسية، الثقافية والرياضية، فصارت بمثابة المرآة العاكسة لأوضاعه، وذلك من خلال قدرتها على اختيار المواضيع التي تمس وتستهدف فئات مختلفة من المجتمع سواء كانوا أفراداً أو جماعات، ومن بين أهم هذه المواضيع والقضايا التي اهتمت بها برامج هذه الفضائيات نجد القضايا الاجتماعية، حيث تولي أهمية لتناول ومعالجة مختلف مشكلات المجتمع الجزائري.

على غرار العديد من المجتمعات فإن المجتمع الجزائري يعاني العديد من المشاكل الاجتماعية التي تستدعي تدخل أو مشاركة وسائل الإعلام التي تسعى إلى تسليط الضوء عليها ومعالجتها من كل الجوانب، ومن بين القنوات التي أخذت على عاتقها هذا الجانب نجد قناة الشروق TV التي تسعى عبر برامجها إلى تغطية شاملة للأحداث وحل مختلف المشاكل الاجتماعية في المجتمع الجزائري، ومن بين البرامج الاجتماعية التي تعرضها قناة الشروق TV برنامج "افتح قلبك"، الذي يختص في معالجة مختلف المشاكل الاجتماعية والأسرية (الطلاق، مشاكل النسب، التفكك الأسري، الانفصال، العنف الأسري... الخ)، وهو برنامج ذو طابع إنساني كذلك يسعى إلى نشر قيم التسامح والحوار والتّصالح بين الأفراد وفئات المجتمع وإقامة الصّلح بينهم وإنهاء الخصام وجمع الشمل وإعادة الأمور إلى طبيعتها، ويعتبر برنامج "افتح قلبك" الذي تم بثه ابتداء من 24 نوفمبر 2016 واستمر خلال ثلاثة مواسم من أهم برامج الشبكة البرمجية لقناة الشروق TV الذي يتمتع بجمهورية كبيرة لاسيما وأن تقديمه أوكل للشخصية الرياضية الجزائرية المعروفة "سليمة سواكري".

إنّ المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية تتطلب وضع إستراتيجية وخطّة لسير البرنامج سواء من حيث الشكل أو المضمون، وعليه تتمحور إشكالية دراستنا في طرح السؤال الرئيسي التالي:

كيف عالجت قناة الشروق TV القضايا الاجتماعية من خلال برنامج "افتح قلبك" ؟

- تساؤلات الدراسة:

تندرج تحت التساؤل الرئيسي للدراسة مجموعة من التساؤلات الفرعية المتعلقة بكل من المضمون والشكل وفقا لما يلي:

● تساؤلات خاصة بالمضمون الإعلامي (فئات ماذا قيل ؟)

- ما هي المواضيع الاجتماعية التي عالجها برنامج "افتح قلبك" على قناة الشروق TV ؟
- ما هي الأهداف التي يسعى برنامج "افتح قلبك" تحقيقها خلال معالجته للقضايا الاجتماعية على قناة الشروق TV؟
- ما هي القيم التي يتضمنها برنامج "افتح قلبك" من خلال القضايا الاجتماعية على قناة الشروق TV؟

● تساؤلات خاصة بالشكل (فئات كيف قيل؟)

- ما هي المدة الزمنية المخصصة لمعالجة القضايا الاجتماعية في برنامج "افتح قلبك" على قناة الشروق TV؟
- ما هي اللّغة المستخدمة في برنامج "افتح قلبك" على قناة الشروق TV؟
- ما هي طبيعة المؤثرات الصّوتية التي اعتمد عليها البرنامج أثناء معالجة القضايا الاجتماعية؟

2- أسباب اختيار الموضوع:

إن اختيارنا لموضوع دراستنا جاء نتيجة جملة من العوامل الذاتية والموضوعية، والتي يمكن حصرها في النقاط التالية:

1-2 الأسباب الذاتية:

- الاهتمام الشخصي بالقضايا الاجتماعية التي تشكل أهمية كبيرة في المجتمع.
- الميل الشخصي لمتابعة ومشاهدة برامج قناة الشروق TV خاصة الاجتماعية منها.
- الرغبة الذاتية والفضول لاكتشاف دور قناة الشروق TV في معالجة القضايا الاجتماعية.

2-2 الأسباب الموضوعية:

- قابلية الموضوع للدراسة وارتباطه بمجال تخصصنا العلمي.
- أهمية التلفزيون كوسيلة إعلامية لما لها من أهمية وجاذبية وقدرة على جذب انتباه واستمالة الجماهير من خلال ما تعرضه من برامج تلمس الرأي العام في المجتمع.
- أهمية التوسع أكثر وتسليط الضوء على معالجة برنامج "افتح قلبك" للقضايا الاجتماعية على قناة الشروق TV سواء من حيث الشكل أو من حيث المضمون.

3- أهمية الدراسة:

- تناولت دراستنا موضوع المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية في قناة الشروق TV من خلال برنامج "افتح قلبك" كنموذج، وتكمن أهمية هذه الدراسة فيما يلي:
- إبراز أهمية التلفزيون وخصائصه باعتباره وسيلة إعلامية جماهيرية ذات انتشار واسع.
 - إبراز دور القنوات الخاصة في طرح وحل القضايا الاجتماعية.

- معرفة مدى مساهمة البرامج التلفزيونية في القنوات الفضائية الخاصة ومدى مساهمتها في معالجة قضايا المجتمع الجزائري.
- إبراز مدى فاعلية برنامج "افتح قلبك" في ترقية "الاتصال الاجتماعي".
- معرفة أهم القضايا الاجتماعية التي أصبحت تهدد البناء الاجتماعي من خلال الدراسة التحليلية لعيّنة من أعداد برنامج "افتح قلبك".
- أهمية البرامج الاجتماعية التي تلعب دورا كبيرا في تغيير المواقف والسلوكيات داخل المجتمع الجزائري.

وعليه يمكننا القول أن أهمية هذه الدراسة تكمن في أهمية التلفزيون كوسيلة إعلامية جماهيرية لها وظيفة اجتماعية، إضافة إلى أهمية القضايا والمشكلات الاجتماعية المطروحة في المجتمع الجزائري، والتي تستدعي دراسة وسعيا لمعالجتها وإيجاد حلول لها على مختلف الأصعدة ومن بينها على صعيد المعالجة الإعلامية.

4- أهداف الدراسة:

تتمثل أهداف هذه الدراسة فيما يلي:

- التعرف على المواضيع الاجتماعية في برنامج "افتح قلبك" على قناة الشروق TV.
- معرفة الأهداف التي يسعى برنامج "افتح قلبك" لتحقيقها خلال معالجته للقضايا الاجتماعية.
- التعرف على القيم التي يتضمنها برنامج "افتح قلبك".
- معرفة اللغة المستخدمة في برنامج "افتح قلبك" على قناة الشروق TV.
- التعرف على طبيعة المؤثرات الصوتية ونوع الديكور المستخدم في البرنامج.
- معرفة المدة الزمنية المخصصة لمعالجة القضايا الاجتماعية في برنامج "افتح قلبك".

5- منهج الدراسة:

إنَّ مختلف الدّراسات والبحوث العلمية تقوم على منهج علمي لتنظيمها وضبطها لتكون المعلومات منهجية وصحيحة، والمقصود بمنهج البحث العلمي " تلك المجموعة من القواعد والأنظمة العامّة التي يتمّ وضعها من أجل الوصول إلى حقائق مقبولة حول الظواهر موضوع الاهتمام من قبل الباحثين في مختلف مجالات المعرفة الإنسانية".⁽¹⁾

ويعرّف المنهج كدليله مجموعة من الخبرات والمعرفة التي تنظّم بطريقة فنيّة معينة لتحقيق أهداف محدّدة باستخدام أساليب معينة يمكن تقويم نتائجها.⁽²⁾

تندرج دراستنا ضمن الدّراسات الوصفية، والتي تعتمد على كشف حقائق الظاهرة وإبراز خصائصها، ومنه فقد اعتمدنا على المنهج الوصفي الذي يستخدم في دراسة الأوضاع الراهنة للظواهر من حيث خصائصها، أشكالها وعلاقاتها، والعوامل المؤثرة في ذلك.⁽³⁾

يقوم المنهج الوصفي أيضا على دراسة ظاهرة المشكلة كما هي في الواقع ووصف وضعها الراهن، كما يهتمّ بالتعرّف على المشكلة عن طريق وصف ظواهرها وخصائصها وطبيعتها ومعرفة أسبابها وسبل التحكم فيها معتمدا على تجميع البيانات وتحليلها وبالتالي استخلاص النتائج بغرض معالجة المشكلة ثمّ تعميم هذه النتائج طبقا لمجموعة من القواعد الخاصّة بجمع المعلومات والحقائق وتصنيفها ومقارنتها وتفسيرها.⁽⁴⁾

(1) محمد عبيدات، ومحمد أبو نصّار، وعقلة مبيضين، منهجية البحث العلمي: القواعد المراحل والتطبيقات، ط2. (عمّان: دار وائل للطباعة والنشر، 1999)، ص 35.

(2) محمد أمين زويل، طرق البحث العلمي وتطبيقاتها لإرسال تعليم عصري (الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2014)، ص 97.

(3) رجي مصطفى عليان، طرق جمع البيانات والمعلومات لأغراض البحث العلمي (عمّان: دار صفاء للنشر والتوزيع، 2009)، ص 43.

(4) محمد عوض العايدي، إعداد وكتابة البحوث والوسائل الجامعية (القاهرة: مركز الكتاب للنشر، 2005)، ص ص 69-70.

يعتمد المنهج الوصفي على وصف الظاهرة التي يدرسها وصفاً، كيفياً وكمياً دقيقتاً كما هو حالها في الواقع⁽¹⁾، كما أن وصف المحتوى الإعلامي هو وصف الوضع القائم في أوعية الاتصال المختلفة وصفاً منهجياً كما في عملية التحليل.⁽²⁾

وقد اعتمدنا على هذا المنهج لأنه يتناسب مع موضوع الدراسة ألا وهو المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية في قناة الشروق TV، وهو المنهج المناسب لمثل هذه الدراسة قصد تصور وضع دقيق لبرنامج "افتح قلبك" على صعيد الشكل والمضمون قصد معرفة كيفية معالجة قناة الشروق TV للقضايا الاجتماعية في المجتمع الجزائري.

6-مجتمع البحث وعيّنّة الدراسة:

1-6 مجتمع البحث:

يعد تحديد مجتمع البحث من الخطوات المنهجية المهمة التي يجب على الباحث ضبطها قبل الشروع في عمل دراسته، ويقصد بمجتمع البحث بأنه يشمل جميع عناصر ومفردات المشكلة أو الظاهرة قيد الدراسة.⁽³⁾

ويقصد بمجتمع البحث أيضاً: المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، ويمثل هذا المجتمع الكل أو المجموع الأكبر الذي يهدف الباحث إلى دراسته، وعادة ما يعتبر مجتمع البحث هو الجزء الذي يكون ممثلاً للمجتمع المستهدف ويلبي حاجات الدراسة وأهدافها ونختار منه العينة.⁽⁴⁾

إن مجتمع البحث في دراستنا يتمثل في كل أعداد البرامج الاجتماعية التي تم بثها على قناة الشروق TV والتي عالجتها مختلف المسائل والمشاكل الاجتماعية في المجتمع الجزائري.

(1) محمد جلال الغندور، البحث العلمي بين النظرية والتطبيق (القاهرة: دار الجوهرة للنشر والتوزيع، 2015)، ص 179.

(2) أحمد بدر، مناهج البحث في الاتصال والرأي العام والإعلام الدولي، (القاهرة: دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، 1998)، ص 35.

(3) رجي مصطفى عليان، وعثمان محمد غنيم، أساليب البحث العلمي الأسس النظرية والتطبيق العلمي، ط 4. (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع

(2010)، ص 138.

(4) محمد الفاتح حمدي، منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2017)، ص 64.

6-2 عيّنة الدراسة:

تعرف العيّنة على أنّها: ذلك الجزء من المجتمع التي يجري اختيارها وفق قواعد وطرق علمية، بحيث تمثل المجتمع تمثيلاً صحيحاً. (1)

وهي عبارة عن شريحة من المجتمع الأصلي يقوم الباحث بجمع البيانات والمعلومات عنها وتحليلها، ويراعي أن تحمل العيّنة خصائص وصفات هذا المجتمع وتمثله بشكل كامل حيث يستوقف على هذا الاختيار كلّ النتائج التي يتوصّل إليها الباحث. (2)

وكان الاختياري دراستنا هذه على أحد أنواع العيّنات غير الاحتمالية والمتمثلة في العيّنة القصدية التي يتمّ انتقاء أفرادها بشكل عمدي أو مقصود من قبل الباحث (3) ويكون الاختياري هذا النوع من العيّنات على أساس حرّ، من قبل الباحث وحسب طبيعة بحثه بحيث يحقق هذا الاختيار هدف الدراسة أو أهداف الدراسة المطلوبة. (4)

ويقوم الباحث هنا باختيار أفراد هذه العيّنة القصدية إذا أدرك أنّهم يحققون أغراض دراسته. (5)

وقد تمّ اختيار عيّنة دراستنا على مرحلتين:

***المرحلة الأولى:** وهي اختيارنا بطريقة قصدية لبرنامج "افتح قلبك" الذي تم بثه على قناة الشروق TV خلال ثلاثة مواسم كاملة، حيث تم عرض الموسم الأول من 24 نوفمبر 2016 إلى غاية ماي 2017، أما الموسم الثاني كان في نهاية 2017 إلى 2018، في حين تم بث الموسم الثالث في بداية سنة 2019، ويعود اختيارنا لهذا البرنامج دون غيره من البرامج لكونه من البرامج الناجحة والتي تتناول وتعالج مختلف المشاكل والقضايا الاجتماعية السائدة في المجتمع الجزائري.

(1) عبد المجيد لطفي، علم الاجتماع، ط7. (القاهرة: دار المعارف، 1976)، ص353.

(2) رجب عبد الحميد، الأسلوب العلمي في إعداد وكتابة البحث (القاهرة: دار الكتاب الجامعي، 2015)، ص92.

(3) منال هلال مزاهرة، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ (عمّان: دار كنوز المعرفة العلمية للنشر والتوزيع، 2010)، ص280.

(4) عامر قنديلجي، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التقليدية والإلكترونية: أسسه وأساليبه، مفاهيمه، أدواته، ط2. (عمّان: دار المسيرة للنشر والتوزيع والطباعة، 2010)، ص153.

(5) سيّد محمود الطّواب، البحث العلمي أسسه وأساليبه (الإسكندرية: مركز الإسكندرية للكتاب، 2015)، ص143.

***المرحلة الثانية:** وهي اختيارنا بطريقة قصدية دراسة حلقات الموسم الثالث دون غيرها من أعداد المواسم الأخرى التي سبقتها، وقد اخترنا تحليل 12 حلقة من برنامج "افتح قلبك" في موسم الثالث والتي تم بثها من 17 جانفي إلى 28 أبريل 2019، وذلك للاعتبارات التالية:

- صعوبة الحصول على كل أعداد برنامج "افتح قلبك" الموسم الثالث من أرشيف قناة الشروق TV وهذا راجع لكثرة مواسمه.
- تعمدنا اختيار الحلقات التي تخدم مشكلة دراستنا أكثر من غيرها.
- تعمدنا اختيار الحلقات التي احتلت أعلى نسبة مشاهدة من طرف الجماهير.

وعليه فإن العينة القصدية هي العينة المناسبة في دراستنا لكونها تخدم غرض بحثنا وأهدافه أكثر من غيرها من أنواع العينات الأخرى، لهذا وقع اختيارنا عليها.

7- حدود الدراسة:

تعتبر حدود الدراسة من الخطوات المنهجية التي يجب على الباحث تحديدها ووضعها بدقة فمن خلالها يتم التعرف على المدة الزمنية التي يستغرقها الباحث منذ بدايته في إنجاز دراسته إلى غاية إنجائها.

ويمثل المجال الزمني للدراسة المراحل الزمنية التي مرت بها الدراسة منذ اختيارنا للموضوع وكانت بدايته بالملاحظة إلى الإحساس بالرغبة في إنجاز هذه الدراسة منذ بداية السنة الجامعية (2020/2019) إلى غاية إكمالها وإتمامها، وقد مر إنجاز دراستنا بأربع مراحل وهي كالتالي:

-المرحلة الأولى: وهذه المرحلة خاصة بالإطار المنهجي للدراسة، والفصل الخاص بالمقاربة النظرية، واستمر البحث فيها طول الفترة الممتدة من ديسمبر 2019 إلى غاية أواخر شهر فيفري 2020. فقد شرعنا في صياغة مشكلة الدراسة وتساؤلاتها، بعدما قمنا بالإطلاع على أهم المصادر والمراجع وكذا المقالات العلمية والأطروحات ذات الصلة بالموضوع، واستغرقنا في إنجاز هذه العناصر إلى

غاية بداية شهر جانفي 2020 أما عناصر الإطار المنهجي المتبقيّة والمتمثّلة في أسباب الدراسة، أهميّة الدراسة وأهدافها، تحديد مفاهيم الدراسة، نوع الدراسة ومنهجها، مجتمع البحث والعيّنة، فقد استغرقتنا في ضبطها مئة شهر جانفي 2020. أما الدراسات السابقة والمقاربة النظريّة فقمنا بإتمامها في مدة أسبوعين، وبهذا تنتهي المرحلة الأولى في الأسبوع الثالث من شهر فيفري 2020. ويجدر بنا الذكر هنا أنه وبفعل فرض إجراءات الحجر الصحي بسبب جائحة كورونا (كوفيد-19) وما تبعه من غلق لأبواب الجامعات والمكتبات فقد تأثرت سيرورة إنجاز عملنا خلال المرحلة اللاحقة.

-المرحلة الثانية: وهذه المرحلة خصّصت للجانب النظري الذي يتضمّن فصلين الفصل الأول بعنوان القنوات الفضائية الخاصّة ونشأتها في الجزائر، والفصل الثاني بعنوان القضايا الاجتماعية في برامج القنوات التلفزيونية.

وقد استغرقتنا مئة شهر لإتمام هذا الجانب وهذا ابتداء من الأسبوع الثالث من شهر جوان 2020 إلى غاية الأسبوع الرابع من شهر جويلية 2020.

-المرحلة الثالثة: وهذه المرحلة خاصّة بالفصل الرابع الذي جاء بعنوان دراسة تحليلية لبرنامج "افتح قلبك" على قناة الشروق TV.

حيث قمنا في بدايته بتحديد المواضيع محلّ الدراسة ضمن العيّنة المختارة، ثمّ تصميم استمارة تحليل المحتوى، وصولا إلى عرض وتحليل النتائج، وقد استغرق إنجازها الفترة الممتدة من الأسبوع الأخير لشهر أوت 2020 إلى غاية الأسبوع الثاني من شهر سبتمبر 2020.

-المرحلة الرابعة: وهي المرحلة النهائيّة، والتي استغرقت أسبوعا كاملا، حيث خصّصت للقيام بتصحيح الدراسة ومراجعتها وإتمامها في شكلها النهائي.

8- أدوات جمع البيانات:

إنّ نجاح أيّ دراسة علمية يتوقف على مدى استعداد الباحث، وقدرته على اختيار تقنيات وأدوات منهجية مناسبة تتماشى مع طبيعة الموضوع من أجل الحصول على مختلف البيانات التي تُخدم البحث.

وبنا أنّ المشكلة المطروحة في دراستنا تتطلب دراسة وصفية تحليلية للمادة الإعلامية والمضمون الإعلامي الذي تتمحور الدراسة حوله وذلك بتحليلها تحليلاً منهجياً دقيقاً، نصل من خلاله إلى استخلاص نتائج محكمة ومضبوطة وقد ارتأينا إلى استخدام أداة تحليل المحتوى في دراستنا.

8-1 تحليل المحتوى:

التحليل (Analysais) هو عملية ملازمة للفكر الإنساني، تستهدف إدراك الأشياء والظواهر بوضوح من خلال عزل عناصر بعضها عن بعض، ومعرفة خصائصها أو سمات هذه العناصر وطبيعة العلاقات القائمة بينها، أما المحتوى في علوم الإعلام والاتصال فهو يشير إلى كلّ ما يقوله الفرد أو يكتبه ليحقق من خلالها أهدافاً اتصالية مع الآخرين، كما قد يكون عبارة عن أنشطة أو أعمال عادية تتم على مستوى المؤسسات المختلفة: (وثائق، قرارات، عقود) لذلك فقد تكون الصحف أو الوثائق الإدارية أو بعض الظواهر الاجتماعية مادةً للتحليل والدراسة.⁽¹⁾

ومنه فإنّ تحليل المحتوى هو أسلوب أو أداة للبحث العلمي يمكن أن يستخدمه الباحثون في مجالات بحثية متنوعة، وعلى الأخص في دراسات علم الإعلام لوصف المحتوى الظاهر والمضمون الصريح للمادة الإعلامية المراد تحليلها من حيث الشكل والمضمون.⁽²⁾

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

(1) خالد حامد، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية، ط 2. (الجزائر: جسر للنشر والتوزيع، 2012)، صص 66-67.

(2) طاهر حسو الزبيري، أساليب البحث العلمي في علم الاجتماع (بيروت: مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنشر والتوزيع، 2011)

- وضع بيرلسون (Burlson) عام 1952 تعريفا مفاده: "أن تحليل المحتوى هو أسلوب أو أداة بحث، لوصف المحتوى الظاهر أو الواضح للرسالة الإعلامية وصفا كميًا وموضوعيًا ومنظمًا". (1)

أما جانيس (Janis) فيرى أنه: أسلوب بحث يهدف إلى تبويب خصائص المضمون في فئات، وفقا لقواعد يحددها المحلل باعتباره باحثا علميا. (2)

وعرفه كيرلنجر (Kerlinger) بأنه طريقة لدراسة وتحليل مواد الاتصال في أسلوب منظم وموضوعي، وكمي بهدف قياس المتغيرات. (3)

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

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

أ) وحدات التحليل:

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

(1) عبد الغفار رشاد القصبي، مناهج البحث في علم السياسة (القاهرة: دار الأصدقاء للطباعة بالمنصورة، 2004)، ص 143.

(2) مصطفى حميد الطائي، وخير ميلاد أبو بكر، مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السياسية (الإسكندرية: دار الوفاء لدنيا الطباعة والنشر، 2007)، ص 125.

(3) رشدي أحمد طعيمة، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانية (القاهرة: دار الفكر العربي، 2004)، ص 70.

■ **وحدة الموضوع:** يقصد بالوقوف على العبارات أو الأفكار الخاصة بمسألة معينة، ويعتبر الموضوع أهم وحدات تحليل المضمون عند دراسة الآثار الناجمة عن الاتصال وتكوين الاتجاهات. (1)

■ **وحدة المساحة والزمن:** وهي أداة الحصر الكمي والزمني للمادة المبحوثة، وهذه المقاييس يلجأ إليها الباحث للتعرف على المساحة التي شغلها المادة الإعلامية المنشورة، والمدة الزمنية التي استغرقتها المادة الإعلامية المذاعة بالراديو أو المعروضة بالتلفزيون أو السي. نما. (2)

ب) فئات التحليل:

تتمثل فئات التحليل التي اعتمدت عليها دراستنا في كل من فئات المضمون (ماذا قيل)، وفئات الشكل (كيف قيل)، وذلك وفقاً لما يلي:

■ فئات المضمون "ماذا قيل؟":

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

- **فئة الموضوع:** أي محتوى المادة الإعلامية، وتستهدف هذه الفئة الإجابة على السؤال على ما يدور موضوع المحتوى، وتفيد هذه الفئة في الكشف عن مراكز الاهتمام في المحتوى (3) ونقصد بها في دراستنا جميع المواضيع المطروحة في برنامج "افتح قلبك"، والمتعلقة بالمجتمع والمتمثلة في العلاقات الأسرية، والمشاكل بين الزوجين، وغيرها من المواضيع.

(1) بلقاسم سلاطينة، وحسان الجيلاني، مدخل لمنهج البحوث الاجتماعية (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2014)، ص 69.

(2) منال هلال مزاهرة، مرجع سبق ذكره، ص 164.

(3) محمد عبد الحميد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 1979)، ص 120-121.

- **فئة الأهداف:** تستعمل هذه الفئة للبحث عن مختلف الأهداف التي يريد المضمون محل الدراسة إبلاغها أو الوصول إليها⁽¹⁾. والمقصود منها في دراستنا التعرف على الأهداف الكامنة وراء تسليط الضوء على مختلف القضايا والمواضيع التي تخص المجتمع.
- **فئة الفاعلين في البرنامج:** نقصد بها مجموعة الأشخاص المحركين للمواضيع المطروحة بالبرنامج ونوع الفاعلين أي معرفة الشخصيات الفاعلة في برنامج "افتح قلبك".
- **فئة القيم:** ترتبط بعاملين أساسيين العامل النفسي المرتبط برغبات الفرد وميوله، والعامل الاجتماعي المرتبط بالقوانين والمعايير والضوابط⁽²⁾. ونقصد بها البعد الاجتماعي للحصة وكذا معرفة نوع القيم المراد غرسها من خلال برنامج "افتح قلبك" ما إذا كانت قيما اجتماعية سلبية أم قيما اجتماعية إيجابية.
- **فئة الاتجاه:** تعتبر من الفئات الشائع استخدامها في بحوث تحليل المحتوى رغم المصاعب العديدة التي تواجه الباحث عند استخدام هذه الفئات، حيث يصعب السيطرة على الذاتية في تحديد الاتجاهات وبصفة خاصة عندما تكون لدى الباحث أحكاما مسبقة قد يلجأ إلى توظيف الإجراءات في تأكيد هذه الأحكام⁽³⁾. ونقصد به معرفة الاتجاه الذي يأخذه المضمون محل التحليل وهو موقف البرنامج إزاء المواضيع المطروحة والمتعلقة بالمجتمع، وقد يكون مؤيداً معارض، محايد.
- **فئة الأساليب الإقناعية:** المقصود بها الإستمالات الإقناعية وهي الطرق المتبعة لإبلاغ الرسالة المتضمنة في برنامج "افتح قلبك" وقسمناها إلى:

(1) يوسف تمار، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين (الجزائر: طاكسيج - كوم للدراسات والنشر والتوزيع، 2007)، ص 70.

(2) محمد الفاتح حمدي، منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2017)، ص 64.

(3) محمد عبد الحميد، مرجع سبق ذكره، ص 123.

- أساليب الإقناع العقلية: التي تعتمد على الاستدلال والمنطق ولها تأثير في المشاهد من خلال تقديم الحجج، والبراهين كالاستدلال بالقرآن، التشريعات والقوانين، الإحصاءات.
- أساليب الإقناع العاطفية: التي تخاطب العاطفة وتستخدم للتركيز على الجانب النفسي للمشاهد أي مخاطبة حاجات ودوافع المتلقي من إيماءات الوجه، حركة اليدين، البكاء، الموسيقى الحزينة.

- **فئة الجمهور المستهدف:** تساعد هذه الفئة الباحث، في معرفة الجمهور الذي يريد القائم بالاتصال الوصول إليه، طبيعته وسماته، سواء كان جمهور عام أو خاص. والمقصود هنا هو الجمهور الذي يستهدفه البرنامج، علماً أن برنامج "افتح قلبك" جمهوره عام بحكم أنه يخاطب مختلف أفراد المجتمع باختلاف مستوياتهم وجنسهم وأعمارهم.

- فئات الشكل "كيف قيل؟":

هي تلك الفئات التي تصف المحتوى الشكلي للمضمون المزمع دراسته وعادة ما تحاول الإجابة على السؤال كيف قيل؟ أحد ركائز تحليل المحتوى. ويتضمن هذا الجزء شكل المادة موضوع التحليل، ومدى اهتمامها بمعالجة القضايا الاجتماعية من خلال برنامج "افتح قلبك" على قناة الشروق TV، ومن أهم الفئات التي ارتأينا أنها تخدم موضوع الدراسة ما يلي:

- **فئة الزمن:** وهي الفئة التي يقوم الباحث بحساب الزمن المخصص للمواد التي يريد تحليلها، ويقاس بالدقائق أو الثواني أو الساعات⁽¹⁾. والمقصود هنا تحديد المدة الزمنية المخصصة لقضايا المجتمع في برنامج "افتح قلبك" الذي يستغرق ساعة أو 60 دقيقة أثناء بثه.

(1) محمد الفاتح حمدي، مرجع سبق ذكره، ص 59.

- فئة طبيعة المادّة الإعلامية: تستخدم هذه الفئة للتفرقة بين الأشكال أو الأنماط المختلفة التي تتخذها المادّة الإعلامية في الوسائل المختلفة⁽¹⁾. والمقصود منها هو بنية الحصّة ومرتكزاتها أي الأشكال التي تتخذها المادّة الإعلامية في معالجة المواضيع المتعلقة بقضايا المجتمع عن طريق الحوار داخل البلاطو والذي يدور بين مقمّم الحصّة والضيّوف، وهو ما يعرف بالحديث المباشر.

- فئة اللّغة المستخدمة: من المؤكّد أنّ اللّغة هي الوعاء الذي يصبّ فيه الفكر، فهي بالتالي المحكّ الأساسي له، وتزداد هذه الأهمية في مضمون وسائل الإعلام الجماهيرية ذلك أنّها الواصل بين المرسل والمتلقّي وفي الكثير من الأحيان يقع التّشويش على الرّسالة بسبب اللّغة المستعملة من طرفه، وعليه يعدّ تحليل اللّغة في وسائل الإعلام من الأهمية التي تجعل كل الرّسالة مرتبطة بطبيعتها⁽²⁾. ونقصد بها في دراستنا معرفة نوع اللّغة الأكثر استخداما في البرنامج، وما إذا كانت تتسم بالبساطة والوضوح، أو هي مزيج بين اللّغة العربية تتوسطها اللّغة العامية، كذلك اللّغة الأجنبية في بعض الأحيان.

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

- فئة طبيعة اللّقطة: وهي الفئة التي اعتمدت على اللّقطة ما إذا كانت قريبة أو بعيدة أو متوسطة في البرنامج، وذلك لإبراز الإشارات والرّموز والملاحم لدى مقمّم البرنامج والضيّوف بشكل واضح.

(1) منال هلال مزاهرة، مرجع سبق ذكره، ص 173.

(2) يوسف ثمار، مرجع سبق ذكره، ص 54.

9- تحديد مفاهيم الدراسة:

9-1 مفهوم المعالجة:

(أ) لغة: علاج يعالج معالجة وعلاجاً وعالج المريض أي داواه وعالج الأمر أصلحه أي عالج المشكلة⁽¹⁾. وتعرف أيضاً: علاج الشيء معالجة، وعلاجاً، زاوله ومارسه والمريض داواه وفلانا غالبه وعنه دافع⁽²⁾. والمعالجة هي مزاوله الشيء⁽³⁾.

(ب) اصطلاحياً: حالة تجريبية على عينة من العينات تجرى لملاحظة ومقارنة التأثيرات التي تحدثها تلك التجارب وقد تكون مادية أو إجراء يجري بطريقة معينة⁽⁴⁾. وتعرف أيضاً: أنّها أسلوب تناول وعرض القضايا المختلفة في وسائل الإعلام المرئية والمقروءة، من حيث الشكل ويشمل عناصر الإبراز المتقدمة [الصور، الجرافيك، الخرائط] وكذلك من حيث المضمون يشمل اتجاه [سليبي، إيجابي، محايد]، وكل ذلك يحدّد في النهاية وفقاً لسياسة الوسيلة وملكيّتها⁽⁵⁾.

(ج) إجرائياً: هي الطريقة التي تعتمد عليها وسائل الإعلام المختلفة في تناولها ومناقشتها للقضايا أو الظواهر المطروحة من حيث الشكل والمضمون.

(1) أحمد العايد، المعجم العربي الأساسي، (د ب: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم، 2006)، ص 858.

(2) المعجم الوسيط، ط4، (القاهرة: مكتبة الشروق الدولية، 2005)، ص 620.

(3) أبي الحسين أحمد بن فارس بن زكريا الرازي، معجم مقاييس اللغة، ط2. (لبنان: دار الكتب العلمية، 2008)، ص 165.

(4) يوسف شكري فرحات، معجم الطلاب العربي (لبنان: دار الكتاب العلمي، 2000)، ص 104.

(5) مها محمد حسين، معالجة مندوبين ومراسلون العرب للقضايا العربية (مصر: مكتبة عبي للمعارف، 2014)، ص 15.

2-9 مفهوم الإعلام:

(أ) لغة: جاء من مادة علم، والتعلم نقيض الجهل، ويتصل معنى الإعلام بالأخبار والأنباء والحوادث العارضة، ولا يتضمن في المعنى اللغوي أكثر من الإنباء والإظهار والإبراز، فيكون أكثر اتصلا بالأحداث وأشد تعلقا بالصفة الآنية والعبارة (1).

(ب) اصطلاحا: هو فن استقصاء الأنباء الآتية ومعالجتها ونشرها على أوسع الجماهير بالسرعة التي تتيحها وسائل الإعلام الحديثة (2).

ويعرف أيضا: هو تزويد الناس بالأخبار الصحيحة الواضحة، والمعلومات السليمة الصادقة، والحقائق الثابتة، التي تساعد على تكوين رأي صائب في واقعة من الوقائع، أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأي تعبيرا موضوعيا عن عقلية الجماهير، واتجاهاتهم، وميولهم، ويتم تحقيق ذلك بواسطة أجهزة الإعلام المختلفة من صحافة وإذاعة وتلفزيون وغيرها (3).

هو كافة أوجه النشاط الاتصالي التي تهدف إلى نشر الأخبار الصادقة والمعلومات الصحيحة، بين الناس قصد تثقيفهم وتنمية وعيهم السياسي والاجتماعي، وتكوين الرأي الصائب لديهم في جميع القضايا (4).

(ج) إجرائيا: هو تزويد الجماهير بأكبر قدر ممكن من المعلومات والأخبار والحقائق الموضوعية الصحيحة والواضحة، عن مجموعة من الأحداث والمشاكل والقضايا التي تعرض في بعض البرامج التلفزيونية، لتكون محل النقاش والتي تخص المجتمع الجزائري.

(1) محمد جمال الفار، المعجم الإعلامي، (عمان دار أسامة للنشر والتوزيع، 2006)، ص 26.

(2) محمد جمال الفار، معجم المصطلحات الإعلامية (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2013)، ص 27.

(3) محمد فريد محمود عزت، القاموس الموسوعي للمصطلحات الإعلامية، (القاهرة العربي للنشر والتوزيع، 2002)، ص 288.

(4) شعبان خضير، مصطلحات في الإعلام والاتصال، (الجزائر: دار اللسان العربي، 1422هـ)، ص 14.

9-3 المعالجة الإعلامية:

(أ) اصطلاحاً: هي عملية كشف اتجاهات وماديات واستراتيجيات التغطية الإعلامية من قبل جهة ما باتجاه قضية معينة.⁽¹⁾

فالمعالجة الإعلامية هي الطريقة التي تتناول بها الصحف أو وسائل الإعلام الأخرى لقضية أو حدث أو موضوع أو فكرة ما وفقاً لسياسة تحريرية معينة تتحدد بناءً على سياسة المؤسسة وملكيته، كما أن المعالجة تركز في الأساس على سؤال مفاده كيفية تعامل المؤسسة مع تلك المعلومات والبيانات، وتتم بطريقة تقدم الأفكار والقضايا وأيها تم التركيز عليها، وإبرازها، وأيها جرى إهمالها.⁽²⁾

كما أن المعالجة الإعلامية أشمل من التغطية الإعلامية، حيث تشكل التغطية مرحلة من المعالجة التي تتضمن التّشخيص والمعرفة، ثمّ وصف الحلول والعلاج والمتابعة.⁽³⁾

(ب) إجرائياً: هي الطريقة التي اعتمدها قناة الشروق الجزائرية من خلال برنامج "افتح قلبك" في تغطية ومعالجة المشاكل والقضايا الاجتماعية المتعلقة بالمجتمع الجزائري.

9-4 القضايا الاجتماعية:

(أ) اصطلاحاً: نقصد بالقضايا الاجتماعية المشكلة الاجتماعية بأنها ذات الصفة الجمعية التي تتناول عدداً من الأفراد في المجتمع بحيث تحول دون قيامهم بأدوارهم الاجتماعية وفق الإطار المتفق عليه والذي يقع على المستوى العادي للجماعة.⁽⁴⁾

(1) استبرق فؤاد وهيب، "المعالجة الإعلامية للإحتلال الأمريكي للعراق" (رسالة ماجستير، جامعة الشرق الأوسط، 2009)، ص 10.

(2) فتحي حسين عامر، معالجة الإعلام لقضايا الوطن العربي (القاهرة العربي للنشر والتوزيع، 2010)، ص 29.

(3) نادية النشار، المعالجة الإعلامية، نشر في موقع كنانة أون لاين <http://kenana online.com-post <user>>

يوم (2020/02/23)، على الساعة (11:00).

(4) عصام توفيق قمر وآخرون، المشكلات الاجتماعية المعاصرة: مداخل نظرية-تجارب عربية- أساليب المواجهة (عمّان: دار الفكر ناشرون وموزعون

، 2008)، ص 17.

(ب) إجرائيا: هي مختلف المواضيع والمشاكل التي يعاني منها المجتمع الجزائري وأفراده بالدرجة الأولى، وهذه القضايا والمشاكل تطرح على قناة الشروق TV من خلال برنامج "افتح قلبك" بهدف مناقشتها ومعالجتها وإيجاد حلول مناسبة لها.

