

جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل -

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

قسم علم الاجتماع



عنوان المذكرة:

دور البرامج التلفزيونية الاجتماعية في بناء صورة المجتمع الجزائري
لدى طلاب الجامعة

دراسة ميدانية بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم اجتماع

تخصص: علم اجتماع الإتصال

إشراف الأستاذة:

- شحات سعاد

إعداد الطالبين:

- شابونية حياة

- زويد سامية

لجنة المناقشة:

1- شحات سعاد..... مشرفة ومقررة

2- رئيسا

3- عضوا مناقشا

السنة الجامعية: 2020/2019

شكر و تقدير

الحمد لله الذي بنعمته تتم الصالحات و بنوره تنزل البركات، نشكر الله القدير و نحمده على ما هدانا وو فقنا عليه في هذا العمل المتواضع، نتقدم بجزيل الشكر و التقدير إلى الأستاذة المشرفة "شحاط سعاد" على توجيهها و إرشاداتها القيمة لإخراج هذا العمل و تشجيعها و صبرها و التي أحسنت توجيهنا و لم تبخل علينا بالنصح و الإرشاد و الأفكار.

كما نتقدم بكل معاني العرفان و الإحترام و التقدير و الثناء إلى أساتذة كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية على دعمهم لنا طوال هذه السنوات. خاصة الأستاذة: "محمد عادل زيتوني، نعيم بوعموشة، بودريوة فوزية"، لمساعدتي في تحكيم استمارة الاستبيان نشكرهم كل الشكر

على ملاحظتهم و دعمهم لنا متمنيا لهم المزيد من التفوق و النجاحات .

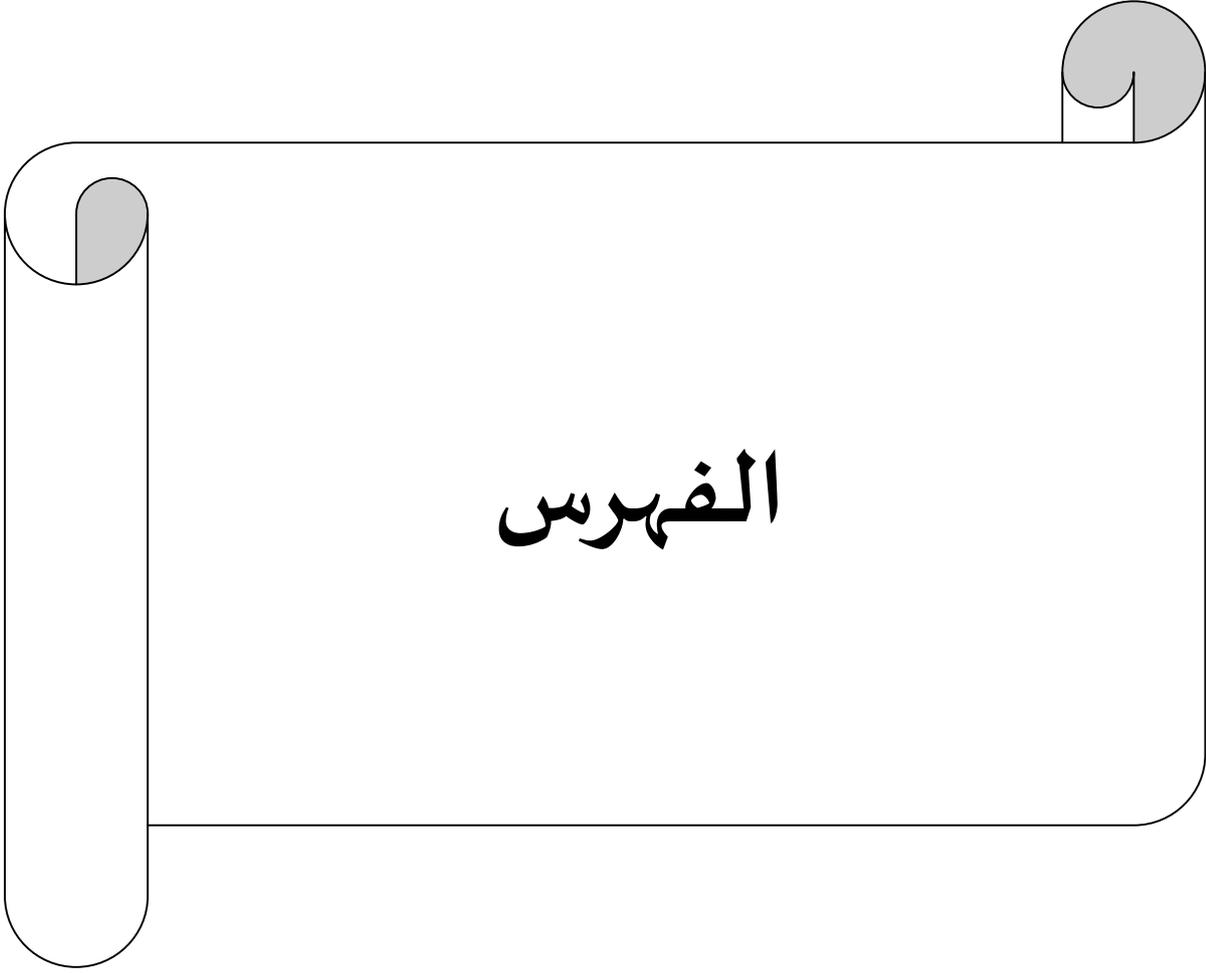
أما الشكر من النوع الخاص فنحن نتوجه به إلى كل من لم يقف إلى

جانبا و من وقف في طريقنا و عرقله مسيرة بحثنا، فلولا ذلك ما أحسنا

بمتعة البحث، ولا حلاوة المنافسة الإيجابية، و لما وصلنا إلى ما وصلنا إليه.

فلهم منا كل الشكر

و لله الفضل و الشكر



الفهرس

فهرس المحتويات

الصفحة

المحتويات

شكر و التقدير

الإهداء

فهرس المحتويات

قائمة الجداول

مقدمة أب

الباب الأول: الجانب النظري

الفصل الأول: الإطار المفاهيمي للدراسة

- 1..... تمهيد
- 2..... أولا: إشكالية الدراسة
- 3..... ثانيا: فرضيات الدراسة
- 4..... ثالثا: أسباب اختيار الدراسة
- 5..... رابعا: أهمية الدراسة
- 5..... خامسا: أهداف الدراسة
- 7..... سادسا: تحديد المفاهيم
- 13..... سابعا: الدراسات السابقة
- 19..... ثامنا: نظريات الدراسة
- 25..... خلاصة الفصل

الفصل الثاني: البرامج التلفزيونية والبرامج التلفزيونية الاجتماعية

تمهيد 26

المطلب الأول: البرامج التلفزيونية

أولا- أنواع البرامج التلفزيونية 27

ثانيا- تصنيفات البرامج التلفزيونية 28

ثالثا- خطوات البرامج التلفزيونية 29

رابعا- سمات وخصائص البرامج التلفزيونية 30

المطلب الثاني: البرامج التلفزيونية الاجتماعية

أولا- البث التلفزيوني وظهور البرامج التلفزيونية الاجتماعية 31

ثانيا- خصائص البرامج التلفزيونية الاجتماعية 34

ثالثا- أهداف البرامج التلفزيونية الاجتماعية 36

رابعا- خطوات البرامج التلفزيونية الاجتماعية 36

خامسا- الإستثمارات المستخدمة في البرامج التلفزيونية الاجتماعية 37

خلاصة الفصل 39

الفصل الثالث: صورة المجتمع الجزائري

تمهيد 40

المطلب الأول: الصورة الذهنية

أولا- بروز مصطلح الصورة الذهنية 41

ثانيا- خصائص الصورة الذهنية 42

ثالثا- دور وسائل الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية 43

المطلب الثاني: المجتمع الجزائري

- أولاً- لمحة عن صورة المجتمع الجزائري.....44
- ثانياً- خصائص المجتمع الجزائري.....48
- ثالثاً- مقومات المجتمع الجزائري.....48
- المطلب الثالث: صورة الفئات الاجتماعية للمجتمع الجزائري في الإعلام الجزائري
- أولاً- صورة المرأة الجزائرية في الإعلام الجزائري.....51
- ثانياً- صورة الشباب الجزائري في الإعلام الجزائري.....52
- ثالثاً الصورة ذوي الاحتياجات الخاصة في الإعلام الجزائري.....54
- خلاصة الفصل.....56

الباب الثاني: الجانب الميداني للدراسة

الفصل الرابع: الإجراءات المنهجية للدراسة

- تمهيد57
- أولاً: مجالات الدراسة.....59
- ثانياً: أدوات جمع البيانات.....63
- ثالثاً: أساليب المعالجة الإحصائية.....65
- رابعاً: منهج الدراسة.....65
- خامساً: عينة الدراسة.....66
- خلاصة الفصل.....67

الفصل الخامس: تحليل وتفسير البيانات

- تمهيد68
- أولاً: تفرغ البيانات وتبويبها والتعليق عليها.....69
- ثانياً: مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات.....100

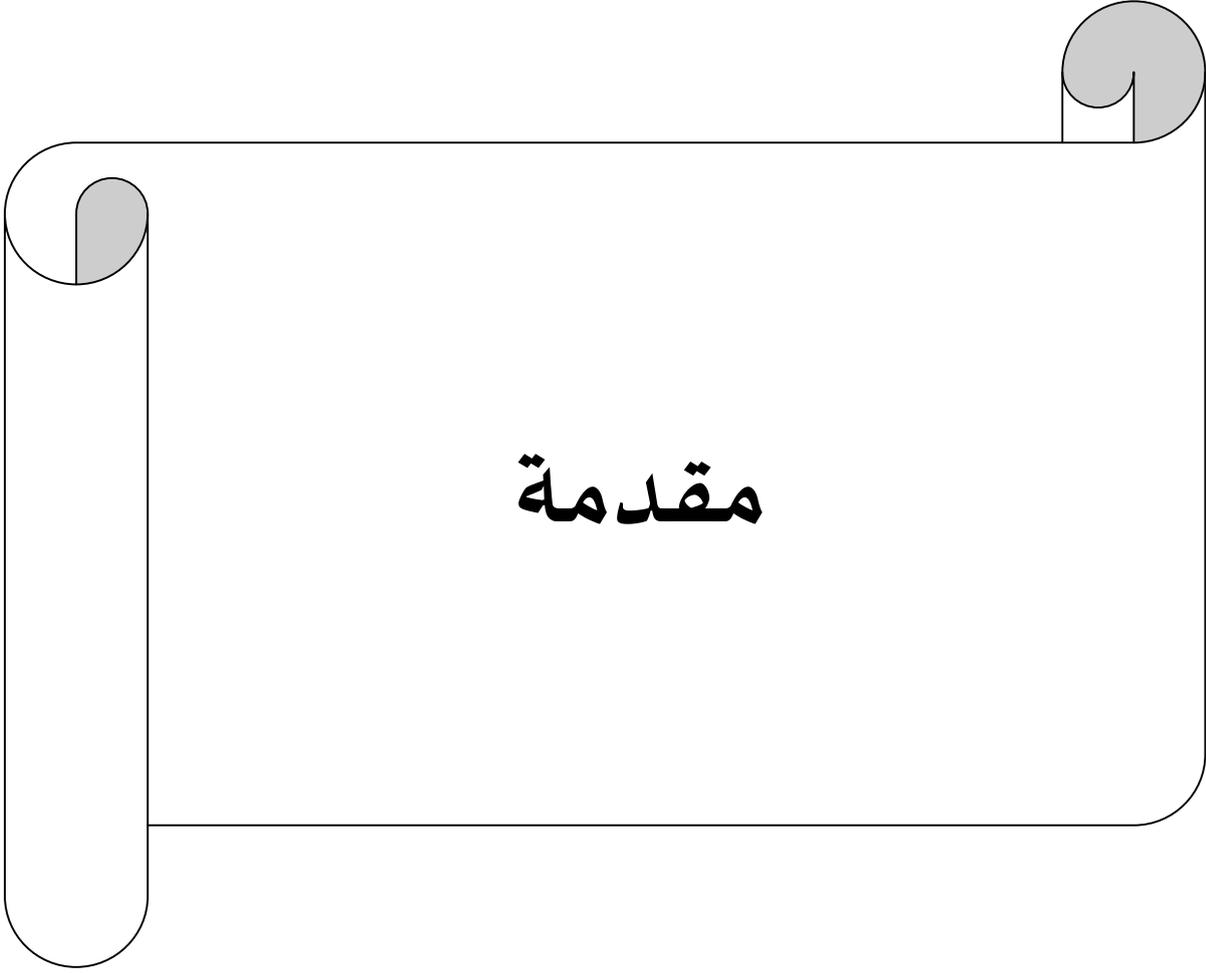
104	ثالثا: مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الدراسات السابقة.....
105	رابعا: النتائج العامة للدراسة.....
107	خامسا: التوصيات و الاقتراحات.....
107	سادسا: صعوبات الدراسة.....
109	خلاصة الفصل.....
	الخاتمة.....
	الملخص بالعربية.....
	الملخص بالإنجليزية.....
111	قائمة المراجع.....
	قائمة الملاحق.....

فهرس الجداول

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
61	جدول يمثل تعداد الطلبة المسجلين بكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية	01

الصفحة	عنوان الجدول	الرقم
78	جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب الجنس	01
78	جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب السن	02
79	جدول يمثل توزيع أفراد العينة حسب التخصص	03
80	جدول يمثل طبيعة البرامج التلفزيونية الاجتماعية التي يفضل الطلبة مشاهدتها	04
81	جدول يمثل المواضيع و القضايا التي تشد اهتمام أكثر الطلبة في البرامج التلفزيونية الاجتماعية	05
82	جدول يمثل اندفاع مشاهدة البرامج التلفزيونية الاجتماعية	06
83	جدول يمثل مدة بد الاهتمام بمشاهدة البرامج التلفزيونية الاجتماعية	07
83	جدول يمثل الأوقات التي تفضل فيها مشاهدة البرامج التلفزيونية الاجتماعية	08
84	جدول يمثل إعادة مشاهدة البرنامج التلفزيوني الإجتماعية	09
85	جدول يمثل عند مشاهدة برنامج اجتماعي مشاهدة الحصة أو الحلقة	10
86	جدول يمثل الاهتمام بتفاصيل و أحداث البرنامج التلفزيوني الاجتماعي الذي يتابعه الطلبة	11
86	جدول يمثل اهتمام الطلبة للبرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية التي يقوم بمتابعتها	12
87	جدول يمثل تقييم مصداقية البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية	13
88	جدول يمثل رأي الطلبة عن هدف البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية	14
89	جدول يمثل استطاعت البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية إبراز قيمة التكافل الاجتماعي للشعب الجزائري	15
90	جدول يمثل تشكيل البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية صورة المرأة الجزائرية المتكافلة اجتماعيا	16
91	جدول يمثل تشكيل البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية صورة الرجل الجزائري المتكافل اجتماعيا	17
92	جدول يمثل مساهمة البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية في تشجيع شرائح المجتمع على العمل الخيري	18
93	جدول يمثل طبيعة الدعم الذي تشجع عليه مثل هذه البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية للحالات المعروضة	19
94	جدول يمثل رأي الطلبة في البرنامج التلفزيوني الاجتماعي الخيري الذي يراه	20

	ناجحا في رسم صورة المجتمع المتكافل اجتماعيا	
95	جدول يمثل إثارة البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية التي يتابعها الطلبة في تغيير واقعهم الاجتماعي	21
95	جدول يمثل هل تقوم بتقليد البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية التي تتابعها في الواقع	22
96	جدول يمثل تعد البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية من البرامج المفضلة لديك	23
98	جدول يمثل النزاعات التي تعرضها البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية التي تهتم بمشاهدتها	24
98	جدول يمثل الهدف من عرض البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية لمثل هذه المواضيع	25
99	جدول يمثل مصداقية البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية	26
99	جدول يمثل تناول البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية لقضايا النزاعات و الخلافات	27
101	جدول يمثل استطاعت البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية لإبراز قيمة التسامح للشعب الجزائري	28
101	جدول يمثل الاندفاع الذي شكلته البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية عن أفراد المجتمع الجزائري	29
102	جدول يمثل رأي الطلبة عن المرأة الجزائرية إن كانت متسامحة في القضايا الحساسة في المجتمع (الطابوهات) وفقا لما شكلته من انطباع	30
103	جدول يمثل رأي الطلبة عن الرجل الجزائري المتسامح في القضايا الحساسة في المجتمع (الطابوهات) وفقا لما شكلته هذه البرامج من انطباع	31
104	جدول يمثل رأي الطلبة في البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية هل ساهمت في تشجيع ضيوف البرنامج على التسامح	32
105	جدول يمثل مساهمة البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية في التشجيع على مسامحة أحد ما	33
106	جدول يمثل رأي الطلبة في البرنامج التلفزيوني الاجتماعي الإصلاحية الذي تراه ناجح في رسم صورة المجتمع المتسامح اجتماعيا	34



مقدمة:

يمكن القول أن الدور الذي تقوم به وسائل الإعلام بصورة عامة في مجتمعنا المعاصر يقودنا إلى إبراز الدور الذي يقوم به التلفزيون، باعتباره من أهم الوسائل بل و لقدرته الكبيرة على جذب الكبار و الصغار، إذ يتوفر على خصائص تقنية توفر له تقديم المعارف و المعلومات و تلقي السلوكيات من خلال المشاهدة المتكررة هكذا و قد شهدت الساحة الإعلامية زخما هائلا من البرامج التلفزيونية المتنوعة وتشمل معظم نواحي الحياة الاجتماعية، الثقافية، السياسية، الدينية...، فتناولت الفضائيات الخاصة بالبرامج التلفزيونية الاجتماعية في الساحة و أصبحت تلعب دورا كبيرا في حياة المجتمع الجزائري، بل شكلت محورا مهما و ساهمت في تغيير أرائه وساعدت على تكوين صورة ذهنية للمجتمع الجزائري، من خلال ما تعرضه من قضايا اجتماعية القائمة في المجتمع الموجهة إلى مختلف شرائح أفراد المجتمع مع تواجد دافع و رغبة و حماس في حلها.

وعليه في هذه الدراسة حاولنا معرفة "دور البرامج التلفزيونية الاجتماعية في بناء صورة المجتمع الجزائري لدى طلاب الجامعة"، متتبعين في ذلك خطة لهذه الدراسة التي شملت على فصلين: الجانب المفاهيمي والجانب التطبيقي. وجاء الفصل الأول بعنوان "الإطار المفاهيمي" والذي يتضمن إشكالية الدراسة وتساؤلاتها، فرضيات الدراسة وأسباب الدراسة، تليها أهمية الدراسة و أهداف الدراسة وتحديد مفاهيم الدراسة، الدراسات السابقة وأخيرا نظريات الدراسة.

أما الفصل الثاني من نفس الجانب فقد جاء تحت عنوان "البرامج التلفزيونية والبرامج التلفزيونية الاجتماعية"، وتناولنا في جانب البرامج التلفزيونية: أنواع البرامج التلفزيونية، تصنيفات البرامج التلفزيونية، خطوات البرامج التلفزيونية، سمات معد البرامج التلفزيونية.

أما جانب "البرامج التلفزيونية الاجتماعية" تطرقنا إلى البث التلفزيوني وظهور البرامج التلفزيونية الاجتماعية، خصائص البرامج التلفزيونية الاجتماعية، أهداف البرامج التلفزيونية الاجتماعية، خطوات البرامج التلفزيونية الاجتماعية، الاستمالة المستخدمة في البرامج التلفزيونية الاجتماعية.

في حين تطرقنا في الفصل الثالث وهو الأخير تحت عنوان "صورة المجتمع الجزائري" إلى ثلاثة عناصر:

أولها: الصورة الذهنية وتناولنا فيها: بروز مصطلح الصورة الذهنية، خصائص الصورة الذهنية، دور وسائل الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية.

ثانيها: المجتمع الجزائري وتضمن: لمحة عن صورة المجتمع الجزائري، خصائص المجتمع

الجزائري، مقومات المجتمع الجزائري.

ثالثها: صورة الفئات الإجتماعية للمجتمع الجزائري في الإعلام الجزائري: صورة المرأة الجزائرية في الإعلام الجزائري، صورة الشباب الجزائري في الإعلام الجزائري، صورة ذوي الاحتياجات الخاصة في الإعلام الجزائري أما الجانب الميداني فشمّل على فصلين :

أولهما كان "الإجراءات المنهجية للدراسة" من حيث مجالاتها، وكذا أداة جمع البيانات (الاستمارة)، و الأساليب الإحصائية التي اعتمدها، بالإضافة إلى المنهج حيث استخدمنا المنهج الوصفي، وفي الأخير تطرقنا إلى منهج الدراسة وثانيتها، لتفريغ البيانات وتبويبها وتحليلها وتفسيرها، وخلصنا بذلك إلى النتائج العامة للدراسة في ضوء الفرضيات التي انطلقنا منها، ثم في ضوء الدراسات السابقة لندرج بعد ذلك النتائج التي توصلنا إليها بصفة عامة.

وفي آخر المذكرة وجهنا توصيات انطلاقا مما توفر لدينا طوال فترة البحث، من ملاحظات ومعلومات حول واقع الظاهرة المدروسة وخلصنا إلى خاتمة تحدد أهم ما استخلصناه من الدراسة بجانبها النظري و الميداني، كما دعمنا المذكرة بمجموعة من الملاحق، لها علاقة بموضوع الدراسة.

الباب الأول:

الجانب النظري للدراسة

الفصل الأول

الإطار المفاهيمي للدراسة

أولاً. تحديد الإشكالية

ثانياً. فرضيات الدراسة

ثالثاً. أسباب اختيار الموضوع

رابعاً. أهمية الدراسة

خامساً. أهداف الدراسة

سادساً. تحديد مفاهيم لدراسة

سابعاً. الدراسات السابقة

ثامناً. نظريات الدراسة

تمهيد:

نسعى من خلال هذا الفصل إلى وضع إطار مفاهيمي نحدد به إشكالية دراستنا و نحاول من خلاله إبراز فرضيات الدراسة و كذا إلى أهم الأسباب التي أدت بنا إلى اختيار الموضوع بالإضافة إلى أهمية الدراسة، كما سنقوم بتحديد جملة من المفاهيم التي تضمنتها الدراسة من أجل إزالة اللبس عنها، و في الختام سنعرض بعض الدراسات السابقة و نظريات المناسبة لدراستنا.

أولاً_ تحديد الإشكالية:

تشهد الميديا تطورات هائلة تمثلت في الانتقال من الطرق التقليدية إلى الطرق الحديثة في العرض، مما جعل الأفراد ووسائل الإعلام مجبرة على التأقلم مع هذه المستجدات ورسم استراتيجيات جديدة لتتلاءم مع التطورات الحاصلة، فالتقدم والتطور التكنولوجي السريع الذي اجتاح العالم أدى إلى تحوله لقرية كونية تربطها شبكات اتصالات متعددة عبر الأقمار الصناعية، وفي ظل هذا التطور تعددت وتنوعت الوسائط الإعلامية بجميع مصادرها خاصة على مستوى السمع البصري، ونخص بالذكر التلفزيون الذي يبقى الوسيلة الأولى التي لها صدى كبير لدى الجماهير العريضة، وهذا في ضوء قدرته على اختصار المسافات الجغرافية والثقافية بسبب انتشار بثه في مساحات واسعة ووصوله للجماهير بكافة أنواعها بصرف النظر على المستوى الثقافي أو الخلفية الدينية أو الجهوية.

وقد ساهمت تقنية البث الفضائي في تعدد قنواته وظهور محطات عربية وأجنبية تقدم مختلف البرامج، والجزائر على غرار باقي الدول سايرت هذا التطور وفتحت المجال أمام الانفتاح الإعلامي فظهرت بجانب القنوات الحكومية قنوات تابعة للقطاع الخاص متحررة هدفها الوحيد هو جذب أكبر قاعدة جماهيرية والتأثير فيها، وهذا من خلال استحداث برامج متنوعة تستهدف جميع الفئات وتشمل جميع المجالات التي تهتم حياة الأفراد والجماعات كالبرامج السياسية والثقافية والدينية والرياضية والاجتماعية.

هذه الأخيرة تعتبر المرآة العاكسة لواقع المجتمع ورصد جميع المستجدات وكشف كل تفاصيله، وهذا من خلال توغلها في أعماق المجتمع وتقريبه من المواطن لطرح مشاكله التي يخلفها واقعه المعاش، فتنوعت بذلك البرامج الاجتماعية باختلاف مواضيعها واهتماماتها، فمنها من اهتمت بالمرأة وقضاياها ومنها من اهتمت بصورة الشباب الذي عالج فيها مختلف قضايا الاجتماعية في وسط الأزمات التي يعيشها، وبرامج تهتم بأضعف فئة في الحلقة الاجتماعية وهو الطفل وغيرها من القضايا الاجتماعية كالفقير، فظهرت عناوين ساخنة تحاكي صورة المجتمع كبرنامج من واقعا وبرنامج خط أحمر وحصّة ما وراء الجدران وغيرها من البرامج التي تهدف في مجملها لنقل صورة المجتمع إلى الجماهير، وتعريفهم بواقعهم المعاش، وتعتبر فئة الطلبة من أكثر الفئات استهلاكا لهذه القنوات ويرجع هذا لكونها النخبة التي تمثل المجتمع، وهذا نظرا لما تتوفر عليه من وعي فكري وثقافي ذو تأثير قوي على النظم الاجتماعية القائمة في محيطه، فهذه البرامج تحاول خلق همزة وصل في تكوين الصورة الذهنية للمجتمع لدى الطالب الجامعي كمحاولة منها لغرس نماذج تستمدها من واقعه ولها أساليبها واستراتيجياتها الخاصة بها والتي

تتبعها من أجل التأثير فيه وتغيير اتجاهاته النمطية للحياة فهل تتمكن هذه البرامج من التأثير على رؤى الطالب الجامعي وتكوين صورة واضحة عن ما يحيط به.

ومن خلال دراستنا هذه والتي ارتأينا فيها بتسليط الضوء على البرامج التلفزيونية الاجتماعية و دورها على المجتمع الجزائري لدى الطالب الجامعي والتي تتمحور حول التساؤل الرئيسي الآتي:

هل تلعب البرامج التلفزيونية الاجتماعية دورا في بناء صورة إيجابية عن المجتمع الجزائري لدى طلبة علم اجتماع؟

ويندرج تحت هذا التساؤل الرئيسي مجموعة من التساؤلات الفرعية التي جاءت كالتالي :

1- هل يهتم كلا الجنسين من طلبة علم اجتماع بمشاهدة البرامج التلفزيونية الاجتماعية؟

2- هل تلعب البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية دورا في بناء صورة المجتمع الجزائري المتكافل اجتماعيا عن المجتمع الجزائري؟

3- هل تلعب البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية دورا في بناء صورة المجتمع المتسامح عن المجتمع الجزائري؟

ثانيا :فرضيات الدراسة:

إن أي دراسة علمية يقوم بها الباحث للتوصل إلى حقائق معينة تفرض عليه الانطلاق من فرضيات يضعها طبقا لإشكالية بحثه.

وتضم دراستنا على مجموعة من الفرضيات التي تعد إجابة مؤقتة على التساؤلات والتي جاءت كما يلي:
الفرضية الرئيسية:

• تلعب البرامج التلفزيونية الاجتماعية دورا في بناء صورة ايجابية عن المجتمع الجزائري لدى طلبة علم اجتماع.

الفرضية 1:

• يهتم كلا الجنسين من طلاب كلية علم اجتماع بمشاهدة البرامج التلفزيونية الاجتماعية

الفرضية 2:

• تلعب البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية دورا في بناء صورة المجتمع المتكافل اجتماعيا عن المجتمع الجزائري.

الفرضية 3:

• تلعب البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية دورا في بناء صورة المجتمع الجزائري

ثالثا: أسباب اختيار الموضوع:

تعتبر الأسباب الذاتية والموضوعية من العوامل التي تحدد اختيار الباحث لموضوع دراسته، أما من أسباب اختيارنا لموضوع دراستنا دور البرامج التلفزيونية الاجتماعية في بناء صورة المجتمع الجزائري لدى طلاب الجامعة تتحدد في الأسباب التالية:

أ/ الأسباب ذاتية:

• الرغبة في إبراز أهمية دور البرامج التلفزيونية الاجتماعية في بناء صورة المجتمع الجزائري لدى الطلاب.

• الرغبة في معرفة مدى اهتمام الطلاب بالبرامج التلفزيونية الاجتماعية.

• الرغبة في معرفة الصورة التي تشكلها هذه البرامج عن المجتمع الجزائري لدى طلاب الجامعة.

ب/ الأسباب الموضوعية:

• قابلية الموضوع للدراسة من الناحية النظرية والميدانية.

• إثراء رصيدنا المعرفي.

• قلة البحوث والدراسات التي تتناول دور البرامج التلفزيونية الاجتماعية في بناء صورة المجتمع الجزائري لدى طلاب الجامعة.

• أهميتها و مكانتها الاجتماعية التي تحدد القضايا المطروحة والتي تشكل أهمية كبيرة في المجتمع الجزائري.

• ارتباط الموضوع بتخصصنا علم اجتماع الاتصال.

رابعاً: أهمية الدراسة:

إن أهمية البحث العلمي تتوقف على أهمية الظاهرة المراد دراستها وعلى قيمها العلمية ولما يمكن أن تحققه من نتائج يمكن الاستفادة منها ولهذا تعتبر هذه الدراسة البالغة أهميتها لحداتها مما يستدعي دراستها.

وتتمثل أهمية موضوع دراستنا فيما يلي :

- هذه الدراسة تساعد في التأكيد على أهمية البرامج التلفزيونية الاجتماعية لما تلعبه من دور في تشكيل صورة المجتمع الجزائري لدى طلاب الجامعة.
- له أهمية لأنه يعالج مواضيع وقضايا اجتماعية تخص المجتمع الجزائري.
- يعالج موضوع ذو أهمية كبيرة في مجال علم اجتماع الاتصال.
- له أهمية لأنه يعالج موضوعاً له انعكاسات على المجتمع الجزائري بشكل عام والطلبة بشكل خاص.

خامساً: أهداف الدراسة:

لكل بحث علمي له أهداف سامية يسعى لتحقيقها ودراستنا هذه التي بين أيدينا خصصناها للبحث عن دور البرامج الاجتماعية التلفزيونية في بناء صورة المجتمع الجزائري لدى الطالب الجامعي وقد سعينا من خلالها لتحقيق الأهداف التالية:

- إثراء البحث العلمي وتزويد المكتبة العلمية كما ونوعاً عليها تكون معيناً للأبحاث اللاحقة.
- محاولة تسليط الضوء على مضامين البرامج الاجتماعية.
- معرفة مدى إقبال الطلبة على البرامج الاجتماعية.
- محاولة إيجاد همزة وصل بين المؤسسات الإعلامية والفئة الطلابية وذلك من خلال رصد تفاعله مع برامجها الاجتماعية التي تعرفها.

- محاولتنا الكشف عن الصورة المشكلة في ذهن الطالب عن مجتمعه من خلال ما تنقله هذه البرامج عبر القنوات التلفزيونية الاجتماعية.

سادسا: تحديد مصطلحات ومفاهيم الدراسة:

كل دراسة علمية مهما كان مجالها تحتوي على مجموعة من المصطلحات والمفاهيم العلمية التي يجب على الباحث تحديد معانيها.

ومن خلال دراستنا برزت مجموعة من المفاهيم الأساسية وعليه فإن المنهجية تقتضي تحديد المفاهيم التالية:

1_ مفهوم الدور (Rôle):

لغة 1: دار_دورا و دورانا_تحرك دائريا و عاد إلى حيث كان أو إلى ما كان عليه. (1).

لغة 2: الدور (Rôle): ويعرفه قاموس الشامل للمصطلحات العلوم الاجتماعية:

1- دور معد يؤديه الشخص.

2- الجانب الديناميكي من المكانة (L'aspect dynamique du statut).

3- الجانب الإجرائي (العملي) من المكانة (Persons.T).

4- مجموعة من الحقوق والواجبات مع خصائص إضافية تتجاوز متطلبات مهنية

(Des exigences professionnelles).

5- طرق للتصرف ملزمة ومرتبطة بمركز اجتماعي (New conb).

6- الواجبات المرتبطة بمركز اجتماعي.

7- السلوك والاتجاهات والقيم الملزمة⁽²⁾

(1) - قاموس مجاني الطالب: دار المجاني ، ط5،بيروت، 2005، ص329.

(2) - محمد صالح أحمد: الشامل قاموس ومصطلحات العلوم الإجتماعية - إنجليزي-عربي - دار عالم الكتاب ، ط1، السعودية- الرياض، 1999، ص162.

اصطلاحا:

تعرف (نادية جمال الدين) الدور: "بأنه مجموعة من الصفات والتوقعات المحددة اجتماعيا والمرتبطة بمكانة معينة، والدور له أهمية اجتماعية لأنه يوضح أن أنشطة الأفراد محكومة اجتماعيا وتتبع نماذج سلوكية محددة."⁽¹⁾

ويعرف: بأنه يستخدم مصطلح الدور في علم الاجتماع وعلم النفس الاجتماعي و الأنثروبولوجيا بمعاني مختلفة فينطلق كمظهر للبناء الاجتماعي على وضع اجتماعي معين يتميز بمجموعة من الصفات الشخصية والأنشطة تخضع لتقييم معياري إلى حد ما قبل أولئك الذين يكونون في موقف ومن قبل الآخرين.

ويعرف أيضا: "كعنصر في التفاعل الاجتماعي وهو ما يشير إلى نمط متكرر من الأفعال المكتسبة التي يؤديها شخص معين في موقف تفاعل."⁽²⁾

تعريف آخر: "مجموعة من الحقوق والواجبات التي يلتزم بها الفرد داخل المنظمة من خلال موقعه، ويتحدد الدور من خلال السلطة والمسؤولية والمسائلة، أو هو مجموعة الأفعال والتصرفات التي يقوم بها الفرد من خلال مركزه وأمام مختلف المواقف داخل المنظمة، وهو مجموعة الأفعال المتوقعة من قبل أي شخص داخل المنظمة، له مكانة معينة في الهيكل التنظيمي من خلال المهام التي يؤديها."⁽³⁾

التعريف الإجرائي للدور:

نقصد بالدور في دراستنا الوظيفة التي تؤديها البرامج التلفزيونية من خلال القيام بجهود ومناقشة مواضيع وظروف اجتماعية وطرح قضايا ذات طابع اجتماعي بهدف محاولة إيجاد بعض الحلول وتوطيد العلاقات الاجتماعية وتنميتها، حيث أن هذا الدور يعد من واجباتها الأساسية التي من شأنه أن يؤثر إيجابا على المجتمع الجزائري.