5-9 قناة الشروق TV:

(أ) اصطلاحا: تعرف القناة التلفزيونية بصفة عامة على أنها ممر إلكتروني مغناطيسي لنقل برامج التلفزيون، عادة يشار إليها برقم معين على جهاز الاستقبال أو حتى تسمية القناة في حد ذاتها، حتى يتسنى للمشاهد معرفة قنواته والبرامج التي يفضل مشاهدتها عليها. (1)

أوهي حيّز ذبذبي ذو نطاق معين يمثّل ممرا إلكترونيا أو إلكترومغناطيسي، وتستخدم للإرسال لنقل برامج التلفزيون وعادة يشار إليها برقم معين، على جهاز الاستقبال حتى يتسنى للمشاهد معرفة رقم القناة التي تذيع البرنامج الذي يراه. (2)

(ب) إجرائيا: قناة الشروق TV عبارة عن قناة تلفزيونية خاصة تبث مضامين إعلامية جزائرية عبر شبكة من الأقمار الصناعية، وهي تعمل على نشر الأخبار والأحداث والوقائع وعرض شبكتها البرمجية المتنوعة على المشاهد الجزائري بالدرجة الأولى.

10- الدراسات السابقة والمشابهة:

تمثّل الدراسات السابقة تراثا نظريا هاما تساعد الباحث على تكوين خلفية نظرية عن الموضوع، ومن ثمّ تحديد المشكلة البحثية وتجنّب التكرار الذي وقع فيه الآخرون، لذا قمنا بتجميع عدد من الدراسات التي ترتبط بمجال البحث، وهي الدراسات السابقة التي تناولت متغيرات الدراسة، سواء تناولت المتغيرين معا أو كلّ متغير على حدى، بحيث تكون مرتّبة زمنيا من الأقدم إلى الأحدث وشمّ تقسيم هذه الدراسات إلى:

(1) مي العبد الله، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال (لبنان: دار النهضة العربية، 2014)، ص 229.

(2) محمد منير حجاب، المعجم الإعلامي (القاهرة: دار الفجر للنشر والتوزيع، 2004)، ص 171.

أ/ الدراسات الجزائرية:

1) الدراسة الأولى:

وهي دراسة لمايا باشا، بعنوان "الحصص الخاصة في التلفزيون الجزائري"، دراسة وصفية تحليلية لـ "كل شيء ممكن"، وهي مذكرة مكتملة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال جامعة الجزائر - بن يوسف بن خدة، السنة الجامعية 2008/2007.

تمحورت إشكالية الدراسة حول التساؤل الرئيسي: ما هي الرسالة الإعلامية التي تعمل الحصة التلفزيونية الخاصة "كل شيء ممكن" على تمريرها لتخفيف من الآفات الاجتماعية؟

وانبثق عن هذا التساؤل جملة من التساؤلات الفرعية منها: (1)

- ما هو دور الحصص الخاصة الاجتماعية وما هي أهميتها بثها على المباشر؟
- هل تقدم حصة "كل شيء ممكن" المعلومات الكافية حول الآفات الاجتماعية؟
- هل استطاعت الحصة خلق فضاء للحوار داخل المجتمع؟
- ما مدى تأثير الحصة لترسيخ أو تغيير بعض الأفكار والمعتقدات السائدة في المنظومة الاجتماعية؟
- هل ساهمت الحصة في كسر بعض الطابوهات داخل المجتمع الجزائري؟
- إلى أي مدى ساهمت الحصة في تحقيق التوعية والوقاية من الآفات الاجتماعية السائدة؟

أما أهداف الدراسة فجاءت في النقاط التالية:

- إبراز مدى مساهمة حصة "كل شيء ممكن" في ترقية الاتصال الاجتماعي.
- إبراز مدى تأثير الحصة على أفراد المجتمع، ترسيخ أو تغيير بعض الأفكار السائدة في المنظومة الاجتماعية.
- معرفة ما قلّمت حصة "كل شيء ممكن" للمجتمع الجزائري أي مضمون الرسالة الإعلامية التي تحملها للمجتمع.

(1) مايا باشا، "الحصص الخاصة في التلفزيون الجزائري" (مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر، 2007).

- محاولة الوصول إلى أيّ حدّ نجحت الحصة في تمرير الرسالة الإعلامية.

وقد اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج المسحي لأنّه الأنسب من أجل التعرّف على الظاهرة المدروسة في الوضع الطبيعيّ الذي تنتمي إليه من خلال مسح المعلومات ذات العلاقة بالظاهرة المدروسة، أما نوع العينة فقد اعتمدت على العينة العشوائية فتمثّلت في اختيار 5 حصص من الحصة الاجتماعية " وكلّ شيء ممكن " للتحليل في الفترة الممتدة من جانفي 2008 إلى جويلية 2008. أما أدوات جمع البيانات فقد استعانت بأداة تحليل المضمون.

وقد خلصت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج أو الاستنتاجات، تتمثل فيما يلي:

- تتطرق الحصص الاجتماعية الخاصة إلى مواضيع حساسة وآنية مأخوذة من رحم المجتمع وتمثّل انشغال المواطن فيه وهذا من بين عوامل نجاحها، إضافة إلى أنّ الحصص المباشرة تكسب ثقة المشاهد وتكسب التلفزيون مصداقية أكبر من خلال فتح الحوار المباشر مع الجمهور عن طريق الهاتف للمشاركة فيها، وبالتالي كلّما كانت الحصة تبث على الهواء مباشرة كلّما زاد اهتمام المواطن بالمعلومات التي تقدّمها.

- تقدّم الحصة معلومات حول الآفات الاجتماعية من خلال التعرّف بالموضوع وأسباب وجوده وانعكاساته على الفرد وعلى المجتمع بالإضافة إلى تحليل المختصين له.

- إنّ عدد كبير من الأشخاص استطاعوا العودة إلى أهاليهم وذويهم بفضل هذه الحصة ومتابعتها للموضوعات حتى بعد عرضها.

- إنّ تجاوب الجمهور مع الحصة وعدد الرسائل والمكالمات التي تصلها يؤكّد تأثير هذه الحصة عليه كونها تعالج أحداث واقعية تعكس فعلا ما يعيشه المواطن أو الشخص الذي يعاني من مشكلة ما.

- ساهمت حصّة "وكّل شيء ممكن" في كسر الطابوهات (المواضيع المحرّمة) داخل المجتمع الجزائري بتطّورها لهروب المراهقين-الإعتراف بالخطأ- إهمال الوالدين وأسباب هذه الآفات ومحاولة إيجاد حلول لها.

- تساهم حصّة "وكّل شيء ممكن" إلى جانب حصص اجتماعية أخرى إلى نشر التوعية للوقاية من الآفات الإجتماعية وخلق ثقافة الحوار داخل الأسرة أولاً وفي المجتمع ثانياً.

(2) الدراسة الثّانية:

هي دراسة لبن الدّيب مروة وحلمي إكرام، بعنوان "القضايا الاجتماعية من خلال الفكاهة على قناة الشّروق TV الجزائرية"، تحليل مضمون سلسلة "فقر Mental"، وهي مذكرة ماستر في الاتصال والعلاقات العامّة جامعة قسنطينة 3، للسنة الجامعية 2015/2014.

تمحورت إشكالية الدراسة حول التّساؤل الرّئيسي: ما هو دور الأسلوب الفكاهي في نقل واقع المجتمع الجزائري من خلال سلسلة "فقر Mental" على قناة الشّروق TV الجزائرية؟

وانبثق عن هذا التّساؤل جملة من التّساؤلات الفرعية منها: (1)

- ما هي أهم القضايا الاجتماعية التي عاجلتها هذه السلسلة؟
- ما هي القيم الواردة في حلقات السلسلة الفكاهية "فقر Mental"؟
- ما هي الأساليب الإقناعية المستخدمة في حلقات سلسلة "فقر Mental"؟
- ما هي تقنيات التّصوير المعتمدة في السلسلة؟

أما أهداف الدراسة فجاءت في النقاط التّالية:

- معرفة الواقع الاجتماعي الجزائري من خلال البرامج التّلفزيونية الكوميديّة.

(1) مروة بن الدّيب، وإكرام حلمي، "القضايا الاجتماعية من خلال الفكاهة على قناة الشّروق TV الجزائرية" (مذكرة ماستر، جامعة قسنطينة 3 2014).

- الكشف عن دور الفكاهة في تناول القضايا الاجتماعية الهامة.

وقد اعتمدت الباحثين في دراستهما على المنهج الوصفي لأنه يوفر بيانات مفصلة عن الواقع الفعلي لموضوع الدراسة كما أنه يقدم في الوقت نفسه تفسيراً واقعياً للعوامل المرتبطة بهذا الموضوع، فقد اعتمدنا في اختيار العينة على أن تكون هذه الدراسة مسحا شاملاً لكل مفردات مجتمع البحث والمتمثلة في مجموع 22 حلقة من السلسلة الفكاهية "فقر Mental"، واختاراتنا وحدات مناسبة للتّحليل، أما أدوات جمع البيانات فقد استعانتنا بأداة تحليل المحتوى، المقابلة والملاحظة واستمارة تحليل المحتوى.

وقد خلصت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج تتمثل فيما يلي:

- لتتمكّن السلسلة من تحقيق أهدافها فهي اعتمدت على لغة بسيطة "اللهجة العامية" وهي مناسبة لطبيعة المواضيع المعالجة، بالإضافة إلى اللغة المختلطة بين الفرنسية والعامية البسيطة وهذا يبيّن مراعاة المسلسل لمختلف الفئات الاجتماعية على اختلاف مستوياتهم الثقافية والتّعليمية باعتبار أنّ اللغة العامية متداولة بين أوساط المجتمع الجزائري بصفة عامّة والأسر بصفة خاصّة.

- اعتمد المسلسل الفكاهي على التّصوير في أماكن بسيطة غير مصمّمة والتي تمثّلت معظمها في البيوت القصدية والأحياء الشعبيّة باعتبارها تسلّط الضوء على فئة مهمّشة في المجتمع وتعكس مشاكلهم التي تمّ التّطرّق إليها من خلال السلسلة.

- ثمّ تدعيم معالجة القضايا الاجتماعية من خلال السلسلة بالشخصيات الوطنية سواء الفدائية أو الرياضية وذلك لتعزيز الانتماء.

- ركّزت السلسلة على توظيف الأسلوب الفكاهي في معالجة القضايا الاجتماعية التي يعاني منها المجتمع الجزائري، وكان استخدام الأسلوب الضمّني بنسبة كبيرة قدرّت بـ: 45.94% وذلك لبعث رسائل الجمهور المستهدف من جهة والسلطات المعنية من جهة أخرى.

- كانت الأغاني التقليدية العربية خاصة أغاني "الشعبي" هي الأكثر توظيفاً في السلسلة التي غلبت عليها البصمة الوطنية "العاصمية" وهذا للتذكير بالتراث الوطني.
- تنوعت المواضيع التي تناولتها السلسلة من اجتماعية، اقتصادية، سياسية، ثقافية، وصحية وكانت المواضيع الاجتماعية هي الغالبة باعتبارها تعكس يوميات المواطن الجزائري.
- تعددت القوالب الموظفة في حلقات السلسلة لكن برز بشكل واضح استخدام الحوار الذي يتفرغ إلى حوار بين شخصين وحوار بين أكثر من شخصين، وجاء لمناقشة معاناة العائلات الفقيرة التي تعيش في البيوت القصدية.
- تم التركيز على الإستimalات المختلطة بما يتماشى مع طبيعة طرح المواضيع حتى تتم استimalة الجمهور ولتأثير فيهم وإقناعهم بما يحدث في الواقع، بالإضافة إلى الاهتمام بمخاطبة العاطفة لكسب تعاطف الجمهور وبالتالي التأثير بما يحدث.
- تناولت السلسلة قيم مختلفة تراوحت ما بين القيم السائدة في المجتمع الجزائري من قيم التضامن والتعاون ومحاربة الآفات والأصالة لتوضيح معالم الوطن وخصائص المجتمع الجزائري وتأكيد الانتماء للوطن، وما بين قيم دخيلة والتي تبدو غريبة عن مجتمعنا لكنها سائدة في الظهور مثل: الانتحار والتهديد.
- إن السلسلة بطبيعتها اجتماعية سعت إلى تحقيق مجموعة من الأهداف أبرزها هدف الإرشاد والتوعية، حيث ركزت على توعية المواطن بما يحدث حوله وضرورة توجيه إدراك القضايا المطروحة والسعي إلى إيجاد حلول للحد من انتشارها من خلال تفادي كل الظواهر التي تنعكس سلباً على الفرد والمجتمع، وكذلك تهدف إلى توصيل معاناة الشعب الجزائري إلى المسؤولين في إطار فكاهي بسيط.

3) الدراسة الثالثة:

هي دراسة لأحلام بعطوط وشيخة سماح، بعنوان " دور الفضائيات الإخبارية الخاصة في ترتيب أولويات القضايا الاجتماعية"، دراسة تحليلية للنشرة الرئيسية في قناة "الشروق نيوز" الإخبارية، وهي مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص اتّصال وعلاقات عامّة، جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي، للسنة الجامعية 2017/2018.

تمحورت إشكالية الدراسة حول التساؤل الرئيسي:

ما دور الفضائيات الخاصة في ترتيب أولويات القضايا الاجتماعية من خلال النشرات الإخبارية (قناة الشروق الإخبارية الجزائرية نموذجاً)؟

وانبثق عن هذا التساؤل جملة من التساؤلات الفرعية، حيث صنفت الباحثين أسئلتها إلى تساؤلات مرتبطة بالشكل وأخرى بالمضمون وهي كالتالي: (1)

• تساؤلات مرتبطة بالشكل:

- ما حجم المدة الزمنية التي خصّصتها قناة الشروق "نيوز" من خلال نشرة الثامنة في معالجة القضايا الاجتماعية؟

- ما موقع القضايا الاجتماعية في أجندة النشرات الرئيسية لقناة "الشروق نيوز"؟

- ما هي الأنواع أو القوالب الصحفية التي اتّبعها قناة "الشروق نيوز" في معالجة القضايا الاجتماعية في نشرتها الرئيسية؟

• تساؤلات مرتبطة بالمضمون:

- ما هي أهم القضايا الاجتماعية التي عالجتها في النشرة الرئيسية لقناة "الشروق نيوز"؟

(1) أحلام بعطوط، وشيخة سماح، " دور الفضائيات الإخبارية الخاصة في ترتيب أولويات القضايا الاجتماعية" (مذكرة ماستر، جامعة العربي بن مهيدي، 2017).

- ما هي القيم الإخبارية التي ركزت عليها قناة "الشروق نيوز" من خلال تغطيتها للقضايا الاجتماعية في نشراتها الرئيسية؟
 - ما هي أهم المصادر التي تعتمد عليها قناة "الشروق نيوز" لاستقاء الأخبار والقضايا الاجتماعية المتناولة في النشرة الرئيسية؟
 - من هم أبرز الأشخاص الفاعلين في القضايا الاجتماعية المتناولة في النشرات الرئيسية لقناة "الشروق نيوز"؟
- أما أهداف الدراسة فجاءت في النقاط التالية:

- رصد ترتيب القضايا الاجتماعية في النشرات الإخبارية الرئيسية عبر قناة "الشروق نيوز".
- معرفة المدة الزمنية المخصصة لمعالجة القضايا الاجتماعية في النشرة.
- التعرف على أنواع القضايا الاجتماعية المتناولة في نشرة الثامنة في قناة "الشروق نيوز".
- رصد مصادر الأخبار الموثقة للقضايا الاجتماعية المتناولة في النشرة.
- تحديد القوالب الفنية الأكثر استخداما في تغطية القضايا الاجتماعية في النشرة.
- التعرف على القيم السائدة من خلال عرض القضايا الاجتماعية في النشرة.
- التعرف على أبرز الأشخاص المشاركة أو المتفاعلة في القضايا الاجتماعية.
- التعرف على أبرز المشاركة أو المتفاعلة في القضايا الاجتماعية.

وقد اعتمدت الباحثين في دراستهما على المنهج المسحي الذي يعتبر من أنسب المناهج العلمية الملائمة للدراسات الوصفية ذلك لأنه يستهدف تسجيل وتحليل وتفسير الظاهرة في وضعها الراهن بعد جمع البيانات اللازمة والكافية عنها وعن وضعها من خلال مجموعة من الإجراءات المنظمةة التي تحدّد نوع البيانات ومصدرها، وكذا طرق الحصول عليها، أما نوع العيّنة فقد اعتمدا على العيّنة القصدية فتمثّلت في اختيارهم 6 أعداد من النشرات الإخبارية الرئيسية بأسلوب قصدي خلال فترة

زمنية مدتها ما بين 16 نوفمبر 2017 إلى 3 مارس 2018، واختارتنا وحدات مناسبة للتحليل، أما أدوات جمع البيانات فقد استعاننا بالملاحظة والمقابلة وأداة تحليل المحتوى واستمارة تحليل المحتوى.

وقد خلصت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج تتمثل فيما يلي:

- هناك عدم ثبات في موعد بث نشرة الأخبار الرئيسية في قناة الشروق "نيوز" خلال فترة الدراسة حيث أحيانا تبث على الساعة 20:30 وأحيانا أخرى على الساعة 21:00.
- هناك اهتمام معتبر من قناة الشروق "نيوز" للقضايا الاجتماعية وهذا ما تمّ التوصل له من خلال الدراسة.
- النوع الصحفي الغالب في نشرات الشروق "نيوز" هو التقرير بنسبة 36 بالمائة بالنسبة لباقي الأنواع وهذا لم يقتصر اعتمادها على التقرير فقط بل اعتمدت الحوار والمكالمات المباشرة والمسجلة بصفة معتبرة هذا ما يعينها في تقديمها للقضايا على السرد المجرد ويعطي حيوية وتنوع للمواضيع المتناولة.
- تفوق القضايا الاجتماعية على باقي القضايا المطروحة في النشرات إذ 23.7 بالمائة استأثرت وحدها على هيمنة قضية الاضطرابات بمواضيعها المتناولة على باقي القضايا الاجتماعية المعروضة وتساوي نسبة التغطية لكل من قضيتي السكن وارتفاع الأسعار بمختلف مواضيعهم المطروحة.
- أكثر القيم الإخبارية بروزا في للنشرات هي قيمة الذاتية والذقة بشكل واضح، تليها قيمتي الذاتية والحيادية وأخيرا الوضوح كآخر القيم من حيث الاعتماد على القناة في تغطية القضايا الاجتماعية.
- أبرز الأشخاص الفاعلين في القضايا الاجتماعية المتناولة في قناة الشروق "نيوز" وضمن نشراتها الرئيسية هي الجهات الرسمية والمواطنين.

4) الدراسة الرابعة:

هي دراسة لطاهر حورية، بعنوان "المشكلات الاجتماعية في برامج التلفزيون الخاص بالجزائر"، دراسة تحليلية لقناة المقار والشروق العامة والنهار، وهي أطروحة دكتوراه تخصص اللغة، الاتصال والتّحليل التّقدي لوسائل الإعلام جامعة عبد الحميد بن باديس-مستغانم، السنة الجامعية 2018.

تمحورت إشكالية الدراسة حول التّساؤل الرئيسي: ما مدى التزام مضامين البرامج الاجتماعية محل الدراسة في القنوات الخاصّة بالجزائر بالمسؤولية اتّجاه الأفراد ومبادئ وقيم المجتمع على ضوء أخلاقيات المهنة الصحفيّة؟

ولبثق عن هذا التّساؤل جملة من التّساؤلات الفرعية منها: (1)

- ما هي المواضيع المتطرّق إليها في البرامج الاجتماعية (برنامج ما وراء الجدران برنامج خط أحمر، برنامج الخط البرتقالي)؟

- ما هي معايير انتقاء القضايا المعالجة في البرامج الاجتماعية: برنامج ما وراء الجدران، برنامج خط أحمر، برنامج الخط البرتقالي؟

- هل يحترم الصحفيون رغبة الأفراد في الظهور أمام الشاشة وأخذ صورهم؟

- ما هي الآليات المستخدمة في معالجة المواضيع الاجتماعية؟

- هل يحترم الصحفيون قيم المجتمع والدّوق العام في معالجة القضايا الاجتماعية؟

- ما هي القوالب الصحفيّة التي تعالج بها القضايا الاجتماعية؟

- إلى أيّ مدى يتم انتقاء الألفاظ والعبارات المستخدمة في معالجة القضايا الاجتماعية؟

أما أهداف الدراسة فحطت في النّقاط التّالية:

- ضبط إطار ممارساتي لمعالجة القضايا الاجتماعية مع ضمان احترام خصوصية الأفراد وقيم المجتمع بمعنى تفعيل موثيق أخلاقيات المهنة.

(1) حورية طاهر، "المشكلات الاجتماعية في برامج التلفزيون الخاص بالجزائر" (أطروحة دكتوراه، جامعة عبد الحميد بن باديس، 2018).

- معرفة أهم القضايا الاجتماعية المعالجة في البرامج الاجتماعية وآليات معالجتها.
- الكشف عن القيم التي توج لها البرامج الاجتماعية.
- الكشف عن أهداف البرامج الاجتماعية.
- معرفة خصوصية الأفراد وقيم المجتمع في معالجة القضايا الاجتماعية.

وقد اعتمدت الباحثة في دراستها على المنهج الوصفي التحليلي بهدف وصف وتحليل مضمون البرامج الاجتماعية محل الدراسة، قصد الوقوف على مختلف القضايا المطروحة للنقاش والآليات المعتمدة لمعالجتها ودور الفاعلين فيها واستنباط أهم القيم المرّوج لها وأهدافها، أما نوع العيّنة فقد اعتمدت على العيّنة القصدية حيث قامت باختيار 5 حصص من كلّ برنامج أي مجموعها 15 برنامج خلال فترة الدراسة المحددة بإجمالي 21 ساعة، واختارت وحدات مناسبة للتحليل، أما أدوات جمع البيانات فقد استعانت بأداة تحليل المضمون واستمارة تحليل المحتوى.

وقد خلصت الدراسة إلى جملة من النتائج تتمثل فيما يلي:

- تركز البرامج محل الدراسة في المرتبة الأولى بنسبة 40% على قضايا فك الرابطة الزوجية من طلاق وخلع والمشاكل التي تنجم عنها خاصة ضياع الأبناء وتشتتهم، ثم الظواهر التي تعتبر دخيلة على المجتمع الجزائري كالنواج الإلكترونية من الأجانب ومعاناته، كما أنّ معظم الحالات المستضافة هم نساء والمعروف أنّ المرأة هي الأكثر شكوى وتتحكم فيها العاطفة أكثر من العقل خاصة في العلاقات الأسرية، والرجال أقل جرأة في الظهور أمام الملأ وسرد مشاكلهم.

- أما الطابوهات فتركز عليها عيّنة الدراسة (المتتمثلة في برنامج الخط البرتقالي) بنسبة 80% وهذا يمكن تفسيره من زاويتين لأن البرنامج في موسم الثالث وقد تطرق للمواضيع الاعتيادية في مواسمه السابقة ومن جهة أخرى التنافسية مع برامج أخرى جعلته يتطرق إلى مواضيع حساسة لجلب انتباه المشاهد (البرنامج غير توقيت بثّه من يوم الأحد على الساعة 21:00 سا مساء إلى يوم السبت).

- ثم التطرق إلى مشاكل شهادة الزور والظلم المترتب عنها وكل هذه المواضيع المتطرق إليها هي نابعة من واقع المجتمع الجزائري ويعتمد في ترتيب التطرق إليها على عدد المكالمات والمراسلات التي تصل إلى القائمتين على البرامج محل الدراسة وهذا ما نلمسه من التفاعل مع البرامج بعد بثها عن طريق المساعدات بالإضافة إلى الإحصائيات الرسمية حتى وإن كانت متواضعة المتوفرة عن توسع وتفشي الظاهرة محل النقاش. وفيما يخص الأفراد في البرامج محل الدراسة فهو راجع إلى موافقتهم وقناعتهم الشخصية وهذا ما نلمسه من خلال أسئلة مقلّمي البرامج للحالة محل النقاش عن رغبتها في الظهور أمام الشاشة أم لا، أما في بعض المواضيع فإنه يمنع إظهار الشخص دون أخذ رغبته بالظهور أمام الشاشة بعين الاعتبار وذلك في حالات: الاغتصاب وخاصة القصر، الشدود الجنسي (برنامج الخط البرتقالي) وذلك احتراماً لقيم المجتمع وللوق العام لتفادي التّشهير بهذه الحالات وهذا ولعنايه في كامل عينة دراستنا وتم تحقيقه استعانة بالأساليب التقنية مثل تضليل صورة الوجه والتحكّم في طبقات الصوت. بنسبة قليلة نلمس إلحاح المقدم على الظهور أمام الشاشة أو الإجابة على سؤال يمتنع عنه (برنامج ما وراء الجدران)، أما مقدم برنامج خط أحمر فنجدها تقاطع الحالات المستضافة في حالات سردهم لتفاصيل ترى أنّها خصوصية ولا ينبغي أن تزداع، وهذا احترام لخصوصية ولذوق المجتمع.

للقائم التي تحاول البرامج محل الدراسة الترويج لها هي قيم التّسامح مع المتخاصمين والنّصح والتّوعية والتّعاون من خلال تقديم نداءات لمرضى بحاجة إلى تبرعات لإجراء عمليات أو معوزين، قيمة الاستماع والّدعاء للآخرين حتى ولو لم تقدر على المساعدة، إضافة إلى قيمة مهمّة هي تحديد سنّ المشاهد للحلقة حسب موضوع الحلقة يحترمها خاصّة برنامج الخط البرتقالي بكتابتها في أسفل الشاشة وبنسبة أقلّ يعبر عنها في البرامج الأخرى لكن هذه القيمة لا يمكن تجسيدها خاصّة أنّ هذه البرامج يمكن مشاهدتها في مواقع التّواصل الاجتماعي.

- تهدف البرامج محل الدراسة إلى تسليط الضوء على نواحي سوداوية في المجتمع الجزائري والبحث في أسبابها وخلفياتها للحدّ منها وتوعية الأفراد بأهمية العلاقات الأسرية والّوابط الاجتماعية في الحدّ

من الظواهر السلبية كالمخدرات والسلوكيات الجنسية المنحرفة، كما تسعى إلى توعية الشباب وتدعو السلطات الرسمية والمجتمع المدني والمختصين كل في مجاله وكافة الأفراد لتكاتف الجهود للتصدي للمظاهر السلبية.

ب/الدراسات العربية:

1) الدراسة الأولى:

هي دراسة لإيمان عبد الحكيم أحمد زايد، بعنوان "دور القنوات الفضائية المصرية في معالجة القضايا الاجتماعية للجمهور المصري"، وهي رسالة مقّمة للحصول على درجة الدكتوراه في الإعلام جامعة القاهرة، السنة الجامعية 2016.

أما أهداف الدراسة فجاءت في النقاط التالية:⁽¹⁾

- رصد تناول البرامج الجماهيرية المقّمة على القنوات الفضائية المصرية التي تعرض القضايا الاجتماعية ومدى تلبيتها لحاجات الجمهور.
- رصد مدى استفادة الجمهور من هذه البرامج.
- رصد مدى طرح حلول للمشكلات والقضايا الاجتماعية.
- تحليل أساليب معالجة المشكلات والقضايا الاجتماعية.

وقد اعتمدت الباحثة في دراستها على منهج المسح بالعيّنة بشقيه الوصفي والتحليلي على عيّنة من البرامج الاجتماعية بالفضائيات المصرية، زيادة عن إجراء دراسة مسحية على 400 مبحوث.

وقد خلصت هذه الدراسة إلى جملة من النتائج تتمثل فيما يلي:

⁽¹⁾ إيمان عبد الحكيم أحمد زايد، "دور القنوات الفضائية المصرية في معالجة القضايا الاجتماعية للجمهور المصري" (رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة 2016).

- بالنسبة للدراسة التحليلية نجد أن قضية العلاقات الزوجية والأسرية احتلت أعلى النسب في القنوات الخاصة حيث كانت 26.9%، أما بالنسبة للقنوات الحكومية فقد احتلت قضية الرعاية الصحية أعلى النسب حيث كانت 33%.
- بالنسبة للدراسة الميدانية: نجد أن مصادر المعلومات لدى المبحوثين فقد تصدرت القنوات الفضائية أعلى النسب حيث كانت 96%.
- وقد تصدرت قناة الحياة أعلى النسب حيث كانت 75.8%، وقد كانت نسبة الاستفادة عالية حيث كانت 70.7%.

(2) الدراسة الثانية:

هي دراسة لثامر عزيز الدجاني، بعنوان "المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية في المسلسلات الكويتية وانعكاسها على القيم الاجتماعية لدى الشباب الكويتي"، وهي رسالة مقلّمة للحصول على درجة الدكتوراه في الإعلام جامعة عين شمس، السنة الجامعية 2019.

تمحورت إشكالية الدراسة حول دراسة أساليب المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية في المسلسلات الكويتية، وانعكاسها على القيم الاجتماعية لدى الشباب الكويتي.

وانبثق عن هذه المشكلة جملة من التساؤلات الفرعية منها: (1)

- ما استخدامات الشباب الكويتي للمسلسلات الكويتية؟
- ما أسباب مشاهدة المسلسلات الكويتية؟
- ما القضايا التي تعرضها المسلسلات الكويتية؟
- ما تأثير مشاهدة المسلسلات على الوعي الاجتماعي للشباب؟
- ما القيم التي عالجتها المسلسلات الكويتية من وجهة نظر الشباب؟

(1) ثامر عزيز الدجاني، "المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية في المسلسلات الكويتية وانعكاسها على القيم الاجتماعية لدى الشباب الكويتي" (رسالة دكتوراه، جامعة عين شمس، 2019).

وقد اعتمدت الباحثة في دراسته على منهج المسح وفي إطاره تمّ الاعتماد على منهجين هما: المسح الميداني، مسح المضمون لتحليل محتوى عيّنة من المسلسلات الكويتية، أما عيّنة الدراسة الميدانية تتمثل في عيّنة قوامها 400 شخص من الشباب الكويتي الذي يشاهد المسلسلات الكويتية، وذلك من عمر 19 سنة فأكثر. أما عيّنة الدراسة التحليلية فتتمثل في خمس مسلسلات كويتية تمّ اختيارهم بطريقة عشوائية في المسلسلات التي تمّ عرضها لأول مرة في شهر رمضان 2017-1438م. أما أدوات جمع البيانات فقد استعانت باستمارة الإستبيان واستمارة تحليل المضمون.

وقد خلصت هذه الدراسة التحليلية إلى جملة من النتائج تتمثل فيما يلي:

- قضايا الشباب التي تتناولها المسلسلات الكويتية وكانت قضية الترابط الأسري هي أكثر القضايا التي كانت تعالجها هذه المسلسلات، تليها قضية الاضطرابات الأسرية، ثم تأتي قضية الانتماء والولاء الوطني... الخ.

- فيما يتعلق بالقضايا الاجتماعية التي تعالجها المسلسلات الكويتية الارتفاع في قضية التفكك الأسري كإحدى القضايا التي تعالجها المسلسلات الكويتية ثم تأتي قضية الإدمان ثم تأتي قضية الانتماء ثم جاءت قضية العنوسة حيث كانت أقل القضايا التي عالجتها المسلسلات الكويتية.

- فيما يتعلق بالقيم الاجتماعية التي تعالجها المسلسلات الكويتية إلى ارتفاع نسبة قيم الصبر والتعاون .

- فيما يتعلق باتجاه المضمون في المسلسلات الكويتية نحو القيمة أو السلوك السلي إلى الارتفاع في الاتجاه الذي يعرض القيم الإيجابية ويؤيدّها ثم يأتي الاتجاه الذي يعرض القيم بشكل محايد.

❖ التعقيب على الدراسات السابقة:

● تشابه دراستنا من حيث أنّها اعتمدت على نفس الأداة والتي تمثلت في تحليل المضمون المتعلق بتحليل الرسالة الإعلامية المتمثلة في حصة "وكل شيء ممكن"، ولكن هذه الدراسة ركزت على دور الحصص الخاصة في التوعية من الآفات الاجتماعية على وجه الخصوص وكذلك نفس مجتمع البحث المتمثل في الحصة الاجتماعية "وكل شيء ممكن".

أما من حيث أوجه الاختلاف فهذه الدراسة تختلف عن دراستنا في المنهج المعتمد، حيث اعتمدت "مايا باشا" على المنهج الوصفي أما دراستنا فاعتمدت على المنهج الوصفي، تختلف كذلك في نوع العيّنة حيث اعتمدت على العيّنة العشوائية أما دراستنا فقد اعتمدت على العيّنة القصدية. كما استفدنا منها في معرفة الجوانب القيمة والسلوكية للمشاهدين نحو البرنامج والتأثير به.

● تشابه دراستنا مع الدراسة الجزائرية الثانية في العنوان والمحدد في المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية في قناة الشروق TV.

تشابه أيضا في المتغير المستقل لكلا الدراستين والمتمحور في القضايا الاجتماعية، وكذلك في بعض المفاهيم كالقضايا الاجتماعية وقناة الشروق TV، إضافة إلى استخدامها لنفس المنهج ألا وهو المنهج الوصفي، ونفس الأداة التي ساعدتنا في الكشف عن جوانب متعددة في المعالجة الإعلامية بواسطة الدراسة التحليلية، واعتمدت أيضا على نفس القناة وهي قناة الشروق TV.

أما من حيث أوجه الاختلاف فهذه الدراسة تختلف عن دراستنا في مجتمع البحث وعيّنة الدراسة، حيث تمثل مجتمع دراستنا التحليلية في برنامج "افتح قلبك" على قناة الشروق TV واستخدمنا العيّنة القصدية، أما دراسة مروة بن الديب وإكرام حلمي فمجتمع بحثهما متمثل في مجموع 22 حلقة من السلسلة الفكاهية "فقر Mental" حيث اعتمد على المسح الشامل لكل مفردات مجتمع البحث.

كما استفدنا من خلال هذه الدراسة في معرفة كيفية تصميم استمارة تحليل المحتوى وتحديد بعض الوحدات والفئات المرتبطة بها، وكذلك معرفة بعض الجوانب النظرية من خلال الإطلاع على أهم القضايا المطروحة في قناة الشروق TV.

• تتشابه دراسة أحلام بعطوط وشيخة سماح (الدراسة الجزائرية الثالثة) مع دراستنا في كونها تحمل نفس الموضوع المتعلق بالقضايا الاجتماعية، إضافة إلى احتوائهما على نفس المتغير المستقل لكلتا الدراستين والمتمثل في «القضايا الاجتماعية» اعتماداً أيضاً على نفس العينة القصدية واستخدامهما لنفس أدوات جمع البيانات المتمثلة في تحليل المحتوى واستمارة تحليل المحتوى.

أما من حيث أوجه الاختلاف فهذه الدراسة تختلف عن دراستنا في المنهج المعتمد ألا وهو المنهج المسحي أما دراستنا فاعتمدت على المنهج الوصفي واختلفت أيضاً في حجم العينة المتمثل في 6 أعداد من النشرات الإخبارية الرئيسية في قناة الشروق News (الإخبارية)، أما حجم العينة في دراستنا بلغ 12 عدداً من برنامج "افتح قلبك" على قناة الشروق TV.

كما استفدنا منها في معرفة بعض الجوانب النظرية بحيث اتضح لنا الوؤية من خلال الإطلاع على أهم القضايا المطروحة ومعرفة أيضاً كيف ساهم الإعلام في معالجة هذه القضايا.

• تتشابه دراسة حورية طاهر (الدراسة الجزائرية الرابعة) مع دراستنا في كونها تتناول نفس المتغير المتعلق بالمشكلات الاجتماعية أو القضايا الاجتماعية، إضافة إلى استخدامها نفس نوع العينة المتمثل في العينة القصدية، وكذلك استخدامها بنفس أدوات جمع البيانات والمتمثلة في تحليل المضمون واستمارة تحليل المحتوى.

أما من حيث أوجه الاختلاف فهذه الدراسة تختلف عن دراستنا في المنهج بحيث نجد أنها اعتمدت على المنهج الوصفي التحليلي، أما دراستنا فقد اعتمدنا على المنهج الوصفي، كما تختلف أيضاً في عينة الدراسة حيث قامت الباحثة بتحليل 5 حصص من كل برنامج أي 15 عدداً من البرامج الثلاث

وهي برنامج الخط البرتقالي، برنامج خط أحمر، برنامج ما وراء الجدران على قنوات الهقار والشروق العامة، والنهار، أما حجم عينة دراستنا فتمثل في تحليل 12 عددا من برنامج "افتح قلبك" على قناة الشروق TV.

لقد استفدنا من هذه الدراسة في كيفية تحديد بعض الوحدات والفئات المرتبطة بتحليل المضمون، والإطلاع على أهم القضايا المطروحة في القنوات الفضائية الخاصة.

● تتشابه دراسة إيمان عبد الحكيم أحمد زايد (الدراسة العربية الأولى) مع دراستنا في كونها تحمل نفس المتغير المتعلق بالقضايا الاجتماعية.

أما من حيث أوجه الاختلاف فاختلقت هذه الدراسة عن دراستنا في المنهج وكذا العينة حيث استخدمت منهج المسح بالعينة بشقيه الوصفي والتحليلي، أما عينة دراستنا فتمثل في عينة من البرامج الاجتماعية بالفضائيات المصرية زيادة عن إجراء دراسة مسحية على 400 بحث في عينة الدراسة التحليلية والميدانية.

● تتشابه الدراسة العربية الثانية مع دراستنا في نفس المتغير المستقل لكلتا الدراستين والمتمحور في القضايا الاجتماعية، كما تتشابه أيضا في بعض المفاهيم كالمعالجة الإعلامية والقضايا الاجتماعية، كذلك نجدها استخدمت نفس الأداة وهي استمارة تحليل المضمون والتي ساعدتنا في الكشف عن جوانب متعددة في المعالجة الإعلامية بواسطة الدراسة التحليلية.

أما من حيث أوجه الاختلاف فهذه الدراسة تختلف عن دراستنا في المنهج ومجتمع البحث عينة الدراسة، حيث اعتمد الباحث في دراسته على منهجين وهما: المسح الميداني، ومسح المضمون، في اعتمدا في دراستنا على المنهج الوصفي، أما مجتمع دراستنا التحليلية فتمثل في أعداد برنامج "افتح قلبك" على قناة الشروق TV، في حين تمثل مجتمع البحث في دراسة ثامر عزيز اللخاني في عينة

من المسلسلات الكويتية في الدراسة التحليلية و400 شخص من الشباب الكويتي في الدراسة الميدانية.

وقد استفدنا من هذه الدراسة من خلال نتائجها المتوصل إليها، في معرفة أهم قضايا وموضوعات المجتمع المطروحة.

11- المقاربة النظرية للدراسة:

يعدّ تحديد الخلفية النظرية للدراسة من أهم الخطوات في أي بحث علمي، ونظرا لطبيعة موضوع دراستنا المتمثل في "المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية في قناة الشروق TV"، ارتأينا الاعتماد على نظرية تحليل الإطار الإعلامي، التي تعدّ واحدة من الوافد الحديثة في دراسات الاتصال، حيث تسمح للباحث بقياس المحتوى الضمني للرسائل الإعلامية التي تعكسها وسائل الإعلام، وتقدم هذه النظرية تفسيراً منتظماً لدور ورسائل الإعلام في تشكيل الأفكار والاتجاهات حيال القضايا البارزة، وعلاقة ذلك باستجابات الجمهور المعرفية والوجدانية لتلك القضايا.

وتقوم هذه النظرية على أساس أنّ أحداث ومضامين وسائل الإعلام لا يكون لها مغزى في حدّ ذاتها، إلّا إذا وضعت في تنظيم وسياق وأطر إعلامية محدّدة، وهذه الأطر تنظّم الألفاظ والنصوص والمعاني، وتستخدم الخبرات والقيم الاجتماعية السائدة. ويوفّر تأطير الرسائل الإعلامية القدرة على قياس محتوى هذه الرسائل ويفسر ورها في التّأثير على الآراء والاتجاهات المختلفة، أي أنّ هذه النظرة ما هي إلّا بناء محدّد للتوقعات التي تستخدمها وسائل الإعلام لتجعل النّاس أكثر إدراكا للمواقف الاجتماعية في وقت ما، إذن هي عملية هادفة من القائم بالاتصال عندما يعيد تنظيم الرسالة التي تصبّ في خيانة إدراكات النّاس ومؤثراتهم الإقناعية.

وتشير الدراسات في مجال الأطر الإعلامية إلى أنّ وسائل الإعلام تقدم مساعدة للجمهور لفهم وتفسير الأحداث أو القضايا التي تقوم بتغطيتها، وخصوصا تلك التي تحظى بالاهتمام والمتابعة

الأكبر من قبل الأفراد، حيث " يتلخّص دور وسائل الإعلام في وضع هذه الأحداث أو القضايا ضمن أطر إخبارية، لجعلها ذات بروز وأهمية مقارنة بباقي الموضوعات المطروحة في هذه الوسائل، وذلك لتسهيل فهم محتواها، وربط هذه الأطر تلقائياً بمواضيعها من قبل الأفراد، فيكمن على ضوء ذلك إدراكها وتفسيرها وإبداء التّقويمات والأحكام بشأنها، وبهذا يمكن أن تطبّق هذه النظرية على الجانبين التحليلي والميداني ". (1)

1-11 نشأة نظرية تحليل الإطار الإعلامي:

تجد فكرة تشكيل الأطر للإعلامية وأصولها في كلّ من علم النفس وعلم الاجتماع التي ترى أنّ التّعدلات التي تدخل على تعريفات الأحكام تؤدي إلى تغيير فيها.

لقد تبلورت نظرية الأطر الإعلامية على يد عالم الاجتماع Erving Goffman عام 1974 الذي طوّر مفهوم البناء الاجتماعي والتّفاعل الرمزي من خلال مناقشته لقدرة الأفراد على تكوين مخزون من الخبرات يحرك مدركاتهم وبحثهم على حسن استخدام خبراتهم الشخصية وذلك عن طريق أطر إعلامية مناسبة تضيف على المضمون معنى ومغزى، وذلك في كتابه "تحليل الأطر" (Analysis Framing)، وقد أشار Goffman في هذا الكتاب إلى أنّ الإطار هو " العمليات التي يقوم بها الإنسان في تصنيف وتنظيم وتفسير الواقع والتي تسهل عملية فهم المعلومات ووضع الأحداث في سياقها" (2).

وقدمت فترة الثمانينات من القرن العشرين بداية التشكيل الحقيقي لملامح هذا المدخل النظري الجديد، الذي له علاقة قوية بمفاهيم التفاعل الرمزي والواقع الاجتماعي.

(1) عبد الرزاق محمد اللّيمي، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، الطبعة العربية. (عمان دار البازوري العلمية للنشر والتوزيع، 2016) ص 202.

(2) نقلا عن: نسرین محمد عبده حسونة، نظريات الإعلام والاتصال (د ب: د ن، 2015)، ص 24.

11-2 فروض نظرية التّأطير الإعلامي:

إنّ الأحداث لا تنطوي في حدّ ذاتها على مغزى معيّن، وإنّما تكتسب مغزاهما من خلال وضعها في إطار محدّد يحددها وينظّمها ويضفي عليها قدرا من الاتساق، من خلال التّركيز على بعض جوانب الموضوع وإغفال جوانب أخرى.

تفترض نظرية الأطر أنّ الإعلام يفعل أكثر من مجرد (الإبراز) بواسطة ما يستبعد وما يوضع أو يتمّ تضمينه في القصّة، فالإعلام يوطّر القضية والقصة ويحدّد معناها، وبالتّالي يشكّل تفسير الجمهور لهذه القضية، وبذلك يتمثّل التأثير الأساسي في تحديد طريقة التّفسير الضّمني للقضايا المقلمة.

ومن الممكن أن تختلف وجهات اللّظر حول القضية المعروضة باختلاف ترتيبها وبنائها وفقا لاعتبارات وقيم متعدّدة، وبالتّالي فإنّ طريقة تقديم القضية في تقارير الأخبار يكون لها تأثير في كيفية فهمها بواسطة الجمهور، فاستدلالات النّاس وإدراكهم الأحداث يعتمد على المعلومات والسّمات البارزة في البيئة.⁽¹⁾

11-3 خطوات تكوين الإطار:

تمّ عملية التّأطير الإعلامي للمضمون من خلال أربع خطوات رئيسية:

- يصدر القائمون بالإتّصال أحكاما واعية أو غير واعية وبطريقة معتمدة أو غير معتمدة على الرّسالة من خلال البناءات المعرفية والإدراكية للإعلاميين.

- تتشكل الرّسالة في أطر مهنية من ناحية الشّكل أو المضمون في عبارات ومفاهيم واقتباسات المصدر هناك أطره المتحكّمة ليس في ذاته بل في الرّسالة فوجود أو عدم وجود صور للحدث.

(1) نقلا عن: إلهام يونس: "تأطير قضايا المرأة المصرية في برامج التّلفزيون الدّولة من منظور المسؤولية الاجتماعية" (رسالة ماجستير، جامعة مصر 2017)، ص 151.

مساحة النشر والإذاعة، يسر أو عدم يسر الحصول على المعلومة والجزء الناتج عن العمل كّل هذا وغيره يؤثر في خطوات بناء الإطار.

- يتوقع المرسل أطرا خاصة للمتلقي فترشده وتؤثر في عملية التأطير الحالية والمتوقعة.

- الرسالة المؤطرة تمثل المخزون المشترك لكّل خطوات وضع الإطار. هي في الغالب التمثيل المشترك للإطار الاجتماعي العام.

- إذن فالإطار الإعلامي ليس الوسيلة الإعلامية (تلفزيون مثلا) بل هو وليد السياسات والممارسات الإعلامية الموجودة وثقافة القائم بالاتصال ونوع ومصادر الأخبار والاتجاهات الإيديولوجية والثقافية الشائعة ودرجة الحرية السياسية الحاكمة وطبيعة الأحداث وحجمها وارتباطها بالجماهير.⁽¹⁾

11-4 وظائف تحليل الإطار الإعلامي:

يحدّد إنتمان (Entman) أربع وظائف لتحليل الإطار الإعلامي وهي:

(1) تحديد المشكلة أو القضية بدقة (Define Problem)

(2) تشخيص أسباب المشكلة (Diagnose Causes)

(3) وضع أحكام أخلاقية (Moral Judgements)

(4) اقتراح سبل العلاج (Suggest Remedies)

ويشير "إنتمان" إلى إمكانية تناول الأطر الإعلامية وفق مستويين أساسيين:

■ المستوى الأول: يتعلق بتحديد مرجعية تساعد في عملية تمثيل المعلومات واسترجاعها من الذاكرة.

(1) علي محمد خير المغربي، الإعلام والاتصال الجماهيري (الإسكندرية: دار التعليم الجامعي، 2015)، ص ص 171-172.

■ المستوى الثّاني: يتعلّق بوصف السّمات التي تمثّل محور الاهتمام في النّصّ الإعلامي، ومن خلال التكرار والتّدعيم يتمّ إبراز إطار بعينه ينطوي على تفسيرات محدّدة تصبح بدورها أكثر قابلية للإدراك والتذكّر من جانب الجمهور الذي يتعصّب باستمرار لتلك الوسيلة الإعلامية. (1)

11-5 تطبيق نظرية التّأطير الإعلامي على موضوع الدراسة:

تعمّن نظرية التّأطير الإعلامي بوضع القضية محلّ النّقاش داخل إطار من أجل تحديدها وإبراز المعايير المختلفة التي يستخدمها القائم بالاتصال أو الجمهور، عندما يفكّر ويشكّل آراء واتّجاهات حول القضايا الاجتماعية في برنامج "افتح قلبك"، ومن ثمّ جاءت ضرورة توظيف هذه النّظرية في دراسة القضايا الخاصّة بالمجتمع لتحديد مدى قدرة البرنامج على ترسيخ صورة المجتمع ومعالجة مشاكله في قوالب مختلفة لإبرازها واقتراح حلول مناسبة لها.

كما أنّ دراسة الأطر الخاصّة بالقضايا الاجتماعية تساهم في التعرّف على دور وسائل الإعلام في إعطاء صورة عن المجتمع الجزائري، والبحث عن أهمّ القضايا التي تعمد الإعلام الجزائري إبرازها وأخرى عمل على إغفالها وفق مبدأ الإغفال والإبراز.

(1) حسن عماد مكاي، وليلى السّيد: الإتّصال ونظرياته المعاصرة، (القاهرة: الدار المصرية اللّبنانية، 1998)، ص ص 348-349.

الفصل الثّاني:

القنوات الفضائية الخاصة ونشأتها في الجزائر

تمهيد

- 1- تعريف القنوات الفضائية الخاصة.
- 2- دوافع ظهور القنوات الفضائية الخاصة.
- 3- أنواع القنوات الفضائية الخاصة.
- 4- لمحة تاريخية عن قطاع السّمي البصري في الجزائر.
- 5- تعريف القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة.
- 6- نشأة وتطور القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة.
- 7- أنواع القنوات الفضائية الخاصة.
- 8- أسباب ودوافع ظهور القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة.
- 9- أهمية القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة.
- 10- واقع وتحديات القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة.
- 11- نماذج لبعض القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة.
- 12- إيجابيات وسلبيات القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة.

خلاصة الفصل

تمهيد:

شهدت الجزائر في الآونة الأخيرة العديد من التغيرات في مختلف المجالات السياسية والاجتماعية وكذا الإعلامية، خصوصا بعد الخطاب الذي ألقاه رئيس الجمهورية السابق عبد العزيز بوتفليقة عام 2011، وهذا في سياق الأوضاع التي عرفتھا المنطقة العربية بصفة عامة والجزائرية بصفة خاصة في تلك الفترة، وكذلك التطورات التي فرضتها تكنولوجيا الإعلام والاتصال الحديثة.

فبعد أكثر من خمسين سنة من احتكار السلطة الجزائرية للقنوات التلفزيونية والإذاعية، أعطت أخيرا الضوء الأخضر لرفع الاحتكار وفتح المجال السمعي البصري الذي جاء متأخرا مقارنة بالدول الأوروبية وكذا العربية التي سبقتنا إلى هذه التجربة، وقد تجلّى ذلك في صدور قانون جديد للإعلام سنة 2012، وبدأ بعض القنوات الفضائية "الجزائرية" الخاصة عملها عبر بث فضائي تجريبي يأتي في الغالب من دول عربية أو أوروبية، في انتظار تكريس الانفتاح الموعود به قانونيا وتوطين هذه القنوات لتصبح خاضعة للقانون الجزائري من خلال إصدار كل التشريعات المنظمة لفتح القطاع السمعي البصري في الجزائر أمام الاستثمار الخاص وتفعيلها في أرض الميدان.

وستتناول في هذا الفصل تقديم صورة عامة حول القنوات الفضائية الخاصة ونشأتها في الجزائر، من خلال عرض لمحة تاريخية عن قطاع السمعي البصري في الجزائر، وكذا نشأة وتطور القنوات التلفزيونية الخاصة في الجزائر، وصولا إلى أسباب ودوافع ظهورها، واستعراض لبعض نماذج هذه القنوات، مع تبيان واقعها في الجزائر، وإظهار أهم التحديات التي تواجهها، وفي الأخير نستعرض إيجابيات وسلبيات القنوات الخاصة.

1- تعريف القنوات الفضائية الخاصة:

هي قنوات ذات ملكية خاصة تابعة لأشخاص أو مؤسسات أو أحزاب سياسية معينة ويتم استئجارها على قمر صناعي يستخدم نظام البث المباشر الذي يعتمد على أن تقوم محطة الإرسال الرئيسية بإرسال البرامج المتفق عليها عن طريق مرسله تستخدم حزم ضوئية مكثفة إلى هاته القنوات في القمر الصناعي، وتقوم بدورها بتحويل الإشارة إلى صورة وصوت.⁽¹⁾

وتعرف كذلك على أنها محطات تلفزيونية تبث إرسالها عبر الأقمار الصناعية لكي يتجاوز هذا نطاق الحدود الجغرافية لمنطقة الإرسال حيث يمكن استقباله عبر أجهزة خاصة باستقبال الإشارات الوافدة من القمر الصناعي وهذه الأجهزة التي تقوم بمعالجة تلك البيانات وعرضها على شاشة التلفزيون.⁽²⁾

ويمكن تعريفها أيضا بأنها القنوات التي تمتلكها وتديرها رؤوس الأموال والتي جاءت نتاجا لثورة اتصالات مما ساعد على كسر احتكار الدولة للإعلام المسموع والمرئي ودخول رأس المال الخاص في مجال الإنتاج التلفزيوني وأيضا في مجال إنتاج المواد الإخبارية التي تسعى إلى شرح وتفسير القضايا والأخبار وتقديم وجهات نظر متعددة، وذلك من خلال طرح مجموعة من البرامج التي تهدف إلى تقديم خدمة إخبارية متنوعة للمشاهد.⁽³⁾

2- عوامل ظهور القنوات الفضائية الخاصة:

يمكن إرجاع ظهور القنوات الفضائية الخاصة إلى ما يلي:

● الحيز الزمني الذي تحتله البرامج في القنوات العمومية إضافة إلى التوقيت غير الملائم، وكذا الحاجة المعرفية المتزايدة لدى المشاهد، ورغبته في إثراء البرامج خاصة الحوارية بالآراء المخالفة

(1) مسعد مشطر عبد الصاحب المضامين والأشكال الفنية لبرامج التلفزيون في تلفزيون العراق والتلفزيون العربي السوري" (أطروحة دكتوراه، جامعة بغداد، 2007)، ص 38.

(2) نعيمة موكس، تأثير التواصل الاجتماعي على القنوات الفضائية العربية القنوات الفضائية الخاصة" (مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر، 2013) ص 56.

(3) علاء محمد عبد العاطي، تأثير نمط الملكية في القنوات التلفزيونية الإخبارية العربية على وظيفتها السياسية "مؤتمر التعليم النوعي ودوره في التنمية البشرية (جامعة المنصورة، 12-13 أبريل 2006)، ص 17.

- مما أدى إلى ظهور القنوات الفضائية الخاصّة، بالرّغم من أنّ التّلفزيون ومنذ ظهوره عمد إلى إيجاد نوع من البرامج لجمهور متخصّص من أجل إشباع حاجاته وميولاته.
- تراكم المخزون السّمي البصري والذّي كان نتاج سنوات تمثيل في الكثير من الأفلام المصرية والسينمائية والعربية والعديد من الحفلات الموسيقية والبرامج الوثائقية والإجتماعية، هذا المخزون ساهم في إيجاد نوع من الإنتاج القابل لإعادة البث.
 - ظهور رؤوس الأموال المستثمرة والممولين في مجال الإعلام الذّي أّى إلى ظهور الإعلام الخاص، الذّي كان له أهدافه ونظّرتة للإعلام بعد ما كان الإعلام الحكومي هو المسيطر لمّدة طويلة والذّي تميّز بالشّمولية، إضافة إلى ظهور التّخصّص كسمة من سمات العصر سارع في ظهور القنوات الخاصّة.
 - العوامل التّكنة ولوجية الحديثة التي ساهمت في تطوّر تقنيات البثّ، خاصّة منها تقنية البثّ المباشر والرّسائل الحديثة في مجال إنتاج الصّورة وتسويقها.⁽¹⁾

3- لمحة تاريخية عن قطاع السّمي البصري في الجزائر:

تعود الملامح الأولى لقطاع السّمي البصري في الجزائر إلى تاريخ ظهور الإذاعة والتّلفزيون خلال الحقبة الاستعمارية، حيث أدخل الفرنسيون الإذاعة لأوّل مرّة عام 1924، وكانت موجّهة في بادئ الأمر إلى الأقلّية الأوروبيّة من المعمرين في البلد، لتغير وجهتها فيما بعد خاصّة مع اندلاع الثّورة، أين سارعت السّلطات الاستعمارية لإنشاء أوّل محطة تلفزيونية بالعاصمة الجزائرية في 24 ديسمبر 1956.

سعت البرامج الفرنسية لانتزاع القيم الوطنية من الجزائريين وتجريدهم من هويتهم الأصليّة، كما كوّست إتفاقيات إيفيان المضادة بين السّلطات الجزائرية والفرنسية، تبعية القطاع الإذاعي والتّلفزيوني للسّلطات المستعمرة رغم مغادرتها التراب الوطني بجمرة عام 1962م، حيث نصّت هذه الاتفاقيات المضادة بين الجانبين على تأجيل مسألة الفصل في موضوع هذه المؤسّسة الإعلامية إلى مرحلة لاحقة

(1) هناء السّيد، الفضائيات وقادة الرّأي (القاهرة العربي للنّشر والتّوزيع، 2005)، ص 12.

والتي لم تحدّد بتاريخ مضبوط، فلم يتمكّن الإعلام الجزائري من التّخلّص بشكل فعلي من هذه السّيطرة الفرنسية على قطاع الإعلام إلّا بتاريخ 28 أكتوبر 1962، أين استرجعت الجزائر السّيادة على محطّي الإذاعة والتّلفزيون.⁽¹⁾

استكملت الجزائر مظاهر الاستقلال في شقّه الثقافي والإعلامي باسترجاع محطّي الإذاعة والتّلفزيون، فمن غير المعقول حبسها الإبقاء على العمل بنود اتفاقية إيفيان سارية في ظلّ التّمتع بالسّيادة الوطنية وانتزاع الاستقلال من المستعمر الفرنسي، حيث حدّدت السّلطات الجزائرية دوافعها لهذا الاسترجاع مؤكّدة أنّه إجراء لطالما توقّع الشعب حدوثه بفرغ الصّبر، مبرّرة أنّ العملية تندرج ضمن الإرادة السّاعية إلى تصفية كلّ ما من شأنه أن يذكر من قريب أو من بعيد بالوجود الاستعماري في بلد، مضيفة أنّه ليس من قبل المنطق وقد استرجعت البلاد سيادتها الوطنية أن تسمح بوجود أجهزة إعلامية تعرف المواقف التي تبنتها إبان الاحتلال⁽²⁾

ومن هذا السّياق مرّ قطاع الإعلام الجزائري بشكل عام والسّمعي البصري بشكل خاص بعلّة مراحل وحقب زمنية، يمكن تصنيفها إلى خمسة مراحل أساسية وهي على النّحو التّالي:

3-1- المرحلة الأولى 1962-1965: تميّزت المرحلة الأولى التي جاءت مباشرة عقب استقلال

الجزائر من المستعمر الفرنسي عام 1962، في اتّخاذ السّلطات الجزائرية قرارا سياديا شجاعا تمثّل في إقدام الجيش الشّعبي الوطني على احتلال محطّي الإذاعة والتّلفزيون في 28 أكتوبر من عام 1962، بالرّغم من اتّفاقيات إيفيان الممضاة بين الحكومة الوطنية والسّلطات الفرنسية، واسترجعت بالقوّة هذا القطاع الحساس الذي يعدّ أهمّ قطاعات التّنمية، وكان الإجراء المتّخذ يعدّ استكمالاً للاستقلال الوطني في جانبه الإعلامي والثقافي.⁽³⁾

(1) إيدير شيباني، " رأي الصّحفيين الجزائريين في تغطية القنوات الفضائية الخاصة لرئاسيات 17 أفريل 2014" دراسة مسحية لأراء الصّحفيين بالقنوات الجزائرية (رسالة ماجستير، جامعة الجزائر 3، 2014)، ص 26.

(2) نقلا عن: شيماء أمّ محمد مسعود، " أثر الفضائيات الجزائرية الخاصة على التّوافق الأسري للمرأة الماكثة بالبيت" (مذكرة ماستر، جامعة الجليلي بونعامة، 2018)، ص 41.

(3) محمّد الشّطّاح، الإعلام التّلفزيوني نشرات الأخبار المحتوى والجمهور (الجزائر: دار الكتاب الحديث، 2002)، ص 85.

ما يمكن أن نستشفه من هذه المرحلة التاريخية التي أعقبت استغلال البلد مباشرة في سنة 1962 أنّها مرحلة لم تدم طويلا، حيث لم تتعدى ثلاث سنوات بداية من 1962 إلى غاية 1965 ، إلا أنّ الشيء الملفت للملاحظة، هو إدراك السلطات الجزائرية مبكرا للدور الذي يلعبه الإعلام سواء كان سمعيا أو بصريا، حيث سعى صانعو القرار منذ الوهلة الأولى لإقامة إعلام وطني يستجيب لحاجيات الجزائريين والجزائريات، كون هذا القطاع الحساس يعدّ أهم قطاع للتنمية في البلد الفتى، فلا يمكن أن ننمي بلدا خرج لتوه من حرب ضروس واستعمار دام أكثر من 132 سنة، ووسائل إعلاميه خاضعة للسيطرة الفرنسية من حيث الملكية والإدارة والإشراف، لكن الإشكال الذي ترتّب عن هذا الاسترجاع هو الفراغ القانوني الهيب الذي وقع في تسيير المؤسسات الإعلامية في البلد، هذا ما دفع بمتّخذي القرار آنذاك لإبقاء العمل بالنصوص الفرنسية في هذا المجال الإعلامي إلى وقت لاحق.

3-2- المرحلة الثانية 1965-1976: أهم نقطة ميّزت هذه الحقبة الزمنية التي امتدت 11 سنة، هو

إلغاء العمل بالنصوص الفرنسية في مجال الإعلام، حيث سبقت الإشارة إلى تمديد سريان مفعول القوانين الاستعمارية التي كانت تنظّم النشاطات الإعلامية في الجزائر لأسباب ظرفية، نظرا لكون القطاع الإعلامي عانى من فراغ قانوني رهيب غداة الاستقلال.

برر رئيس مجلس الثورة أنذاك "هواري بومدين" قرار إلغاء العمل بالقوانين الفرنسية، أنّه من غير المعقول أن تواصل الثورة مسيرتها بقوانين غير ثورية، فالسياسة الإعلامية التي اتبعت خلال هذه المرحلة تميّزت بالكثير من الغموض على الصعيد القانوني أو على الصعيد الميداني.⁽¹⁾

النقطة الثانية التي يمكن ملاحظتها في هذه المرحلة، هو انعدام قانون خاص ينظّم ممارسة الأنشطة الإعلامية بشكل عام في الجزائر، وبشكل خاص في قطاع السّمع البصري، هذا الفراغ القانوني كانت له انعكاسات سلبية على نشاط وسائل الإعلام في الجزائر فكانت

(1) وثائق تشريعية، الإعلام والثقافة في الجزائر 1962م-1982م، (منشورات وزارة الإعلام الجزائرية، 1981)، ص ص 11-15.

المؤسسات الإعلامية الحكومية عبارة عن لسان حال الحزب الواحد "الأفان"، ومنبرا من المنابر التي يتخذها للترويج لأفكاره ومشاريعه في ظل الأحادية الحزبية في البلد.

3-3+ المرحلة الثالثة 1976-1988: شكّلت هذه المرحلة نقطة تحوّل حقيقية في قطاع الإعلام في

الجزائر، بداية بصدور الميثاق الوطني عام 1976، أين بدأت معالم السياسة الإعلامية تتضح أكثر فأكثر، ووحدت الجزائر مفهومها للإعلام كبلد اشتراكي ينتمي إلى العالم الثالث، يقوم أساسا على الملكية الاجتماعية لوسائل الإعلام، وأكدت أنّ الإعلام جزء لا يتجزأ من السلطة المتمثلة في حزب جبهة التحرير الوطني، وأداة من أدواتها، يكمن دورها في أداء مهام التوجيه والرقابة والتّشيط⁽¹⁾

اختزلت السلطات الجزائرية دور الإعلام في هذه المرحلة، في خدمة أهلف التنمية، كما دعا ميثاق 1976 لاستصدار تشريعات تحدّد دور الإذاعة والتلفزيون في مختلف المشاريع الوطنية، وكذا إشباع مختلف حاجيات الجمهور في إعلام موضوعي.

النقطة الثانية التي ميّزت هذه المرحلة الثالثة من مراحل المشهد الإعلامي الجزائري، هو صدور أول قانون للإعلام في الجزائر عام 1982، إلّا أنّ ما يؤخذ على هذا القانون، أنّه صدر في ظلّ الحزب الواحد، وضمن الخطّ العام للميثاق الوطني والدستور لسنة 1976.⁽²⁾

إذ يعتبر قانون الإعلام 1982 الأول من نوعه الذي يصدر بعد 20 سنة على استرجاع محطّتي الإذاعة والتلفزيون من المستعمر الفرنسي، وسعى هذا القانون لتنظيم الممارسة الإعلامية في الجزائر، إلّا أنّه لم يكن في مستوى التطلّعات، نظرا للواقع السياسي الذي كان يعيشه البلد، والتي تمثّل أساسا في أحادية حزبية، فلم يتعدّ قانون 1982 عن خدمة الحزب الواحد

(1) المشروع التمهيدي لملف السياسة الإعلامية، حزب جبهة التحرير الوطني (الجزائر: لجنة الإعلام والثقافة مطبوعات الحزب، 1982)، ص 34.

(2) شيماء محمد مسعود، مرجع سبق ذكره، ص 43.

وإيديولوجياته حيث بقيت الصّحافة الجزائرية تعاني من مشاكل عديدة نتيجة الثّغرات القانونية وغموض الكثير من المواد الإعلامية فيه.⁽¹⁾

3-4- المرحلة الرابعة 1988-2012: الجديد الذي جاءت به هذه المرحلة، هو ظهور التعددية

السياسية والإعلامية التي أقرها دستور 1989، حيث أجاز حرية إنشاء الجمعيات ذات الطابع السياسي، وذلك بعد الأحداث التي عاشها البلد في الخامس أكتوبر 1988، هذا ما دفع بالسلطة الحاكمة إلى مراجعة قانون الإعلام لسنة 1982، واستصدار قانون جديد للإعلام 1990، الذي فتح مجال التعددية للصّحافة المكتوبة إلاّ أنّ قطاع السّمي البصري بقي تحت ملكية ووصاية الدولة، فبالرغم أن قانون الإعلام 1990 اعتبر بمثابة مكسب كبير للإعلام الجزائري بشكل عام، إلاّ أنّ ما يعاب عليه أنّه مسّ الصّحافة المكتوبة فقط دون الوسائل الأخرى، ليبقى بذلك قطاع السّمي البصري محتكرا من طرف الدولة الجزائرية.⁽²⁾

لم يمنع هذا الواقع من التحرك لفك احتكار الدولة للقطاع، حيث يمكن أن نستدل ببعض المحاولات المحتشمة لفتح مجال السّمي البصري في هذه الحقبة الزمنية، كانت أهمّها جهود رئيس الحكومة مولود حمروش في الفترة الممتدة بين 1989 و1991، والذي سمح بإنتاج حصص سياسية، مثل حصّة "في لقاء الصّحافة" مجسّدة أسس حرية التّعبير، لكن الأمر لم يدم طويلا، حيث جاءت الأحداث الدّامية التي عرفتها الجزائر في فترة التسعينات وذلك أمام حالة الانسداد السياسي وبداية التّدهور الأمني في البلد، وأمام تزايد المراقبة الوقائية للأخبار الأمنية كانت حرية التّعبير وحق المواطن في الإعلام في تراجع متواصل.

ما يمكن الإشارة إليه، هو أنّه خلال فترة التسعينات الحرجة التي عصفت بالبلاد والعباد، لم تخلو هذه الفترة من بعض الإنجازات التي تحققت في قطاع السّمي البصري، وهو إنشاء

(1) رضوان جدي، "الأخلاقيات المهنية في الصّحافة الرّياضية الجزائرية- المفهوم والممارسة من خلال صحافي الهّاف" (رسالة ماجستير، جامعة الجزائر 3، 2011)، ص ص 52-56.

(2) شيماء المحمّد مسعود، مرجع سبق ذكره، ص 44.

المؤسسة العمومية للتلفزيون الجزائري لقناة فضائية جديدة، كانت أداة تواصل بين الجالية الجزائرية المقيمة في الخارج، حيث شاهدنا ميلاد قناة "كنال ألجيري" "Canal Algérie" في أكتوبر 1994، حيث بدأت القناة ببث نشرة أخبار واحدة على الساعة مساءً عددها اليوم ثلاث نشرات، وأصبح بثها يتم عبر النظام التماثلي في 28 أوت 2001. كما عرفت الساحة الإعلامية الجزائرية ميلاد القناة التلفزيونية الثالثة عبر القمر الصناعي "عرب سات"، وهو مشروع يعود إلى نوفمبر 1998 ثم تنفيذه في ديسمبر 1999 لتعرف القناة ميلادها الفعلي في 05 جويلية 2001⁽¹⁾. بعد ذلك شهدنا قدوم القناة الرابعة باللغّة الأمازيغية إلى جانب القناة الخامسة وهي قناة القرآن الكريم.

ما يلاحظ في هذه المرحلة هو غياب نية حقيقية لفتح قطاع السّمي البصري في الجزائر، إلا أنّ هذا لم يمنع من ظهور العديد من المحاولات المحتشمة لإنشاء قنوات تلفزيونية خاصة، حيث قام "عبد المؤمن خليفة" بتأسيس قناة تلفزيونية سنة 2002، وكان مقرّها من العاصمة الفرنسية باريس، كما حاول ناصر كتّان كسب إنشاء قناة Beur TV بمساندة مجموعة من المؤسسات الجزائرية والأجنبية في 2004 تزامنا مع الانتخابات الرئاسية حيث حاولت قناة Beur TV التي تبث من فرنسا الاستقرار في سوق السّمي البصري الجزائري، لكن هذه السوق كانت محتكرة من قبل القنوات الفرنسية والفضائيات العربية والتلفزيون العمومي الجزائري، وبالنظر إلى المشاكل المادية لم يكمل هذا المشروع بالنجاح هو كذلك.⁽²⁾

ما يمكن استنتاجه من هذه المرحلة الزمنية، هو أنّ الإعلام السّمي البصري في الجزائر عاش مرحلة مخاض حقيقية في الفترة الممتدة من 1990 إلى غاية 2011، فبالرغم كلّ الجهود التي سعت لتحرير القطاع السّمي البصري الجزائري حيث تمّ عرض مشروعين تمهيديين لتنظيم الممارسة الإعلامية في البلد، أولهما كان مشروع قانون 1998 والثاني كان خلال عام 2002،

(1) إيدير شيباني، مرجع سبق ذكره، ص 33.

(2) نقلا عن: علاء الدين قاسي، وإيمان زويدني، وإدريس بوعاتي، "صورة القنوات الجزائرية الخاصة لدى جمهورها ختة النهار نموذجاً" (مذكّرة ماستر، جامعة 8 ماي 1945، 2016)، ص 68.

تناولت هاتين الوثيقتين بشيء من التركيز الإعلامي المرئي في الجزائر، إلا أنّ الدولة أصّرت على عدم تغيير الخريطة الإعلامية، حيث رفضت الفكرة جملة وتفصيلا وتشبّثت أكثر من مرّة بعدم فتحه أمام الخواص لحساسية القطاع في نظرها.

3-5- المرحلة الخامسة 2012-2015: تميّزت هذه المرحلة بقفزة نوعية في المشهد الإعلامي

الجزائري بشكل عام، وبشكل خاص في قطاع السّمي البصري، حيث ساهمت الظروف الخارجية المحيطة بالبلد لاسيما ما عاشته البلدان العربية تحت ما اصطّح على تسميته ريعا عربيا، وما لعبه الإعلام من دور في تأجيج هذا الحراك الشّعبي، وتمكّنه من إسقاط "إمبراطوريات سلطوية" عمّت لأكثر من 40 سنة من الزّمن، حيث سارعت السّطات الجزائرية إلى احتواء الوضع آنذاك من خلال الخطاب الذي ألقاه رئيس الجمهورية عبد العزيز بوتفليقة في نوفمبر من عام 2011 الذي عبّر فيه عن قرار فتح هذا القطاع أمام الخواص، وقد أقرت الدولة قانونا عضويا للإعلام سنة 2012، أزالته فيه التّخوفات التي كثيرا ما توجّست منها طيلة نصف قرن من الزّمن، وأبدت نية محتشمة في فتح السّمي البصري أمام الملكية الخاصّة. (1)

لقد كان القانون العضوي رقم 05-12 المتعلق بالإعلام الخطوة الفاصلة بين المكتوب والبصري، بالرغم من أنّه لم يأتي بالكثير مقارنة بما جاء به من قانون الإعلام 1990 الذي جمّد بقرار حالة الطّوارئ، إلاّ فيما يخصّ انفتاح قطاع السّمي البصري على الخواص. ولم يقف الأمر عند قانون عضوي للإعلام فحسب، بل تعزّزت السّاحة الإعلامية الجزائرية خلال سنة 2014 بقانون يعنى بالنّشاط السّمي البصري، وهو القانون الذي وضع لأول مرّة إطارا قانونيا للفاعلين في القطاعين سواء كان عاما أو خاصا، الأمر الذي من شأنه أن يحدث تغييرا ملموسا في وظيفة الإعلام السّمي البصري في البلد.

(1) علاء الدين قاسي، وإيمان زويدي، وإدريس بوعاتي، مرجع سبق ذكره، ص 45.

ما يمكن استنتاجه من هذه المرحلة، هو أنّ سنة 2014 حملت معها جديدا طالما انتظره كلّ الجزائريين، واستحدث لأول مرة في تاريخ البلد قانونا يعنى بنشاط السّميّ البصري، هذا القانون غير جذريا الخريطة الإعلامية الجزائرية، وتفتح على الملكية الخاصّة، وأنهى بذلك حقبة احتكار دامت أزيد من نصف قرن من الزمن، إذ يعدّ صدور أول قانون سميّ بصري في الجزائر خطوة مهمّة في المشهد الإعلامي الجزائري رغم التأخر الكبير الذي عرفه إلاّ أنّه يبقى مكسبا ثمينا لا يستهان به، لكنّه للأسف يعتبر خطوة غير كافية ما دام القانون معطوب بمعوقات تحول دون تنفيذ بنوده بدقة، فالإجراءات المرافقة والمكتملة له لم يتم استحداثها بعد، لذا بقي هذا المولود الجديد حبرا على ورق، فلم تفعل بنوده على أرض الواقع بالرغم من تأسيس سلطة الضّبط السّميّ البصري.⁽¹⁾

4- نشأة وتطوّر "القنوات الفضائية الجزائرية الخاصّة":

يقصد هنا بالقنوات الفضائية الجزائرية الخاصّة، تلك القنوات الفضائية التي تحمل هوية جزائرية سواء كانت تعمل بموجب اعتماد قانوني كقناة جزائرية، أم تملك ترخيصا فقط لفتح مكتب لها بالجزائر⁽²⁾، حتى وإن كانت خاضعة للقانون الأجنبي.

لقد شهدت الجزائر بعد فتح القطاع السّميّ البصري ثورة في القنوات التّلفزيونية الخاصّة، حيث بدأت عدّة قنوات بثّها في إطار "الإصلاحات" التي قام بها الرئيس عبد العزيز بوتفليقة، حيث باشرت عدّة قنوات بالبث في ظرف قياسي.⁽³⁾

وتخصي ساحة الإعلام الجزائري اليوم أكثر من ثلاثين قناة تلفزيونية خاصّة، تبث مضامين إخبارية وفنيّة وبرامج سياسية واجتماعية جزائرية، لكنّها مسجّلة لدى وزارة الاتصال الجزائرية كقنوات أجنبية

(1) علاء الدين قاسي، وإيمان زويدي، وإدريس بوعاتي، مرجع سبق ذكره، ص ص 45-46.

(2) عبد القادر بغداد باي، ويسرى صيشي، "البرامج الحوارية السياسية في الفضائيات الجزائرية الخاصّة من وجهة نظر أساتذة الإعلام بالجامعة الجزائرية"، مجلة آفاق علمية، 12، 02 (أفريل، 2020): ص 56.