(1) - زينب منصور حبيب: الإعلام وقضايا المرأة، دار أسامة، ط1، الأردن، 2011، ص 37.

(2) - محمد عبد الرحمن علي الليبياوي وآخرون: المعجم الشامل لترجمة مصطلحات علم الاجتماع علم النفس الاجتماعي - انجليزي - عربي - فرنسي - دار الوفاء، ط1، مصر، 2013.

(3) - ناصر قاسمي: مصطلحات أساسية في علم الاجتماع الإعلام والاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط1، د.ب.د، 2017، ص 129.

2_ البرامج التلفزيونية: (les programmes télévisés)

البرنامج: (programme)

لغة 1: " (Programme) : 1- خطة فرعية أو صغرى.

2- خطة تتضمن التكميم. (1)

لغة 2: "هو الميزانية أو لائحة المنهاج أو خطة لما ستقوم بعمله. (2)

اصطلاحا:

" هو مجموعة الأنشطة المنظمة و المترابطة ذات الأهداف المحددة ،بهدف تنمية مهارات أو متضمن سلسلة من القرارات ترتبط بهدف عام و مخرج نهائي". (3)

ويعرف أيضا: "هو كل مادة سواء كانت صوتية أو مصورة تقدم من خلال الإذاعة والتلفزيون ضمن فترة البث ولها هدف معين وهو مخاطبة الجمهور و المستمعين والمشاهدين، وتتميز البرامج بعضها عن بعض من لحن المقدمة والنهاية والزمن المحدد لعرضها وموعد عرضها على الجمهور" (4)

التلفزيون (télévision)

لغة: "مكون من مقطعين Télé ومعناه عن بعد و vision ومعناه الرؤية، أي الرؤية عن بعد. (5)

اصطلاحا: "التلفزيون ببساطة عبارة عن إذاعة مرئية تقوم بها آلة التصوير الإلكترونية لتحويل الصور المضاءة إلى نبضات كهربائية تنقلها محطات الإرسال، ثم تستقبلها أجهزة الاستقبال وتعيد تكوينها" (6)

(1) - مصلح صالح: المرجع سابق، ص 267.

(2) - محمد الجفيري: البرامج الإذاعية والتلفزيونية، دار الصناع الإبداع، ط 1، قطر، 2015.

(3) - حسن شحاتة وزينب النجار: معجم المصطلحات التربوية والنفسية، دار المصرية الليبانية، ط 1، د سنة، ص 74.

(4) - محمد الجفيري: المرجع السابق، ص 11.

(5) - سليم عبد النبي: الإعلام التلفزيوني، دار أسامة للنشر والتوزيع، ط 1، عمان، 2010، ص 24.

(6) - محمد حسن إسماعيل: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، الدار المالية للنشر، ط 1، دبلد، 2003، ص 170.

ويعرف أيضا: "هو طريقة إرسال واستقبال الصور والصوت من مكان إلى آخر بواسطة الموجات الكهرومغناطيسية والأقمار الصناعية".⁽¹⁾

البرامج التلفزيونية:

"هو رسالة من مرسل، عبر قناة (مجموعة مشاهد مصورة يصاحبها الصوت)، إلى مستقبل (مشاهد)، تريد أن تحقق أهداف محددة عبر معلومات عقلية ووجدانية في نفس الميول ورغبات المستقبل وقدراته العقلية، ترسل بأساليب وطرق تثبت الإمتاع والترويج فيه".⁽²⁾

التعريف الإجرائي:

هي البرامج التي تبثها القنوات الجزائرية الخاصة التي تتناول مواضيع و قضايا المجتمع و مشاكله الاجتماعية و النفسية التي يعيشها الفرد و الأسرة في المجتمع الجزائري.

3_ مفهوم البرامج الاجتماعية: (les programme sociaux)

اصطلاحا: "تعرف البرامج الاجتماعية أنها تلك البرامج التي تهدف إلى تطوير الأفراد والجماعات، وذلك من خلال تقديم خدمات صحية تعليمية، تثقيفية، اقتصادية وغيرها، وتختلف البرامج الاجتماعية عن بعضها البعض من حيث الأهداف والحجم، ودرجة التنظيم، والمدة الزمنية المحددة للتنفيذ".⁽³⁾

تعريف إجرائي: هي البرامج التي تتناول مواضيع قضايا المجتمع ومشاكله الاجتماعية والنفسية التي يعيشها الفرد والأسرة في المجتمع، ومضمونه الاجتماعي مخاطبة عامة الناس منهم (الشباب، ذوي الاحتياجات الخاصة والمرأة وغيرها)، هدفه يعالج القضايا الاجتماعية ويقوم بتوجيهها لمختلف الفئات ويرسخ القيم الأخلاقية فيما بينهم.

(1) - محمد صاحب سلطان: وسائل الإعلام و الاتصال دراسة في النشأة والتطور، دار المسيرة للنشر، ط1، عمان، 2012، ص31.

(2) - فاروق ناجي محمود: البرنامج التلفزيوني كتاباته ومقومات نجاحه، دار الفجر، ط1، العراق، 2007، ص 22.

(3) - صالح بن رميح الرميح: البرامج الاجتماعية المناسبة للفئات الواقعة تحت الخطورة، جامعة نايف العربية للعلوم الأمنية، ط، السعودية، 2005، ص ص 292-293.

4_ مفهوم الصورة الذهنية: (limage mentale)

1- مفهوم الصورة:

لغة 1: يذكر (ابن المنظور) في تعريف الصورة "وتصورت الشيء توهمت صورته فتصور لي، والتصوير والتماثيل، الصورة ترد في كلام العرب ظاهرها، وعلى معنى حقيقة الشيء، وهيأته، وعلى معنى صفاته، يقال صورة الفعل كذا و كذا أي صفته.⁽¹⁾

لغة 2: معنى (IMAGE) في الانجليزية هو شكل مجسم أو تشابه، وهو المعنى الأول للأصل اللاتيني (IMAGE) التي تطورت لتشمل معنى الشبح، خيال، طيف، ومعنى فكرة أو مفهوم، لكن من القرن السادس عشر استقر المعنى الأعم الذي حمل إشارة ذهنية طاغية، ثم تطور معني الكلمة في الأدب والرسم.⁽²⁾

ب- مفهوم الصورة الذهنية :

يعرف (أديب خضور) : "مجموعة الأحكام و التصورات و الانطباعات القديمة و الجديدة الايجابية منها السلبية التي يأخذها الشخص أو جماعة أو مجتمع عن آخر ، و يستخدمها منطلقا و أساسا لتقويمه لهذا الشخص و لتحديد موقفه و سلوكه إزاءه ".⁽³⁾

و يعرفها (بولدينغ) في كتابه الصورة : أن الصورة الذهنية تتكون من تفاعل معرفة الإنسان بعدة عوامل منها المكان الذي يحيا فيه ،موقفه من العالم الخارجي و العلاقات الشخصية و روابط الأسرة و الجيران و الأسرة المحيطين به و الزمان و المعلومات التاريخية و الاجتماعية التي يحصل عليها.⁽⁴⁾

و تعرف الصورة الذهنية: تمثل عقلي مجرد لموضوع فئة معينة من الموضوعات و على الرغم من أن الصورة الذهنية تقوم على الإدراكات السابقة فهي لا تمثل انعكاسات بسيطة.⁽⁵⁾

(1) - ابن منظور: "أبو الفضل جمال الدين محمد ابن مكرم الافريقي المصري:لسان العرب،الجزء الرابع، دار صادر ، بيروت،1990،ص473.

(2) - ريموند ويليامز، تر نعمان عثمان: معجم ثقافي ومجتمعي، المجلس الأعلى للثقافة،مصر، 2005،ص201.

(3) - باقر موسى: الصورة الذهنية في العلاقات العامة، دار أسامة،ط1، الأردن ،2014،ص53.

(4) -ريم عدنان بوش: صورة المرأة العربية في وسائل الإعلام، دار أسامة،ط1، الأردن،د سنة، ص79.

(5) - محمد عاطف غيث: قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية،د ط، مصر، 200،ص ص 211-212.

و تعرف أيضا : يعرف معجم "ويستر" كلمة (IMEGE): بأنها تصور عقلي شائع بين أفراد جماعة معينة و يشير بهذا إلى اتجاه هذه الجماعة نحو شخص معين أو شئ بعينه.⁽¹⁾

تعرف الصورة الذهنية: على أنها الناتج للانطباعات الذاتية التي تتكون بين الأفراد أو اتجاهات اتجاه شخص أو نظم أو شعب أو جنس أو منشأة أو مؤسسة أو منظمة محلية أو دولية أو مهنة معينة أو أي شيء آخر يمكن أن يكون له تأثير على حياة الإنسان.⁽²⁾

التعريف الإجرائي للصورة الذهنية:

الصورة الذهنية تعني الخزين المتراكم من الأفكار و الانطباعات و الأحكام الموجودة في ذهن الإنسان و التي تكونت بفعل قدرات حسية أو غير مباشرة اتجاه فرد أو جماعة أو ظاهرة، و يشكل هذا الخزين مصدرا من مصادر العملية العقلية التي تقود إلى اتخاذ القرارات و الأحكام اتجاه الأشياء و عادة ما يكون ذلك الخزين متراكم من الصور الذهنية.

و نقصد بالصورة الذهنية في دراستنا: تلك الصورة التي شكلتها و تكونها البرامج الاجتماعية للمجتمع الجزائري مما يشاهده على مختلف القنوات الجزائرية.

5_ مفهوم الطالب الجامعي: (l'étudiant universitaire)

هو ليس الشخص الذي يسعى فقط للحصول على الشهادة الجامعية، إنما هو الذي يمتلك العقلية الواعية المدركة لواقعه، المنفتح على العالم الآخر المطلع على تجاربه و اختراعاته، المتمتع بالمقدرة العلمية التي تساعده على مواكبة التطور العلمي و التقني، الأدبي و الثقافي في هذا العصر الذي يتميز بالتطور السريع و بامتلاكه لهذه المقدرات فيتمكن من اللحاق بركب التطور و إدراك أهميته و ضروريته.⁽³⁾

⁽¹⁾—كمال خورشيد مراد: الاتصال الجماهيري والإعلام، التطور، الخصائص، النظريات، دار المسيرة، ط1، د بلد، 2011، ص90.

⁽²⁾— مي عبد الله: المعجم في المفاهيم الحديثة للإعلام والاتصال (المشروع العربي لتوحيد المصطلحات)، دار النهضة، ط1،

لبنان، 2014، ص192.

⁽³⁾— عاهد حسين الصفيدي: دقات على باب العتيق مقالات اجتماعية، دار يافا العالمية، دط، الأردن، 2011، ص9.

تعريف الإجرائي لطالب الجامعي :

بناء على ما سبق يمكننا صياغة تعريف إجرائي للطالب الجامعي، الطالبات و الطلبة الذين ينتمون لكلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية، تخصص علم اجتماع و هم من منتبعي و مشاهدي البرامج التلفزيونية الاجتماعية.

سابعاً_ الدراسات السابقة:

تعتبر الدراسات السابقة من أهم العناصر المعينة على حل مشكلة البحث، لما لها من إسهامات سواء في التخطيط أو التوجيه، أو ضبط المتغيرات...، كما أن الباحث يمكن أن يوظفها في حكم المقارنة، أو الإثبات أو النفي، فينطلق الباحث على أساس ما وصل إليه سابقه وهكذا دواليك.

وعلى الرغم مما يمكنه أن يجني من الدراسات السابقة إلا أنه لم يعثر على عدد كبير منها، ويعود الأمر في ذلك بحدّة الموضوع في حد ذاته(دور البرامج التلفزيونية الاجتماعية في بناء صورة المجتمع الجزائري لدى طلاب الجامعة) وندرة المصادر والمراجع التطبيقية ذات العلاقة المباشرة بهذا الموضوع، ولكن بالرغم من ذلك سنورد بعض الدراسات ذات الصلة بالموضوع والتي تم العثور عليها في حدود ما توفر لنا.

الدراسات محلية:**الدراسة 1:**

عنوان الدراسة:"الحصص في التلفزيون الجزائري" دراسة وصفية تحليلية لحصة ".وكل شيء ممكن" (مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال كلية العلوم السياسية و الإعلام، جامعة الجزائر)

صاحب الدراسة: مايا باشا

البلد: الجزائر

السنة: 2007-2008

الإشكالية المطروحة: ماهي الرسالة الإعلامية التي تعمل الحصة التلفزيونية "...وكل شيء ممكن" على تمريرها للتخفيف من الآفات الاجتماعية؟

وتتفرع أسئلة الدراسة فيما يلي:

- ما دور الحصص الخاصة الاجتماعية وما هي أهمية بثها على التلفاز؟
- هل تقدم حصة "...وكل 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 عن الآفات الاجتماعية السائدة في المجتمع؟
- و أجريت الباحثة الحصص الخاصة الاجتماعية في التلفزيون الجزائري حصة "... وكل شيء ممكن" كمجتمع البحث في دراستها هذه.
- وتمثلت العينة في عدد من الحصص الخاصة الاجتماعية التلفزيونية "... وكل شيء ممكن" في الفترة الممتدة من جانفي 2008 إلى جويلية 2008، بمعدل حصتين في كل شهر وبذلك كانت عدد الحصص في هذه الفترة المختارة 14 حصة وقد أخذوا 5 حصص منها للتحليل وهذا يمثل ثلث مجتمع البحث.
- وتطرقنا الدراسة المنهج المسحي، واستخدم تحليل المضمون كأداة البحث العلمي لهذه الدراسة.

وتوصلت هذه الدراسة إلى النتائج العامة التالية:

- تتطرق الحصص الخاصة إلى مواضيع حساسة وأنية مأخوذة من رحم المجتمع وتتمثل في انشغال المواطن فيه وهذا من بين عوامل نجاحها، إضافة إلى أن الحصص المباشرة تكسب ثقة المشاهد وكسب التلفزيون مصداقية أكبر من خلال فتح الحوار المباشر مع الجمهور عن طريق الهاتف للمشاركة فيها وبالتالي كلما كانت الحصة تبث على الهواء مباشرة كلما زاد اهتمام المواطن بالمعلومات التي تقدمها.

- تقدم الحصة معلومات حول الآفات الاجتماعية من خلال التعريف بموضوع وأسباب وجوده وانعكاساته على الفرد وعلى المجتمع بالإضافة إلى تحليل مختصين به.
- إن تجاوز الجمهور مع الحصة وعدد الرسائل والمكالمات التي تصلها يؤكد تأثيرها -الحصة- عليه كونها تعالج أحداث واقعية تعكس فعلا ما يعيشه المواطن أو الشخص الذي يعاني من مشكلة ما.
- ساهمت حصة "... وكل شيء ممكن" إلى جانب حصص اجتماعية أخرى إلى نشر التوعية للوقاية من الآفات الاجتماعية وخلق ثقافة الحوار داخل الأسرة أولا وفي المجتمع ثانيا. (1)

تعقيب الدراسة:

تختلف هذه الدراسة عن دراستنا في كون مجتمع بحث هذه الدراسة الحصص الخاصة الاجتماعية في التلفزيون الجزائري "... وكل شيء ممكن" في حين مجتمع بحثنا يتمثل في طلبة علم اجتماع، كما اختلفت في المنهج فقد اعتمدت على المنهج المسحي في حين أننا تطرقنا إلى المنهج الوصفي.

وساعدتنا هذه الدراسة في معرفة أن هذه البرامج التلفزيونية الاجتماعية كحصة "... وكل شيء ممكن" بأنها تتطرق إلى المواضيع الحساسة المأخوذة من رحم المجتمع وتمثل انشغال المواطن بالإضافة إلى إسهاماتها في نشر التوعية للوقاية من الآفات الاجتماعية وخلق ثقافة الحوار داخل الأسرة أولا وفي المجتمع ثانيا.

الدراسة 2:

عنوان الدراسة: البرامج الاجتماعية في الفضائيات الجزائرية الخاصة برنامج "ما وراء الجدران" - قناة النهار - نموذجا.

(مذكرة لنيل شهادة ماستر "ل.م.د" جامعة العربي تبسي، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع).

صاحب الدراسة: رزيق سامية.

(1) - مايا باشا: الحصص الخاصة في التلفزيون الجزائري دراسة وصفية تحليلية لحصة "... وكل شيء ممكن" ،مذكرة لنيل شهادة الماجستير في علوم الإعلام والاتصال ،جامعة الجزائر - بن يوسف بن خدة-، كلية العلوم السياسية والإعلام، قسم الإعلام والاتصال ،الجزائر، 2007-2008.

البلد: تبسة.

السنة: 2015-2016.

الإشكالية المطروحة: كيف عالجت قناة النهار البرنامج الاجتماعي "ما وراء الجدران" ضمن مادتها الإخبارية؟

وتتفرع أسئلة الدراسة كما يلي:

- ماهي موضوعات القائم بالاتصال في برنامج ما وراء الجدران في قناة النهار؟

- ماهي مواقف واتجاهات القائم بالاتصال نحو برنامج "ما وراء الجدران" في قناة النهار؟

- ماهي القيم التي يضمنها برنامج ما وراء الجدران في قناة النهار؟

- ماهو الجمهور المستهدف في برنامج ما وراء الجدران في قناة النهار؟

_ ما هي المدة الزمنية المخصصة للفاعلين في برنامج ما وراء الجدران في قناة النهار؟

اعتمدت الباحثة على المنهج الوصفي كون الدراسة تتدرج ضمن الدراسات الوصفية التحليلية من حيث كونها أبحاث يتم فيها دراسة الوضع الراهن.

أما العينة تمثلت في عدد من البرامج التلفزيونية الاجتماعية.

اعتمدت الباحثة على أداة تحليل المضمون نظرا لأهميتها الكبيرة في دراسة البرامج الاجتماعية.

نتائج الدراسة:

خلصت الدراسة إلى نتائج:

- تطرق البرامج إلى مواضيع حساسة آنية مأخوذة من رحم المجتمع وتمثل انشغال المواطن فيه ، وهذا ما بين عوامل نجاحها، إضافة إلى أن البرامج المباشرة تكسب ثقة المشاهد وتكسب التلفزيون مصداقية أكبر من خلال فتح الحوار المباشر مع الجمهور عن طريق الهاتف وبالتالي كما كان البرنامج يبيث على الهواء مباشرة كما زاد اهتمام المواطن بالمعلومات التي يقدمها.

- يقدم البرنامج معلومات حول الآفات الاجتماعية من خلال التعريف بالموضوع وأسباب وجوده وانعكاساته على الفرد وعلى المجتمع بالإضافة إلى تحليل المستشارين له.
- إن عدد كبير من الأشخاص استطاعوا العودة إلى أهاليهم ونويعهم بفضل هذا البرنامج ومتابعته الموضوعات حتى بعد عرضها.
- ساهم برنامج ما وراء الجدران في كسر بعض الطابوهات (المواضيع المحرمة) داخل المجتمع الجزائري بتطرقه للاعتراف بالخطأ: إهمال الوالدين، العنف الأسري، الاختطاف، أسباب هذه الآفات ومحاولة إيجاد الحلول لها.
- ساهم برنامج ما وراء الجدران في نشر التوعية للوقاية من الآفات الاجتماعية وخلق ثقافة الحوار الأسري أولاً وفي المجتمع ثانياً.⁽¹⁾

تعقيب الدراسة:

تختلف هذه الدراسة عن دراستنا في كون عينة الدراسة اقتصرت على عينة واحدة فقط وهي عدد من البرامج التلفزيونية الاجتماعية، بينما عينة دراستنا تمثلت في طلبة تخصص علم اجتماع. واعتمدت هذه الدراسة على أداة تحليل المضمون أما دراستنا تطرقت إلى الاستمارة الإلكترونية. وظفت الدراسة السابقة المنهج الوصفي وهذا ما اتفقت عليه مع دراستنا.

كما تشترك من حيث الهدف المتمثل في معرفة مدى إقبال المشاهدين ومعرفة موافقتهم اتجاهاتهم للبرامج الاجتماعية.

الدراسة 3:

عنوان الدراسة: اتجاهات الأسرة الجزائرية نحو مشاهدة البرامج الاجتماعية في قناة الشروق Tv "دراسة مسحية على عينة من أسر بلدية حاسي بن عبد الله" مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر في علوم الإعلام والاتصال، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة قاصدي مرباح ورقلة.

(1) - رزيق سامية: البرامج الاجتماعية في الفضائيات الجزائرية الخاصة برنامج "ما وراء الجدران" قناة النهار - نموذجاً: مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماستر "ل،م،د"، جامعة العربي تبسي، تخصص وسائل الإعلام والمجتمع، تبسة، 2015-2016.

صاحب الدراسة: صندالي عبد اللطيف، شبوبة العيد.

البلد: ورقلة.

السنة: 2016-2017.

وقد تم طرح الإشكالية: فيما تتمثل اتجاهات الأسر الجزائرية نحو مشاهدة البرامج الاجتماعية في قناة الشروق Tv ؟

وأدرجت هذه الدراسة في التساؤلات الفرعية التالية:

- ما دوافع الأسر الجزائرية لمشاهدة البرامج الاجتماعية لقناة الشروق وماهي الاشباعات التي تحقق منها؟

- ماهي أهم القضايا والمشكلات التي تطرحها البرامج الاجتماعية لقناة الشروق؟

- ما طبيعة اتجاه الأسر الجزائرية نحو طريقة أداء البرامج الاجتماعية؟

واعتمد الباحثان على منهج المسح الاجتماعي كونه يعتبر من أهم المناهج المستخدمة في مجال الدراسات الإعلامية وخاصة البحوث الوصفية.

وأما مجتمع الدراسة تمثل في بعض أسر بلدية حاسي بن عبد الله الواقعة في ولاية ورقلة، أما العينة الخاصة بدراستنا تمثلت في عدد من أفراد طلبة علم اجتماع وكانت عينة قصدية.

و استخدمت استمارة الاستبيان لأداة جمع البيانات.

وتوصلت الدراسة إلى النتائج العامة التالية:

1- إن معظم أفراد العينة كانوا في عمر الشباب، وكان معظمهم من المستوى الثانوي و الجامعي.

2- من بين الأهداف التي تسعى إليها الأسر الجزائرية لتحقيقها من قناة الشروق Tv هي الإطلاع على أحوال المجتمع.

3- وجدنا أن معظم أفراد الأسرة الجزائرية لا يتفاعلون مع البرامج الاجتماعية لقناة الشروق Tv في حين النسبة المتبقية يتفاعلون عبر الرسالة القصيرة SMS .

4- إن البرامج الاجتماعية التي تطرحها القناة تراعي مبادئ وقيم الأسرة الجزائرية، وأكثر القضايا تناولاً في قناة الشروق TV هي قضية تشرد الأطفال وقضية الطلاق في برنامج خط أحمر من أكثر البرامج تناولاً لمثل هذه القضايا.

5- الطريقة التي تعتمدها القناة تتناسب مع مضمون البرامج الاجتماعية باعتمادها على بساطة اللغة وكذلك حسن اختيار الوقت والصور الريبورتاجات المناسبة، بالإضافة إلى الشخصيات التي تستضيفها قناة الشروق TV يزيد من فهم واستيعاب الجمهور للقضية المطروحة.⁽¹⁾

تعقيب الدراسة:

تختلف هذه الدراسة عن دراستنا حيث تمثل مجتمع الدراسة في أسر بلدية حاسي بن عبد الله في ولاية ورقلة، أما مجتمع دراستنا تمثل في طلبة علم اجتماع جامعة محمد الصديق بن يحيى-جيجل-.

اتفقت دراستنا مع الدراسة مع دراسة السابقة في العينة القصدية واستخدام استمارة الاستبيان لأداة جمع البيانات.

وساعدتنا هذه الدراسة في معرفة مدى اهتمام قناة الشروق إلى الإطلاع على أحوال المجتمع واهتمامها بعدة قضايا كقضية التشرد.

ثامنا_ نظريات الدراسة:

إن تحديد نظريات الدراسة تعد من أهم الخطوات في أي بحث علمي، وبذلك تشكل موروثاً معرفياً وفي هذه الدراسة ونظراً لطبيعة الموضوع وطبيعة أسئلة الدراسة فإنه سيتم الاعتماد على نظريتين لدراسة موضوع بحثنا وهما: نظرية الاستخدامات والإشباعات ونظرية الغرس الثقافي.

1_ نظرية الاستخدامات والإشباعات

افتترضت هذه النظرية بأن الجمهور يستخدم المنتج الإعلامي لإشباع رغباته، و أن دور وسائل الإعلام هو تلبية هذه الاحتياجات.

(1) - صندالي عبد اللطيف، شوبية العيد: اتجاهات الأسرة الجزائرية نحو مشاهدة البرامج الاجتماعية في قناة الشروق TV "دراسة مسحية على عينة من أسرة بلدية حاسي بن عبد الله"، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام والاتصال، جامعة قاصدي مرباح، ورقلة، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علوم الإعلام والاتصال، تخصص تكنولوجيا الاتصال الجديدة، 2016-2017.

مفهوم النظرية:

انطلق مفهوم النظرية من خلال تعرض الجمهور للمنتج الإعلامي لإشباع رغبات كامنة معينة استجابة لدوافع الحاجات الفردية.⁽¹⁾

وهذا المفهوم يتضمن العناصر الأساسية التي بنيت عليها الدراسات الإعلامية التي تناولت هذه النظرية وهي:

أ_ الاستخدام: ويعني ذلك أن الجمهور هو الذي يستخدم الوسيلة الإعلامية وليس العكس، وهو الذي يشاهد المضمون الإعلامي، أو يقرأه أو يسمعه وكذلك يتم بإرادته واختياره.

ب_ الإشباع: وهي النتيجة التي يتلقاها الجمهور من مضمون وسائل الإعلام استجابة لحاجاته ودوافعه من التعرض لهذه الوسائل فإن الجمهور يتوقع إشباعاً معيناً من المادة الإعلامية.⁽²⁾

فإذا وجد ما يبحث عنه كانت إشباعاً كلية وإن وجد بعضها فإنها جزئية.

نشأة النظرية:

تيار سوسيولوجي مرتبط بالبنائية الوظيفية ظهر في بداية السبعينات من القرن العشرين وقد ابتعد عن نظريات التأثير المباشر وغير المباشر أو التأثير المحدود والتوزيعية، وتساءل عن كيفية تصرف الناس بوسائل الإعلام وكيف يفكرون لا فيما يجب أن يفكروا فيه من خلال المواضيع المعروضة للنقاش.⁽³⁾

وجاء ظهور هذه النظرية في مجال الدراسات الإعلامية على جمهور المتلقين، وقد عرفت النظرية بأنها دراسة جمهور وسائل الاتصال الذين يتعرضون بدوافع معينة لإشباع حاجات فردية معينة، وقد أكد "كاتز" وهو أحد رواد هذه النظرية أن استخدام وسائل الاتصال يتيح بصورة واضحة حينما توجه اهتمامنا بما يفعله الجمهور بتلك الوسائل لا حينما بما تفعله وسائل الاتصال بالجمهور.⁽⁴⁾

فروض النظرية: تستند النظرية على الافتراضات التالية:

(1) - بسام عبد الرحمن المشاقبة: نظريات الإعلام، دار أسامة، ط1، الأردن، 2011، ص84.

(2) - محمد بن سعود البشير، نظرية التأثير الإعلامي، ط1، الرياض، 2014، ص122.

(3) - ناصر قاسمي: مصطلحات أساسية، مرجع سابق، ديوان المطبوعات الجامعية، د.ط، 2017، ص248.

(4) - عبد النبي عبد الله الطيب: فلسفة ونظريات الإعلام، دار العالمية، جامعة وادي النيل، ط1، 2014، ص145.

- أن أعضاء الجمهور فاعلون في عملية الاتصال واستخدامهم لوسائل الإعلام تحقق لهم أهداف مقصودة تلبي توقعاتهم.
- الربط بين الرغبة في إشباع حاجات معينة واختيار وسيلة إعلام محددة يرجع الجمهور نفسه وتحدده الفروق الفردية.
- التأكيد على أن الجمهور هو الذي يختار الوسائل والمضمون والذي يشبع حاجاته.
- يكون الجمهور على علم بالفائدة التي تعود إليه، ظهور يستطيع أن يمد الباحثين بصور فعلية لاستخدامه لوسائل الإعلام.⁽¹⁾

رابعاً: عناصر مدخل الاستخدامات والإشباع:

- 1- افتراض الجمهور النشط.
- 2- الأصول الاجتماعية والنفسية لاستخدام وسائل الإعلام.
- 3- دوافع الجمهور وحاجاته من وسائل الإعلام.
- 4- التوقعات من وسائل الإعلام والتعرض لها.
- 5- إشباع وسائل الإعلام.⁽²⁾

خامساً: أهداف النظرية:

- تسعى نظرية الاستخدامات والإشباع لتحقيق 03 أهداف رئيسية هي:
- الهدف 1: التعرف على كيفية استخدام الأفراد لوسائل الإعلام، وذلك بالنظر إلى الجمهور النشط الذي يستخدم الوسيلة التي تشبع حاجاته وأهدافه.
 - الهدف 2: توضيح دوافع استخدام وسيلة بعينها من وسائل الإعلام والتفاعل مع نتيجة هذا الاستخدام.

(1) - محمد حسن إسماعيل: مرجع سبق ذكره، ص254.

(2) - حسن عماد مكاي، ليلي حسن السيد: الاتصال والنظريات المعاصرة، دار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة، 1997، ص243.

• الهدف 3: التركيز على أن فهم الاتصال الجماهيري يأتي نتيجة لاستخدام وسائل الاتصال الجماهيري.⁽¹⁾

2- نظرية الغرس الثقافي:

أولاً: مفهوم نظرية الغرس الثقافي:

يرى صاحب هذه النظرية (جرينر: George Gerbner 1976) أن التلفزيون أصبح المصدر الرئيسي للمعلومات في مجتمعاتنا المعاصرة مشكلاً تصور المشاهدين للواقع الاجتماعي ومن ثم ثقافتهم ككل فالذين يشاهدون التلفزيون أربعة ساعات أو أكثر يسميهم "جرينر" كتفي المشاهدة.⁽²⁾

ثانياً: مفاهيم مرتبطة بالنظرية:

1- مفهوم الاتجاه السائد:

الغرس الثقافي يتم من خلال الاتجاه السائد أو الشائع لأن عملية الغرس تتم من خلال المفاهيم الراسخة والاتجاهات الغالبة بكثافة من المشاهدين.

التعرض المستمر لبعض المشاهد نفسها ينمي وجهات النظر المتشابهة عند المتلقين لذا يعمل الغرس على جعل جمهور التلفزيون متجانساً، لأنهم لا يشاهدون نفس المناظر والاتجاهات والمنوعات والأفلام والمسلسلات.⁽³⁾

2- مفهوم الصدى أو الرنين: يقصد بالصدى أو الرنين تلك التأثيرات المضافة للمشاهدة بجانب الخبرات الأصلية الموجودة فعلاً لدى المشاهدين ، و بذلك فإن مشاهدة يمكن أن تؤكد هذه الخبرات من خلال استدعائها بواسطة الأعمال التلفزيونية التي يتعرض لها الأفراد أصحاب هذه الخبرات بكثافة أعلى.⁽⁴⁾

(1) - مصطفى يوسف الكافي: الرأي العام ونظريات الاتصال دار ومكتبة حامد للنشر، ط1، عمان، 2015، ص ص 215-216

(2) - دليو فضيل: التكنولوجيا الجديدة للإعلام والاتصال، دار الثقافة، ط1، عمان، 2010، ص66.

(3) - ميرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد: نظريات الاتصال، دار النهضة، ط1، القاهرة، ص 312.

(4) - خضرة عمر المفلح: الاتصال المهارات والنظريات وأسس عامة، دار الحامد، ط1، الاردن، 2015، ص ص 167، 166.

ثالثاً: أصول نظرية الغرس الثقافي:

ترجع جذور نظرية الغرس الثقافي "الإنماء" إلى الباحث الأمريكي (جورج جرنبر) من خلال مشروعه الخاص بالمشورات الثقافية الذي بحث فيه تأثير وسائل الاتصال الجماهيرية على البيئة الثقافية⁽¹⁾، عن طريق تطبيق أفكار خاصة بعمليات بناء المعنى، وتشكيل الحقائق الاجتماعية والتعلم من خلال الملاحظة، حيث ترى هذه النظرية أن الأشخاص كثيفي التعرض لبرامج التلفزيون يختلفون في إدراكهم للواقع الاجتماعي من الأفراد قليلي التعرض، كما يعتمدون على التلفزيون في الحصول على المعلومات أكثر من غيره.⁽²⁾

وقد نشأت هذه النظرية في مواجهة ظروف اجتماعية خاصة في الولايات المتحدة الأمريكية، تمثلت في ظهور موجات من العنف والجرائم والاعتقالات في المجتمع الأمريكي في نهاية الستينات، وربط الناس بين ظهور هذه الموجات والانتشار الواسع للتلفزيون، مما حدا بالباحثين والمؤسسة البحثية في أمريكا لإجراء العديد من البحوث حول علاقة مشاهدة التلفزيون وارتفاع معدلات الجريمة والسلوك العدواني.⁽³⁾

رابعاً: خطوات نظرية الغرس الثقافي:

وتبدأ خطوات نظرية الغرس الثقافي عموماً بالتعرف على النماذج التي يتم تكرارها في المحتوى التلفزيوني والتأكد من أنساق وتجانس الصور الذهنية images والصور المنعكسة portageux والقيم values التي تحتوي عليها البرامج.

تعتمد الدراسات الخاصة بالغرس الثقافي في إجرائها على خطوات أربع وهي:

1- تحليل نسق الرسالة الإعلامية.

2- صياغة أسئلة عن واقع الجمهور.

3- مسح اهتمامات الجمهور.

(1) - عبد النبي عبد الله الطيب: مرجع سبق ذكره، ص 152.

(2) - سماح حسين الماضي: الاتصال الجماهيري، دار جليس الزمان، ط1، عمان، 2011، ص 61.

(3) - مصطفى يوسف الكافي: لمرجع سبق ذكره، ص 221.