(3) "ما يجب معرفته عن القنوات الجزائرية الخاصّة"، نقلا عن الموقع الإلكتروني www.elbilad.net، يوم 2020/08/17، على الساعة

معتمدة للعمل في الجزائر، تضطربت برامجها من الخارج، حيث كانت انطلاقتها بالثنافس على من يظفر بلقب أول قناة جزائرية خاصة، ومع تلك البداية اتضح الارتجال جليا في شاشات هذه القنوات. (1)

ومن بين أبرز تلك القنوات التي شددت إليها انتباه المشاهد الجزائري، أول قناة خاصة قناة "المغربية" التي تتخذ من المملكة المتحدة بريطانيا مقرا لها، ويقف خلفها مجموعة من رجال الأعمال انطلقت في بث برامجها يوم 16 ديسمبر 2011، وهي قناة حوارية إخبارية تعمل على تسليط الضوء على القضايا السياسية والاقتصادية والاجتماعية للعالم العربي، وتهدف إلى إبراز الرأي والرأي الآخر. لتظهر بعدها قناة "الشروق" الجزائرية المستقلة والتابعة لمؤسسة الشروق أو بالأحرى "جريدة الشروق"، وتبث من عمان وبيروت، وتملك مقرا في الجزائر، وكانت انطلاقتها كبث تجريبي وحولت العمل إلى انطلاقة رسمية دون امتلاك أي ترخيص واعتماد، وتعرف فضائية الشروق نفسها بأنها "عامة وشاملة"، وخطتها التحريري مدافعا عن المصالح العليا للجزائر، وبدأت بثها في 01 نوفمبر 2011.

وفي أكتوبر 2011 ظهرت القناة الإخبارية "دزاير Shop"، وهي قناة خاصة متخصصة في الإعلانات والإشهار والدعاية، والتي بدأت بثها من الأردن، ثم "قناة الجزائرية" التي تم إطلاقها على "النابل سات" في شهر فيفري من نفس السنة ومن نفس البلد وتتميز بأنها قناة إعلامية ثقافية ترفيهية تعمل على تمرير القيم الوطنية، وتهدف من خلال برامجها إلى إيصال صورة أكثر إشراقا عن الجزائر.

كما أطلق مجموعة من الصحفيين والإعلاميين الجزائريين قناة فضائية جديدة تحمل اسم "النهار" على القمر الصناعي "نابل سات" والتي اتخذت من العاصمة الأردنية مقرا لها، في 6 مارس 2012 كأول قناة تلفزيونية جزائرية خاصة ذات طابع إخباري، وهي تابعة لجريدة النهار الجديد، تهتم القناة بالشأن الإخباري والسياسي في الجزائر. (2)

(1) عمار طيبي، "القنوات الجزائرية الخاصة... ولادة من حضرة"، نقلا عن الموقع الإلكتروني: www.djazairess.com/elkhabar

يوم 2020/08/17، على الساعة 12:30.

(2) الموقع نفسه، نفس التاريخ، على الساعة 13:00.

لتبرز كذلك القناة الجزائرية الإخبارية الدولية "نوميديا نيوز"، والتي انطلق بثها في أكتوبر من سنة 2012، وهي تتناول مختلف القضايا الراهنة، إضافة إلى قناة "الأطلس"، و"المؤشر"، و"دزاير نيوز" لتظهر في سنة 2013 كّل من قناة "وفاق سطيف" وهي تهتمّ بالأخبار الرياضية، إضافة إلى قناة "جرجرة" للأطفال التي أطلقت في 01 جوان 2013 تزامنا مع اليوم العالمي للطفولة، ثمّ قناة "سميرة" في جويلية 2013 الموجهة للمرأة والخاصة بالطبخ، الأزياء والموضة، كما أطلقت قناة "بربر موسيقى" وهي قناة فنية تهتمّ بالموسيقى والفنّ الأمازيغي، وكذلك قناة "الأجواء"، و"البلاد"، إضافة إلى قناة "الخبر Kbc" التي بدأت البثّ في 23 ديسمبر 2013 على القمر الصناعي (نيل سات) والمنبثقة عن جريدة الخبر، كما ظهرت عدّة قنوات بمجرد إطلاق قانون السّمع البصري مع مطلع سنة 2014 وهي: قناة "الوطن" و"السلام" نسبة إلى جريدتي الوطن والسلام، وكذلك "الكواليس" و"الطاسيلي" و"le président" "الأطلس" وقناة إخبارية ثانية هي "دزاير 24".

لكنّ مجمل هذه القنوات التّلفزيونية الخاصة تبثّ إما من (تونس، الأردن، البحرين، فرنسا لندن، وغيرها) وذلك بسبب عدم تحرير السلطات الجزائرية مجال البثّ التّلفزيوني، في إطار انتظار صدور قانون ينظّم عمل هذه القنوات الخاصة.

وكانت أول قانتين حصلتا على الاعتماد من طرف اللّولة كقنوات خاصّة للعمل في الجزائر هي قناة الشروق TV والنهار TV، وللإشارة فإنّ البثّ خارج البلاد هي حالة استثنائية تستجيب لظروف سياسية دقيقة حتّى يتحرّك الوسط الإعلامي لخلق قنوات أخرى جديدة قصد المنافسة، وهذا فعلا ما حصل فقد ظهرت العديد من القنوات، ولكلّ واحدة منها شبكة براجمية، لكنّ هذه الشاشات الصّغيرة التي غزت السّاحة الإعلامية تتطلّب جهود وقدرات بشرية ومالية على وجه الخصوص، لأنّ مجال السّمع البصري هو مجال ثقيل بتقنياته ووحداته وصحفييه ومراسليه.⁽¹⁾

(1) عثمان لحياي، "انفجار فضائي في الجزائر يخلق فوضى القنوات"، نقلا عن الموقع الإلكتروني : <https://www.alarabiya.net>

يوم 2020/08/17 ، على الساعة 20:00.

5- أنواع القنوات الفضائية الخاصة:

إنّ المكسب الذي تحقّق للإعلام الجزائري والمتمثل في قطاع السّمع البصري نتج عنه بروز العديد من القنوات التّلفزيونية التي تعدّدت وتنوّعت، ويمكن تقسيمها بناءً على مضمونها ونوع البرامج التي تقدّمها إلى:

أ/ قنوات عامّة:

وهي القنوات التي تقدّم برامج متنوّعة للجمهور، إخبارية، سياسية، اجتماعية مثل: قناة الشّروق TV، الجزائرية، دزاير، الهقار TV، Beur TV.

ب/ قنوات متخصصة:

وهي القنوات التي يختصّ بثّها وبرنامجها في مجال معيّن من المجالات التي تهتمّ المشاهد، وهي تقوم على مبدأ تجزئة المشاهدين ويمكن تقسيمها إلى: (1)

- قنوات إخبارية: مثل الشّروق news والنّهار TV وهما قناتان تختصان في تقديم الأخبار المحلية الوطنية وحتى اللّولية، بالتّحليل والنّقاش وعرض ريبورتاجات، نشرات إخبارية، مواجيز الأخبار، برامج حوارية... الخ.
- قنوات رياضية: تقدّم كلّ ما يعنى بالرياضة وخاصّة كرة القدم ومن أمثلتها قناة الهذاف.
- قنوات المسلسلات: مثل قناة النّهار لكي.
- قنوات الموسيقى: مثل بربر للموسيقى.
- قنوات الخدمات: مثل قناة دزاير شوب، التي تختصّ في تقديم الإعلانات التّجارية.

(1) نصر اللّين العياضي، التّلفزيون دراسات وتجارب (الجزائر: دار هومة للنّشر، 1998)، ص 83.

6- نماذج لبعض القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر:

أول القنوات الجزائرية الخاصة كانت "قناة خليفة" في باريس عام 2002⁽¹⁾، من دون رخصة مسبقة من المصالح الفرنسية المختصة، وقد أسسها عبد المؤمن رفيق خليفة، صاحب "مجموع الخليفة" التي تضم الخطوط الجوية "الخليفة" و"الخليفة بنك"، وقد أغلقت بعد ثمانية أشهر فقط من افتتاحها بسبب الإفلاس وحل المجموعة ومتابعة مالكيها من قبل القضاء الجزائري.

وبعد تلك التجربة بعشر سنوات ظهرت في الجزائر القنوات الخاصة، وهي على النحو الآتي: (2)

- **"النهار تي في"**: قناة تابعة لصحيفة "النهار الجديد"، يديرها أنيس رحمان. انطلقت القناة بثها التجريبي في السادس من مارس 2012، واتخذت مقعها الرئيسي في العاصمة الأردنية عمّان، وتهتم بالشأن الإخباري والسياسي في الجزائر، وهي صورة مصغرة لمضامين ومحتوى الجريدة، التي تتبنى خطاب السلطة بشكل كامل في برامجها.

- **"الشروق تي في"**: وهي أيضا امتداد للجريدة الورقية "الشروق" وتبث من الأردن، في حين أنّ مقعها الرئيسي موجود في الجزائر. كانت انطلاقتها في الذكرى السابعة والخمسين لاندلاع الثورة التحريرية والذكرى الحادية عشرة لتأسيس يومية الشروق، فيما بدأ بثها الرئيسي في 15 مارس 2012.

- **"نوميديا نيوز"**: هي قناة إخبارية، اتخذت هذا الاسم تيمنا بمملكة نوميديا الأمازيغية التي قامت في عصور ما قبل الميلاد، انطلق بثها في 11 ديسمبر 2012 في الذكرى الأولى لانطلاق وكالة (نوميديا نيوز) وتهتم ببث آخر المستجدات السياسية والرياضية على الساحة الجزائرية، العربية والدولية.

(1) هبة شاهين، التلفزيون الفضائي العربي (القاهرة: الدار المصرية اللبنانية، 2008)، ص 318.

(2) نقلا عن: سعيد مراح، ومحمد قارش، الفضائيات الجزائرية الخاصة بين الواقع والتحديات، مجلة الحقيقة، العدد 39 (16 فيفري 2017)، ص ص 349-350.

- "دزاير تي في": هي قناة جزائرية مستقلة، انطلق بثّها في 8 ماي 2013 مملوكة لرجل الأعمال الجزائري، علي حداد.
- "الجزائرية": تمّ إطلاقها على القمر الصّناعي أتلانتيك بيرد 7، انطلق بثّها الرّئيسي ابتداء من يوم 05 جويلية 2012 بشبكة برامجية متنوّعة، شعارها (قناة كلّ الجزائريين)، مقرها الجزائر.
- "قناة الهقار": تمّ افتتاحها في شهر ماي 2012 يوجد مقر بثّها في لندن.
- "قناة جرجرة": خاصّة ببرامج الأطفال، انطلق بثّها التّجريبي على (الساتل) في أفريل 2013.
- "قناة سميرة": موجهة للمرأة، انطلق بثّها في شهر أوت 2013.
- "قناة كاي بي سي (kbc)": هي قناة تلفزيونية جزائرية تابعة لمؤسسة الخبر، انطلق بثّها التّجريبي أواخر شهر ديسمبر 2013.⁽¹⁾

7- دوافع ظهور القنوات الفضائية الخاصّة في الجزائر:

سمحت اللّولة الجزائرية بتجربة التعددية السياسية أي عمّة أحزاب تتنافس من أجل الوصول إلى الحكم من خلال تعديل الدّستور الذي تمّ عام 1989 خاصة بعد تراجع حزب جبهة التّحرير الوطني كحزب طليعي فشل في تحقيق التّعبئة الشاملة كذلك ما شهدته الجزائر من أزمات قووية عام 1988 ممّا ولّد الوعي السياسي والوطني، وبهذا أصبح التّوجه نحو التعددية الحزبية أمر فرضه الواقع المعاش آنذاك، وهناك من المفكرين من يرى أنّ هذا التّحول أمر لا بدّ منه فهو عبارة عن ديناميكية مرّت بها جميع المجتمعات البشرية.⁽²⁾

إنّ خنق الحريات الفردية والعامّة مع التّضييق إلى درجة حرّية إغناء التّعبير وفرض قوالب جاهزة وتأكيد أحادية متعسّفة في كلّ شيء يضاف إلى ذلك التّعسف في استعمال السّلطة واحتكار الامتيازات وتصلّب الجهاز البيروقراطي وفشله في أداء مهامه كأداة اتّصال، وهذا ما أدى إلى توسيع

(1) سعيد مّراح، ومحمد قارش، مرجع سبق ذكره، ص 350.

(2) سليمان الرّياشي، وآخرون، الأزمة الجزائرية: الخلفيات السياسية والاجتماعية والثّقافية، ط2. (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 1999)

الفجوة بين الحكّام والمحكومين وفقدان مؤسسات الدولة لمصداقيتها، فانفجرت أزمة 1988 بالرغم من أنّ معظم التحليلات التي قُلمت لأبعاد تلك الفترة أرجعت للبعد الاقتصادي في حين أنّ النظام السياسي هو الحاضر بقوة.

وبهذا فقد بدأت لعبة الديمقراطية في المجتمع الجزائري لأسباب متعدّدة بعضها داخلي والمتمثّل في حاجة النظام إلى فاعلين سياسيين جدد لهم مصداقية وامتداد داخل الأوساط الشعبية حيث كانت البداية في عام 1989م الذي أعطى إشارة الانطلاق نحو التحوّل بالاعتماد على التعددية الحزبية مع التأكيد على حرية الرأي والتعبير للجمعيات الأمر الذي ولد مع مرور عدة سنوات من حرية الإعلام وهذا عام 2012.

يمكن القول أنّ الجزائر من اللول الأولى التي شهدت ثورة الربيع العربي (أحداث 5 أكتوبر 1988) والتي تنشر في خطابها التحوّل الديمقراطي والسياسي⁽¹⁾، وإن لم يصاحب ذلك انفتاح الإعلام السمعي البصري للقطاع الخاص على عكس الصحافة المكتوبة.

ولعلّ أحداث الربيع العربي (2011) وما عقبها من تحولات جيواستراتيجية هي التي أثرت على سياسة الدولة الجزائرية وعجلت بتبنيها لشعارات الحرية وعود بتجسيد مبادئ الديمقراطية التي يطمح إليها الجزائريين، فأصدرت جملة من القوانين الجديدة من بينها القانون العضوي للإعلام 2012 الذي أقر بالحق في إنشاء قنوات فضائية خاصة ولو على الصعيد النظري، وهكذا فإنّ الاتصال الجماهيري وأدواته جعلته مسرحاً تدور من خلاله أحداث الحياة السياسية، هذه الأخيرة التي اعتبرت شكلاً من أشكال الطابو السياسي.⁽²⁾

(1) عنصر العياشي، سوسيولوجيا الديمقراطية والتّمرّد بالجزائر (القاهرة: دار الأمين للطباعة والنّشر والتّوزيع، 1999)، ص25.

(2) محمّد بوضياف، الأحزاب السياسية ومنظّمات المجتمع المدني في الجزائر، دراسة تحليلية نقدية (سطيف: دار المجد للنّشر والتّوزيع، 2010)، ص6.

8- واقع القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر:

عن واقع القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة، قالت الإعلامية نايلة، من الإذاعة الوطنية الناطقة بالفرنسية، لـ"العربي الجديد": "أزّه بعد مرور بضع سنوات على انطلاق القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة، ظهر تباين في عملية نقل الخبر وتغطيته وكيفية عرضه للمشاهد. والتّباين بين هاته القنوات يكمن في نوعية الصّورة المقلمة من لّاحية الجمالية، وهناك فضائيات هدفها نشر أفكار معيّنة موجّهة إلى فئة محدّدة من المجتمع، تستخدم لغة عامية، ومواضيع مبسّطة، وأخرى على العكس تبحث عن النّخبة وتتميّز بتنوّع القضايا واللّغة السّليمة والحرفية. والقنوات التي مدرؤها من الإعلام يظهر في محتواها العمل الإعلامي الجيّد، أمّا القنوات التي يملكها أصحاب المال فتبدو تجارية أكثر. وفي نفس السياق يرى الإعلامي محمّد يزيد: "أنّ تجربة الإعلام الخاص - السّمي البصري - لا تزال فتيّة وبحاجة إلى التّطوير، سواء تعلّق الأمر بالجانب التّقني وجماليات الصّورة، أو من ناحية الكفاءات والطّاقات المعتمدة في المجال الصّحافي والتّقديم". وكان بالإمكان الاعتماد على خبرات الإذاعة والتّلفزيون الرّسمي في تأطير الشّباب المتحمّسين بهذا الفضاء السّمي البصري الخاص، الذي يقترّب أكثر من أسلوب الصّحافة المكتوبة فيما يخصّ المواد المقلمة، ويتأسف لكون بعض هذه القنوات الخاصّة تعمل على إثارة قضايا دون المستوى، مع غياب اعتمادها على مصادر ومراجع ثابتة، ممّا يثير التّساؤلات حول جدية هذه القنوات.⁽¹⁾

لقد انطلقت هذه القنوات وتوسّعت في ساعات البثّ من دون ميزانيات مناسبة لشراء الأجهزة أو إنتاج البرامج وقد أّى هذا الوضع إلى ضعف مستوى ما تقلّمه من حيث الشّكل والمضمون، وعلى هذه القنوات أن تعمل بالحدّ الأدنى من المطلوب بحيث توازن ما تنفقه من صرف

(1) جازية سليمان، " الفضائيات الخاصّة بالجزائر اعتماد على التّولة وتقليد للصّحافة المكتوبة"، نقلا عن الموقع الإلكتروني:

<http://www.alaraby.co.ok/miscellaneous>، يوم 2020/08/17 على الساعة 21:00.

رخص على برامج الأغاني والترفيه ومع ما تنفقه على برامج الفكر والثقافة والإبداع لما تتصف برامج الفضائيات بللوة تعكس الإعداد الضعيف لهذه البرامج.⁽¹⁾

وتفتقر معظم الفضائيات الخاصة إلى المهنية واللغة الإعلامية المتميزة والخطاب الإعلامي المسؤول ولا ترتقي برامجها إلى مستوى ما يقدم في الفضائيات العربية الأخرى، ولم تقارب هموم الناس ومشاكلهم الحقيقية. وعلى غلّم من الميزانيات الضخمة لبعض هذه القنوات، إلا أنّها لا تنفق إلا القليل على الإنتاج ويشكو صحافيوها من تدني أجورهم، إذ فرضت الكلفة العالية للاستثمار في مجال إنتاج المواد الإعلامية أثرها على انتشار كم هائل من برامج الحوار والمناقشات والمناظرات الكلامية وهي برامج تستغرق زمنا طويلا ملء وقت الإرسال وبكلفة مادية قليلة نسبيا مع إنتاج الأفلام والبرامج الوثائقية والمسلسلات، واتّسمت هذه البرامج بالإنارة والجرأة في طرح موضوعات شائكة غير معتادة في البث الأرضي، وتسمح هذه البرامج بمشاركة الجمهور من خلال الهاتف ممّا أدى إلى توسيع هامش الحرية المتاحة لبعض المواطنين في مخاطبة وسائل الإعلام والتفاعل معها.

9- تحديات القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر:

أصبح الإعلام اليوم على مواجهة العديد من التّحديات التي تعوق مسيرته، وتنعكس سلبا بشكل أو بآخر على مضمون ما يقدم خاصة في القنوات الفضائية الخاصة، حيث تواجه هذه الأخيرة العديد من التّحديات من أهمها ما يلي:

أ/ التّحديات المهنية: وتتمثل في:

✓ تدني الأداء المهني للإعلام العربي بصفة عامة، والجزائري بصفة خاصة حيث يركّز على الأخبار الرّسمية والمعالجة الجزئية للأحداث من خلال خطاب إعلامي تقليدي إيديولوجي لا يصلح في عصر التفق السريع للمعلومات.

(1) فاطمة حسين عواد، الإعلام الفضائي (عمان دار أسامة للنشر والتوزيع، 2010)، ص13.

- ✓ أزمة الإعلاميين الذين يتعرضون لشتى أنواع الضّغوط والرّقابة والتّصفية الجسدية والأدبية فضلا عن قصور برامج التّأهيل والتّدريب في مواكبة التّطورات الإعلامية السّريعة واضطراب علاقاتهم بمصادر المعلومات، بسبب عدم توفّر ضمانات ممارسة المهنة.
- ✓ أزمة المصدّاقية بسبب سيطرة الحكومة على الإعلام وهو الأمر الذي أكّده إغلاق قناة الأطلس مؤخّرا لمجرّد قيامها بتغطية الاحتياجات المعارضة وكذا غلق قناة الوطن.
- ✓ سيطرة قيم إعلامية لا تواكب معطيات العصر، ولا تلبي الاحتياجات الإعلامية للجماهير.
- ✓ سيطرة النظرة الرّسمية على الإعلام ممّا أفقده الكثير من حيويته وجاذبيته وبالتالي حدّ من قدرته على الوصول لثأثير وجعله موضعا للمساءلة ما الوعي الذي ينشره؟.

ب/ التحديات التكنولوجية: ويتمثّل أبرزها في ظهور شبكة الأنترنت كمصدر عالمي للمعلومات ممّا طرح العديد من التّحديات التكنولوجية والمهنية والثقافية من أهمّها تكريس الخلل الإعلامي والمعلوماتي بين من يملكون هذه التكنولوجيا والمحرومين منها وكذا نقص الإمكانيات المادية (الأجهزة) فضلا عن الخلل التقني المتكرّر سواء انقطاع الصّوت أو الصّورة وغيرها من المشاكل التّقنية التي تواجهها زيادة على هذا مشاكل التّمويل والبتّ وتكاليف الصّناعة الإعلامية وعدم وجود الاستوديوهات ، خاصّة وأنّ الكثير من القنوات تبث انطلاقا من شقق متواضعة.⁽¹⁾

10- إيجابيات القنوات الفضائية الخاصّة:

تتمثل أهم إيجابيات القنوات الفضائية الخاصّة فيما يلي: (2)

(1) هالة إسماعيل بغدادي، الإخباريات الفضائية العربية الواقع والطّموح، دط. (الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، دس)، ص ص 12-13.
 (2) نقلا عن: فتح الله فاكية، البرمجة التّلفزيونية في القنوات الخاصّة الجزائرية، دراسة "مقارنة بين قناتي الشّروق والنّهار" (مذكرة ماستر، جامعة العربي التّبسي، 2016)، ص ص 36-37.

➤ الحرية في التعبير عن الرأي فالتقنوات الخاصة لا تكون مملوكة للدولة ولا تعبر عن النظام أو الحكومة، فيستطيع الإعلامي التعبير عن رأيه بكل حرية وشفافية في القضايا المطروحة أمامه فيشعر المشاهد بالحياد ويتشجع على متابعة تلك القناة بل والاشتراك عن طريق المداخلات الهاتفية فلا يشعر بأن القناة تمثل النظام.

➤ دعم صاحب القناة لها فقد يقوم مالك القناة وعادة ما يكون من رجال الأعمال بدعم قنواته الخاصة وشراء المسلسلات والبرامج المميّزة وهذا ما يؤدي لتقدم القناة وتدعمها وتدرجها لتصبح من القنوات الكبيرة التي يتابعها المواطن.

➤ كثرة الإعلاميين المميّزين بتواجد الأموال الوفيرة يستطيع مالك القناة أن يضمن لها الإعلاميين المميّزين والذين يدعمون أي قناة يذهبون إليها باسمهم الكبير والمخفور في قلب المتابعين ويكون ذلك عامل كبير لدى المشاهد المتابع لتلك القناة.

➤ الحصول على معلومات مفيدة عن دول العالم في مختلف القارات.

➤ الإسهام في تطوير التبادل العلمي ولثقافي.

➤ إتاحة فرص غير محدودة لجميع الفئات، وفي مختلف الأوقات.

➤ يمكن للؤل أن تقدم الخدمات التعليمية في جميع مدارسها من خلال التلفاز. (1)

11- سلبيات القنوات الفضائية الخاصة:

أبدى الدكتور "أديب حضور" وجهة نظره اتجاه هذه القنوات الخاصة مبرزا بعض السلبيات

التي حصرها في:

➤ افتقارها إلى امتلاك شخصية مميزة تستجيب للخصوصية المحلية ولاهتمامات الجمهور، فقد

ولدت هذه القنوات حاملة في ذهنها النموذج الأصل (بعض القنوات الفضائية الأجنبية)

وتبذل جَلَّ جهدها في تقليدها. (2)

(1) فتح الله فاكية، مرجع سبق ذكره، ص 37.

(2) المرجع نفسه، ص 37.

- المبالغة في التركيز على اللوائح والقوانين والبيروقراطية وعدم المرونة وتلك الأمور هي الأسباب الحقيقية في تخلف القنوات وعدم جماهيريتها.
- تبالغ القنوات الفضائية الخاصة في التركيز على الترفيه والتسلية وابتعادها عن القضايا التي تهم المواطن بحجة أن وظائفها للترفيه والتسلية بدرجة أساس.
- انشغال الفرد والأمة على أداء واجباتهم فإدمان مشاهدة الفضائيات التلفزيونية أشد خطرا خاصة على من يعتمد سياسة قتل الوقت وإضاعة العمر.
- إدخال الكثير من العادات الغربية إلى بيوت المسلمين ونقل الأخلاق السيئة المنحرفة إلى مجتمعاتنا خصوصا ما يتعلق بالأزياء والاختلاط وتقليد نمط الحياة.
- الإسهام في نشر الرذيلة والإباحية والأمراض النفسية والاجتماعية وسلبات سلوكية من خلال التركيز على أفلام العنف والإغراء. (1)
- وكشفت الأستاذة فاطمة كبور أن القنوات الجزائرية الخاصة تنقصها الاحترافية كونها فنية، لا تلتزم بالشروط المهنية المرتبة بالإعلام والسّمعى البصري، كما أن هناك قنوات لا تعكس الممارسة الحقيقية للانفتاح على الرأي الآخر. (2)

(1) شيماء محمد مسعود ، مرجع سبق ذكره، ص60.

(2) دليلة مالك، "القنوات الخاصة لا تمارس الإنفتاح الحقيقي"، جريدة المساء، مصر، (مارس 2018)، ص07.

خلاصة الفصل:

نستخلص من خلال ما تمّ عرضه في هذا الفصل بأنّ الجزائر خطت خطوة إيجابية نحو تجربة فتح القطاع السمعي البصري الخاص، خصوصا أنّ تواجد مثل هذه القنوات في الساحة الإعلامية الجزائرية أصبح يشكّل نقطة مهمّة للغاية، كونه يعدّ مطلباً ضرورياً للتّحول الديمقراطي في الجزائر على الرّغم من أنّ ظروف بروز هذه القنوات الخاصّة جاءت في بيئة إعلامية غير متوازنة، فيها نوع من الخلل نتيجة ظهورها في إطار غير قانوني، كون هذه الأخيرة تقدّم برامجها فقط من الجزائر وتخضع لقوانين دول أجنبية، وبالتالي فهذه القنوات الخاصّة تعيش في فوضى وهو ما يلزم اللّولة على تبني خطة إعلامية جديدة لصناعة الرّأي العام وأن تتواجد قنوات تلفزيونية جزائرية الموطن والمحتوى حتّى لا يبقى فتح قطاع السمعي البصري أمام الخواص مجرد حبر على ورق.

لفصل الثالث:

القضايا الاجتماعية في برامج القنوات التلفزيونية.

تمهيد

- 1- مفهوم القضايا الاجتماعية.
- 2- تصنيف القضايا الاجتماعية.
- 3- دور وسائل الإعلام في معالجة القضايا الاجتماعية.
- 4- تعريف البرامج التلفزيونية.
- 5- أنواع البرامج التلفزيونية.
- 6- مكونات البرامج التلفزيونية.
- 7- تعريف البرامج الاجتماعية.
- 8- خصائص وسمات البرامج الاجتماعية.
- 9- عناصر البرامج الاجتماعية.
- 10- كيفية إعداد البرامج الاجتماعية.
- 10- أهمية وأهداف البرامج الاجتماعية.
- 11- تأثير البرامج الاجتماعية.

خلاصة الفصل.

تمهيد:

تعتبر القضايا الاجتماعية من المواضيع المهمة التي ازداد الاهتمام بها خصوصا من قبل وسائل الإعلام، حيث أصبحت هناك قنوات تلفزيونية خصصت مساحة لا بأس بها لمعالجة العديد من القضايا سواء كانت قضايا اجتماعية، اقتصادية، سياسية، ثقافية، من خلال عرضها لبرامج تلفزيونية تنقل مشاكل ومعاناة المجتمع للخوض فيها ومحاولة معالجتها عن طريق الحوار والمناقشة.

وستناول من خلال هذا الفصل القضايا الاجتماعية في برامج القنوات التلفزيونية من خلال التطرق إلى مفهومها وخصائصها وتصنيفاتها، إضافة إلى التطرق لوسائل الإعلام ومعالجة القضايا الاجتماعية، ثم عرض تعريف للبرامج التلفزيونية ومعرفة أنواعها ومكوناتها، ثم استعراض بعض التعريفات التي تخص البرامج الاجتماعية، مع عرض خصائصها وسماتها، وكيفية إعدادها وأخيرا الوصول إلى أهمية وأهداف هذه البرامج وكذا تأثيرها.

1- مفهوم القضايا الاجتماعية:

هي تلك القضايا الناتجة عن سلوك الفرد داخل المجتمع، كما أنّها مجموعة الأحداث والحالات الجزئية المختلفة والمتعددة داخل المجتمع ويكون الفرد جزءا منها بمختلف فئاته⁽¹⁾.

ويقصد بها أيضا المشاكل المعقدة التي يواجهها المجتمع والتي قد يكون هنالك توافق في الآراء حول أسبابها وحلولها وقد تكون مثيرة للجدل⁽²⁾.

1-1- خصائص القضايا الاجتماعية:

تتميز القضية أو المشكلة الاجتماعية بجملة من الخصائص والسمات نذكر منها ما يلي:

✓ تمتاز المشكلة الاجتماعية بأنها مدركة ومحسوسة، وكلّما زاد إدراك الناس للمشكلة كلّما أّى إلى زيادة وضوح المشكلة.

✓ لا تتوقّف المشكلة الاجتماعية عند حدّ الرّفص الذهني، وإنّما تشكّل نوعا من التّحفيز لتحريك السلوك المضاد واتّخاذ المواقف لمواجهتها وإزالة آثارها السّلبية.

✓ تمتاز المشكلة الاجتماعية بعدم الثّبات على وتيرة واحدة من حيث قدرتها على التّأثير مثال: منظور جيل الآباء يختلف عن الأبناء من حيث المعايير التي يراها بأنّها مشكلة في حين الأبناء يراها العكس.

✓ تمتاز المشكلة الاجتماعية بخاصية النسبية، وترجع هذه الخاصية لاختلاف المجتمعات الإنسانية وأفرادها وجماعاتها في تحديد مفهوم المشكلة.

✓ تخضع المشكلة الاجتماعية في حجمها وتنوعها وتأثيرها للظّروف التي يخضع لها المجتمع، فكّلما زاد حجم الكثافة السّكانية في المجتمع زاد تعقيده بنائيا، كلّما أّى إلى زيادة المشكلات الاجتماعية وتنوّع في أسبابها ومصادرها وزيادة في أشكالها وأنواعها.

(1) سيف اللّين مكدور، "المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية في الصحافة الجزائرية" (مذكّرة ماستر، جامعة محمد بوضياف-المسيلة، 2015) ص6.

(2) مروة بن اللّيب، وإكرام حلمي، مرجع سبق ذكره، ص 46.

- ✓ تظهر المشكلة الاجتماعية في منشأ يعكس الاضطراب الاجتماعي والشخصي وتكون نتيجة لتمرق نسيج العلاقات الاجتماعية أو نتاج سلسلة تصدّعات تحصل داخل المجتمع.
- ✓ تمتاز المشكلة الاجتماعية بأنها تظهر بسبب التغيرات الحاصلة في الحياة الاجتماعية أو في المؤسسات الاجتماعية.⁽¹⁾

2- تصنيف القضايا الاجتماعية:

صنّف "أنكز" المشكلات الاجتماعية المتكررة التي تواجه أي مجتمع إلى ثلاث مجموعات أساسية، تتعلّق كلّ منها بنمط مختلف من أنماط التّكيف مع الحياة الاجتماعية وتتمثّل هذه التّصنيفات في التّالي:

- المجموعة الأولى من المشكلات المتكررة التي تواجه المجتمع هي المشكلات الناجمة عن التّكيف مع البيئة الخارجية الطّبيعية والإنسانية على السّواء.

- المجموعة الثّانية من المشكلات التي تتعلّق بإشباع الاحتياجات الإنسانية الفردية لأعضاء المجتمع.

- المجموعة الثّالثة من المشكلات التي يتحكّم على كلّ مجتمع مواجهتها والعمل على حلّها، هي مشكلات الوحدات الأساسية لتنظيم الاجتماعي.

كما يصنّف "العادلي" المشكلات الاجتماعية إلى أربع مجموعات:

(أ) مشكلات أساسية: ترتبط بعدم كفاية الخدمات المتوفّرة في المجتمع لإشباع حاجات الأفراد مثل: نقص المدارس أو المستشفيات عن الحاجة الفعلية للمجتمع.

(ب) مشكلات مرضية: مثل السلوك الإجرامي كالسرقة والقتل والتسوّل والتشرد.

(1) أحلام يعطوط، وسامح شبيحة، مرجع سبق ذكره، ص ص 73-74.

ج) مشكلات مجتمعية: وترتبط بسوء العلاقات بين الجماعات المختلفة في المجتمع وعدم اهتمام المواطنين بمشكلاتهم وتركها للظروف.

د) مشكلات تنظيمية ترتبط بتركيز الخدمات على مناطق معينة دون أخرى، فتصبح المشكلة بسبب عدم العدالة في التوزيع للخدمات.⁽¹⁾

3- دور وسائل الإعلام في معالجة القضايا الاجتماعية:

إنّ الإجابة التقليدية عن وظائف الإعلام في المجتمع هي الإخبار، التثقيف، الترويج والإعلان ولكن هذه الإجابة تقليدية وإن عبّرت عن المظهر، إلا أنّ الجوهر أكثر عمقا وفاعلية. ولقد أولى أساتذة الاتصال أهمية كبرى للدور الذي تلعبه وسائل الإعلام في المجتمع، فاعتبر بعضهم الاتصال نسيجا للمجتمع الإنساني برّفته، وكلّما تدفّق الإعلام بين شرايين هذا النسيج كلّما زادت فاعلية المجتمع وقدرته على التّسمية.⁽²⁾

يعدّ الإعلام رسالة حضارية وفكرية تحمل مضامين متنوّعة هدفها مخاطبة الإنسان ودعوته لتعديل سلوكه والارتقاء به عبر وسائل الاتصال المختلفة، كما أنّه أداة خطيرة وأثرها لا يكاد يخفى ولا يذكر، ولذا هاته الوسائل لم تكن وليدة عصر من العصور بل استخدمت تقريبا منذ كان الإنسان باختلاف في الوسائل فقط لا في أصل الاستخدام، وإذا تساءلنا عن دور الإعلام في المجتمع وما يستطيع أن يسهم به في بناء المجتمع وتطويره فإنّ الإجابة أكبر من أن تحتويها عبارة محدّدة، ذلك لأنّ كل مجتمع إنساني يقوم أساسا على الاتصال بين أفراد وجماعاته وكل اتّصال بين البشر يحمل في ثناياه ضربا أو ضروبا من الإعلام.

إنّ ما يستطيع أن يحصل عليه المواطن في مجالات الإعلام المختلفة هو ما يستطيع أن يحصل عليه لو استطاع أن يتصل بغيره من البشر، فيعلم ما لديه من الأخبار والمعلومات ويطلع على ما قد

(1) غيث محمد عاطف وآخرون، مجالات علم الاجتماع المعاصر (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1997)، ص ص 71-72.

(2) محمد سيّد محمد، الإعلام والتّسمية، ط4. (القاهرة: دار الفكر العربي، 1988)، ص ص 323-324.

اكتسبوا من التجارب والخبرات وما حققوا من الإنجازات، ومنه يتضح الدور الكبير والخطير الذي يستطيع أن يسهم به في تطوير المجتمع بشتى فئاته وقطاعاته وحل مشكلاته، فوسائل الإعلام المختلفة تطلعنا بأحداث جديدة كل يوم تحمل في طياتها صرخات وأنين وشعور بعدم الارتياح والالتزان والقلق والحيرة والاختلال في العلاقات والتفاعلات بين الأطراف ببعضهم البعض، وبين الأفراد والجماعات وبين الجماعات والتنظيمات الاجتماعية لتعبر عن أوضاع اجتماعية ليست سليمة أو صحيحة، ومن ثم فإننا نستشعر بوجود قضايا ومشكلات اجتماعية تؤثر على حياتنا وحياة معظم فئات المجتمع.

يطرح مدخل الإعلام والمشكلات قضية هامة تتمثل في أن تناول الإعلام للمشكلات يرتبط بمسألة التغيير، ذلك أن إظهار وسائل الإعلام لمشكلة معينة يمكن أن يجعل الناس تهتم وتتطلع إلى تغيير الأوضاع التي تسبب في المشكلة، كما يحمل رسالة تشير إلى وجود بعض السلبيات والإخفاقات التي تتطلب وضع سياسة أو تعديلها أو اتخاذ إجراء معين لحل المشكلة وإزالة أسبابها. فالقضايا الاجتماعية ذات طبيعة جدلية وطالما وجد اختلاف بين مصالح الناس ستظل أكثر إثارة للجدل وتعارض وجهات النظر اتجاهها. ولأن الإعلام بوسئله يستطيع أن يثري هذا الجدل والنقاش عن طريق عرض أكثر من وجهة نظر وأكثر من رأي اتجاه مشكلة ما، فإنه يعدّ عنصراً هاماً من عناصر معرفة الناس بالمشكلة وإدراك جوانبها المختلفة، من ثم الاختيار بين البدائل المطروحة في حل هذه المشكلة كما يتفق مع المصلحة العامة للجماعة.⁽¹⁾

لذلك فإن ربط الناس بقضايا مجتمعهم ربطاً حقيقياً وصادقاً وخلق ما يسمى بالوعي في المجتمع أو الإحاطة الصادقة بما يدور فيه من الوظائف الأساسية للاتصال الجماهيري ومن ثمّ يتمثل العرض الصحيح والموضوعي للقضايا الاجتماعية في الإمداد بالآراء ووجهات النظر التي ترجع القضايا لأسبابها الحقيقية، والتي تزود المتلقي بالمعلومات والبيانات والحقائق عن حجم القضية وتطورها وآثارها مع عدم التكبير أو التّصغير أو التّهمين منها، ويتّصل بذلك الأمر إظهار بعض القضايا على أنّها ذات طبيعة عامة لا مجرد اعتبارها فردية أو جزئية قتيية، كما غدا الإعلام يحتل مكانة لا تضارع في التأثير

(1) طارق سيد أحمد، الإعلام المحلي وقضايا المجتمع (دبذار المعرفة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع، 2004)، ص ص 280-281.

وبات لا يقف جنباً إلى جنب مع المؤسسة الأسرية، التعليمية، التربوية والاقتصادية، السياسية والترويجية وما إلى ذلك من مؤسسات المجتمع المدني في تأثيره على الفرد والجماعة فحسب، وإنما تجاوز ذلك ليغدو أكبر منها هيمنة على مقدرات المجتمع وتكويناته، فدور الإعلام في العصر الحديث يعتبر ظاهرة اجتماعية تؤثر وتتأثر بالإطار الاجتماعي، الثقافي والمعرفي، بمعنى أن الإعلام نظام متكامل يرتبط ارتباطاً وثيقاً بأهداف المجتمع ومشكلاته وقضاياها فيمكنه تحجيم تلك القضايا عن طريق إرشاد وتوجيه الرأي العام لأنسب الحلول لمواجهتها، كما أن تلك القضايا والمشكلات يمكنها إذا أهملت أن تؤثر على فعالية الإعلام والثقافة ووظائفها الاجتماعية المختلفة، ولعل أهم الأدوار الوظيفية للإعلام هي المشاركة والتفاعل والتأثير الاجتماعي والتخفيف والترفيه الواعي، وإنارة الرأي العام للمشكلات المختلفة، هذا إلى جانب أدوار التعويض النفسي الواعي، تأكيد القيم والمفاهيم الاجتماعية المختلفة وتأكيد وتثبيت الهوية القومية، والتحديث الاجتماعي، وقد يقدم أهم الحلول المقترحة فيما بعد لحلها أو لحصرها، فمهمة الإعلام الأساسية تنحصر أولاً في طرح المشكلات والقضايا الأساسية على ألبان الرأي العام لتوجيهه وإرشاده لخطورتها. (1)

تعددت الوقائع والقضايا التي تناولتها وسائل الإعلام المختلفة عامة والتلفزيون خاصة وقلمت في هذا السياق العديد من الآراء والأفكار لمعالجة وتناول أبعاد الظواهر المنعكسة من مضامين ومعالجة وتقديم وسائل الإعلام المختلفة، وغداً من الضروري رؤية هذه الظواهر بصورة أكثر شمولية وأكثر تحرراً من القواعد والقوالب المنهجية التي لم تعد قادرة على احتواء الظواهر والمشكلات الحقيقية التي نجمت عن وسائل الإعلام المترادفة مع الانفجار الهائل في ثورة المعلومات التي يشهدها عصرنا الراهن، وغداً لزاماً رؤية هذه المشكلات بصورة شاملة ومكثفة ومحددة وتقديم الحلول المستنبطة بسرعة دون إبطاء. (2).

(1) نسمة أحمد البطريق، الإعلام والمجتمع في عصر العولمة: دراسة في المدخل الاجتماعي (مصدر غريب للطباعة والنشر والتوزيع، 2004)، ص 43.

(2) ماجي الحلواني، الإعلام وقضايا المجتمع، (سلسلة العلوم الاجتماعية، مكتبة الأسرة، 2006)، ص 13.

وكان يجب في هذه الحالة أن تتبنى برامج التلفزيون المختلفة التي أصبحت الوسيلة الأكثر شعبية وانتشارا تلك القضايا والمشكلات خاصة القضايا الاجتماعية منها الأسرية الأكثر إلحاحا حتى يمكن توجيه وإرشاد الرأي العام لها ولأهميتها في المجتمع، وبصفة خاصة تقوم تلك البرامج بتفسيرها وتأكيد أهميتها. (1).

لذلك فالدور الاجتماعي الحقيقي لوسائل الإعلام يتمثل في ممارستها للنقد الاجتماعي حيث يمثل النقد أداة تستخدم في تجاوز الأوضاع السلبية وصولا إلى واقع اجتماعي أفضل منها، إذ تكمن قدرة الإعلام على أن ينتقد ويكشف بعض السلبيات في المجتمع عن طريق التعريف بالقضايا المجتمعية مثل: المشكلة السكانية، مشكلة الأمية، الانتحار الإدمان، البطالة والتفكك الأسري، وبالتالي صارت وسائل الإعلام في عصرنا الحالي جزءا من حياة الملطن أيّا كانت خصائصه، قدراته أو مستواه الاقتصادي والاجتماعي مما جعل دراسة العلاقة بين وسائل الإعلام و المجتمع والتنمية تبرز كإحدى القضايا الأساسية في العصر الحديث. (2).

4- تعريف البرامج التلفزيونية:

هي المادة التلفزيونية المتنوعة من البرامج الإخبارية والثقافية والدينية والترفيهية والتعليمية وغيرها مما يعرض على شاشة التلفاز. (3).

ويقصد بها أيضا أي مجموعة من الحصص الإخبارية التي يقلّمها التلفزيون في فترة زمنية محدّدة، بقصد تنمية المهارات في المجالات الشخصية والاجتماعية، بهدف تحقيق قدر من الاستقلال والاعتماد على النفس في المواقف الحياتية المختلفة وهي متّوعة موجهة للكبار والصغار. (4).

(1) نسمة أحمد البطريق، مرجع سبق ذكره، ص 45.

(2) منى سعيد الحديدي، وسلوى إمام علي، الإعلام والمجتمع، (المكتبة الإعلامية، الدار المصرية اللبنانية، 2004)، ص 39.

(3) خضرة سكيمة، وصلحة حبوسي، "مشاهدة البرامج التلفزيونية العنيفة وعلاقتها بظهور العدوانية لدى تلاميذ السنة الأولى متوسط (9-12) سنة"

(مذكرة ماستر، جامعة أكلي محمد أولحاج-البويرة-، 2012)، ص 28.

(4) نصر الدين العياضي، التلفزيون، البرمجة، المشاهدة، دط. (دمشق: منشورات وزارة الثقافة، 1998)، ص 11.

وقد اعتبرها البعض استعراض للحياة الواقعية أمام الكاميرا التلفزيونية إذ توصف بأنها شكل جديد من البرامج التي تحظى بنجاح كبير تصور فيه مجموعة من أشخاص وتعتمد خلق التشويق والإثارة. (1)

5- أنواع البرامج التلفزيونية:

هناك العديد من البرامج فكل برنامج يلبي رغبة من رغبات الجمهور وفيما يلي سنعرض أهم البرامج التلفزيونية:

5-1- الأخبار والبرامج السياسية: البرامج السياسية في عالم الإعلام الفضائي تشغل شريحة كبيرة

من المشاهدين في العالم، وهذه البرامج تشبع حاجة الإنسان إلى الفضول المعرفي السياسي وتؤجج فيه مواقف محددة يقتنع بها ثم يقوم بالدفاع عنها، إن ما يميز هذا النوع من البرامج هو أنها تدافع عن القضايا الوطنية وتحاول تسليط الضوء على ما تدور من أحداث سياسية للبلاد، وعلى هذا الأساس تبدو مسؤولية الإعلاميين في البرامج السياسية الحوارية وغير الحوارية أكبر بكثير، رغم تضافر جهود جميع البرامج لإيصال حالة المشهد السياسي. (2)

5-2- البرامج الحوارية: وهي من أكثر البرامج التلفزيونية انتشاراً حيث يقسم هذا النوع من البرامج إلى ثلاثة أقسام:

- ✓ حوار الرأي ويعتمد على استطلاع رأي شخصية معينة في موضوع ما.
- ✓ حوار المعلومات: ويهدف للحصول على معلومات أو بيانات تخدم هدفاً معيناً.
- ✓ حوار الشخصية: ويستهدف هذا القالب تسليط الضوء على شخصية ما وتقديم الجوانب المختلفة منها للمشاهد.

(1) نصر الدين العياضي، تلفزيون الواقع ورهانات التسلية، مجلة الإذاعات العربية، العدد 01، تونس، (2005)، ص 26.

(2) غسان عبد الوهاب الحسن، الصحافة التلفزيونية (الأردن دار أسامة للنشر والتوزيع، 2013)، ص 45.

ويعتمد نجاح هذا النوع من البرامج على اختيار الشخصية المناسبة ومدى كفاءة مدير الحوار وطريقة وضع الأسئلة بحيث تكون مباشرة وبسيطة وفي الوقت نفسه قوية وواضحة، ولا تكون الأسئلة ممّا يحتمل الإجابة عنه بنعم أو لا، ولكنّ يفضل اختيار أسئلة تسمح للضيف بأن يخرج إجابات تقريرية أو تفسيرية.

3-5- البرامج الكوميديّة: وهي البرامج التي تختصّ بمواضيع الاستراحة والمواقف المضحكة والمسلية والتي في النهاية تقصد الكوميديا.

4-5+ البرامج الفنيّة: وهي البرامج التي تقوم على أسس فنيّة من نشرات أخبار ولقاءات ومتابعة آخر الأخبار والمستجدات الفنيّة.

5-5- البرامج التثقيفيّة: وهي برامج التوعية والإرشاد التثقيفي. (1)

6-5- الحديث المباشر: وهو عبارة عن برنامج غالبا ما يقلّمه شخص واحد يتحلّت عن موضوع ما دون أن يكون هناك تحاور بينه وبين المتلقين، ويصلح هذا النوع من البرامج للعديد من الموضوعات في جوانب مختلفة مثل الخطابات السياسية والدينية.

7-5+ التحقيقات: وهي عبارة عن تحقيق مصوّر يدور حول موضوع أو قضية ويشترك فيه متخصص بالإضافة إلى حوار الجمهور حول القضية بتوضيح وجهات النظر واقتراح حلول حولها وتعتبر التحقيقات من أنسب الأنواع والأشكال البرمجية التي تختص بالبحث في القضايا المجتمعية بمجالاتها المختلفة وتقديم الحقائق حولها. (2)

8-5- البرامج الدرامية: وهي التي تهتمّ بجميع أشكال العمل الدرامي، والدراما الجادة هي محاولة لتجسيد بعض المشكلات الواقعية وتقديمها في شكل تمثيلي بغرض التأثير الإيجابي في المجتمع اتجاه تلك المشكلات ومحاولة تقديم الحلول في تلك القضايا والمشكلات، وتعتبر من البرامج

(1) غسان عبد الوهاب الحسن، مرجع سبق ذكره، ص46.

(2) عماد الدين تاج السرفقير عمر، إعداد وإنتاج المواد الإعلامية للعلاقات العامة (عمان: دار البداية ناشرون وموزعون، 2013)، ص 174.

الخفيفة التي تحدث جنبا للمتلقي ما يمكن أن يستفاد منها في تغذيتها بالوسائل الإعلامية الهادفة.⁽¹⁾

وتعتبر البرامج الدرامية هي الأكثر تمثيلا للمشاكل التي يواجهها الفرد في حياته اليومية.

5-9- البرامج الإعلانية: تعد من المصادر الرئيسية لتمويل الوسائل الإعلامية، مما شكّل خطرا بزحمة على مساحات البرامج والمواد الأخرى، وهو عبارة عن تقديم معلومات عن السلع والخدمات والأنشطة والأعمال التي يقلمها المعلنون بغرض التأثير على الجمهور للتعامل مع تلك السلع والخدمات والأنشطة وللإعلانات شروط وطرق وأشكال مختلفة في تقديمها في الإذاعة والتلفزيون.

5-10- البرامج الرياضية: يهتم هذا النوع من البرامج بتغطية الأحداث الرياضية بالعديد من القوالب البرمجية المختلفة مثل النشرات، أو التحقيقات أو البرامج الحوارية، أو النقل المباشر وقد ازدادت أهمية هذا النوع من البرامج حتى تخصصت بعض القنوات بشكل متكامل للرياضة وأحداثها.

5-11- البرامج المتخصصة: وهي التي تعنى بجوانب معينة مثل البرامج التعليمية التي تقدم في أشكال مختلفة، والبرامج التي تهتم بالطبيعة أو الصناعة وغيرها.

5-12- برامج الأطفال: أصبح هناك اهتمام كبير من قبل القنوات الفضائية بشريحة الأطفال، وقد أدى الاهتمام بهذا الجانب إلى ظهور قنوات فضائية مختصة فقط في برامج الأطفال، وتقدم هذا النوع من العمل الإعلامي بشكل كبير وبأشكال برمجية متنوعة وخفيفة تتناسب مع هذه الشريحة العمرية.

5-13- برامج البث المباشر: يعتبر هذا النوع من البرامج نمط معاصر اتبعته القنوات الفضائية لإشراك الجمهور والتفاعل معه حول حركة الحياة المجتمعية وتخصص القنوات الفضائية

(1) عماد الدين تاج السوفيق عمر، مرجع سبق ذكره، ص ص 148-149.

مساحات برامجية يومية قد تصل إلى أكثر من ساعتين في اليوم للتواصل مع الجمهور واستبيان آراءه حول جميع مكونات الحياة داخل الدولة أو المدينة، وتعتبر هذه النوعية من البرامج داعمة الحس النقدي البناء لدى الجمهور من ناحية وتحفيز للمؤسسات والهيئات لتطوير أدائها بما يسهم في تطوير المجتمع. (1)

5-14- برامج الجريمة: هي من الأشكال الإعلامية التي تنتشر عبرها مضامين العنف والجريمة وفيها يعد الصحفيون برامجهم بالاعتماد على تقارير الشرطة وقصص الإجرام التي تنتشر هنا وهناك في المجتمع، فيعمدون في بعض الأحيان إلى استضافة المحققين المكلفين بالتحقيق في الجريمة محل السرد، وعلى شهود العيان والأطراف المعنية بالقضية، وفي أحيان أخرى تتم إعادة تمثيل الجريمة ووقائعها المختلفة من قبل ممثلين محترفين أو غير محترفين، مع استخدام تقنيات المونتاج والميكساج، والمؤثرات البصرية والصوتية المختلفة، لجعل المشاهد يعيش القصة كما لو أنه شاهدها في الواقع. (2)

6- مكونات البرامج التلفزيونية:

من خلال مفهوم البرنامج التلفزيوني، نرى أن البرنامج يحتوي على معلومات، أي موضوع يجب أن ينتقل من المرسل إلى المستقبل هذا الموضوع هو ما سنصطلح عليه بـ "المحتوى"، هذا "المحتوى" يجب أن يتضمن أهدافا يريد المرسل تحقيقها في المستقبل، وهو ما يصطلح عليه بـ: "الأهداف" كما أن عملية نقل الموضوع تحتاج إلى أساليب محددة يصطلح عليها بـ "الطريقة"، وكذلك أن الموضوع والطريقة لغرض تحقيقها للأهداف يجب أن تكون مبنية لتلاءم ميول ورغبات المستقبل وقدراته العقلية، ويصطلح على ذلك "بطبيعة المستقبل".

وعليه فإن مكونات البرنامج التلفزيوني تتمثل فيما يلي:

(1) عماد الدين تاج السرفقير عمر، مرجع سبق ذكره، ص 149.

(2) نقلا عن: حليلة حباشة، "المعالجة الإعلامية لقضايا الجريمة في قناة الشروق في الجزائر" (مذكرة ماستر، جامعة العربي بن مهيدي - أم البواقي

- طبيعة المستقبل.

- المحتوى.

- الأهداف.

- الطريقة.

ومن بديهيات الأمور أنّ أي أمر لا يكتمل، إلاّ بتوفّر مكوّناته، لذا فإنّ البرنامج التلفزيوني لا يكتمل من غير هذه المكوّنات الأربعة.⁽¹⁾

7- تعريف البرامج الاجتماعية:

يعدّ هذا النوع من البرامج الأكثر تعدّداً إذ يشمل إضافة إلى برامج الأسرة والبرامج التي تعالج المشاكل الاجتماعية البرامج الفئوية الموجّهة للشباب أو الأطفال أو المرأة وغيرها من البرامج المتعلقة بالأسرة كالبرامج الصحية.

إنّ مضمون البرامج الاجتماعية يعتمد على الموضوع والفئة الموجّهة لها، فالبرنامج الموجهة للأطفال سيختلف في مضمونه وفقراته عن ذلك الذي نعهده للشباب من حيث المفردات المستخدمة في الصياغة وعبارات المخاطبة ونوعية المادّة التي يتضمّنّها البرنامج، لكنّ البرامج الاجتماعية بحملها تتّصف بقربها من الجمهور المستهدف وتتناول المواضيع القريبة من الناس بما يتعلّق بأموالهم الحياتية اليومية ومشاكلهم وطموحاتهم وأدائهم واجتهاداتهم.

يقوم البرنامج الاجتماعي في الغالب على مبدأ المشاركة الجماهيرية في إنتاجه من خلال المقابلات الميدانية التي يقوم بها مقدّم البرنامج، ومن خلال الاتصالات الهاتفية أو الأقمار الصناعية أو الاتصالات من خلال الرسائل التي تصل إلى برنامج ما، وبقدر ما يعمل المعدّ على تخصيص فقرات من النجاح ذلك لأنّ مضمون البرنامج الاجتماعي يكون محوره الأساسي الجمهور نفسه بواقعه ومشاكله وآرائه ووجهات نظره.⁽²⁾

⁽¹⁾ فاروق ناجي محمود، البرنامج التلفزيوني: كتابته ومقّماته نجاحه (بغداد: دار الفجر للطباعة والنشر، 2007)، ص 22.

⁽²⁾ إبراهيم عزيز، تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية (الجزائر: دار الكتاب الحديث، 2012)، ص 197.

8- خصائص وسمات البرامج الاجتماعية:

تعتبر البرامج الاجتماعية أحد الأشكال البرمجية التي تتمتع بالعديد من الخصائص والسمات التي تهم في بناء هذا القلب البرمجي الذي يتمتع بالمصداقية والحيوية والجاذبية والتفاعلية مع الجمهور وذلك يجعلها أكثر شعبية وجاهزية وأداة قوية للإستعانة بها في التأثير على سلوك الأفراد والقيم الاجتماعية والرأي العام.⁽¹⁾

يكون البرنامج الاجتماعي فعال من خلال مجموع الخصائص والسمات التي تميزه عن غيره من البرامج، وتتمثل أهمها فيما يلي:

- ✓ أن يتضمن وحدات قياس للخدمات والمنجزات المراد تحقيقها.
- ✓ أن يكون قابل للتعديل والتطوير كل فترة.
- ✓ أن تستهدف تحقيق إشباع الحاجات الإنسانية ومواجهة المشكلات.
- ✓ مقابلة الاحتياجات المجتمعية غير المشبعة ومنع وقوع المشكلات.
- ✓ حل ومواجهة المشكلات.
- ✓ تنمية قدرات الفرد وحسن استثمارها.⁽²⁾
- ✓ ارتفاع نسبة المشاهدة.
- ✓ تنوع الجمهور المستهدف.
- ✓ التفاعل مع المشاهد.
- ✓ المصداقية وحرية التعبير.⁽³⁾

(1) المرجع نفسه، ص 200.

(2) نورية بوقزولة، البرامج التلفزيونية في محيط متغير دراسة تحليلية لشبكة البرامج TV الجزائر (رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2003)، ص 116.

(3) كرم شلي، المذيع وفن تقديم البرامج في الراديو والتلفزيون (بيروت: دار مكتبة الهلال، د.س)، ص 282.

9- عناصر البرامج الاجتماعية:

تعتبر البرامج الاجتماعية شكلا من أشكال البرامج الحديثة نسبيا في الجزائر والعالم العربي تتكون من عناصر تميزها عن غيرها من البرامج.⁽¹⁾

وتظهر أبرز العناصر فيما يلي:

✓ مدخلات أو موارد وتكاليف.

✓ عمليات تحويلية للاستفادة من المدخلات لتحقيق الأهداف

✓ مخرجات أو منافع أو عائدات يعكس هدفها البرنامج.

✓ حيّز مكاني أو منطقة جغرافية لتنفيذ إطارها.

✓ أن يكون البرنامج تحت إدارة.

✓ وجود موظفين لتنفيذ البرنامج.⁽²⁾

ومنه نستنتج أنّ البرنامج الاجتماعي يحتاج كغيره من عمليات الإنتاجية إلى مراحل تكوينية يمر بها ليخرج في صورته النهائية للفرد والمجتمع.

10- كيفية إعداد البرامج الاجتماعية:

إنّ الإعداد لهذا النوع من البرامج يتطلب العمل على خلق العلاقات الاجتماعية مع الناس عامة ومع المهتمين بالدراسات الإنسانية والاجتماعية، وعليه فإعداد البرنامج الاجتماعي يمر بالمراحل التالية:

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

(1) سامي محمد ختاتنة، وأحمد عبد اللطيف أبو سعد، علم الاجتماع الإعلامي (عمان دار المسيرة للنشر والتوزيع، 2010)، ص 46.

(2) كرم شلي، فن الكتابة للراديو والتلفزيون (جدة: دار ومكتبة الهلال للطباعة والنشر، 2008)، ص 64.

- ✓ إعداد فكرة البرنامج تتمثل في كونه برنامجا اجتماعيا يعالج قضايا تهم المجتمع.
 - ✓ المحاور العامة للبرنامج حسب نوعية البرنامج الاجتماعي.
 - ✓ تحديد مواضيع الزوايا السابقة.
 - ✓ تحديد الفترة الزمنية لكل زاوية من زوايا البرنامج وهذا حسب المدة الزمنية المخصصة للبرنامج ككل.
 - ✓ جمع المعلومات، وهنا يأتي دور معد البرنامج والمنسقين معه من فريق الإعداد.
 - ✓ التنسيق بين المعد والشخص المستضاف لتسجيل البرنامج أو بثه على الهواء مباشرة.
 - ✓ على المعد كذلك أن ينسق مع المخرج والمكتبة الموسيقية لتزويده بالمائة الموسيقية، وعلية أن ينسق مع مسؤول الاستوديوهات لتحديد الموعد لتسجيل كل فقرة.
 - ✓ ترتيب فقرات البرنامج.
 - ✓ الصياغة النهائية.⁽¹⁾
- وعليه نستنتج أن البرنامج الاجتماعي يمر بعلّة مراحل لإنجازه وأساسها العلاقات والتنسيق الجيد مع أفراد المجتمع، بما يخدم أهداف البرنامج.

11- أهمية وأهداف البرامج الاجتماعية:

11-1- أهمية البرامج الاجتماعية:

تكمن أهمية البرنامج الاجتماعي فيما يلي:

- ✓ توعية الفرد بما يدور حوله.
- ✓ إبراز مكانة الفرد في المجتمع.
- ✓ خلق الوعي لدى الفرد.

⁽¹⁾ نقلا عن: سامية رزيق، "البرامج الاجتماعية في الفضائيات الجزائرية الخاصة برنامج ما وراء الجدران قناة النهار نموذجا" (مذكرة ماستر، جامعة العربي التبسي - تبسة -، 2015/2016)، ص ص 47-48.

- ✓ كسر الطابوهات المتواجدة في المجتمع. (1)
- ✓ إعطاء طرق مثلى لحل المشاكل في الوسط المجتمعي.

11-2- أهداف البرامج الاجتماعية:

تتمثل أهداف البرامج الاجتماعية فيما يلي:

- ✓ تنمية الاتجاهات الإيجابية والعادات الاجتماعية السليمة.
- ✓ التحذير والتنبية من الآفات الاجتماعية والمشكلات مثل الفقر، السوقة، الطلاق... إلخ.
- ✓ إظهار مستجدات الحياة للأفراد في المجتمع.
- ✓ إبراز البيئة المحلية والعالمية وظروفها الجغرافية والاجتماعية.
- ✓ استشراف المشكلات الاجتماعية.
- ✓ تقديم حلول مؤقتة أو دائمة للمشكلات الاجتماعية.
- ✓ إبراز وعرض التجارب الناجحة على المستوى العالمي والوطني.
- ✓ المحافظة على الموروث الثقافي الاجتماعي.
- القيام بالأدوار التثقيفية، التعليمية والتوجيهية في الإطار الاجتماعي. (2)

12- تأثير البرامج الاجتماعية:

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

- تثير اهتمام الجمهور بمختلف القضايا الاجتماعية والسياسية الهامة فقد اهتمت بموضوعات كثيرة مثل: المساواة، حقوق المرأة وقضايا المجتمع.

(1) ألكسندر بورتسبكي، وأديب حضور، الصحافة التلفزيونية (دمشق: المكتبة الإعلامية، 1990)، ص 31.

(2) سامية رزيق، مرجع سبق ذكره، ص ص 49-50.

- تعتبر البرامج الاجتماعية بمثابة مرآة تعكس مشكلات وقضايا المجتمع فتكشف السلبيات داخل المجتمع وأحيانا تساعد على حل هذه المشكلات، فمنتجو ومذيعو هذه البرامج لديهم القدرة على طرح مختلف القضايا التي تمس المجتمع، وجعل الجمهور يدرك أبعاد وجوانب هذه القضايا والأحداث من خلال تحليلها وتفسيرها بطرح مختلف الآراء وبالتالي يتشكل لديهم اتجاهات حول هذه القضايا.
- تعدّ البرامج الاجتماعية صوت الشعب فمن خلالها يعبر الأفراد عن آرائهم ويصل صوتهم إلى المسؤولين، وهذا له تأثير على المستوى السياسي والاجتماعي داخل المجتمع.
- يرى علماء الإعلام والاجتماع أنّ البرامج الاجتماعية لها تأثير في المجال الثقافي والاجتماعي والترفيهي من خلال مضمونها المتنوع، وبالتالي أصبحت أحد العوامل المؤثرة في نشر كلّ القيم والأفكار والسلوكيات.⁽¹⁾

(1) سامية رزيق، مرجع سبق ذكره، ص ص 49-50.

خلاصة الفصل:

نستخلص من خلال ما تناولناه في هذا الفصل بأن القضايا الاجتماعية من المواضيع الجد مهمة، والتي تحتاج للطرح والمناقشة وذلك من خلال تخصيص مساحات شاسعة لمناقشتها عبر برامج تلفزيونية والتي بدورها تعمل على نقل مشاكل ومعاناة المجتمع.

وعليه فالهدف من وراء إعداد وبث البرامج الاجتماعية هو نقل الواقع الاجتماعي وجعل المشاهدين يتعايشون مع الحدث، من أجل تعميق أسلوب الحوار والمناقشة وتبادل الآراء ونشر الوعي الاجتماعي بين أفراد المجتمع للقضاء على هذه المشاكل وإيجاد الحلول المناسبة لها.

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لبرنامج افتح قلبك على قناة الشروق

TV

تمهيد

1- التعريف بقناة الشروق TV وبرنامج افتح قلبك.

2- عرض وتحليل البيانات الخاصة بفئات المضمون "ماذا قيل؟".

3- عرض وتحليل البيانات الخاصة بفئات الشكل "كيف قيل؟".

• عرض وتفسير النتائج.

• الإقتراحات والتوصيات.

تمهيد:

يعتبر الإطار التحليلي الخطوة الأهم في بحثنا هذا، من أجل الإجابة عن جميع تساؤلات الدراسة والوصول إلى النتائج النهائية، فقد عرفنا في الفصول السابقة كل ما يتعلق بالجوانب المنهجية والنظرية لموضوع الدراسة.

وسنحاول في هذا الفصل الأخير دراسة كيفية معالجة برنامج "افتح قلبك" للقضايا الاجتماعية والتي وردت في حلقات العينة المختارة في برنامج "افتح قلبك"، المتمثلة في 12 حلقة مختارة وموزعة على الفترة الممتدة من 17 جانفي إلى 25 أبريل 2019، حيث سنعمد في تحليلنا على فئات تحليل المحتوى من حيث الشكل والمضمون والتي سبق وأشرنا إليها سابقا في الإطار المنهجي للدراسة.

1- التعريف بقناة الشروق، وبرنامج "افتح قلبك":

1-1- بطاقة فنية عن قناة الشروق TV:

هي قناة تلفزيونية فضائية جزائرية خاصة تابعة لجريدة الشروق اليومي، انطلق بثها التجريبي تزامنا مع عيد الثورة وذكرى تأسيس جريدة الشروق اليومي في الفاتح من نوفمبر 2011 على الساعة الصفر، المصادفة للذكرى 57 لاندلاع الثورة التحريرية الكبرى، والذكرى ل11 لتأسيس الجريدة، انطلق بثها التجريبي من العاصمة الأردنية عمان على القمر الصناعي "النايل سات" على تردد h11603 (أفقي)، ليتوسع البث انطلاقا من المدينة الإعلامية بدبي في الإمارات العربية والعاصمة القطرية الدوحة.

يعتبر الصحفي "علي فضيل" مالك قناة الشروق TV ومديرها العام، يقع مقر في الجزائر العاصمة بجيدرة، وتتوفر على 36 مكتبا موزعا على عدد من ولايات الوطن. مع العلم أن انطلاقها كانت عبر بث تجريبي وحولت العمل إلى انطلاقة رسمية دون امتلاك أي ترخيص أو اعتماد في الجزائر.⁽¹⁾

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

- الدولة: الجزائر
- المقر: الجزائر العاصمة.
- ملكيتها: ملكية خاصة.
- نوع القناة: قناة عامة.
- التأسيس: سنة 2011.
- المالك: علي فوضيل.
- الشعار: قناة كل العائلة.
- بث القناة: القمر الصناعي نايل سات.
- طبيعة البث: HD⁽²⁾

¹ - نقلا عن الموقع الإلكتروني: <https://www.echoroukonline.com>، يوم: 20/08/2020، على الساعة 13:20

² - نقلا عن الموقع الإلكتروني: <http://www.echoroukonline.com>، يوم: 20/08/2020، على الساعة: 13.45.

1-2- مميزات قناة الشروق TV:

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

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

الصفحات الرسمية على المواقع الاجتماعية المشهورة وموقع الشبكة التابعة لها الذي يحوي جميع قنواتها وموقع خاص بها على اليوتيوب.⁽¹⁾

1-3- أهم برامج قناة الشروق العامة:

تقوم قناة الشروق العامة ببث جميع البرامج الحوارية الهامة والحديثة، كما تبث البرامج الاجتماعية والثقافية وكذلك الترفيهية مثل:
برنامج الماهر، وبرنامج خط أحمر، وبرنامج Greenmag ، وكذلك برنامج "ماستر شيف"
وبرنامج نجوم العلوم، وبرنامج الشارع يسأل، برنامج coke studio ، بالإضافة إلى برنامج خيرات بلادي، وبرنامج وافعلوا الخير، وبرنامج بعيدا عن السياسة، وأخيرا برنامج Deal or No Deal.⁽²⁾

1-4- التعريف ببرنامج "افتح قلبك":

هو برنامج تلفزيوني جزائري، تقوم فكرته على حل المشاكل الاجتماعية، وهو أيضا برنامج ذو طابع إنساني يفتح أبواب الحوار أمام كل أطراف وفئات المجتمع، كي يتوصلوا إلى حل لمشاكلهم وإقامة علاقات الصلح بين المتخاصمين معهم وجمع شملهم مرة أخرى من أجل تصفية القلوب والمشاعر وإعادة الأمور إلى طبيعتها. هدفه الحوار والمناقشة ونشر روح المحبة والتسامح بين الناس وكذا السعي لإيجاد حلول للقضايا الاجتماعية المطروحة والاستفادة منها من طرف الجمهور.

البرنامج من تقديم الرياضية الجزائرية سليمة سواكري، أول عرض له كان في: 24 نوفمبر 2016.⁽³⁾

وقد كان يبث طيلة مواسمه الثلاثة كل يوم خميس على الساعة التاسعة ليلا.

¹ - نقلا عن الموقع الإلكتروني: <https://www.muhtwa.com> يوم: 20/08/2020، على الساعة: 14:00.

² - نقلا عن الموقع الإلكتروني: <https://www.fekera.com> يوم: 20/08/2020 على الساعة: 14:15.

³ - نقلا عن الموقع الإلكتروني: ar.wikipedia.org/wiki يوم: 21/08/2020، على الساعة: 10:00.

1-5- التعريف بمقدمة البرنامج:

هي المصارعة الجزائرية الدولية سليمة سواكري من مواليد 06 ديسمبر 1974، حصلت خمس مرات اللقب القاري كما نالت المركز الخامس عالميا في أولمبياد أثينا 2004. بدأت سليمة سواكري مشوارها الرياضي في الثمانينات وهي في سن مبكرة، إذ لم تكن تتجاوز أنذاك 10 سنوات، اختيارها للجيدو جاء من منطق "رياضة العائلة"، إذ معظم عائلتها يمارسون هذه اللعبة، وبما أنها تملك بنية مورفولوجية قوية، اندمجت بسهولة في الجيدو وبدون تردد، خصوصا وأنها حظيت بمساندة كبيرة من قبل إخوتها. ويعد فريق برج الكيفان المدرسة الأولية التي انخرطت فيها سواكري، بعدها تنقلت إلى فريق اتحاد العاصمة الذي قضت معه أكبر فترة تجاوزت سبع سنوات، وفي 2005 التحقت البطولة بمولودة الجزائر، التي ظلت وفيه لألوانها مدة طويلة. وقد تحصلت سواكري على شهادة تقني سامي في الرياضة، وهي تسعى من خلال هذه الشهادة إلى مساعدة الجيدو الجزائري، باهتمامها بالفئات النسوية الصغرى، بدليل النتائج والإنجازات المحصل عليها والمتمثلة في ميداليات من مختلف المعادن في التظاهرات الدولية".⁽¹⁾

❖ سيرتها المهنية في الإعلام:

- بدايتها الأولى في الإعلام تعود إلى سنة 2008 حين تلقت عرضا من قبل قناة الجزيرة الرياضية للعمل معهم كمحللة رياضية أثناء الألعاب الأولمبية، ووافقت على ذلك وعملت معهم.
- بعدها تنقلت إلى فرنسا وأجريت دورة تكوينية في مجال السمعي البصري، وبعد عودتها إلى الجزائر التحقت بإذاعة "جيل أف أم"، ونشطت فيها حصتين الأولى أسبوعية رياضية، والحصنة الثانية كانت أسبوعية شبابية.
- ثم تلقت عروضاً من قبل كل من "قناة الجزائرية" و"الشروق TV"، إلا أنها التحقت بهذه الأخيرة، ونشطت حصنة أسبوعية نسائية تهتم بقضايا المرأة، وبعدها تلقت عرضاً آخر من

¹ - نقلا عن الموقع الإلكتروني: <https://m.marefa.org> يوم: 2020/08/19، على الساعة: 10:10.

قبل "النهار لكي" وأمضت عقدا مدته ستة أشهر، فعملت في حصة "موعد النساء"، بعدها تلقت عرضا من قبل الشركة المنتجة لبرنامج "افتح قلبك" المتمثلة في ويلكوم أديفرتايزينغ (wellcom advertising)، حيث عرض عليها مساعد المنتج فكرة البرنامج، ولضخامة البرنامج تخوفت في الأول، خاصة أن البرنامج يعالج النزاعات الاجتماعية بين الأفراد في مدة ساعة من الزمن، فطلبت مهلة للتفكير، لتوافق في الأخير، وقد شرعت في العمل مع المنتج بتسجيل بعض الأعداد، حيث كان من المفروض أن يبث البرنامج على شاشة التلفزيون الجزائري بعد أن تم قبوله من طرف المسؤولين، إلا أن تنحية المدير العام لممول البرنامج "موبيليس"، عرقل بثه على التلفزيون الوطني، فبقي البرنامج حبيس الأدرج قرابة 9 أشهر بعدها عرض المنتج البرنامج على قناة الشروق، فوافقت هذه الأخيرة على شرائه.⁽¹⁾

¹ - نقلا عن الموقع الإلكتروني: <https://www.elhiwardz.com> يوم: 2020/80/19 على الساعة: 14:00.

1-1- الجدول رقم 01: يوضح عينة الدراسة المختارة ضمن المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية.

رقم الحلقة	تاريخ الحلقة	عنوان الحلقة	موضوع الحلقة
الحلقة 1	17 جانفي 2019	زوجتي سندي في الحياة	تكريم الزوج لزوجته
الحلقة 2	24 جانفي 2019	معاناة امرأة منذ الصغر	المشاكل بين الزوجين
الحلقة 3	07 فيفري 2019	إعاقتي لا تمنع وجودي	ذوي الاحتياجات الخاصة
الحلقة 4	21 فيفري 2019	تسوية الخلاف بين الأب وأبنائه	فك الخصام بين الأب وأبنائه
الحلقة 5	28 فيفري 2019	مكانة المرأة في حياة الرجل	معاناة الزوجين مع ظروف الحياة الصعبة
الحلقة 6	07 مارس 2019	شكر وتقدير البنت لخروج أمها	تكريم البنت لزوج أمها
الحلقة 7	14 مارس 2019	لا تتخلي عني يا زوجي	كفاح امرأة لمرض سرطان الثدي
الحلقة 8	21 مارس 2019	عدت الى الحياة بفضل اخي	مرض القصور الكلوي
الحلقة 9	04 افريل 2019	معاناة الأبناء بسبب الطلاق	المطالبة بحق الابوة
الحلقة 10	11 افريل 2019	نورهان فتاة مجهولة النسب	التبني
الحلقة 11	18 افريل 2019	العلاقة بين الجارتين	المشاكل بين الجارتين
الحلقة 12	28 افريل 2019	الشهرة سلاح ذو حدين	الغيرة بين الزوجين

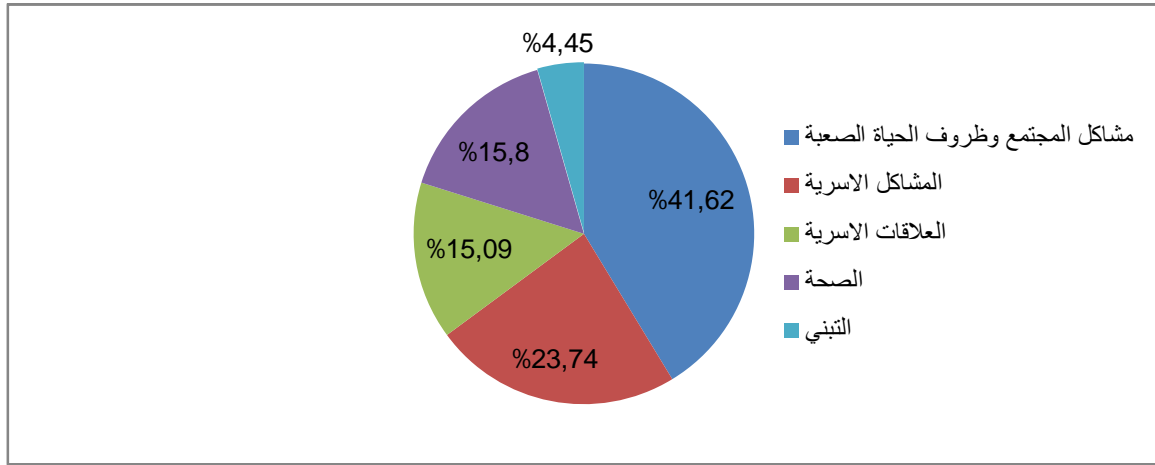
2) عرض وتحليل البيانات الخاصة بفئات المضمون (ماذا قيل؟)

2-1- الجدول رقم (02): يوضح المواضيع الرئيسية الخاصة بالقضايا الاجتماعية.