4- عقد مقارنة بين الجمهور كثيف المشاهدة وجمهور قليل المشاهدة.⁽¹⁾

خامسا: طرق التأثير حسب النظرية:

هناك طريقتان يقاس بهما التأثير حسب هذه النظرية:

القياس الأول: يسمى بالطلب الأول First ordre وفيه يطلب من المبحوثين إعطاء توقعات كمية عن نسبة حدوث أشياء معينة، تعرف من قبل نسبتها في التلفزيون مقارنة مع الواقع الحقيقي... بعد ذلك تستخدم الأساليب الإحصائية لمعرفة الفروق في التوقعات بين أولئك الذين يشاهدون التلفزيون بشكل كثيف والذين يشاهدون بشكل ضعيف.⁽²⁾

القياس الثاني: أو الطلب الثاني Second ordre وفيه يتم حساب مقدار أو حجم الفروق بين المعتقدات كثيفي المشاهدة وقليلي المشاهدة، مع الأخذ في الاعتبار أن الناس لهم أصلا معتقداتهم في الواقع الاجتماعي.⁽³⁾

(1) - كامل خورشيد مراد: مرجع سبق ذكره، 2021، ص152.

(2) - عبد النبي عبد الله الطيب: مرجع سبق ذكره، ص268:269.

(3) - عزام محمد أبو الحمام: الإعلام الثقافي، دار أسامة، ط1، الأردن، 2009، ص 152.

خلاصة الفصل:

قمنا بهذا الفصل بتحديد "الإطار المفاهيمي للدراسة" حيث قمنا بضبط إشكالية الدراسة، فرضيات الدراسة، أسباب اختيار الدراسة كما تطرقنا إلى بيان أهمية و أهداف الدراسة ، و ضبطنا مفاهيم الدراسة ، ووظفنا الدراسات السابقة و نظريات الدراسة المناسبة لدراستنا.

الفصل الثاني

البرامج التلفزيونية والبرامج التلفزيونية الاجتماعية

أولاً. البرامج التلفزيونية

ثانياً. البرامج التلفزيونية الاجتماعية

تمهيد:

بعد الثورة الهائلة التي حققتها الاتصالات اتسع نطاق تأثير وسائل الإعلام على نواحي المجتمع كافة، فتعددت الوقائع و القضايا التي تناولتها وسائل الإعلام على اختلافها و التلفزيون خاصة، ومع تنوع القنوات بما تقدمه من أنواع مختلفة من البرامج التلفزيونية هذه الأخيرة تختلف باختلاف مضمونها و محتواها على سبيل الذكر البرامج التلفزيونية الاجتماعية التي تلقى إقبالا واضحا من قبل المشاهدين.

و من خلال هذا الفصل سنحاول الإلمام بهذا الموضوع الهام متطرقين إلى: أنواع البرامج التلفزيونية، تصنيفات البرامج التلفزيونية، خطوات إعداد البرامج التلفزيونية، سمات معد البرامج التلفزيونية، البث التلفزيوني و ظهور البرامج التلفزيونية الاجتماعية، خصائص البرامج التلفزيونية الاجتماعية، أهداف البرامج التلفزيونية الاجتماعية، الاستمالة المستخدمة في البرامج التلفزيونية الاجتماعية.

المطلب الأول: البرامج التلفزيونية

أولاً_ أنواع البرامج التلفزيونية:

تعرض البرامج التلفزيونية في أنواع وقوالب عديدة بما يحقق نوعاً من التوافق بين أشكالها ومضامينها ومن أبرز تلك القوالب:

1_ البرامج الترفيهية:

وهي البرامج النوعية التي تختص بما تعرضه من مواد فكاهة وهي كل أنماط النشاطات التي تخرج النطاق الجاد والتي تعتمد على المزاح والإثارة متخذة صفة الخداع والضرب والشتم والترهيب كمظاهر لها في سياقات المنفعة والترفيه، والتي تمارس على الأشخاص وحتى الجمهور المشاهد مستغلة المشاعر الإنسانية لهم.⁽¹⁾

2_ البرامج الحوارية:

تعد البرامج الحوارية بأقسامها وأنواعها الأساس للكثير من البرامج، فالحوار يهيئ المعلومة المهمة وعن طريقه يطرح المتحاورون آرائهم ووجهات نظرهم المتقاربة والمختلفة، ويقوم على التفاعل المتبادل وفق مجموعة من المعايير، ويوفر هذا النوع فرصاً أكبر للمشاهدين للتعرف على الجوانب غير المرئية من الحياة، الشخصيات العامة من مسؤولين سياسيين... وغيرهم وينتج منبرا لهؤلاء لكي يعرضوا مواقفهم للقضايا السياسية والاجتماعية والثقافية وتهتم بها شرائح معينة من المجتمع.⁽²⁾

3_ برامج الأطفال:

وهي فكرة أو مجموعة أفكار تصاغ في قالب تلفزيوني معين باستخدام الصورة والصوت (رسوم متحركة) بكامل تفاصيلها الفنية لتحقيق هدف معين.⁽³⁾

(1) - شرارة حياة: الرسالة البصرية بين اللذة والقيمة- برامج ترفيهية نموذجاً- مجلة الصورة والاتصال، العدد32، جامعة مستغانم، ص43..

(2) - كامل الطروانة: الحوار التلفزيوني والإذاعة، دار أسامة، ط1، الأردن، 2014، صص150، 152.

(3) - تسنيم أحمد مخيمر: القيم في برامج الأطفال التلفزيونية-برامج أم بي سي 3 نموذجاً- دراسة تحليلية، مذكرة استكمال متطلبات الحصول على درجة ماجستير في الإعلام، جامعة الشرق الأوسط، 2015، صص25.

4_ البرامج السياسية (الأخبار):

وهي البرامج التي تتناول قضايا الأمة في ظل الأحداث الساخنة محليا ودوليا وقد ظهرت عدة برامج ذات طبيعة سياسية وإنسانية وإن اختلفت مسمياتها ومقدمها وظروف البث على الهواء.⁽¹⁾

5_ البرامج الوثائقية

وتسمى أيضا بالفيلم التسجيلي وهو كافة أساليب التسجيل على فيلم لأي مظهر من مظاهر الحقيقة يتم عرضه بوسائل التصوير المباشر، أو بإعادة بنائه بصدق وعند الضرورة ثلاث عناصر تجعل البرنامج من النوع الوثائقي ويؤثر في الظواهر اجتماعيا أو اقتصاديا.⁽²⁾

6_ برامج المنوعات:

هو برنامج يجمع الغناء والموسيقى والرقص تقدمه شخصية حية وجذابة، يبث في الغالب أثناء السهرة، حيث يعد في نظر البعض واجهة الفنانين الذين لم ينالوا حقهم في الإعلان أو الإشهار ويشكل في نظر الآخرين مدخلا لاكتشاف المواهب الفنية⁽³⁾، وغالبا ما يشمل هذا القالب أشكال البرامج والمجلات والريبورتاجات والبرامج الخاصة.⁽⁴⁾

7_ برامج الحديث المباشر:

وهو عبارة عن المادة الإعلامية التي يقدمها أحد المتخصصين إلى جمهور المشاهدين ويعتمد على أسلوب السرد، ويكون لشخصية المتحدث أثر كبير في تحقيق الحديث لأهدافه، فضلا عن حسن وسلامة اللغة ووضوح الهدف.⁽⁵⁾

ثانيا_ تصنيفات البرامج التلفزيونية:

يتم تصنيف البرامج التلفزيونية عبر عدة معايير، وهي على النحو الآتي:

(1) - حسن علي محمد: مقدمة في الفنون الإذاعية والسمعية، دار العربية للنشر، ط1، القاهرة، 2009، ص19.

(2) - أيمن عبد الحليم النصار: إعداد البرامج الوثائقية، دار المناهج، د.ط، عمان، 2007، ص44.

(3) - نصر الدين العياضي: الاتصال والإعلام والثقافة عتبات التأويل، دار الثقافة، د.ط، الشارقة، 2015، ص78.

(4) - دويدرا الطاهر دويدرا: فنون المنوعات والتلفزيون، ط1، القاهرة، 2008، ص51.

(5) - حسن دبي الزويني: القنوات الفضائية والإعلامية والاقتصادية، دار أسامة، ط1، عمان، 2012، ص25.

- 1- الوظيفة والهدف: الإعلام- الترفيه- التثقيف- التعليم- الإعلان... الخ.
- 2- المحتوى والمضمون: ديني- سياسي- اقتصادي- ثقافي- رياضي- فني... الخ.
- 3_ الجمهور: عامة المجتمع- الأطفال- الشباب- النساء- نخبة متخصصة... إلخ.
- 4_ دورية البث: يومي-أسبوعي- شهري- نصف شهري... الخ.
- 5_ وقت البث: برامج الصباح- برامج الظهرية- برامج المساء- برامج السهرة... الخ.
- 6_ اللغة وشكل أو القالب الفني: لغة عربية فصحي- لهجة عامية- أجنبية- قالب حديث- أو حوار تحقيق- مجلة... إلخ. (1)

ثالثا_خطوات إعداد البرامج التلفزيونية:

يمكن توضيح أهم الخطوات العلمية في مايلي:

1_ اختيار الفكرة:

تتعدد الموضوعات والقضايا والشخصيات التي يمكن أن تكون مادة صالحة للبرامج التلفزيونية ويمكن تصنيف هذه الموضوعات والقضايا إلى النقاط التالية:

- موضوعات وقضايا نشر اهتمامات أوساط الرأي العام.
- موضوعات وقضايا تنسم بالآنية والحدثة.
- الاهتمامات الإنسانية بموضوعات وقضايا تتصل بإنجازات على أرض الواقع. (2)

2_ تحديد الغرض:

ويتراوح غرض البرنامج ما بين الوظيفة الإعلامية، أي تقديم معلومات معينة للجمهور المشاهدين أو الفئة منهم ويتضح لذلك أكثر من خلال النشرات و البرامج الاجتماعية أو الدينية.. (3)

(1)- فهد بن عبد الرحمن الشميمري: التربية الإعلامية كيف تتعامل مع الإعلام، دار إقرأ الدولية، دط، مصر، 2011، ص35.

(2)- عادل عبد الغفار: الاتجاهات المعاصرة في الإعداد والتقديم الإذاعي والتلفزيوني، دار العالم العربي، ط1، القاهرة، 2014، ص14.

(3)- حسين دبي الزويني: المرجع السابق، ص24.

3_ نوعية المشاهد:

يتم فيها تحديد نوعية المشاهد حتى يمكن تقديم البرامج بالشكل الذي يناسب هذه النوعية من المشاهدين وقد تكون نوعية المشاهد من النخبة أو رجال الفكر أو العامة.⁽¹⁾

4_ الزمن:

يتم دراسة الوقت المطلوب فيه عرض البرنامج على أن يرتبط بنوعية المشاهدين.⁽²⁾

5_ كتابة سيناريو المونتاج:

ترتبط هذه الخطوة بما تم جمعه من معلومات إضافية ، وما تم تصويره فعلا من لقطات للمكان، ولقاءات مع خبراء، أو شاهدي عيان...الخ وهو ما يمكن تسميته بـ (سيناريو المونتاج).⁽³⁾

6_ مرحلة ما بعد الإنتاج:

وهي مرحلة إنتاج ودمج المحتوى للمشهد مع المشهد الحقيقي المصور بالكاميرا ومرحلة عمل المونتاج والمعالجة النهائية بالجودة المالية.⁽⁴⁾

رابعاً: سمات معد البرامج التلفزيونية:

يلعب مقدم البرنامج التلفزيوني دورا مهم في تسيير البرنامج لذلك عليه أن يتحلى بعدة ميزات تمكنه من النجاح ومن بين هذه السمات مايلي:

- تشترط معظم التلفزيونات العربية توفر مؤهل جامعي وتمكين من اللغة العربية والإنسانية.

- القدرة على التعبير عن الأفكار وتتجلى هذه القدرة في مقدرته على الكتابة ومستوى معرفي جيد بالموضوعات التي يكتبها.

- فهم التلفزيون كوسيلة إعلامية وخصائصها ومقوماته.

(1) - جواد علي مسلماني: البرامج التلفزيونية والدور الثقافي للقنوات الفضائية، دار المجد، ط1، الأردن، 2016، ص77.

(2) - جواد مسلماني، مرجع نفسه، ص78.

(3) - علي عزيز بلال : الفيلم التسجيلي التلفزيوني من الفكرة إلى الشاشة، منشورات الهيئة العامة السورية، د.ط، دمشق،

2013، ص85.

(4) - شريف عطية بدران: الإنتاج التلفزيوني في الاستوديو الافتراضي، دار أسامة للنشر، ط1، الأردن، 2016، ص70.

- القدرة على التخيل والابتكار والالتزام بالمعايير الأخلاقية كالصدق والموضوعية.⁽¹⁾
 - أن يكون له شخصية جذابة وناجحة في عملها وتكون متميزة وصاحبة تأثير وذلك من خلال الهدوء والثبات والنظرة الإيحاء اللفظي.
 - أن يكون مثابر ولديه روح النضال.
 - أن يمتاز بالمظهر المعنوي وتعبيرات الصمت أو الإشارة والابتسامة.⁽²⁾
- المطلب الثاني: البرامج التلفزيونية الاجتماعية:**

أولاً- بث التلفزيوني وظهور البرامج التلفزيونية الاجتماعية:

تعود نشأة التلفزيون في الجزائر إلى الفترة الاستعمارية وبالضبط في 24 ديسمبر 1956، أين أطلقت أول قناة في الجزائر تحت اسم TELEVESIONAL GER'RTD إلا أنها كانت فرنسية بكل معنى الكلمة ومع استعادة الدولة الجزائرية سيادتها سنة 1962 تم استرجاع مبنى الإذاعة والتلفزيون ليتحول المبنى من الإذاعة إلى الإذاعة والتلفزيون الجزائري.⁽³⁾

ومع مرور السنين سعت الجزائر لتطوير الإنتاج الوطني في ظل المنافسة الشديدة وذلك باستخدام الأعمار الصناعية.

وبدأت التلفزة الجزائرية في بث برامجها باتجاه دول شمال إفريقيا، جنوب أوروبا بواسطة القمر الصناعي الأوروبي (أوتلسات) الذي يشمل حقل تغطية شمال الصحراء ابتداءً من 20 أوت 1994 وفي هذا التاريخ بدأ البث التجريبي للقناة الجزائرية نحو الخارج لأنه يصادف يوم الاحتفال بذكرى المولد النبوي الشريف من أجل تعزيز الروابط والعلاقات مع الجالية بالخارج.⁽⁴⁾

(1) - حسين أبو شب، حسن سعد: إنتاج المواد الإعلامية، سلسلة دراسات إعلامية، د ط، د بلد، 2016، ص ص73-74.

(2) - محمد الطويجي: مهارات مقدم البرامج الكاريزما... الصوت... الجسد، دار العربي للنشر، ط1، القاهرة، 2008، ص53.

(3) - لمياء طالة: الإعلام الفضائي والتغريب الثقافي، دراسة أسامة، ط1، الأردن، ص244.

(4) - رضوان بلخير: مدخل إلى وسائل الإعلام والاتصال - نشأتها وتطورها - جسور النشر، ط1، الجزائر، 2014، د. بلد، ص183.

بالإضافة إلى بث القناة الجزائرية الثالثة وهي تابعة للمؤسسة الوطنية للتلفزيون، تبث عبر القمر الصناعي عربسات وهي موجهة بالأساس للعالم العربي، وقناة الأمازيغية وهي تابعة للتلفزيون الجزائري، وهي من القنوات العامة يديرها مولود معمري أنشأت في بداية 2009.⁽¹⁾

دخلت الجزائر سنة 2012 بحزمة من الإصلاحات السياسية المعلنة لمرحلة جديدة مع إرساء مسارها الديمقراطي، فسخرت لقطاع الإعلام والاتصال الإمكانيات اللازمة، الأمر الذي تطلب وضع قانوني والمتمثل في المشروع العضوي الصادر في جانفي 2012 والذي يعد بمثابة ميلاد قنوات الإذاعية والخاصة التي تبث مضامين متنوعة إخبارية، سياسية، ثقافية، اجتماعية...

حيث عرفت هذه الأخيرة (البرامج الاجتماعية) تفاعلا داخل المجتمع الجزائري نتج عنه تناقضات وصراعات اجتماعية، ولقد كان التلفزيون الجزائري فالماضي يعمل على بث حصص تساهم في عملية التنشئة.

وابتداء من السنوات الأولى من التسعينات، ظهرت أول الحصص التلفزيونية الاجتماعية وهي حصة "تضامن" التي تمخضت منها حصة "...وكل شيء ممكن" وهي حصة إعلامية تلفزيونية ذات طابع اجتماعي، أول عدد لها 1995/01/16 على التاسعة ليلا من مواضيعها "الهروب، الطلاق، العنف داخل الأسرة..."⁽²⁾

كما هناك العديد من البرامج التلفزيونية الاجتماعية كبرنامج "على بال" التي تناولت هي الأخرى الكثير من القضايا التي تعكس الواقع، وحصة "عيون"، "من المجتمع"...

وأمام انتشار الغزو الثقافي الذي عمل على هدم القيم الثقافية المحلية والتحولت التي طرأت على المجتمع الجزائري كان لزاما على التلفزيون الجزائري مساندة هذا التحول فعرضت قناة الجزائرية الخاصة "الشروق تي في" وقد أطلقت هذه المؤسسة بداية من الساعة الصفر اليوم الأول من نوفمبر 2011 والانطلاق الرسمي كان عام 2011 بعد نحو 3 أشهر من البث التجريبي، ومن أهم برامج الاجتماعية للقناة البرنامج

(1) - رائد محمد عبد ربه، عكاشة محمد صالح: المدخل إلى السينما والتلفزيون، دار الجنادرية، ط1، عمان 2009، ص110.

(2) - مايا باشا: مرجع سبق ذكره، ص60-61

الاجتماعي "احكي حكايتك" منذ سنة 2015 إلى اليوم مع مقدمه "يوسف نكاح" وهو برنامج يهدف إلى نشر كل التجارب التي يمكن أن يعيشها المواطن الجزائري بطوها ومرها.⁽¹⁾

وعرضت أيضا برنامج "خط أحمر" وهو برنامج اجتماعي أسبوعي تقدمه الزميلة "فضيلة مختاري" على قناة الشروق تي في يعالج قضايا اجتماعية يبيت كل أسبوع يوم الأحد على الساعة التاسعة ليلا هدفه السعي إلى إيجاد حلول هذه القضايا وكذلك الاستفادة منها من طرف الجمهور المستهدف كالحديث عن انحراف الشباب وتحصينهم من الوقوع في برائن التعاطي والإدمان وذلك خلال إقناع المدمن ببداية العلاج وغيرها من المواضيع التي تمس المرأة ، الأطفال ...⁽²⁾

فالبرنامج يقوم بتخصيص برامج معينة للشرائح المستهدفة من الجمهور محاولا الوصول إلى حلول ومعالجة المشكلات الاجتماعية قدر الإمكان.⁽³⁾

وظهرت العديد من البرامج الاجتماعية كبرنامج وافعلوا الخير الذي كان له أول بث في 1 مارس 2012 ويقدمه منشط البرنامج المهندس محمد مشقق مدير العام لبرنامج "رشيد فضيل" ومع الضيافة دائمة" الشيخ فزازي بغدادي"، والجمعيات الخيرية.

كما عرضت قناة النهار تي في والتي انطلق بثها التجريبي في 6 مارس 2015 بأول نشرة إخبارية قدمت من طرف الثنائي الإعلامي "رياض بن عمر" و"تور اليقين مغريش"، وعرضت القناة برنامج اجتماعي "ما وراء الجدران" وهو برنامج إعلامي ذو طابع اجتماعي، أي برنامج يفتح فضاء الحوار ومناقشة مواضيع وظروف اجتماعية، ويعرض البرنامج حالات مع مواجهة المختصين وهذا يمنح فرص للمختصين لاستجواب الأشخاص ومعرفة التفاصيل أكثر.⁽⁴⁾

⁽¹⁾ - ربيحة نجار : دور التلفزيون في التوعية بمخاطر الدراسة، دراسة ميدانية على عينة من النساء الماكثات في البيت ببلدية بسكرة، جامعة محمد خضير بسكرة، أطروحة دكتوراه العلوم في علم الاجتماع، ص170.

⁽²⁾ - وفيق صفوت مختار: وسائل الاتصال والإعلام وتشكيل وعي الأطفال والشباب، دار غريب للنشر، د.ط، القاهرة 2010، ص325.

⁽³⁾ - داليا كمال الدين، عمر مالك: الأسس الفنية لإنتاج برامج المنوعات التلفزيونية، دراسة مسجلة تحليلية تطبيقية على قناة الشروق، مجلة العلوم الإنسانية، مجلد 7، 2016، ص140.

⁽⁴⁾ - طاهر حورية: المشكلات الاجتماعية في برامج التلفزيون الخاص بالدكتوراه دراسة تحليلية لقناة الهقار والشروق العامة والنهار - شهادة دكتوراه، تخصص لغة الاتصال والتحليل النقدي لوسائل الإعلام لكلية العلوم الاجتماعية، جامعة عبد الحميد بن باديس، مستغانم، 2018، ص150.

ويتمثل طابع البرنامج من خلال تكريسه للجانب الإنساني واهتماماته بمساعدة الحالات الاجتماعية (المرضى، الفقراء، المحتاجين، المعوقين...)، فهدفه بث روح التعاون ونشر الخير والأمل وأيضا مساعدة الحالات التي تمر في الحصة.⁽¹⁾

بالرغم من أن البرامج الاجتماعية الجزائرية نسخ من برامج اجتماعية الغربية والعربية، كالبرنامج الاجتماعي "خط أحمر" "بالخط العريض" "مالك مكتبي" والذي كان يبث على قناة LBC وبرنامج "خواطر" المكون من عدة أجزاء بلغت 11 جزءا للمقدم السعودي "أحمد الشقيري" وهو إعلامي سعودي المتخصص في تطوير الذات.⁽²⁾

وقد أطلق هذا البرنامج في مختلف القنوات العربية على حسب كل موسم منها قناة إقرأ- MBC - قناة الشارقة.

وتعد برامج الفضائيات العربية بمثابة وثائق عن مرحلة يعيش فيها المجتمع العربي، تساعد في سير وفهم الذهنية العربية،⁽³⁾ وغيرها من البرامج الاجتماعية كالبرنامج التونسي "جاك المرسول" والبرنامج العراقي "خط برتقالي" إلا أنها شكلت متنفسا للمواطن الجزائري تحمل خصوصيته وتعكس تجلياته.

ثانيا - خصائص وسمات البرامج التلفزيونية الاجتماعية:

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

1- تنوع الجمهور المستهدف:

ويحدد في هذه الخاصية نوعية الجمهور المستهدف من البرنامج هل يستهدف البرنامج جمهورا عاما (كل فئات الجمهور) أم يستهدف جمهورا نوعيا، ويقصد بالجمهور النوعي إحدى الفئات الجماهيرية التي يمكن تمييزها عن غيرها اعتمادا على واحدة أو أكثر من الخصائص الآتية:

(1) - ويكيبيديا الموسوعة الحرة: <http://wiki pedia/org/wiki> تم تصفح الموقع يوم 2020/03/03، 10:03.

(2) - محمد الجفيري: التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي، دار الصناع، د.ط، د.بلد، 2016، ص 53.

(3) - بشرى جميل إسماعيل: الإبداع الإعلامي في الفضائيات العربية، دار أسامة للنشر، ط1، عمان، 2012، ص 357.

- الفئات العمرية (أطفال، شباب، كبار).⁽¹⁾
- الخصائص المهنية والتعليمية والثقافية.
- الخصائص الديموغرافية للجمهور التي تتضمن الشرائح الاجتماعية والثقافية التي ينتمي إليها أعضاء الجمهور: الهوية، الجنسية، الدين، العرق...⁽²⁾

2 _ التفاعل مع المشاهد:

أي أنه برنامج يكون حوارى يقوم على أساس التفاعل بين مقدمي البرنامج وضييفي البرنامج ومختلف الفاعلين في البرنامج، وكذا التفاعل مع الجمهور، فنجد أغلب البرامج التلفزيونية الاجتماعية اليوم بإمكانية تفاعل الجمهور معها من حيث مداخلات هاتفية أو المشاركة عبر وسائل التواصل الاجتماعي وغيرها.⁽³⁾

3 _ المصداقية وحرية التعبير:

اعتماد المصداقية في نقل كل المعلومات والأخبار والبرامج للمتلقي وهذا لن يتم إلا بنقل الحقيقة والمعلومات والأحداث والتصريحات كما هي دون إضافات أو حذف أو تجاهل أو تشويه ومحاولة الوصول إلى كامل الحقيقة والتأكيد على مصداقيتها.⁽⁴⁾

وتعد المصداقية قيمة أساسية تجعل الحوار بموضوعاته وأساليبه ووسائل تقديمه موضع ثقة من الجماهير.⁽⁵⁾

4_ ارتفاع نسبة المشاهدين: ويقضي الأمر أن يتسلح المحاور بمهارات الاتصال بالآخرين، ومنها مهارات التحدث والتفكير ووزن الأمور، والإنصات والتركيز فيما يتحدث فيه ضيفه والذي يمكنه من التقاط الأفكار المثيرة التي تجذب المشاهدين وتثري موضوع الحوار.⁽⁶⁾

(1) - عادل عبد الغفار، المرجع السابق، ص15.

(2) - آرثر آسيا بيرغر: ترجمة خليل أبو إصبع: وسائل الإعلام والمجتمع وجهة نظر نقدية، دار عالم المعرفة، ط43 الكويت، 2012، ص67.

(3) - محمد الجفيري، مرجع سبق ذكره، ص27.

(4) - فارس جميل أبو خليل: وسائل الاتصال الجماهيري (الإعلام)، دار أسامة، ط1، 2011، ص217.

(5) - فائزة طه عبد الحميد: البرامج الحوارية للقنوات الفضائية وعلاقتها بمستوى معرفة المراهقين بالأحداث الجارية، المكتب العربي للمعارف، ط1، مصر، 2013، ص34.

(6) - محمد الجفيري، مرجع سبق ذكره، ص31.

ثالثاً: أهداف البرامج التلفزيونية الاجتماعية:

- 1- التعبير المباشر عن الناس من خلال مشاركتهم في طرح مشاكلهم وقضاياهم واهتمامهم وطموحاتهم.
- 2- المبادرة بعرض القضايا المجتمعية وأفكار جديدة على الرأي العام وإثرائهم بعرض وجهات النظر المختلفة في شأنها.
- 3- متابعة وتغطية الأحداث الجارية في سياق خبري.
- 4- إتاحة الفرصة لمختلف فئات المجتمع في التفاعل مع الأحداث والقضايا العامة والمبادرات المطروحة.
- 5- منح فرصة أكبر للتعبير عن الشباب وتفاعلهم مع قضاياهم واهتماماتهم.
- 6- التنوع بما يتيح الوصول إلى التعبير عن أكبر شريحة من المشاهدين.⁽¹⁾

رابعاً: خطوات إعداد البرامج التلفزيونية الاجتماعية:

- 1- التفكير بأكثر مشكلة تهتم أكبر قدر من الناس.
- 2- جمع المعلومات عن المشكلة سواء كانت معلومات إحصائية أو غيرها.
- 3- تحديد الجمهور المستهدف وخصائصه.
- 4- تحديد قالب التلفزيوني المناسب لطرح هذه القضية.
- 5- تحديد الوقت المناسب لطرح هذه القضية.
- 6- تحديد الشخصيات التي سوف يتم استضافتها في البرنامج.⁽²⁾

(1) -فايزة طه عبد الحميد: المرجع السابق، ص 41.

(2) - ظاهري لخضر: واقع الإذاعة المحلية ومعالجتها للمشكلات الاجتماعية - إذاعة الجلفة المحلية نموذجاً - مذكرة مكملة لنيل شهادة الماجستير في علم الاجتماع، تخصص علم الاجتماع، الاتصال والعلاقات العامة، جامعة خيضر سعد، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، بسكرة، 2011-2012.

خامسا: الاستمالات المستخدمة في البرامج التلفزيونية الاجتماعية:

تلجأ وسائل الإعلام إلى استخدام أساليب متنوعة لإقناع الجمهور المستهدف بمحتوى الرسائل الموجهة إليه، وذلك من أجل تحقيق التفاعل والتجاوب لما تعرضه من برامج وإعاقات... إلخ، لتحقيق بذلك الإقناع من خلال استخدام استمالة العقل والعاطفة أو إحداها لدى الفرد المستهدف.

ومن بين الاستمالات المستخدمة في البرامج التلفزيونية الاجتماعية:

1- الاستمالة المنطقية (العقلية):

فالتوجه إلى مخاطبة العقل تعبيراً عن إقناع الجمهور المستهدف بالرسالة يتم أساساً على استخدام الحجج والبراهين والبناء المنطقي في صياغة المواضيع فالاستمالة المنطقية قد تكون أفضل في العديد من الأحيان من الاستمالة العاطفية⁽¹⁾، وحتى تزداد فعالية الاستمالة يجب أن تعتمد إلى حد ما على توظيف دوافع الفرد ودراسة الاختلافات الفردية التي تحدد مدى تأثيرات الاستمالة المنطقية على كل قطاع نوعي من الجمهور وفقاً لدرجة الاختلاف في المستوى التعليمي والثقافة وطبيعة الشخصية وأسلوب التفكير.⁽²⁾

2- الاستمالة العاطفية:

تستهدف الاستمالة العاطفية التأثير على وجدان المتلقي وانفعالاته، وإشارة حاجاته النفسية والاجتماعية، ومخاطبة حواسه بما يحقق أهداف القائم بالاتصال.

وتعتمد الاستمالة العاطفية على مايلي:

1_2 استخدام الشعارات والرموز: تعتمد على ذلك خاصية التبسيط العملية التفكير واختزال مراحلها

المختلفة عن طريق إطلاق حكم نهائي على شكل مبسط.

2_2 دلالات الألفاظ: وهي من أساليب تحريف الكلام عن مواضيعه اعتماداً على الألفاظ.

(1) - فاطمة بلعمر: تأثير الإعلانات التجارية في القنوات الفضائية على الثقافة الاستهلاكية عند الشباب، شهادة دكتوراه، تخصص علم اجتماع الاتصال، جامعة وهران 2 محمد بن أحمد، 2016/2017، ص 87.

(2) - زهير عبد اللطيف هابد، أحمد العابد أبو السعيد، الإعلام والبيئة بين النظرية والتطبيق، دار البازوري، ط1، الأردن - عمان،

2014، ص 84.

2_3 استخدام الأساليب اللغوية: وهي تشمل كل الأساليب البلاغية التي من شأنها تقريب وتجسيد وجهة نظر القائم بالاتصال، كما يجب مراعاة المستويات المختلفة لمستقبل الرسالة الإعلامية فنوجه الرسالة باللغة التي يفهمها الجمهور ويتجاوب مع معانيها. (1)

بالإضافة إلى الموسيقى تستعمل الموسيقى لمساعدة مشاهدي الأفلام والبرامج التلفزيونية ليرتبطوا عاطفياً مع ما يعرض على الشاشة، تقدم الموسيقى تلميحا إلى المشاهدين لمساعدتهم على فهم ما يشاهدونه وتوقع ما قد يأتي، إنها تؤسس مزاجا عاطفيا يريد منتجو الأفلام إنشاءه وترتبط أيضا بالسرعة أو إيقاع الصور التي تعرض. (2)

2_4 استمالة التخويف:

وتشير إلى النتائج غير المرغوبة التي تترتب على عدم اعتناق المتلقي لتوصيات القائم بالاتصال ومن خلالها يحاول المتحدث أو السائل أن يبرز ويضخم من حجم الخطر الذي يرافق ظاهرة أو حدث ما، وتعمل استمالة التخويف على تنشيط الإثارة العاطفية لدى المتلقي مثل: إثارة خوف الناس من الإرهاب وعواقبه لتبرير الاستمرار في اتخاذ القرارات الأمنية الصارمة. (3)

(1) - سناء محمد الجسور: الإعلام البيئي دار أسامة، ط1، عمان، 2011، ص37.

(2) - آرثر آسيا بيرغر، المرجع السابق، ص52.

(3) - حسيب قره داخي: الحوار التلفزيوني فن ومعرفة، ط1، مركز دراسات رو وداو، 2018، ص110.

خلاصة الفصل:

تتنوع البرامج و تختلف باختلاف مضمونها و محتواها على سبيل الذكر البرامج الاجتماعية متنفسا لطرح الانشغالات،لما تتناوله من مواضيع عديدة و تعالجها بطريقة تجعلها أكثر قربا من المشاهد و تسليط الضوء على جوانب من الواقع الجزائري بغية التنبيه استجابة عامة للانحرافات و دعمها و تقديم النصح و تكوين رأي عام حول القضايا و المشكلات الاجتماعية.

الفصل الثالث

صورة المجتمع الجزائري

أولاً. الصورة الذهنية

ثانياً. المجتمع الجزائري

ثالثاً. صورة الفئات الإجتماعية للمجتمع الجزائري في الإعلام الجزائري

تمهيد:

تزايد الاهتمام بموضوع الصورة الذهنية و أهميتها في الدراسات الإعلامية و الاجتماعية، و ذلك للدور الهام الذي تلعبه في اتخاذ القرارات و تشكيل الآراء و المواقف، إذ أنها تعكس الواقع وتحمل المعلومات عنه إلى العقل الإنساني.

ومن المتفق عليه اليوم أن وسائل الإعلام تلعب دورا هاما على مواقف الناس و معارفهم و تواصلهم، وأصبحت المرأة العاكسة لقضايا المجتمع الجزائري، و طرح اهتماماته و معالجة مشاكل في صور و أشكال مختلفة و هدفها واحد هو التأثير على فئات الاجتماعية المختلفة، ومن أجل ذلك سعت وسائل الإعلام إلى معالجة القضايا التي تخص فئات محددة إذ تحاول وسائل الإعلام تسليط الضوء و تكوين صورة عنها.

ومن خلال هذا الفصل سنحاول التطرق إلى مايلي:

بروز مصطلح الصورة الذهنية، خصائص الصورة الذهنية، دور وسائل الإعلام في تشكيل صورة الذهنية، لمحة عن صورة المجتمع الجزائري، خصائص المجتمع الجزائري، مقومات المجتمع الجزائري، صورة المرأة الجزائرية والشباب وذوي الاحتياجات الخاصة في الإعلام الجزائري.