النسبة المئوية (%)	المدة الزمنية	الفئة / التكرار
15.09%	33.60 دقيقة	العلاقات الأسرية
23.74%	52.85 دقيقة	المشاكل الأسرية
15.08%	33.57 دقيقة	الصحة
4.45%	9.91 دقيقة	التبني
4.62%	92.65 دقيقة	مشاكل المجتمع وظروف الحياة الصعبة
100%	222.58 دقيقة	المجموع

- يوضح الجدول رقم (02) أهم المواضيع الرئيسية التي عالجها برنامج افتح قلبك، وكشفت الدراسة أن أول المواضيع هي الخاصة بمشاكل المجتمع وظروف الحياة الصعبة بنسبة 41.62% مما يدل على اهتمام البرنامج بطرح قضايا المجتمع و مشاكله وظروفه الصعبة وضعها محل الدراسة والنقاش من اجل إزاحة الستار عليها، لما لها من أهمية بالغة داخل المجتمع وتأثير فعال على أفراد، ثم وبنسبة اقل نجد مواضيع المشاكل الأسرية بنسبة 23.74% مما يدل على اهتمام البرنامج بطرح المسائل الأسرية ومعالجتها من كل الجوانب، ثم العلاقات الأسرية بنسبة 15.09%، تليها مواضيع الصحة بنسبة قريبة جدا قدرت ب15.08% ثم وبنسبة قليلة جدا مواضيع التبني بنسبة 4.45%.

وللمزيد من التوضيح نوضح المواضيع الرئيسية الخاصة بالقضايا الاجتماعية في الشكل البياني الآتي:



الشكل البياني رقم 01: يوضح المواضيع الرئيسية الخاصة بالمعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية.

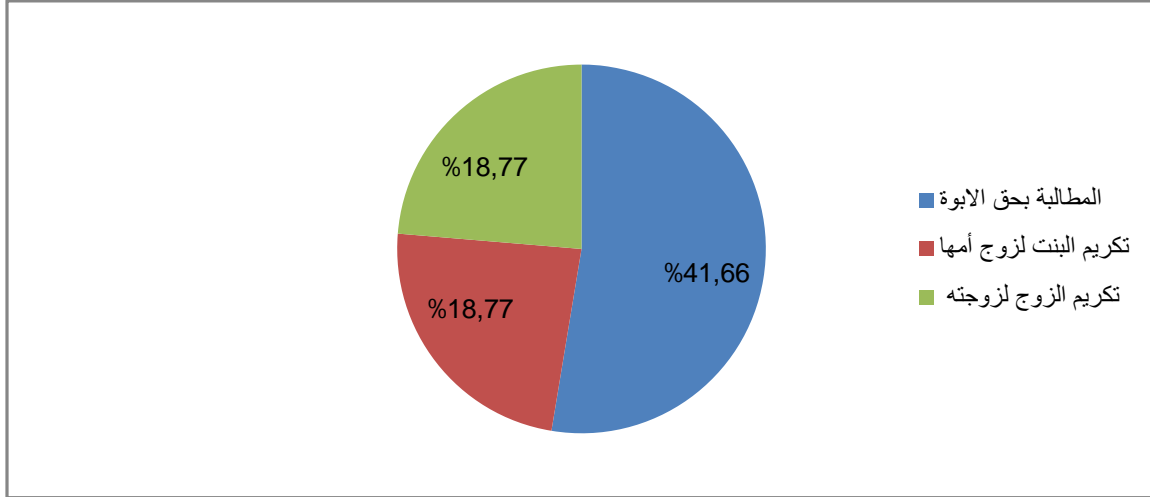
2-2 الجدول رقم (03): يوضح المواضيع الفرعية الخاصة بالعلاقات الأسرية ضمن المعالجة

الإعلامية للقضايا الاجتماعية:

النسبة المئوية (%)	المدة الزمنية	التكرار	الفئة
18.77%	6.31 دقيقة		تكريم الزوج لزوجته
39.55%	13.29 دقيقة		تكريم البنت لزوج أمها
41.66%	14.00 دقيقة		المطالبة بحق الأبوة
100%	33.60 دقيقة		المجموع

يوضح الجدول (03) المواضيع الفرعية الخاصة بالعلاقات الأسرية ضمن المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية والموضوع الأكثر تناولا والمتعلق بهذه القضايا هو المطالبة بحق الأبوة بنسبة 41.66% وكانت مشكلة الطلاق من بين أكثر الأسباب التي تؤدي إلى تخلي الإباء عن أبنائهم، ثم موضوع تكريم البنت لزوج أمها بنسبة 39.55% يليه موضوع تكرم الزوج لزوجته بنسبة منخفضة مقارنة مع سابقتها قدرت ب 18.77%.

وللمزيد من التوضيح نوضح المواضيع الفرعية الخاصة بالعلاقات الأسرية ضمن البرنامج "محل الدراسة" في الشكل التوضيحي الآتي:



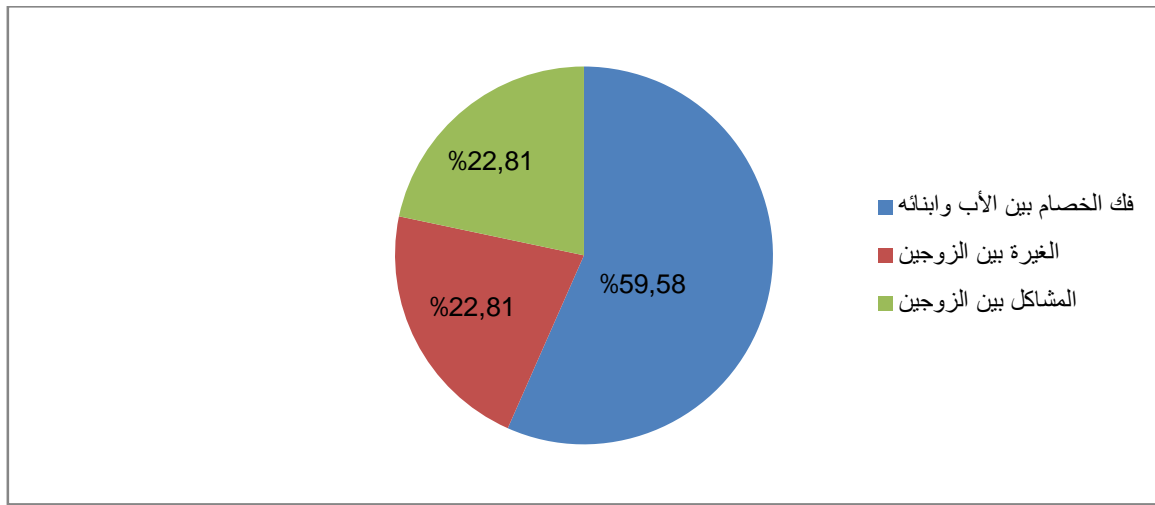
الشكل البياني رقم 02: يوضح المواضيع الفرعية الخاصة بالعلاقات الأسرية.

3-2-الجدول رقم(04) يوضح المواضيع الخاصة بالمشاكل الأسرية ضمن المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية:

النسبة المئوية (%)	المدة الزمنية	التكرار	الفئة
17.59%	9.30 دقيقة		المشاكل بين الزوجين
59.58%	31.49 دقيقة		فك الخصام بين الأب وأبنائه
22.81%	12.06 دقيقة		الغيرة بين الزوجين
100%	52.85 دقيقة		المجموع

يوضح الجدول رقم(04) المواضيع الفرعية الخاصة بالمشاكل الأسرية ضمن المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية حيث جاءت النسبة الأكبر لقضية فك الخصام بين الأب وأبنائه قدرت ب 59.58% وتعتبر هذه القضية من أكثر القضايا معالجة ضمن المواضيع الفرعية الخاصة بالمشاكل الأسرية، إما الموضوع الذي يليه فهو الغيرة بين الزوجين بنسبة 22.81% وسبب ذلك غيرة الزوجة الزائدة، فالمرأة لا تسلم من شر الغيرة والشك، والزوج لا يسلم من خطر الوقوع في المخطور، فما تبنيه الشهرة من اسم

وما تجلبه من مال يقابله ضياع رابط الزواج لما تتركه من مشاكل في نفوس الأهل خاصة الزوجات، هذا ما يجنب الاستقرار العائلي والعيش في مشاكل يومية متكررة ولنفس الأسباب، ثم يليه ونسبة قريبة موضوع المشاكل بين الزوجين قدرت ب 17.59% التي تعود لعدة أسباب وعوامل منها: الظروف المادية والظروف الصحية والنفسية وقد تكون كذلك بسبب احد الطرفين الزوج او الزوجة، اهل الزوج، اهل الزوجة، الأولاد، المجتمع..... الخ



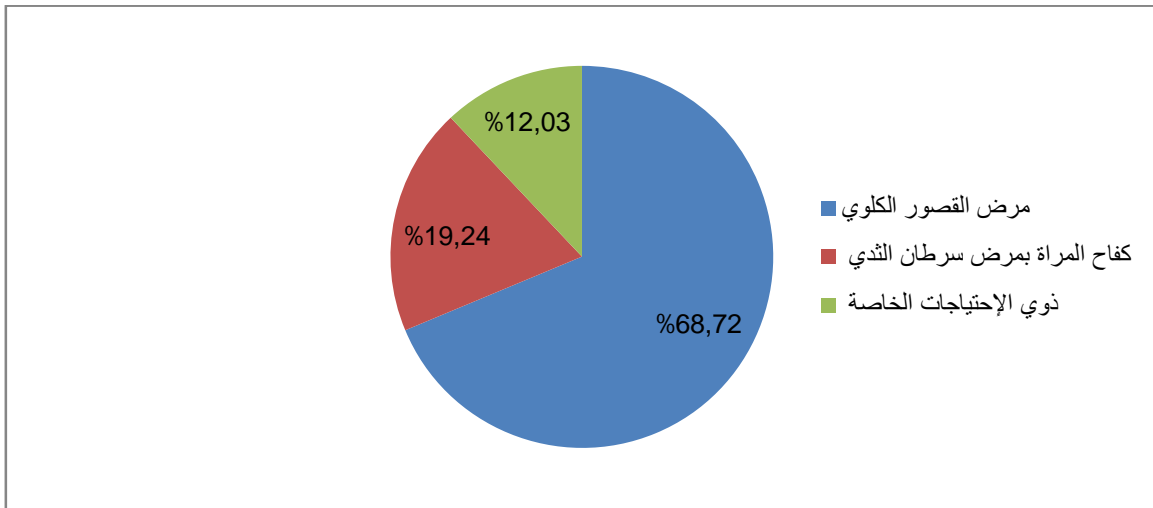
الشكل البياني رقم 03: يوضح المواضيع الخاصة بالمشاكل الأسرية.

4-2 الجدول (05) يوضح المواضيع الخاصة بالصحة ضمن المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية:

النسبة المئوية (%)	المدة الزمنية	التكرار	الفئة
12.03%	4.04 دقيقة		ذوي الاحتياجات الخاصة
19.24%	6.46 دقيقة		كفاح امرأة لمرض سرطان الثدي
68.72%	23.07 دقيقة		مرض القصور الكلوي
100%	33.57 دقيقة		المجموع

- يوضح الجدول رقم (05) المواضيع الخاصة بالصحة ضمن المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية، حيث تضمن ثلاث مواضيع أولهم مرض القصور الكلوي بنسبة 68.72% ثم فيها سرد تفاصيل صبر وتحدي رجل مع مرض القصور الكلوي قصة "نبيل" الذي تبرع له أخوه بكلية منحته حياة جديدة

وأعطته أمل جديد للعيش بحيث كانت هذه القصة عبرة للإخوة والتآخي، وشجعت المشاهدين على ثقافة التبوع دون الخوف من أي شيء، أما الموضوع الثاني فيسرد لنا قصة كفاح امرأة لسرطان الثدي بنسبة 19.24% حيث استطاعت هذه المرأة القوية أن تكون مثال لكل امرأة جزائرية بصبرها ومقاومتها للمرض بإرادتها وعزيمتها وثقتها في الله عز وجل، حيث دعت كل النساء الجزائريات إلى عدم الخوف من هذا المرض وبأن يكون لديهم وعي أكبر وبأن هذا المرض غير قاتل خاصة إذا اكتشف في المراحل الأولى فالعمر بيد الله سبحانه وتعالى، ويمكن التغلب عليه بالإرادة والعبادة وقد قامت بإيصال هذه الرسالة القيمة في مدة لا تتجاوز 6.46% دقيقة وفيما يخص الموضوع الثالث فقد جاء بنسبة 12.03% فبالرغم من هذه النسبة القليلة إلا أن مدة 4.04 دقيقة استطاعت بعض التبي أن تلخص معاناة ومطالب هاته الفئة من خلال قصة "البطلة مونيا".

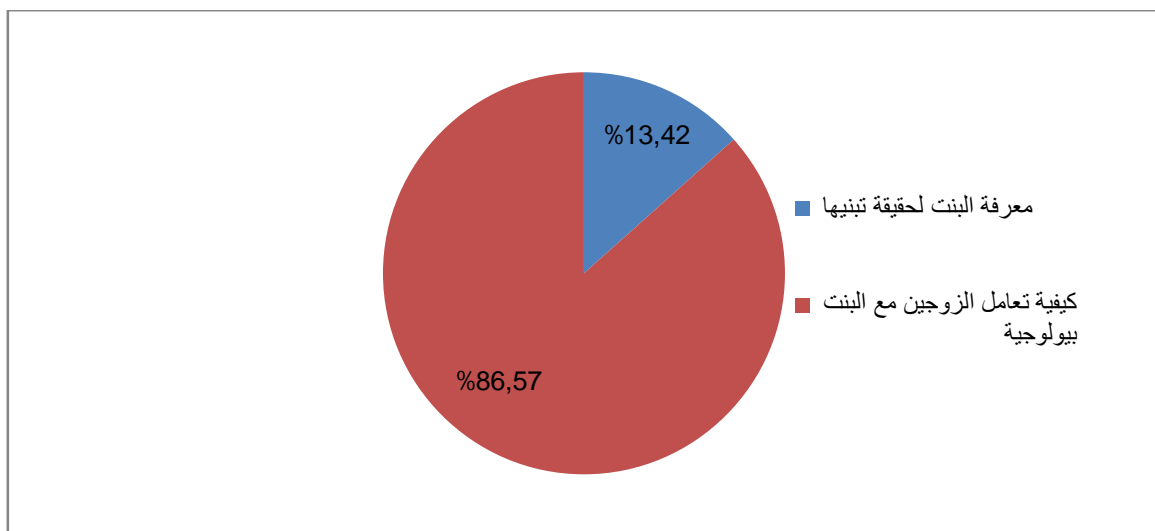


الشكل البياني رقم 04: يوضح المواضيع الخاصة بالصحة.

5-2-الجدول رقم (06): يوضح المواضيع الخاصة بالتبني ضمن المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية:

النسبة المئوية (%)	المدة الزمنية	التكرار	الفئة
13.42%	1.33 دقيقة		معرفة البنت لحقيقة تبنيها
86.57%	8.58 دقيقة		كيفية تعامل الزوجين مع البنت الغير بيولوجية
100%	9.91 دقيقة		المجموع

-يوضح الجدول رقم (06) المواضيع الخاصة بالتبني ضمن المعالجة الإعلامية للقضايا وأولى المواضيع التي احتلت نسبة أكبر هي كيفية تعامل الزوجين مع البنت الغير بيولوجية بنسبة 86.57% حيث كانت بمثابة ابنتهم الحقيقية ولم تحس يوما بأنها غريبة عنهم وسط كل ذلك الحنان والدفء العائلي فقد منحوها حقها الكامل في التربية والرعاية والحب والاهتمام، ويليه بنسبة 13.42% موضوع معرفة البنت لحقيقة تبنيها بطريقة قاسية من طرق المجتمع المحيط بها الذي لم يرحمها بعبارات الذل والإهانة وهذا ما شكل لها صدمة كبير خاصة وان العائلة التي تبنتها لم تخبرها ولم تحسسها يوما بذلك، فقد تلقت هذا الخبر من الأفراد المحيطين بها اللذين استهزؤوا بها وسخروا منها بعبارات قاسية ومصطلحات جارحة مثل: بنت السبيطار والملقطة.

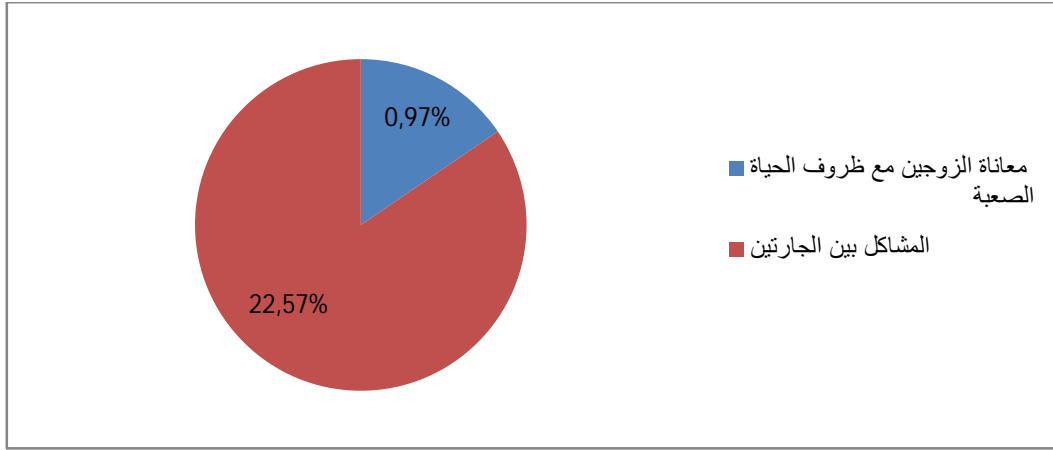


الشكل البياني رقم 05: يوضح المواضيع الخاصة بالتبني.

6-2- الجدول رقم (07): يوضح المواضيع الخاصة بمشاكل المجتمع وظروف الحياة الصعبة.

النسبة المئوية (%)	المدة الزمنية	الفئة / التكرار
15.47%	14.34 دقيقة	معاناة الزوجين مع ظروف الحياة الصعبة
84.52%	78.31 دقيقة	المشاكل بين الجارتين
100%	92.65 دقيقة	المجموع

يوضح الجدول رقم (07) المواضيع الخاصة بمشاكل المجتمع وظروف الحياة الصعبة وكانت النسبة الأكبر لموضوع المشاكل بين الجارتين بنسبة 84.52%، حيث احتل مساحة كبيرة من حيث المدة الزمنية 78.31 دقيقة لكثرة المشاكل والنزاعات والخصومات بينهما، حيث كانت تجمعهما أكثر من 23 قضية في المحكمة بعدما كانت علاقتهما علاقة صداقة وأخوة ومحبة، وقد سعت مقدمة البرنامج بكل الطرق والأساليب أن تهدئ النفوس وتعيد المياه إلى مجاريها وباءت كل محاولاتها بفشل في الكثير من الأحيان، إلى أن تنازلت واحدة منهما عن كل القضايا والشكاوي في المحكمة وقطعت عليها عهداً بأن تسامح كل اللذين آدقهم من أهلها، ليفتح الستار بين آمال وجارتها على أمل أن تعود علاقتهما كما كانت سابقاً وأحسن، وتليها بنسبة 15.47% موضوع مكافحة الزوجين للظروف الصعبة، شاهدنا من خلالها قصة جميلة تحكي قصة كفاح ونضال وإخلاص الزوجة لزوجها المقعد حركياً بعد الحادث الذي تعرض له أثناء سعيه لرزقه وجلب لقمة العيش، حيث كلفه عدم المشي مرة أخرى، فم تتخلى عنه زوجته فبالعكس تماماً فقد كانت له السند والرفيق والأم والأخت ولم تتركه يوماً بل جاهدت وسعت لخدمته ومنحته كل مشاعر الحب والحنان، لعلها تعوض كل ما انكسر بداخله، خاصة وأنه لم يستطيع العلاج لإنجاب الأولاد لظروفه المادية وكذلك الصحية، فرضت وقبلت أن تكمل معه الطريق حتى الأخير.



الشكل البياني رقم (06): يوضح المواضيع الخاصة بمشاكل المجتمع وظروف الحياة الصعبة

7-2- الجدول رقم (08): يوضح أهداف المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية

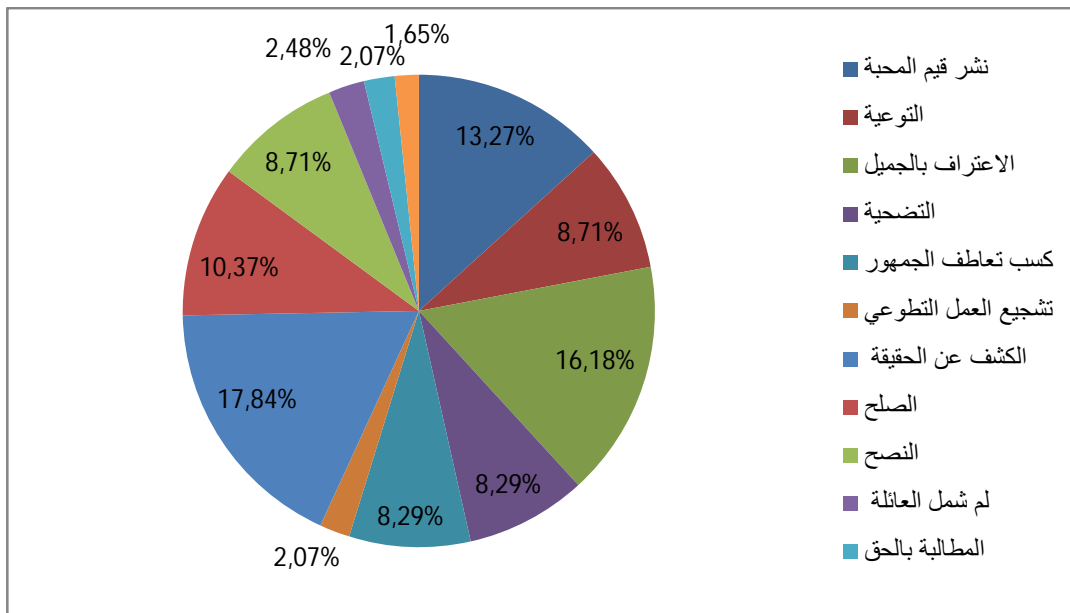
الفئة	التكرار	النسبة المئوية (%)
نشر قيم المحبة	32	13.27%
التوعية	21	8.71%
الاعتراف بالجميل	39	16.18%
التضحية	20	8.29%
كسب تعاطف الجمهور	20	8.29%
تشجيع العمل التطوعي	5	2.07%
الكشف عن الحقيقة	43	17.84%
الصلح	25	10.37%
النصح	21	8.71%
لم تشمل العائلة	6	2.48%
المطالبة بالحق	5	2.07%
تشجيع ثقافة التبرع	4	1.65%
المجموع	241	100%

يوضح الجدول رقم (08) أهداف المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية، وكشفت الدراسة أن فئة الكشف عن الحقيقة هو الهدف الذي يتصدر هذه الأهداف بنسبة 17.76%، ويليه هدف الاعتراف بالجميل بنسبة 15.11% أما هدف نشر القيم المحبة ف جاء بنسبة 13.22%، وبنسبة قريبة هدف الصلح بنسبة 10.33%، يليه هدف التوعية بنسبة أقل قدرت ب 8.67%، ثم وبنسبة متساوية يأتي هدف النصح بنسبة 8.67% وبنسبة متقاربة جدا هدف التضحية بنسبة 8.26%، وبنسبة متساوية هدف كسب تعاطف الجمهور بنسبة 8.26%، يليه هدف لم تشمل العائلة بنسبة 2.47%، وبنسبة قريبة هدف المطالبة بالحق بنسبة 2.06%، وتليها نسبة مطابقة لهدف تشجيع العمل التطوعي ب 2.06%، وبنسبة أقل هدف تشجيع ثقافة التبرع بنسبة 1.65%.

ويتضح لنا من خلال نتائج الجدول أن هدف الكشف عن الحقيقة جاء في المرتبة الأولى وذلك يرجع لكون البرنامج يحاول الكشف عن مختلف الحقائق والخبايا المرتبطة بالقضايا الاجتماعية داخل المجتمع الجزائري.

ولمزيد من التوضيح نوضح الأهداف السابقة الذكر والواردة ضمن البرنامج محل الدراسة في

الشكل 1 التوضيحي:

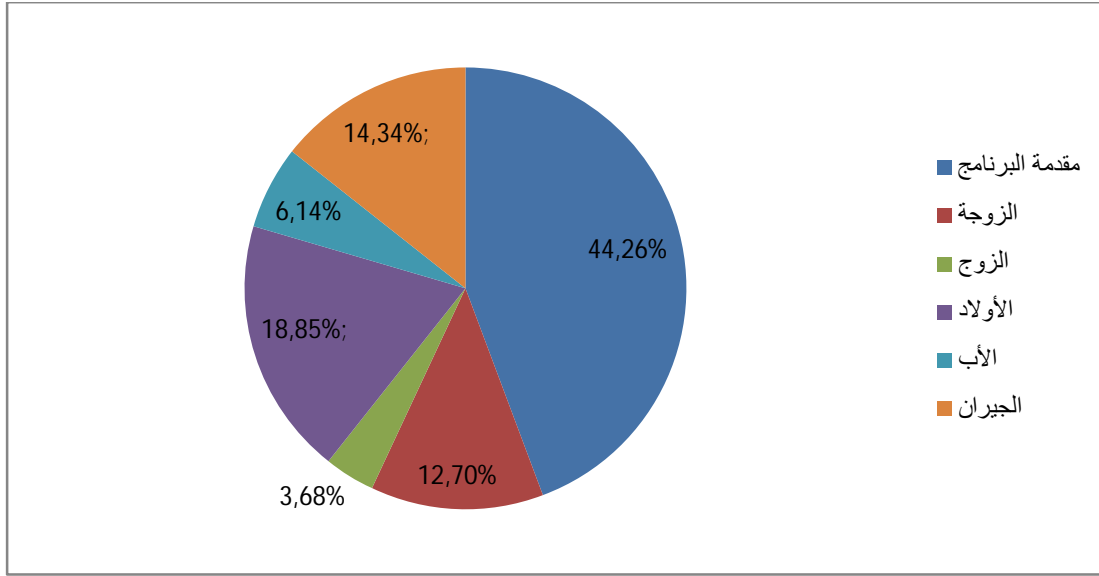


الشكل التوضيحي رقم (7): يوضح أهداف المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية

8-2- الجدول رقم (09): يوضح الفاعلين ضمن المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية

النسبة المئوية (%)	التكرار	الفئة
44.26%	108	مقدمة البرنامج
12.70%	31	الزوجة
3.68%	09	الزوج
18.85%	46	الأولاد
6.14%	15	الأب
14.34%	35	الجيران
100%	244	المجموع

يوضح الجدول رقم (09) الفاعلين ضمن المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية حيث أن برنامج افتح قلبك اعتمد على تفعيل الحالة، فكانت مقدمة البرنامج تحتل النسبة الأكبر بنسبة 44.26%، فغالبا ما كانت تتفاعل مع الحالة وتبدي رأيها حول ذلك، وتساهم بشكل كبير في توعية الجمهور المشارك ونصحه وإرشاده وتوجيهه وكذلك الضيوف، كما تسعى إلى محاولة مد يد العون والمساعدة والتضامن مع بعض الحالات سواء من طرفها شخصيا، أو من السلطات والجهات المعنية، ثم تليها نسبة 18.85% لفئة الأولاد من مختلف الجنسين، تليها نسبة الجيران بـ 14.34% في قصة الجارتين المتخاصمتين فتكشف الحقائق بخصوص علاقتهما والمشاكل التي تحدث بينهما في كل مرة، ثم بنسبة 12.70% الزوجة باعتبارها غالبا ما تكون صاحبة الحالة لتقوم بكشف الحقائق والحديث حول علاقتها داخل الأسرة وخارجها سواء كانت سلبية أو إيجابية، إضافة إلى مشاركة معاناتها اليومية وتنازلاتها وتضحياتها في سبيل المحافظة على استقرار أسرتها، وبنسبة 3.68% يأتي الزوج الذي غالبا ما يكون صاحب الحالة إلى جانب الزوجة في علاقته معها أو مع أولاده أو مع أهله... إلخ، سواء كانت هذه العلاقة سيئة أو حسنة.



الشكل البياني رقم (08): يوضح الفاعلين ضمن المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية.

9-2- الجدول رقم (10): يوضح القيم الواردة في المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية

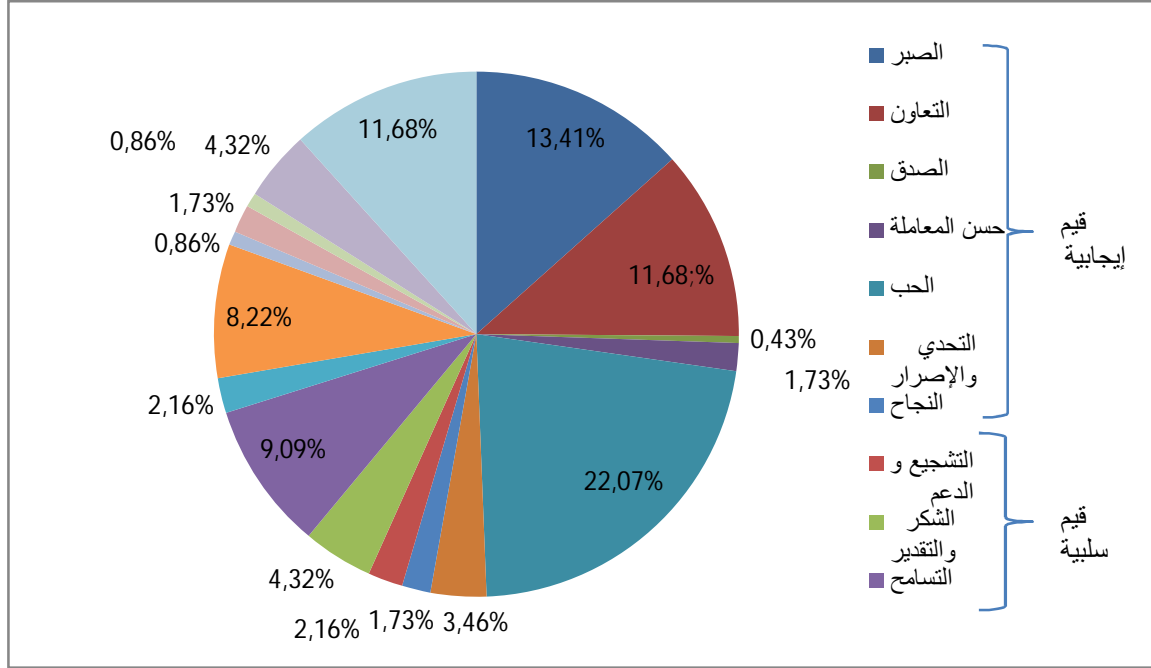
النسبة المئوية %	التكرار	النسبة المئوية %	التكرار	الفئة	
				التكرار	
%72.24	167	13.41%	31	الصبر	القيم الإيجابية
		11.68%	27	التعاون	
		0.43%	1	الصدق	
		1.73%	4	حسن المعاملة	
		22.07%	51	الحب	
		3.46%	8	التحدي والإصرار	
		1.73%	4	النجاح	
		2.16%	5	التشجيع والدعم	
		4.32%	10	الشكر والتقدير	
		9.09%	21	التسامح	
2.16%	5	كفالة اليتيم			
%27.67	64	8.22%	19	الظلم	القيم السلبية
		0.86%	2	الاستغلال	
		1.73%	4	التهميش	
		0.86%	2	قطع صلة الرحم	
		4.32%	10	سوء المعاملة	
		11.68%	27	الخصام	
100%	231	100%	231	المجموع	

يوضح الجدول رقم (10) القيم الواردة في المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية، حيث تعتبر القيم ركيزة البرامج التلفزيونية، لمساهمتها بشكل كبير في تثبيتها والعكس، وفي ضوء ذلك يتم وضع الخطط والبرامج ونلاحظ بأن القيم المستخلصة من برنامج "افتح قلبك" تباينت ما بين الإيجابية والسلبية

فهذه القيم ليست على نفس المستوى من الحضور، فقد تغلب قيم معينة على قيم أخرى بحسب الموضوع أو القضية، حيث يبين الجدول أعلاه بنسبة 72.24% القيم الإيجابية متضمنة قيمة الحب بنسبة 22.07% تليها قيمة الصبر بنسبة 13.41%، ثم قيمة التعاون بقيمة 11.68%، وقيمة التسامح بقيمة 9.09%، ثم قيمة التحدي والإصرار بنسبة 3.46% وبنسبة قريبة تليها قيمة الشكر والتقدير بنسبة 4.32%، تليها قيمة التشجيع والدعم بنسبة أقل قدرت 2.16% لتكون متساوية مع قيمة كفالة اليتيم، ثم تأتي قيمة النجاح بنسبة 1.73% تليها قيمة حسن المعاملة بنسبة متساوية 1.73%، تليها قيمة الصدق بنسبة قليلة جدا قدرت بـ 0.43%، ونلاحظ بشكل واضح من خلال الجدول التفاوت في القيم الإيجابية التي جاءت بنسب مختلفة وعديدة وهذا ما يدل على إيجابية المجتمع الجزائري وتمسكه بالقيم الإيجابية والحسنة، فبالرغم من كل المشاكل والضغوطات وظروف الحياة الصعبة داخل الأسرة ومع المجتمع الخارجي إلا أن الفرد الجزائري لا يزال يحمل قيم وشيم الحب والتسامح والتعاون والصبر وحسن المعاملة... الخ، ويسعى إلى نشرها بين المجتمع الخاص وداخل المحيط العام الذي يعيش فيه.

أما القيم السلبية فظهرت بنسبة 27.67% متضمنة قيمة الخصام بنسبة 11.68% التي ظهرت بين الجارتين لنكشف في أغلب الحالات عن المشاكل والنزاعات بينهما، وظهرت كذلك في المواضيع الخاصة بالمشاكل الأسرية في موضوع فك الخصام بين الأب وأبنائه الذين يعتبرونه السبب في مرض أمهم ووفاتها، تليها بنسبة 8.22% قيمة الظلم الذي سلطه أهل الزوج على الزوجة واتهموها بالسرقة وهي بريئة من ذلك، إضافة إلى ظلم الجارة لجارتها وهي مريضة بمرض السرطان فكانت هي السبب في خراب بيتها وفقدان أعز وأقرب الناس إليها، تليها سوء المعاملة بنسبة 4.32% وهذا ما ظهر في موضوع المشاكل بين الزوجين، وفك الخصام بين الأب وأبنائه، ثم بنسبة أقل قيمة التهميش بنسبة 1.73% ويقصد بها هنا التهميش الذي تتعرض بعض الفئات والحالات الخاصة في المجتمع وهذا ما ظهر في موضوع الاحتياجات الخاصة من قبل السلطات والجهات المسؤولة، ثم بنسبة قليلة جدا قيمة الاستغلال حيث قدرت بـ 0.86% تليها بنسبة متساوية قيمة قطع صلة الرحم ومن خلال هذه

النتائج والنسب نلاحظ أن بعض القيم السلبية والسيئة لازالت تغطي نوعا ما على الفرد الجزائري وهي السبب الرئيسي لكل ما يحدث فيه من مشاكل وقضايا اجتماعية.



الشكل التوضيحي رقم (9): يوضح القيم الواردة في المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية

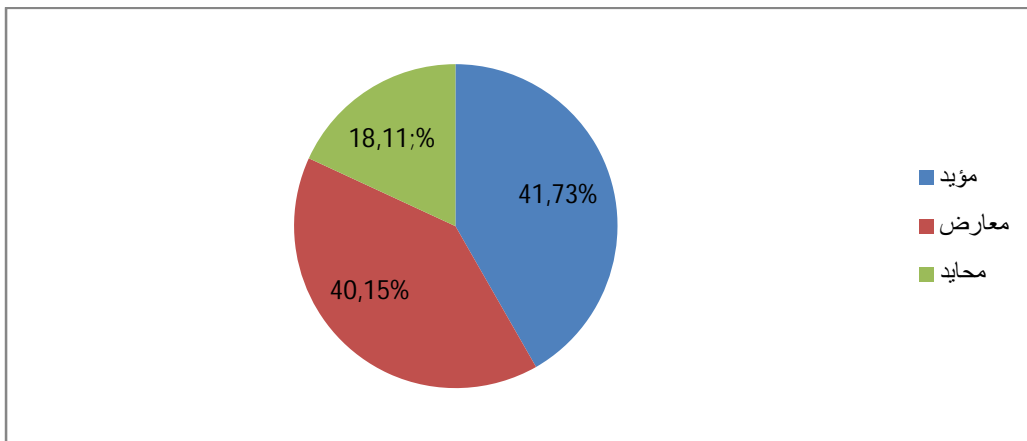
10-2- الجدول رقم (11): يوضح اتجاه برنامج افتح قلبك نحو المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية.