المطلب الأول: الصورة الذهنية

أولاً- بروز مصطلح الصورة الذهنية:

هناك مفاهيم علمية قدرت واستقرت مع مرور الزمن وأصبحت واضحة، على الرغم من الجدل في الدراسات النفسية والاجتماعية والإعلامية الذي يدور حول مشكلة المصطلحات للمفاهيم، ويرى "الصفار 2006م" أن الصورة الذهنية من أكثر المصطلحات التي أسيء استخدامها على الرغم من أن عالم اليوم هو عالم الصورة الذهنية، وأن الإعلام عبر وسائله المختلفة يوجد واقعا جديدا.⁽¹⁾

ويعد الصحفي الأمريكي الشهير "ولتر ليبمان" أول من طرق هذا الباب في كتابه "الرأي العام" عام 1922 ووضع لها العينات الأولية وتصويراته الخاصة للاستخدامات المتعددة لهذا المفهوم، وكانت دراسة "كتزوبرلي" عام 1993 أول دراسة أمريكية رائدة في المجال، حيث استهدفت جمهورا محددًا من الأمريكيين لمعرفة سمات وتوصيفات عامة عن الصورة الذهنية النمطية التي يحملوها عن مجموعات قومية وعرقية مختلفة "الألمان/ الأمريكيان/ الإنجليز/ الزنوج/ الأفارقة/ الإيطاليون/ اليهود/ الأيرلنديون/ الصينيون/ الأتراك".⁽²⁾

وبدأ استخدام مصطلح صورة ذهنية "image" عندما أصبح لمهنة العلاقات العامة تأثير كبير، وذلك مع بداية النصف الثاني من القرن العشرين وقد كان لكتاب (تطوير صورة المنشأ) للكاتب الأمريكي بريس تول Les Bristol في عام 1960 أثر كبير في نشر مفهوم صورة المنشأ بين رجال الأعمال.

وما لبث تزايد استخدام هذا المصطلح في المجالات التجارية، سياسية، إعلامية، مهنية ويعني شكل أو صفته كما فهمها الإنسان واستقرت في ذهنه.⁽³⁾

وفي إطار الثقافة العربية، يعد محمد أركون أول من نبه إلى أهمية الصورة الذهنية التي وصفها بكلمة (المخيل) في كتاباته المختلفة، وهو يرى أن التصورات المخيالية تمارس سلطتها ليس في ميدان التصور

(1) - خالد إبراهيم الكروي: صورة رجل المرور في الإعلام العربي، الدار الجامعية، ط1، الرياض، 2018، ص43.

(2) - كمال لحر: صورة المجتمع الجزائري (REVUE AFRICAINE) 1856، 1962، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه في علم الاجتماع والتنمية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم اجتماع، جامعة منتوري قسنطينة، 2011-2016، ص76.

(3) - خلف لافي الحلبي الحماد: الصورة الذهنية لرجل الأمن لدى الرأي العام الأردني، رسالة مقدمة لاستكمال متطلبات الحصول على درجة الماجستير في الصحافة والإعلام، جامعة البترا، كلية الآداب والعلوم، الأردن، 2015، 2014، ص19.

وحسب بل في مجال الفعل الاجتماعي الذي تقوم به كل جماعة بشرية قائمة تعرف نفسها من خلال المقارنة مع الآخرين.⁽¹⁾

وعليه أولت البحوث والدراسات في مجال الإعلام والعلوم الإدارية والاجتماع وهلم النفس والعلوم السياسية اهتماما واضحا للصورة الذهنية في مجال دراستها الرئيسية.⁽²⁾

ثانيا: خصائص الصورة الذهنية:

هناك العديد من السمات والخصائص المتنوعة التي تتميز بها الصورة الذهنية نذكر من بينها مايلي:

- تتسم الصورة الذهنية بأن لها إطارا ذاتيا حسيا بمعنى أن الصورة تتبع من مقدرة الإنسان الحسية، أي أن قدرة الإنسان على استيعاب المثير أو التعرض له (مايمتلكه الفرد من قدرات حسية).
- الصورة الذهنية أداة تحكم، بمعنى أنها بمثابة مقياس يحدد ويضبط السلوك والأحكام أو ردود الأفعال إزاء المثير.⁽³⁾
- تتسم الصورة الذهنية بعدم الدقة حيث ذهب الكثير من الباحثين إلى أن الصورة الذهنية لا تتسم بالدقة ولعل مرجع ذلك أساسا أن الصورة الذهنية لا تعبر بالضرورة عن الواقع الكلي، ولكنها تعبر في معظم الأحيان عن جزئية من الواقع الكلي لاسيما أن الأفراد عادة يلجئون إلى تكوين فكرة شاملة عن الآخرين من خلال معلومات قليلة يحصلون عليها لعدم القدرة على جمع المعلومات الكاملة.⁽⁴⁾
- إن الصورة الذهنية تتسم بالقدم والشمولية، فهي قديمة وشاملة وإن أي فرد في المجتمع في أي بقعة من الأرض يكون صورة ذهنية.

(1) -انتصار إبراهيم عبد الرزاق، موسى جواد الموسوي وآخرون: الإعلام الجديد...تطور الاداء والوسيلة والوظيفة، الدار الجامعية، ط1، بغداد، 2011، ص74.

(2) - عبد الله مصطفى عبد الله الفراء: دور الصورة الذهنية للمنظمات الأهلية في بناء العلاقة الاستراتيجية مع جمهور المستفيدين، مذكرة ماجستير إدارة الأعمال، كلية التجارة، الجامعة الإسلامية بغزة، 2018، ص03.

(3) -باقر موسى: الصورة الذهنية في العلاقات ، مرجع سابق، ص57-58.

(4) - راشد ناجي فريجات: دور وسائل الإعلام الأردنية في تشكيل الصورة الذهنية لمجلس النواب الأردني لدى الشباب الجامعي، كلية الصحافة، رسالة مكملة لمتطلبات الحصول على الماجستير في الإعلام، الأردن، 2015، ص24.

- الصورة الذهنية قابلة للقياس باستخدام طرق ووسائل وأدوات البحث العلمي ومن هنا فبالإمكان التصرف في طبيعة الصورة المتكونة لدى الجمهور.⁽¹⁾
- الصورة الذهنية مقصودة ومخطط لها بعناية، وهي تختلف عن الصورة النمطية التي يكون لها الأفراد بناء على معلومات خاطئة (أيا كان مصدرها) وتعتمد على البرامج الإعلامية مدروسة.⁽²⁾
- الصورة الذهنية ذات طابع ديناميكي، فهي قابلة للتغيير بظروف الزمان والمكان.
- الصورة الذهنية ذات طابع معرفي متأثر بالمعارف والمعلومات التي تبث للجماهير بطرق مختلفة، وهي بالتالي تخضع لعمليات متسلسلة من المراحل المعرفية.⁽³⁾

ثالثا: دور وسائل الإعلام في تشكيل الصورة الذهنية:

تتمتع أهمية العلاقات بين وسائل الاتصال والصورة الذهنية من دور هذه الوسائل في صنع الصورة وانتشارها، فضلا عن دورها في عرض هذه الصورة داخل المجتمع، ويؤكد هذا المعنى (أوتوا كلي مبري) حيث يرى: أن وسائل الاتصال دورا مهما في تشكيل الصورة النمطية، وعرضها كما هي في المجتمع. وكذلك حظيت وسائل الإعلام الجماهيري باهتمام باعتبارها من أهم القنوات التي تسهم في تكوين الصورة الذهنية لدى الأفراد بحكم ما تحكمه من قدرات وإمكانات متطورة.⁽⁴⁾

وتعمل وسائل الإعلام على تشكيل الصورة الإعلامية من خلال قيامها بثلاث أدوار هي:

أن تكون ساحة أو طرق أو أداة لطرح التصورات، حيث تلجأ الحكومات والقوى السياسية المختلفة لاستخدام وسائل الإعلام كمساحة تطرح فيها تصوراتها أو قد توظفها أيضا كأداة.

(1) - خالد إبراهيم حسن الكردي: الصورة الذهنية لرجل المرور في المجتمعات العربية، جامعة نايف العربية، ط1، الرياض، 2014.

(2) - لخواوة لونيس: أهمية العلاقات العامة في الرباطات الجهوية في حل المشكلات الإدارية التي تواجه رؤساء الفرق للكرة الطائرة - دراسة ميدانية بالرابطة الجهوية للكرة الطائرة بجاية، مذكرة مقدمة لنيل شهادة ماجستير في الإدارة والتسيير الرياضي، معهد علوم الطبيعة والحياة، قسم التربية البدنية والرياضة، 2011-2012.

(3) - صالح الشيخ: تكوين الصورة الذهنية للشركات ودور العلاقات العامة فيها، بحث مقدم لنيل درجة الدبلوم في العلاقات العامة، دبلوم العلاقات العامة، الأكاديمية السورية، 2009، ص6-7.

(4) - خلف لافي الحلبي الحماد: مرجع سبق ذكره، ص37.

لعدم أو تثبيت تصوراتها، وقد تكون للإعلام طرق فعالة له مفاهيمه وتصوراتها، وقد تتداخل الحالات الثلاث وتتفاعل لتصبح وسائل الإعلام ساحة أو أداة طرف في الوقت ذاته.⁽¹⁾

ووسائل الإعلام تؤثر في المعرفة والإدراك والقيم والاتجاهات، حيث تبدأ عملية الاتصال بجذب اهتمام الجمهور لتوليد الوعي، لتصل إلى الإدراك، وهذه تتأثر من خلال حقيقة مفادها أن الفرد لا يقرأ كل صفحات الجريدة...، وتتحكم في ذلك عوامل الانتقائية.

وعلى ذلك فإن الإعلام يمثل عنصرا مؤثرا في حياة المجتمعات باعتبارها المروج الأساس للفكرة والثقافة.⁽²⁾

والخلاصة أن القدرة على الفهم إدراك المعاني هي العوامل الأساسية في تكوين الصورة الذهنية التي هي المحصلة النهائية لفك الرموز والاستجابة للمؤثرات التي تتعرض لها، وستضل وسائل الإعلام الجماهيرية تلعب دورا رئيسيا في إمداد الأفراد والشعوب بالمعلومات والرسائل التي تتكون منها الصورة المنطبعة، وتزداد أهمية وسائل الإعلام في هذا الصدد مع البث المباشر بالأقمار الصناعية الذي من بين أهداف القائمين عليه تكون صورة ذهنية عن بلاد معينة و سلع محددة وقضايا مختلفة.⁽³⁾

المطلب الثاني: المجتمع الجزائري

أولا: لمحة عن صورة المجتمع الجزائري:

مر المجتمع الجزائري كغيره من المجتمعات بعدة تغيرات اجتماعية أثرت على بنيته ونمط حياته، لكنه كمجتمع عربي انطبع بطباع المجتمع العربي فاتسم بكونه مجتمع محافظ مقارنة مع المجتمعات الغربية، مجتمع مسلم يحمل الأصالة الإسلامية بكل أبعادها الإنسانية.

فلاحظ أن نظامه الاجتماعي قد تأثر بمختلف العوامل التاريخية والاقتصادية والسياسية... إلخ، فنجد مثلا نظام الزواج كنظام اجتماعي أساسي في بناء المجتمع والمحافظة على استقراره قد تغير الماضي والحاضر وطرأت عليه تحولات الزواج في النمط التقليدي مكون من طرف العائلة التي تتكفل به منذ

(1) - سعد سلمان المشهداني: الإعلان التلفزيوني وتأثيره على الجمهور، دار أسامة، ط1، الأردن، 2012، ص98.

(2) - جاسم محمد عبد الرضا الشبلي: دور وسائل الإعلام العراقية في تشكيل الصورة الذهنية لذوي الإعاقة لدى طلبة جامعة بغداد، جامعة الشرق الأوسط، إنسكمال متطلبات الحصول على درجة ماجستير في الإعلام، كلية الإعلام، 2015، ص22-23.

(3) - عاطف عدلي العبد ونهى عاطف العبد: نظريات الإعلام وتطبيقاتها العربية، دار الفكر العربي، ط1، القاهرة، ص236.

بدايته، أي منذ عملية الاختيار والتقصي عن أهل الفتاة ونسبها والتحضيرات لذلك، فالزواج هنا يشترك فيه الجميع، كما أن البيت الزوجي لا يخرج عن هذا النطاق كونه تكون في وسط العائلة، لاسيما أنه في القديم اتسمت تلك البيوت بالاتساع لأنها تحمل وتنتسج لعدد كبير من الأفراد لهذا تميزت بوجود العائلة الكبيرة الممتدة.⁽¹⁾

فترويج الابن في العائلة الجزائرية عملية يشارك فيها الأهل والبحث عن زوجة الابن هو مشروع يقوم به على إستراتيجية معقدة تتطلب جزءا هاما من الطاقة العائلية، ويتبين أن الاختيار الزوجي في البيئة التقليدية كان شأنا عاليا حيث كان يعتبر من الخصائص السوسيوثقافية للمجتمع الجزائري في الماضي القريب تبرز نمط الزواج التقليدي الذي يمثل أحد الميكانيزمات الأساسية لإعادة الإنتاج البيولوجي الاجتماعي والمحافظة على نظام الأسرة الممتدة.⁽²⁾

ومع التحولات العميقة التي حدثت خلال السنوات الأخيرة وخاصة انتشار التعليم الذي أتاح فرص الاختلاط المشترك، والعمل المشترك وانضمام الشباب من الجنسين إلى الجمعيات وعلاقات الحوار ووسائل الاتصال... كل هذه المعطيات لعبت دورا هاما في تفتح العقليات وأتاحت للشباب فرصة البحث عن الشريك المثالي، حيث أصبح كل من الفتاة والشاب يتطلع للاختيار الفردي القائم على التفاهم المتبادل والتجانس والعاطفة.⁽³⁾

أما للطابع الأسري في الجزائر عرف تغيرات ومر بمراحل فرضته الظروف البشرية وأوضاعها الاجتماعية والاقتصادية وحتى الدينية، وقد تميزت الأسرة الجزائرية التقليدية بنوع من الثبات والاستقرار على الرغم من تعاقب الأجيال فهي تحافظ على شخصيتها المعنوية ومسؤوليتها اتجاه الأفراد، ويغلب عليها صفة التكاملية نتيجة الاكتفاء الذاتي أي وجود الأسرة الكبيرة كوحدة اجتماعية واقتصادية في نفس الوقت كما

(1) - سهام بن عاشور: التكيف الداخلي للمسكن الجديد وعلاقته بزواج الأبناء - دراسة وصفية لكيفية التعديل في إطار المبنى للسكن الجديد عين النعجة، كلية علوم إنسانية، قسم علم الاجتماع، رسالة ماجستير، تخصص علم اجتماع الحضري، 2011-2012، ص 53.

(2) - حاج علي كهيبة: تأخر سن الزواج وعلاقته بالتوافق النفسي الاجتماعي لدى الفتيات المتجاوزات سن الثلاثين، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في علم النفس الاجتماع، جامعة مولود معمري، تيزي وزو، كلية علوم الإنسانية والاجتماعية، قسم علم النفس، ص 53، 52.

(3) - نجاة ناصر: ظاهرة الزواج وعلاقتها بالأمراض الوراثية، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في أنثروبولوجيا الصحة، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، كلية علوم اجتماعية وإنسانية، 2011-2012، ص 91.

تعتمد على نفسها من حيث الإنتاج والاستهلاك الذي يقوم على ضروريات⁽¹⁾، فالأسرة الجزائرية أسرة ممتدة يتزعمها شخص كبير في السن وقد يكون الجد أو الأب أو الابن الأكبر ويحق له التصرف في أمور الأسرة وحتى الأفراد، بينما المرأة كانت توكل لها مهمة تنظيم البيت وتربية الأبناء...ناهيك عن عملها إلى جانب الرجل في المجال الزراعي أو الرعي.⁽²⁾

طرأت الكثير من التغيرات الاجتماعية والاقتصادية والتكنولوجية على المجتمع الجزائري كما تحول أيضا البناء الأسري فقد تقلص حجم المرأة.

أصبحت الأسرة الجزائرية أسرة نوية واقعا وطموحا في آن واحد، وفي ظل تلك التحولات الكبرى التي عرفها المجتمع الجزائري والتغيرات التي مست أدوار المرأة بالخصوص من جزء التعليم والعمل، ويستدعي تحول الأسرة من النمط الممتد إلى النمط النووي تحولات في نظام السلطة ومنظومة العلاقات من الأبوية إلى الزوجية وفي إطار العلاقات الجديدة تصبح المرأة تضطلع بالإضافة إلى أدوارها التقليدية بأدوار جديدة تكتسبها.⁽³⁾

ويمكن القول أن التغيرات الاجتماعية ولدت الاحتكاك مع الأقطاب المجاورة والتفاعل معها، أين برزت الاختلافات في المعتقدات بين العائلات فكل يقيم موضوع الاختيار والبناء الأسري على حسب معتقداته خاصة في مجتمع متغير، ومن تخلى على معايير بصفة أخرى أو بمضمون آخر.⁽⁴⁾

كما عرف المجتمع الجزائري فيما يخص خروج المرأة للعمل التي شاركت منذ القدم في مختلف مجالات الحياة الاجتماعية واحتلت مكانة لا تقل عن مكانة الرجل، ولقد لعبت دورا في بناء الأسرة وتربية الأطفال ولقد كانت المرأة إلى جانب الرجل في مختلف مراحل التطور الإنساني فاختمت المرأة بالعمل داخل المنزل والرجل إلى العمل من أجل تحصيل القوت خارج المنزل.

(1) - مشري زبيدة: محور الضبط الاجتماعي في الأسرة الجزائري، مجلة العلوم الإنسانية، جامعة سكيكدة، العدد4،

الجزائر، 2015، ص260.

(2) - لبلق أسماء: التحولات الثقافية والرمزية لمراسيم الزواج في الأسرة التلمسانية، جامعة وهران2، شهادة ماجستير في علم الاجتماع الثقافي، كلية علوم اجتماعية، 2015، 2014، ص14.

(3) - دحماني سليمان: ظاهرة التغير في الأسرة الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في الأنثروبولوجيا، جامعة أبي بكر بلقايد- تلمسان - قسم ثقافة شعبية، فرع أنثروبولوجيا، كلية علوم إنسانية واجتماعية، 2005، 2006 ص93.

(4) - قرطي فايزة: الزوجان والعلاقات الأسرية، شهادة ماجستير في علم اجتماع العائلة، جامعة وهران2، كلية العلوم الاجتماعية، 2015-2016، ص41.

ولقد شهد المجتمع الجزائري تغيرات اجتماعية واقتصادية انعكست بصورة واضحة على الأسرة الجزائرية، وفي بداية التسعينات ومع انخفاض القدرة الشرائية للأسر الجزائرية ودخول أغلب الأسرة إلى التعليم المختلف، حتى الأم أرادت تحقيق طموحها في التعلم وتحقيق ذاتها اجتماعيا ومهنيا مما دفعها للخروج لميدان العمل، فالمرأة اليوم تسعى إلى بلوغ غايتين أساسيتين هما:

- تحسين مستوى معيشة أسرتها ومساعدة الزوج في تحمل الأعباء.

- التحرر من القيود الاجتماعية سعيا لتحقيق طموحاتها ورغباتها.⁽¹⁾

إلا أن عمل المرأة سيؤدي إلى نتائج هامة وخطيرة على الأسرة والمجتمع برغم الأطر القانونية التي كفلت لها الحق في العمل عبر المواثيق الوطنية والديساتير والخطابات بالمطالبة بالمساواة في عالم الشغل ولكن هذا لن يعقّبها من المؤاخذة الاجتماعية والصراع الدائم بين أدوارها الأسرية وأدوارها الوظيفية.⁽²⁾

ويمكن القول أن المجتمع الجزائري مر بالعديد من التغيرات في مختلف المجالات، فهو مجتمع اتسم بالتشدد في أفكاره ومبادئه لا تتخطى دور المرأة فيها دور الأم والبنات والزوجة إلى مجتمع أكثر تحررا اختلفت فيه القيم بين قيم ثلاثت وقيم زادت ثباتا وأصبحت المرأة أكثر فعالية في المجتمع وأكثر تحررا وتعلّما.

(1) - عاجب بومدين: الآثار الأسرية والاجتماعية المترتبة عم عمل المرأة خارج البيت، دراسة ميدانية على عينة من النساء العاملات بمدينة الأغواط، دامة وهران2، أطروحة دكتوراه في العلوم في علم النفس، كلية العلوم الاجتماعية، 2016-2017، ص15.

(2) - الصادق عثمان: عمل المرأة الجزائرية خارج البيت وصراع الأدوار - دراسة ميدانية بالمؤسسة العمومية المستشفية برقان ولاية أدرار، مذكرة مكملة لنيل شهادة ماجستير في علم اجتماع، تخصص علم اجتماع تنظيم، جامعة محمد خيضر - بسكرة، قسم علوم الاجتماع، 2013، 2014، ص82.

ثانيا: خصائص المجتمع الجزائري:

- الإسلام صعود بين الأغلبية.
- الوحدة بين أبناء الجزائر لاسيما عند الشدائد.
- البسالة.
- التسامح والمحبة.
- حب المظلوم ومساندته.
- حب الثقافة من خلال وجود العديد من المراكز الثقافية والمسارح ودور السينما.
- الاهتمام بالرياضة حيث يعتبر المنتخب الجزائري لكرة القدم سباق في رفع الراية الرياضية العربية في مختلف الميادين العالمية مثل كأس العالم.⁽¹⁾

والمجتمع الجزائري ينتمي بحكم موقعه وقوميته وخصائص ثقافته إلى الدول الإفريقية المتوسطة، العربية، الإسلامية، المغربية والأمازيغية وبالتالي فهو يحمل مزيجا متنوعا من المورث الحضاري والثقافي الناجم عن السمات إلى جانب الموروث التاريخي الناجم عن الحقب الاستعمارية المتعددة التي شهدتها الجزائر على مر التاريخ، ومن الاستعمار الروماني إلى الفرنسي آخر المستعمرين.⁽²⁾

ولكن ومع ظهور العولمة والانفتاح على العالم الخارجي ظهرت بعض التحولات على هذه الخصائص والقيم منها ما هو إيجابي ومنها ما هو سلبي

ثالثا: مقومات المجتمع الجزائري:

بينت مختلف الأدبيات الوطنية بوضوح المقومات الأساسية التي تعبر عن الشخصية الوطنية بأن (الدين، اللغة والوطن عناصر لشيء واحد هو الشخصية الوطنية.)، ومن ثمة فالفصل بين عناصر الشخصية الوطنية هو نوع من الفصل المصطنع، فالانتماء للجزائر لا يتم إلا بالانتماء إلى هذه العناصر

⁽¹⁾ - <https://momdoob.com> يوم: 2020/07/04.

⁽²⁾ - أمنة ياسين بلقاسمي: العولمة الثقافية وتأثيراتها على هوية الشباب والمراهقين الجزائريين، مجلة العلوم الأساسية والاجتماعية،

العدد الثامن، 2012، ص 49.

كلها⁽¹⁾، وهي المقومات الأساسية التي شرعت جمعية العلماء في أداء عملها الإصلاحية وفق شعارها " الإسلام ديننا، والعربية لغتنا، والجزائر وطننا" فكانت محاور برنامجها الإسلام الذي يجب العمل على إصلاح عقائده وصد العدوان عن معابده وأوقافه، وإحياء العربية في آدابها وتاريخها والتمسك بالوطنية الجامعة بين الإسلام والعربية.⁽²⁾

وقد نص دستور 1963 في مبادئه الكبرى:

- أن الجزائر جزء من المغرب العربي والعالم العربي.

- أن اللغة العربية هي اللغة الوطنية والرسمية للدولة والإسلام دين الدولة.⁽³⁾

1 - اللغة العربية (العروبة):

إن اللغة العربية عنصر أساسي للهوية الثقافية للشعب الجزائري⁽⁴⁾ وتعد اللغة العربية من أهم مقومات الدولة والأمة والقوميات ووسيلة للتخاطب والتعبير.

وأولت الجزائر اهتماما كبيرا للغة العربية باعتبارها اللغة الرسمية للبلاد وقد أحاطتها بنصوص دستورية ونصوص تشريعية ونصوص تنظيمية تضمن لها الحماية والاستمرارية.⁽⁵⁾

⁽¹⁾ - سمير أبيض: مقومات الشخصية الوطنية والمشروع التربوي عند جمعية العلماء المسلمين الجزائريين 1931-1954، أطروحة لنيل شهادة دكتوراه، تخصص تربية، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2014-2015، ص 112.

⁽²⁾ - سفيان لوصيف: الهوية الوطنية في النصوص والمواثيق الجزائرية، كلية العلوم الاجتماعية والإنسانية، جامعة محمد لمين دباغين، سطيف 2، (مقالة).

⁽³⁾ - عبد الرزاق الصغور: بناء الدولة الحديثة في الجزائر -دراسة تقييمية- أطروحة دكتوراه دولة في فرع التنظيمات السياسية والإدارية، جامعة بن يوسف بن خدة، كلية العلوم السياسية والإعلام، ص 36.

⁽⁴⁾ - عز الدين الصحراوي: اللغة العربية في الجزائر: التعريف والهوية، مجلة كلية الآداب والعلوم الإنسانية والاجتماعية، العدد 5، جوان، 2009.

⁽⁵⁾ - سامية العايب: مقومات دولة القانون على الصعيد المؤسساتي في الجزائر بموجب التعديل الدستوري لسنة 2016، دكتوراه في القانون العام، جامعة 8 ماي 1945، قالمة، تخصص مؤسسات دستورية وإدارية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، الجزائر، 2016، ص 13.

2- الدين الإسلامي:

حدد الدستور والميثاق الوطني ودستور جبهة التحرير الوطني مكانة الإسلام ودوره فالميثاق الوطني 27 حزيران- يونيو 1926 نص على أن الإسلام دين الدولة المادة2، وأن أي مشروع لمراجعة الدستور لا يمكنه أن يمس دين الدولة المادة195.(1)

وتنقسم الديانات إلى عدد من المذاهب، فالدين الإسلامي ينقسم إلى قسمين رئيسيين هما (السنة و الشريعة) واللذين ينقسمان بدورهما إلى مذاهب فرعية أخرى.(2)

3_ التاريخ العريق:

إن العمق التاريخي للمجتمع الجزائري الذي يمتد من العهد النوميدي إلى الفتح الإسلامي وظهور الدولة الوطنية الأولى ودخول الجزائر في عهود جديدة تحت قيادة العثمانيين، وبداية ظهور الوعي الوطني في الحقبة الاستعمارية الفرنسية وتأسيس الدولة الجزائرية الحديثة في عهد الأمير عبد القادر وتحرر الجزائريين من خلال الحفاظ على مقومات الهوية - الإسلام- اللغة العربية والمجد الأمازيغي-(3)، فإن هذه الأحداث والمجريات التاريخية يعين على بناء الشخصية ووقايتها من الذوبان، فالتاريخ هو الذاكرة القومية، والأمة التي لا تاريخ لها أمة ضائعة في مرحلة صراع وعدم استقرار وهنا تتبنى المقاومة الثقافية التاريخية.(4)

وبالتالي فإن الإسلام، العروبة، تاريخ العريق بالإضافة إلى الأمازيغية تشكل دعائم أساسية في كوين الشخصية الوطنية كعنصر أساسي من عناصر خلق المواطن الصالح وتدعيم المواطنة، وهو ما تسعى الدول الاهتمام به.(5)

(1)- بنجامين شورا ترجمة صباح ممدوح كعدان: تاريخ الجزائر بعد الاستقلال 1962-1988م، منشورات الهيئة العامة السورية، دمشق، 2012، ص78.

(2)- شاهر إسماعيل الشاهر: دراسات في الدولة والسلطة والمواطنة، المركز الديمقراطي العربي للنشر، ط1دمشق، ص17.

(3)- أبو دبة ناصر، شوقي الشاذلي: مقومات الشخصية وتشكل الهوية الوطنية الجزائرية من خلال مكتسبات التلاميذ، دراسة ميدانية على عينة من تلاميذ ولاية ورقلة، مجلة العلوم الإنسانية والاجتماعية، ص131.

(4)-سامية مرابطين: دور الوعي التاريخي في بناء المقاومة الثقافية للمجتمع الجزائري، قراءة في فلسفة التاريخ لأبي قاسم سعد الله، مجلة المعارف والبحوث والدراسات التاريخية، العدد5، ص311.

(5)- راضية رايح بوزيان: التربية والمواطنة الواقع والمشكلات، دار الحقوق للطبع والنشر، ط1، عمان، 2014، ص197.

ثالثاً: صورة الفئات الاجتماعية للمجتمع الجزائري في الإعلام الجزائري:

أولاً: صورة المرأة الجزائرية في الإعلام الجزائري:

إن تحديد صورة معينة عن قضايا المرأة يجب أن يتبع في الأساس من الخصوصية الثقافية والحضارية في المجتمع ويراعي فيه واقع المرأة الحالي، فالمرأة هي مرآة تنعكس فيها صورة الحياة والعائلة والمجتمع والعصر ومنها تبدأ الأشياء واليها ينتهي كل شيء، فعندما تتقدم أمة نقرأ سمات التقدم في نساءها، وعندما تتحط أمة فإن مظاهر الانحطاط تكون أكثر بروزاً في نساءها، والمرأة الجزائرية وإن أخذت جزءاً من حقوقها عن طريق سن قوانين لصالحها إلا أن علاقتها بالإعلام تسودها الضبابية فلا زال الإعلام يركز على الأدوار التقليدية التي تقصرها في الجانب الاجتماعي دون إعطاء الأهمية للأدوار السياسية والاقتصادية وغيرها...⁽¹⁾

وتتمثل الصورة السلبية للمرأة الجزائرية التي تقيدها العادات والتقاليد في مجتمعات العالم الثالث الذي يسوده الفقر والجهل و الجمود والتي جعلت المرأة تنظر إلى كل رجل في المجتمع على أنه سيدها وجدت لخدمته وتلبية رغباته وتتمثل هذه الصورة بالصورة المشوهة التي قدمها الإعلام الجزائري المرئي خاصة "المرأة الجزائرية" بصورتها النمطية.⁽²⁾

وإذا ما أخذنا بالاعتبار ما تقوم به وسائل الإعلام لبناء الصورة السلبية للمرأة الجزائرية، فهي ظاهرة تمتد جذورها في القيم والتقاليد الاجتماعية الموروثة والتي لا تنتظر للمرأة على أنها كيان إنساني واجتماعي مكافئ للرجل.⁽³⁾

فوسائل الإعلام تقوم على تزييف الواقع وبالتالي يشكل عائقاً أمام مشاركة المرأة في عملية التنمية.⁽⁴⁾

(1) - وردة بوجلال: الموضوعات والقضايا التي تعالجها برامج المرأة في قناة "النهار لكي" برنامج (أسرار النواجم) نموذجاً، جامعة الأمير عبد القادر بالعلوم الإسلامية، كلية أصول الدين، جامعة المعيار، ص365.

(2) - هيفاء رشيدة بكاري: واقع المرأة أعمال المؤتمر الدولي السابع، المرأة والسلم الأهلي، جامعة دحلي، بليدة (لبنان)، 2015، ص28.

(3) - فاطمة الزهراء أحمد: المنتدى العربي حول المرأة و الإعلام في ضوء المتغيرات الراهنة، مطبعة أكدال الرباط، ط1، المغرب، 2016، ص42.

(4) - عطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد، المرجع السابق، ص8.

بالإضافة إلى تناول الإعلام الجزائري لقضية المرأة الجزائرية والدفع بها إلى الأمام بما يلعبه من دور في إبراز الصورة الإيجابية للمرأة الجزائرية من خلال المفاهيم المتعلقة بحقوقها في التعليم والمشاركة الاجتماعية وشغل المناصب العامة وغيرها من خلال وسائل الإعلام المتعددة باعتبارها وسائط ثقافية تربية ترفيحية لها تأثير كبير في اتجاهات الرأي العام.⁽¹⁾

والقطاع النسائي يعتبر أيضا من القطاعات والشرائح الهامة بالنسبة لوسائل الإعلام الجزائري، فركز الإعلام العالمي لحقوق الإنسان على حقوق المرأة ودورها في العمل والتنمية الاقتصادية والاجتماعية...، ومن هنا يأتي دور الإسلام في التركيز على دور المرأة واهتماماتها وقضاياها والتركيز على دعمها وتمكينها في المجتمع وحمايتها من الفقر والعنف والحرمان ومساعدتها على حياة أفضل.⁽²⁾

ثانيا: صورة الشاب الجزائري في الإعلام الجزائري:

أظهر التطور المتسارع في تكنولوجيا الإعلام أن الإعلام الشبابي الذي تتمظهر صورته إعلاميا يهتم بقضايا فئات المجتمع، خاصة الاهتمام بالشريحة الشبابية المعبرة عن مضامينه من انشغالات الحياة الاجتماعية.

فالإعلام يرى أن الشباب يعاني من مشكلات التي ترتبط بإشباع حاجاته الأساسية والأولية مثل الزواج وعدم معرفتهم لميولهم الحقيقية، والشباب اليوم مثقل بالمشكلات لا يستطيع أن يقوم بدوره وتحقيق الأهداف المرجوة منه، حيث إن المشكلات تثقل كاهله وتعوق حركته ونشاطه الذهني والاجتماعي وحتى النفسي.⁽³⁾ ويمكن النظر إلى المشكلات الاجتماعية على أنها مشكلات تتأثر بأوضاع الشاب في بيئته فمرحلة الشباب تعد من أخطر المراحل في حياة الإنسان وهي المرحلة التي تعكس صورة المجتمع، بمعنى أن الشباب هم عماد المجتمعات وصلاحتها بصلاحيهم والعكس صحيح.

(1) - عمار شرعان وشيماء الهواري وآخرون: دور البرامج التلفزيونية في إبراز صورة المرأة الجزائرية الفعالة في المجتمع، مجلة الدراسات الإعلامية، المركز الديمقراطي العربي، العدد 2، الجزائر، 2018، ص384.

(2) - سناء الجبور: الإعلام الاجتماعي، دار أسامة، ط1، الأردن، 2010، ص24.

(3) - منيغدا أحمد: الشباب الجامعي الجزائري بين تحديات المواطنة وهشاشة المنظومة القيمية، مجلة الجزائرية للدراسات السوسولوجية، العدد6، 2008، ص162.

يعاني الشباب من البطالة وقلة فرص تشغيل الشباب والعمل الحميد وبعض الفرص تتاح فقط لمن لديه واسطة في مجالات تشغيل الشباب والعمل وتعكس هذه النتيجة فقد الثقة بأهمية التفوق العلمي واكتساب مهارات شخصية مؤهلة لسوق العمل.

وباعتبار البطالة من المواضيع الأكثر تداولاً في وسائل الإعلام خاصة عند عكسها للواقع الاجتماعي، ولما تنقله عن صور لأصدقاء البطالة وأن موضوع نقص مناصب الشغل تؤدي إلى تأخر الزواج والذي بدوره يخلق مشاكل أخرى في المجتمع.⁽¹⁾

وفي المقابل عكست وسائل الإعلام صورة الشاب الجزائري لما يتعرضون له من دروب المخدرات والإدمان وفي ظروف العمل والوظيفة وذلك أن العمل الشاق قد يدفع بعضهم إلى تجربة المنشطات والمنبهات، ونوعية العمل قد يكون غير مناسب لقدراتهم العقلية وكذلك سوء معاملة المشرفين مما يدفع إلى تعاطي المخدرات والإدمان كذريعة لتخفيف التعب من خلال رسم إستراتيجية محددة لبرامج النوعية الإعلامية للوقاية من أضرار المخدرات في المؤسسات.⁽²⁾

ترى وسائل الإعلام الجزائري أنها تكفي بعرض الوقائع فقط عند عكسها لواقع الشاب الجزائري وقد يعود ذلك إلى أن تغير واقع الشباب الجزائري يتطلب مجهوداً جباراً لا يستطيع التغيير في المجتمع ما لوحدها وإنما أن تكون إرادة قوية.

(1) إيمان فول: علاقة قنوات الفضائية الجزائرية الخاصة بواقع الشباب الجزائري، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة مولود

معمرى - تيزي وزو - جامعة محمد الصديق بن يحيى، جيجل، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، ص 236.

(2) - فهد سعاد الشاتي الدوسري: دور وسائل الإعلام الكويتية في الوقاية من الإدمان على المخدرات من وجهة نظر متلقي العلاج، دراسة ميدانية، رسالة استكشاف لمتطلبات الحصول على درجة ماجستير في الإعلام، جامعة الأوسط، كلية الإعلام، 2016، ص 53.

ثالثاً: صورة ذوي الاحتياجات الخاصة في الإعلام الجزائري:

يعد الإعلام هو المنبر لصوت الجماهير وهو المعبر عن أحلامها وطموحاتها وهذا من خلال اهتماماته بخلق برامج تقدم احتياجاته المختلفة بجميع شرائحه وطوائفه، لذا نجد أنفسنا أمام حتمية الولاء لهذا الفضاء الإعلامي كونه يتوفر على كل ما يهمننا في حياتنا اليومية فنجد التسلية والترفيه ونجد كذلك المعارف والخبرات وغيرها من الحاجات الإنسانية السامية التي تشغل فئات المجتمع فهو يوجه اهتمامه لكل شرائحه ويبعث برسائل قيمة بهدف اشتراك الجميع في عملية التوعية خاصة إذا تعلق الأمر بفئات معينة في المجتمع يمسهما الضعف كفاءة المعوقين.

وهي فئة من فئات المجتمع أصابها القدر بإعاقة قللت من قدرتهم على القيام بأدوارهم الاجتماعية على الوجه الأكمل مثل الأشخاص العاديين فهم من الشرائح المهمشة في مجتمعنا التي بحاجة ماسة للاستفادة من الإعلام مثلها مثل غيرها من الشرائح الأخرى في المجتمع.⁽¹⁾

وقد وردت حقوق هذه الفئة الخاصة من الأفراد في الإعلانات بشأن حقوق المعوقين والصادر عن الجمعية العامة للأمم المتحدة في 9 ديسمبر 1975 الذي يدعو إلى ضرورة الوقاية من حدوث الإعاقة سواء الجسدية أو العقلية وضرورة مساعدة الأشخاص ذوي الإعاقة على تنمية قدراتهم ومواهبهم.⁽²⁾

فهذه استيرراتيجية مثلما هي بحاجة لحقوق تصونها و مجتمع يحترمها ويشاركها كفرد، في المنظومة الاجتماعية، فهي بحاجة كذلك لمن يوصل صورتها و ينقل معاناتها وكذلك يترجم أحلامها."فالإعلام يعتمد على مجموعة رسائل إعلامية تساهم في إشراك الجمهور، في الجمهور في مشكلات المعاقين عن طريق عرض المعلومات أو أفكار صحيحة بعيدة عن المبالغات، وتكوين صورة ذهنية التي تدعونا جميعاً إلى الاجتماع و التضامن".⁽³⁾

كما ترى وسائل الإعلام الجزائري أن ترتب على ذلك تهميش و استبعاد الأشخاص ذوي الاحتياجات الخاصة من مسار الحياة الطبيعية مما أدى إلى فقدان أو محدودية مشاركتهم فيها نتيجة العقبات،موانع

(1) - حمود بن أحمد خميس، عبد الحافظ بن عواجي سلوى: احتياجات المعاقين الإعلامية ومدى إشباع الإعلام لها، دراسة ميدانية على عينة من المعاقين في المملكة العربية السعودية، الملتقى السابع، الإعاقة، البحرين، 2017.

(2) - محمود محمد جابر إسماعيل: الصحافة الإعلامية والمجتمع، دار التعليم الجامعي، ط1، الإسكندرية، ص341.

(3) - أمل عبد الرحمان الصالح: دور الإعلام في الخدمة قضايا الأشخاص ذوي الإعاقة في العالم العربي، المؤتمر العربي الأسرة والإعلام اعربي تحت: نحو أدوار جديدة الإعلام السري نحوحة، ببلد، د، س، 2010، ص220.

الاجتماعية و البيئية التي تحول دون تفاعلهم مع المجتمع كالتحيز ضد الإعاقة و المعوقين و الميل إلى الوصم و البيروقراطية ...،فتدني وضعية ذوي الاحتياجات الخاصة في المجتمع و معاناتهم من الكثير من المشكلات الاجتماعية و النفسية الناتجة أصلا عن نظرة المجتمع إليهم، وعدم حصولهم على الكثير من الحقوق و الخدمات مقارنة بأقرانهم العاديين.⁽¹⁾

فالاهتمام بذوي الاحتياجات الخاصة و اشتراكهم كعنصر فعال و محاولة استخدام طاقاتهم فيما ينفع المجتمع و يزيد من تحفيزهم، كما يحد من إحباطهم و معاناتهم.

و حتى يستطيع الإعلام أن يدي دوره بشكل سليم لابد من تدريبه و تأهيل الإعلاميين لأنه مهما تعددت القوانين و التشريعات التي تخدم ذوي الإعاقة لا يمكن أن نجد له صدى على أرض الواقع ما لم يساندها رأي عام واعي و مدرك و مقتنع بالقضية، وهذا هو الأسمى للإعلام⁽²⁾. وفي طي القضايا التي تطرحها عن المعاقين تحاول بقدر المستطاع إيصال صورة صحيحة وواضحة تجعل المجتمع ينظر إليها بمنظور الواقعية.

(1) - مهدي محمد القصاص: الإعاقة الذهنية بين تجنب ورعاية"المكين الاجتماعي لدوي الاحتياجات الخاصة دراسية الميدانية، جامعة المنصورة، كلية الآداب، د بلاء د س، ص3.

(2) - وفيق صفوة مختار وسائل اتصال والإعلام وتشكيل وعي الأطفال وشباب، دار غريب، دون طبعة، القاهرة، 2015، ص311.

خلاصة الفصل:

إن تناول الإعلام للمرأة و فئة الشباب و كذلك الحلقة الأضعف في المجتمع و هي فئة ذوي الاحتياجات الخاصة لا تعتبر مواضيع بسيطة و سهلة التعمق فيها، بل هي مواضيع معقدة و لها اتجاهات عديدة لا تستطيع رؤيتها إلا من زوايا متعددة، و هذا حتى يتم تكوين صورة متكاملة تنقل الواقع الحقيقي لهذه الفئات مرتبطة بشكل وثيق.

فالصورة الذهنية هي الفكرة و الانطباع المرسوم في ذهن الفرد حيال موضوع ما، حيث ترتبط بالسلوك ارتباطا وثيقا حيث تعد مؤشر و منبئ لتوجهات الفرد، فقد تعددت خصائصها و توجهاتها التي اهتمت بدراستها من كل الجوانب و توجهات خاصة تدرسها من جهة معينة.

الجانب الميداني للدراسة

الفصل الرابع الإجراءات المنهجية للدراسة

أولاً. مجالات الدراسة

ثانياً. أدوات جمع البيانات

ثالثاً. أساليب المعالجة الإحصائية

رابعاً. منهج الدراسة

خامساً. عينة الدراسة

تمهيد:

بعد عرض الإطار النظري للدراسة و الذي يهيبئ الأرضية لمشكلة الدراسة و ذلك عن طريق فصوله يأتي الجانب الميداني للدراسة، منطلقين ب مجالات الدراسة، أدوات جمع البيانات، بعدها أساليب المعالجة الإحصائية ثم منهج المتبع في الدراسة و أخيرا عينة الدراسة.

أولاً: مجالات الدراسة:

1_المجال الجغرافي:

ويقصد به المكان الذي تمت فيه الدراسة، وبما أن موضوعنا يتناول دور البرامج التلفزيونية الاجتماعية في بناء صورة المجتمع الجزائري لدى طلاب الجامعة، ولهذا الغرض فقد تم تحديد مكان إجراء هذه الدراسة والذي كان على مستوى ولاية جيجل، وبالضبط جامعة محمد الصديق (بن يحيى القطب الجامعي تاسوست) والتي تقع في بلدية الأمير عبد القادر، المنطقة العمرانية تاسوست، يحدها من الجهة الغربية مدينة جيجل، ومن الجهة الشمالية كل من السكة الحديدية والطريق الوطني رقم 43، ومن الجهة الشرقية المنطقة العمرانية تاسوست، أما الجهة الجنوبية فتحدها مقبرة تاسوست، تبلغ مساحتها 39,5 هكتار، تضم الجامعة أربعة كليات هي كلية الآداب واللغات، كلية العلوم الاجتماعية و الإنسانية، كلية الحقوق والعلوم السياسية، كلية العلوم الاقتصادية والتجارية والتسيير.

2 - المجال المكاني:

بالنسبة لكلية العلوم الإنسانية والاجتماعية باعتباره المكان الذي تم فيه إبرام دراستنا:

أنشئت كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية بجامعة محمد الصديق بن يحيى بمقتضى المرسوم التنفيذي رقم 12-362 المؤرخ في 22 ذي القعدة عام 1433، الموافق لـ 18 أكتوبر سنة 2012م بعدل وينضم المرسوم التنفيذي رقم 3-258 المؤرخ في 22 جمادى الأولى سنة 1424، الموافق لـ 22 يوليو 2003 والمتضمن إنشاء جامعة جيجل.

وبناء على القرار الوزاري رقم 215 المؤرخ في 12 جمادى الأولى 1434 الموافق لـ 24 مارس 2013 والمنضم بالقرار رقم 919 مؤرخ في 26 نوفمبر 2013.

• قسم التعليم الأساسي للعلوم الاجتماعية.

• قسم التعليم الأساسي للعلوم الإنسانية.

• قسم علم النفس وعلوم التربية والأرطوفونيا.

• قسم الإعلام والاتصال.

• قسم علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية.⁽¹⁾

عروض التكوين فالكلية:

توفر مختلف أقسام الكلية تكوينات مختلفة للحصول على شهادتي الليسانس والماستر في ميدان العلوم الإنسانية والاجتماعية وميدان علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية.

أولاً: ميدان العلوم الإنسانية والاجتماعية:

فرع العلوم الإجتماعية: حيث يتلقى الطالب في السنة الثانية والثالثة تكويناً متخصصاً في مختلف مواد علم الاجتماع، أما بالنسبة لطور الماستر فيوفر بالكلية حالياً ثلاث تخصصات في شعبة علم الاجتماع وهي:

- 1- ماستر علم اجتماع التنظيم.
- 2- ماستر علم اجتماع التربية.
- 3- ماستر علم اجتماع الاتصال.

شعبة علوم التربية: حيث يتلقى الطالب في السنة الثانية تكويناً مختصاً في مختلف علوم التربية وبعد الانتقال إلى السنة الثالثة يسجل الطالب في تخصص علم النفس التربوي أما بالنسبة لطور الماستر فيوجد بالكلية تكوين علم النفس التربوي وآخر في الإرشاد والتوجيه.

فرع العلوم الإنسانية: حيث يتلقى الطالب تكوين أساسياً في السنة الأولى سيؤهله لدراسة مختلف الشعب المرتبطة بالعلوم الإنسانية كعلوم الإعلام والاتصال وعلم المكتبات والتوثيق والآثار والتاريخ والفلسفة... يتوفر حالياً بالكلية تكوين واحد في علوم الإعلام والاتصال وإبتداءً من السنة الثانية وتخصص علم الإعلام في السنة الثالثة أما بالنسبة لطور الماستر فيوجد في الكلية تكوين في الصحافة المطبوعة والإلكترونية وآخر في السمع البصري.

ثانياً: علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية:

(1) - مصلحة الإحصائيات والإعلام والتوجيه، جامعة محمد الصديق بن يحيى، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، نيابة العبادة المكلفة بالدراسات والمسائل المرتبطة، بالطلبة، بطاقة تعريفية لجامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل، يوم 9 أكتوبر 2020، 9:30.

حيث يحصل الطالب بعد 3 سنوات من الدراسة النظرية والتطبيقية على شهادة الليسانس في تخصص التدريب الرياضي التنافسي أما بالنسبة لطور الماستر فيوجد بالكلية تكوين واحد في التحضير البدني الرياضي.

3_ المجال البشري:

يمثل هذا مجتمع البحث الذي تشمله الدراسة ويقصد به "المجتمع الأكبر أو مجموع المفردات التي يستهدف الباحث دراستها لتحقيق نتائج الدراسة، ويمثل المجتمع المستهدف الذي يهدف الباحث دراسته ويتم تعميم النتائج فيما بعد." (1)

وتمثل المجال البشري لدراستنا في طلبة تخصص علم اجتماع، وقد بلغ عددهم والذي هو حجم المجتمع الأصلي 2083 طالب موزعين على عدة أقسام هي:

قسم التعليم الأساسي العلوم الإجتماعية: (2)

القسم	التخصص	المستوى	الجنس		تعداد الطلبة
			ذكور	إناث	
قسم علم الاجتماع	علم الاجتماع	الأولى	84	568	652
		الثانية	29	215	244
		الثالثة	51	243	294
	علم الاجتماع الاتصال	الأولى	18	43	61
		الثانية	08	34	42
		الأولى	03	59	62
		الثانية	03	37	40
	علم الاجتماع تنظيم وعمل	الأولى	14	73	87
		الثانية	10	49	59
		الثانية	01	00	01
النفس	علوم التربية	الثانية	03	157	160

(1) - محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، من علم الكتب، ط1، 2000، ص112.

(2) - مصلحة الإحصائيات والإعلام والتوجيه، جامعة محمد الصديق بن يحيى، كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية، نيابة العبادة المكلفة بالدراسات والمسائل المرتبطة، بالطلبة، بطاقة تعريفية لجامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل، يوم 9 أكتوبر 2020، 9:30.

220	214	06	الثالثة	ع.نفس تربوي	الليسانس	وعلوم التربية والارطوفونيا
46	44	02	الأولى	علم نفس		
36	35	01	الثانية	التربوي		
43	42	01	الأولى	إرشاد وتوجيه		
36	35	01	الثانية			
2083	1848	235	22	المجموع		

4_ المجال الزمني :

يمثل المجال الزمني لهذه المراحل الزمنية التي مرت بها الدراسة منذ اختيار للموضوع والذي كانت بدايته منذ الإعلان عن مواضيع التخرج، ويمكن تحديد المجال الزمني لهذه الدراسة في المراحل التالية:

- الدراسة النظرية :

المرحلة الأولى: والخاصة بالإطار المفاهيمي للدراسة والفصل الخاص بالمقاربة النظرية، واستمر البحث فيها منذ الفترة الممتدة من ديسمبر 2019 إلى غاية منتصف شهر فيفري 2020، وقد شرعنا في جمع المادة النظرية للبحث وجمع أهم المصادر والمراجع ذات الصلة بموضوع والإطلاع عليها، وتميزت بصعوبات جمة، من أجل التحضير جمع البيانات النظرية خصوصا بسبب صعوبة تحصيل المراجع أحيانا، وعدم توفرها أحيانا أخرى، وقمنا بصياغة مشكلة الدراسة و تساؤلاتها، وأتمناها في منتصف شهر أفريل.

أما العناصر المتبقية و المتمثلة في أسباب الدراسة وأهمية الدراسة وأهدافها، وكذلك تحديد مفاهيم الدراسة والدراسات السابقة بالإضافة إلى نظريات الدراسة، فقد استغرقنا في إنجازها حوالي شهر من منتصف جانفي إلى منتصف شهر فيفري وبهذا نكون قد أنهينا المرحلة الأولى.

المرحلة الثانية: و هذه خصصت للجانب النظري للدراسة الذي يتضمن فصلين الأول بعنوان "البرامج التلفزيونية و البرامج التلفزيونية الاجتماعية " والفصل الثاني بعنوان "صورة المجتمع الجزائري"، وقد بدأنا هذه المرحلة منذ منتصف شهر فيفري إلى غاية الأسبوع الأول من شهر مارس.

- الدراسة الميدانية: والتي تحتوي على فصلين: الفصل الأول و يتمثل في "الإجراءات المنهجية للدراسة " والفصل الثاني " تحليل و تفسير البيانات " وقد كانت هناك ظروف استثنائية صحية مرت بها بلادنا، قد عرقلت إتمام هذا الجانب وتأخيره بسبب جائحة "كورونا" covid-19 ، التي عرقلت الدراسة على غرار معظم المجالات الأخرى، ورغم هذا قد حاولنا إتمام المذكرة، حيث استغرقت أشهر.

ثانيا: أدوات الدراسة:

إن الباحث ملزم باستخدام جملة من الوسائل والتقنيات تمكنه من جمع أكبر عدد من المعلومات التي تخدم بحثه، حيث تساعده على استقصاء المعطيات من المبحوثين بأسلوب علمي مضبوط، وقد استخدمنا في هذه جملة من الأدوات المضبوطة، علميا ومنهجيا لجمع البيانات المستهدفة في البحث، ضمن منهج معين ومن بين أدوات البحث العلمي المناسبة لدراستنا وهي:

-استمارة الاستبيان:

هي "أداة تتضمن مجموعة من الأسئلة والجمل الخبرية، التي يطلب من المفحوص الإجابة عنها بطريقة يحددها الباحث حسب أغراض البحث".

وهي "أداة لجمع المعلومات المتعلقة بموضوع البحث عن طريق استمارة تحتوي على عدد من الأسئلة، مرتبة بأسلوب منطقي مناسب، يجري توزيعها على أشخاص معينين لتعبئتها"⁽¹⁾

و«استمارة البحث نموذج يضم مجموعة من أسئلة توجه إلى الأفراد من أجل الحصول على معلومات حول موضوع أو مشكلة، أو موقف ما، فهي: التقنية المباشرة لاستطلاعات العلمية للأفراد والتي تسمح

(1) - ربحي مصطفى عليان: البحث العلمي أسسه ومناهجه وأساليبه وإجراءاته، بيت الأفكار الدولية، د.ط، الأردن، د.سنة، ص90.

لمساءلتهم بطريقة مباشرة أو غير مباشرة والحصول على نتائج كمية من أجل إيجاد علاقات إحصائية ومن أجل القيام بمقارنات عديدة.⁽¹⁾

وقد استخدمنا هذه الأداة في جمع المعلومات من عينة دراستنا والمقدرة بـ60 طالب و طالبة، حيث تتركب استمارة بحثنا من أربع محاور وهي:

1/ محور البيانات الشخصية: ويتكون من ثلاث أسئلة .

2/ محور الاهتمام بمشاهدة البرامج التلفزيونية الاجتماعية:

ويتكون من 8 أسئلة تمحورت أساسا حول حجم اهتمام الطالب الجامعي للبرامج التلفزيونية الاجتماعية.

3/ محور دور البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية في بناء صورة المجتمع المتكافل اجتماعيا عن المجتمع الجزائري:

ويتكون من 10 أسئلة تمحورت أساسا حول مدى بناء البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية صورة المجتمع المتكافل اجتماعيا عن المجتمع الجزائري لدى طلاب الجامعة.

4/ محور دور البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية في بناء صورة المجتمع المتسامح اجتماعيا عن المجتمع الجزائري:

ويتركب من 12 سؤال تمحورت أساسا حول مدى تشكيل البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية صورة المجتمع المتكافل(المتسامح) اجتماعيا للطلاب الجامعي.

صدق الاستمارة:

قبل الاستعمال النهائي لاستمارة البحث ثم عرضها في شكلها الأولي على مجموعة من المحكمين، 3منهم من جامعة محمد الصديق بن يحيى تاسوست جيجل، ممثلين في الأستاذ محمد عادل زيتوني، بوعموشة نعيم، بودريوة فوزية، بالإضافة إلى الأستاذة مومن نوار من جامعة بسكرة، وهذا بغية التحقق من صدقها،

(1) - بوحوش عمار: منهجية البحث العلمي وتقنياته في العلوم الاجتماعية، المركز الديموغرافي العربي، د ط ، برلين- ألمانيا، 2019،

حيث طلب من المحكومين إبداء رأيهم في استمارة ومنحنا اقتراحات وآراء وبناء على آرائهم أجرينا تعديلات ضرورية حيث تم ذلك من خلال:

- التعديل في بعض الأسئلة.

- إلغاء بعض الأسئلة التي لا تخدم الموضوع وإضافة أسئلة أخرى.

ثالثا: أساليب المعالجة الإحصائية:

يتم الاستعانة بأسلوبين إحصائيين هما:

1- الأسلوب الكيفي:

هو الأسلوب الذي يتم من خلاله سرد الجانب النظري للدراسات و تفسير و تحليل البيانات في ضوء الشواهد الواقعية و التعليق عليها، من خلال تحويل إجابات المبحوثين إلى إحصائيات و جداول و التعبير عن هذه الأرقام من خلال التحليل و التفسير.

2- الأسلوب الكمي:

هو أسلوب تكميم الظاهرة المدروسة ثم محاولة الكشف عن صحة و خطأ الفرضيات عن طريق إحصاء إجابات المبحوثين حول الأسئلة التي تم طرحها في ظل الفرضيات و محاور الاستمارة و البيانات المتحصل عليها و ترتيبها في جداول و تحويلها إلى أرقام و نسب ذات دلالات يمكن قراءتها إحصائيا و سوسولوجيا .

رابعا: منهج الدراسة:

" لكي يصبح البحث علميا، على الباحث أن يلتزم بخطوات وطرق المنهج العلمي في البحث، حتى يصل إلى نتائج أكثر دقة، وهذا الأسلوب يساعد على تركيز الجهد، واختصار الوقت، وحصص الوقت، وحصص العمل في نطاق البحث المطلوب".⁽¹⁾

وبما أننا في صدد دراسة وكشف دور البرامج التلفزيونية الاجتماعية في بناء صورة المجتمع الجزائري لدى طلاب الجامعة، فإن هذه الدراسة تندرج ضمن البحوث الوصفية والتي تهدف إلى وصف الظواهر

(1) - محمد الصاوي محمد مبارك: البحث العلمي أسسه وطريقة كتابته، المكتبة الأكاديمية، ط1، القاهرة، 1992، ص19.

وإحداث أشياء معينة وجمع الحقائق والمعلومات والملاحظات عنها ووصف الظروف الخاصة بها وتقرير حالاتها كما توجد في الواقع". (1)

ليس هناك منهجا في البحث أكثر انتشارا من المنهج الوصفي، ويعرف هذا المنهج "هو ذلك المنهج الذي يشمل البحوث التي تركز على ما هو كائن الآن في حياة الإنسان والمجتمع، والمنهج الوصفي هو استقصاء ينصب على ظاهرة من الظواهر كما هي قائمة في الحاضر بقصد تشخيصها وكشف جوانبها وتحديد العلاقات بين عناصرها أو بينها وبين ظواهر أخرى". (2)

(ويقوم هذا المنهج على وصف الظاهرة، للوصول إلى أسباب هذه الظاهرة، والعوامل التي تحكم فيها، واستخلاص النتائج لتعميمها ويتم ذلك وفق خطة بحثية معينة، وذلك من خلال تجميع البيانات، وتنظيمها، وتحليلها). (3)

وقد اعتمدنا هذا المنهج بهدف وصف ظاهرة دور البرامج التلفزيونية الاجتماعية في بناء صورة المجتمع الجزائري لطلاب الجامعة، ووصف الصور الذهنية إن كانت إيجابية أو سلبية.

خامسا: عينة الدراسة:

مجتمع الدراسة:

لكي يحقق الباحث نجاحا في دراسته لا بد من اختيار مجتمع يزاول فيه بحثه ومن الضروري وجود هذا المجتمع، ويستند هذا الاختيار على مدى قدرة الباحث على معرفة خصائص المجتمع الذي يراد دراسته.

والمقصود بمجتمع الدراسة "كل العناصر المراد دراستها إن سحب جزء من مجتمع الدراسة يطلق عليه العينة Sample. و العملية التي تتم بهذا الشكل يطلق عليها المعاينة Sampling". (4)

العينة:

(1) - محمد سرحان علي المحمودي: مناهج البحث العلمي، دار الكتب، ط3، صنعاء، 2019.

(2) - رحيم يونس كرو العزاوي: مقدمة في منهج البحث العلمي، دار الدجلة، ط1، عمان، 2008، ص97.

(3) - عبد الفتاح محمد العيسوي-عبد الرحمن محمد العيسوي: مناهج البحث العلمي في الفكر الإسلامي و الفكر الحديث، دار الراتب الجامعية، 1997، د بلد، ص13.

(4) - منذر الضامن: أساسيات البحث العلمي، دار المسيرة، ط1، عمان، 2007، ص160.

تعد العينة إحدى الأسس الهامة التي يعتمد عليها البحث العلمي وخاصة البحوث الاجتماعية "وجزء من المجتمع الذي تجري عليه الدراسة، يختارها الباحث لإجراء دراسته عليه وفق قواعد خاصة لكي تمثل المجتمع تمثيلاً صحيحاً".⁽¹⁾

اعتمدنا منها في دراستنا على "العينة الغير العشوائية القصدية" لأن مجتمع الدراسة متجانس و بذلك فهي الأكثر ملائمة لطبيعة موضوع دراستنا هذه، والعينة غير عشوائية "هي تلك الحالات التي لا تعتمد طريقة اختيار العينة على الأسلوب العشوائي نظراً لأن مجال تطبيقاتها إمبيريقياً يعتمد على اختيار شريحة أو قطاع معين بطريقة معينة قصدية"⁽²⁾

وفي العينة الغير عشوائية القصدية "هي العينة التي يتم انتقاء أفرادها بشكل مقصود من قبل الباحث نظراً لتوفر بعض الخصائص في أولئك الأفراد دون غيرهم لكون تلك الخصائص هي الأمور الهامة بالنسبة للدراسة، كما يتم اللجوء لهذا النوع من العينات في حالة توافر البيانات اللازمة للدراسة لدى فئة محددة من مجتمع الدراسة الأصلي".⁽³⁾

وفي دراستنا اخترنا عينة من طلبة علم اجتماع الذين يشاهدون البرامج التلفزيونية الاجتماعية المتمثل تعدادها في 60 طالب.

- طريقة جمع البيانات:

تم اختيار طلبة علم اجتماع من أجل معرفة دور هذه البرامج التلفزيونية الاجتماعية في بناء صورة المجتمع الجزائري لدى طلاب الجامعة من خلال الاستمارة، حيث وزعت استمارة الكترونية محاولين الوصول إلى أكبر عدد ممكن لأفراد العينة ودامت حوالي أربع أيام أو أكثر، لضعف الاتصالات أحيانا وانشغال المبحوثين للرد، وتم استرجاع جميع الاستمارات (60 استمارة).

(1) - زين الدين ضياف، بوداري عز الدين وآخرون: الأصول والأسس المنهجية في البحوث النفسية والتربوية والاجتماعية (المستجدات والتقنيات الحديثة)، مركز البقطة البيداغوجية، د ط، المسيلة، 2002، ص 177.

(2) - محمد محمد قاسم: المدخل إلى مناهج البحث العلمي، دار النهضة العربية، ط1، بيروت، 1999، ص 79.

(3) - عبود عبد الله العسكري: منهجية البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار النمر، ط1، دمشق، 2002، ص 23.

خلاصة الفصل:

من خلال هذا الفصل قمنا بتحديد الإجراءات المنهجية للدراسة و ذلك بتحديد مجالات الدراسة المتمثلة في المجال الجغرافي و البشري و الزمني، و كذلك أساليب التحليل، و أدوات جمع البيانات المتمثلة في الاستمارة و أوضحن المنهج المستخدم و عينة الدراسة.

الفصل الخامس

تحليل و تفسير البيانات

أولاً. تفرغ البيانات تبويبها و التعليق عليها

ثانياً. النتائج العامة للدراسة في ضوء الفرضيات

ثالثاً. النتائج العامة للدراسة في ضوء الدراسات السابقة

رابعاً. النتائج العامة

تمهيد:

من خلال هذا الفصل سوف نقوم بعملية تفريغ و تحليل البيانات الخاصة بدراستنا و التي بموجبها سيتم حصر كافة البيانات و المعلومات التي جمعناها عن طريق جمع المفردات التي شملتها الدراسة، و علمية التفريغ و التحليل سوف تشمل كافة البيانات المتعلقة بفرضيات الدراسة، حيث أن هذه العملية من شأنها أن تساعدنا على الوصول إلى أهم النتائج و الأهداف التي سعت الدراسة إلى تحقيقها.

أولاً: تفرغ البيانات، تبويبها والتعليق عليها:

المحور الأول: البيانات الشخصية:

جدول رقم 01: توزيع أفراد العينة حسب الجنس:

الجنس	التكرار	النسبة المئوية
ذكر	06	%10
أنثى	54	%90
المجموع	60	%100

نلاحظ من خلال الجدول رقم (1) أعلاه و الذي يبين توزيع مفردات العينة حسب الجنس رقم (1) الأكثر تواجد داخل العينة المختارة هو الجنس الأنثوي، حيث قدرت نسبته %90 عدد تكراره 54 مفردة، أما نسبة الذكور تقدر بـ %10 والذي كان عدد تكراره 6 مفردة.

من خلال الجدول رقم (1) نستنتج بأن الإناث أكثر مشاهدة للبرامج التلفزيونية الاجتماعية حيث يعادل عددهم 54 مفردة بنسبة %90 في حين الذكور يساوي 6 مفردة بنسبة %10 من أفراد العينة، وهذا ما يدل على أن الإناث أكثر مشاهدة لهذه البرامج التلفزيونية الاجتماعية ولعل هذا راجع لطبيعة المجتمع الجزائري، أين تقضي الفتيات معظم الوقت داخل المنزل بين القيام بالأعمال المنزلية ومشاهدتهن للتلفزيون.

جدول رقم (2): يبين توزيع أفراد العينة حسب متغير السن:

السن	التكرار	النسبة المئوية
أقل من 23 سنة	19	%32
من 24 سنة لـ 28 سنة	39	%65
29 سنة فما فوق	02	%03
المجموع	60	%100

يوضح الجدول (2) توزيع الطلبة حسب متغير السن إذ نجد أن الفئة التي تتراوح أعمارهم بين 24 سنة إلى 28 سنة هي الفئة الغالبة بنسبة 65% ثم تليها الفئة التي تتراوح أعمارهم أقل من 23 سنة بنسبة 32%، أما فئة 29 فما فوق فهي تمثل 03%، وما يفسر أن هذه الفئة أكثر مشاهدة للبرامج التلفزيونية الاجتماعية، بينما الفئة الثانية من أقل سنة كانت أقل مشاهدة لهاته البرامج تليها فئة 29 سنة فما فوق، أيضا أن الفئة العمرية الغالبة وسط طلبة علم اجتماع بجامعة محمد الصديق بن يحيى فهي فئة 24 سنة إلى 28 سنة.

الجدول (3): يبين توزيع الطلبة حسب التخصص:

التخصص	التكرار	النسبة المئوية
علم اجتماع	22	37%
علم النفس	14	23%
علم اجتماع تربية	05	08%
علم اجتماع تنظيم وعمل	04	07%
علم اجتماع الاتصال	15	25%
المجموع	60	100%

يوضح الجدول رقم (3) توزيع الطلبة حسب تخصصاتهم إذ نجد أن طلبة علم اجتماع بنسبة 37%، تليها علم اجتماع اتصال، تليها علم النفس بنسبة 23% تليها علم اجتماع تربية بنسبة 08% وأخيرا علم اجتماع تنظيم وعمل بنسبة 07%.

نستنتج من خلال الجدول (3) الذي يمثل توزيع الطلبة حسب التخصص، وقد يعود ذلك إلى كون هذه المواضيع تعالج قضايا اجتماعية تصب في مجال اهتمامهم باعتبارهم باحثين اجتماعيين.

2_ تحليل معطيات الفرضية الأولى ومناقشتها:

الاهتمام بمشاهدة البرامج التلفزيونية الاجتماعية

جدول رقم (4): يمثل طبيعة البرامج التلفزيونية الاجتماعية التي يفضل الطلبة مشاهدتها:

النسبة المئوية	التكرار	طبيعة البرامج التلفزيونية الاجتماعية
22%	23	برامج توعوية
25%	26	برامج خيرية
24%	25	برامج إصلاحية
11%	12	تحقيقات
16%	15	ريبورتاجات
02%	02	أخرى
100%	103	المجموع

يوضح الجدول رقم (4) طبيعة البرامج التلفزيونية الاجتماعية التي يفضل الطلبة مشاهدتها إذ نجد البرامج الخيرية بلغت نسبة مشاهدتها 25% تليها البرامج الإصلاحية بنسبة 24% تليها البرامج التوعوية بنسبة 22% بعدها ريبورتاجات بنسبة 16% أما البرامج الأقل مشاهدة هي برامج تحقيقات بنسبة 11%.

وهذا يدل على أن أفراد العينة يولون أهمية كبيرة للبرامج الخيرية والبرامج الإصلاحية و كذلك البرامج توعوية، باعتبار النسب متقاربة و كذلك لما توفره هذه البرامج من تقديم مساعدات، ولكونه يهتم بالجانب الإنساني والرغبة حسب أفراد العينة في العمل الخيري مغروسة في قلوبهم دائما إلى العزيمة والإرادة، كما نجد أن البرامج الإصلاحية تحظى بالاهتمام من طرف الطلبة، وذلك يكون البرامج الإصلاحية لها دور كبير لما تقدمه من قيمة التسامح بين أفراد المجتمع الجزائري، من أهم الوسائل الإعلامية التي تخترق المسافات النفسية الأيديولوجية بين الأفراد والجماعات، وبعدها تلي ريبورتاجات لما حققته من نسبة في

المشاهدة وهذا ما توفره من صور وريبورتاجات تعكس حقيقة القضية المعروضة في البرنامج.