الفئة	التكرار	النسبة المئوية (%)
مؤيد	53	41.73%
معارض	51	40.15%
محايد	23	18.11%
المجموع	127	100%

يوضح الجدول رقم (11) اتجاه برنامج افتح قلبك نحو المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية، ونلاحظ من خلاله أن برنامج "افتح قلبك" يبين أن للإعلام دور كبير وفعال في معالجة مختلف القضايا والمشكلات الإيجابية منها، والتي تخص المجتمع الجزائري وكان الاتجاه المؤيد بنسبة 41.73%

ويليه الاتجاه المعارض بنسبة قريبة قدرت بـ 40.15% ثم بنسبة أقل الاتجاه المحايد بـ 18.11% وهذا ما يوضح أن البرنامج يقف مؤيدا وبشدة لبعض الموضوعات والقضايا والسلوكيات الحسنة والإيجابية داخل المجتمع الجزائري منها تشجيع ثقافة التبرع وتشجيع العمل التطوعي وكذلك المساهمة في نشر قيم المحبة والتسامح والتآخي والتصالح وصللة الرحم وفك الخصومات والتعاون... الخ، بين أفراد المجتمع الجزائري سواء بين الأزواج أو الإخوة أو الأولاد أو الوالدين أو الجيران... الخ، والتوعية كذلك بكل ما هو واجب وحق.

كما نلاحظ أن البرنامج يقف معارض لبعض التصرفات والسلوكيات والمعاملات السلبية والخصومات والمشاكل باختلاف أنواعها وأشكالها والتي قد تكون دخيلة على المجتمع الجزائري ولا تمثله إطلاقا وهذا ما قد يؤثر بصورة سلبية على نمطية المجتمع الجزائري وعلى مبادئه وأخلاقه جراء السلوكيات الغير مسؤولة والتي تكون العامل والسبب الرئيسي في حدوث قضايا الطلاق والمشاكل الأسرية والنزاعات والخصومات بين مختلف الأفراد والأطراف سواء في الأسرة أو المجتمع، أما المعالجة باتجاه حيادي فقد عبر من خلالها عن مدى التزام البرنامج ببعض المعايير والأسس اللازمة الموجب من خلالها عدم الانحياز لأي طرف كان، وعدم الحكم من وجهة نظر واحدة والسماع من كلا الطرفين ومحاولة إصلاح الأمور بينهما بطريقة حيادية.

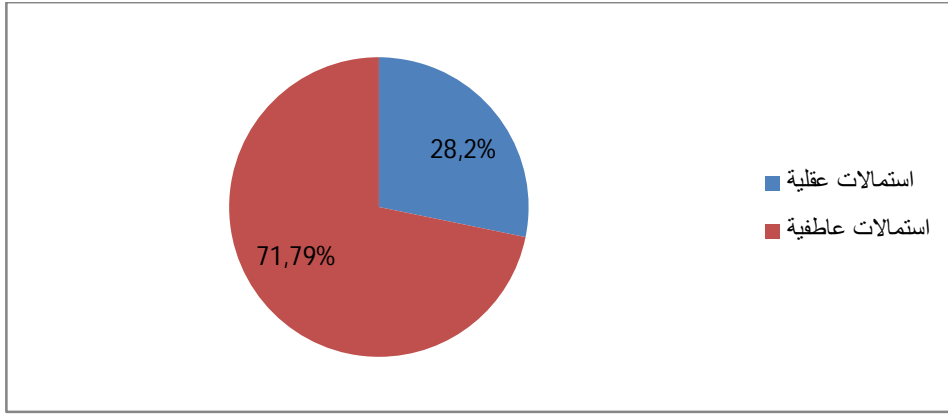


الشكل التوضيحي رقم (10): يوضح اتجاه برنامج افتح قلبك نحو المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية.

2- 11- الجدول رقم (12): يوضح أساليب الإقناع المستخدمة في معالجة القضايا الاجتماعية

النسبة المئوية (%)	المدة الزمنية	التكرار	الفئة
28.20%	21.37 دقيقة		استمالات عقلية
71.79%	54.40 دقيقة		استمالات عاطفية
100%	75.77 دقيقة		المجموع

يوضح الجدول رقم (12) أساليب الإقناع المستخدمة في معالجة القضايا الاجتماعية وكانت النسبة الأكبر للاستمالات العاطفية وذلك بنسبة 71.79% ، حيث يظهر علماء الاجتماع إلا أن الجماعة تقبل الاستمالات العاطفية والوجدانية أكثر وقال بعض الباحثين في أحوال الجماعات: إن الخطيب إذا خاطب العاطفة أَرْضَى ثمانين في المائة من السامعين وأثار أهمهما منهم على أنها أفضل الاستمالات، أما يحددها السياق الاتصالي للرسالة الإقناعية والواقع أن فاعلية الاستمالات العاطفية تتوقف إلى حد كبير على إقناع الأفراد بالتفكير المنطقي في بعض الأمور التي تثار ولكي تكون الحجج المنطقية فعالة يجب أن تعتمد إلى حدها على استمالة دافع الفرد بالاعتماد على استخدام الشعارات والرموز والأساليب اللغوية... الخ، أما الاستمالات العقلية فقد قدرت نسبتها 28.20% فهي تعتمد على مخاطبة عقل المتلقي وتقديم الحجج والشواهد المنطقية وتستخدم في ذلك للاستشهاد بالمعلومات والأحداث الواقعية، تقديم الأرقام والإحصاءات، بناء النتائج على مقدمات، تنفيذ وجهة النظر الأخرى.



الشكل البياني رقم 11 يوضح أساليب الإقناع المستخدمة في المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية.

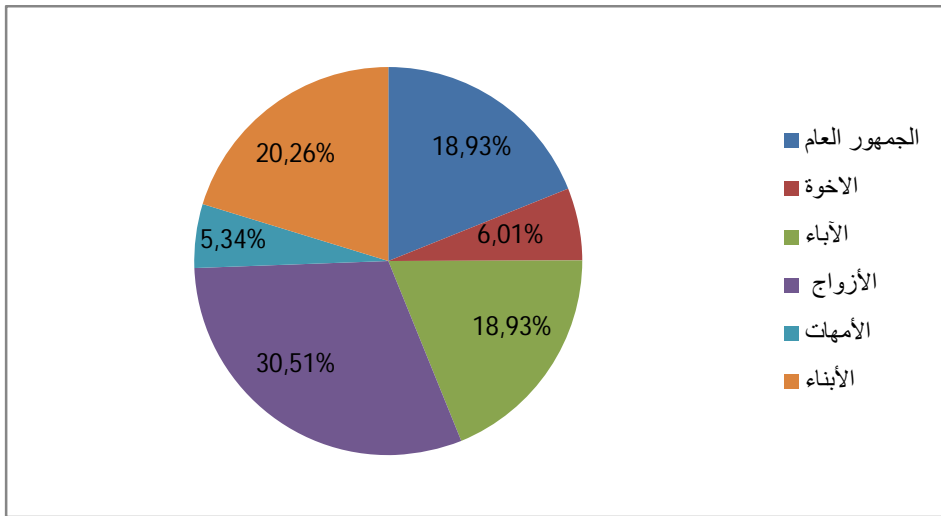
12-2: الجدول رقم (13): يوضح الجمهور المستهدف ضمن المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية.

النسبة المئوية (%)	التكرار	الفئة / التكرار
18.93%	85	الجمهور العام
6.01%	27	الإخوة
18.39%	85	الآباء
30.51%	137	الأزواج
5.34%	24	الأمهات
20.26%	91	الأبناء
100%	449	المجموع

يوضح الجدول رقم (13): الجمهور المستهدف من المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية حيث يتبين لنا من خلاله أن الفئة المستهدفة من عرض مختلف القضايا والمواضيع الاجتماعية وطرحها ومعالجتها في برنامج "افتح قلبك" هي فئة الأزواج بنسبة قدرت بـ 30.51%، كما وجهت بنسبة أقل لجمهور الأبناء بـ 20.26%.

بينما جاء الجمهور العام وجمهور الآباء بنسبة متساوية قدرت بـ 18.93% ويليه الإخوة بنسبة قليلة قدرت بـ 6.01%، ثم بنسبة قريبة جدا جمهور الأمهات بـ 5.34%.

ولا يحتاج هذا البرنامج إلى التفاعل المباشر مع الجمهور الخارجي ما وراء الشاشة، عبر الهاتف مثلا... الخ، فهو برنامج حوارى يتناول مختلف القضايا التي تهم المجتمع الجزائري وأكثرها انتشارا بحيث يعتمد على الحوار بين المقدم والضيوف إضافة إلى أنه لا يث على المباشر.



الشكل البياني رقم (12) يوضح الجمهور المستهدف ضمن المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية.

3- عرض وتحليل البيانات الخاصة بفئات الشكل (كيف قيل؟)

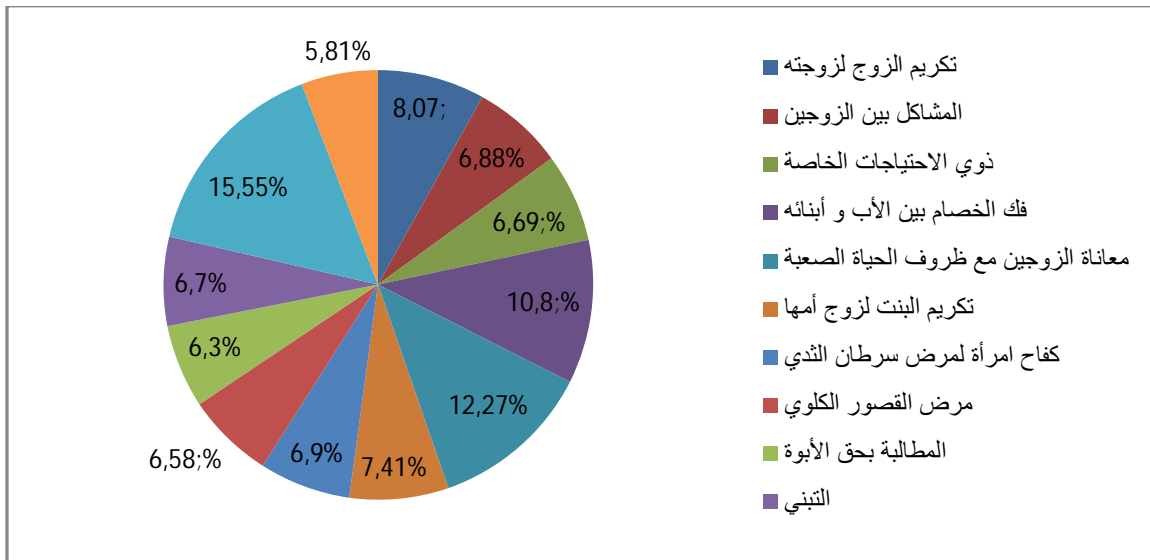
3-1- الجدول رقم (14) الزمن المخصص للقضايا الاجتماعية في برنامج "افتح قلبك"

النسبة المئوية (%)	المدة الزمنية	الفئة / التكرار
8.07%	64.55 دقيقة	تكريم الزوج لزوجته
6.88%	55.04 دقيقة	المشاكل بين الزوجين
6.69%	53.46 دقيقة	ذوي الاحتياجات الخاصة
10.80%	86.31 دقيقة	فك الخصام بين الأب وأبنائه
12.27%	98.06 دقيقة	معاناة الزوجين مع ظروف الحياة الصعبة
7.41%	59.20 دقيقة	تكريم البنت لزوج أمها
6.90%	55.13 دقيقة	كفاح امرأة لمرض سرطان الثدي
6.58%	52.57 دقيقة	مرض القصور الكلوي
6.30%	50.39 دقيقة	المطالبة بحق الأبوة
6.70%	53.53 دقيقة	التبني
15.55%	124.24 دقيقة	المشاكل بين الجارتين
5.81%	46.43 دقيقة	الغيرة بين الزوجين
100%	798.91 دقيقة	الزمن الإجمالي

يوضح الجدول رقم (14) الزمن المخصص للقضايا الاجتماعية، حيث يعد تحديد زمن البث من أهم محددات خصائص العينة المدروسة، ويكون ذلك بعد حذف كل من جنريك البداية والنهاية وجميع الفواصل الإشهارية، وقد خصصت مدة زمنية كبيرة ومناسبة لكل حلقة على حساب المواضيع والقضايا المطروحة فكانت المدة الزمنية الأكبر لموضوع المشاكل بين الجارتين 124.24 دقيقة بنسبة 15.55% وجاء موضوع معاناة الزوجين مع ظروف الحياة الصعبة في 98.06 دقيقة بنسبة 12.27% ثم يليه موضوع فك الخصام بين الأب وأبنائه في مدة 86.31 دقيقة بنسبة 10.80% ويليه موضوع

تكريم الزوج لزوجته بنسبة 8.07 % في مدة 64.55 دقيقة، ثم موضوع تكريم البنت لزوج أمها في مدة 59.20 دقيقة بنسبة قدرت 7.41 % أما نسبة 6.90 % فكانت نتيجة الزمن المخصص لموضوع كفاح امرأة لمرض سرطان الثدي بمدة قدرة بـ 55.13 دقيقة، ثم موضوع المشاكل بين الزوجين في 55.04 دقيقة بنسبة 6.88 % وتليها نسبة 6.70 % لموضوع التبني الذي جاء في 53.53 دقيقة، أما موضوع ذوي الاحتياجات الخاصة فقد جاء في مدة 53.46 دقيقة بنسبة 6.69 %، وفي مدة 52.57 دقيقة موضوع القصور الكلوي بنسبة 6.58 %، بينما جاء موضوع المطالبة بحق الأبوة في 50.39 دقيقة بنسبة 6.30 %، وفي مدة 46.43 دقيقة موضوع الغيرة بين الزوجين بنسبة 5.81 %.

نلاحظ أن القنوات الخاصة تعطي أهمية للبرامج الاجتماعية بمساحة كافية مقارنة بالقنوات العامة ويذل هذا على أن الإلمام بالبرمجة التلفزيونية في القنوات الفضائية قائمة على تلبية أذواق المشاهدين لذلك هذه المحطات تتسابق لتوفير أفضل الوسائل لجذب المشاهد على مستوى شكل البرامج ومضمونها.



الشكل البياني رقم (13) يوضح الزمن المخصص للقضايا الاجتماعية.

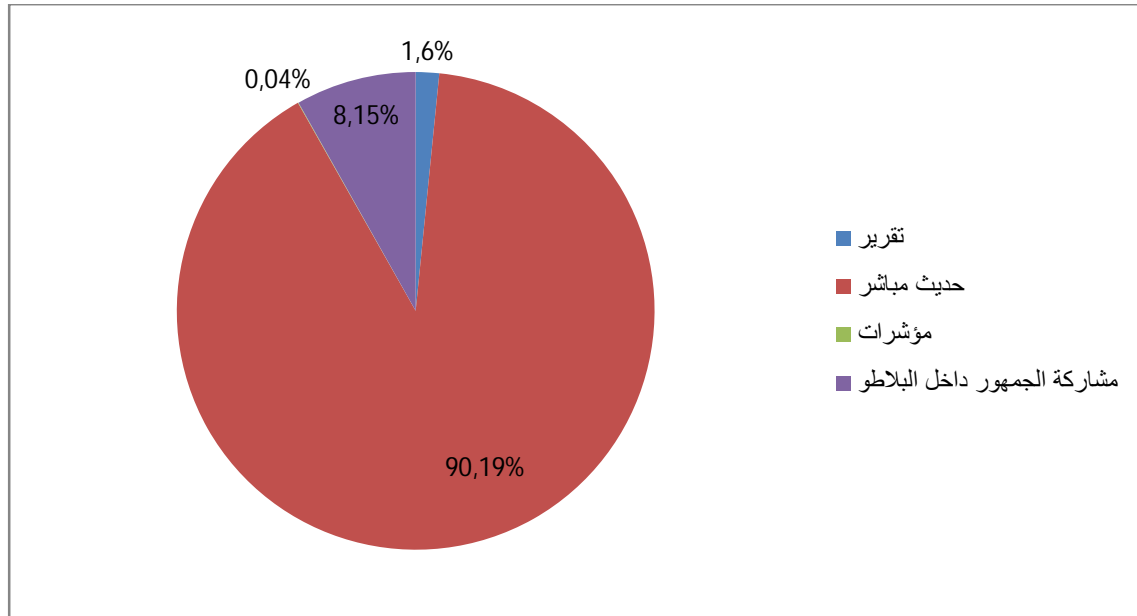
3-2- الجدول رقم (15): يوضح طبيعة المادة الإعلامية، ضمن المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية.

النسبة المئوية (%)	المدة الزمنية	التكرار	الفئة
1.60%	11.46 دقيقة		تقرير
90.19%	643.48 دقيقة		حديث مباشر
0.04%	00.34 دقيقة		مؤشرات
8.15%	58.15 دقيقة		مشاركة الجمهور داخل البلاطو
100%	713.43 دقيقة		المجموع

يوضح الجدول رقم (15) طبيعة المادة الإعلامية ضمن المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية، فمن خلاله نلاحظ أن مختلف القضايا والمواضيع التي تم تناولها في العينة المختارة للتحليل من برنامج افصح قبلك، على قناة الشروق TV هي تطرح في شكل حديث مباشر بنسبة 90.19% وهذا من أجل تقديم مختلف المعلومات والتفاصيل حول الموضوع أو القضية.

أما المرتبة الثانية فتأتي مشاركة الجمهور داخل البلاطو بنسبة أقل 8.15% وذلك من خلال تفاعله مع المواضيع والقضايا المطروحة في البرنامج بالتصفيق والهتاف بصفة متفاوتة على كل عبارة أو كلمة أو إشارة تدعو إلى التفاعل والتصفيق والتصفيق كذلك، ثم التقرير بنسبة 1.60% الذي لم تتجاوز مدة عرضه في جميع الحلقات 11.46 دقيقة، إلى أنه يلخص موضوع الحلقة أو القصة المراد طرحها ومعالجتها في مدة وجيزة ومن جميع الجوانب وهو من بين الأنواع الصحفية الأكثر استخداما في القضايا الاجتماعية، وتبدو أهمية تقديمه كمادة تسجيلية عالية الكفاءة، يعتمد عليها من طرف وسائل الإعلام كثيرا وأخيرا المؤشرات التي تعرض على الضيف الثاني المستدعي من قبل الضيف الأول وذلك بهدف التقريب له حول معرفة الضيف الذي قام باستدعائه للبرنامج، الموجود ما وراء الستار وذلك بجمع مجموعة من الحكم والأمثال والأقوال الشعبية والعبارات الإيحائية التي تقرب إلى ذهنه الفكرة أو الصورة عن ذلك الشخص باستخدام مؤشر واحد أو اثنان أو ثلاثة، وإن لم يتمكن

الضيف من معرفة هذا الشخص من خلال المؤشرات فسوف يظهر له مباشرة على الشاشة الموجودة داخل الاستوديو، وفي بعض الأحيان لا يضطر المذيع إلى عرض هذه المؤشرات التي يتم جمعها من الشارع مع المجتمع الخارجي، بل يتم إظهار الضيف مباشرة.



الشكل البياني رقم (14) يوضح طبيعة المادة الإعلامية ضمن المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية.

3-3- جدول رقم (16) يوضح طبيعة اللغة المستخدمة ضمن المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية

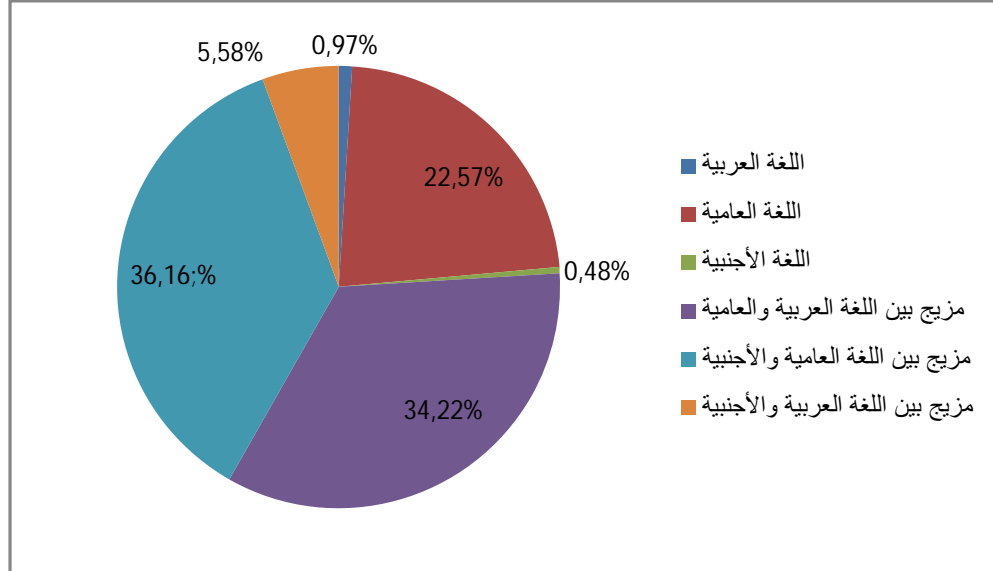
النسبة المئوية (%)	التكرار	الفئة / التكرار
0.97%	08	اللغة العربية
22.57%	186	اللغة العامية
0.48%	04	اللغة الأجنبية
34.22%	282	مزيج بين اللغة العربية والعامية
36.16%	298	مزيج بين اللغة العامية والأجنبية
5.58%	46	مزيج بين اللغة العربية والأجنبية
100%	824	المجموع

يوضح الجدول رقم (16) فئة طبيعة اللغة المستخدمة ضمن المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية، وتعتبر اللغة وسيلة الإعلام أو المنهج الذي تنقل به الرسالة من المرسل إلى المستقبل، فاللغة اللسانية والإشارات والصور كلها وسائل لنقل الرسالة، كما أن اللغة هي إحدى المقومات التي تساعد على فهم ثقافات الشعوب والمجتمعات، وتعرف اللغة حسب الدكتور "عبد العزيز شرف": "لها صورتان في الوجود، وجود بالقوة، ووجود بالفعل فكل كلمة تسمع أو تنطق تترك في أثرها مجموعة من الانطباعات في ذهن كل من المتكلم والسامع".

ومن الطبيعي أنه كلما تعقدت الروابط الاجتماعية تفرعت اللغة إلا أن هذه اللغات واللهجات لا تسمح اللغة المشتركة بل تقوم معها جنباً إلى جنب، ومن خلال الجدول نلاحظ أن اللغة الغالبة المستخدمة في البرنامج هي المزج بين اللغة العامية والأجنبية فكانت لها النسبة الأكبر في طرح قضايا الاجتماعية في برنامج "افتح قلبك" حيث قدرت بـ 36.16% وذلك تماشياً مع خصائص الجمهور المستهدف المتباين وغير المحدود بمختلف فئات المجتمع المثقف والمتعلم وحتى الأمي.

وقد استخدمت العبارات والمصطلحات الأجنبية باللغة الفرنسية التي يفهمها ويتداولها المجتمع الجزائري ويستخدمها في حياته اليومية فهي ليست بالعبارات الصعبة والمركبة والغريبة عن لغة المشاهدين إضافة إلى اللغة القريبة من لغة الشارع (العامية)، وذلك حتى يكون موضوع البرنامج مفهوماً لدى جميع شرائح المجتمع أو جمهور المشاهدين، وشد انتباههم إليه ورفع نسب المشاهدة، ثم تليها بنسبة قريبة جداً مزج اللغة العربية والعامية حيث قدرت بـ 34.22% وذلك لسهولتها وسرعة استيعابها من طرف جمهور المشاهدين والفئة المتعلمة وجميع الفئات الأخرى، في حين جاءت اللغة العامية بنسبة 22.57% وهي اللغة الأقرب للمجتمع الجزائري لبساطتها وعفويتها، ثم تليها نسبة 5.58% المزج بين اللغة العربية والأجنبية، من خلال المزج والجمع بين بعض المصطلحات الأجنبية والعربية أثناء تقديم الحلقة سواء من طرف المديعة والضيوف، ثم بنسبة قليلة جداً اللغة العربية التي قدرت بـ 0.97% بحيث لم تستخدم كثيراً عبارات اللغة العربية لوحدها بل كانت ممزوجة مع اللغة

العامية أو اللغة الأجنبية، ونسبة اقل للغة الأجنبية بـ 0.48%، غالبا ما كانت ممزوجة مع اللغة العامية واللغة العربية.



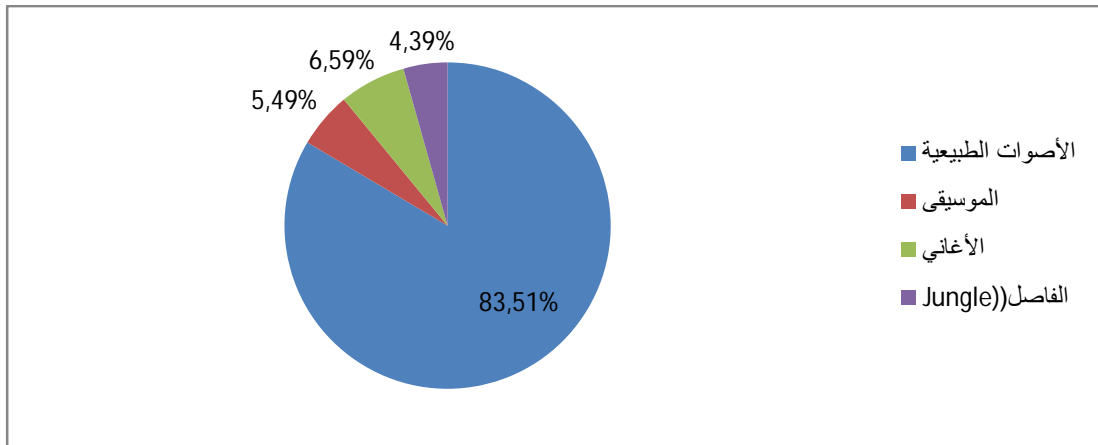
الشكل البياني رقم (15): يوضح طبيعة اللغة المستخدمة ضمن المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية.

4-3- الجدول رقم (17): يوضح طبيعة المؤثرات الصوتية ضمن المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية.

الفئة	التكرار	النسبة المئوية (%)
الأصوات الطبيعية	76	83.51%
الموسيقى	05	5.49%
الأغاني	06	6.59%
الفاصل (Jungle)	04	4.39%
المجموع	91	100%

يوضح الجدول رقم (17) طبيعة المؤثرات الصوتية ضمن المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية، والمقصود منها المؤثرات الصوتية المصاحبة للبرنامج، حيث يبين الجدول أعلاه أن الأصوات الطبيعية

احتلت أكبر نسبة بـ 83.51% والتي ظهرت بكثرة عند البكاء أو الصراخ خاصة عند سرد صاحب أو صاحبة الحالة تفاصيل مؤلمة عن حياتهم، ليكون البكاء هو الصوت المركز عليه من طرف القائمين على البرنامج، وتليه بنسبة أقل الأغاني بـ 6.59% حيث تباينت واختلفت بكوكتال: شرقي، مغربي، أندلسي، نايلي، وأغاني حماسية رياضية، ثم جاءت الموسيقى بنسبة 5.49% بما فيها المقاطع الموسيقية والأنغام المصاحبة لبعض اللقطات والمقاطع القوية، وكانت الموسيقى الحزينة غالبية في التقارير حيث تكون مدعمة للموقف، لا يتعدى زمنها الدقائق، لكن زمن تأثيرها الروحي والوجداني أعرض بكثير على المتلقي، أما الفاصل (jungle) فقد جاء بنسبة 4.39% وهو الذي يفصل بين فقرات البرنامج، أو عند الانتقال إلى الاستوديو الفرعي، أو الفصل بين قصة وأخرى أو موضوع وآخر.

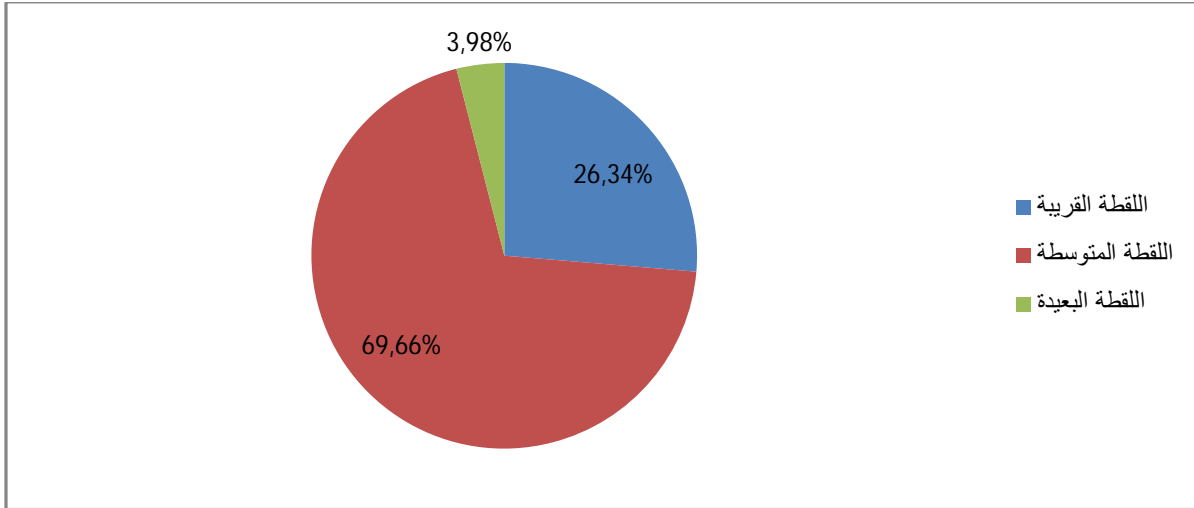


الشكل البياني رقم (17): يوضح طبيعة المؤثرات الصوتية ضمن المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية.

3-5- الجدول رقم (18): يوضح فئة طبيعة اللقطة بين المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية

النسبة المئوية (%)	التكرار	الفئة
26.34%	205	اللقطة القريبة
69.66%	542	اللقطة المتوسطة
3.98%	31	اللقطة البعيدة
100%	778	المجموع

يوضح الجدول رقم (18): فئة طبيعة اللقطة ضمن المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية، ومن خلال الممارسة الفعلية للقطات التلفزيونية من قبل المخرجين، يتم تحديد اللقطات عموماً على أساس ما يظهر في اللقطة من الجسم الإنساني أو الجسم المادي، وتعتبر فئة طبيعة اللقطة عن مجموعة من الصور المتتالية من أجل تدعيم الموضوع بشكل واضح، حيث نجد نسبة 69.66% في اللقطة المتوسطة التي غالباً ما تبين لنا شكل المذيعة والضيوف بشكل ليس بقريب أو بعيد، وتهدف اللقطة المتوسطة إلى إبراز الحوار القائم بين المتفاعلين في البرنامج، أما نسبة 26.34% فقد كانت للقطات القريبة التي تهدف إلى إبراز ملامح الوجه والتركيز على المشاعر ومحاولة إظهارها للجمهور، ثم وبنسبة 3.98% نجد اللقطة البعيدة التي تهدف إلى إبراز الصورة بشكل عام من خلال خلفيات الاستوديو وعدد الضيوف وغيرها من العناصر المتوفرة.



الشكل البياني رقم (18): يوضح طبيعة اللقطة ضمن المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية.

4- النتائج العامة للدراسة:

من أجل تحقيق أهداف الدراسة والإجابة على التساؤلات، تم تحليل العينة محل الدراسة من حلقات برنامج "افتح قلبك"، وفق فئات التحليل المحددة في الاستمارة، وجاءت نتائج التحليل كما يلي:

✓ أغلب الموضوعات التي تناولها برنامج افتح قلبك، والتي جاءت ضمن القضايا الاجتماعية تمثلت في: العلاقات الأسرية، المشاكل الأسرية، الصحة، التبني، مشاكل المجتمع وظروف الحياة الصعبة.

✓ كشفت الدراسة أن أكثر المواضيع تناولها في برنامج افتح قلبك والتي لها علاقة بالعلاقات الأسرية هي: تكريم الزوج لزوجته، تكريم البنت لزوج أمها، المطالبة بحق الأبوة.

✓ أظهرت الدراسة التحليلية أن أغلب المواضيع التي تناولها برنامج افتح قلبك والمتعلقة بالمشاكل الأسرية هي: المشاكل بين الزوجين، فك الخصام بين الأب وأبنائه، الغيرة بين الزوجين.

✓ يتضح من خلال المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية أن أغلب المواضيع التي تناولها برنامج افتح قلبك والمتعلقة بالصحة هي: ذوي الاحتياجات الخاصة، كفاح امرأة لمرض سرطان الثدي مرض القصور الكلوي.

✓ أغلب المواضيع التي تناولها برنامج افتح قلبك المتعلقة بالتبني هي: معرفة البنت لحقيقة تبنيها، كيفية تعامل الزوجين مع البنت الغير بيولوجية.

✓ أظهرت الدراسة أن أغلب المواضيع التي تناولها برنامج افتح قلبك والمتعلقة بمشاكل المجتمع وظروف الحياة الصعبة هي: مكافحة الزوجين لظروف الحياة الصعبة، المشاكل بين الجارتين.

✓ أظهرت الدراسة أن أهداف معالجة برنامج افتح قلبك للقضايا الاجتماعية هي: الكشف عن الحقيقة بنسبة أكبر ثم تليها نشر قيم المحبة.

- ✓ برز في الدراسة التحليلية أن برنامج افتح قلبك اعتمد على القيم الإيجابية مثل قيمة الحب والصبر والتسامح، والسلوكيات والقيم السلبية من ظلم واستغلال وتهميش في معالجتها للقضايا الاجتماعية.
- ✓ أغلب الأساليب التي اعتمد عليها برنامج افتح قلبك في معالجته للقضايا الاجتماعية هي: الاستمالات العاطفية والوجدانية أكثر إضافة إلى الاستمالات العقلية بنسبة أقل التي تعتمد على مخاطبة عقل المتلقي وتقديم الحجج والشواهد المنطقية.
- ✓ أظهرت الدراسة أن اتجاه برنامج افتح قلبك نحو معالجته للقضايا الاجتماعية كان محايدا من خلال معالجته لبعض المواضيع دون الانحياز لأي طرف في القضية محل النقاش.
- ✓ خصص برنامج افتح قلبك مدة زمنية كبيرة لمعالجة المواضيع الاجتماعية وهذا دليل على اهتمامه بقضايا المجتمع الجزائري ومشاكله.
- ✓ أوضحت الدراسة أن برنامج افتح قلبك اعتمد على الحديث المباشر أثناء معالجته للقضايا الاجتماعية باعتباره المصدر الأساسي الذي يكشف الحقائق، ويقدم مختلف المعلومات والتفصيل حول الموضوع أو القضية دون اللجوء إلى التحقيقات.
- ✓ اعتمد برنامج افتح قلبك بين المزج بين اللغة العامية والأجنبية في معالجته للقضايا الاجتماعية، وذلك تماشيا مع خصائص الجمهور المستهدف، حيث نوقشت المواضيع بلغة عامية بسيطة ولغة أجنبية باستخدام المصطلحات المفهومة والمتداولة داخل المجتمع قصد التأثير والإقناع.
- ✓ أغلب المؤثرات الصوتية التي اعتمدها برنامج افتح قلبك في معالجته للقضايا الاجتماعية هي: الأصوات الطبيعية وتمثل في البكاء أو الصراخ... الخ، للتعبير عن حالة أو وضع، أو مشاعر معينة.
- ✓ اعتمد برنامج افتح قلبك أثناء معالجته للقضايا الاجتماعية على اللقطة المتوسطة التي غالبا ما تركز على شكل المديعة والضيوف باعتبارهم محاور أساسية في تحريك وتفعيل الموضوع المطروح في الحلقة، ثم اللقطة القريبة التي تهدف إلى إبراز ملامح الوجه والتركيز على المشاعر ومحاولة

إظهارها للجمهور، أما اللقطة البعيدة فتظهر لنا الصورة بشكل عام من خلفية الاستوديو وعدد الضيوف وغيرها من العناصر المتوفرة.

5- الاقتراحات والتوصيات

بعد الجهود التي قمنا بها من خلال الدراسة التحليلية التي تضمنت المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية من أجل الخروج بالنتائج المطلوبة لأبد من الخروج بتوصيات الدراسة كحلول مقترحة لإحداث التغيير في المنظومة الإعلامية ككل، ومن أهم هذه التوصيات:

- إجراء المزيد من الدراسات الإعلامية خاصة المتعلقة بقضايا المجتمع في الجزائر.
- تعميق أسلوب الحوار القائم على التفاهم من أجل إيجاد حلول لأي مشكلة تواجه الأفراد في المجتمعات.
- ضرورة تمسك القنوات الجزائرية الخاصة ببعض القيم المجتمعية عند طرحها لمواضيع متعلقة بالمجتمع خاصة المواضيع التي تعتبر من الطابوهات.
- ضرورة تدخل التشريع أو سن قوانين تسيير وفقها القنوات الخاصة فيما يتعلق بالمحتوى المقدم للمجتمع مع مراعاة جوانب علّة.
- العمل على تغيير الاتجاهات والمواقف إزاء قضايا المجتمع.
- زيادة الاهتمام بالقضايا الاجتماعية من خلال تخصيص برامج تلفزيونية جديدة في الساحة الإعلامية الجزائرية تهتم بهذا الشأن وتقوم بمعالجتها بجوانبها المختلفة.
- الحرص على تكوين إعلاميين متخصصين في مجال قضايا المجتمع ما يعني ضرورة الاهتمام الأكاديمي بهذا النوع من الإعلام المتخصص، وذلك لزيادة اهتمام الإعلاميين بقضايا المجتمع وتحسين نوعية تغطيتهم لها.
- إجراء دراسات تهتم بكيفية مساهمة الإعلام الجزائري في معالجة القضايا الاجتماعية.