جدول رقم (5): يمثل المواضيع التي تشد اهتمام أكثر الطلبة في البرامج التلفزيونية الاجتماعية:

الاقتراحات	التكرار	النسبة المئوية
التشرد	24	16%
المساعدات	30	20%
الطلاق	08	5%
عقوق الوالدين	16	11%
ذوي الاحتياجات الخاصة	20	13%
الانحراف	23	15%
التسول	06	4%
قضايا مجهولي النسب	24	16%
المجموع	151	100%

نلاحظ من خلال الجدول (5) الذي يمثل المواضيع والقضايا التي تشد اهتمام أكثر الطلبة في البرامج التلفزيونية الاجتماعية، قضية المساعدات بنسبة 20% في المرتبة الأولى، وقضية التشرد ومجهولي النسب كليهما بنسبة 16% في المرتبة الثانية، وقضية الانحراف بنسبة 15% في المرتبة الثالثة، وقضية ذوي الاحتياجات الخاصة بنسبة 13% في المرتبة الرابعة، وقضية عقوق الوالدين بنسبة 11% في المرتبة الخامسة، وقضية الطلاق في المرتبة السادسة بنسبة 5%، وقضية التسول بنسبة 4% في المرتبة السابعة.

وما نلاحظه في هذا الجدول أن المبحوثين يهتمون أكثر بقضية المساعدات لأنها تعالج القضايا الاجتماعية ويفضلون الإطلاع على الحالات الخاصة التي تحتاج إلى التكافل

الاجتماعي والتعاون، ولحبهم أيضا لتوزيع المساعدات لغيرهم داخل المجتمع باعتبار الطلبة أغليبتهم من فئة الشباب وهم الأكثر اندفاعا لتقديم المساعدات للمحتاجين.

جدول رقم (6): يمثل دوافع مشاهدة البرامج التلفزيونية الاجتماعية:

الاقتراحات	التكرار	النسبة المئوية%
شخصية مقدم برنامج	06	5%
الشخصيات المستضافة	10	9%
مواضيع من واقعك الاجتماعي	51	47%
مصادقية البرنامج	08	7%
طريق النقاش	14	13%
تناسب وقت فراغك	07	6%
كونها تتوافق مع تخصصك	13	12%
أخرى	01	1%
المجموعة	110	100%

من خلال الجدول (6) الذي يمثل اندفاع مشاهدة البرامج التلفزيونية الاجتماعية، نلاحظ أن المواضيع من واقع الاجتماعي نالت المرتبة الأولى بنسبة 47%، تليها طريقة النقاش المرتبة الثانية بنسبة 13%، و المرتبة الثالثة كونها تتوافق مع تخصصك بنسبة 12%، بعدها الشخصيات المستضافة بنسبة 9%، بعدها مصادقية البرنامج بنسبة 13%، وتليها تناسب وقت فراغك بنسبة 12%، وفي مرتبة شخصية مقدم البرنامج بنسبة 10%، أما نسبة أخرى فهي 2%.

ونستنتج من خلال الجدول (6) أن معظم الطلبة تهتم بمواضيع البرنامج من الواقع الاجتماعي بنسبة غالبية لكون الإنسان اجتماعي بطبعه، كما أن المواضيع الاجتماعية في البرنامج تعالج قضايا المجتمع التي يجد فيها كل فرد نفسه أكثر تفاعلا وتجاذبا، وهذا ما

جعلهم يميلون إلى مواضيع البرنامج أكثر، بالإضافة إلى تطرقهم للمواضيع الحساسة والتي تمس فئة الشباب أكثر.

جدول رقم (7): يمثل مدة بدء الاهتمام بمشاهدة البرامج التلفزيونية الاجتماعية:

النسبة المئوية	التكرار	بدء الاهتمام ب المشاهدة
03%	02	أقل من سنة
20%	12	من سنة لثلاث سنوات
77%	46	أكثر من ثلاث سنوات
100%	60	المجموع

من خلال الجدول (7) الذي يمثل مدة بدء الاهتمام بمشاهدة البرامج التلفزيونية الاجتماعية، أن المبحوثين الذين أجابوا في المرتبة الأولى أكثر من ثلاث سنوات بنسبة 77% و 20%، من سنة إلى ثلاث سنوات، و بنسبة 3% أقل من سنة.

و نستنتج من خلال الجدول رقم (7) بأن البرامج التلفزيونية الاجتماعية لاقت اهتمام من طرف الطلبة وذلك راجع لشهرة القنوات الجزائرية للبرامج الاجتماعية، بالإضافة كلما زادت مدة بدء المشاهدة زاد اهتمام بهذه البرامج.

جدول رقم (8): يمثل الأوقات التي يفضل فيها مشاهدة البرامج التلفزيونية الاجتماعية:

النسبة المئوية	التكرار	أوقات المشاهدة المفضلة
07%	04	طيلة أيام الأسبوع
10%	06	نهاية الأسبوع
83%	50	لا يوجد وقت محدد
100%	60	المجموع

من خلال الجدول رقم (8) الذي يمثل الأوقات التي تفضل فيها مشاهدة البرامج التلفزيونية الاجتماعية، نلاحظ أن الطلبة أغلبيتهم ليس لديهم وقت محدد لمشاهدة البرامج التلفزيونية

الاجتماعية، حيث يعادل عددهم 50 مفردة بنسبة تقدر 83%، أما نسبة المشاهدة في نهاية الأسبوع قدرت ب 10% مما يعادل 6 مفردة، في حين نسبة الطلبة الذين يشاهدون هذه البرامج الاجتماعية طيلة أيام الأسبوع تقدر ب 7% مما يعادل 4مفردة.

نستنتج من خلال الجدول أن أغلبية الطلبة ليس لديهم وقت محدد لمشاهدة البرامج التلفزيونية الاجتماعية ولعل ذلك راجع لانشغالاتهم واهتماماتهم بانجاز البحوث الأكاديمية الجامعية في حين إن وجد متسع من الوقت ويكون مناسب يشغلونه في مشاهدة البرامج التلفزيونية الاجتماعية.

جدول رقم (9): يمثل إعادة المشاهدة لبرنامج اجتماعي:

النسبة المئوية	التكرار	الاقتراحات	تعويض المشاهدة
08%	05	وقت إعادة البرنامج في القناة	نعم
42%	25	عبر الانترنت	
0%	0	/	لا
50%	30	/	أحيانا
100%	60	/	المجموع

من خلال الجدول (9) و الذي يوضح لنا كيفية تعويض مشاهدة البرامج التلفزيونية الاجتماعية، فكانت الإجابة بنعم منهم من يعوض المشاهدة وقت إعادة البرنامج في القناة بنسبة تقدر ب 08% مما يعادل خمسة مفردات من أفراد العينة بينما كانت نسبة تعويض المشاهدة عبر الانترنت تقدر ب 42% مما تعادل 25 مفردة من أفراد العينة، والذين أجابوا ب أحيانا تقدر ب 25% مما يعادل 30 مفردة من أفراد العينة، أما الذين أجابوا ب لا تقدر نسبتهم ب 0%.

نستنتج من خلال الجدول (9) أن الذين أجابوا بنعم ،يعوضون المشاهدة عبر الانترنت وهي نسبة كبيرة بما يكفي لإثبات أن الانترنت من أعظم وأنفع وسائل الإعلام وأكثرها شيوعا

واستعمالا فبإمكانها أن تحل محل التلفزيون، أما نسبة الذين أجابوا أحيانا فهم أحيانا لا يعوضون المشاهدة وذلك راجع إلى عدم قدرتهم على المتابعة وإن أعادها أحيانا إما أن ينتظر إعادة الحلقة التي لم يستطع مشاهدتها أو أن يبحث عنها عن طريق الانترنت لكي يتمكن من فهم تلك الحلقة من البرنامج الاجتماعي .

جدول رقم (10): يمثل عند مشاهدة برنامج اجتماعي مشاهدة الحصة أو حلقة كاملة:

النسبة المئوية%	التكرار	مشاهدة الحلقة
83%	50	كاملة
17%	10	جزء منها
100%	60	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول (10) الذي يمثل عند مشاهدة برنامج اجتماعي مشاهدة الحصة أو الحلقة كاملة، أن الذين أجابوا أنهم يشاهدون الحلقة كاملة تقدر نسبتهم بـ83% والذين يشاهدون الحلقة جزء من الحلقة تقدر نسبتهم بـ17%.

نستنتج بأن أغلب أفراد العينة كانت إجابتهم بأنهم يشاهدون برنامج تلفزيوني اجتماعي حلقة كاملة دون انقطاع وهذا ما يدل على وفائهم للبرنامج الاجتماعي هذا راجع إلى أهمية البرنامج ومدى التفاعل معه واستيعاب قيمته التي تتناسب مع سلوكياتهم و أنماطهم وعاداتهم الاجتماعية بالإضافة إلى مواضيعه الاجتماعية التي تمس فئة الشباب خاصة، أما الذين يشاهدون جزء من حلقة البرنامج وذلك راجع إلى إما وجود انشغالات وارتباطات أكثر أهمية، أو عدم توفر الوقت لذلك أو طريقة التي يعرض بها البرنامج قد لا يستدعي ولا تحقق تفاعل لمتابعة الحلقة كاملة ويمكن أيضا عدم عملهم بوقت بث البرنامج الاجتماعي.

جدول رقم(11): يمثل الاهتمام بتفاصيل أحداث البرنامج التلفزيوني الاجتماعي الذي يتابعه الطلبة:

الاهتمام بتفاصيل البرنامج الاجتماعي	التكرار	النسبة المئوية
نعم	46	77%
لا	02	03%
أحيانا	12	20%
المجموع	60	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم (11) والذي يوضح الاهتمام بتفاصيل وأحداث البرنامج التلفزيوني الاجتماعي الذي يتابعه الطلبة، بأن المبحوثين الذين أجابوا بنعم بنسبة تقدر بـ77%، أما بالنسبة للمبحوثين الذين أجابوا بـ أحيانا قدرت بنسبة 22%، في حين المبحوثين الذين كانت إجابتهم بـ لا قدرت بنسبة 3%.

من خلال الجدول رقم (11) نستنتج أن المبحوثين الذين أجابوا بنعم نسبتهم مرتفعة مقارنة بالذين أجابوا بأحيانا، و قد يعود هذا إلى مدى اهتمام الطلبة بالبرامج التلفزيونية الاجتماعية ومدى تفاعلهم وميولهم لمواضيع وتفاصيل البرنامج وتأثرهم بالقضايا المعروضة، بالإضافة إلى مدى إمكانية نجاح هذه البرامج التلفزيونية في استقطاب أكبر عدد من المشاهدين ونجاح فكرة البرنامج أما ما يخص الذين أجابوا بلا وعدم اهتمامهم بتفاصيل وأحداث البرامج التلفزيونية الاجتماعية لعل ذلك راجع إلى عدم التركيز في تفاصيل و أحداث البرنامج وللقضايا التي تعرض وعدم ميولهم إلى هذا النوع من البرامج.

3_ تحليل معطيات الفرضية الثانية ومناقشتها:

دور البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية في بناء صورة المجتمع المتكافل اجتماعيا عن المجتمع الجزائري.

جدول رقم (12): يمثل بماذا يهتم الطلبة للبرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية التي يقوم بمتابعتها:

الاقتراحات	التكرار	النسبة المئوية
بالمساعدات الصحية	23	24%
بالمساعدات المالية	27	28%
بالأعمال التطوعية	38	40%
بتقديم فرص العمل	06	06%
أخرى	02	02%
المجموع	96	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم (12) و الذي يبين البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية التي يهتم الطلبة بمتابعتها، أن الطلبة يتابعون البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية التي تقوم بتقديم الأعمال التطوعية بنسبة قدرت 40%، ثم تليها تقديم المساعدات المالية بنسبة 28%، ثم تقديم المساعدات الصحية بنسبة 24%، ثم تليها تقديم فرص عمل بنسبة 06%، وبعدها أخرى بنسبة 2%.

نستنتج من خلال الجدول أن الطلبة المهتمين بالبرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية التطوعية هي أكبر نسبة قدرت بـ 40% وقد يرجع ذلك أن البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية استطاعت تحقيق مساعدات فعلية للمحتاجين كبرنامج "اليد فاليد" لتطوعه لترميم المنازل وتقديمها للمحتاجين التي غيرت العديد من حالات أفراد المجتمع، ولا بد هذا ما دفع الطلبة إلى الاهتمام والمشاهدة الكبيرة لهذا النوع من البرامج الاجتماعية.

جدول رقم (13): يمثل تقييم مصداقية البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية:

النسبة المئوية	التكرار	مصداقية البرامج التلفزيونية الخيرية
20%	12	مرتفعة
77%	46	متوسطة
03%	02	ضعيفة
100%	60	المجموع

من خلال الجدول رقم (13) الذي يمثل تقييم مصداقية البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية نجد أن الإجابة بمصداقية متوسطة هي الغالبة بنسبة 77% ما يعادل 46 مفردة، تليها الإجابة بمصداقية مرتفعة بنسبة 20% ما تعادل 12 مفردة، أما الأخيرة فكانت الإجابة بضعيفة قدرت ب نسبة 3% ما تعادل 2 مفردة من أفراد العينة.

نستنتج من الجدول رقم (13) بأن البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية ذات مصداقية متوسطة وهذا ما أجب عليه الطلبة بنسبة مرتفعة قدرت بـ 65%، وقد يكون سبب ذلك أن هذه البرامج لها نسبة من المصداقية والموضوعية نوعا ما في نقل الأخبار دون تحريف أو تزييف لوقائع القصة والمواضيع، وكون المبحوثين يوجد عندهم ثقة في مضمون البرنامج الذي يعرض، في حين أن الذين أجابوا كون هذه البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية ضعيفة لعل ذلك راجع إلى عدم ثقتهم بما تناوله هذه البرامج من قضايا وعدم اقتناعهم بما يعرضونه.

جدول (14): يمثل في رأيك تهدف البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية إلى:

الاقتراحات	التكرار	النسبة المئوية
تقديم الأعمال الخيرية	33	42%
توسيع قاعدة الجماهيرية	20	25%
تنمية المجتمع	26	33%
المجموع	79	100%

من خلال الجدول رقم (14) الذي يمثل رأي الطلبة في هذه البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية نلاحظ أن نسبة الإجابة هدف تقديم الأعمال الخيرية مقدرة بنسبة 42%، تليها تنمية المجتمع بنسبة تقدر 33%، و أخيرا توسيع القاعدة الجماهيرية المقدرة بنسبة 25%.

نستنتج من الجدول أن النسب ليست متباعدة عن بعضها البعض و يمكن إرجاع ارتفاع نسبة تقديم الأعمال الخيرية إلى مدى قدرة البرنامج الخيري إلى حاجة الكثير من العائلات الفقيرة إلى المساعدة و التكافل الاجتماعي، مرده أن هذه العائلات المحاجة لم تجد سوى هذه البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية للخروج من الأزمة التي تعيشها ،و هذا هو هدف البرنامج، بالإضافة إلى ذلك أن البرنامج التلفزيوني الاجتماعي الخيري لديه أسلوب فعال في إقناع الجمهور و التأثير فيهم و يمكن أن يكون هذا السبب في ارتفاع هذه الإجابة، أما بالنسبة إلى تنمية المجتمع يمكن تفسير هذه الإجابة باعتبار أن البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية ذو طابع اجتماعي الخيري الذي يحاول تقديم المساعدات من اجل النهوض بمجتمع متقدم و متعاون.

جدول رقم (15): يمثل هل استطاعت البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية إبراز قيمة التكافل الاجتماعي للشعب الجزائري:

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	20	33%
لا	01	02%
نوعا ما	39	65%
المجموع	60	100%

من خلال دراستنا للجدول رقم (15) والذي يوضح هل استطاعت البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية إبراز قيمة التكافل الاجتماعي للشعب الجزائري نلاحظ أن الطلبة الذين كانت إجابتهم ب نوعا ما كانت نسبتهم مرتفعة مقدرة بـ65%، أما الإجابة بنعم وكانت النسبة 33%، أما الإجابة ب لا فقدت نسبتها بـ2%.

من خلال الجدول رقم (15) نستنتج أن الطلبة كانت إجابتهم بنوعا وهي الإجابة الغالبة بنسبة 65%، وهذا يدل على أن هناك من الطلبة الذين تفاعلوا مع هذا النوع من البرامج الاجتماعية الخيرية ومدى قدرة البرنامج على نشر التكافل والتضامن الاجتماعي بين الأشخاص، مما يؤدي إلى تعزيز دور القيم والأخلاق الحميدة والنهوض بالمجتمعات. بالإضافة إلى التكافل الاجتماعي وهي من أهم صفة لا بد من أن تتوفر في المجتمع الجزائري وهذا ما حاولت البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية إبرازه، أما الذين أجابوا ب لا فهي نسبة جد ضعيفة ولعل ذلك راجع إلى عدم ثقتهم بهذه البرامج في إمكانية إبراز قيمة التكافل الاجتماعي وضعف مصداقيتها في نظرهم.

جدول (16): يمثل هل شكلت لديك البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية صورة المرأة الجزائرية المتكافئة اجتماعيا:

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	22	37%
لا	02	03%
إلى حد ما	36	60%
المجموع	60	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم (16) و الذي يبين تشكيل البرامج التلفزيونية الاجتماعية للطلبة عن صورة المرأة الجزائرية المتكافئة اجتماعيا، أن نسبة الإجابة إلى حد ما مقدرة بنسبة 60% ما يعادل 36 مفردة من أفراد العينة، تليها نسبة الإجابة بنعم بنسبة 37%، ما يعادل 22 مفردة من أفراد العينة، وأخيرا نسبة الإجابة ب لا مقدرة ب3% ما يعادل 2 مفردة من أفراد العينة.

من خلال الجدول (16) نلاحظ أغلبية الطلبة علم اجتماع كانت إجابتهم بإمكانية هذه البرامج على تشكيل صورة المرأة الجزائرية إلى حد ما، ولا بد ذلك راجع إلى أغلبية المبحوثين إناثا وهم أكثر إدراكا بمدى تشكيل هذه البرامج لصورة المرأة الجزائرية بالإضافة إلى قدرة البرامج الاجتماعية الخيرية على إبراز أن المرأة الجزائرية تمتاز بقدرات وإمكانات وحتى سمات شخصية ونفسية وعاطفية، الذي تستثمره في العمل الخيري لأنها أقدر تعاوننا مع الأيتام والأرامل، بالإضافة إلى انخراط النساء في الجمعيات للعمل الخيري، أما الإجابة بنعم فهي نسبة ليست ببعيدة عن الإجابة الأولى وهذا ما يؤكد لنا على قدرة هذه البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية في تشكيل صورة المرأة الجزائرية المتكافئة اجتماعيا.

جدول رقم (17) :يمثل هل شكلت لديك البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية صورة الرجل الجزائري المتكافل اجتماعيا:

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	21	35
لا	02	03
إلى حد ما	37	62
المجموع	60	100

من خلال الجدول رقم (17) والذي يشير إلى تشكيل البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية للطلبة عن الرجل الجزائري المتكافل اجتماعيا، نلاحظ أن الإجابة إلى حد ما مقدرة بنسبة 62%، تليها الإجابة بنعم مقدرة بـ35%، وأخيرا نسبة الإجابة بلا مقدرة بـ3%.

نستنتج من خلال الجدول أن أغلبية أفراد العينة أجابوا أنه إلى "حد ما" شكلت لديهم البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية صورة الرجل الجزائري المتكافل اجتماعيا ويمكن الرجوع إلى ذلك كون هذه البرامج رسمت صورة إيجابية نوعا ما للرجل الجزائري، حيث شملت صورا كثيرة من التعاون والتآزر والمشاركة في تقديم العون والحماية والمواساة للحالات المعوزة التي قام بها الرجل الجزائري كالحملات التطوعية في مختلف الوسائل الإعلامية وتقديم المساعدات المادية والمعنوية، أما الذين أجابوا ب لا وكانت نسبتهم ضعيفة يمكن تفسير أن البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية صورت الصورة السلبية للرجل الجزائري المتكافل اجتماعيا.

جدول رقم (18): يمثل هل ساهمت البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية في تشجيع شرائح المجتمع على العمل الخيري:

الإجابة	الاقتراحات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	استجابة قوية	23	38%
	استجابة متوسطة	31	52%
	استجابة ضعيفة	02	03%
لا		04	07%
المجموع		60	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم (18) الذي يوضح هل ساهمت البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية في تشجيع شرائح المجتمع على العمل الخيري، أن الإجابة بنعم باستجابة متوسطة بنسبة مقدرة 52% تليها استجابة قوية بنسبة 38% وتليها استجابة ضعيفة بنسبة 3% أما الإجابة بـ لا بنسبة مقدرة بـ 7%.

نستنتج من خلال الجدول أن الإجابة بنعم باستجابة متوسطة هي الإجابة العالية وهذا راجع إلى أن البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية استطاعت التأثير في مختلف شرائح المجتمع على العمل الخيري، ومثلت في ذاتها صور التكافل الاجتماعي بين شرائح المجتمع الجزائري على العمل الخيري الجزائري، وعطاء إنسانيا يبذله القادرون عليه من خلال الحملات التطوعية التي تنادي بها، كما يمكن تفسير أن الجمهور عند متابعتة للبرنامج يفكر في تقديم مساعدات للمحتاجين، خاصة استجابة شريحة الشباب التي تلعب دور إيجابي في المجتمع ينمي القيم الأخلاقية والتفاعل مع الجمعيات الخيرية والحملات التي تقام في الجامعات لتقديم يد العون.

جدول رقم (19): يمثل طبيعة الدعم الذي تشجع عليه مثل هذه البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية للحالات المعروضة:

النسبة المئوية	التكرار	طبيعة الدعم
08%	05	دعم مادي
10%	06	دعم معنوي
82%	42	كليهما
100%	60	المجموع

من خلال الجدول (19) و الذي يمثل طبيعة الدعم الذي يشجع عليه مثل هذه البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية للحالات المعروضة، نلاحظ أن نسبة الإجابة بطبيعة الدعم المادي والمعنوي كليهما بنسبة 82%، تليهما تشجيع الدعم المعنوي بـ10%، وأخيرا تشجيع الدعم المادي بـ8%.

نستنتج من خلال الجدول رقم (19) أن أغلبية المبحوثين أجابوا أن الدعم الذي تشجع عليه البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية للحالات المعروضة هو دعم مادي ومعنوي، أي كلاهما و يمكن تفسير ذلك أن هذا النوع من البرامج جعل المشاهد يقدم الإعانات المادية والمعنوية لرفع نسبة المتطوعين في شتى المجالات وتلبية حاجات المجتمع أفرادا وجماعات، فهي بذلك تضمن جميع الحقوق الأساسية للأفراد والجماعات داخل المجتمع الجزائري.

أما الذين كانت إجابتهم على الدعم المعنوي فهم الذين لا تتوافر لديهم الإمكانيات التي تسمح بتقديم يد العون، وأما الذين كانت إجابتهم على الدعم المادي فهم لديهم إمكانيات تسمح لهم بتقديمهم للإعانة.

جدول رقم(20): يمثل رأي الطلبة في البرنامج التلفزيوني الاجتماعي الخيري الذي يراه ناجحا في رسم صورة المجتمع المتكافل اجتماعيا:

الاقتراحات	التكرار	النسبة المئوية
وافعلوا الخير	30	33%
خط أحمر	19	21%
ما وراء الجدران	07	8%
اليد في اليد	35	38%
المجموع	91	100%

يوضح الجدول رقم (20) والذي يمثل رأي الطلبة في البرنامج التلفزيوني الاجتماعي الخيري الذي يراه ناجحا في رسم صورة المجتمع المتكافل اجتماعيا ، أن الصدارة كانت لبرنامج اليد فاليد بتكرار 35 مرة ما يعادل نسبة 38% ، ثم يليه برنامج وافعلوا الخير بتكرار 30 مرة ما يعادل نسبة 33% ، أما المرتبة الثالثة كانت لبرنامج خط أحمر بتكرار 19 مرة ما يعادل 21% أما المرتبة الرابعة والأخيرة كانت لبرنامج ما وراء الجدران حققت 7 تكرار ما يعادل نسبة 8%.

نستنتج من خلال الجدول رقم (20) أن البرنامج التلفزيوني الاجتماعي الخيري اليد فاليد نال أعلى نسبة في رسم صورة المجتمع المتكافل اجتماعيا من خلال إجابة الطلبة ، ويمكن تفسير ذلك باعتبار البرنامج اليد فاليد من البرامج الهادفة التي تسعى إلى غرس القيم السامية في المجتمع الجزائري من تكافل وتضامن وتعاون اجتماعي، إضافة إلى تقديم البرامج لمساعدات مادية ومعنوية للعائلات الجزائرية التي تعيش ظروف اجتماعية قاسية من خلال قيام البرنامج بتغيير وضع هذه العائلات للأحسن.

جدول رقم (21): يمثل هل تثير البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية التي تتابعها في تغيير واقعك الاجتماعي :

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	47	78%
لا	13	22%
المجموع	60	100%

نلاحظ من خلال الجدول (21) الذي يمثل هل تثير البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية التي تتابعها في تغيير واقعك الاجتماعي، أن إجابة المبحوثين بلغت بنسبة مقدرة 78% ما يعادل 47 مفردة، أما الذين أجابوا ب لا فقد بلغت بنسبة 22% ما يعادل 13 مفردة.

نستنتج من خلال الجدول رقم (21) أغلبية أفراد المبحوثين أجابوا بنعم وهنا يبين مدى قدرة هذه البرامج على التأثير في الطلبة و مخاطبة عقولهم لأنه الأقرب لمعالجة المشاكل الاجتماعية التي يعيشها الناس ومدى ضرورة تغيير الواقع المعاش للوصول إلى الأحسن، أما الذين كانت إجابتهم ب لا فإن تعرضهم للبرامج بدون تأثير ولا اهتمام لذلك لم تثر في عقولهم مدى سعي البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية إلى الرغبة في تغيير الواقع الاجتماعي.

جدول رقم (22): يتمثل في هل تقوم بتقليد البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية التي تتابعها في الواقع:

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	33	55%
لا	27	45%
المجموع	60	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم (22) أن أغلبية المبحوثين كانت إجابتهم نعم بنسبة 55%، ونسبة الإجابة ب لا بنسبة 45%.

نستنتج من خلال الجدول (22) أن أغلبية المبحوثين يقومون بتقليد البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية التي يتابعونها في الواقع، وهذا ما يدل على مدى استجابتهم القوية لما تقدمه هذه البرامج من دور إيجابي في مساعدة الأسر الجزائرية، لمواجهة تكاليف الحياة مما أدى بهم إلى الشعور بالاهتمام والتعاطف لذلك يسعون لتقليدهم وإبراز شخصيتهم ودورهم في إحداث تفاعل داخل المجتمع الجزائري.

3_ تحليل المعطيات الفرضية الثالثة ومناقشتها بعنوان:

دور البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية في بناء صورة المجتمع المتسامح اجتماعيا عن المجتمع الجزائري

جدول رقم (23): يمثل هل تعد البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية من البرامج المفضلة لديك:

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	53	88%
لا	07	12%
المجموع	60	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم (23) والذي يوضح اعتبار البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية من البرامج المفضلة للطلبة أن نسبة الإجابة بنعم هي 88% وهي الإجابة الغالبة، أما الذين أجابوا ب لا فهي نسبة 12%.

نستنتج من خلال الجدول رقم (23) أن أغلبية الطلبة يفضلون مشاهدة البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية، لا بد ذلك راجع إلى ميولاتهم الشخصية إلى هذا النوع من البرامج

أو من خلال مواضيعه وفكرة البرنامج ومدى قدرته على معرفة الدوافع والإثارة من خلال معالجة كل ما يشترك فيه أفراد هذه المجتمعات، أما الذين أجابوا بـ لا وهي نسبة ضعيفة مقارنة بالإجابة الأولى قد يكون ذلك راجع إلى كون الطلبة لا يلقون اهتماماً بهذه البرامج وأن هناك برامج أخرى مفضلة لهم.

جدول (24): يمثل النزاعات التي تعرضها البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية التي تهتم بمشاهدتها:

الاقتراحات	التكرار	النسبة المئوية
نزاعات عائلية	56	72%
نزاعات بين الأصدقاء	08	10%
نزاعات بين الجيران	10	13%
نزاعات عمل	03	04%
أخرى	01	01%
المجموع	78	100%

يبين الجدول (24) الذي يوضح النزاعات التي تعرضها البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية التي يهتم بها الطلبة، أن إجابة المبحوثين بنزاعات العائلة قدرت بـ 72%، بعدها النزاعات بين الجيران بنسبة 13%، تليها نزاعات بين الأصدقاء ونزاعات عمل بـ 4%، وأما الذين أجابوا أخرى بنسبة 1%.

نستنتج من خلال الجدول رقم (24) أن أغلبية الطلبة كانت إجابتهم بـ نعم نزاعات عائلية وهي النسبة المرتفعة ويمكن تفسير ذلك كون هذه البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية تلقي الضوء أكثر عن هذه النزاعات العائلية باعتبار هذه الأسرة نواة المجتمع البشري والحاضن الرئيسي لأفرادها والمصدر الأساسي للسعادة والطمأنينة والاستقرار، لكن لا تكاد تخلو أسرة من وجود خلافات ومشاكل عديدة كمشاكل الطلاق والمشاكل المادية بين أفراد العائلة، ومشاكل الأبناء وغيرها تؤدي إلى نزاعات عائلية حادة، وهذا ما نعيشه في مجتمعنا

الجزائري هذا ما تطرقت إليه البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية محاولة إيجاد الحلول أو الحد من هذه النزاعات التي تؤدي إلى تفكك العائلة بصفة خاصة والمجتمع بصفة عامة، بالإضافة إلى أنها مشاكل معاشة في الواقع وبذلك تلقى اهتماما كبيرا من المشاهدة من طرف الطلبة ومن ناحية تخصصهم أيضا.

جدول رقم (25): يمثل الهدف من عرض البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية لمثل هذه المواضيع:

الاقتراحات	التكرار	النسبة المئوية
الإثارة وزيادة عدد المشاهدين	11	14%
الإصلاح بغض النظر عن سبب الخلاف	27	34%
لفت انتباه المجتمع لمثل هذه المواضيع	42	52%
أخرى	00	00%
مجموع	80	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم (25) والذي يوضح الهدف من عرض البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية لمثل هذه المواضيع أن الإجابة بهدف عرض البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية لمثل هذه المواضيع هو لفت انتباه المجتمع لمثل هذه المواضيع بنسبة 52%، تليها الإصلاح بغض النظر عن سبب الاختلاف بنسبة 34%، وأخيرا الإثارة وزيادة عدد المشاهدين بنسبة 14%.

نستنتج من خلال الجدول (25) أغلبية المبحوثين أجابوا أن هدف البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية لفت انتباه المجتمع لمثل هذه المواضيع ويمكن تفسير ذلك كون هذه البرامج التلفزيونية الإصلاحية تتناول مواضيع معاشة في المجتمع الجزائري وتخص جميع شرائح المجتمع.

جدول رقم (26): مصداقية البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية:

النسبة المئوية %	التكرار	مصداقية البرامج الاجتماعية الإصلاحية
23%	14	مصداقية مرتفعة
65%	39	مصداقية متوسطة
12%	07	مصداقية ضعيفة
100%	60	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (26) والذي يوضح مصداقية البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية، أن الذين أجابوا بمصداقية البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية مصداقية متوسطة بنسبة مقدرة بـ 65%، أما الذين أجابوا بمصداقية مرتفعة بنسبة 23%، أما الذين أجابوا بـ لا بنسبة مقدرة بـ 12%.

نستنتج من خلال الجدول رقم (26) أن أغلبية المبحوثين أجابوا بمصداقية متوسطة ولعل ذلك راجع إلى مدى ثقة الطلبة في الوسيلة الإعلامية التي تبث هذا النوع من البرامج ومدى ثقتهم بما تبث هذه البرامج من أخبار ومعلومات ومصداقية ما يداع من مواضيع وطريقة النقاش وكذلك مقدم البرنامج الذي يلعب دورا كبيرا في إعادة البرنامج.

جدول رقم (27): يمثل أسلوب تناول البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية لقضايا النزاعات والخلافات:

النسبة المئوية %	التكرار	أسلوب
42%	28	أسلوب موضوعي
26%	17	أسلوب عاطفي
32%	21	أسلوب الإثارة والانفعال بين الأشخاص
100%	66	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (27) والذي يبين أسلوب تناول البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية لقضايا النزاعات و الخلافات أن الأسلوب الموضوعي في المرتبة الأولى بنسبة

مقدرة بـ41%، أما المرتبة الثانية فهو أسلوب الإثارة والانفعال بين الأشخاص بنسبة 32%، أما المرتبة الثالثة والأخيرة فهو أسلوب عاطفي بنسبة 26%.

نستنتج من خلال الجدول رقم (27) أن أغلبية المبحوثين أجابوا أن الأسلوب الموضوعي هو الأسلوب الأكثر تناولا من طرف البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية في حل النزاعات و الخلافات ،ويمكن تفسير ذلك القدرة العالية للبرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية في التأثير على الأشخاص لأنه يتطلب العقل ،و أن البرامج الاجتماعية الإصلاحية تعالج أغلب القضايا الاجتماعية التي يعاني منها المجتمع الجزائري، واعتمادا على تصريحات الضيوف المستجابة لتدعيم القضية وإيضاحها أكثر وجعل المشاهد يصدق ما يقال، هو دليل مقدم البرنامج ومساعديه ومدى وعي الطلبة لما يحدث في المجتمع، أما الذين أجابوا بأن أسلوب الإثارة والانفعال بين الأشخاص هو الأسلوب المتناول في البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية ولا بد ذلك راجع إلى استخدام برامج للتسويق والتوتر والانفعالات النفسية كإثارة تحفز مزاج المشاهد معطية لهم مستوى عال من الترقب، ويمكن استعمال هذا الأسلوب من أجل جذب المشاهد أكثر للمواضيع المطروحة ومدى أهميتها وإحداث ضجة عالية في المجتمع، أما الذين أجابوا أن البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية تعتمد على أسلوب عاطفي ويمكن تفسير ذلك أن البرنامج يستعمل هذا الأسلوب لجذب المشاهد من خلال استمالة الحزن وتأثر كحزن المقدم في القضية المتناولة من خلال التأثير بالموسيقى والصور المعروضة في البرنامج.

الجدول رقم (28): يمثل استطاعت البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية لإبراز قيمة التسامح للشعب الجزائري

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	47	78%
لا	13	22%
المجموع	60	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم (28) الذي يوضح البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية لإبراز قيمة التسامح للشعب الجزائري، أن إجابة المبحوثين بنعم بنسبة مقدرة بـ78%، ما يعادل 47 مفردة من أفراد العينة، أما الإجابة بـ لا قدرت بنسبة 22%، ما يعادل 13 من أفراد العينة.

نستنتج من خلال الجدول أن أغلبية الطلبة أجابوا بنعم بنسبة مرتفعة جدا ويمكن تفسير ذلك قدرة البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية على غرس هذه الصفة النبيلة في أوساط المجتمع الجزائري وهي صفة التسامح، ومحاولات البرنامج في زيادة ترسيخها بين الناس هادفا لتحقيق قيم التسامح والتعايش والسلام في حياة المجتمع عامة والشباب خاصة لتمكينهم من المساهمة في صناعة مستقبل مشرق ووقايتهم من التعصب والتطرف، أما الذين أجابوا بلا فيمكن تفسير ذلك أن المبحوثين لم يتأثروا بما تحاوله هذه البرامج من إبراز هذه القيمة السامية.

جدول رقم (29): يمثل الانطباع الذي شكلته هذه البرامج التلفزيونية الإصلاحية عن أفراد المجتمع الجزائري:

النسبة المئوية	التكرار	الانطباع الذي شكلته البرامج
54%	36	مجتمع أفراده متسامحون
08%	05	مجتمع أفراده غير متسامحون
38%	25	مجتمع أفراده عاطفيين
100%	66	المجموع

نلاحظ من خلال الجدول رقم (29) و الذي يبين الانطباع الذي شكلته البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية عن أفراد المجتمع الجزائري، أن الذين أجابوا بأن المجتمع الجزائري أفراده متسامحون بنسبة 54%، أما الذين أجابوا بأن المجتمع الجزائري أفراده عاطفيين بنسبة 38%، و أخيرا بأن المجتمع أفراده غير متسامحون بنسبة 8%.

نستنتج من خلال الجدول رقم (29) أن الذين أجابوا بنسبة 54% ويمكن توضيح ذلك أن أفراد المجتمع الجزائري قادر على التعايش وبناء جسور المحبة والسلام من خلال التنشئة الاجتماعية الهادفة إلى ترسيخ قيمة التسامح كصفة إنسانية نبيلة وقيمة أخلاقية عالية، ومدى اقتناع الطلبة لما تدعوا له هذه البرامج من الحد من هذه المشاكل الاجتماعية كالخلافات الأسرية والطلاق والتبني وغيرها من أجل السعي إلى الصلح الاجتماعي والعائلي والأخوي، أما الذين أجابوا بأن أفراد المجتمع عاطفيين يمكن تفسير ذلك أن هؤلاء الطلبة ذو عاطفة قوية ويتأثرون بما يبث من أحاسيسهم المرهفة لذلك تركت لهم هدف البرامج الانطباع، أما الذين أجابوا بأنه مجتمع غير متسامح يرجع ذلك لما يحمله من حقد وضغينة لما يواجهه من مشاكل وحزن.

جدول رقم (30):يمثل رأي الطلبة عن المرأة الجزائرية إن كانت متسامحة في القضايا الحساسة في المجتمع (الطابوهات) وفقا لما شكلته من انطباع:

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	18	30%
لا	05	8%
نوعا ما	37	62%
المجموع	60	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم (30) أن معظم الطلبة كان رأيهم أن المرأة الجزائرية متسامحة في القضايا الحساسة في المجتمع وفقا لما شكلته من انطباع وهذا باختيارهم لنوعا ما بنسبة 62%، تليها النسبة 30%،المبحوثين الذين أجابوا بنعم، أما النسبة 8% بالمبحوثين الذين أجابوا ب لا.

نستنتج من خلال الجدول رقم (30) أن أغلبية المبحوثين أجابوا بنوعا ما، ويمكن تفسير ذلك أن البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية شكلت صورة إيجابية عن المرأة الجزائرية فأعطت لها صورة المرأة المتسامحة وإعطائها صورة المرأة الجزائرية الطيبة الوفية و المخلصة، الحساسة هي كتلة من المشاعر المتسامحة في القضايا الحساسة كالتحرش والعنف الذي تعانيه وغيرها من هذه القضايا.

جدول رقم (31): يمثل رأي عن الرجل الجزائري المتسامح في القضايا الحساسة في المجتمع (الطابوهات) وفقا لما شكلته هذه البرامج من انطباع:

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	17	28%
لا	04	07%
نوعا ما	39	65%
المجموع	60	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم (31) و الذي يوضح رأي عن الرجل الجزائري المتسامح في القضايا الحساسة وفقا لما شكلته من انطباع أن معظم الطلبة كانت إجابتهم ب نوعا ما بنسبة 65%، تليها بنعم بنسبة 28%، وفي الأخير ب لا بنسبة 7%.

نستج من خلال الجدول أن أغلبية المبحوثين كانت إجابتهم بنوعا ما وهي إجابة مرتفعة ويمكن تفسيره ذلك أن البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية شكلت انطباع وصورة إيجابية وحيدة عن الرجل الجزائري الذي شاهدناه في عدة برامج تلفزيونية اجتماعية إصلاحية، كبرنامج افتح قلبك يتسامح في المشكلات الحساسة بغية تحسين الأمور وإبراز شهامة الرجل الجزائري من خلال تقرير قيمة التسامح التي أبرزتها هذه البرامج والتي تعتبر من مبادئ الدين الإسلامي.

جدول رقم (32) يمثل برأيك هذه البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية هل ساهمت في تشجيع ضيوف البرنامج على التسامح؟

الإجابة	الاقتراحات	التكرار	النسبة المئوية
نعم	يتصالحون دائما	08	%13
	يتصالحون أحيانا	48	%80
	لا يتصالحون	01	%02
لا	/	03	%05
المجموع	/	60	%100

نلاحظ من خلال الجدول رقم (32) و الذي يبين رأي الطلبة إن ساهمت البرامج الإصلاحية في تشجيع ضيوف البرنامج على التسامح، أن إجابة المبحوثين بنعم وأنهم يتصالحون أحيانا بنسبة 80%، تليها يتصالحون دائما بنسبة 13% وتليها لا يتصالحون بنسبة 2% أما الذين أجابوا بلا بنسبة 5%.

نستنتج أن أغلبية الطلبة اعتبروا البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية ساهمت في تشجيع الضيوف على التسامح واعتبرتهم يتصالحون أحيانا وذلك راجع إلى فكرة البرنامج في تشجيع الناس في التفكير بالخصومات التي بينهم ومحاولة فك الخصومات والنزاعات من أجل توطيد علاقاتهم فيما بينهم والإصلاحات بين الأفراد المتنازعة لسنوات.

أما الذين أجابوا بلا وذلك يمكن تفسيره أن هناك حالات يكون فيها التسامح نوعا ما صعب مما يفقد المشاهد ثقته بالبرنامج لعدم تشجيعه على التسامح.

جدول رقم (33): يمثل هل ساهمت البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية في تشجيعك على مسامحة أحدهم:

الإجابة	التكرار	النسبة المئوية
نعم	45	75%
لا	15	25%
المجموع	60	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم (33) والذي يوضح إن ساهمت البرامج الإصلاحية في تشجيع الطلبة على مسامحة أحد، أن الإجابة بنعم قدرت بنسبة ب 75% ما يعادل 45 مفردة من أفراد العينة، أما الذين أجابوا بلا بنسبة ما يعادل 15 مفردة من أفراد العينة.

نستنتج من خلال الجدول أن أغلبية المبحوثين أجابوا بنعم بنسبة مرتفعة وقد يكون سبب ذلك لما تبث البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية من مواضيع وقضايا اجتماعية أقيعت الأفراد بمدى الحاجة إلى التسامح وتشجيعهم على تعزيز قيمة التسامح، دليل على ذلك هناك العديد من البرامج الاجتماعية الإصلاحية التي برزت في عدة حلقاتها على وقوع التسامح بين ضيوف الحلقة من رغم المشاكل والنزاعات والخصومات التي بينهم وهذا ما شجع المشاهدين (الطلبة) على المسامحة، وخاصة أن هذه البرامج تهدف للإرشاد والتوجيه وإبراز أهمية الحوار في حل المشكلات ونشر القيم داخل المجتمع الجزائري خاصة قيمة التسامح، أما الذين أجابوا بلا فلا بد أن ذلك راجع إلى عدم مشاهدتهم لهذه البرامج وتفضيل برامج أخرى أو عدم إمكانية البرنامج على إقناعهم والتأثير فيهم وتشجيعهم على مسامحة أحد.

جدول رقم (34): في رأيك ماهو البرنامج التلفزيوني الاجتماعي الإصلاحى الذى تراه ناجحا في رسم صورة المجتمع المتسامح اجتماعيا:

الاقتراحات	التكرار	النسبة المئوية
جاك المرسل	21	34%
افتح قلبك	39	64%
أخرى	01	02%
المجموع	61	100%

نلاحظ من خلال الجدول رقم (34) والذي يوضح في رأيك ما هو البرنامج التلفزيوني

الاجتماعى الإصلاحى الناجح في رسم صورة المجتمع المتسامح اجتماعيا، أن الإجابة عن البرنامج التلفزيوني الاجتماعي الإصلاحى الذى ترونه الناجح في رسم صورة المجتمع المتسامح اجتماعيا هو افتح قلبك بنسبة 64% ، يليه البرنامج التلفزيوني جاك المرسل بنسبة 34% وأخرى بنسبة 2% .

نستنتج من خلال الجدول أن أغلبية الطلبة اعتبروا برنامج افتح قلبك البرنامج التلفزيوني الاجتماعي الإصلاحى في رسم صورة المجتمع المتسامح اجتماعيا ويمكن تفسير ذلك اعتبارا من أن هذا البرنامج التلفزيوني جزائري وفكرته تقوم على حل المشاكل الاجتماعية من خلال فتح أبواب الحوار أمام كل أطراف وفئات المجتمع، كي يتوصلوا لحل لمشاكلهم، وإقامة علاقات الصلح بين الأفراد المتخاصمين معهم وجمع شملهم مرة أخرى، ومن أجل تحقيق التسامح وتصفية القلوب والمشاعر وإعادة الأمور لطبيعتها، أما الذين كانت إجابتهم عن برنامج جاك المرسل ويمكن تفسير ذلك كون البرنامج جيد يعالج قضايا اجتماعية وتساعد على شمل الناس والإصلاح بينهم وان يساهم في توطيد العلاقات الاجتماعية وذلك بجمع شمل الناس بالإصلاح بينهم وتكريم الأحبة إذ يقوم بجمعهم في بلاتوه واجد يسمح لهم بالحديث.

ثانيا: مناقشة نتائج الدراسة في ضوء الفرضيات:

إن لكل بحث علمي جملة من الأهداف يسعى لتحقيقها من خلال النتائج المتوصل إليها، ونحن من خلال دراستنا المتعلقة بالكشف عن دور البرامج التلفزيونية الاجتماعية في بناء صورة المجتمع الجزائري لدى طلاب الجامعة، تمكنا من التوصل إلى بعض النتائج المرتبطة بالفرضيات:

- الفرضية الأولى:

والتي مفادها: يهتم كلا الجنسين من طلاب كلية علم اجتماع بمشاهدة البرامج التلفزيونية الاجتماعية، وهذا ما يثبته الجدول رقم (4) بأن طبيعة البرامج التلفزيونية الاجتماعية التي يفضل المبحوثين مشاهدتها هي البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية بنسبة 47% وذلك راجع إلى مدى اهتمام طلبة علم اجتماع بهذا النوع من البرامج بالإضافة إلى أهمية المواضيع التي يهتم بها الطلبة وهذا ما يوضحه الجدول رقم (5).

وقد تم إثبات صحة هذه الفرضية الأولى لما أسفرته الدراسة عن النتائج التالية:

- أكثر من ثلاث سنوات يشاهد معظم أفراد العينة البرامج التلفزيونية الاجتماعية بنسبة 77% وهذا ما يشير إلى طول مدة مشاهدة البرامج التلفزيونية الاجتماعية.

- 83% من أفراد العينة لا يوجد وقت محدد لهم لمشاهدة البرامج التلفزيونية الاجتماعية المفضلة لهم وذلك لانشغالهم ومشاهدة هذه البرامج في الأوقات التي تساعدهم.

- 83% من الطلبة يشاهدون حلقة البرنامج التلفزيوني الاجتماعي كاملة لمدى تعلقهم بهذه البرامج وتفاعلهم الكبير لها.

- يهتم أفراد العينة بتفاصيل وأحداث البرامج التلفزيونية الاجتماعية التي يتابعونها بنسبة 77%، لاهتمامهم الدقيق لكل ما يقال ويناقش ويعرض في البرنامج وتفاعلهم للقضايا الاجتماعية التي تعرض.

- استطاعت البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية تشكيل صورة المرأة الجزائرية المتكافئة اجتماعيا إلى حد ما بنسبة 60% .

- استطاعت البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية تشكيل صورة الرجل الجزائري إلى حد ما بنسبة 62% .

- طبيعة الدعم الذي تشجع عليه هذه البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية للحالات المعروضة دعم مادي ومعنوي أو كليهما بنسبة 82% وهذا يوضح مدى حاجة المحتاجين لهما.

- برأي معظم الطلبة أن البرنامج التلفزيوني الاجتماعي الخيري في رسم صورة المجتمع المتكافل اجتماعيا وهو برنامج اليد فاليد بنسبة 38%، مما يدل أن أغلبية الطلبة يعتبرون برنامج اليد فاليد استطاع تحقيق تفاعل اجتماعي مع الحالات المعروضة ورسم صورة إيجابية للتكافل الاجتماعي.

- تثير البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية التي يتابعها طلبة تغيير الواقع الاجتماعي بنسبة 78% .

- الفرضية الثانية:

تم إثبات الفرضية الثانية والتي مفادها تلعب البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية دورا في بناء صورة المجتمع المتكافل اجتماعيا عن المجتمع الجزائري وقد توصلت فرضية الدراسة للنتائج التالية:

- هذا ما أوضحه الجدول رقم (12) اهتمام الطلبة بالبرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية التي يتابعونها تمثلت في الاهتمام بالأعمال التطوعية ويرجع ذلك للإقبال الكبير لتقديم مساعدات للمحتاجين.

- مصداقية البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية هي مصداقية متوسطة بنسبة 77% وهذا ما أقره معظم الطلبة وذلك لثقتهم بما يعرضه هذا النوع من البرنامج.

- استطاعت البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية إبراز قيمة التكافل الاجتماعي للشعب الجزائري نوعا بنسبة 65% حسب إجابة المبحوثين وهذا راجع لمدى قدرة هذه البرامج على نشر وتعزيز قيمة التكافل بين أفراد المجتمع.

- تثير البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية التي يتابعها طلبة تغيير الواقع الاجتماعي بنسبة 78%.

- يقوم الطلبة بتقليد البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية التي يتابعونها في واقعهم الاجتماعي بنسبة 55% لعل ذلك راجع لميولهم الشخصية لهذه البرامج ومدى اقتناعهم بمصداقية ما تقدمه من مواضيع اجتماعية.

- الفرضية الثالثة:

تم إثبات الفرضية الثالثة التي مفادها: تلعب البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية دورا في بناء صورة المجتمع المتسامح عن المجتمع الجزائري، و قد توصلت الدراسة للنتائج التالية:

وهذا ما أوضحه الجدول رقم (23) إلى أن البرامج التلفزيونية الإصلاحية من البرامج المفضلة لدى طلبة علم اجتماع بنسبة 88% وذلك راجع لتفضيلهم لهذه البرامج، على عكس الآخرين الذين أجابوا ب لا بنسبة 12% لميولهم غير هذه البرنامج.

وقد تم إثبات صحة هذه الفرضية الثالثة وأسفرت هذه الدراسة عن النتائج التالية:

- 72% من أفراد العينة يهتمون بفهم الواقع والإطلاع على ما يدور حوله لذلك يهتمون أكثر بالنزاعات العائلية باعتبار الأسرة نواة المجتمع الجزائري.
- تهدف البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية من عرض المواضيع حسب معظم الطلبة إلى لفت انتباه المجتمع للمواضيع التي تناقشها بنسبة 70%، كون هذه البرامج تهتم بالمشاكل والقضايا الاجتماعية التي تدور في المجتمع الجزائري.
- 65% من الطلبة يعتبرون البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية ذات مصداقية متوسطة لعل ذلك لكونها تنقل المواضيع بموضوعية.
- استطاعت البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية إبراز قيمة التسامح للشعب الجزائري بنسبة 78%، أجابوا بنعم ولعل ذلك لاستطاعت هذه البرامج غرس هذه القيمة في عقول وقلوب المشاهدين (الطلبة) بالإضافة لاعتبارها صفة من صفات الدين الإسلامي التي يجب أن يتحلى بها أفراد المجتمع الجزائري.
- شكلت البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية انطبعا عن أفراد المجتمع الجزائري بأن أفراد المجتمع متسامحون بنسبة 60% أن البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية تسعى إلى إبراز أهمية التسامح في العلاقات الاجتماعية بين أفراد المجتمع.
- في نظر معظم الطلبة أن المرأة الجزائرية والرجل الجزائري متسامحون نوعا ما في نظرهم أن المرأة الجزائرية بنسبة 62% متسامحة في القضايا الحساسة (الطابوهات) والرجل الجزائري بنسبة 65% مما شكلت لدينا صورة إيجابية عن المرأة الجزائرية والرجل الجزائري في مثل هذه القضايا.
- مساهمة البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية في تشجيع ضيوف البرنامج على التسامح و 80% من أفراد العينة يرون أنهم يتصالحون أحيانا فيما بينهم.

- في نظر معظم أفراد العينة أن البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية ساهمت بشكل كبير على التشجيع لمسامحة أحد ما وأكد على ذلك 75% من أفراد العينة مما يدل على طريقة النقاش التي تتبعها هذه البرامج وعلى أساليب الإقناع وقدرة مقدمي هذا النوع من البرامج على تعزيز قيمة التسامح وأهميتها في حل مشاكلنا.

- يرى 67% من أفراد العينة أن البرنامج التلفزيوني الاجتماعي الإصلاحي الناجح في رسم صورة المجتمع المتسامح اجتماعيا هو برنامج افتح قلبك لكون البرنامج يسعى إلى تحقيق الصلح بين أفراد المجتمع وحل مشاكلهم الاجتماعية بالإضافة إلى ميولهم الشخصية لهذا البرنامج .

ثالثا: النتائج العامة للدراسة في ضوء الدراسات السابقة:

من خلال النتائج التي توصلت إليها الدراسة سنحاول أن نبين ما هو متفق مع الدراسات السابقة والتي خاضت هذا الموضوع من نواحي متعددة وما هو متباين ومختلف مع هذه الدراسات فيما يلي:

• تتفق دراسة "مايا باشا" ودراسة "رزيق سامية" مع دراستنا في هذه النتيجة التي توصلت إليها بشأن تفضيل المبحوثين لمشاهدة البرامج التلفزيونية.

• اتفقت دراسة "مايا باشا" ودراسة "رزيق سامية" ودراسة "صندلي عبد اللطيف"، "شبوية العيد" مع دراستنا تتناول البرامج التلفزيونية الاجتماعية مواضيع اجتماعية وانعكاساتها على الفرد والمجتمع.

• اتفقت دراستنا مع دراسة "صندالي عبد اللطيف"، "شبوية العيد" أكثر القضايا التي تناولها المبحوثين قضية التشرد وقضية الطلاق وقضايا مجهولي النسب.

• اتفقت دراسة "رزيق سامية" مع دراستنا في كسر بعض الطابوهات.

- اتفقت دراسة "صندالي عبد اللطيف" مع دراستنا في مراعاة مبادئ وقيم كقيمة التسامح.
- اتفقت دراسة "مايا باشا" مع دراسة "رزيق سامية" ودراسة "صندالي عبد اللطيف"، "شبوبة العيد" مع دراستنا مدى مساهمة الحصص الاجتماعية كخط أحمر، اليد فاليد، حصة وكل شيء ممكن لتوعية مختلف شرائح أفراد مجتمع الجزائر ومحاولة إيجاد حلول للآفات الاجتماعية التي يعاني منها المجتمع الجزائري.

رابعاً: النتائج العامة:

من خلال النتائج المتحصل عليها عن دور البرامج التلفزيونية الاجتماعية في بناء صورة المجتمع الجزائري لدى طلاب الجامعة، توصلنا إلى النتائج التالية:

- أن أفراد العينة كانوا في سن الشباب، وكان معظمهم إناث.
- أغلبية أفراد العينة يهتمون بمشاهدة البرامج التلفزيونية الاجتماعية ويتفاعلون معها بمشاهدة الحلقات كاملة وإعادتها عبر الانترنت في حالة إن فاتتهم الحلقة خاصة فئة الإناث أكثر دقة من الذكور.
- أغلبية أفراد العينة يهتمون بتفاصيل وأحداث البرامج التلفزيونية الاجتماعية.
- تناول البرامج التلفزيونية الاجتماعية للقضايا الاجتماعية التي تمس مختلف شرائح أفراد المجتمع ومحاولة الوصول إلى نتائج وحلول.
- تفضيل أغلبية أفراد العينة للبرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية والإصلاحية ويتعرضون لبرامج اليد فاليد، وافعلوا الخير، خط أحمر، افتح قلبك... وأن أبرز القضايا التي تهمهم مساعدات، التشرد، الطلاق..
- اهتمام الطلبة بالبرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية التي تقوم بالأعمال التطوعية للمحتاجين.

- أكدت الدراسة أن أغلبية أفراد العينة يقرون بالمصداقية المتوسطة للبرامج الخيرية والإصلاحية.
- كشفت الدراسة استطاعت البرامج الخيرية إبراز قيمة التكافل الاجتماعي للشعب الجزائري.
- كشفت الدراسة مدى تشجيع البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية على تشجيع شرائح أفراد العينة على العمل الخيري والبرامج الإصلاحية لتشجيعهم على التسامح مما شكلت انطباع أن أفراد المجتمع الجزائري متسامحون فيما بينهم.
- يشجع أغلبية أفراد العينة على تقديم كل من الدعم المادي والدعم المعنوي للحالات المعروضة المعوزة وهذا ما تهدف إليه البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية الإصلاحية.
- أثبتت الدراسة على أن البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية شكلت صورة إيجابية للمرأة الجزائرية المتكافلة اجتماعيا والرجل الجزائري متكافل اجتماعيا.
- أثبتت الدراسة أن البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية بنت صورة إيجابية للمرأة الجزائرية المتسامحة في القضايا الحساسة وكذا الرجل الجزائري المتسامح هو الآخر في القضايا الحساسة.
- تساهم البرامج التلفزيونية الاجتماعية والإصلاحية كبرنامج اليد فاليد، وافعلوا الخير ، افتح قلبك..، في تسليط الضوء على القضايا الاجتماعية أكثر من القضايا الأخرى، باعتباره برنامج اجتماعي يعالج كل المواضيع الخاصة والقضايا الحساسة (الطابوهات)

خامسا: التوصيات

في ضوء ما كشفت عند الدراسة التالية من نتائج فإننا نوصي بالتالي:

- على البرامج التلفزيونية الاجتماعية الاهتمام أكثر بالمواضيع الهامة والتي تجذب اهتمام جميع شرائح أفراد المجتمع المتعرض.
- ضرورة تكثيف وإنتاج الحصص والبرامج الاجتماعية الخاصة بالمعالجة والتوعية والدعوة إلى العمل الخيري والإصلاحات بين أفراد المجتمع الجزائري.
- على البرامج التلفزيونية الاجتماعية تحسين أكثر من صورة المرأة الجزائرية والرجل الجزائري.

سادسا: صعوبات الدراسة

كما هو معروف في كل البحوث و الدراسات لا تخلوا من العراقيل و المعوقات،فقد واجهتنا صعوبات عدة أثناء قيامنا بهذه الدراسة نذكر أبرزها:

_ قلة المراجع حول موضوع البرامج التلفزيونية الاجتماعية مما تسبب ذلك في صعوبة

الحصول على المصادر العلمية التي تناولت موضوع الدراسة.

_ الأزمة الصحية التي تمر بها البلاد "covid19"، مما تسبب في غلق الجامعة أولا و

صعوبة الحصول على المعلومات حول الجانب الجغرافي و البشري للدراسة ثانيا إلى

غاية فتح الجامعة.

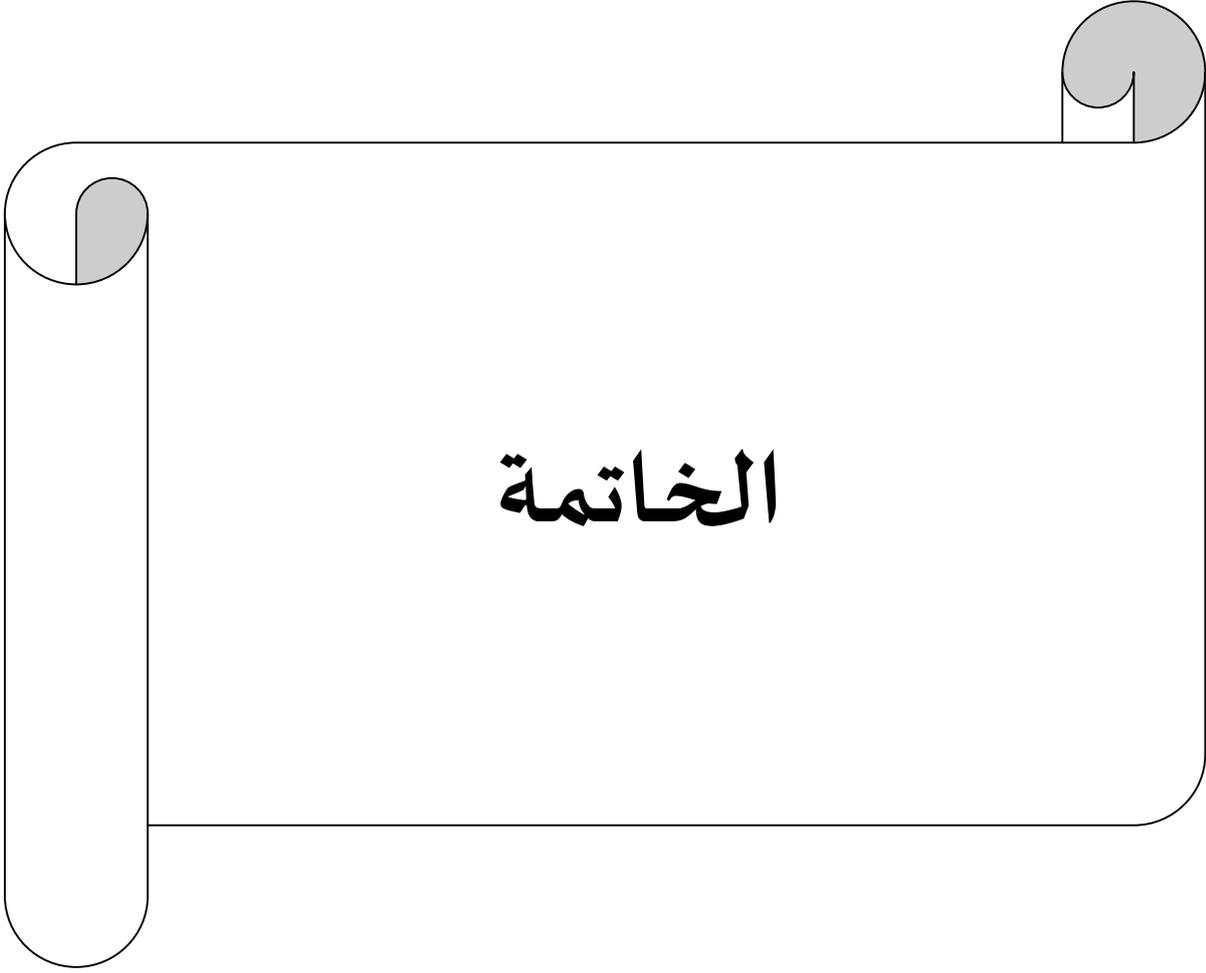
_ صعوبة التواصل مع الزميلة من جهة و من جهة أخرى مع أستاذة المشرفة.

_ صعوبة الوصول إلى أفراد العينة تخصص علم اجتماع و المشاهدين للبرامج التلفزيونية

الاجتماعية من أجل ملئ الاستمارة الكترونيا مع التأخر في الرد.

خلاصة الفصل:

نخلص من خلال هذا الفصل أن مرحلة تفريغ البيانات قد ساعدتنا في الإجابة عن تساؤلنا الرئيسي، إذ تجلّى لنا في هذه المرحلة خلاصة ما بدلنا من جهود في البحث، حيث تمكنا من الإجابة عن التساؤلات المطروحة في إشكالية دراستنا، و هنا تمكنا من إثبات الدور الذي تقوم به البرامج التلفزيونية الاجتماعية في بناء صورة المجتمع الجزائري لدى طلاب الجامعة أي إثبات صحة الفرضيات المقترحة سواء الفرضية الرئيسية أو الفرعية.



خاتمة:

من خلال دراستنا لـ "دور البرامج التلفزيونية الاجتماعية في بناء صورة المجتمع الجزائري لدى طلاب الجامعة" يمكننا القول أن ما جاء به التلفزيون الجزائري وفق إلى حد ما في مواكبة التغيرات الاجتماعية حيث...إدارة التلفزيون إلى بث برامج خاصة تعالج القضايا الاجتماعية الآتية كبرنامج خط أحمر، احكي حكايته، وافعلوا الخير، اليد فاليد، افتح قلبك...، وقد أحدثت هذه الأخيرة تغيرات عميقة في بنية العلاقات الاجتماعية وسلوك الأفراد داخل المجتمع الجزائري، فتعددت المضامين والمواضيع وتوعدت طرق معالجة هذه القضايا، وتمكنت من فتح أجواء النقاش من الأحداث السائرة وسلطت الضوء على مختلف المشاكل التي تعاني منها أفراد شرائح المجتمع محاولة إبراز صورة الحقيقة لهذه الشرائح وبذلك استطاعت هذه البرامج التأثير بشكل كبير على الطلبة وذلك من خلال ملامسة واقعهم المعاش باعتبارهم الفئة الفعالة في المجتمع والمساهمة في إنشاء حلول ولو نسبية وواقعية.

كما استطاعت البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية والإصلاحية تلبية حاجات العائلات المعوزة ورفع الستار عن حقيقة الواقع المعاش ليكتشف مدى معانات وآلام الأفراد ورسم صورة المرأة الإيجابية الصبورة والرجل المكافح، وعملت على تطبيع المشاهدين (الطلبة) على العمل الخيري بين أفراد المجتمع الجزائري ونشر قيم التكافل الاجتماعي والتسامح ويظهر ذلك في متابعة الطلبة لهذه البرامج كونها تسعى إلى تحقيق دعم مادي ومعنوي.

وفي النهاية يمكن القول أن هذه الدراسة تبقى حلقة من حلقات البحث المتواصل لاستكشاف كل ما هو جديد من البرامج التلفزيونية عامة والاجتماعية خاصة، ويمكن القول أننا حاولنا من خلال هذه الدراسة استجلاء بعض جوانب هذا الدور الذي تقوم به البرامج التلفزيونية الاجتماعية.

ملخص الدراسة:

يستمد موضوع هذه الدراسة الموضوعية بـ "دور البرامج التلفزيونية الاجتماعية في بناء صورة المجتمع الجزائري لدى طلاب الجامعة" من خلال الدور الذي تقوم به البرامج التلفزيونية الاجتماعية ورسم صور لدى المحيط الخارجي وتكوينه في حياتهم، والكشف عن التصورات المبنية لدى الطلبة إزاء تعرضهم للمضامين الإعلامية لهذه البرامج وأيضا التعرف على مدى اهتمام طلبة علم اجتماع المتتبعين لقنوات التلفزيون بالبرامج الاجتماعية المعالجة لقضايا اجتماعية، حيث تكون مجتمع البحث على عدد من طلبة علم اجتماع من كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية البالغ عددهم 60 مفردة وقد استخدم المنهج الوصفي لتناسبه هذه الدراسة باعتباره يهتم بدراسة الأحداث والظواهر والمواقف والآراء وتحليلها وتفسيرها للوصول إلى الاستنتاجات، كما كانت الاستمارة هي الإدارة الرئيسية لجمع البيانات وتم توزيعها على عينة الدراسة باستخدام العينة القصدية وقد توصلت الدراسة إلى مجموعة من النتائج أهمها:

- أغلبية أفراد العينة يهتمون بمشاهدة البرامج التلفزيونية الاجتماعية ويتفاعلون معها بمشاهدة الحلقات كاملة وإعادتها عبر الانترنت في حالة إن فاتتهم الحلقة خاصة فئة الإناث أكثر من فئة الذكور.

- أثبتت الدراسة على أن البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية بثت صورة إيجابية للمرأة الجزائرية المتكافئة والرجل الجزائري المتكافل اجتماعيا.

- أثبتت الدراسة على أن البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية بثت صورة إيجابية للمرأة الجزائرية المتسامحة في القضايا الحماسية وكذا الرجل الجزائري المتسامح هو الآخر في القضايا

- تسامح البرامج التلفزيونية الاجتماعية والإصلاحية كبرنامج اليد فاليد، وافعلوا الخير، افتح قلبك...في تسليط الضوء على القضايا الاجتماعية أكثر من القضايا الأخرى، باعتباره البرنامج اجتماعي يعالج كل المواضيع الخاصة والقضايا الحساسة (الطابوهات).

Abstract :

The topic this research entitled : "the role of social television programs in building the image of the Algerian society among university student " stem from the role played by social television programs in drawing pictures of the external environment and shaping it in their lives, as revealing the student's perception about their exposure to the media contents of these programs and also to identify how much sociology student, who follow TV channels, are interested in social programs that deal with social issues.

The research community consists of 60 sociology student from the faculty of humanities and social sciences. The descriptive approach used in this research since it deals with the studying and analyzing events, phenomena, stances, and opinions in order to reach conclusions. The questionnaire was the main tool for data collection and was distributed on a purposive sample. The study reached a set of the results, the most important of which are.

The majority of the sample members are interested in watching social television programs and internet in case they miss the episode, especially for females more than males.

The study proved that the charitable social television programs conveyed a positive image of the socially interdependent Algerian women and men.

The study proved that reforming social television programs portray a positive image of tolerant Algerian women in an enthusiastic issue, as well as tolerant Algerian men as well in cases.

– social and reforming télévision programs such as :**El-yed fi Yed** (Hand in Hand),**wa afalo alakhir** (and do good),**iftah kalbek** (open your heart)...contribut in highting social issus more than other issus, as it is asocial program that taches special topic and sensitive issues (taboos).