- إجراء ملتقيات وندوات يكون موضوعها الأساسي هو معرفة كيف يساهم الإعلام في إعطاء الحلول لمثل هذه القضايا.
- واجب الإعلام الجزائري الشعور بالمسؤولية الملقاة على عاتقه من أجل نشر الوعي الاجتماعي بين الأفراد وتوجيههم.
- ضرورة مشاركة كافة أطراف القضية عند معالجة البرامج لمواضيع المجتمع من أجل المناقشة والحوار وفهم القضية للخروج بحل نهائي.

خلاصة الفصل:

اهتمت القنوات الجزائرية الخاصة ، خلال الآونة الأخيرة ، بمعالجة العديد من القضايا التي يعاني منها المجتمع الجزائري، كما تطرقنا في دراستنا هذه إلى وصف وتحليل المعالجة الإعلامية لهذه القضايا من منظور قناة الشروق TV، حيث أردنا معرفة المدة الزمنية المخصصة لطرح المواضيع الخاصة بالمجتمع في برنامج افتح قلبك وكذا كيفية معالجتها واتجاه البرنامج وأهدافه من خلال طرح هذه المواضيع، معتمدين على مقارنة التأطير الإعلامي، التي تعني بتحليل محتوى الرسائل الإعلامية، بحيث تخضع عملية اختيار وإنتاج ما يث من قضايا إلى غريزة بناء على ما تراه ينسجم مع أولويات وأهداف القائمين على البرنامج وكذا اتجاه البرنامج نحو هذه المواضيع المطروحة، حيث يقوم البرنامج بإغفال عدة جوانب أثناء المعالجة والتركيز على أخرى، مما يدل على أن هذه النظرية تحققت.

الخاتمة

ارتأينا من خلال قيامنا بهذه الدراسة، أن للقضايا الاجتماعية أهمية بالغة تستحق الظهور وتسليط الضوء عليها في الساحة الإعلامية، من خلال تخصيص برامج وحصص تلفزيونية، تهتم بهذا البشان وتحاول معالجة مختلف المشاكل والقضايا الاجتماعية الآنية، بفتح أجهزة الإعلام السمعية والبصرية على انشغالات المواطن ومشاكله اليومية، بالتطرق للعديد من المواضيع التي يعاني منها أفراد المجتمع في حياتهم اليومية ومحاولة إيجاد الحلول ولو نسبية، حيث يسعى البرنامج إلى محاولة معالجة مختلف القضايا التي تنبثق من أعماق المجتمع، ومن هنا يبرز الدور الإيجابي للإعلام الجزائري الذي يسعى إلى مواكبة التغيرات الاجتماعية وذلك من اجل استرجاع المصادقية التي فقدها التلفزيون الجزائري كوسيلة إعلامية ثقيلة لها وزنها على الساحة الوطنية والدولية.

برنامج "افتح قلبك" التلفزيوني إعلامي حوارى اجتماعي يهتم بطرح جميع قضايا المجتمع ودراستها من جميع زوايا المعالجة التي تتناسب مع موضوع الحلقة بهدف الوصول إلى هدف البرنامج وهو إيجاد حل للمشكلة أو القضية المطروحة، وهذا ما يشكل دافعا ومحفزا قويا لاستمرارية البرنامج بحكم انه المرآة العاكسة لواقع ومشاكل المواطنين اللذين بطبعهم يبحثون عن الصدق والمصادقية وهذا ما يوفره البرنامج من خلال استضافة المواطنين والتحاور معهم والإنصات لقضاياهم ومشاكلهم على اختلافها، هذا ما يمنح البرنامج موضوعية والجديّة والمصادقية.

إن إنتاج برنامج تلفزيوني مهما كانت مدته الزمنية أو نوع المواضيع التي يعالجها ليست عملية بسيطة كما يراها المشاهدين خلال التلفاز، وإنما هي عملية دقيقة تستلزم المرور بخطوات عديدة ولتتمكن من تحويل الفكرة الذهنية إلى منتج كامل شكلا ومضمونا يتلقاه المشاهد عبر التلفزة .

وأخيرا عمل التلفزيون الجزائري من خلال البرامج الخاصة نموذجاً برنامج "افتح قلبك" على رفع الستار على حقيقة ما أخفاه رحم المجتمع الجزائري الذي يكشف عن القضايا الحقيقية والأمور المصيرية التي يجب أن نوجه إليها شبابنا كي يكونوا عدة لنا في المستقبل وسط عالم مليء بالتغيرات ويبرز حقيقة آلام الأفراد الذين فقدوا الأمل وليفزع شعار... ويبقى الأمل... والواقعية ليعش المشاهد الأحداث فعلا، ويقدم الحلول للقضايا الاجتماعية وتمير رسالة إعلامية مفادها ترقية الحوار داخل المجتمع.

قائمة المصادر والمراجع

1- المعاجم والقواميس:

1. العايد، أحمد، المعجم العربي الأساسي، (د ب: المنظمة العربية للتربية والثقافة والعلوم 2006).
2. جمال الفار، محمد، المعجم الإعلامي، (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2006).
3. جمال الفار، محمد، معجم المصطلحات الإعلامية (عمان: دار أسامة للنشر والتوزيع 2013).
4. الرازي، أبي الحسين أحمد بن فارس بن زكريا، معجم مقاييس اللغة، ط2. (لبنان: دار الكتب العلمية، 2008).
5. شكري فرحات، يوسف، معجم الطلاب العربي (لبنان: دار الكتاب العلمي، 2000).
6. العبد الله، مي، المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال (لبنان: دار النهضة العربية 2014).
7. المعجم الوسيط، ط4، (القاهرة: مكتبة الشروق الدولية، 2005).
8. منير حجاب، محمد، المعجم الإعلامي (القاهرة: اد الفجر للنشر والتوزيع، 2004).
9. عزت، محمود، وفريد، محمد، القاموس الموسوعي للمصطلحات الإعلامية، (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع، 2002).
10. خضير، شعبان، مصطلحات في الإعلام والاتصال، (الجزائر: دار اللسان العربي 1422هـ).

2- الكتب

1. أحمد البطريق، نسمة، الإعلام والمجتمع في عصر العولمة: دراسة في المدخل الاجتماعي (مصر: دار غريب للطباعة والنشر والتوزيع، 2004).
2. إسماعيل بغداددي، هالة، الإخباريات الفضائية العربية الواقع والطموح، دط. (الإسكندرية: المكتب الجامعي الحديث، دس).
3. بدر، أحمد، مناهج البحث في الاتصال والرأي العام والإعلام الدولي، (القاهرة: دار قباء للطباعة والنشر والتوزيع، 1998).

4. بورتسيكي، ألكسندر ، وحضور، أديب، الصحافة التلفزيونية (دمشق: المكتبة الإعلامية 1990).
5. بوضياف، محمد، الأحزاب السياسية ومنظمات المجتمع المدني في الجزائر، دراسة تحليلية نقدية (سطيف دار المجد للنشر والتوزيع، 2010).
6. تاج السر فقير عمر، عماد الدين، إعداد وإنتاج المواد الإعلامية للعلاقات العامة (عمّان: دار البداية ناشرون وموزعون، 2013).
7. تمار، يوسف، تحليل المحتوى للباحثين والطلبة الجامعيين (الجزائر: طاكسيج - كوم للدراسات والنشر والتوزيع، 2007).
8. توفيق قمر، عصام وآخرون، المشكلات الاجتماعية المعاصرة: مداخل نظرية-تجارب عربية-أساليب المواجهة (عمّان: دار الفكر ناشرون وموزعون 2008).
9. حامد، خالد، منهجية البحث في العلوم الاجتماعية والإنسانية، ط 2. (الجزائر: جسور للنشر والتوزيع، 2012).
10. الحديدي، منى سعيد، وسلوى إمام علي، الإعلام والمجتمع، (المكتبة الإعلامية، الدار المصرية اللبنانية، 2004).
11. حسين عواد، فاطمة، الإعلام الفضائي (عمّان: دار أسمة للنشر والتوزيع، 2010).
12. الحلواني، ماجي، الإعلام وقضايا المجتمع، (سلسلة العلوم الاجتماعية، مكتبة الأسرة 2006).
13. حمدي، محمد الفاتح منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال (عمّان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2017).
14. حمدي، محمد الفاتح منهجية البحث في علوم الإعلام والاتصال (عمّان: دار أسامة للنشر والتوزيع، 2017).
15. ختاتنة، سامي محمد، وأحمد عبد اللطيف أبو سعد، علم الاجتماع الإعلامي (عمّان: دار المستقر للنشر والتوزيع، 2010).
16. خير المغربي، علي محمد، الإعلام والاتصال الجماهيري (الإسكندرية: دار التعليم الجامعي 2015).

17. اللّيمي، عبد الرزاق محّمد، نظريات الاتصال في القرن الحادي والعشرين، الطّبعة العربية. عمّان: دار اليازوري علمية للنّشر والتّوزيع، (2016).
18. الرّياشي، سليمان، وآخرون، الأزمة الجزائرية: الخلفيات السّياسية والاجتماعية والثّقافية ط2. (بيروت: مركز دراسات الوحدة العربية، 1999).
19. زويل، محمد أمين، طرق البحث العلمي وتطبيقاتها لإرسال تعليم عصري (الإسكندرية: دار الوفاء لندنيا الطّباعة والنّشر، 2014).
20. الزّبياري، طاهر حسّو، أساليب البحث العلمي في علم الاجتماع (بيروت: مجد المؤسسة الجامعية للدراسات والنّشر والتّوزيع، 2011).
21. سلاطنية، بلقاسم، والجيلاني، حسان، مدخل لمنهج البحوث الإجماعية (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية، 2014).
22. سيد أحمد، طارق، الإعلام المحلي وقضايا المجتمع (دب: دار المعرفة الجامعية للطّبع والنّشر والتّوزيع، 2004).
23. سيّد محّمد، محّمد الإعلام والتّسمية، ط4. (القاهرة: دار الفكر العربي، 1988).
24. السّيد، هناء، الفضائيات وقادة الرّأي (القاهرة العربي للنّشر والتّوزيع، 2005).
25. شاهين، هبة التّلفزيون الفضائي العربي (القاهرة: الدار المصرية اللّبنانية، 2008).
26. الشّطّاح، محّمد الإعلام التّلفزيوني نشرات الأخبار المحتوى والجمهور (الجزائر: دار الكتاب الحديث، 2002).
27. شلبي، كرم المذيع وفن تقديم البرامج في الرّاديو والتّلفزيون (بيروت: دار مكتبة الهلال (دس).
28. شلبي، كرم فن الكتابة للرّاديو والتّلفزيون (جلّة: دار ومكتبة الهلال للطّباعة والنّشر 2008).
29. الطّائي، مصطفى حميد، وخير ميلاد أبو بكر، مناهج البحث العلمي وتطبيقاتها في الإعلام والعلوم السّياسية (الإسكندرية: دار الوفاء لندنيا الطّباعة والنّشر، 2007).
30. طعيمة، رشدي أحمد، تحليل المحتوى في العلوم الإنسانيّة (القاهرة: دار الفكر العربي 2004).

31. الطّواب، سيّد محمود، البحث العلمي أسسه وأساليبه (الإسكندرية: مركز الإسكندرية للكتاب، 2015).
32. عامر، فتحي حسين، معالجة الإعلام لقضايا الوطن العربي (القاهرة: العربي للنشر والتوزيع 2010).
33. العايدى، محمد عوض، إعداد وكتابة البحوث والوسائل الجامعية (القاهرة: مركز الكتاب للنشر، 2005).
34. عبد الحميد، رجب، الأسلوب العلمي في إعداد وكتابة البحث (القاهرة: دار الكتاب الجامعي، 2015).
35. عبد الحميد، محمد، تحليل المحتوى في بحوث الإعلام (الجزائر: ديوان المطبوعات الجامعية 1979).
36. عبد المجيد، لطفي، علم الاجتماع، ط7. (القاهرة: دار المعارف، 1976).
37. عبد الوهاب الحسن، غسان، الصحافة التلفزيونية (الأردن: دار أسلف للنشر والتوزيع 2013).
38. عزيز، إبراهيم تكنولوجيا الاتصال الحديثة وتأثيراتها الاجتماعية والثقافية (الجزائر: دار الكتاب الحديث، 2012).
39. عليان، رجي مصطفى، طرق جمع البيانات والمعلومات لأغراض البحث العلمي (عمان: دارصفاء للنشر والتوزيع، 2009).
40. عليان، رجي مصطفى، وغنيم، عثمان محمد، أساليب البحث العلمي: الأسس النظرية والتطبيق العلمي، ط4. (عمان: دار صفاء للنشر والتوزيع 2010).
41. عبيدات، محمد، وأبو نصار، محمد، ومبيضين، عقلة، منهجية البحث العلمي: القواعد المراحل والتطبيقات، ط2. (عمان: دار وائل للطباعة والنشر، 1999).
42. العياشي، عنصر، سوسيولوجيا الديمقراطية والتّمرّد بالجزائر (القاهرة: دار الأمين للطباعة والنشر والتوزيع، 1999).
43. العياضي، نصر الدين التلفزيون دراسات وتجارب (الجزائر: دار هومة للنشر، 1998).

44. العياضي، نصر الدين التّلفزيون، البرمجة، المشاهدة، دط. (دمشق: منشوات وزارة الثقافة 1998).
45. الغندور، محمد جلالى البحث العلمي بين النظرية والتّطبيق (القاهرة: دار الجوهرة للنّشر والتّوزيع، 2015).
46. القصبي، عبد الغّفار رشاد، مناهج البحث في علم السّياسة (القاهرة: دار الأصدقاء للطباعة بالمنصورة، 2004).
47. قنديلجي، عامر، البحث العلمي واستخدام مصادر المعلومات التّقليدية والإلكترونية: أسسه وأساليبه، مفاهيمه، أدواته، ط 2. (عمّان: دار المسيرة للنّشر والتّوزيع والطباعة، 2010).
48. محمد حسين، مها، معالجة مندوبين ومراسلون العرب للقضايا العربية (مصر: مكتبة عبي للمعارف، 2014).
49. محمد عاطف، غيث وآخرون، مجالات علم الاجتماع المعاصر (الإسكندرية: دار المعرفة الجامعية، 1997).
50. محمد عبده حسونة، نسرين، نظريات الإعلام والاتصال (د ب: دن، 2015).
51. مزاهرة، منال هلال، بحوث الإعلام الأسس والمبادئ (عمّان: دار كنوز المعرفة العلمية للنّشر والتّوزيع، 2010).
52. لمشروع التّمهيدي ملف السّياسة الإعلامية، حزب جبهة التّحرير الوطني (الجزائر: لجنة الإعلام والثقافة مطبوعات الحزب، 1982).
53. مكاوي، حسن عماد، و السّيد، ليلي: الإتّصال ونظرياته المعاصرة، (القاهرة: الدار المصرية اللّبنانية، 1998).
54. ناجي محمود، فاروق البرنامج التّلفزيوني : كتابته ومقومات نجاحه (بغداد: دار الفجر للطباعة والنّشر، 2007).
55. وثائق تشريعية، الإعلام والثقافة في الجزائر 1962م-1982م، (منشورات وزارة الإعلام الجزائرية، 1981).

3- المجالات والرسائل الجامعية

أ- الرسائل الجامعية:

- 1- مشطّر، مسعد، عبد الصاحب، المضامين والأشكال الفنيّة لبرامج التّلفزيون في تلفزيون العراق والتّلفزيون العربيّ السّوري" (أطروحة دكتوراه، جامعة بغداد، 2007).
- 2- الدّيجاني، ثامر عزيز، "المعالجة الإعلاميّة للقضايا الاجتماعيّة في المسلسلات الكويّتيّة وانعكاسها على القيم الاجتماعيّة لدى الشّباب الكويّتي" (رسالة دكتوراه، جامعة عين شمس، 2019).
- 3- طاهر، حورية، "المشكلات الاجتماعيّة في برامج التّلفزيون الخاص بالجزائر" (أطروحة دكتوراه، جامعة عبد الحميد بن باديس، 2018).
- 4- عبد الحكيم أحمد زايد، إيمان، "دور القنوات الفضائيّة المصريّة في معالجة القضايا الاجتماعيّة للجمهور المصري" (رسالة دكتوراه، جامعة القاهرة 2016).
- 5- موكس، نعيمة، "تأثير التّواصل الاجتماعيّ على القنوات الفضائيّة العربيّة القنوات الفضائيّة الخاصّة" (مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر، 2013).
- 6- استبرق فؤاد وهيب، "المعالجة الإعلاميّة للإحتلال الأمريكيّ للعراق" (رسالة ماجستير جامعة الشرق الأوسط، 2009).
- 7- باشا، مايا، "الحصص الخاصّة في التّلفزيون الجزائري" (مذكرة ماجستير، جامعة الجزائر 2007).
- 8- بوقزولة، نورية، "البرامج التّلفزيونيّة في محيط متغيّر دراسة تحليليّة لشبكة البرامج TV الجزائر (رسالة ماجستير، جامعة الجزائر، 2003).
- 9- جدي، رضوان، "الأخلاقيات المهنيّة في الصّحافة الرّياضيّة الجزائريّة-المفهوم والممارسة من خلال صحافيّ الهذاف" (رسالة ماجستير، جامعة الجزائر 3، 2011).
- 10- شيباني إيدر، " رأي الصّحفيين الجزائريين في تغطية القنوات الفضائيّة الخاصّة لرئاسيات 17 أبريل 2014" دراسة مسحية لآراء الصّحفيين بالقنوات الجزائريّة (رسالة ماجستير جامعة الجزائر 3، 2014).

- 11- يونس، إلهام: "تأطير قضايا المرأة المصرية في برامج التلفزيون الدولة من منظور المسؤولية الاجتماعية" (رسالة ماجستير، جامعة مصر 2017).
- 12- رزيق، سامية، "البرامج الاجتماعية في الفضائيات الجزائرية الخاصة برنامج ما وراء الجدران قناة النهار نموذجاً" (مذكرة ماستر، جامعة العربي التبسي -تبسة-، 2015/2016).
- 13- بعطوط، أحلام، وشيحة، سماح، " دور الفضائيات الإخبارية الخاصة في ترتيب أولويات القضايا الاجتماعية" (مذكرة ماستر، جامعة العربي بن مهدي-أم البواقي، 2017).
- 14- بن الديب، مروة، وحلمي، إكرام، "القضايا الاجتماعية من خلال الفكاهة على قناة الشروق TV الجزائرية" (مذكرة ماستر، جامعة قسنطينة 3، 2014).
- 15- حبابشة، حليلة، "المعالجة الإعلامية لقضايا الجريمة في قناة الشروق تي في الجزائرية" (مذكرة ماستر، جامعة العربي بن مهدي -أم البواقي 2018).
- 16- سكيمي، خضرة، وحبوسي، صليحة، "مشاهدة البرامج التلفزيونية العنيفة وعلاقتها بظهور العدوانية لدى تلاميذ السنة الأولى متوسط (9-12) سنة" (مذكرة ماستر، جامعة أكلي محند أولوج-البويرة-، 2012).
- 17- فاكية، فتح الله، "البرمجة التلفزيونية في القنوات الخاصة الجزائرية"، دراسة "مقارنة بين قناتي الشروق والنهار" (مذكرة ماستر، جامعة العربي التبسي، 2016).
- 18- قاسي، علاء الدين، وزويدني، إيمان، وبوعاتي، إدريس، "صورة القنوات الجزائرية الخاصة لدى جمهورها قناتة النهار نموذجاً" (مذكرة ماستر، جامعة 8 ماي 1945، 2016).
- 19- مسعود المحمد، شيماء، "أثر الفضائيات الجزائرية الخاصة على التوافق الأسري للمرأة الماكثة بالبيت" (مذكرة ماستر، جامعة الجيلالي بونعامة، 2018).
- 20- مكدر، سيف الدين، "المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية في الصحافة الجزائرية" (مذكرة ماستر، جامعة محمد بوضياف-المسيلة، 2015).

ب- المجالات

- 1- بغداد باي، عبد القادر، وصيشي، يسرى، "البرامج الحوارية السياسية في الفضائيات الجزائرية الخاصة من وجهة نظر أساتذة الإعلام بالجامعة الجزائرية"، مجلة آفاق علمية 12، 02 (أفريل، 2020).

- 2- العياضي، نصر الدين، "تلفزيون الواقع ورهانات التّسلية"، مجلة الإذاعات العربية العدد 01 تونس، (2005).
- 3- مّراح، سعيد، وقارش، محمد، "الفضائيات الجزائرية الخاصة بين الواقع والتّحدّيات"، مجلة الحقيقة، العدد 39 (16 فيفري 2017).

4- الجرائد

- 1- مالك، دليّة، "القنوات الخاصّة لا تمارس الإنفتاح الحقيقي"، جريدة المساء، مصر، (مارس 2018).

5- المؤتمرات

- 1- محمّد عبد العاطي، علاء، "تأثير نمط الملكية في القنوات التّلفزيونية الإخبارية العربية على وظيفتها السّياسية" مؤتمر التّعليم النوعي ودوره في التّنمية البشرية (جامعة المنصورة 12-13 أبريل 2006).

4- المواقع الإلكترونيّة

- 1- <https://www.muhtwa.com>
- 2- <https://www.fekera.com>
- 3- ar.wikipedia.org/wiki
- 4- <https://m.marefa.org/>
- 5- <https://www.elhiwardz.com>
- 6- <https://www.echoroukonline.com>
7. سليمان، جازية، "الفضائيات الخاصّة بالجزائر اعتماد على الدّولة وتقليد للصحافة المكتوبة": <http://www.alaraby.co.ok/miscellaneous>
8. "ما يجب معرفته عن القنوات الجزائرية الخاصّة"، www.elbilad.net
9. طيبي، عمّار، "القنوات الجزائرية الخاصّة... ولادة من حاضرة": www.djazairess.com/elkhabar
10. لحياني، عثمان، "انفجار فضائي في الجزائر يخلق فوضى القنوات": <https://www.alarabiya.net>
11. الذّشار، نادية، المعالجة الإعلامية، نشر في موقع كنانة أون لاين: <http://kenana online.com-post <user>>

ملاحق

جامعة محمد الصديق بن يحي -جيجل-

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علوم الإعلام والاتصال

استمارة تحليل المحتوى بعنوان:

المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية في قناة الشروق TV

"دراسة تحليلية على عينة من أعداد برنامج افتح قلبك"

مذكرة لنيل شهادة الماستر في علوم الإعلام والاتصال

تخصص: سمعي بصري

إشراف الأستاذ:

- نبيل خيري

إعداد الطالبتين:

- هاجر شليغوم.

- ليندة شالوم

بين أيديكم استمارة تحليل محتوى تستخدم كأداة لجمع المعلومات والبيانات نرجو منكم التمعن في الاستمارة والاطلاع على دليلها لتحكيمها.

السنة الجامعية: 2019-2020.

استمارة تحليل المحتوى

المحور الأول: البيانات الخاصة بالبرنامج

- 1- اسم القناة
- 2- اسم البرنامج
- 3- تاريخ بث البرنامج
- 4- طبيعة البرنامج

المحور الثاني: فئات المضمون (ماذا قيل؟)

5- فئة الموضوعات

1/5-فئة الموضوعات الرئيسية

5-2-1-فئة الموضوعات الفرعية التي تدرج ضمن موضوع العلاقات الأسرية:

5-2-2-فئة الموضوعات الفرعية التي تدرج ضمن موضوع المشاكل الأسرية:

5-2-3-فئة الموضوعات الفرعية التي تدرج ضمن موضوع الصحة:

5-2-4-فئة الموضوعات الفرعية التي تدرج ضمن موضوع التبني:

5-2-5-فئة الموضوعات الفرعية التي تدرج ضمن موضوع مشاكل المجتمع وظروف الحياة

الصعبة :

6-فئة الأهداف

7-فئة الفاعلين

7-1- فئة الفاعلين في البرنامج:

8-فئة القيم

1-8 - فئة القيم الرئيسية 32 31

2-8 - فئة القيم الفرعية

1-2-8 - فئة القيم الفرعية التي تتدرج ضمن القيم الإيجابية

1/31 10/31 9/31 8/31 7/31 6/31 5/31 4/31 3/31 2/31 1/31

2-2-8 - فئة القيم الفرعية التي تتدرج ضمن القيم السلبية

6/32 5/32 4/32 3/32 2/32 1/32

9- فئة الاتجاه 35 34 33

10- فئة الأساليب الإقناعية 37 36

11- فئة الجمهور المستهدف 43 42 41 40 39 38

المحور الثاني: فئات الشكل (كيف قيل؟)

12- فئة الزمن المخصص للقضايا الاجتماعية

55 54 53 52 51 50 49 48 47 46 45 44

13- فئة طبيعة المادة المستخدمة 59 58 57 56

14- فئة اللغة المستخدمة 65 64 63 62 61 60

15- فئة المؤثرات الصوتية 69 68 67 66

16- فئة طبيعة اللقطة 72 71 70

دليل التعريفات الإجرائية:

هو دليل موضوعي، أنجز في إطار إعداد مذكرة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، تخصص سمعي بصري، تحت عنوان المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية في قناة الشروق TV، دراسة تحليلية لبرنامج "افتح قلبك"، من خلال استخدام أداة تحليل المضمون لعينة من حلقات البرنامج محل الدراسة، حيث استخدمت مجموعة من الفئات تناسب ومشكلة الدراسة وتساؤلاتها، ويضم دليل التعريفات الإجرائية للفئات وعناصرها كالاتي:

1: فئات المضمون " ماذا قيل؟ "

1- فئة الموضوع: هي جميع المواضيع المطروحة في برنامج افتح قلبك، المتعلقة بقضايا المجتمع.

-المواضيع الرئيسية: وهي المواضيع التي ظهرت فيها عدة محاور وقضايا تخص المجتمع ومشاكله مثل: العلاقات الأسرية، المشاكل الأسرية، الصحة، التربي، مشاكل المجتمع وظروف الحياة الصعبة.

-المواضيع الفرعية: وهي المواضيع التي تمخضت من المواضيع الرئيسية وتتضمن قضايا فرعية مثل: تكريم الزوج لزوجته، المشاكل بين الزوجين، ذوي الاحتياجات الخاصة، مكافحة الزوجين لظروف الحياة الصعبة، الغيرة بين الزوجين...إلخ.

فئة الأهداف: المقصود منها الهدف وراء طرح مواضيع تخص المجتمع في البرنامج والوصول إلى النتيجة المراد تحقيقها مثل:

1- نشر قيم المحبة.

2-التوعية: هي مجموعة التوجيهات المقدمة حول موضوع أو قضية ما.

3- الاعتراف بالجميل: إبراز صورة جميلة عن ضيف يكرم احد من عائلته أو معارفه كرد للجميل.

4-التضحية.

5- كسب تعاطف الجمهور.

6-تشجيع العمل التطوعي.

7-الكشف عن الحقيقة: هي التعريف ببعض القضايا والمواضيع الغير مكشوف عنها.

8-الصلح: محاولة الصلح بين المتخاصمين ونبذ قطع صلة الرحم.

9-النصح: تقديم النصح والإرشاد في بعض الأمور من اجل رفع الظلم.

10-المطالبة بالحق: ونقصد بها مجموعة الأفراد المحركين للمواضيع والمشاركين.

11-تشجيع ثقافة التبرع.

3-فئة الفاعلين: نقصد بها مجموعة الأفراد المحركين للمواضيع والمشاركين أي الأشخاص اللذين يتم

استدعائهم للبرنامج مثل: مقدمة البرنامج، الزوجة، الزوج، الأولاد، الأم، الأب، الجيران...الخ.

4-فئة القيم: ويقصد بها البعد القيمي للبرنامج ونوع القيم المراد غرسها ومنها ما هو إيجابي وسلبي.

-القيم الإيجابية: وهي القيم التي تظهر فيها القضايا الاجتماعية المطروحة في البرنامج بصورة إيجابية ومن أهمها:

الصبر،التعاون،الصدق، حسن المعاملة، الحب،التحدي والإصرار،النجاح، التشجيع والدعم، الشكر والتقدير، التسامح،...الخ.

-القيم السلبية: وهي القيم التي يظهر فيها أفراد المجتمع بصورة سلبية مثل: الظلم،الاستغلال التهميش،قطع صلة الرحم،سوء المعاملة،الخصام.

5-فئة الاتجاه: وهو موقف البرنامج إزاء المواضيع المطروحة والمتعلقة بالقضايا الاجتماعية وقد يكون:

-مؤيد: نقصد به تأييد القائمين على البرنامج لبعض المواضيع.

-محايد: نقصد بع عدم الانحياز لأي طرف في معالجة المواضيع.

-معارض: نقصد به معارضة بعض المواضيع بالسلم.

6- فئة الأساليب الإقناعية: هي مجموعة الطرق التي من خلالها نستطيع إقناع المشاهد بالرسالة الإعلامية وقد صنفنا إلى :

-**الإستمالات العقلية:** هي الأساليب المستخدمة لإقناع المشاهد عقليا من خلال تقديم الحجج والبراهين كالاستدلال بالآيات القرآنية و الاستشهاد بالسيرة النبوية.

-**الإستمالات العاطفية:** هي الأساليب المستخدمة والمصطلحات المختارة في طرحة القضايا التي تستخدم للتركيز على الجانب السيكولوجي للمشاهد.

7- فئة الجمهور المستهدف: هو الجمهور الذي يستهدفه البرنامج ويريد القائم بالاتصال الوصول إليه ، طبيعته ،وسماته، سواء كان جمهور عام أو خاص مثل : الأزواج، الوالدين ، الأبناء، الجمهور العام... الخ.

2: " كيف قيل؟ "

1- فئة الزمن: المقصود بها المدة الزمنية المخصصة لمعالجة القضايا الاجتماعية.

2- فئة طبيعة المادة الإعلامية: المقصود منها هو القلب الذي تتم وفقه طرح قضية او موضوع معين مثل:

-**التقرير:** ذلك النوع الذي يقدم تفسير وتحليل وتقديم تفاصيل عن القضية.

-**حديث مباشر:** وهو الحديث الذي يدور داخل الاستوديو.

-**مشاركة الجمهور داخل البلاطو:** إعطاء المجال للجمهور من اجل التفاعل مع موضوع الحلقة.

-**المؤشرات:** هي مجموعة من الحكم والأمثال والأقوال الشعبية والعبارات الإيحائية التي يستخدمها البرنامج ليسهل على الضيف معرفة الشخص الذي قام باستدعائه.

3- فئة اللغة المستخدمة: هي اللغة الأكثر استخداما في البرنامج تتسم غالبا بالبساطة والوضوح.

-**اللغة العربية:** هي اللغة التي نزل بها القرآن الكريم.

-**اللغة الأجنبية:** هي اللغة الفرنسية.

-اللغة العامية: هي اللغة الدارجة التي يتعامل بها الناس في حياتهم وتخصص كل مجتمع في بلد معين.

-المزج بين اللغة العامية واللغة الأجنبية: أي استخدام اللغتين معا.

- المزج بين اللغة العامية واللغة العربية: استخدام اللغتين معا.

4-فئة طبيعة اللقطة: يقصد بها الفئة التي اعتمدت على اللقطة القريبة والبعيدة والمتوسطة في

البرنامج وذلك لإبراز الإشارات والرموز والملاحم لدى مقدمة البرنامج والضيوف بشكل واضح.

5-فئة المؤثرات الصوتية: تستعمل في البرنامج من أجل تدعيم الموضوع.

-الأصوات الطبيعية: من الأصوات التي تصدر من الموجودين داخل البلاطو من بكاء وصراخ ..

الخ.

-الموسيقى والأغاني: هي بعض المقاطع الموسيقية والأغاني المتنوعة.

-فاصل (jungle): هو الفاصل بين فقرات الحلقة الواحدة.



شعار قناة الشروق TV (أكتوبر 2014 للآن)



شعار قناة الشروق TV (أفريل 2013 - أكتوبر 2014)



شعار قناة الشروق TV (مارس 2012 - جوان 2012)



صورة لأستوديو برنامج افتح قلبك



صورة لمقدمة برنامج افتح قلبك



صورة لشعار برنامج افتح قلبك



صورة لشركة إنتاج برنامج افتح قلبك

فهرس جداول الدراسة التحليلية

قائمة الجداول الدراسة التحليلية

الصفحة	العنوان	الرقم
97	يمثل العينة المختارة محل الدراسة	01
98	يمثل فئة الموضوعات الرئيسية	02
99	يمثل فئة الموضوعات الفرعية التي تندرج ضمن العلاقات الأسرية	03
100	يمثل فئة الموضوعات الفرعية التي تندرج ضمن المشاكل الأسرية	04
101	يمثل فئة الموضوعات الفرعية التي تندرج ضمن موضوع الصحة	05
102	يمثل الموضوعات الفرعية التي تندرج ضمن موضوع التبني	06
104	يمثل فئة الموضوعات الفرعية التي تندرج ضمن مشاكل المجتمع وظروف الحياة الصعبة.	07
105	يمثل فئة الأهداف	08
107	يمثل فئة الفاعلين	09
109	يمثل فئة القيم	10
111	يمثل اتجاه البرنامج	11
113	يمثل فئة الأساليب الإقناعية	12
114	يمثل فئة الجمهور المستهدف	13
116	يمثل فئة الزمن المخصص للقضايا الاجتماعية	14
118	يمثل فئة طبيعة المادة الإعلامية	15
119	يمثل فئة اللغة المستخدمة	16
121	يمثل فئة طبيعة المؤثرات الصوتية	17
123	يمثل فئة طبيعة اللقطة	18

فهرس الأشكال البيانية

قائمة الأشكال البيانية

الرقم	العنوان	الصفحة
01	يوضح المواضيع الرئيسية الخاصة بالقضايا الاجتماعية	99
02	يوضح المواضيع الفرعية الخاصة بالعلاقات الأسرية	100
03	يوضح الموضوعات الفرعية الخاصة بالمشاكل الأسرية	101
04	يوضح الموضوعات الفرعية الخاصة بالصحة	102
05	يوضح الموضوعات الفرعية الخاصة بالتبني	103
06	يوضح الموضوعات الخاصة بمشاكل المجتمع وظروف الحياة الصعبة	104
07	يوضح أهداف المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية	106
08	يوضح الفاعلين في المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية	108
09	يوضح القيم الواردة في المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية	111
10	يوضح اتجاه برنامج في المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية	112
11	يوضح الأساليب الإقناعية في المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية	114
12	يوضح الجمهور المستهدف في برنامج "افتح قلبك"	115
13	يوضح الزمن المخصص في المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية	117
14	يوضح طبيعة المادة الإعلامية في المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية	119
15	يوضح اللغة المستخدمة في المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية	121
16	يوضح طبيعة المؤثرات الصوتية في المعالجة الإعلامية للقضايا الاجتماعية	122
17	يوضح طبيعة اللقطة في برنامج "افتح قلبك"	124

فهرس المحتويات

الصفحة	المحتويات
	شكر وتقدير
	إهداء
	ملخص الدراسة
أ ب ج	مقدمة
الجانب المنهجي	
الفصل الأول: الإطار المنهجي للدراسة	
05	تمهيد
06	1- مشكلة الدراسة وتساؤلاتها
09	2- أسباب اختيار الموضوع
09	3- أهمية الدراسة
10	4- أهداف الدراسة
11	5- منهج الدراسة
12	6- مجتمع البحث وعينة الدراسة
14	7- حدود الدراسة
16	8- أدوات جمع البيانات
22	9- تحديد المفاهيم
25	10- الدراسات السابقة والمشابهة
43	11- المقاربة النظرية للدراسة
الجانب النظري	
الفصل الثاني: القنوات الفضائية الخاصة ونشأتها في الجزائر	
49	تمهيد
50	1- تعريف القنوات الفضائية الخاصة
50	2- عوامل ظهور القنوات الفضائية الخاصة
51	3- لمحة تاريخية عن قطاع السمعى البصرى فى الجزائر

58	4- نشأة وتطور القنوات الفضائية الجزائرية الخاصة
61	5- أنواع القنوات الفضائية الخاصة
62	6- نماذج لبعض القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر
63	7- دوافع ظهور القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر
65	8- واقع القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر
66	9- تحديات القنوات الفضائية الخاصة في الجزائر
67	10- إيجابيات القنوات الفضائية الخاصة
68	11- سلبيات القنوات الفضائية الخاصة
70	خلاصة الفصل
الفصل الثالث: القضايا الاجتماعية في برامج القنوات التلفزيونية	
73	تمهيد
73	1- مفهوم القضايا الاجتماعية
74	2- تصنيف القضايا الاجتماعية
75	3- دور وسائل الإعلام في معالجة القضايا الاجتماعية
78	4- تعريف البرامج التلفزيونية
79	5- أنواع البرامج التلفزيونية
83	6- مكونات البرامج التلفزيونية
83	7- تعريف البرامج الاجتماعية
84	8- خصائص وسمات البرامج الاجتماعية
85	9- عناصر البرامج الاجتماعية
86	10- كيفية إعداد البرامج الاجتماعية
87	11- أهمية وأهداف البرامج الاجتماعية
88	12- تأثير البرامج الاجتماعية
89	خلاصة الفصل
الجانب التطبيقي	

الفصل الرابع: دراسة تحليلية لبرنامج "افتح قلبك" على قناة الشروق TV	
91	تمهيد
92	1- التعريف بقناة الشروق TV، وبرنامج "افتح قلبك"
98	2- عرض وتحليل البيانات الخاصة بفئات المضمون (ماذا قيل؟)
116	3- عرض وتحليل البيانات الخاصة بفئات الشكل (كيف قيل؟)
125	4- النتائج العامة للدراسة
127	5- الاقتراحات والتوصيات
128	خلاصة الفصل
د	الخاتمة
	- قائمة الملاحق
	- قائمة المصادر والمراجع
	- فهرس جداول الدراسة التحليلية
	- فهرس الأشكال البيانية
	- فهرس المحتويات