قائمة المراجع

قائمة المراجع

أولاً: الكتب

- 1_ آرثر آسا بيرغر، ترجمة صالح ليل أو إصبع: وسائل الإعلام و المجتمع وجهة نظر النقدية، دار عالم المعرفة، ط43، الكويت، 2012.
- 2_ إنصار إبراهيم عبد الرزاق، موسى جواد الموسوي و آخرون: الإعلام الجديد... تطور الأداء و الوسيلة و الوظيفة، دار الجامعة، ط1، بغداد، 2011.
- 3_ أيمن عبد الحليم النصار: إعداد البرامج الوثائقية، دار المناهج، د.ط، عمان، 2007.
- 4_ بسام عبد الرحمن المشاقبة: نظريات الإعلام، دار أسامة، ط1، الأردن، 2011.
- 5_ بشرى جميل إسماعيل: الإبداع الإعلامي في الفضائيات العربية، دار أسامة، ط1، عمان، 2012.
- 6_ بنجامين ستورا، ترجمة صباح ممدوح كعدان: تاريخ الجزائر بعد الاستقلال 1962-1988، منشورات الهيئة العامة السورية، د.ط، دمشق، 2012.
- 7_ يوحوش عمار: منهجية البحث العلمي و تقنياته في العلوم الإجتماعية، المركز الديمقراطي العربي، د.ط، برلين_ألمانيا، 2019.
- 8_ جواد علي مسلماني: البرامج التلفزيونية و الدور الثقافي للقنوات الفضائية، دار المجد، ط1، الأردن، 2016.
- 9_ حسين أبو شب، حسن سعد: إنتاج المواد الإعلامية، سلسلة دراسات إعلامية، د.ط، د.بلد، 2016.
- 10_ حسن دبي الزويني: القنوات الفضائية و الإعلام و الاقتصادية، دار أسامة، ط1، عمان، 2012.
- 11_ حسن شحاتة، زينب النجار: معجم المصطلحات التربوية و النفسية، دار المصرية اللبنانية، د.ط، د.سنة.
- 12_ حسيب قره داخي: الحوار التلفزيوني فن و معرفة، مركز دراسات، د.ط، د.بلد، 2018.

- 13_ حسن علي محمد: مقدمة في الفنون الإذاعية و السمعية، دار العربية، ط1، القاهرة، 2009.
- 14_ حسن عماد مكاي، ليلي حسن السيد: الاتصال و نظريات المعاصرة، دار المصرية اللبنانية، ط1، القاهرة، 1996-1997.
- 15_ خالد إبراهيم الكروي: صورة رجل المرور في الإعلام العربي، دار جامعة نايف، ط1، عمان، 2018.
- 16_ خضرة عمر المفلح: الاتصال المهارات و النظريات و أسس عامة، دار الحامد، ط1، الأردن، 2015.
- 17_ دويدرا الظاهر دويدرا: فنون المنوعات و التلفزيون، د. دار، ط1، القاهرة، 2008.
- 18_ رائد محمد عبد ربه، عكاشة محمد صالح: المدخل إلى السينما و التلفزيون، دار الحنادية، ط1، عمان، 2009.
- 19_ راضية راجح بوزيان: التربية و المواطنة الواقع و المشكلات، دار الحقوق، ط1، عمان، 2014.
- 20_ ربحي مصطفى عليان: البحث العلمي و تقنياته في العلوم الإجتماعية، المركز الديمقراطي ، د. ط، الأردن، د. سنة.
- 21_ رحيم يونس كرو العزاوي: مقدمة في منهج البحث العلمي، دار الدجلة، ط1، عمان، 2008.
- 22_ رضوان بلخيري: مدخل إلى وسائل الإعلام و الاتصال-نشأتها و تطورها، جسور للنشر، ط1، الجزائر، 2014.
- 23_ رفيق صفوة مختار: وسائل الاتصال و الإعلام و تشكيل وعي الأطفال والشباب، دار غريب، د. ط، القاهرة، 2010.
- 24_ ريم عدنان بوش: صورة المرأة العربية في وسائل الإعلام، دار أسامة، ط1. الأردن، د. سنة.
- 25_ زين الدين ضياف، بوداري عزا لدين و آخرون: الأصول و الأسس المنهجية في البحوث النفسية و التربوية و الإجتماعية (مستجدات و تقنيات الحديثة)، مركز النقطة البيداغوجية، د. مسيلة، 2002.
- 26_ زهير عبد اللطيف عابد، أحمد أبو السعيد: الإعلام و البيئة بين النظرية و التطبيق، دار

- البازوزي، ط1، عمان، 2014.
- 27_ زينب منصور حبيب: الإعلام و قضايا المرأة، دار أسامة، ط1، الأردن، 2011.
- 28_ سعد سليمان المشهداني: الإعلان التلفزيوني و تأثيره في الجمهور، دار أسامة، ط1، الأردن، 2012.
- 29_ سناء جبور: الإعلام الاجتماعي، دار أسامة، ط1، الأردن، 2010.
- 30_ سليم عبد النبي: الإعلام التلفزيوني، دار أسامة، ط1، عمان، 2010.
- 31_ سماح حسين الماضي: الاتصال الجماهيري، دار جليس الزمان، ط1، عمان، 2011.
- 32_ شاهر إسماعيل الشاهر: دراسات في الدولة و السلطة و المواطنة، المركز الديمقراطي، ط1، دمشق، د.سنة.
- 33_ شريف عطية بدران: الإنتاج التلفزيوني في الإستديو الافتراضي، دار أسامة، ط1، الأردن، 2016.
- 34_ صالح بن رميح الرميح: البرامج الاجتماعية المناسبة للفئات الواقعة تحت الخطورة، جامعة نايف العربية الأمنية، ط1، السعودية، 2005.
- 35_ عاطف عدلي العبد، نهى عاطف العبد: نظريات الإعلام و تطبيقاتها العربية، دار الفكر العربي، ط1، القاهرة، 2011.
- 36_ عاهد حسين الصفيدي: دقائق على باب العيد مقالات اجتماعية، دار يافا العالمية، د.ط، الأردن، 2011.
- 37_ عادل عبد الغفار: الاتجاهات المعاصرة في الإعداد و التقديم الإذاعي و التلفزيوني، دار العالم العربي، ط1، القاهرة، 2014.
- 38_ عبود عبد الحميد العسكري: البحث العلمي في العلوم الإنسانية، دار النمير، ط1، دمشق، 2002.
- 39_ علي عزيز بلال: الفيلم التسجيلي التلفزيوني من الفكرة إلى الشاشة، منشورات الهيئة العامة،

- السورية، د. ط، دمشق، 2013.
- 40_ فاروق ناجي محمود: البرنامج التلفزيوني كتاباته و مقومات نجاحه، دار
الفجر، ط1، العراق،
2007.
- 41_ فاطمة الزهراء أحمد: المنتدى العربي حول المرأة و الإعلام في ضوء المتغيرات الراهنة ،
مطبعة أكدال الرباط، ط1، المغرب، 2016.
- 42_ فارس جميل أبو خليل : وسائل الاتصال الجماهيري/الإعلام/، دار أسامة، ط1، الأردن،
2011.
- 43_ فهد عبد الرحمن الشميمري: التربية الإعلامية تتعامل مع الإعلام، دار إقرأ الدولية ، د. ط ،
القاهرة، 2011.
- 44_ كامل الطراونة: الحوار التلفزيوني و إذاعة، دار أسامة، ط1، الأردن، 2014.
- 45_ كمال خورشيد مراد: الاتصال الجماهيري و الإعلام، التطور، الخصائص، النظريات، دار
النظريات، دار المسيرة، ط1، د. بلد، 2011.
- 46_ لمياء طالة : الإعلام الفضائي و التغريب الثقافي، دار أسامة، ط1، الأردن، د. سنة.
- 47_ محمد بن سعود البشير: نظريات التأثير الإعلامي، د. دار، ط1، الرياض، 2014.
- 48_ محمد الجفيري: البرامج الإذاعية و التلفزيونية، دار الصناع الإبداع، ط1، قطر، 2015.
- 49_ محمد الجفيري: التعامل مع وسائل التواصل الاجتماعي، دار صناع، د. ط، د. بلد، 2016.
- 50_ محمد حسن إسماعيل: مبادئ علم الاتصال ونظريات التأثير، دار المالية، ط1، دبي، 2003.
- 51_ محمد سرحان علي محمودي: مناهج البحث العلمي، دار الكتب، ط3، صنعاء، 2019.
- 52_ محمد الصاوي محمد مبارك: البحث العلمي أسسه و طريقة كتابته، المكتبة الأكاديمية، ط1،
القاهرة، 1992.
- 53_ محمد صاحب سلطان: وسائل الإعلام و الاتصال دراسته في النشأة و التطور، دار المسيرة،
ط1، عمان، 2012.
- 54_ منذر الضامن: أساسيات البحث العلمي، دار المسيرة، ط1، عمان، 2007.

55_ محمد عبد الحميد: البحث العلمي في الدراسات الإعلامية، عالم الكتب، ط1، دمشق، 2002.

56_ محمد محمد قاسم: المدخل إلى مناهج البحث العلمي، دار النهضة العربية، ط1، بيروت،

2002.

57_ ميرفت الطرابيشي، عبد العزيز السيد: نظريات الاتصال، دار النهضة، ط1، القاهرة، د.سنة.

ثانياً: الرسائل العلمية

58_ تسنيم أحمد مخيمر: القيم في برامج الأطفال التلفزيونية "برامج قناة أم بي سي 3 نموذجاً.

دراسة تحليلية، مذكرة استكمال متطلبات الحصول على درجة ماجستير في الإعلام، جامعة

الشرق الأوسط، 2015.

59_ حاج لي كهينة: تأخر سن الزواج و علاقته بالتوافق النفسي الاجتماعي لدى الفتيات

المتجاوزات سن الثلاثين: مذكرة ماجستير في علم النفس الاجتماعي، جامعة مولود معمري

- تيزي وزو- كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، قسم علم النفس، 2012.

60_ خلف لافي الحلبي الحماد: الصورة الذهنية للرجل الأمن لدى الرأي العام الأردني، رسالة

مقدمة إكمالاً لمتطلبات الحصول على درجة ماجستير في الصحافة و الإعلام، الأردن،

2014.

61_ دحماني سليمان: ظاهرة التغير في الأسرة الجزائرية، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في

الأنثروبولوجيا، جامعة أبي بكر بلقايد- تلمسان - ، قسم الثقافة الشعبية، كلية العلوم الإنسانية و

الاجتماعية، 2015-2016.

62_ راشد ناجي فريحات: دور وسائل الإعلام الأردنية في تشكيل الصورة الذهنية لمجلس

النواب الأردني لدى الشباب الجامعي، رسالة مكملة لمتطلبات الحصول على الماجستير في

الإعلام، الأردن، 2014-2015.

63_ ربيحة نجار: دور التلفزيون في التوعية بمخاطر الدراسة - دراسة ميدانية على عينة من

النساء الماكثات بالبيت ببلدية بسكرة، أطروحة دكتوراه العلوم في علم الاجتماع، جامعة

محمد خيضر بسكرة، 2012-2013.

64_ رزيق سامية: البرامج الاجتماعية في الفضائيات الجزائرية برنامج... ما وراء الجدران...

قناة النهار، مذكرة لنيل شهادة ماستر "ال،م،د"، جامعة العربي التبسي، تخصص وسائل الإعلام و المجتمع، تبسة، 2015-2016.

65_ سامية العايب: مقومات دولة على الصعيد المؤسساتي في الجزائر بموجب التعديل الدستوري لسنة 2016، دكتوراه في القانون العام، جامعة 8ماي 1945، كلية الحقوق و العلوم السياسية، تخصص مؤسسات دستورية و إدارية، الجزائرية، 2015_2016.

66_ سمير أبيض: مقومات الشخصية الوطنية و المشروع التربوية عند جمعية العلماء المسلمين الجزائريين 1931_1954، أطروحة لنيل دكتوراه، جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، تخصص تربية، د.سنة.

67_ صندالي عبد اللطيف، شبوبة العبد: اتجاهات الأسرة الجزائرية نحو مشاهدة البرامج الاجتماعية في قناة الشروق تفي تي في "دراسة مسحية على عينة من أسرة بلدية حاسي بن عبد الله، مذكرة ماستر أكاديمي في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة قاصدي مرباح ورقلة، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، تخصص تكنولوجيا الاتصال الجديدة، 2016-2017.

68_ سهام بن عاشور: التكثيف الداخلي للمسكن الجديد و علاقته بزواج الأبناء- دراسة وصفية الكيفية التعديل في إطار المبني للسكن الجديد عين النعجة، رسالة ماجستير تخصص علم اجتماع حضري، كلية علوم إنسانية، علم الاجتماع، 2012-2013.

69_ طاهر حورية: المشكلات الاجتماعية في البرامج التلفزيون الخاص بالدكتوراه، دراسة تحليلية لقناة الهقار و الشروق العامة و النهار، شهادة الدكتوراه، جامعة عبد الحميد بن كلية العلوم الاجتماعية، تخصص اللغة الاتصال و التحليل النقدي لوسائل الإعلام، مستغانم، 2017_2018.

70_ عايب بومدين: الآثار الأسرية و الاجتماعية المترتبة عن عمل المرأة خارج البيت_ دراسة دراسة ميدانية على عينة من النساء العاملات بمدينة أغواط، أطروحة دكتوراه في العلوم و علم النفس، جامعة وهران 2، كلية العلوم الاجتماعية، 2016_2017.

71_ عبد الرزاق الصغور: بناء الدولة الحديثة في الجزائر، أطروحة دكتوراه دولة في فرع

- التنظيمات السياسية و الإدارية، جامعة بن يوسف بن خدة، كلية العلوم السياسية و الإعلام،
2010_2011.
- 72_ فاطمة بلعمر: تأثير الإعلانات في القنوات الفضائية على الثقافة الاستهلاكية عند الشباب،
شهادة دكتوراه، جامعة وهران 2، تخصص علم اجتماع الاتصال، 2016-2017.
- 73_ فهد سعاد الشامي الدوسري: دور وسائل الإعلام الكويتية في الوقاية من الإدمان على
المخدرات من وجهة نظر متلقي العلاج، رسالة استكشاف لمتطلبات الحصول على
الماجستير في الإعلام، جامعة الأوسط، كلية الإعلام، جامعة الأوسط، كلية الإعلام،
2015_2016.
- 74_ ظاهري لخضر: واقع الإذاعة المحلية و معالجتها للمشكلات الإجتماعية - إذاعة الجلفة
المحلية نموذجا. مذكرة شهادة الماجستير في علم الاجتماع، جامعة خيضر بسكرة، كلية
العلوم الإنسانية و الإجتماعية، تخصص علم الاجتماع الاتصال، بسكرة، 2011-2012.
- 75_ كمال لحر: صورة المجتمع الجزائري 1856-1962، أطروحة مقدمة لنيل شهادة دكتوراه
في علم الاجتماع التنموية، جامعة منتوري قسنطينة، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، قسم
علم الاجتماع، 2015-2016.
- 76_ مايا باشا: الحصاص الخاصة في التلفزيون الجزائري - دراسة و صفة تحليلية لحصة "... و
كل شيء ممكن..". مذكرة شهادة الماجستير في علوم الإعلام و الاتصال، جامعة الجزائر 2،
يوسف بن خدة، كلية العلوم السياسية و الإعلام، الجزائر، 2007-2008.
- 77_ نجاه ناصر: ظاهرة الزواج و علاقتها بالأمراض الوراثية، مذكرة لنيل شهادة ماجستير في
أنثربولوجيا الصحة، جامعة أبي بكر بلقايد تلمسان، كلية علوم الإنسانية و الاجتماعية،
2011-2012.
- 78_ نحاوة لونيس: أهمية العلاقات العامة في الرباطات الجهوية في حل المشكلات الإدارية التي
تواجه رؤساء، مذكرة لنيل شهادة الماجستير في الإدارة، معهد علوم الطبيعية و الحياة، قسم
التربية البدنية الرياضية، 2014-2015.

ثالثا: المعاجم و القواميس

- 79_ ابن المنظور، "أبو الفضل جمال الدين محمد ابن مكرم الإفريقي المصري"، "لسان العرب"، الجزء 4، دار صادر، دط، بيروت، 1990.
- 80_ عبد الرحمن المشاقبة: معجم مصطلحات العلاقات العامة، ط1، الأردن، 2014.
- 81_ ريموند وليامز، ترجمة نعيان عثمان: معجم ثقافي و مجتمعي، مجلس الأعلى للثقافة، د. ط ، مصر، 2005..
- 82_ قاموس مجاني الطالب: دار المجاني، ط5، بيروت، 2001.
- 83_ محمد عبد الرحمن علي اللببواوي و آخرون: المعجم الشامل لترجمة مصطلحات علم الاجتماع و علم النفس الاجتماعي إنجليزي - عربي - فرنسي - دار الوفاء، ط1، مصر، 2013.
- 84_ محمد عاطف غيث: قاموس علم الاجتماع، دار المعرفة الجامعية، د. ط، مصر، 2004.
- 85_ مصلح صالح أحمد: الشامل قاموس و مصطلحات العلوم الاجتماعية، إنجليزي - عربي - ، دار عالم الكتب، ط1، الرياض، 1999.
- 86_ ناصر قاسيمي: مصطلحات أساسية في علم الاجتماع الإعلام و الاتصال، ديوان المطبوعات الجامعية، ط1، د. س، 2017.
- رابعا: المقالات
- 87_ إيمان فوال: علاقة قنوات الفضائية الجزائرية الخاصة بواقع الشباب الجزائري، دراسة ميدانية على عينة من طلبة جامعة مولود معمري، تيزي وزو .
- 88_ سليم أبيض: مقومات الشخصية الوطنية والمشروع التربوي عند جمعية العلماء المسلمين الجزائريين، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، جامعة محمد خيضر بسكرة، 2014.
- 89_ سفيان لوصيف: الهوية الوطنية في النصوص و المواثيق الجزائرية، جامعة محمد خيضر بسكرة، كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية، 2014.
- 90_ عجب بومدين: مقال عن الآثار الأسرية و الاجتماعية المترتبة عن عمل المرأة خارج

- البيت، جامعة وهران 2، كلية العلوم الإنسانية و الإجتماعية، 2017.
- 91_ فهد سعاد الدوسري: دور الإعلام الكويتية في الوقاية من الإدمان على المخدرات من وجهة نظر متلقي العلاج، كلية الإعلام، جامعة الأوسط، 2015.
- 92_ مهدي محمد القصاص: مقال عن العاقبة الذهنية تجنب و رعاية، جامعة المنصورة، كلية الآداب، د.سنة.
- 93_ وردة بوحلال: الموضوعات و القضايا التي تعالجها المرأة في قناة النهار لكي "كلية اصول الدين، جامعة الأمير عبد القادر بالعلوم الإسلامية، 2012.
- خامسا: المجالات
- 94_ أبو دبزة ناصر، شوقي الشاذلي: مقومات الشخصية و تشكل الهوية الوطنية الجزائرية من خلال مكتسبات التلاميذ دراسة ميدانية على عينة من تلاميذ ولاية ورقلة، مجلة العلوم الإنسانية و الاجتماعية، د.سنة.
- 95_ أمينة ياسين بلقاسمي: العولمة الثقافية و تأثيراتها على هوية الشباب و المراهقين الجزائريين، مجلة العلوم الإنسانية و الاجتماعية، العدد الثامن، 2012.
- 96_ داليا كمال الدين، عمر مالك: الأسس الفنية لإنتاج برامج المنوعات التلفزيونية، دراسة مسجلة تحليلية تطبيقية على قناة الشروق، مجلة العلوم الإنسانية، مجلد 7، د. بلد، 2016.
- 97_ سامية مرابطين: دور الوعي التاريخي في بناء المقاومة الثقافية للمجتمع الجزائري، قراءة في فلسفة لأبي القاسم سعد الله، مجلة المعارف والبحوث و الدراسات التاريخية، العدد 5، د.سنة.
- 98_ شرارة حياة: الرسالة البصرية بين اللذة و القيمة_ نموذج_ مجلة الصورة و الاتصال، العدد 32_ جامعة مستغانم، د.سنة.
- 99_ عبد الحليم موسى: الأساليب الإقتناعية صحافة داعش الإلكترونية دراسة تحليلية لمجلة دابق الإلكترونية، مجلة أمارك الدولية لعلوم الاتصال، المجلد 1، العدد 4، د. بلد، 2018.
- 100_ عز الدين صحراوي: اللغة العربية في الجزائر: التاريخ و الهوية، مجلة كلية الآداب و العلوم الإنسانية و الاجتماعية، العدد الخامس، جوان 2009.

- 101_ عمار شرعان ،شيماء الهواري: دور البرامج التلفزيونية في إبراز صورة المرأة الجزائرية الفعالة في المجتمع،مجلة الدراسات الإعلامية،المركز الديمقراطي العربي،العدد 2 ،2010.
- 102_ منيغد حمد: الشباب الجامعي الجزائري بين تحديات المواطنة و هشاشة المنظومة القيمية ، مجلة الجزائرية للدراسات السوسولوجية،العدد السادس،2008.
- 103_ مشيري زبيدة: محور الضبط الاجتماعي في الأسرة الجزائرية،مجلة العلوم الإنسانية، جامعة سكيكدة، العدد4،الجزائر،2015.
- سادسا: المحاضرات
- 104_ جاسم محمد عبد الرضا الشاذلي: دور وسائل الإعلام،كلية الإعلام،جامعة الشرق الأوسط، د.بلد،2015.
- 105_ صالح الشيخ:محاضرة تكوين الصورة الذهنية للشركات و دور العلاقات العامة فيها، دبلوم العلاقات العامة،الأكاديمية السورية،دمشق،2009.
- 106_ عبد الله مصطفى عبد الله الفرار: محاضرة دور الصورة الذهنية للمنظمات الأهلية،كلية التجارة ،الجامعة الإسلامية بغزة،2018.
- سابعاً: المؤتمرات و الملتقيات
- 107_ أمل عبد الرحمن الصالح: دور الإعلام في خدمة قضايا الأشخاص ذوي الإعلام في العالم العربي،المؤتمر العربي الأسرة و الإعلام،2010.
- 108_ حمود بن أحمد خميس، عبد الحافظ بن عواجي سلوى: احتياجات المعاقين ومدى إشباع لها دراسة ميدانية للمعاقين في المملكة العربية السعودية،الملتقى السابع،2017.
- 109_ هيفاء رشيد بكاري: واقع المرأة،أعمال المؤتمر الدولي السابع،المرأة و السلم الأهلي، جامعة دحليبي بليدة_ لبنان_2015.
- ثامناً: المواقع الإلكترونية

110_ويكيبيديا الموسوعة الحرة/ _ https://wikipedia/wiki تم تصفح الموقع يوم
2020/3/3.

111_ https://mou doof.com تم تصفح الموقع يوم 2020/7/4.



قائمة الملاحق

جامعة محمد الصديق بن يحيى _جيجل_

كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

قسم علم الاجتماع

استمارة بحث حول:

دور البرامج التلفزيونية الاجتماعية في بناء صورة المجتمع الجزائري لدى طلاب الجامعة

دراسة ميدانية على عينة من طلبة كلية العلوم الإنسانية و الاجتماعية

مذكرة مكملة لنيل شهادة الماستر في علم الاجتماع

تخصص: علم اجتماع الاتصال

إشراف الأستاذة:

شحات سعاد

إعداد الطالبين:

✓ شابونية حياة

✓ زويد سامية

أخي (أختي) نرجو تعاونكم معنا في هذه الدراسة و ذلك بملء هذه الاستمارة بوضع علامة (X) أمام

الخيار المناسب و الذي يتوافق و رأيك بكل مصداقية حتى يتسنى لنا الحصول على نتائج دقيقة و

نحيطكم علما بأن إجاباتكم سرية و لن تستخدم إلا في خدمة أغراض البحث العلمي.شكرا لك مسبقا على

تعاونك معنا.

السنة الجامعية: 2019 _ 2020

المحور الأول: البيانات الشخصية.

- 1- الجنس: ذكر أنثى:
- 2- السن: أقل من 23 سنة من 24 سنة إلى 28 سنة: 29 فما فوق
- 3- التخصص: علم اجتماع علم النفس علم اجتماع تربية
- علم اجتماع تنظيم و عمل علم اجتماع اتصال

المحور الثاني: الاهتمام بمشاهدة البرامج التلفزيونية الاجتماعية.

- 4- ما طبيعة البرامج التلفزيونية الاجتماعية التي تفضل مشاهدتها؟ (يمكن اختيار أكثر من اجابة)
- برامج توعوية برامج خيرية برنامج إصلاحي لمعالجة المشكلات وحل النزاعات
- تحقيقات روبوتاجات
- أخرى تذكر

- 5- من بين المواضيع و القضايا التالية، ما هي أكثر القضايا التي تشد اهتمامك في البرامج التلفزيونية الاجتماعية؟

- التشرد المساعدات الطلاق عقوق الوالدين
- ذوي الاحتياجات الخاصة الانحراف التسول
- قضايا مجهولي النسب

- أخرى تذكر

6- ما الذي يدفعك لمشاهدة هذه البرامج التلفزيونية الاجتماعية؟ يمكنك الإجابة أكثر من اقتراح؟

- شخصية مقدم البرنامج الشخصيات المستضافة مواضيع من واقعك الاجتماعي
مصادقية البرنامج الاجتماعي طريقة النقاش تناسب وقت فراغك
كونها تتوافق مع تخصصك

-أخرى تذكر

7- منذ متى بدأت تهتم بمشاهدة البرامج التلفزيونية الاجتماعية؟

- أقل من سنة من سنة إلى ثلاث سنوات أكثر من ثلاث سنوات

8- ما هي الأوقات التي تفضل فيها مشاهدة البرامج التلفزيونية الاجتماعية؟

- طيلة أيام الأسبوع نهاية الأسبوع لا يوجد وقت محدد

9- إذا فاتك برنامج اجتماعي تفضل متابعته هل تعيد مشاهدته؟

- نعم لا أحيانا

➤ في حالة الإجابة بنعم كيف تعوض المشاهدة؟

- وقت إعادة البرنامج في القناة عبر الانترنت

10- عند مشاهدتك برنامج اجتماعي هل تشاهد الحصة أو الحلقة؟

- كاملة جزء منها

11- هل تهتم بتفاصيل و أحداث البرنامج التلفزيوني الاجتماعي الذي تتابعه؟

- نعم لا أحيانا

المحور الثالث: دور البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية في بناء صورة المجتمع المتكافل اجتماعيا عن المجتمع الجزائري.

12- بماذا تهتم البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية التي تقوم بمتابعتها ؟

بالمساعدات الصحية بالمساعدات المالية

بالأعمال التطوعية(ترميم منزل...) بتقديم فرص العمل

- أخرى تذكر

13- ما تقييمك لمصداقية البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية ؟

مرتفعة متوسطة ضعيفة

14- في رأيك تهدف البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية إلى:

تقديم الأعمال الخيرية توسيع القاعدة الجماهيرية باستغلال العاطفة
تنمية المجتمع

15- هل استطاعت البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية إبراز تعزيز قيمة التكافل الاجتماعي للشعب الجزائري ؟

نعم لا نوعا ما

16- هل شكلت لديك البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية صورة المرأة الجزائرية المتكافلة اجتماعيا؟

نعم لا إلى حد ما

17- هل شكلت لديك البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية صورة الرجل الجزائري المتكافل اجتماعيا؟

نعم لا

18- هل ساهمت البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية في تشجيع مختلف شرائح المجتمع على العمل الخيري؟

نعم لا

➤ إذا كانت إجابتك نعم :

_ ما مستوى استجابة المشاهدين للبرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية ؟

استجابة قوية استجابة متوسطة استجابة ضعيفة

19- ما طبيعة الدعم الذي تشجع عليه مثل هذه البرامج التلفزيونية للحالات المعروضة ؟

دعم مادي دعم معنوي كليهما

20- في رأيك ما هو البرنامج التلفزيوني الاجتماعي الخيري الذي تراه ناجحا في رسم صورة المجتمع المتكافل اجتماعيا ؟

وافعلوا الخير خط أحمر ما وراء الجدران اليد في اليد

21- هل تثير البرامج التلفزيونية الاجتماعية التي تتابعها رغبتك في تغيير واقعك الاجتماعي ؟

نعم لا

22- هل تقوم بتقليد ما جاء في احد البرامج التلفزيونية الاجتماعية الخيرية التي تتابعها في الواقع؟

نعم لا

المحور الرابع: دور البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية في بناء صورة المجتمع المتسامح اجتماعيا عن المجتمع الجزائري.

23- هل تعد البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية من البرامج المفضلة لديك؟

نعم لا

24- ما هي النزاعات التي تعرضها البرامج الإصلاحية التي تهتم بمشاهدتها ؟

نزاعات العائلية نزاعات بين الأصدقاء نزاعات بين الجيران نزاعات عمل

- أخرى أذكرها

25- في رأيك ما هو الهدف من عرض البرامج الاجتماعية الإصلاحية لمثل هذه المواضيع ؟

الإثارة و زيادة عدد المشاهدين الإصلاح بغض النظر عن سبب الخلاف

لفت انتباه المجتمع لمثل هذه المواضيع

- أخرى تذكر

26- ما تقييمك لمصادقية البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية ؟

مصادقية مرتفعة مصادقية متوسطة مصادقية ضعيفة

27- ما هو أسلوب تناول البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية لقضايا النزاعات و الخلافات ؟

أسلوب موضوعي أسلوب عاطفي أسلوب الإثارة و الانفعال بين الأشخاص

28- هل استطاعت البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية إبراز قيمة التسامح للشعب الجزائري ؟

نعم لا

29- ما هو الانطباع الذي شكلته لديك هذه البرامج الإصلاحية عن أفراد المجتمع الجزائري ؟

مجتمع أفراده متسامحون مجتمع أفراده غير متسامحين مجتمع أفراد عاطفين

30- برأيك هل المرأة الجزائرية متسامحة في القضايا الحساسة في المجتمع (الطابوهات)وفقا لما شكلته

لديك هذه البرامج من انطباع ؟

نعم لا نوعا ما

31- برأيك هل الرجل الجزائري متسامح في القضايا الحساسة (الطابوهات)وفقا لما شكلته لديك هذه

البرامج من انطباع ؟

نعم لا نوعا ما

32- برأيك هذه البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية هل ساهمت في تشجيع ضيوف البرنامج على التسامح؟

نعم لا

➤ إذا كانت إجابتك نعم كيف ترى استجابة الضيوف؟

يتصالحون دائما يتصالحون أحيانا لا يتصالحون

33- هل ساهمت البرامج التلفزيونية الاجتماعية الإصلاحية في تشجيعك على مسامحة احد ما ؟

نعم لا

34- في رأيك ما هو البرنامج التلفزيوني الاجتماعي الإصلاحية الذي تراه ناجح في رسم صورة المجتمع المتسامح اجتماعيا؟

جاك المرسل افتح قلبك

-أخرى تذكر

جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل

كلية العلوم الإنسانية والاجتماعية

تلبية العادة المكلفة بالدراسات والمسائل المرتبطة
بالطبية

مصلحة الإحصائيات والإعلام والتوجيه



بإدارة ترقية جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل

نبذة تاريخية عن جامعة محمد الصديق بن يحيى جيجل:

بدأ التعليم العالي في ولاية جيجل سنة 1986 ضمن ملحقة لجامعة قسنطينة بناء على القرار رقم 72 المؤرخ في 21 مارس 1986 الصادر عن وزارة التعليم العالي والبحث العلمي، وخلال الموسم الجامعي 1988/1989 تم إنشاء المدرسة العليا للعلوم الأساسية بموجب المرسوم التنفيذي رقم 62/88 المؤرخ في 22 مارس 1988، وترأس ذلك مع تسخير مركز التكوين الإداري بجيجل لصالح المدرسة العليا للأساتذة حيث تم فتح فروع الليسانس في الفيزياء، الكيمياء والرياضيات، وأمام العدد المتزايد من الطلبة المتوافدين على المدرسة العليا تم ضم معهد التقنيين السامين في الأشغال العمومية إلى المدرسة العليا وكان ذلك في سنة 1993.

وعلى إثر فتح شعب وفروع جديدة، بالإضافة إلى توسع الدوائر البيداغوجية واستلام مرافق جديدة وكذلك اقتناء تجهيزات علمية، تمت ترقية المدرسة العليا للأساتذة إلى مركز جامعي بموجب المرسوم التنفيذي رقم 221/98 المؤرخ في 27 جويلية 1998 مكون من أربعة معاهد:

✓ معهد العلوم الدقيقة

✓ معهد التكنولوجيا

✓ معهد علوم الطبيعة

✓ معهد الإعلام الآلي

وعليه فإن النشاط البيداغوجي لم يقتصر على التكوين في مرحلة التدرج بل تعدى ذلك وأصبح يشمل مرحلة ما بعد التدرج، إضافة إلى نشاطات عديدة في مختلف مجالات البحث العلمي، حيث أصبح هذا الجانب من أكبر اهتمامات المركز الجامعي بجيجل، وبموجب

تعداد الطلبة	الجنس		المحضر	الاسم	
	إناث	ذكور			
652	568	84	الأولى	قسم التعليم الأساسي للعلوم الاجتماعية	
244	215	29	الثانية	علم الاجتماع	البكالوريوس
294	243	51	الثالثة		
61	43	18	الأولى	علم اجتماع الاتصال	الماستر
42	34	08	الثانية		
62	59	03	الأولى	علم اجتماع التربية	الماستر
40	37	03	الثانية		
87	73	14	الأولى	علم اجتماع التنظيم والعمل	الماستر
59	49	10	الثانية		
01	00	01	الثانية	علم اجتماع العمل والتنظيم	
160	157	03	الثانية	علوم التربية	البكالوريوس
220	214	06	الثالثة	علم النفس التربوي	
46	44	02	الأولى	علم النفس التربوي	الماستر
36	35	01	الثانية		
43	42	01	الأولى	إرشاد وتوجيه	الماستر
36	35	01	الثانية		
442	346	96	الأولى	قسم التعليم الأساسي للعلوم الإنسانية	
313	259	54	الثانية	علوم الإعلام والاتصال	البكالوريوس
291	243	48	الثالثة	إعلام	
68	52	16	الأولى	المصاحفة المطبوعة والإلكترونية	الماستر
72	64	08	الثانية		
69	58	11	الأولى	السعي النصري	الماستر
69	61	08	الثانية		
41	04	37	الأولى	علوم وتقنيات النشاطات البدنية والرياضية	البكالوريوس
38	01	37	الثانية	تدريب رياضي	
67	04	63	الثالثة	التدريب الرياضي التنافسي	الماستر
52	05	47	الأولى	تحضير بدني رياضي	
59	08	51	الثانية		
3664	2953	711		المجموع	